

CAPÍTULO I.

PLAN DE TRABAJO (PERFIL)

I. PLAN DE TRABAJO

1.1. ANTECEDENTES

En la historia siempre se ha visto un estrecho vínculo entre el hombre y el perro. El perro no sólo se ha visto como el compañero del hombre sino también como un protector, el guardián de su casa, su compañía más cercana, y su gran admirador.

De esta manera nace la primera guardería canina en el continente europeo en el país de España-Barcelona, llamada RESIDENCIA CANINA RABASSADA con más de 50 años al servicio de sus clientes, las 24 horas de atención, la casa está dentro del recinto, jaulas individuales, paseos diarios, servicio veterinario.

Desde entonces el país de España se volvió el primer país en crear un centro de cuidados para los caninos en el mundo basándose en la primera ley creada en protección a los animales.

Concretamente, la primera ley de protección animal de la que tenemos noticia se publicó en Irlanda, durante el año 1635. Su texto trataba de prohibir o limitar ciertos hábitos comunes en los campos productivo que podían generar sufrimiento o dolor a los animales.

Con el pasar de los años esta idea de negocio ha tomado curso en diferentes países hasta llegar a Sud América donde por primera vez en el país de Bolivia se dio la primera guardería para canes, fundado el 15 de diciembre del año 2018 en la ciudad de La Paz- El Alto, ubicado en seguncoma primera meseta calle 4 #10 con el nombre de PEST HOTEL WAWAS empresa dedicada al cuidado de tu mascota en los servicios de hotelería, guardería, spa, salón de groomer y entretenimiento.

Actualmente en la ciudad de Tarija no existe este tipo de servicio lo más cercano son alberges y sociedades protectoras para animales, creados por la alcaldía municipal para la protección, cuidado momentáneo y esterilización de los animales que se encuentran sin hogar o en abandono.

1.2. JUSTIFICACIÓN

1.2.1. Justificación teórica

Este plan de negocios se realiza con el propósito de aportar el conocimiento adquirido en la carrera de administración de empresas, como instrumento de evaluación del logro de competencias de indagación y/o investigación científica, cuyos resultados podrán sistematizarse en este emprendimiento, para ser incorporado como conocimiento a las ciencias económicas y financieras, ya que se quiere demostrar el uso de conceptos, técnicas y herramientas adquiridas fruto del aprendizaje que nos proporcionó la universidad durante todo este tiempo, las más importantes a considerar son: Planificación, Finanzas , Marketing, Recursos Humanos, Operaciones y también tener en cuenta siempre los valores más importantes como ser: liderazgo, compromiso, educación, respeto, disciplina, adaptabilidad al cambio, que sirven para mejorar el nivel de desempeño de un profesional.

Otra razón del por qué se seleccionó este plan de negocio, es porque se vio un vacío en el mercado de cuidado de mascotas el cual es llamativo, porque es una nueva idea de negocio innovadora que tiene gran cantidad de demandantes por el crecimiento acelerado de la población canina. (Ver Anexo 1)

1.2.2. Justificación práctica

El presente plan de negocios para una guardería canina cabe mencionar que este tipo de servicio no existe en la actualidad en la ciudad de Tarija, este emprendimiento incorpora los requerimientos técnicos mínimos en diferentes áreas organizativas para la correcta operación de un establecimiento de este tipo, incluyendo temas en el cuidado canino, de mercado, estructura organizacional, evaluación financiera, inversión, legales entre otros que permite la comprensión integral de la operación.

Se realiza este emprendimiento porque existe la necesidad de mejorar el nivel de desempeño que tiene un profesional, en la búsqueda y recopilación de información e investigación científica que servirá para estar preparados a cualquier tipo de cambio y problema que se presente y poder dar soluciones concretas y viables.

1.2.3. Justificación social

Con este plan de negocio se busca facilitar el cuidado de canes ya que las personas hoy en día , por el trabajo y ritmo de vida acelerado, los dueños de canes tienen el tiempo limitado para poder cuidar a sus mascotas como quisieran, y por este motivo, es que los canes se pierden cuando los dejan solos, sin que nadie los cuide y después quedan extraviados en el mayor de los casos, por esta razón, el emprendimiento de una guardería canina es muy importante, para tratar de ayudar a reducir el número de canes callejeros en la ciudad de Tarija.

Una vez puesta en práctica este emprendimiento se busca facilitar el tiempo disponible de las personas para que sigan con sus actividades laborales y puedan generar ingresos, mientras la guardería se encarga de cuidar a sus canes y así puedan continuar con sus jornadas de trabajo normalmente.

También se busca dar más oportunidades de empleo a personas capacitadas con conocimiento en este tipo de servicio de guardería canina en la ciudad de Tarija.

1.3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En la ciudad de Tarija en el presente existen algunas sociedades protectoras de animales como SPAT (Sociedad protectora de animales Tarija), Refugio Mi Rinconcito Feliz Tarija y Patitas al Rescate Tarija, las cuales se rigen bajo el marco la ley N° 700 LEY PARA LA DEFENSA DE LOS ANIMALES CONTRA ACTOS DE CRUELDAD Y MALTRATO. Estas sociedades que trabajan sin fines de lucro se dedican al cuidado, protección, alimentación y a la búsqueda de sus dueños en caso de pérdida o extravío, como también nuevos hogares para los canes en situación de abandono, pero esta ayuda voluntaria no es suficiente por el gran número de canes que existe en la ciudad.

Estas sociedades protectoras brindan refugios temporales sólo para animales abandonados o perdidos y no así a las mascotas de personas que buscan de una atención y cuidado para sus canes por no tener el tiempo para cuidarlos, ya sea por trabajo o viajes, uno de los problemas es que no existe una empresa que se dedique al servicio y cuidado de mascotas caninas dejando una demanda insatisfecha para la ciudad.

Las necesidades insatisfechas de la persona o dueño de una mascota están más centradas hacia las necesidades básicas mínimas como ser las fisiológicas las cuales muchas veces se las descuida, sobre todo en la alimentación y el descanso necesario de la persona, por el motivo de tener que hacerse responsable del cuidado de una mascota canina; y la necesidad de seguridad, de tener protección y estabilidad porque la persona siempre quiere que su mascota este segura y tenga los cuidados necesarios ya que también es parte de su familia.

Las necesidades mínimas de los caninos para llevar una vida saludable en primer lugar son las fisiológicas relacionadas con la alimentación y bienestar físico (ejercicio, atención veterinaria, vacunas, control de parásitos), hasta llegar a las necesidades sociales las cuales están relacionadas con su pertenencia a una manada, la identificación de su posición en ella y la facilidad para interactuar con otras familias. Todo esto bajo un ambiente seguro y adecuado para los canes, por estos motivos se encuentra un vacío del sector de mercado para cuidado de canes en la ciudad de Tarija y de ahí surge este nuevo emprendimiento de la guardería canina que brinde servicios de seguridad, alimentación, veterinaria el cual busca llenar ese vacío actual que existe.

1.4. NECESIDAD INSATISFECHA DEL MERCADO

El emprendimiento de negocio va dirigido a las familias de la ciudad de Tarija que tienen mascotas y por el trabajo su tiempo disponible no es suficiente para cuidar a sus canes de la mejor forma, por esta razón se ofrecerá los servicios que actualmente no existe como tal en la ciudad, como ser el servicio de cuidado para sus mascotas y así poder satisfacer sus necesidades básicas de las personas o dueños de mascotas que son:

Las fisiológicas, son aquellas que la persona requiere cubrir para poder sobrevivir y lograr un equilibrio con su cuerpo, y funciones corporales. Dentro de estas necesidades tenemos el hambre, sed, sueño, actividad física, entre otros. Las cuales se pueden ver afectadas al tener una mascota, porque una familia que posee una mascota canina siempre estará presta a que le puede faltar o esté necesitando su mascota, y es por eso que muchas veces la persona pierde el hambre, sueño y descuida sus actividades diarias.

De Seguridad, son aquellas que describen el afán de la persona por disfrutar de la seguridad o protección. Incluyen una amplia gama de necesidades relacionadas con el mantenimiento de un estado de orden y seguridad.

Dentro de estas necesidades se encontrarían las necesidades de; sentirse seguros, la necesidad de tener estabilidad, la necesidad de tener orden, la necesidad de tener protección y la necesidad de dependencia, por tal motivo es que las familias que tienen mascotas caninas, necesitan tener la certeza de que sus seres queridos tengan las condiciones de seguridad correctas; y una mascota canina también es considerado como un miembro más de la familia por lo cual quiere tenerlo protegido, de esta manera estar con la tranquilidad de que toda su familia se encuentre segura.

Estas son las necesidades más importantes a tomar en cuenta, para que la familia dueña de una mascota no tenga preocupación alguna.

1.4.1. Descripción de la idea de negocio

El presente emprendimiento se dedicará a la prestación de los siguientes servicios: Adiestramiento, se realizarán ejercicios de entrenamiento, esta práctica consiste en formar un vínculo, entre el dueño y su mascota, que sea capaz de establecer una relación de confianza y cercanía entre ambos, en alimentación se les proveerá de acuerdo a su organismo según receta de veterinario cada raza de perro necesita una alimentación distinta, para esto se llevará a cabo de acuerdo a su raza y denominación, En veterinaria las mascotas caninas podrán acceder a una consulta orientada por un veterinario donde se podrá saber su estado de salud y ser recomendado en caso de que necesite algo como, vitaminas u otro tipo de medicamento canino, también contamos con adecuación que consiste en educar a la mascota canina en las principales cosas que debe respetar como donde hacer sus necesidades, no agredir a los demás canes, comportarse tranquilamente al ver a un desconocido.

Es importante mencionar que el emprendimiento busca generar fuentes de trabajos seguros, también se lo realiza con el objetivo de apoyar a las personas y familias dueñas de canes para que puedan desempeñarse con normalidad en sus trabajos, satisfaciendo su necesidad por la falta de tiempo al estar siempre cuidando de sus

mascotas y así aportar al crecimiento económico de la ciudad de Tarija una vez puesta en marcha el emprendimiento.

1.4.2. Oportunidad de mercado

En la actualidad las familias son muy reducidas y tienen la tendencia de adoptar canes como mascotas, a los cuales los hacen formar parte como un miembro más de la familia en la mayoría de los casos, esto también ocurre mucho con las personas solteras o que viven solas, en los últimos tiempos se puede observar que las personas adquieren mucho cariño hacia sus mascotas, y de esta manera podemos identificar una gran oportunidad de negocio.

Se puede observar que la tendencia ha sido aumentar el presupuesto que se asigna a las mascotas, esta tendencia ha ido en aumento en los últimos años. Siendo la mascota considerada parte de la familia, su cuidado se ha vuelto importante y, con ello, el aumento de productos y servicios para cada necesidad de la mascota, uno de ellos el dejarlo al cuidado en un lugar seguro y confiable.

1.5. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

1.5.1. Objetivo general

- Determinar la viabilidad técnica, de mercado y financiera para la creación de una empresa que preste los servicios de guardería canina con una proyección de cinco años del 2021-2026 en la provincia Cercado en la ciudad de Tarija.

1.5.2. Objetivos específicos

- Identificar y analizar los factores del macro y microentorno del sector de las sociedades protectoras de animales que se dedican al cuidado de canes hasta la actualidad.
- Determinar la demanda para la prestación de servicios de una guardería canina y diseñar la estrategia de mercado para captar nuevos clientes.
- Definir los procesos de operación adecuados para ofrecer un servicio mejor de atención, cuidado y alimentación para canes.

- Determinar la estructura organizacional de los Recursos Humanos que tendrá este emprendimiento.
- Desarrollar un estudio financiero para determinar la forma de financiación que se utilizará para el funcionamiento y sostenimiento de la guardería canina.

1.6. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

En el presente trabajo la metodología que se aplicará será a través del enfoque cuantitativo, mediante un diseño de investigación exploratoria y descriptiva.

La investigación de tipo exploratoria se lleva a cabo cuando el propósito es examinar un fenómeno o problema de investigación nuevo o poco estudiado, sobre el cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes.

Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas.

La investigación exploratoria sirve para obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa sobre un contexto particular, investigar problemas del comportamiento humano que se consideren cruciales, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras, o sugerir afirmaciones.

Al realizar la investigación, el investigador se encuentra obligado a innovar en la información con respecto al tema del estudio, debido a que no ha sido tratado con anterioridad.

Los resultados de este tipo de investigación nos dan un panorama o conocimiento superficial del tema, pero es el primer paso inevitable para cualquier tipo de investigación posterior que se quiera llevar a cabo.

La investigación descriptiva nos servirá, para describir la realidad de situaciones, eventos, personas, grupos o comunidades que se estén abordando y que se pretenda analizar. Las principales etapas a seguir en una investigación descriptiva son: examinar las características del tema a investigar, seleccionar la técnica para la recolección de datos y las fuentes a consultar.

Métodos, técnicas e instrumentos:

Método deductivo: es una estrategia de razonamiento que se empleará para deducir conclusiones lógicas a partir de una serie de premisas o principios. En este sentido, es un proceso de pensamiento que va de lo general (leyes o principios) a lo particular (fenómenos o hechos concretos), facilitando entender la situación actual del entorno.

Según este modo de pensamiento, las conclusiones de un razonamiento están dadas de antemano en sus propias premisas, por lo que sólo se requiere de un análisis o desglose de éstas para conocer el resultado. Para poder hacerlo, las premisas deben darse por verdaderas, ya que de su validez dependerá que las conclusiones sean o no verdaderas también.

Este método se aplicará principalmente para revisiones bibliográficas, de autores, libros y también al realizar los análisis del macro y micro entorno.

Las técnicas para recolectar información se realizarán de acuerdo a dos principales fuentes:

Fuentes primarias: son documentos que contienen información original que no ha sido editada, traducida o reestructurada. Las fuentes primarias no necesariamente son documentos escritos, también pueden ser testimonios orales, grabaciones, o un archivo multimedia; esto dependerá de lo que necesite el investigador para su trabajo. En otras palabras, este tipo de fuentes se pueden localizar en distintos formatos. Se utilizará las encuestas escritas, entrevistas y observación participativa.

Fuentes secundarias: una fuente secundaria suele ser un libro académico, un artículo de revista o un documento digital o impreso creado por alguien que no experimentó o participó directamente en los eventos o condiciones bajo investigación. Proporcionan una interpretación, análisis o comentario derivado del contenido de materiales de fuentes primarias y / u otras fuentes secundarias.

Se recurrirá al análisis de documentos, información de internet, revistas y material bibliográfico en general.

Instrumentos: se utilizará computadoras y celulares para poder distribuir las encuestas y cuestionarios de forma virtual a la muestra a ser encuestada, grabadoras y cámaras fotográficas para registrar la información y libretas para apuntes necesarios.

Población y muestreo: La población del objeto de estudio serán las familias del área urbana de la ciudad de Tarija correspondientes a los dueños o propietarios de mascotas caninas.

Para definir la muestra de la población con la que se va a trabajar, se utilizará el muestreo aleatorio simple, para identificar, analizar las características, preferencias del mercado objeto de estudio.

1.7. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1. Delimitación teórica

El presente trabajo corresponde a un plan de negocios tomando en cuenta especialmente las áreas de recursos humanos, finanzas, marketing y métodos de investigación que se requieran, perteneciente a la dirección aplicada de la carrera de administración de empresas.

1.7.2. Delimitación temporal

La información necesaria que se recopilará para este plan de negocios será desde febrero hasta el 20 de agosto. El plan de negocio se realizará en el primer semestre del presente año 2020 con una proyección de cinco años del 2021-2026.

1.7.3. Delimitación espacial (geográfica)

El presente plan de negocio se realizará en la Ciudad de Tarija de la Provincia Cercado Departamento de Tarija.

CAPÍTULO II.

ANÁLISIS DEL CONTEXTO Y NATURALEZA DEL NEGOCIO

II. ANÁLISIS DEL CONTEXTO Y NATURALEZA DEL NEGOCIO

2.1. ANÁLISIS DEL CONTEXTO

2.1.1. ANÁLISIS PESTA

2.1.1.1. Entorno Político

“Los Factores políticos y legales son las fuerzas que determinan las reglas, tanto formales como informales, bajo los cuales debe operar la organización” (D'Alessio, 2013)

Existen factores Políticos y Legales identificados que pueden, de gran manera, afectar nuestro proyecto: La poca estabilidad política (renuncia de un presidente), los continuos enfrentamientos de los Poderes Ejecutivo y Legislativo de los últimos meses, asimismo la corrupción y el manejo de influencias a nivel gubernamental; esto puede afectar negativamente la expectativa de las personas que quieran invertir en todos los rubros, generando posibles retrasos en proyectos y planes de inversión.

Sin embargo, el Estado Plurinacional de Bolivia cuenta con instituciones que apoyan a los nuevos emprendimientos, como ser: el Banco Económico S.A., la Cámara Departamental de la Pequeña Industria y Artesanía, la Red Bolivia Emprendedora, el Centro de Emprendimiento UPSA, el Programa Incubando Emprendedores, La Incubadora de Empresas.

Es importante tomar en cuenta la ley Nro. 700 “LEY PARA LA DEFENSA DE LOS ANIMALES CONTRA ACTOS DE CRUELDAD Y MALTRATO”.

Los artículos a considerar para realizar este emprendimiento para ejercer o implementar el servicio de guardería canina son:

Artículo 1. (OBJETO). La presente Ley tiene por objeto establecer el marco normativo para la defensa de los animales, contra actos de violencia, crueldad y maltrato, cometidos por personas naturales o jurídicas.

Artículo 2. (FINALIDAD). La presente Ley tiene por finalidad prevenir y penalizar los actos de violencia, maltrato, crueldad y biocidio cometidos por personas contra

animales domésticos, en el marco del numeral 21 del Parágrafo I del Artículo 298 de la Constitución Política del Estado.

Artículo 3. (DERECHOS DE LOS ANIMALES). Los animales como sujetos de protección, tienen los siguientes derechos:

- a. A ser reconocidos como seres vivos.
- b. A un ambiente saludable y protegido.
- c. A ser protegidos contra todo tipo de violencia, maltrato y crueldad.
- d. A ser auxiliados y atendidos.

Artículo 5. (OBLIGACIONES DE LAS PERSONAS).

I. Las personas tienen las siguientes obligaciones:

- a. Evitar causarles o permitir sufrimientos innecesarios.
- b. Abstenerse de realizar procedimientos quirúrgicos innecesarios.
- c. Educar a las nuevas generaciones, sobre la importancia del respeto a los animales y promover su defensa.
- d. Denunciar ante las autoridades competentes, los actos de maltrato y crueldad que contravengan el ordenamiento jurídico relacionado con la protección de los animales.
- e. Denunciar los casos de sospechas de zoonosis y otras enfermedades propias de los animales, ante las autoridades competentes.
- f. Otras establecidas por Ley o reglamento.

II. Los dueños o encargados de los animales, tienen las siguientes obligaciones:

- a. Asumir la responsabilidad emergente de la custodia y tenencia de un animal y de los daños a terceros que el animal pudiera ocasionar.
- b. Controlar su ciclo reproductivo y darle cuidado médico veterinario profesional, adecuado y oportuno.
- c. Velar por su alimentación y abrigo necesario.

d. Evitar la cría de un número mayor de animales que el que pueda ser bien mantenido, sin ocasionar molestias a terceros, ni poner en peligro la salud pública.

e. No abandonarlos.

Artículo 6. (PROHIBICIONES). Se prohíbe:

a. El uso de animales en prácticas de instrucción militar, policial u otras, en las que se provoque la muerte o sufrimiento del animal.

b. La movilización, ingreso, salida y comercialización de animales en las jurisdicciones afectadas, en caso de brotes de rabia, zoonosis y epizootias.

c. Someter a los animales a trabajos por encima de su resistencia o capacidad, al punto de causarles enfermedades o la muerte.

d. El traslado de animales con procedimientos que impliquen crueldad, malos tratos, fatiga y carencia de descanso.

e. El sacrificio de animales en el que se provoque el sufrimiento innecesario y agonía prolongada.

La ley 453: LEY GENERAL DE LOS DERECHOS DE LAS USUARIAS Y LOS USUARIOS Y DE LAS CONSUMIDORAS Y LOS CONSUMIDORES

Tiene por objeto regular los derechos y garantías de las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores.

