

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO  
FACULTAD DE  
**PROGRAMA ACADÉMICO DE INGENIERÍA DE SISTEMAS E  
INFORMÁTICA**



**PLAN SERVICIO SOCIAL UDH**

---

**"SERVICIO SOCIAL I"**

---

**Nombre Completo:** BRYAN JUNIOR MEDINA TIXE

**Código Universitario:** 2019110518

**Nombre de la Institución:** asdasd

**Responsable Institucional:** asdasdasd

**Línea de Acción:** LINEA ACCION 1

**Fecha de Presentación:** 2025-11-22

**Periodo Estimado:** 4 MESES

HUÁNUCO - PERÚ

2025

## **INTRODUCCIÓN**

asdasda

## **1. JUSTIFICACIÓN**

sadasdasdasd

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 OBJETIVO GENERAL:**

dasdasdasd

### **2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

asdasd

## **3. MARCO INSTITUCIONAL**

### **3.1 NOMBRE DE LA ENTIDAD:**

asdadas

### **3.2 MISIÓN Y VISIÓN:**

dasdasd

### **3.3 SERVICIOS:**

asdasd

### **3.4 ÁREAS DE INTERVENCIÓN O SERVICIOS QUE OFRECE:**

asdasd

### **3.5 UBICACIÓN Y POBLACIÓN:**

asdadasdasd

## **4. ÁREA DE INFLUENCIA**

asdasd

## **5. METODOLOGÍA DE INTERVENCIÓN**

dasdasdasd

## **6. RECURSOS REQUERIDOS**

asdas

## **7. RESULTADOS ESPERADOS**

asdadasasd

## CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividad	Justificación	Fecha Estimada	Fecha Fin	Resultados Esperados
asd	asdadasd	2025-11-22	2025-