Artículo 8. (DERECHO A LA SALUD E INTEGRIDAD FÍSICA). Las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores tienen derecho a recibir productos o servicios en condiciones de inocuidad en resguardo de su salud e integridad física.

Artículo 9. (PROTECCIÓN).

- I. Los proveedores están obligados a suministrar productos o servicios en condiciones de inocuidad, calidad y seguridad, siendo responsables en el ámbito penal, civil y administrativo sancionatorio, del riesgo o daño

causados a la salud e integridad física de las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores.

- II. Se prohíbe la importación, distribución o comercialización de: c. Productos para su uso o consumo que estén con fecha expirada o pronta a expirar, de acuerdo a reglamentación emitida por la entidad competente. d. Productos suspendidos, prohibidos o retirados en el país de origen por motivos de salud o riesgo a la integridad física.

También dentro del plano legal es importante mencionar que la **Constitución Política del Estado (CPE) Establece en el artículo 52:**

Parágrafo I. “Se reconoce y garantiza el derecho a libre asociación empresarial.”

Parágrafo II. “El estado garantizará el reconocimiento de la personalidad jurídica de las asociaciones empresariales, así como las formas democráticas organizativas empresariales de acuerdo con sus propios estatutos.”

El artículo 308 menciona:

Parágrafo I. “El estado reconoce, respeta y protege la iniciativa privada, para que contribuya al desarrollo económico, social y fortalezca la independencia económica del país.”

Parágrafo II. Se garantiza la libertad de la empresa y el pleno ejercicio de las actividades empresariales, que serán regulados por la ley.

En la Ley N.º 843 reforma tributaria: La aplicación de un régimen tributario para las actividades elaboradas en Bolivia se encuentra regida por la Ley de Reforma Tributaria, cuya modificación se realiza a través de la Ley 1606 del 22 de diciembre de 1994. Bajo esta normativa legal, se encuentra la aplicación de las siguientes tasas impositivas:

Impuesto al Valor Agregado (IVA): Con una alícuota del 13%, adaptable a todas las actividades de venta habitual de bienes muebles, contratos de obra, prestación de servicios, alquiler de muebles e inmuebles, operaciones de arrendamiento

financiero con bienes muebles, y donde la base imponible es el precio neto de venta o el precio neto de contratos de obras o servicios realizados.

Régimen Complementario al Impuesto al Valor Agregado (RC-IVA): Impuesto sobre los ingresos de las personas naturales y sucesiones indivisas, provenientes de la inversión de capitales, del trabajo o ambas. La alícuota adherida a este impuesto es del 13%.

Impuesto sobre las Utilidades de la Empresa (IUE): Tributo que recae sobre las utilidades de las empresas provenientes de bienes situados, colocados o utilizados comercialmente en el país, grava el 25% sobre las utilidades de la empresa.

Para implementar un nuevo emprendimiento se debe tomar en cuenta todas las normas y leyes que se rigen actualmente que puedan afectar a la empresa, de manera que el emprendimiento pueda realizar sus actividades con normalidad, sea sólido y no presente problemas por incumplimiento de las normas.

2.1.1.2. Entorno Económico

Para poder desarrollar este emprendimiento y saber si es factible o no en la ciudad de Tarija, es importante conocer la coyuntura actual de nuestro país, para así poder determinar la situación económica del departamento de Tarija, ya que ésta influye directamente en el desarrollo de todos los negocios que se quieran iniciar. Es por esto que se debe analizar cómo se encuentra Bolivia a nivel comercial y cómo este indicador puede o no influir en el desarrollo de la creación de una Guardería Canina.

IMAGEN N° 1: PIB TARIJA



Cuadro N° 6.03.01
TARIJA: PRODUCTO INTERNO BRUTO PER CÁPITA, 2015 - 2019

ACTIVIDAD ECONÓMICA	2015	2016	2017 ^(b)	2018 ^(b)	2019 ^(b)
POBLACIÓN	533.429	543.405	553.373	563.342	573.331
PRODUCTO INTERNO BRUTO (En miles de bolivianos)	24.568.204	18.829.285	20.791.317	21.986.209	20.961.386
PRODUCTO INTERNO BRUTO (En miles de dólares estadounidenses)	3.581.371	2.744.794	3.030.804	3.204.987	3.055.596
PRODUCTO INTERNO BRUTO PER CÁPITA (En bolivianos)	46.057	34.651	37.572	39.028	36.561
PRODUCTO INTERNO BRUTO PER CÁPITA (En dólares estadounidenses)	6.714	5.051	5.477	5.689	5.330

Fuente: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA

Se puede observar que el PIB en el departamento de Tarija en el año 2019 ha disminuido en relación al año 2018.

La economía boliviana no está atravesando un buen momento en esta gestión 2020, ya que todos los datos que presentan los organismos internacionales apuntan a una recesión, y las proyecciones de crecimiento del Fondo Monetario Internacional (FMI) así lo indican.

IMAGEN N° 2: PIB



Se estima una cifra de -2,9% del producto Interno Bruto para el 2020, pero también es optimista al señalar que para el 2021 crecerá a 2,9%.

Desempleo. - La cuarentena rígida por el COVID – 19 golpea a la economía nacional con un efecto obligado entre marzo y abril de este año, la tasa de desocupación urbana en Bolivia subió de 5,71 % a 7,34 %, según el último informe del Instituto Nacional de Estadística (INE).

Es el porcentaje más alto desde que está vigente la actual Encuesta Continua de Empleo, en 2015.

El confinamiento ha provocado la paralización temporal de muchas empresas en el país y en algunos casos su cierre definitivo. Esto ha ocasionado que miles de personas se queden sin empleo.

Una de las consecuencias puede ser que un porcentaje de los desempleados han pasado a ser subempleados. La tasa de subocupación ha crecido de 4,41 por ciento en marzo de este año a 10,67 por ciento en abril.

Según el Centro de Estudios para el Desarrollo Laboral y Agrario (CEDLA), la subocupación afecta principalmente a jóvenes y mujeres.

Bolivia, al igual que las economías vecinas y regionales, sentirán los impactos negativos de la pandemia del COVID - 19 y por ello organismos internacionales proyectan un aumento de la deuda tanto interna como externa para reactivar el aparato productivo e inyectar liquidez a las empresas y a las personas.

Inflación. - El director general ejecutivo del Instituto Nacional de Estadística (INE) de Bolivia, Yuri Miranda Gonzáles, informó por el motivo de la pandemia COVID-19 que en marzo de 2020 Bolivia registró una inflación de 0,12 por ciento respecto de febrero, luego que los dos primeros meses reportara inflación negativa, así como un acumulado de 0,02 por ciento y una inflación a 12 meses de 1,44 por ciento.

La variación positiva de marzo se explica principalmente por el incremento de los precios en los alimentos y bebidas no alcohólicas (0,41 por ciento), comunicaciones (0,31 por ciento), muebles, bienes y servicios domésticos (0,25 por ciento), salud (0,20 por ciento), recreación y cultura (0,15 por ciento), bebidas alcohólicas y tabaco (0,15 por ciento) y educación (0,03 por ciento).

La inusual caída de precios de algunos productos en diciembre pasado con una variación porcentual negativa de 1,54 por ciento respecto al mes de noviembre, que fue de un positivo 1,11 por ciento, posibilitó que Bolivia cierre en 2019 con una inflación de 1,47 por ciento, la más baja en la última década y la segunda más baja de la región sudamericana.

En el siguiente cuadro se observa que el IPC tuvo un aumento de 1,23% en el mes de mayo por el momento de crisis que se vive en Bolivia y en el mundo a causa del COVID - 19.

IMAGEN N° 3: IPC DE BOLIVIA

Fecha	IPC (base 2007)	IPC (base 2016)	Mensual	Acumulada	Anual
Mayo 2020		104,32	-0,02%	0,42%	1,23%
Abril 2020		104,34	0,42%	0,44%	1,72%
Marzo 2020		103,91	0,12%	0,02%	1,44%
Febrero 2020		103,79	-0,06%	-0,09%	1,30%
Enero 2020		103,85	-0,03%	-0,03%	1,21%
Diciembre 2019		103,88	-1,54%	1,47%	1,47%
Noviembre 2019		105,51	1,11%	3,06%	3,41%
Octubre 2019		104,35	0,45%	1,92%	2,54%
Septiembre 2019		103,88	-0,08%	1,46%	2,26%
Agosto 2019		103,96	0,50%	1,55%	2,25%
Julio 2019		103,44	0,23%	1,04%	1,92%
Junio 2019		103,21	0,16%	0,81%	1,73%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE)

2.1.1.3. Entorno Social

Se calcula que en el municipio de Cercado existen alrededor de 70 mil canes, esta cifra es el resultado del registro que se realiza en las campañas de vacunación contra la rabia y contempla tanto a los que tienen dueño y a los que se logró inmunizar en las intervenciones a barrios donde denuncian la existencia de canes vagabundos.

Para reducir la población canina, también se llevan a cabo acciones de esterilización junto a algunos grupos de protección animal. Existen dos maneras de acceder a la operación, llevar a la mascota al centro de salud animal o solicitar una visita al domicilio. Esta campaña sólo está dirigida a canes criollos.

También hay un plan para perros callejeros, a pedido de la junta vecinal o del dirigente de barrio, se coordina una visita al lugar con todo el equipo necesario para intervenir quirúrgicamente a todos los canes, especialmente a los que no tienen dueño y se reproducen en la calle.

Los animales son operables desde los seis meses hasta los cuatro años de edad si son hembras, y desde los cinco meses hasta los dos años si se trata de machos. Cuanto más temprano se realice la esterilización, la recuperación del animal es más rápida.

La Ordenanza Municipal 053/2009 que reglamenta la tenencia, control y protección de animales domésticos, podría solucionar el problema de los perros callejeros porque sanciona el abandono de las mascotas y es drástica si se trata de una hembra, sostuvo Gonzalo Torrez. Pero ésta no se cumple.

“La norma sanciona el abandono de un animal, sobre todo si es una hembra en celo, existe una multa económica sin embargo no se emitió ninguna hasta el momento”

Se ve una oportunidad potencial para este sector ya que no existen competidores directos, por lo cual se puede observar que se tendrá un gran apoyo y aceptación de familias que posean una o más mascotas caninas en su hogar. Según la cultura que se tiene en la región y los datos de la población que van en aumento.

2.1.1.4. Entorno Tecnológico

Nos interesa la reflexión sobre como las tecnologías que están apareciendo pueden cambiar la sociedad en un futuro próximo. Sobre todo, es interesante el estudio de aquellos factores que pueden afectar de manera significativa este proyecto.

En el aspecto tecnológico Bolivia está por debajo de varios países, pero no podemos negar que ha logrado grandes avances, como ser mejoras en los servicios de Internet, hoy en día es imprescindible tener acceso a internet y a redes sociales las cuales ayudan a tener una comunicación rápida desde cualquier punto en el que se encuentre una persona, y aporta bastante al desarrollo económico del país. Actualmente existen variedad de teléfonos móviles inteligentes que facilitan la conexión a la red de muchas personas que antes no tenían ese servicio y en lugares que antes era imposible llegar.

La Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes (ATT), a través de un comunicado en 2019 informó que en Bolivia las cifras de conexiones a Internet superan los 10 millones, siendo las conexiones móviles las mayores.

La ATT informa acerca del crecimiento del número de conexiones a Internet, la escala nacional alcanzó a **10.117.177**. La tendencia de conexiones en Bolivia en los últimos 20 años fue creciente, donde el incremento más relevante se suscitó entre 2008 al 2018”, señala el reporte oficial.

De acuerdo con el ente regulador, el acceso de la población a Internet, se realiza preferentemente a través de su móvil alcanzando el 93,7%, en tanto que el acceso a Internet por conexión fija alcanza al 6,3% del universo de conexiones a escala nacional.

Está previsto que la tecnología siga creciendo, aspecto que permitirá reducir la brecha digital y lograr un mejor y mayor acceso, alfabetización digital, empoderamiento de la sociedad civil, entre otras a nuestra población.

Es importante considerar la red de internet como un medio del cual se hace uso para la comunicación, tenemos a las Tecnología 3G y LTE. La tecnología 3G predecesora del LTE o 4G lleva buen tiempo en el mercado, el indicador nos muestra que el 75% de la población boliviana tiene acceso a la misma, aunque en las Américas se alcanza en promedio un 93% y en el mundo un 85%.

En la actualidad existe grandes avances tecnológicos, los cuales sirven de gran ayuda a las nuevas empresas, porque generan más opciones y formas de dar a conocer un producto o servicio mediante páginas web y redes sociales como Facebook, WhatsApp, Instagram que son las más utilizadas por las personas,

2.1.1.5. Entorno Ambiental

La **Responsabilidad Social Empresarial** (RSE) es la integración voluntaria por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores, la cual se refiere a una serie de compromisos, deberes y derechos, tanto éticos como jurídicos, que tienen que ver con las diversas actividades que desempeñan tanto las empresas, como los organismos, ya sea a nivel local, regional, nacional o internacional.

Según la ley de medio ambiente 1333 del 27 de abril 1992 cuyo objeto de la presente ley es la protección y conservación del medio ambiente y los recursos naturales,

regulando las acciones del hombre con relación a la naturaleza y promoviendo el desarrollo sostenible con la finalidad de mejorar la calidad de vida de la población.

Título III

De los aspectos ambientales

Capítulo I

De la calidad ambiental

Artículo 17. Es deber del estado y la sociedad garantizar el derecho que tiene toda persona y ser viviente a disfrutar de un ambiente sano y agradable en el desarrollo y ejercicio de sus actividades.

Artículo 19. Son objetivos del control de calidad ambiental

1. Preservar, conservar, mejorar y restaurar el medio ambiente y los recursos naturales a fin de elevar la calidad de vida de la población.
2. Normar y regular la utilización del medioambiente y los recursos naturales en beneficio de la sociedad en su conjunto.
3. Prevenir, controlar, restringir y evitar actividades que conlleven efectos nocivos o peligrosos para la salud.
4. Normar y orientar las actividades del estado y la sociedad referente a la protección del medio ambiente y el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales, a objeto de garantizar la satisfacción de las necesidades de la presente y futuras generaciones.

Este factor puede parecer que en principio sólo afectan a las empresas de sectores muy específicos, pero en realidad es todo lo contrario. Nos interesa estar al tanto no sólo sobre los posibles cambios normativos referidos a la ecología, sino también en cuanto a la conciencia social de este movimiento.

2.1.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO INMEDIATO DEL NEGOCIO (Fuerzas de Porter)

2.1.2.1. Consumidores

El poder de negociación de los clientes se presenta en el entorno del mercado, cuando las personas que demandan el servicio ofrecido por una empresa, requieren que las empresas tengan mejores condiciones de calidad y de precio principalmente. En este caso del emprendimiento, al ser la única empresa que brinda este tipo de servicio, se tiene la posibilidad de manejar especialmente los precios a favor nuestro ya que por el momento no existen otras opciones para los clientes en la ciudad de Tarija.

Nuestro negocio estará enfocado en familias que poseen al menos una mascota canina en su hogar y que realicen viajes por motivos profesionales, negocio, trabajo, vacaciones durante el año. Otro tipo de clientes son aquellos que dejarán a sus mascotas caninas de manera esporádica en caso de una necesidad absoluta e imprevista.

2.1.2.2. Competidores Actuales

No existen empresas que presten un servicio de guardería canina como el que se pretende con este emprendimiento, cuando existe un servicio que goza de poca diferenciación, entonces la rivalidad aumenta.

El emprendimiento de este negocio (guardería canina) es nuevo en la ciudad de Tarija, por lo tanto, no existen competidores que brinden un servicio de estas características. Actualmente las únicas instituciones que realizan el cuidado de mascotas, pero con el fin de atención médica son las veterinarias que de a poco van implementando más actividades en su rubro actual, como ventas de alimento, accesorios para mascotas, peluquería.

Sin embargo, puede existir la posibilidad de que aparezcan nuevas empresas que se dediquen a prestar el servicio de guardería u hoteles para mascotas porque existe una tendencia de copiar o mejorar los emprendimientos nuevos e innovadores que surgen en la actualidad, del cual siempre hay que estar preparado de las nuevas competencias que se presenten en el rubro.

2.1.2.3. Productos Sustitutos

En Tarija existía un servicio similar en la Zona San Blas, el mismo era considerado un “hotel de mascotas”, donde se dejaba a la mascota para que reciba todos los cuidados necesarios, sin embargo los dueños vieron que los tenían en jaulas y espacios muy reducidos, incómodos y poco apropiados, este servicio no cumplía con las condiciones necesarias que requiere un animal, actualmente existen veterinarias donde prestan servicios similares relativamente mejor a los que se mencionó anteriormente, pero no deja de ser precario ya que no cumple con todos los requisitos, por lo cual puede considerarse una alternativa sustituta a los servicios que ofrecemos.

2.1.2.4. Proveedores

El principal proveedor es ALVEZA S.R.L que está ubicada en el Barrio Lourdes, que se encarga de la elaboración de alimentos para animales, del cual se adquirirá los alimentos adecuados y necesarios de canes a precios más económicos que favorezca al emprendimiento reduciendo algunos costos.

MATRIZ DEL MICRO ENTORNO

Fuerzas de Porter	Bajo	Moderado	alto
Amenaza de nuevos competidores			X

Capacidad negociadora de los proveedores		X	
Capacidad negociadora de los clientes	X		
Amenaza de sustitutos		X	

FUENTE: elaboración propia

El servicio de guardería para canes no existe actualmente en la ciudad de Tarija, pero si hay opciones de sustitutos, que son algunas veterinarias que brindan un servicio similar, sin embargo, tras el análisis de las fuerzas de Porter, debemos tomar atención a los nuevos competidores que puedan surgir, porque actualmente los nuevos emprendimientos que se lanza al mercado existe una posibilidad alta de que se imite y el grado de competencia va en ascenso cada año. Se identifica que efectivamente existe una oportunidad latente, gracias a la idea de ofrecer un servicio distinto e innovador, y con el correcto estudio, vemos que el poder de los clientes que hagan uso del servicio no significará un gran problema, y que las ventajas sobre las otras fuerzas nos dan una buena oportunidad de éxito.

2.1.3. ANÁLISIS F.O.R.D. INDUSTRIA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Investigación y planificación adecuada. ✓ Concentración de los servicios de guardería, alimentación, adiestramiento y veterinaria en el mismo lugar. ✓ Apoyo alas nuevos emprendimientos por parte de instituciones. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aún no existe una idea de negocio que preste estos servicios en la ciudad de Tarija ✓ Crecimiento de la demanda ✓ Beneficio al público en general que cuente con una mascota

✓ Diversificación de servicios.	✓ Fácil acceso a la tecnología (páginas de internet, aplicaciones.)
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Nuevos en el mercado de servicios de guardería canina ✓ Recursos limitados ✓ Falta de habilidades o experiencia en el rubro 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Se puede instalar una competencia directa por ser un negocio nuevo y novedoso ✓ Veterinarias pueden copiar el valor agregado (adiestramiento, servicio de guardería) ✓ Economía cambiante (emergencia sanitaria "COVID-19") ✓ Inestabilidad política (cambios de gobierno)

2.2. NATURALEZA DEL NEGOCIO

2.2.1. JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

2.2.1.1. Nombre de la Empresa

-AMIGO CANINO S.R.L.

2.2.1.2. Tipo de Empresa

-Sociedad de Responsabilidad Limitada

2.2.1.3. Ubicación

Este nuevo emprendimiento “AMIGO CANINO S.R.L.” se pretende implementar en el Departamento de Tarija, Provincia Cercado, en la Ciudad de Tarija específicamente en el barrio Aniceto Arce entre las calles Bautista Saavedra y calle Hugo Banzer.

IMAGEN N° 4: UBICACIÓN



Tamaño

La empresa se puede clasificar de la siguiente manera:

- Según su magnitud: Micro Empresa
- Según su actividad: Empresa de servicios
- Según su origen de capital: Empresa privada

Por la clasificación que se presenta anteriormente es conveniente para la empresa que su forma jurídica sea una Sociedad de Responsabilidad Limitada S.R.L. ya que se puede llegar a constituir con un mínimo de dos socios y a la vez estos responden hasta el monto de sus aportes.

Esta sociedad es la más adecuada por el motivo de que al presentar este plan de negocios a la comunidad, la mayoría de los pobladores deseen emprender con el negocio, realizando todos los pasos para así constituirlo como una persona jurídica.

CAPÍTULO III.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

III. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Es una técnica que permite recopilar datos, de cualquier aspecto que se desee conocer para, posteriormente, interpretarlos y hacer uso de ellos.

“La investigación de mercados es la identificación, acopio, análisis y difusión y aprovechamiento sistemático y objetivo de la información con el fin de mejorar la toma de decisiones relacionada con la identificación y la solución de los problemas y las oportunidades de marketing” (Malhotra)

Sirven al empresario o emprendedor para realizar una adecuada toma de decisiones y lograr la satisfacción de sus clientes.

3.1. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

3.1.1 Objetivo general

- ✓ Identificar los intereses más relevantes de los clientes potenciales y sus características demográficas y psicográficas que permitirá la puesta en marcha del servicio de guardería canina en la ciudad de Tarija-Provincia Cercado.

3.1.2. Objetivos específicos

- ✓ Identificar el nivel y el grado de preferencia que tienen las familias hacia el servicio de guardería canina.
- ✓ Determinar la importancia de los atributos que prefieren las familias con mascotas al momento de contratar un servicio de guardería canina.
- ✓ Desarrollar alternativas de servicios con la finalidad de mejorar la calidad de atención a nuestros clientes.
- ✓ Analizar el comportamiento del consumidor en las redes sociales más frecuentes.

3.2. MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Técnicas cuantitativas:

- **Muestreo:** esta técnica nos permite obtener el número exacto de cuestionarios que se deberá llevar a cabo, para levantar información.
- **Cuestionarios:** al momento de conocer el número de cuestionarios a aplicar, se continuará con el levantamiento de información con preguntas que están dirigidas a cumplir con los objetivos de esta parte de la investigación.

Técnicas cualitativas:

- **Observación:** se realizará una observación directa que permitirá conocer el comportamiento del consumidor de forma más específica a la hora de adquirir un producto o en este caso servicio.
- **Entrevistas:** se recurrirá a sociedades protectoras de animales para recabar información de fuentes confiables como ser SPAT, activista Sr. Gonzalo Torrez Terzo presidente de la sociedad protectora de animales de Tarija ya que éstas personas tienen un conocimiento más profundo acerca de los cuidados, formas y tratos primordiales o básicos que debería tener una mascota.

3.2.3. Determinación de la Población

La población a la cual se aplicará la encuesta son familias que tienen al menos una mascota, de ingresos medios y altos, que residen en la ciudad de Tarija.

Actualmente existen 45185 familias.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

3.2.4. Determinación de la muestra

Se aplicará el Muestreo Aleatorio Simple (MAS) ya que es el más adecuado para realizar el estudio. Con un Nivel de confianza de 95% y un grado de error de 0,5% en la fórmula de la muestra

3.2.5. Población estimada para el estudio

Según la información recolectada del INE existen 45185 familias del cual el 85% poseen al menos una mascota canina en su casa.

$$N: 45185 * 85\% = 38407,25$$

$$N = 38407$$

Fuente: Elaboración propia

Selección de la muestra

N: Población de estudio (Familias que poseen al menos una mascota)

P: Probabilidad de éxito.

Q: Probabilidad de fracaso

e: El margen de error

$$n = \frac{z^2 NPQ}{e^2(N - 1) + z^2 PQ}$$

Datos:

N: 38407

P: 0,50

Q: 0,50

Z: 0,95

e: 0,05

$$n = \frac{(0,95)^2 * 38407 * 0,50 * 0,50}{(0,05)^2 * (38407 - 1) + (0,95)^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = 90$$

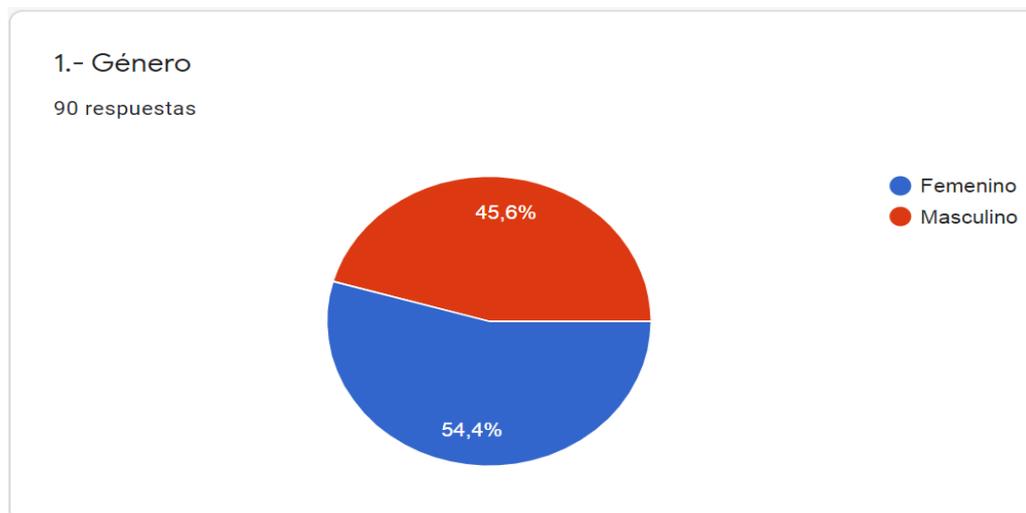
3.3 INSTRUMENTO

Se elaboró una encuesta con el fin de recabar información sobre los hábitos de los clientes relacionados con el servicio ofrecido, este tipo de sondeo nos permitirá saber cuál es la demanda sobre el servicio o las características que las familias con mascotas esperan del mismo.

La encuesta fue elaborada a través de formulario Google Drive.

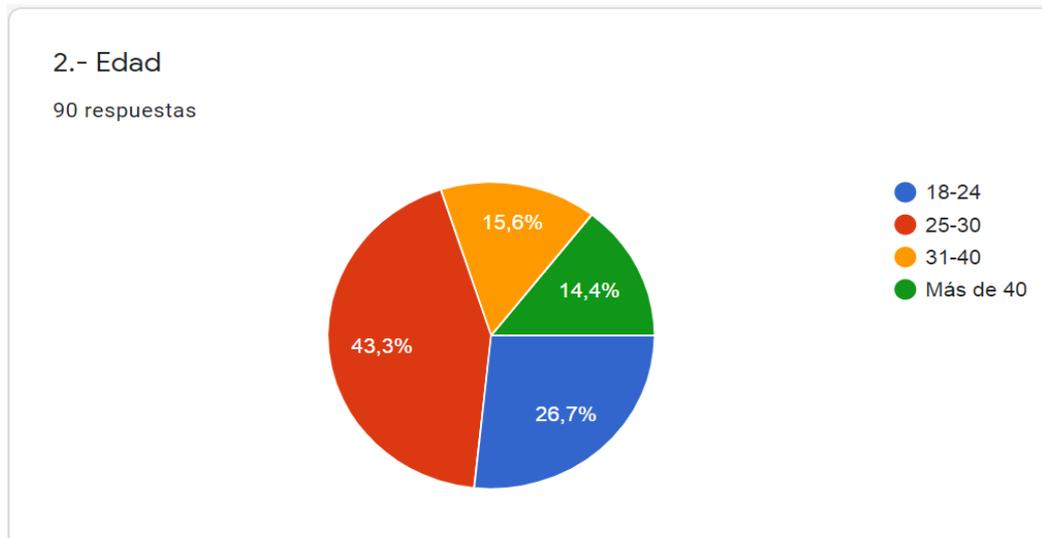
3.3.1. Presentación y Análisis de Resultados

GRÁFICO N° 1



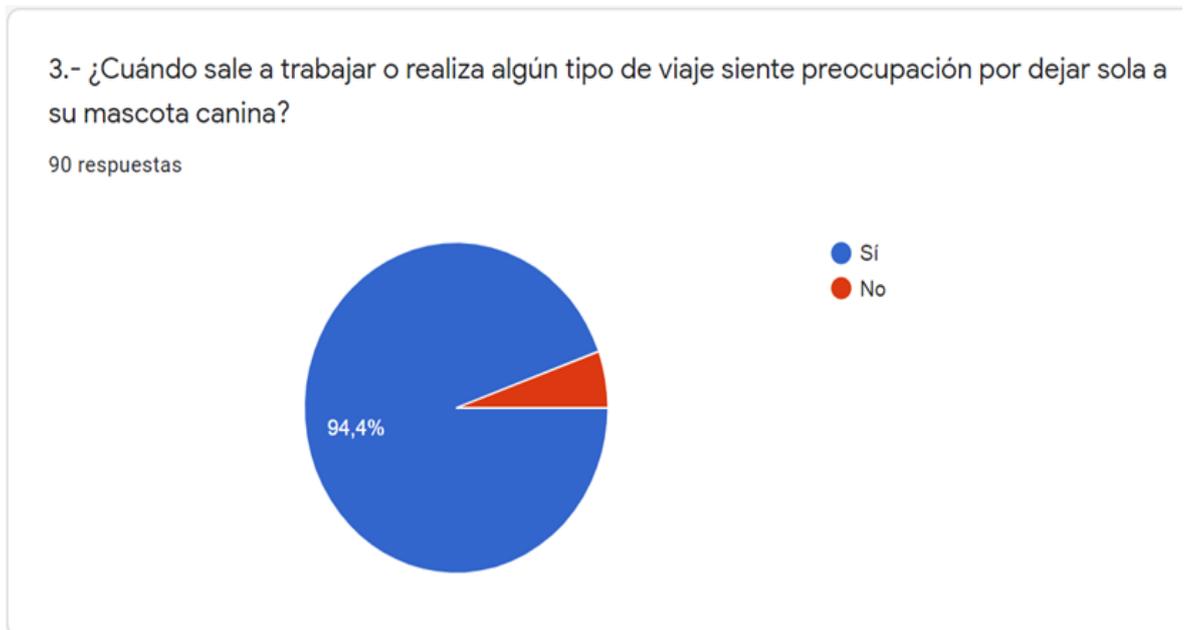
Respuesta a la pregunta 1.- Las 90 encuesta aplicadas a la muestra poblacional tuvieron la siguiente respuesta, por parte de la población femenina un 54,4% y se registró un 45,6% por parte de la población masculina.

GRÁFICO N° 2



Respuesta a la pregunta 2.- La mayoría de las personas encuestadas se encuentran en un rango de edad de 25 a 30 años, siendo este el 43,3% y las personas mayores de 40 años son la minoría con el 14,4%.

GRÁFICO N° 3

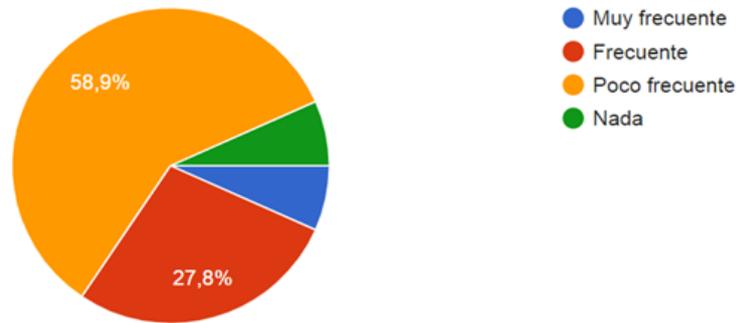


Respuesta de la pregunta 3.- El 94,4% de los encuestados siente gran preocupación por dejar sola a su mascota y un 5,6% no lo siente de esa manera.

GRAFICO N° 4

4.- ¿Con qué frecuencia acostumbra a viajar durante el año? (En caso de no haber la Pandemia-Covid19)

90 respuestas

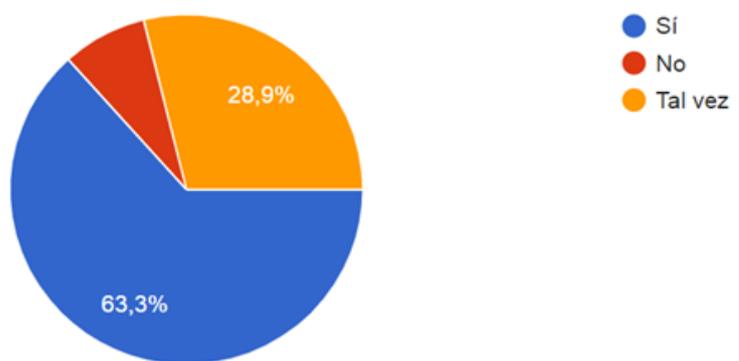


Respuesta a la pregunta 4.- Se puede observar que un 58,9% de la población viaja con poca frecuencia, el 27,8% viaja frecuentemente y un 6,7% la minoría viaja muy frecuentemente.

GRÁFICO N° 5

5.- ¿Dejaría al cuidado de familiares o amigos su mascota canina?

90 respuestas

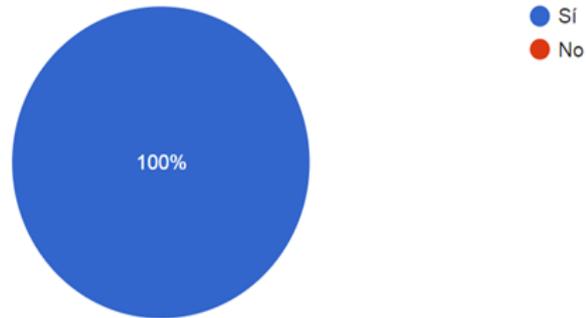


Respuesta a la pregunta 5.- De las encuestas realizadas un 63,3% están de acuerdo en dejar a su mascota con familiares, un 28,9% está indeciso y el 7,8% no lo haría.

GRÁFICO N° 6

6.- ¿Le gustaría que exista en la ciudad de Tarija un lugar donde brinden los servicios de guardería, alimentación, adiestramiento y veterinaria para mascotas caninas?

90 respuestas

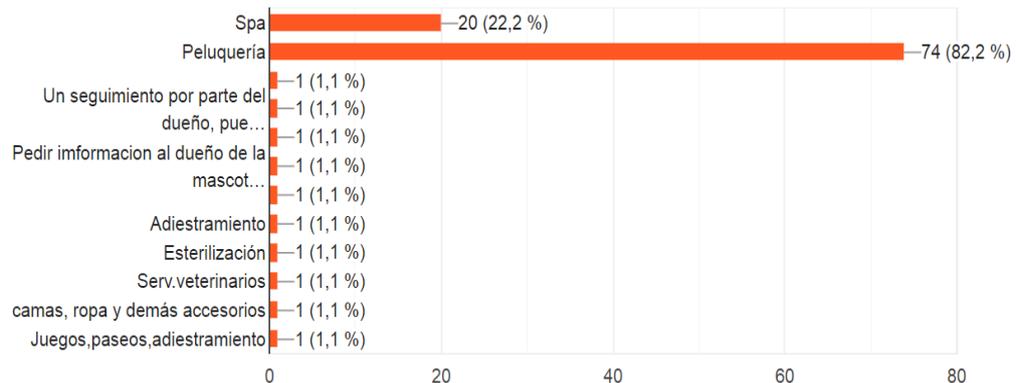


Respuesta a la Pregunta 6.- En esta pregunta se observa una total aceptación de la población de implementar el Servicio de guardería canina en la ciudad de Tarija.

GRAFICO N° 7

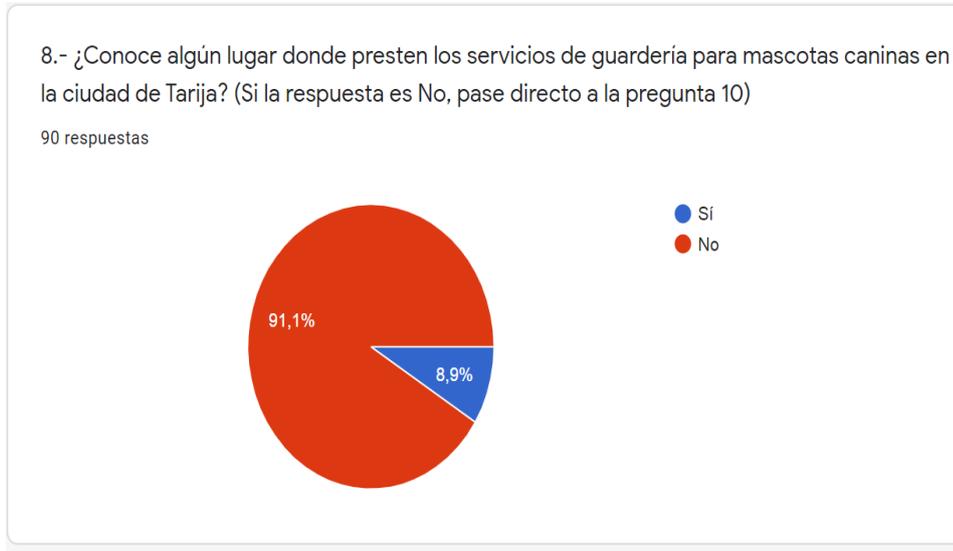
7.- ¿Qué sugiere adicionar a los servicios que le ofrece la guardería canina?

90 respuestas



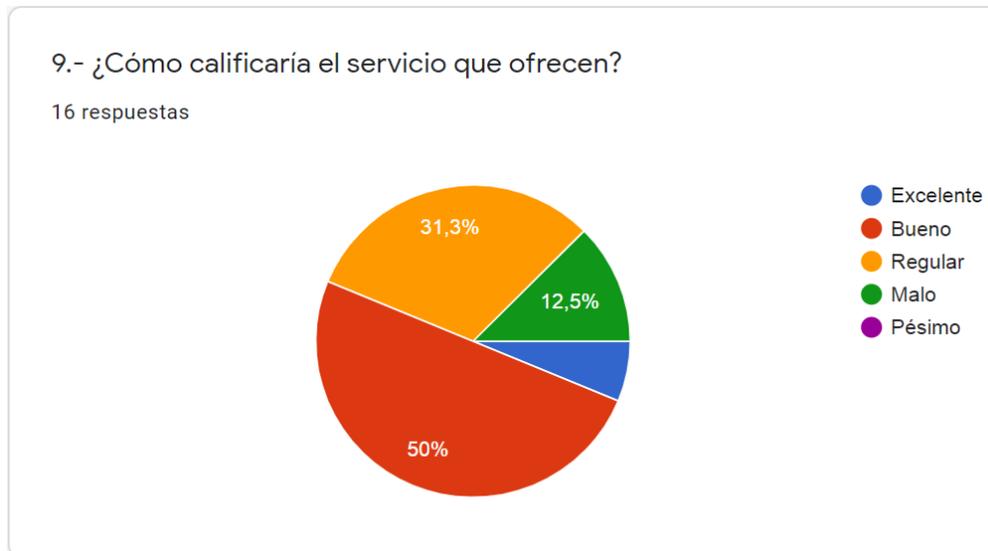
Respuesta a la Pregunta 7.- Se obtuvo un gran porcentaje para la implementación del servicio de peluquería con un 82,2%, un 22,2% para spa y tan solo 1,1% recomienda un servicio adicional.

GRÁFICO N° 8



Respuesta a la Pregunta 8.- Se pudo comprobar con las encuestas que el 91,1% de los encuestados desconocen que existan lugares que brinden este servicio, y el 8,9% conoce algún lugar donde realicen dicho servicio.

GRÁFICO N° 9

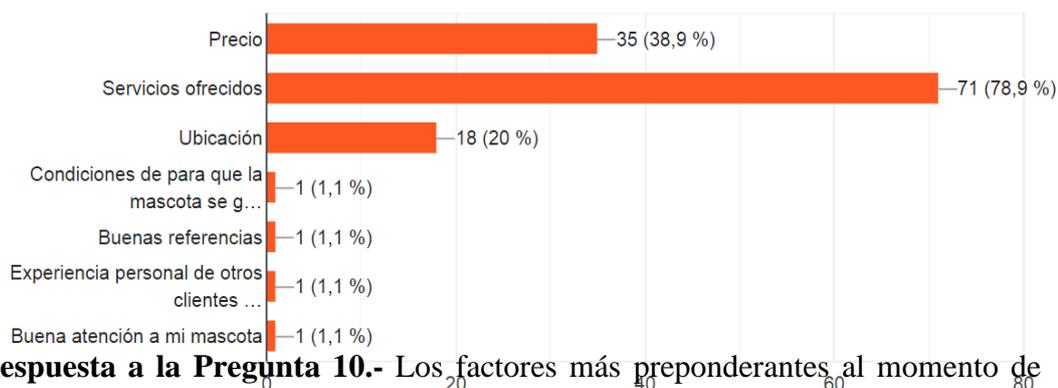


Respuesta a la Pregunta 9.- En la encuesta realizada se registró un 50% que opinan que es un buen servicio, un 31,3% regular, 12,5% malo y 6,2% pésimo servicio.

GRÁFICO N° 10

10.- ¿Si contrataría los servicios de una guardería canina en qué se basa para elegir este servicio?

90 respuestas

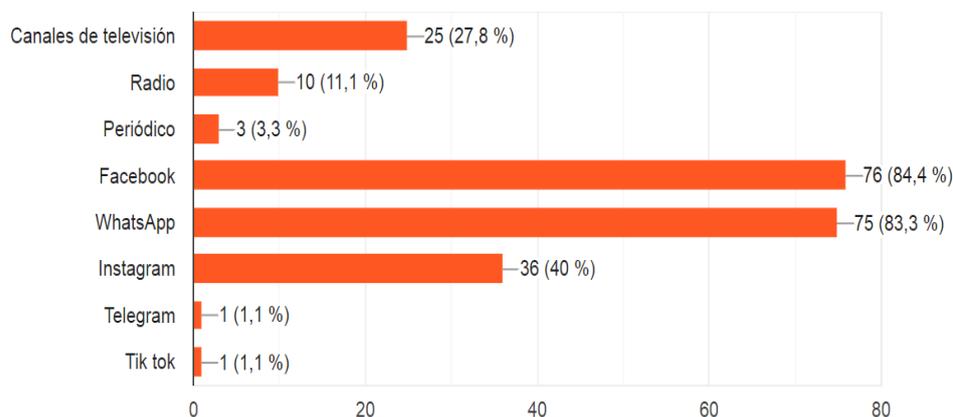


Respuesta a la Pregunta 10.- Los factores más preponderantes al momento de decidir sobre la contratación del servicio de una guardería canina son tres, siendo más relevante el factor de servicios ofrecidos con un 78,9%, el precio con un 38,9% y un escalón más abajo se encuentra la ubicación con un 20%.

GRÁFICO N° 11

11.- ¿Qué medios de comunicación y/o redes sociales utiliza con mayor frecuencia?

90 respuestas



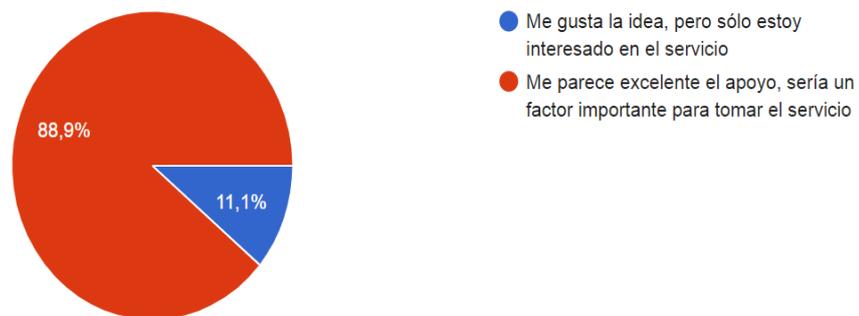
Respuesta a la Pregunta 11.- Los medios de difusión con mayor preferencia según las encuestas son las redes sociales como ser Facebook 84,4%, WhatsApp 83,3% e Instagram 40%, mientras que la televisión sólo alcanzó un 27,8%. Se recomienda

dar a conocer nuestro servicio por las redes sociales más utilizadas que son Facebook y WhatsApp.

GRÁFICO N° 12

12.- ¿Qué piensa acerca de tomar un servicio de cuidado temporal de su mascota y que una parte de su pago sirva para apoyar a las Asociaciones Protectoras de Animales y el cuidado de perros abandonados?

90 respuestas

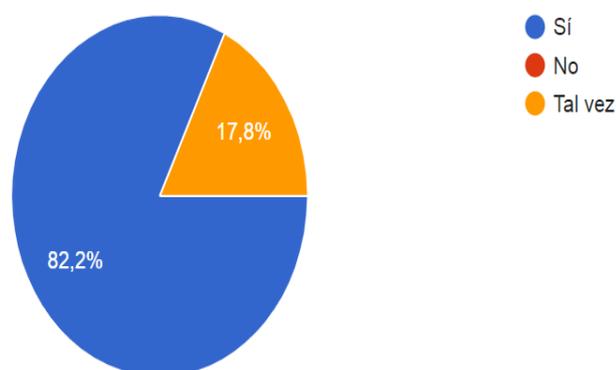


Respuesta a la Pregunta 12.- En la encuesta realizada se pudo notar que un 88,9% de las personas muestran gran interés en que el dinero que paguen por el servicio un porcentaje sea destinado para apoyar a las sociedades protectoras de animales y un 11,1% sólo buscan el servicio de guardería canina.

GRÁFICO N° 13

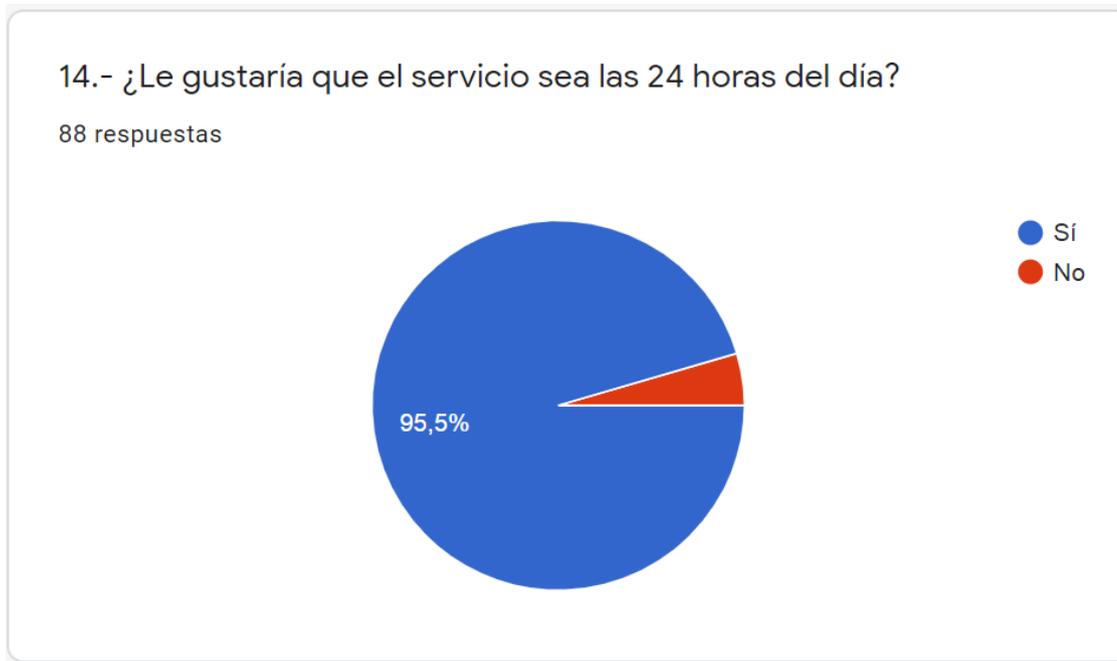
13.- ¿Recomendaría este servicio de guardería canina a familiares, amigos o conocidos?

90 respuestas



Respuesta a la Pregunta 13.- El 82,2% recomendaría el servicio de guardería canina y el 17,8% tiene dudas. Estos resultados nos demuestran que existe una gran aceptación para introducir este tipo de servicio al mercado.

GRÁFICO N° 14

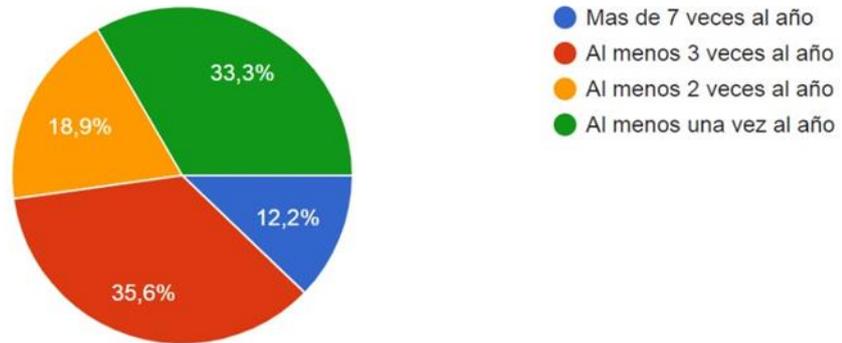


Respuesta a la Pregunta 14.- El 95,5% de los encuestados le gustaría que el servicio se brinde las 24 horas del día y el 4,5% responde no. Se recomienda que el servicio pueda estar disponible todo el día.

GRÁFICO N° 15

15.- ¿Cuántas veces al año toda su familia realiza un viaje donde no puede llevar consigo a su canino?

90 respuestas



Respuesta a la pregunta 15.- El 35,6% realiza al menos 3 veces al año un viaje donde no puede llevar consigo a su canino, el 33,3% al menos una vez al año, el 18,9% al menos 2 veces al año y la minoría en un 12,2% más de 7 veces al año.

3.3.2. Conclusiones de la investigación de mercados.

- Los atributos que se consideran más importantes al momento de contratar un servicio de guardería canina son los servicios ofrecidos que asciende a 79% y el precio en un 39%. Así mismo un 82,2% sugiere adicionar el servicio de peluquería.
- Las redes sociales más utilizadas en la actualidad por los dueños de mascotas caninas son Facebook en un 84,4%, WhatsApp 83,3% y los medios de comunicación como ser canales de televisión en un 27,8%; concluimos que las redes sociales como Facebook y WhatsApp son los medios a considerar para dar a conocer y posicionar nuestro servicio.
- El 88,9% considera una buena iniciativa que parte del dinero cancelado por el servicio de guardería sirva para apoyar a las sociedades protectoras de animales, lo cual es un factor determinante al momento de requerir los servicios.
- Existe una aceptación total para poner en marcha una empresa que brinde los servicios de guardería canina en la ciudad de Tarija.

CAPÍTULO IV.

PLAN DE MARKETING

IV. PLAN DE MARKETING

4. PLAN DE MARKETING

En este capítulo se establecerá el segmento de mercado, el público objetivo al que se pretende llegar, el posicionamiento que la empresa quiere lograr y las estrategias de marketing tanto de servicio, precio, plaza y promoción.

PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL

✓ **Misión:**

- Somos una empresa dedicada al servicio de guardería canina con el fin de satisfacer las necesidades y superar las expectativas de nuestros usuarios generando un valor para nuestros empleados y clientes.

✓ **Visión:**

- Ser una empresa reconocida en la ciudad de Tarija que se desarrolle de forma confiable, siendo los mejores para nuestros clientes, brindando servicios garantizados de manera profesional y responsable.

✓ **Valores:**

- **Honestidad.** La honestidad empresarial tiene que ver con comunicaciones transparentes, actitudes honradas frente a nuestro cliente y a los miembros de la empresa. Se promueve la verdad como una herramienta elemental para generar confianza y credibilidad en la empresa.
- **Trabajo en equipo.** Apoyamos la labor en conjunto, desarrollando nuestras actividades confiando en la profesionalidad de los demás miembros de la empresa para obtener mejores resultados.
- **Calidad.** Es fácil y usual prometer calidad, pero comprometerse con ella significa insistir en los procesos hasta que el servicio a brindar sea el mejor posible, es decir, no conformarse con menos.

- **Innovación.** Desarrollar permanentes mejoras en los servicios para los clientes, así como lograr oportunidades de crecimiento y fidelidad en la empresa.
- **Responsabilidad.** Se puede apreciar a partir de la puntualidad, la disciplina, el cumplimiento de las labores asignadas, la integridad y la sinceridad entre todos aquellos que trabajan en una misma empresa. Se pretende establecer contribuciones se pueden ser en beneficio de la sociedad, la comunidad y el medio ambiente.

➤ **Objetivos Estratégicos de la empresa**

Los Objetivos estratégicos son las metas y estrategias planteadas por la organización; es decir son los resultados que la empresa espera alcanzar de acuerdo al desarrollo de su misión y visión.

➤ **Objetivo estratégico general de la empresa**

- ❖ Proyectar una imagen positiva y sólida, por medio de su personal capacitado y de sus instalaciones adecuadas, obteniendo una ventaja diferenciadora en relación a la posible competencia que puedan surgir.

➤ **Objetivos estratégicos específicos**

- ❖ Ofrecer servicios de guardería canina con personal calificado que cumpla con necesidades y expectativas de los clientes
- ❖ Incentivar al personal con el que cuenta la empresa, generando un ambiente de trabajo favorable.
- ❖ Conocer las necesidades y requerimientos que tiene el cliente con respecto a los servicios y/o productos a ofrecer.

SEGMENTOS DE MERCADO

En nuestro plan de negocio se dirigió el estudio a familias que poseen al menos una mascota canina y al momento de ausentarse de su hogar ya sea por trabajo o viaje que se presente no tienen el tiempo requerido para atender y cuidar a su mascota como quisieran.

✓ **Segmento geográfico**

Departamento de Tarija-Provincia Cercado que residen en la ciudad de Tarija área urbana.

✓ **Segmento demográfico**

Edad: 25 años a más

Estado: Soltero, Casado

Sexo: Hombre y Mujer

Ingreso: Con ingresos medios y altos

Ocupación: Trabajador

Nacionalidad: Boliviana

✓ **Segmento Psicográfico**

Clase social: Media, Alta

4.1 MEZCLA DE MARKETING

Se analizará el conjunto de variables de marketing que prepara una empresa para producir un efecto que se desea en los clientes. Las variables a considerar son las 4 P: Producto o Servicio, Precio, Plaza y Promoción

4.1.1. Servicio

4.1.1.1 Descripción del servicio

La guardería canina es una empresa que ofrecerá diferentes servicios para la recreación, entrenamiento, alimentación, veterinaria y cuidado de los perros. Este lugar pretende brindar un espacio amplio y divertido, para que todos los perros

puedan distraerse y socializarse con los demás perros que se encuentren también allí.

- Especificaciones y Características

Como servicio se ofrecerá:

Alimentación: Se les proveerá de alimentos de acuerdo a su organismo según receta de veterinario, cada raza de perro necesita una alimentación distinta, esto se llevará a cabo de acuerdo a su raza y denominación.

Recreación: En esta zona los perros encontrarán un lugar en el cual podrán jugar y socializar con otros perros tomando en cuenta los tamaños y razas de canes, por el motivo de que algunos canes son más territoriales que otros. Tendrán diferentes juguetes a su disposición y habrá un recreacionista que los dirija y acompañe en todo momento.

Entrenamiento Didáctico: En esta área se brindarán diferentes juegos donde el perro interactúe con ellos y obtenga a cambio un incentivo para seguir aprendiendo. Además, habrá un entrenador que los guíe en su proceso y esté al tanto de ellos.

Veterinaria: se contará con un veterinario especializado que en caso de emergencia pueda atender a los canes (el pago no incluye medicinas, vacunas ni costo de operaciones).

Guardería: Se prestará el servicio de cuidado de los perros en un lugar adecuado para ellos, con suficientes comodidades por el tiempo que el dueño requiera adquirir el servicio.

Para garantizar la calidad del servicio y conseguir que los clientes confíen en el desempeño de los mismos dejando al cuidado su perro, el personal será elegido bajo criterios de buenos méritos académicos y experiencia en el sector, también por su demostrado amor a este tipo de mascota, los productos que se utilizarán serán de excelente calidad y de acuerdo a la raza y la edad del canino.

4.1.1.2. Marca

“AMIGO CANINO” es el nombre comercial con el cual se ofrecerá nuestro servicio, con esta denominación se pretende lograr el reconocimiento y fidelidad de los clientes potenciales.

4.1.1.3. Logo



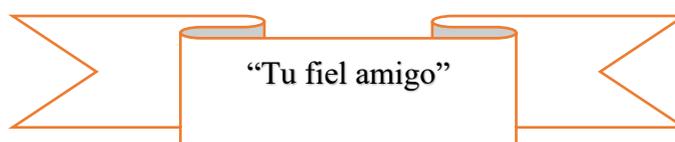
El logo “AMIGO CANINO” se escogió ya que la empresa es una guardería canina, el cual representa que un can es el mejor amigo del hombre incondicionalmente y los servicios a brindar son los de cuidado, alimentación, adiestramiento y veterinaria.

En el logo de igual manera se puede apreciar caninos alegres, al rededor un hueso y en su interior unas huellitas que representan un lugar acogedor y cómodo.

En cuanto al color de las iniciales “a” y “c”.

Azul: Expresan, libertad, lealtad, armonía, fidelidad, seriedad y verdad.

4.1.1.4. Eslogan



El diseño del slogan representa la importancia que tiene un mejor amigo, para las personas, busca captar la atención inconscientemente de nuestros clientes, para que puedan darle a su mascota canina todo lo que se merece.

4.1.2. Precio

Para el desarrollo de servicio se realizará un sondeo específico de cuánto estarían dispuesto a pagar por el servicio. Por este motivo el precio del servicio se determinará en el plan financiero, para obtener con más exactitud precios justos y razonables para determinar el monto a pagar, en nuestra investigación de mercados las personas o clientes potenciales no tienen conocimiento acerca del servicio de guardería ya que es nuevo en la ciudad, y será un dato importante para nuestro mercado potencial.

4.1.3. Plaza

Canal de comercialización: será comercialización local, considerando que es un servicio nuevo y deseamos establecernos primero a este nivel. Las características de los clientes a los que va a ir dirigido el negocio son familias que tienen canes en su hogar, que tengan una capacidad económica media y alta, suficiente como para ocuparse de las necesidades de sus mascotas al momento de ausentarse de casa.

Identificación del canal óptimo

Dentro de la guardería canina “Amigo Canino R.S.L.” se ofrece un servicio en contacto directo con el cliente ya que su venta es directa de persona a mascota, por cuanto los consumidores del servicio en este caso los dueños traen a su mascota para satisfacer sus necesidades.

Gráfico: Canal de distribución





Fuente: Elaboración propia

4.1.4. Promoción

Se aplicará la estrategia de **marketing digital**

Primeramente, se creará una página web profesional, el cual debe cumplir con ciertas características técnicas y estrategias para que realmente ayuden a promover el emprendimiento de manera efectiva.

La página debe ser compatible con dispositivos móviles (teléfono móvil) y que el diseño esté centrado en atender las necesidades del cliente de forma rápida y sencilla.

El costo para la creación de dicha página es de **500bs** al año.

-Servicios básicos que requiere la página web profesional:

1. Registro de dominio o dirección (*www.guarderiacaninatja.com*)
2. Renta de hospedaje o espacio en internet
3. Software o plataforma para crear y administrar el contenido del sitio web

-Secciones de la página

- ✓ **Servicios / productos** (de la empresa y una descripción detallada de éstos).

- ✓ **Portafolio / galería de fotos.** (imágenes de los trabajos o servicios, del local, experiencia).
- ✓ **Información sobre el servicio** (historia, misión y visión. Esto es importante para generar confianza a los clientes potenciales).
- ✓ **Información de contacto** (teléfonos, correo electrónico, enlace a redes sociales, un formulario electrónico de contacto. Es importante facilitar medios a tus prospectos para que se comuniquen con la empresa).

También se podrá habilitar una opción en nuestra página, para que el cliente pueda realizar el pago de los servicios ofrecidos a cuentas de banco mediante tarjetas electrónicas (crédito y débito).

Se utilizará las redes sociales como medio ya que son los más utilizados en la actualidad, entre estas tenemos Facebook y WhatsApp, las cuales sirven como una herramienta de publicidad alternativa para dar a conocer e incentivar la contratación del nuevo servicio.

Este medio ofrece posibilidades de interacción, la creación de un perfil de negocio en la red social que tiene costo nulo. Por esta razón se creará una página de Facebook dando a conocer todos los servicios de la guardería con el nombre de la marca respectiva. La clave para obtener resultados positivos es darle un espacio y tiempo dedicado para publicar continuamente contenidos de ayuda para tener seguidores y crear una comunidad alrededor de tu marca.

-También se implementará **directorios en línea:** son muy útiles para aquellos negocios que atienden a sus clientes a ciertos kilómetros a la redonda.

Un ejemplo de un directorio, es el servicio de mapas de Google que además de darnos direcciones, su principal función es mostrar la lista de negocios en los alrededores, es decir, un directorio de negocios.

Este servicio se llama **Google My Business** y se puede publicar el negocio gratuitamente.

Es importante publicar el negocio en los directorios online de la localidad y monitorear, ya que es muy común que los clientes pongan sus reseñas y calificaciones del negocio.

CAPÍTULO V.
PLAN DE OPERACIONES

V. PLAN DE OPERACIONES

La guardería “Amigo Canino” prestará un servicio de Calidad para los canes, el cual estará determinado por una serie de actividades o procesos específicos, que se realizan de manera secuencial y cronológica para dar mayor optimización de éstos, los cuales se describen a continuación:

El proceso comienza cuando el cliente se siente atraído por la guardería y toma la decisión de ingresar para conocer más a fondo las instalaciones y los servicios prestados para las mascotas. En el momento en que el cliente ingresa, un asesor estará disponible para responder todas las preguntas posibles y describir en qué consisten los servicios a brindar, los planes y actividades que se tienen preparadas, además de mostrar las instalaciones en las cuales se va a encontrar la mascota en caso que decida adquirir el servicio. (el recorrido a las instalaciones no es obligatorio, sólo se realizará si el cliente desea conocer las instalaciones).

La persona encargada de la calidad de la prestación del servicio, siempre estará supervisando el estado en el que se encuentran los canes, y que el servicio se preste de la mejor manera posible de acuerdo a las políticas de servicio establecidas, ya que nuestro principal fin es brindar el mejor servicio, teniendo en cuenta cada una de las necesidades percibidas de los clientes. En este caso el encargado tomará medidas de mejora si algo se presenta de manera no acordada por la empresa. Después de haber prestado el servicio de forma satisfactoria, la mascota saldrá del lugar donde se brindó el servicio para ser entregada de manera muy segura y puntual a sus dueños y que ellos oportunamente califiquen el servicio prestado, siendo este satisfactorio o no.

5.1. OBJETIVOS DEL ÁREA DE OPERACIONES

- Desarrollar un servicio de calidad, con recursos humanos calificados que permita a las personas disponer de los servicios de acuerdo a necesidades requeridas.
- Desarrollar detalladamente el servicio de guardería, con la finalidad de mostrar todos los requerimientos necesarios para hacerlo viable.

5.2. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTA Y OFICINAS.

Una buena distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables con los escenarios óptimos de seguridad y bienestar para los trabajadores. Por lo tanto, es importante considerar todos los elementos necesarios para el desarrollo del proyecto como la maquinaria, equipo, personal, materia prima, etc. e identificar los espacios y recorridos que permitan que los materiales, las personas y en nuestro caso las mascotas se encuentren seguros y bien establecidos. Se debe aprovechar al máximo el espacio disponible, ya que constituye una gran inversión, por lo tanto, se planificará la distribución de las instalaciones, para luego determinar las adecuaciones necesarias.

Sala de espera. - El ambiente de esta área será acogedor y decorado con colores vivos y cuadros relacionados a los caninos, se dispondrá de un televisor para entretenimiento de los clientes, además se colocará revistas de temas varios y una variedad de catálogos que contengan modelos de los diferentes cortes de pelo para todas las razas de canino en caso que quieran contar con el servicio adicional de peluquería.

Recepción. – Ésta será un área destinada para la atención a los clientes, donde podrá solicitar la información requerida sobre los distintos servicios a ofrecer, la recepcionista será la persona encargada de tomar los turnos, llenar el registro de la mascota, en este lugar se realizarán los pagos de los servicios requeridos.

Área de limpieza. - El área de limpieza será el lugar donde se realice el proceso de limpieza de los caninos, si el cliente lo requiere, existirá un espacio específico donde se bañará a las mascotas. Tendrá el espacio suficiente para favorecer el trabajo y productividad del empleado encargado y garantizar las condiciones de seguridad tanto para el personal como para los caninos, tomando en cuenta que se atenderá perros de diferentes tamaños.

Área de estancia de las mascotas. - Ésta área será destinada para la colocación de espacios amplios donde se les pondrá a las mascotas, en caso de que tengan que esperar su turno y al final cuando ya estén listas y tengan que esperar que su amo los retire. También será para quienes se queden alojados ya sean por horas o días

disfrutarán de igual manera de un ambiente tranquilo y saludable que los haga sentir como si estuvieran en casa.

Servicios higiénicos. - Es necesario únicamente un servicio higiénico, el mismo que será tanto para el uso del personal como de los clientes.

IMAGEN N° 5: INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA



Elaboración propia

5.3. CAPACIDAD INSTALADA

Capacidad para albergar a 50 caninos cada uno en su cómoda habitación, se toma en cuenta el espacio disponible del terreno y la capacidad de atención por parte del encargado de mascotas y su asistente, el límite de canes para poder atenderlos de manera óptima y por igual es de 50, porque al sobrepasar este número se dificulta la atención de los caninos y automáticamente baja la calidad del servicio al no poder atender y controlar a todos como se debe.

Fuente: Información de apoyo brindada por el Activista Sr. Gonzalo Torrez Terzo

Servicio de cuidado para los caninos

- Guardería
- Alimentación
- Adiestramiento
- Veterinaria
- Peluquería

5.4. HIGIENE Y SEGURIDAD

El emprendimiento por ser un servicio para caninos debe existir un eficiente servicio de recolección de basura y desperdicios ya que todos los días se producirán desechos en especial el pelo y excremento de canes los mismos que no pueden ser almacenados y se deberán desechar diariamente para evitar algún tipo de infección y la emanación de malos olores. El personal encargado de realizar el trabajo contará con todos los materiales de limpieza y requerimientos necesarios para desempeñar el servicio de la mejor manera.

Todos los canes contarán con un espacio privado y amplio, que cumpla con los requerimientos necesarios, existirán espacios de recreación interactiva donde se puedan divertir, desestresar y relajar socializando tanto con los trabajadores expertos en animales como con los otros amigos de su misma especie o tamaño.

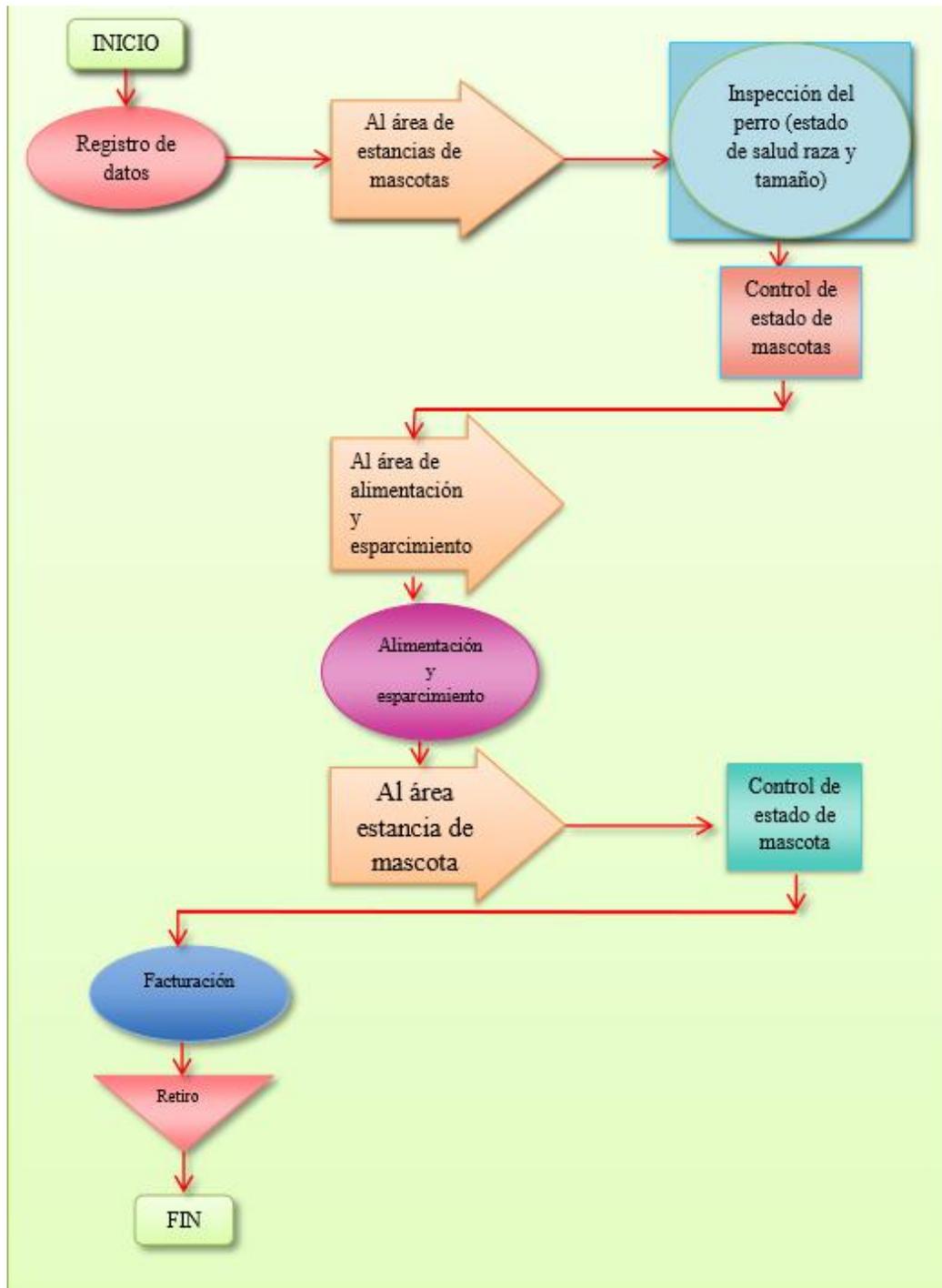
5.5. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE SERVICIO

5.5.1 Flujograma

Símbolo	Descripción
	Operación. Significa que se efectúa un cambio o transformación en algún componente del producto, ya sea por medios físicos, mecánicos o químicos.
	Transporte. Es la acción de movilizar de un sitio a otro algún elemento en determinada operación o hacia algún punto de almacenamiento o demora
	Demora. Se presenta generalmente cuando existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar turno para efectuar la actividad correspondiente.
	Almacenamiento. Tanto de materia prima, de producto en proceso o de producto terminado
	Inspección. Es la acción de controlar que se efectúe correctamente una operación, un transporte o verificar la calidad del producto.
	Operación combinada. Ocurre cuando se efectúan simultáneamente dos de las acciones mencionadas

FUENTE: smartdraw.com

Diagrama de flujo del proceso de guardería canina



5.5.2. Descripción del proceso del servicio

Servicio de Guardería.

El proceso comprende la recepción de la mascota, un requisito primordial es tener las vacunas y desparasitaciones completas con al menos 72 horas de anticipación antes de hospedarla. Al ingreso se solicitará carnet de vacunas, de no tenerlo está condicionada su aceptación como huésped.

El ingreso de la mascota es a partir de las 8:00 y el retiro máximo a las 18:00. Todo canino es ubicado en su canil para dormir a partir de esta hora, el retiro de la mascota será al siguiente día o en su defecto cuando el dueño considere conveniente hacerlo.

Registro de la mascota: Como primer procedimiento se llenará la ficha del canino, la misma contendrá datos del cliente: nombres, dirección, teléfono y datos de la mascota: nombre, raza, edad, sexo, color, peso, alergias, y si tiene algún tipo de cirugía o cualquier dato importante. Esto se lo hace en un promedio de 8 minutos. (ANEXO 7)

Recepción de la mascota: En esta etapa se recibe a la mascota y se la inspecciona para ver las condiciones en la que ingresa para obtener un diagnóstico del trato que requiere, el tamaño, la raza y necesidades del can sugeridas por su propietario. Éste proceso lleva alrededor de 10 minutos.

Ingresos a la guardería: Los canes machos, hembras y cachorros son ubicados por separado, en caso de que se conozca que la mascota está en celo o padece de una enfermedad que requiere cuidado especial y es obligación del dueño comunicar el estado de salud de su canino, proceso de duración máximo de 2 minutos.

Su mascota puede experimentar cambios de carácter por la ausencia de su dueño, como cuidadores y responsables de los canes 24 horas del día, se brindará el cariño y compañía necesarios, en caso de observar cambios en su conducta alimenticia y estado de ánimo se le informará al dueño telefónicamente.

Control de estado de mascotas: El encargado entrará al área de estancia de mascotas por un lapso de 5 minutos a verificar si los caninos se encuentran en buen estado y si tienen suficiente agua en los depósitos.

Ingreso al área de alimentación y esparcimiento: Se llevará al can al área de alimentación y esparcimiento para que éste se alimente y distraiga, este proceso tendrá una duración de 30 minutos, el proceso hará que la mascota se sienta como

en casa, luego de esta acción se devolverá a los canes al área de estancia de mascotas para que esperen la hora de su retiro.

5.6. INSTALACIONES Y EQUIPO

En los siguientes cuadros se desglosa la maquinaria y equipos que se requerirán para llevar a cabo un eficiente servicio, siendo éstos los factores más importantes de la empresa.

5.6.1. Muebles y Enseres

Para el funcionamiento de la empresa es importante contar con muebles y enseres, sus costos se describen a continuación.

CUADRO N° 1 MUEBLES Y ENSERES

N°	DETALLE	MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL
1	MOSTRADOR	PZA	1	1600	1600
2	ESCRITORIO DE GERENCIA	PZA	1	1800	1800
3	SILLA GIRATORIA	PZA	1	640	640
4	MOSTRADOR DE PARED	PZA	2	600	1200
5	MOSTRADOR DE PARED ANIMADO	PZA	6	200	1200
6	MOSTRADOR DE PARED ANIMADO	PZA	3	100	300
7	ESTANTE	PZA	1	700	700
8	MUEBLE CON CAJITAS	PZA	1	500	500
9	MESA PARA PELUQUERIA	PZA	2	2500	5000
10	MESA PARA PELUQUERIA	PZA	1	2800	2800
11	SILLAS	PZA	2	140	280
TOTAL INVERSION INICIAL					16020

5.6.2. Equipo de computación

El equipo de computación es necesario para un mejor rendimiento de la empresa, mismo que le servirá a la administración para registrar información y toda documentación de nuestros clientes y sus mascotas caninas.

CUADRO N° 2 EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

N	EQUIPO	P/U	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS
			Procesador Intel Core i3

1	PC ESCRITORIO	3200 bs	Memoria RAM de 4gb Mainboard DH 61 Disco Duro de 500gb DVD Writer Lector de memorias interno Monitor de 18,5" Samsung o LG Combo Case: mouse, parlantes y teclado
1	IMPRESORA LÁSER SAMSUNG ML4050N	1500 bs	Impresora de red Costo por hoja de 0,006 ctvs. 40 páginas por minuto Bandeja para 500 hojas inferior y superior de 100 hojas Ideal para imprimir o facturar formato ajustable a4 El tóner soporta 20.000 impresiones al 5% en económico El tóner carga 1 1/4 kilo de polvo (tóner) eso significa miles de impresiones Mejor elección para soluciones de impresión láser por costo
1	EQUIPO DE CELULAR	2800 bs	

5.6.3. Requerimiento de insumos

El requerimiento de insumos de la empresa es importante, para el uso del personal y las mascotas, se detalla una lista de los siguientes insumos que se utilizarán.

CUADRO N° 3 REQUERIMIENTO DE INSUMOS

IMPLEMENTOS DE LIMPIEZA					
N°	DETALLE	MEDIDA	CANTIDAD	P/U	TOTAL
1	CICATRIZANTE	LITRO	1	140	140
2	CHAMPÚ	10 LITROS	1	300	300
4	TOALLAS	PZA	10	100	1000
5	ALGODÓN	5 KILOS	1	1800	1800
6	BARBIJOS	CAJAS	1	40	40
7	GUANTES DESECHABLES	CAJAS	1	40	40
8	PERFUMES	LITRO	1	380	380
9	VARIOS	PZA	1	400	400
					0
					0
TOTAL					4100

5.6.4. Requerimiento de materiales

Las herramientas de trabajo son esenciales para poder brindar un servicio adecuado a las mascotas caninas, la empresa contará con las siguientes herramientas.

CUADRO N° 4 HERRAMIENTAS

N°	DETALLE	MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL
1	JAULA GRANDE METÁLICA	PZA	2	700	1400
2	JAULA MEDIANA METÁLICA	PZA	2	400	800
3	JAULA PEQUEÑA METÁLICA	PZA	2	300	600
4	CUCHILLAS DE CORTA PELO	PZA	15	350	5250
5	JAULA GRANDE PLÁSTICO	PZA	3	2500	7500
6	JAULA MEDIANA PLÁSTICO	PZA	3	250	750
7	JAULA PEQUEÑA PLÁSTICO	PZA	3	200	600
8	ENFRIADOR DE CUCHILLAS	PZA	1	150	150
9	PEINES Y CEPILLOS	PZA	5	100	500
10	CORTA UÑAS	PZA	3	100	300
11	RASTRILLOS	PZA	11	100	1100
12	BOSALES	PZA	1	120	120
		PZA	1	80	80
		PZA	1	50	50
		PZA	1	35	35
13	CORREAS	PZA	3	120	360
14	MANDILES	PZA	4	50	200
15	TIJERAS ESPECIALES	PZA	5	435	2175
16	TIJERAS COMUNES	PZA	12	70	840
17	PLATO GRANDE	PZA	12	30	360
18	PLATO MEDIANO	PZA	12	55	660
19	PLATO PEQUEÑO	PZA	6	30	180
20	PELOTAS DE CUERO	PZA	6	10	60
21	PELOTAS DE CUERO	PZA	3	15	45
22	ZAPATOS DE CUERO	PZA	6	10	60
23	ZAPATOS DE CUERO	PZA	12	15	180
24	PALETAS DE CUERO	PZA	15	10	150
25	PALE PINNIG	PZA	20	10	200
26	PALE PINNIG	PZA	20	15	300
27	HUESOS	PZA	20	10	200
28	TRIPEC	PZA	20	10	200
TOTAL INVERSIÓN INICIAL					25405

Ver anexo 8

CAPÍTULO VI.

PLAN DE RECURSOS HUMANOS

VI. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

6.1. OBJETIVOS DEL ÁREA DE LA ORGANIZACIÓN

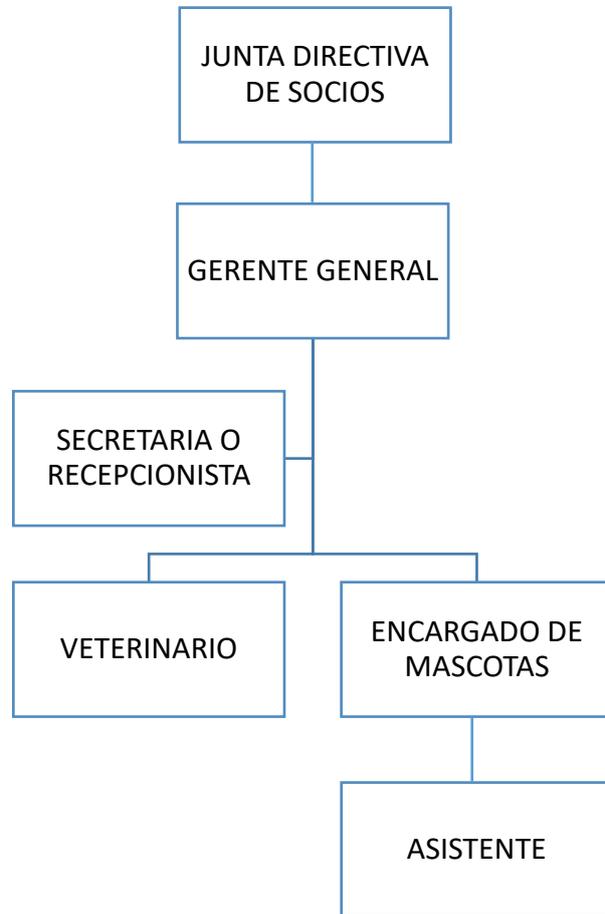
- Diseñar la estructura organizacional de “Amigo Canino S.R.L.”, estableciendo las áreas y las relaciones de coordinación entre las mismas.
- Contar con personal profesional que tenga el perfil más adecuado para ocupar los diferentes puestos y se genere valor en la empresa.

6.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Una estructura organizacional debe diseñarse para especificar quien realizará las tareas y quien será responsable de los resultados.

A través del organigrama, el cual es la representación sintética de la estructura organizacional, mostramos en forma diagramática sus unidades organizacionales sus relaciones, los canales de autoridad formal y los niveles jerárquicos que la constituirán.

6.2.1. ORGANIGRAMA



6.3. MANUAL DE FUNCIONES

Se describe cada uno de los puestos de organigrama que requiere la empresa para su funcionamiento.

	COD:	N.º de Hoja
	P.G.M.F – 0001/2020	1
MANUAL DE FUNCIONES		
I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO O CARGO		
Nombre del Puesto: Gerente General		
Nombre de la persona que ocupa el cargo:		
Numero de plaza: 1		
Clave: M.F.P.G. 55001		
Ubicación: 1º nivel toma de decisiones		
Tipo de contratación: Indefinido/Tiempo completo		
Ámbito de operación: Toda la organización		
II. RELACIONES DE AUTORIDAD		
Jefe inmediato: Junta de Socios		
Subordinado directo: Secretaria, Contador, Veterinario y Cuidador de mascotas		
III. FUNCIONES		
Función General: Encargado de la empresa, tomar decisiones, dirigir, gestionar, ver sus necesidades, controlar y supervisar las acciones de los subordinados.		
Funciones específicas: <ul style="list-style-type: none">• Controlar las operaciones de planeación, organización, dirección y control.• Administrar de forma eficiente y efectiva los recursos de la empresa• Contratar y evaluar al personal adecuado para la empresa.• Coordinar los programas de capacitación del personal.• Nombrar y remover al personal de la empresa cuando se requiera, así como informarles sus deberes y atribuciones.• Dirigir y supervisar la contabilidad de la empresa, así como velar por el mantenimiento y conservación de sus documentos.• Supervisar las tareas de los demás trabajadores.• Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de las leyes dentro del ámbito de la empresa.• Desarrollar estrategias para alcanzar los objetivos y metas propuestas.		
IV REQUISITOS DEL PUESTO		
Formación: Licenciatura en Administración de empresas y ramas afines		
Experiencia: En área de recursos humanos, área financiera, administrativa y marketing		

	COD:	N.º de Hoja
	P.G.M.F – 0002/2020	
MANUAL DE FUNCIONES		
I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO O CARGO		
Nombre del Puesto: Secretaria o recepcionista		
Nombre de la persona que ocupa el cargo:		
Numero de plaza: 1		
Clave: M.F.P.G. 55002		
Ubicación: 1º nivel (Staff)		
Tipo de contratación: Indefinido/Tiempo Completo		
Ámbito de operación: Área Administrativa		
II. RELACIONES DE AUTORIDAD		
Jefe inmediato: Gerente general		
Subordinado directo:		
III. FUNCIONES		
Función General: Encargada de la gestión cotidiana, recepcionar, registrar y distribuir información		
Funciones específicas: <ul style="list-style-type: none"> -Recibir e informar asuntos que se relacionen con la empresa. -Reserva y discreción sobre información confidencial de la empresa. -Hacer y recibir llamadas telefónicas para mantener informado al gerente y a las demás áreas sobre compromisos y demás asuntos. -Obedecer y realizar instrucciones que se le asignen. -Responsabilidad en recepcionar, registrar y distribuir información. -Reclutar las solicitudes de servicio. -Atender y orientar al público que solicite los servicios. -Administrar la página web y redes sociales 		
IV REQUISITOS DEL PUESTO		
Formación: Licenciatura en Administración, Secretariado Ejecutivo		
Experiencia: En administración, manejo de paquetes informativos		

	COD:	N.º de Hoja
		3
	P.G.M.F – 0003/2020	
MANUAL DE FUNCIONES		
I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO O CARGO		
Nombre del Puesto: Contador		
Nombre de la persona que ocupa el cargo:		
Numero de plaza: 1		
Clave: M.F.P.G. 55003		
Ubicación: 2º Nivel de la organización		
Tipo de contratación: Por servicio		
Ámbito de operación: Área Contable		
II. RELACIONES DE AUTORIDAD		
Jefe inmediato: Gerente general		
Subordinado directo:		
III. FUNCIONES		
Función General: Responsable de la planificación, organización y coordinación de todas las relaciones del área contable con la finalidad de producir informes para la gerencia y facilitar la toma de decisiones		
Funciones específicas: -Clasificar, registrar e interpretar la información financiera de la empresa. -Preparar, presentar informes sobre la situación financiera de la empresa que exijan los entes de control y mensualmente entregar al Gerente. -Analizar los estados financieros de la empresa y así poder tomar decisiones -Asesorar a la gerencia y a la junta de socios en asuntos relacionados con el cargo.		
IV REQUISITOS DEL PUESTO		
Formación: Licenciatura en Contaduría Pública		
Experiencia: En auditoría, balances, estados financieros, flujos, costos		

	COD:	N.º de Hoja
--	-------------	--------------------

	<p>P.G.M.F – 0004/2020</p>	<p>4</p>
<p>MANUAL DE FUNCIONES</p>		
<p>I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO O CARGO</p>		
<p>Nombre del Puesto: Veterinario</p>		
<p>Nombre de la persona que ocupa el cargo:</p>		
<p>Numero de plaza: 1</p>		
<p>Clave: M.F.P.G. 55004</p>		
<p>Ubicación: 2º Nivel de la organización</p>		
<p>Tipo de contratación: Por emergencia</p>		
<p>Ámbito de operación: Área Médica</p>		
<p>II. RELACIONES DE AUTORIDAD</p>		
<p>Jefe inmediato: Gerente general</p>		
<p>Subordinado directo:</p>		
<p>III. FUNCIONES</p>		
<p>Función General: Diagnosticar, prevenir, y tratar enfermedades que puedan tener los caninos.</p>		
<p>Funciones específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Diagnosticar problemas de salud de las mascotas -Vacunar contra enfermedades como el moquillo y la rabia -Disponer de medicamentos para tratar infecciones o enfermedades -Tratamiento a heridas de la mascota -Aconsejar a los propietarios sobre la alimentación, el comportamiento y la cría de mascotas caninas 		
<p>IV REQUISITOS DEL PUESTO</p>		
<p>Formación: Licenciatura en Veterinaria</p>		
<p>Experiencia: En tratado de mascotas caninas de raza grande, mediana y pequeña.</p>		

	COD:	N.º de Hoja
		5
	P.G.M.F – 0005/2020	
MANUAL DE FUNCIONES		
I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO O CARGO		
Nombre del Puesto: Encargado de mascotas		
Nombre de la persona que ocupa el cargo:		
Numero de plaza: 1		
Clave: M.F.P.G. 55005		
Ubicación: 2º Nivel de la organización		
Tipo de contratación: Indefinido/Tiempo completo		
Ámbito de operación: Seguridad		
II. RELACIONES DE AUTORIDAD		
Jefe inmediato: Gerente general		
Subordinado directo: Asistente		
III. FUNCIONES		
Función General: Supervisar el recinto y los caniles, dar alimento y agua a los animales, controlar su estado de salud y atender a los animales heridos.		
Funciones específicas: -Supervisar a los caninos -Fomentar buenas conductas a las mascotas -Cualidades para la organización de los tiempos y las tareas -Apreciar el contacto con los dueños de los caninos -Valorar y obedecer las indicaciones de los dueños con respecto a las necesidades y las preferencias de sus mascotas		
IV REQUISITOS DEL PUESTO		
Formación: Auxiliar de veterinaria, conocimiento en adiestramiento y cuidado canino		
Experiencia: Mínimo 2 años en el rubro		

	COD:	N.º de Hoja
		6
	P.G.M.F – 0006/2020	
MANUAL DE FUNCIONES		
I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO O CARGO		
Nombre del Puesto: Asistente		
Nombre de la persona que ocupa el cargo:		
Numero de plaza: 1		
Clave: M.F.P.G. 55006		
Ubicación: 3º Nivel de la organización		
Tipo de contratación: Indefinido/Tiempo completo		
Ámbito de operación: Seguridad		
II. RELACIONES DE AUTORIDAD		
Jefe inmediato: Encargado de mascotas		
Subordinado directo:		
III. FUNCIONES		
Función General: Supervisar el recinto y los caniles, dar alimento y agua a los animales, controlar su estado de salud y brindar atención a los animales heridos.		
Funciones específicas: <ul style="list-style-type: none"> -Realizar las actividades designadas por el encargado de mascotas -Supervisar a los caninos -Fomentar buenas conductas a mascotas -Cualidades para la organización de los tiempos y las tareas -Apreciar el contacto con los dueños de los caninos -Valorar y obedecer las indicaciones de los dueños con respecto a las necesidades y las preferencias de sus mascotas 		
IV REQUISITOS DEL PUESTO		
Formación: Bachiller, conocimiento en adiestramiento y cuidado canino		
Experiencia: Mínimo 1 año en el rubro		

6.4. INTEGRACIÓN DE PERSONAL

Para atraer a candidatos idóneos, para cada puesto específico de la empresa se procederá a realizar lo siguiente:

6.4.1. Reclutamiento

Amigo Canino S.R.L. anunciará las vacantes durante un mes a los aspirantes que deseen trabajar en los diferentes puestos. Para atraer personas que deseen ocupar el cargo de gerente general se comunicará al Colegio de Administradores de Empresas de la ciudad de Tarija (CADET).

Para el puesto de cuidado, alimentación y veterinaria, se utilizará avisos de empleo para ocupar el cargo, en donde incluirán una breve descripción de la empresa, la condición que se requiere para ocupar el cargo, y además se incluirá un número telefónico al que podrán llamar los interesados.

6.4.2. Selección

Una vez captado el mayor número de personas, con las condiciones requeridas, será el momento de empezar a elegir quienes ocuparán los puestos disponibles en la empresa.

Los métodos que se utilizarán en el proceso de selección de personal serán:

- ❖ Presentación de su respectiva hoja de vida.
- ❖ Información u hojas de recomendación de trabajos o jefes anteriores, a quienes se les preguntará sobre el desempeño del empleado, en cuanto a su forma de ser, trabajar, responsabilidad, entre otros.
- ❖ Entrevistas, en las cuales se formularán preguntas abiertas, ya que estas harán que el candidato dé la mayor cantidad de referencias sobre su trabajo y personalidad, en ella se podrá determinar si ellos cuentan con las destrezas necesarias.

6.4.3. Contratación

Una vez contratado el personal más idóneo para ocupar el puesto, se realizará un programa de Capacitación.

Se preparará un paquete de orientación el cual incluirá lo siguiente:

- ❖ Presentación por escrito, del dueño, misión del negocio, visión de la empresa para hacer que ellos compartan y formen parte del objetivo de la misma, de esta manera conformar el mejor equipo posible.
- ❖ Una descripción escrita del cargo y funciones a desempeñar, junto a un listado de lo que se espera que cumplan.
- ❖ Proporcionar información sobre el servicio, la preparación y presentación para que el personal conozca y sienta que forma parte de la empresa y brindarles los datos necesarios que pueda ayudar al empleado a conocer de qué manera opera el negocio.
- ❖ Se informará a todo el personal sobre lo que deben portar antes de ingresar al servicio, ya que por seguridad e higiene estos deberán contar con un uniforme adecuado, que permita evitar en lo posible la diferencia de olores ya que algunos canes se desorientan fácilmente por el lugar y el olor, además que sirve como protección personal en caso de un descontrol animal u otros sucesos.

6.4.4. Inducción en el área laboral

En cuanto a la inducción del personal en la empresa, se realizará una socialización del equipo de trabajo mediante actividades de iniciación, tales como presentación del personal de la empresa, se mostrará el lugar de trabajo, objetivos de cada área de trabajo, entrega de medios necesarios. Con esto se pretende que todo el personal se conozca e intercambien ideas para poder formar una cultura organizacional de trabajo en equipo.

6.5. DESARROLLO DEL PERSONAL

Se realizará la capacitación constante del personal para perfeccionar sus habilidades y hacer todo lo posible para que no sólo la organización alcance sus objetivos, sino se logre su crecimiento personal y profesional. De esta manera se desarrollará un clima organizacional positivo que involucre efectividad en el trabajo, desarrollando mecanismos que ayuden a las miembros a realizar su trabajo de manera eficiente. de acuerdo a los objetivos trazados, durante el mes se pretende realizar una

convivencia entre todo el personal y premiar a todos por un buen desempeño en el trabajo, para que de esta manera el personal sienta que forma parte de la empresa.

6.6. ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS

Los sueldos serán pagados de acuerdo a las prestaciones de la ley vigente, en este caso se descontará Aportes Laborales de Pensiones los cuales se describen a continuación:

CUADRO N° 5 APORTES Y DESCUENTOS NACIONALES

APORTES LABORALES DE PENSIONES	
APORTES	PORCENTAJES
Cuenta personal previsional. (Pensión de jubilación vitalicia).	10%
Prima riesgo común. (Pensión por invalidez o muerte).	1.71%
Comisión AFP. (Gestora pública S.S. de L.P, por servicios de aseguramiento, procesamiento de Datos y administración de sus fondos).	0,50%
TOTAL.	12,21%

CUADRO N° 6 SUELDOS Y SALARIOS

SUELDOS Y SALARIOS					
Expresado en Bolivianos					
Cargo	Detalle del puesto	Cantidad de puestos	Meses	Remuneración mensual	Total
Gerente	Tiempo completo	1	12	3500,00	42.000,00
Encargado de Mascotas	Tiempo completo	1	12	2600,00	31.200,00
Contador	Por servicio	1	12	700,00	8.400,00
Veterinario	Por emergencias	1	12	0,00	0,00
Asistente	Tiempo completo	1	12	2500,00	30.000,00
Recepcionista	Tiempo completo	1	12	2200,00	26.400,00
SUB TOTAL EN SUELDOS Y SALARIOS					138.000,00
BENEFICIOS SOCIALES					39.359,52
TOTAL EN SUELDOS Y SALARIOS					177.359,52

6.7. EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

La evaluación de desempeño nos ayudará a determinar de qué manera el personal está desempeñando sus funciones dentro de su área de trabajo, así poder desarrollar estrategias que permitan al personal realizar sus actividades de manera más eficiente.

Esta evaluación se realizará dos veces al año, es decir cada seis meses, utilizaremos el método de escalas gráficas propuesta por Idalberto Chiavenato, el cual evalúa el desempeño del personal mediante factores previamente definidos y graduados. Cada uno de los factores se dimensiona para reflejar desde un desempeño pobre o ineficiente hasta uno óptimo o excelente. Cada criterio de evaluación tiene una puntuación sobre 20 puntos. Sumados los 5 criterios dan una puntuación de 100 puntos.

6.8. RELACIONES LABORALES

Una buena relación entre todo el personal se obtiene a través de un buen clima laboral, en donde prime la comunicación y el aprendizaje continuo, un ambiente de

trabajo agradable y estimulante para todos. Esto sólo se podrá lograr a través de una relación de respeto entre todos los miembros de la organización.

6.9. MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN

6.9.1. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL

Para la constitución legal de “Amigo Canino S.R.L.” se deberá seguir ciertos pasos que dará como resultado el registro de la empresa de manera formal como lo indica la normativa boliviana actual. A continuación, se muestran los pasos, plazos de trámites y el arancel para cada paso durante su registro. Al ser una sociedad de responsabilidad limitada debe cumplir los siguientes requisitos:

6.9.1.1. Instancia 1 (FUNDEMPRESA)

Realizar trámite de Control de Homonimia

Se deberá verificar la disponibilidad de una razón social o denominación que utilizará la empresa, mediante el Control de Homonimia. Para ello se considera:

Requisitos: Formulario N° 0010 de solicitud de Control de Homonimia debidamente llenado y firmado.

Plazo del trámite: Un día hábil, computable a partir del día hábil siguiente al ingreso del trámite ante el Registro de Comercio.

Declaración del objeto social de la empresa.

En otros términos, debe declarar la actividad que realiza una sociedad comercial. Tomando en cuenta la actividad económica concreta que realiza y los productos y/o servicios de la misma.

Inscripción de SRL en el registro de Comercio de Bolivia.

La sociedad de responsabilidad limitada, es aquella cuyo capital está integrado por cuotas de capital no representadas por títulos negociables, cuyo giro se efectúa bajo una razón social o denominación, seguido del Aditamento “Sociedad de Responsabilidad Limitada”, o su abreviatura “S.R.L.”, o, la palabra “Limitada” o la abreviatura “Ltda.”, en las que la responsabilidad de los socios se limita a su aporte societario. Para inscribirla, debe cumplir los siguientes requisitos:

Formulario N° 0020 de solicitud de Matrícula de Comercio con carácter de declaración jurada, debidamente llenado y firmado por el representante legal.

Balance de apertura firmado por el representante legal y el profesional que interviene, acompañando la respectiva solvencia profesional original otorgada por el Colegio de Contadores o Auditores.

Testimonio de escritura pública de constitución social, en original o fotocopia legalizada legible. El mencionado instrumento debe contener los aspectos previstos en el Art. 127 del Código de Comercio y adecuarse a las normas correspondientes al tipo societario respectivo establecidas en el mismo cuerpo normativo.

Publicación del testimonio de constitución en un periódico de circulación nacional que contenga las partes pertinentes referidas.

Testimonio de poder del representante legal original o fotocopia legalizada legible, para el caso en el que la escritura pública de constitución no determine el nombramiento del mismo. No se requiere inclusión del acta de asamblea.

Plazo del trámite

Dos días hábiles, computables a partir del día hábil siguiente al ingreso del trámite ante el Registro de Comercio.

6.9.1.2. Instancia 2 (SERVICIO NACIONAL DE IMPUESTOS)

Una vez protocolizado el documento de constitución de la empresa, se procederá a registrar la empresa en el Servicio de Impuestos Nacionales (SIN), obteniéndose de esta manera el NIT dentro del régimen general.

Requisitos Personas Jurídicas (Sociedades, Asociaciones Cooperativas, ONG y otros)

Escritura de Constitución de Sociedad, Ley, Decreto, Resolución o Contrato, según corresponda.

Fuente de mandato del Representante Legal (Poder, Acta de Directorio, Estatuto o Contrato) y Documento de Identidad vigente.

Facturas o pre facturas de consumo de energía eléctrica que acrediten el número de medidor del domicilio habitual del representante legal, domicilio fiscal y sucursales (si corresponde) donde desarrolla su actividad económica.

6.9.1.3. Instancia 3 (LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO)

Se obtendrá la Licencia de Funcionamiento por parte del Gobierno Autónomo Municipal de Tarija, para operar legalmente en el municipio de la Ciudad de Tarija.

Para obtener la Licencia de Funcionamiento, determina los requisitos siguientes.

Formulario para Inspección, (Declaración Jurada).

Fotocopia de Cédula de Identidad, del propietario y/o responsable legal.

Fotocopia del NIT.

Fotocopia del Balance de Apertura.

Testimonio de constitución de sociedad (Personas Jurídicas).

Registro en FUNDEMPRESA (Empresas Unipersonales y Jurídicas).

Fotocopia de Poder Notariado para el responsable legal (Personas Jurídicas).

Certificado Sanitario – SEDES (sólo para venta de alimentos).

Certificado de la Defensa del Consumidor – ODECO (sólo para la venta de alimentos).

6.9.1.4. Instancia 4. CAJA NACIONAL DE SALUD (CNS)

Se registrará la empresa como Empleador, en la Caja Nacional de Salud (CNS), para hallarse registrada dentro del seguro social obligatorio, se inscribirá a cada uno de los colaboradores y dependientes en la misma, para que gocen del seguro de salud.

Requisitos para empresas

Form. AVC-01 (solo firma y sello del empleador).

Form. AVC-02 (Vacío).

Form. RCI-1A (sólo firma y número de cédula identidad).

Solicitud dirigida al JEFE DEPTO. NAL. AFILIACIÓN.

Fotocopia C.I. del responsable o Representante Legal.

Fotocopia NIT.

Fotocopia balance de Apertura aprobado y firmado por el SERVICIO NACIONAL DE IMPUESTOS INTERNOS.

Planilla de haberes original y tres copias (sellado y firmado).

Nómina del personal con fecha de nacimiento.

Croquis de ubicación de la Empresa.

Examen Pre – Ocupacional (100.- Bs. por trabajador) se debe efectuar el depósito en la ventanilla 4 (división de tesorería).

Requisitos para afiliación del trabajador

Formulario Avc-04 “Sellado y firmado por la empresa”

Formulario Avc-05 (no llenar)

Fotocopia cédula de identidad del trabajador

Certificado de nacimiento (original y computarizado) o libreta de servicio militar

Última Papeleta de pago o planilla de sueldos sellado por cotizaciones

6.9.1.5. Instancia 5 Administradora de Fondo de Pensiones (AFP)

La Administradora de Fondo de Pensiones (AFP) también serán objeto de registro, y tanto la empresa como los empleados de la misma serán registrados para ir aportando de forma mensual, las cuotas para la jubilación de sus miembros.

Requisitos

Fotocopia del documento de identidad que acredite la identidad del Afiliado que contenga los datos y firma del representante de la AFP.

Al momento del Registro, es obligación de la AFP, llenar y firmar de manera conjunta con el Afiliado el Formulario de Declaración de Derechohabientes.

Tiempo

La AFP deberá notificar tanto al Empleador como al Afiliado la aceptación o rechazo del registro en un plazo que no podrá superar los 20 días hábiles administrativos luego de otorgado el NUA. (Número Único Asignado).

Sanciones

El no registro del Empleador al Sistema Integral de Pensiones (SIP) será sancionado a través del Ministerio de Trabajo, Empleo y Previsión Social con una multa equivalente a UFV 500 (Quinientas 00/100 unidades de Fomento a la Vivienda). El pago de la multa no exime del inicio de las acciones legales previstas en la normativa vigente y la ejecución judicial por la vía coactiva y penal contra el Empleador, con la imposición de las sanciones, multas, intereses, pago de aportes devengados y otros conceptos que por ley correspondan.

6.9.1.6. Instancia 6 (MINISTERIO DE TRABAJO)

Finalmente, se aplicará el Registro Obligatorio del Empleador en el Ministerio de Trabajo, afiliando a los empleados que formen parte estable de la planilla, para garantizar los derechos y deberes de cada uno de ellos dentro de la Ley General del Trabajo, según normas del país.

Con el registro en todas estas entidades, la empresa, se hallará lista para realizar sus operaciones, teniendo una base legal completa

Requisitos

Formulario Registro Obligatorio de Empleadores (ROE). Llenado y firmado por el representante legal de la institución (un original y dos copias).

Depósito de 145 Bs a la cuenta Banco Unión N° 1-6036425.

El Empleador y/o Empresa de Bolivia inscritos en el mencionado Registro, deberá presentar obligatoriamente el trámite de Visado de Planillas Trimestrales de Sueldos y Salarios.

Con los requisitos apersonarse a Ventanilla Única en cualquier oficina Departamental o Regional del Ministerio de Trabajo, Empleo y Previsión Social para finalizar el trámite. Las empresas bolivianas cuentan con 3 meses desde su inicio de actividades para su inscripción sin multas.

CAPÍTULO VII.
PLAN FINANCIERO

VII. PLAN FINANCIERO

Un plan financiero permitirá medir la rentabilidad de la empresa por medio de indicadores financieros para ello se deberá cuantificar todos los ingresos gastos e inversiones planteadas en las anteriores áreas para consolidarla en este punto de manera ordenada y estratégica, que permita al inversionista realizar o no esta inversión y tener una mayor certeza.

7.1. OBJETIVOS DEL ÁREA FINANCIERA

Objetivo general

El objetivo de un plan financiero es para determinar la viabilidad económica que tiene la empresa de estudio para su reactivación, en términos económicos, lo cual le permita tomar una decisión de si reactivaría o no su empresa por parte del dueño.

7.1.1.1. Objetivos específicos

- Determinar la inversión total del proyecto para la guardería canina, con el fin de cuantificar la inversión necesaria para su funcionamiento.
- Determinar los costos de producción del servicio que se oferta, por cada can que ingrese a la guardería.
- Determinar el precio de venta o precio del servicio de cuidado del can, como también el porcentaje de beneficio y si este es lo suficiente adecuado para realizar esta inversión.
- Realizar una proyección de ingresos y egresos por medio de un flujo de caja para determinar su viabilidad económica del nuevo emprendimiento.
- Por medio de indicadores financieros determinar la viabilidad económica y financiera del proyecto con el fin de que los emprendedores de la guardería canina realicen o no la inversión.

7.2. DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN TOTAL

Todo proyecto necesita de inyección de capital y en el caso de la guardería canina, especializada en el cuidado y adiestramiento de perros, en la ciudad de Tarija, esta deberá realizar diferentes inversiones que se detallarán a continuación:

Inversión en Activos Fijos

Para la puesta en marcha del nuevo emprendimiento de la guardería canina especializada en el cuidado y adiestramiento de canes, es necesario que los inversionistas realicen diferentes inversiones en diferentes activos fijos, necesarios para el adecuado funcionamiento de la empresa. Dicha inversión requerida en activos fijos son los siguientes puntos que se mencionan a continuación:

a) Inversión en maquinaria y equipo

La empresa de Guardería Canina especializada en el adiestramiento y cuidado de canes de la ciudad de Tarija, requiere realizar diferentes inversiones en maquinaria y equipo, necesario para el buen cuidado higiénico del can, es decir esta maquinaria será utilizado para el lavado de los canes, limpieza y otros cuidados que se requiera pertinente cuando lleguen los diferentes canes.

Dicha inversión asciende a 45.020 Bs., distribuidos en la compra de turbina de secado de pelo, calefón, aspiradora, cortadora de pelo, bañeras, prensa, bomba de agua, balanza de peso, compresora y tanque de agua, en sus diferentes precios de adquisición que se muestran en el siguiente cuadro:

TABLA N° 1 MAQUINARIA Y EQUIPO

EXPRESADO EN BOLIVIANOS

N°	DETALLE	MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL
1	TURBINA PARA SECADO	PZA	3	2850	8550
2	CALEFÓN A GAS MAS DUCHA	PZA	1	3000	3000
3	ASPIRADORA ELÉCTRICA	PZA	1	2800	2800
4	CORTA PELO	PZA	3	2650	7950
5	BAÑERA MAS MUEBLE	PZA	1	1700	1700
6	AFILADORA DE CUCHILLAS	PZA	1	4520	4520
7	PRENSAS	PZA	2	200	400
8	GRABADORA DE FIERRO	PZA	1	870	870
9	MOTOR DE LUZ	PZA	1	5300	5300
10	BOMBA DE AGUA	PZA	1	2850	2850
11	MOCHILA FUMIGADORA	PZA	1	500	500
12	BALANZA DE PRECISIÓN	PZA	1	820	820
13	COMPRESORA	PZA	1	1450	1450
14	BOMBA DE AGUA DE CAÑO	PZA	2	380	760
15	TANQUE DE AGUA	PZA	1	3550	3550
TOTAL INVERSIÓN EN MAQUINARIA Y EQUIPO					45020

b) Inversión en herramientas

La empresa de guardería canina especializada en el adiestramiento y cuidado de canes, requerirá invertir en herramientas de trabajo necesarios para el cuidado de la maquinaria como para el cuidado, alimentación, adiestramiento y recreación de los canes, que serán utilizados por el personal de la empresa en todo el desarrollo de sus actividades.

La inversión en herramientas de trabajo para la guardería canina de la ciudad de Tarija asciende a 25.405 Bs de acuerdo a la siguiente inversión que se detalla en el siguiente cuadro:

**TABLA N° 2 INVERSIÓN EN HERRAMIENTAS
EXPRESADO EN BOLIVIANOS**

N°	DETALLE	MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL
1	JAULA GRANDE METÁLICA	PZA	2	700	1400
2	JAULA MEDIANA METÁLICA	PZA	2	400	800
3	JAULA PEQUEÑA METÁLICA	PZA	2	300	600
4	CUCHILLAS DE CORTA PELO	PZA	15	350	5250
5	JAULA GRANDE PLÁSTICO	PZA	3	2500	7500
6	JAULA MEDIANA PLÁSTICO	PZA	3	250	750
7	JAULA PEQUEÑA PLÁSTICO	PZA	3	200	600
8	ENFRIADOR DE CUCHILLAS	PZA	1	150	150
9	PEINES Y CEPILLOS	PZA	5	100	500
10	CORTA UÑAS	PZA	3	100	300
11	RASTRILLOS	PZA	11	100	1100
12	BOSALES	PZA	1	120	120
		PZA	1	80	80
		PZA	1	50	50
		PZA	1	35	35
13	CORREAS	PZA	3	120	360
14	MANDILES	PZA	4	50	200
15	TIJERAS ESPECIALES	PZA	5	435	2175
16	TIJERAS COMÚN	PZA	12	70	840
17	PLATO GRANDE	PZA	12	30	360
18	PLATO MEDIANO	PZA	12	55	660
19	PLATO PEQUEÑO	PZA	6	30	180
20	PELOTAS DE CUERO	PZA	6	10	60
21	PELOTAS DE CUERO	PZA	3	15	45
22	ZAPATOS DE CUERO	PZA	6	10	60
23	ZAPATOS DE CUERO	PZA	12	15	180
24	PALETAS DE CUERO	PZA	15	10	150
25	PALE PINNIG	PZA	20	10	200
26	PALE PINNIG	PZA	20	15	300
27	HUESOS	PZA	20	10	200
28	TRIPEC	PZA	20	10	200
TOTAL INVERSIÓN INICIAL					25405

c) Inversión en muebles y enseres

La inversión en mobiliario requerida para la instalación de la guardería canina en la ciudad de Tarija, tiene una inversión total de 16.020 Bs, los cuales son para el equipamiento de la sala de servicio y cuidado, como para la administración de la empresa.

La inversión en muebles y enseres asciende a los 16.020 Bs, distribuidos en la compra de mostradores, escritorios, sillas, estantes entre otros como se lo detalla en el siguiente cuadro:

TABLA N° 3 INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES

EXPRESADO EN BOLIVIANOS

N°	DETALLE	MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL
1	MOSTRADOR	PZA	1	1600	1600
2	ESCRITORIO DE GERENCIA	PZA	1	1800	1800
3	SILLA GIRATORIA	PZA	1	640	640
4	MOSTRADOR DE PARED	PZA	2	600	1200
5	MOSTRADOR DE PARED ANIMADO	PZA	6	200	1200
6	MOSTRADOR DE PARED ANIMADO	PZA	3	100	300
7	ESTANTE	PZA	1	700	700
8	MUEBLE CON CAJITAS	PZA	1	500	500
9	MESA PARA PELUQUERÍA	PZA	2	2500	5000
10	MESA PARA PELUQUERÍA	PZA	1	2800	2800
11	SILLAS	PZA	2	140	280
TOTAL INVERSIÓN INICIAL					16020

d) Inversión Equipo de computación

La empresa requerirá invertir en equipo de computación para el registro correspondiente de los ingresos de efectivo, el control de gastos, y también para la difusión publicitaria por medios digitales como el Facebook, WhatsApp, para ello requiere de una inversión de 7.500 Bs como se detalla en el siguiente Cuadro

TABLA N° 4 INVERSIÓN EN EQUIPO DE COMPUTACIÓN**EXPRESADO EN BOLIVIANOS**

N°	DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL
1	COMPUTADORES DE ESCRITORIO	PZA	1	3200	3200
	EQUIPO CELULAR	PZA	1	2800	2800
2	IMPRESORA	PZA	1	1500	1500
TOTAL INVERSIÓN INICIAL					7500

e) TOTAL, INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

La total inversión en activos fijos es de 93.945 Bs, distribuidas en inversión en maquinaria y equipo, herramientas de trabajo, muebles y enseres, equipo de computación, tal como se detalle en el siguiente cuadro.

TABLA N° 5 INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS**EXPRESADO EN BOLIVIANOS**

N°	DETALLE	UNIDAD	TOTAL
3	MAQUINARIA Y EQUIPO	BS.	45020
5	HERRAMIENTAS	BS.	25405
6	MUEBLES Y ENSERES	BS.	16020
7	EQUIPO DE COMPUTACIÓN	BS.	7500
SUB TOTAL INVERSIÓN INICIAL A FIJOS			93945

7.3. INVERSIÓN DIFERIDA

La inversión diferida son todos aquellos gastos de organización de investigación de mercados y los diferentes gastos realizados para que la empresa pueda iniciar sus actividades legalmente constituidas, es decir son gastos pre operacionales que contablemente se difieren en cuatro años los gastos o inversión diferida asciende a Bs. 15.540 Bs. Distribuidos de la siguiente manera:

- Gastos preoperacionales por un monto de 4.850 Bs distribuido en la compra de baners con bastidores, instalación, pintado y letrero publicitario.
- Gastos de investigación por un monto de 990 Bs. Para la realización del proyecto y la investigación necesaria para la recopilación de información.

- Gastos de organización con un gasto de 5.200 Bs, para trámites legales y gastos varios por un monto de 5.200 Bs, como se lo detalla en el cuadro.

TABLA N° 6 INVERSIÓN DIFERIDA

EXPRESADO EN BOLIVIANOS

N°	DETALLE	MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO	SUB TOTAL	TOTAL
1	GASTOS PREOPERACIONALES					4850
1	PINTADO	SERVICIO	1	1000	1000	
2	BANERS CON BASTIDOR CERRADO	PZA	1	3000	3000	
3	INSTALADO DE DUCHA	SERVICIO	1	250	250	
4	LETRERO MAS COLOCADO	SERVICIO	1	600	600	
2	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS					990
	PROYECTO	ÚNICO	1	750	750	
	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	ÚNICO	1	240	240	
3	GASTOS DE ORGANIZACIÓN					4500
	PATENTES	ANUAL	1	800	800	
	LICENCIAS	4 AÑOS	1	2500	2500	
	TRÁMITES	ÚNICO	1	1200	1200	
4	GASTOS VARIOS					5200
TOTAL INVERSIÓN INICIAL						15540

7.4. INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo es el dinero necesario que la empresa requiere para funcionar normalmente o dar continuidad a sus actividades empresariales hasta que genere los suficientes recursos y pueda cerrar su ciclo productivo cubriendo todos sus gastos por cuenta propia.

El capital de trabajo requerido por la empresa de estudio es de 116.878 Bs el cual consta de los gastos de administración, producción y comercialización, con un monto de 83.211 Bs que es el monto de 2 meses de trabajo.

La compra de inventarios para el servicio de cuidado de canes con una inversión de 4.100 Bs, detallados en el cuadro de implementos de limpieza.

El pago de sueldos y salarios de 2 meses el cual asciende a los 57.981 Bs. Como se muestra en el siguiente cuadro:

TABLA N° 7 DETERMINACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO

DETALLE	MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
GASTOS ANUALES	MES	2	41.609,17	83218
INVENTARIOS	POR REPOSICIÓN	1	4100	4100
SUELDOS Y SALARIOS	MES	2	14.779,96	29560
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO				116878

TABLA N° 8 IMPLEMENTOS DE LIMPIEZA

IMPLEMENTOS DE LIMPIEZA					
N°	DETALLE	MEDIDA	CANTIDAD	P/U	TOTAL
1	CICATRIZANTE	LITRO	1	140	140
2	SHAMPOO	10 LITROS	1	300	300
4	TOALLAS	PZA	10	100	1000
5	ALGODÓN	5 KILOS	1	1800	1800
6	BARBIJOS	CAJAS	1	40	40
7	GUANTES DESECHABLES	CAJAS	1	40	40
8	PERFUMES	LITRO	1	380	380
9	VARIOS	PZA	1	400	400
					0
					0
TOTAL					4100

7.5 INVERSIÓN TOTAL

Como podemos ver en el siguiente cuadro la inversión total requerida para la guardería canina en la ciudad de Tarija, asciende a 226.363 Bs, con una inversión en de activos fijos de 93.945 Bs., y de 132.418 Bs de inversión diferida y de capital de trabajo como se detalla en el siguiente cuadro.

TABLA N° 9 INVERSIÓN INICIAL

EXPRESADO EN BOLIVIANOS

N°	DETALLE	UNIDAD	TOTAL
3	MAQUINARIA Y EQUIPO	BS.	45020
5	HERRAMIENTAS	BS.	25405
6	MUEBLES Y ENSERES	BS.	16020
7	EQUIPO DE COMPUTACIÓN	BS.	7500
SUB TOTAL INVERSIÓN INICIAL A FIJOS			93945
1	CAPITAL DE TRABAJO	BS.	116878
2	INVERSIÓN DIFERIDA	BS.	15540
SUB TOTAL INVERSIÓN INICIAL		BS.	132418
TOTAL INVERSIÓN INICIAL		BS.	226363

7.6 FINANCIAMIENTO

Para el financiamiento de la inversión requerida para la empresa de guardería canina de la ciudad de Tarija. Esta será financiada en un 100% con inversión propia, y ésta no requerirá un préstamo bancario como se lo puede observar en el siguiente cuadro, donde la inversión propia será de Bs. 226.363,25

FINANCIAMIENTO			
N°	TIPO DE INVERSIÓN	%	MONTO
1	PROPIA	100%	226363,25
2	PRESTAMO BANCARIO	0%	0,00
TOTAL INVERSIÓN			226363,25

7.7 BALANCE DE APERTURA

Una vez establecidos los diferentes costos, en los cuales incurrirá la empresa, es posible establecer el balance de apertura, con el cual se dará inicio a las actividades de la misma. Para ello, se toma en consideración los activos y el patrimonio determinados para su funcionamiento.

Es necesario realizar una inversión inicial de Bs. 226363,25. Esta inversión será de igual monto para cada socio.

BALANCE DE PERTURA			
EXPRESADO EN BOLIVIANOS			
ACTIVO			PASIVO
ACTIVO CORRIENTE		116878	PASIVO CORRIENTE
CAJA	116878		0
ACTIVO FIJO			
ACTIVO FIJO TANGIBLE		93945	CAPITAL
MAQUINARIA Y EQUIPO	45020		226363
HERRAMIENTAS MUEBLES Y ENSERES	25405		PATRIMONIO 226363
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	16020		
	7500		
ACTIVO DIFERIDO		15540	
INVERSIÓN DIFERIDA	15540		
TOTAL ACTIVO		226363,25	PASIVO Y CAPITAL
			226363,25

7.8. DETERMINACIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

Para la determinación de los costos producción es necesario determinar los costos fijos y variables totales y unitarios, y de la suma de estos es el costo total de producción, que no es más que el costo total del servicio que incurre la empresa por el cuidado de cada canino que ingrese.

7.8.1. DETERMINACIÓN DE COSTOS VARIABLES

La empresa de guardería canina de la ciudad de Tarija establece una infinidad de costos variables por el hecho de que intervienen muchos procesos tanto en la alimentación y el cuidado de los caninos, estos costos variables se lo pueden agrupar de la siguiente manera:

a) Costo variable en alimentación

La guardería canina en cuanto a la alimentación que proveerá a los diferentes canes en promedio por día gastará en alimento balanceado 4.80 Bs por cada can con la compra de comida de can por 240 Bs el quintal. Así también la empresa suministrara de proteína a cada animal en su dosis de alimento por un costo de 1,50 Bs por cada canino.

El costo unitario variable en cuanto a la alimentación de los caninos es 6,30 Bs., por cada canino, como se detalla en el siguiente cuadro:

TABLA N° 10 COSTOS VARIABLES DE PRODUCCIÓN

ALIMENTACIÓN POR CADA PERRO					
DETALLE	MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNIT	FACTOR	COSTO UNIT
ALIMENTO BALANCEADO 240 QUINTAL	Kg	1	4,8	1	4,80
PROTEÍNA	Kg	1	75	50	1,50
SUB TOTAL ALIMENTACIÓN					6,30

b) Costo variable de cuidado del canino

La guardería canina para el cuidado de los caninos requiere invertir en diferentes gastos para el canino el cual llega a sumar un costo de 4.83 Bs., que son utilizados para el aseo de las mascotas, y atención por algunos golpes que sufriera el canino en su permanencia en la guardería por diferentes situaciones imprevistas, como se detalla en el siguiente cuadro:

TABLA N° 11 COSTOS VARIABLES DE PRODUCCIÓN

CUIDADO DEL CANINO					
DETALLE	MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNIT	FACTOR	COSTO UNIT
CICATRIZANTE	LITRO	1	140	200	0,70
CHAMPÚ	10 LITROS	1	300	400	0,75
TOALLAS	PZA	1	100	60	1,67

ALGODÓN	5 KILOS	1	1800	5000	0,36
BARBIJOS	CAJAS	1	40	100	0,40
GUANTES DESECHABLES	CAJAS	1	40	100	0,40
PERFUMES	LITRO	1	380	2500	0,15
VARIOS	PZA	1	400	1000	0,40
SUB TOTAL CUIDADO DEL CAN					4,83
TOTAL COSTO VARIABLE UNITARIO					11,13

c) Determinación del costo unitario variable

La Guardería Canina cuenta con un costo variable unitario de 11,13 Bs, Por cada canino que llegue a la guardería distribuido en alimentación, cuidado y sanidad canina, tal como se muestra en el siguiente cuadro:

TABLA N° 12 COSTOS VARIABLES

COSTOS VARIABLES		
DETALLE	MEDIDA	COSTO
ALIMENTACIÓN	Canino	6,30
CUIDADO Y SANIDAD CANINA	Canino	4,83
COSTO TOTAL UNITARIO		11,13

7.9. COSTOS FIJOS ANUALES

La Guardería Canina establece una infinidad de costos fijos anuales por el hecho de que intervienen muchos gastos y de fuentes diversas, estos costos fijos se lo pueden agrupar de la siguiente manera:

a) GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Los gastos de administración de la Guardería Canina que se pretende realizar son todos aquellos gastos que utiliza la administración para el funcionamiento de la parte estratégica de la empresa, es así que el gasto en este punto asciende a Bs. 35.000, como nos muestra el siguiente cuadro:

TABLA N° 13 GASTOS ADMINISTRATIVOS

**Gastos administrativos-por año
Expresados en Bolivianos**

N°	Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario [Bs]	Costo Total
1	Energía Eléctrica	mensual	12	70,00	840,00
2	Teléfono-Celular	mensual	12	150,00	1.800,00
3	Material de Escritorio	Mensual	12	50,00	600,00
	Alquiler del proyecto	mensual	12	2.500,00	30.000,00
4	Mantenimiento de computadoras	semestral	2	80,00	160,00
5	Material de limpieza	semestral	2	160,00	320,00
6	Agua	mensual	12	40,00	480,00
7	Licencias de Funcionamiento	anual	1	800,00	800,00
COSTO TOTAL					35.000,00

b) GASTOS DE PRODUCCIÓN

Los gastos de producción son todos aquellos gastos que la empresa eroga para el funcionamiento del área de producción que en el caso de la guardería es el servicio, tomando en cuenta estos gastos la empresa tendrá un gasto de producción de 6.205 Bs., como nos muestra el siguiente cuadro:

TABLA N° 14 GASTOS DE SERVICIO

Expresados en Bolivianos

N°	Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario [Bs]	Costo Total
1	Energía eléctrica	mensual	12	250,00	3.000,00
2	Agua	Mensual	12	150,00	1.800,00
3	Lentes de Seguridad	Anual	1	30,00	30,00
4	Botas de goma	Anual	5	159,00	795,00
5	Overoles	Anual	4	85,00	340,00
6	Material de limpieza	semestral	2	120,00	240,00
COSTO TOTAL					6.205,00

c) GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN

Los gastos de comercialización o de marketing son todos aquellos gastos necesarios para dar a conocer el producto al público, estos gastos ascienden a Bs. 4.850 por año los cuales están distribuidos en comunicación, publicidad, volantes, calendarios, internet, y otros como se especifica en el cuadro siguiente:

TABLA N° 15 GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN

Expresados en Bolivianos

N°	Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario [Bs]	Costo Total
1	Material de escritorio	semestral	2	120,00	240
2	Impresión de recibos	pza	20	10,00	200
3	Afiches	pedido	500	1,40	700
4	Tarjetas personales	pedido	1000	0,30	300
5	Almanaques	pedido	500	1,50	750
6	Página Web	anual	500	1,00	500
7	Internet	mensual	12	180,00	2160
COSTO TOTAL					4.850,00

d) GASTOS EN SUELDOS Y SALARIOS

Los gastos en sueldos y salarios ascienden a Bs. 177.359,52 en sueldos y salarios, de los cuales Bs. 138.000, son por concepto de haberes básicos como así también Bs. 39.359,52 son por concepto de beneficios sociales que la empresa deberá correr, por otro lado, la escala salarial está en función al grado de importancia de cada puesto como se detalla en el cuadro:

TABLA N° 16 SUELDOS Y SALARIOS

SUELDOS Y SALARIOS					
Expresado en Bolivianos					
Cargo	Detalle del puesto	Cantidad de puestos	Meses	Remuneración mensual	Total
Gerente	Tiempo completo	1	12	3500,00	42.000,00
Encargado de Mascotas	Tiempo completo	1	12	2600,00	31.200,00
Contador	Por servicio	1	12	700,00	8.400,00
Veterinario	Por emergencias	1	12	0,00	0,00
Asistente	Tiempo completo	1	12	2500,00	30.000,00
Recepcionista	Tiempo completo	1	12	2200,00	26.400,00
SUB TOTAL EN SUELDOS Y SALARIOS					138.000,00
BENEFICIOS SOCIALES					39.359,52
TOTAL EN SUELDOS Y SALARIOS					177.359,52

BENEFICIOS SOCIALES	
Riesgo laboral	1,71%
Fondo pro vivienda	2%
Seguridad social (CNS)	10%
TOTAL	13,71%
Prov. Aguinaldo	8,33%
Prov. Indemnización	8,33%
TOTAL	16,66%
BBSS TOTAL	30,37%

e) DEPRECIACIÓN

Los activos de la Guardería Canina de la ciudad de Tarija se depreciarán como muestra el cuadro, en Bs. 19.340,75 anualmente con depreciaciones en maquinaria y herramientas, muebles y enseres, equipo de computación e inversión diferida, como se detalla en el cuadro siguiente:

TABLA N° 17 DEPRECIACIÓN

EXPRESADO EN BOLIVIANOS

N°	DETALLE	INVERSION	AÑOS DE VIDA UTIL	DEPRECIACIÓN		TOTAL DEPRECIACIÓN
				ANUAL	AÑOS	
3	MAQUINARIA Y EQUIPO	45020	8	5627,5	5	28137,5
5	HERRAMIENTAS	25405	4	6351,25	5	31756,25
6	MUEBLES Y ENSERES	16020	10	1602	5	8010
7	EQUIPO DE COMPUTACIÓN	7500	4	1875	4	7500
8	INVERSIÓN DIFERIDA	15540	4	3885	4	15540
TOTAL DEPRECIACIÓN		109485		19340,75	10	92818,75

7.10. DETERMINACIÓN DEL COSTO TOTAL FIJO UNITARIO

El costo fijo unitario total de la Guardería Canina de la ciudad de Tarija, asciende a Bs. 52,02 tomando en cuenta como factor una demanda de 4667 caninos anuales, teniendo el mayor costo en sueldos y salarios por tratarse también en una empresa de servicios, como se muestra en el siguiente cuadro:

TABLA N° 18 COSTOS FIJOS

COSTOS FIJOS					
DETALLE	MEDIDA	CANTIDAD	TOTAL	FACTOR	COSTO UNIT
SUELDOS Y SALARIOS	ANUAL	1	177.359,52	4667	38,01
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	ANUAL	1	35.000,00	4667	7,50
GASTOS DE FABRICA	ANUAL	1	6.205,00	4667	1,33
GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN	ANUAL	1	4.850,00	4667	1,04
DEPRECIACIÓN	ANUAL	1	19340,75	4667	4,14
GASTOS FINANCIEROS	ANUAL	1	0,00	4667	0,00
TOTAL COSTOS FIJO UNITARIO					52,02

7.11. COSTO UNITARIO Y PRECIO DE VENTA

Una vez determinado los costos de producción tanto fijos y variables se puede determinar el costo unitario total de producción que en el caso de la Guardería Canina de la ciudad de Tarija está distribuido en variables y fijos los cuales se estudian a continuación:

- El costo unitario de producción no es más que la suma de los costos fijos y variables que en el caso de la guardería canina es de Bs. 63,15 el costo de producción por cada canino atendido.
- La empresa por política de los inversionistas establece generar un beneficio de un 30% en relación al costo de producción, el cual establece un precio de servicio al cliente de Bs. 82,09
- El precio facturado de la empresa será de Bs. 94,36, llegando a ser el precio ofertado al mercado.

TABLA N° 19 COSTO UNITARIO Y PRECIO DE VENTA

DETALLA		COSTO
COSTO UNITARIO VARIABLE		11,13
COSTO FIJO UNITARIO		52,02
COSTO DE PRODUCCIÓN		63,15
PRECIO DEL SERVICIO	30%	82,09
PRECIO CON FACTURA	13%	94,36

7.12. INGRESOS PROYECTADOS

La Guardería Canina de la ciudad de Tarija en cuanto a la proyección de sus ingresos, es necesario cuantificar la demanda en tal sentido se establece que los servicios ofertados por la empresa están dirigidos a las familias que por lo menos cuentan con un canino dentro de su hogar, por lo que según la información este número asciende a 38.407 familias en la ciudad de Tarija, un 94% de estas familias sienten preocupación por el bienestar del animal según las encuestas, un 37% de estos nunca dejarían en manos de familiares el cuidado de sus canes, y un 89% piensa utilizar este servicio que brinda la empresa y con un consumo anual por familia de 2.63 veces al año.

Haciendo inferencia estadística se cuenta con una demanda anual de cuidado de mascotas caninas de 311.110, por lo que la empresa en el primer año sólo requiere tomar un 15% del total de la demanda, satisfaciendo a 4667 caninos al año por la empresa como se detalla en el cuadro siguiente:

TABLA N° 20 DEMANDA DE CANES

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA DE CARNE		
DETALLE	FACTOR	CANTIDAD
NÚMERO DE FAMILIAS		38407
PREOCUPACIÓN POR EL ANIMAL	94%	36256
NO DEJARÍA AL CUIDADO DE FAMILIARES	37%	13306
UTILIZARÍA EL SERVICIO	89%	11829
CONSUMO ANUAL DEL SERVICIO	2,63	31110
TOTAL DEMANDA		31110
PARTICIPACIÓN DE MERCADO	15%	4667

Los ingresos en el primer año que inicie sus actividades la empresa canina con una oferta de 4667 cupos de servicio canino y un precio de venta de Bs. 82, y un crecimiento pesimista en función al crecimiento demográfico de 3.8% anual se tiene los siguientes ingresos proyectados.

Un ingreso de Bs. 383094 en el primer año, y una demanda de 4667 caninos, un ingreso al último año de 444.729, como muestra el cuadro:

TABLA N° 21 PROYECCIÓN DE INGRESOS**PROYECCIÓN DE INGRESOS**

AÑO	DEMANDA	INCREMENT %	DEMANDA PROYECTADA	PRECIO	INGRESO ANUAL
1	4667	3,8%	4667	82	383094
2	4844	3,8%	4844	82	397652
3	5028	3,8%	5028	82	412763
4	5219	3,8%	5219	82	428448
5	5417	3,8%	5417	82	444729

7.13. COSTOS VARIABLES PROYECTADOS

Al igual que los ingresos los costos variables de la empresa son proyectados en función a su producción o demanda, como se muestra en el cuadro donde los costos variables del primer año ascienden a Bs. 51933, con un costo variable unitario de Bs. 11,13 por cada canino y una demanda inicial de 4667 canes anuales y un crecimiento de 3,8% anual, en el primer año y este asciende en el quinto año a Bs. 60.288 como se muestra en el siguiente cuadro:

TABLA N° 22 COSTO VARIABLE PROYECTADO**COSTO VARIABLE**

AÑO	DEMANDA	INCREMENT %	DEMAN PROYECT	COSTO VARIABLE	COSTO VARIABLE
1	4667	3,8%	4667	11,13	51933
2	4844	3,8%	4844	11,13	53906
3	5028	3,8%	5028	11,13	55955
4	5219	3,8%	5219	11,13	58081
5	5417	3,8%	5417	11,13	60288

7.14. FLUJO DE CAJA

El análisis de la factibilidad económica y viabilidad financiera de La Guardería Canina de la ciudad de Tarija que pretende ingresar al mercado responde al siguiente flujo de caja proyectado el cual nos dice lo siguiente:

- La inversión requerida por la empresa asciende a Bs. 226.363,25 dinero que será invertido desde el primer año.
- Los costos fijos totales que son de Bs. 46.640,27 para todas las gestiones estos comprenden los costos de administración, comercialización, gasto en sueldos y salarios, imprevistos, depreciación y el costo financiero.
- La utilidad de la empresa se ve reflejada desde el primer año de funcionamiento y tiende a aumentar por lo que es alcanzado por el impuesto a las utilidades del 25%.
- El flujo de caja de la empresa en el primer año es de Bs. 77.997,16 en el primer año, de 87.107,72 en el segundo año, respectivamente hasta llegar al año 5 con un flujo de caja de 360.944,24 el cual es un buen factor para invertir en la empresa.

TABLA N° 23 FLUJO DE CAJA
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO FINANCIERO

Expresado en Bolivianos

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
INGRESO TOTAL		383.094,27	397.651,86	412.762,63	428.447,61	444.728,62
Ingreso por servicio de mascotas		383.094,27	397.651,86	412.762,63	428.447,61	444.728,62
TOTAL EGRESOS		298.572,90	300.546,34	302.594,77	304.721,05	303.043,12
COSTOS VARIABLES		51.932,63	53.906,07	55.954,50	58.080,78	60.287,85
Costo variable de mascotas		51.932,63	53.906,07	55.954,50	58.080,78	60.287,85
COSTOS FIJOS		246.640,27	246.640,27	246.640,27	246.640,27	242.755,27
Gastos de administración		35.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00
Gastos de Servicio		6.205,00	6.205,00	6.205,00	6.205,00	6.205,00
GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN		4.850,00	4.850,00	4.850,00	4.850,00	4.850,00
Mano de Obra		177.359,52	177.359,52	177.359,52	177.359,52	177.359,52
Servicio a la deuda		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Intereses		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Depreciación		19.340,75	19.340,75	19.340,75	19.340,75	19.340,75
Amortización inv diferida		3.885,00	3.885,00	3.885,00	3.885,00	3.885,00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		84.521,37	97.105,51	110.167,85	123.726,56	137.800,50
Impuesto a las transacciones		11.492,83	11.929,56	12.382,88	12.853,43	13.341,86
UTILIDAD IMPONIBLE		73.028,54	85.175,96	97.784,97	110.873,13	124.458,64
Impuestos a las Utilidades	0,00	18.257,14	21.293,99	24.446,24	27.718,28	31.114,66
UTILIDAD NETA	0,00	54.771,41	63.881,97	73.338,73	83.154,85	93.343,98
Depreciación		19.340,75	19.340,75	19.340,75	19.340,75	19.340,75
Inversión inicial (aporte propio)	-93.945,00					
Inversión capital de trabajo	-116.878,25					116.878,25
Inversión diferida	-15.540,00					
Amortización inv diferida		3.885,00	3.885,00	3.885,00	3.885,00	3.885,00
Recuperación capital		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Valor de desecho (residual)						127.496,25
FLUJO DE CAJA	-226.363,25	77.997,16	87.107,72	96.564,48	106.380,60	360.944,24

7.15. INDICADORES DE RENTABILIDAD

Un indicador de rentabilidad es una herramienta financiera que mide la rentabilidad de una operación en términos monetarios, porcentuales o de otra índole y toda inversión espera mínimamente una tasa de rentabilidad mayor de lo que ofrecen en el banco.

Valor Actual Neto

La VAN (valor actual neto), es una herramienta financiera que mide la inversión en relación a los ingresos percibidos, pero tomando en cuenta que son utilidades futuras los vuelve en tiempo real haciendo una diferencia entre inversión y beneficio neto, donde si el valor de la VAN es mayor que cero se debería aceptar el proyecto. En el caso de la guardería canina de la ciudad de Tarija, la VAN asciende a Bs. 317.706,00 lo cual quiere decir que, si se debe invertir en la empresa, porque después de cinco años la empresa habrá ganado Bs. 317.706,00, después de recuperar su inversión, con una tasa de costo de oportunidad del 7%, como se puede ver en el cuadro siguiente:

$$VAN = -I + \sum \frac{FC\ n}{(1 + k)^n}$$

$$VAN = -226.363,25 + \frac{77.997,16}{(1 + 0,7)^1} + \frac{87.107,72}{(1 + 0,7)^2} + \frac{96.564,48}{(1 + 0,7)^3} \\ + \frac{106.380,60}{(1 + 0,7)^4} + \frac{360.944,24}{(1 + 0,7)^5}$$

$$VAN = 317.706,00 \text{ Bs.}$$

INDICADOR	
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	317.706,00
TRE	7%

Tasa Interna de Retorno

Conocida como tasa interna de retorno que no es más que el porcentaje que la empresa puede soportar antes de que el VAN sea 0, que en el caso de la TIR de la empresa es de 33,77 % de TIR neta, lo que significa que, si se debería invertir en el proyecto, porque la empresa puede soportar en un 33,77 % antes de que el VAN sea cero y deje de ser rentable. Tal como nos muestra en el siguiente cuadro:

$$TIR = \frac{-I + \sum_{i=1}^n FC_i}{\sum_i FC_i} = \frac{-I + FC_1 + FC_2 + \dots + FC_n}{FC_1 + 2FC_2 + \dots + nFC_n}$$

$$TIR = \frac{-226.363,25 + 77.997,16 + 87.107,72 + 96.564,48 + 106.380,60 + 360.944,24}{77.997,16 + 2(87.107,72) + 3(96.564,48) + 4(106.380,60) + 5(360.944,24)}$$

$$TIR = 33,77\%$$

INDICADOR	
TASA INTERNA DE RETONO (TIR)	33,77%
TRE	7%

PERIODO DE RECUPERACIÓN

El periodo de recuperación de la guardería canina de la ciudad de Tarija es de 2 años y 8 meses esto quiere decir que la empresa generará los beneficios suficientes en este tiempo mencionado para cubrir la inversión inicial lo cual es favorable porque el periodo de recuperación no pasa al tercer año. En el cuadro se detalla los factores tomados para el periodo de recuperación.

FLUJO DE CAJA	-226.363,25	77.997,16	87.107,72	96.564,48
DESCUENTO DE FLUJO	-226.363,25	-148.366,10	-61.258,38	35.306,10
RECUPERACIÓN EN AÑOS	0	1	1	0,63
RECUPERACIÓN EN MESES				8
PERIODO DE RECUPERACIÓN EN 2 AÑOS Y 8 MESES				

Según el análisis financiero podríamos decir que la guardería canina de la ciudad de Tarija, sí debería invertir en el emprendimiento con el servicio de adiestramiento, alimentación, y cuidado del animal, pues éstas podrán ser viables económica y financieramente para realizar la inversión correspondiente, puesto que los indicadores VAN, TIR y Periodo de recuperación nos muestran la viabilidad económica del plan financiero.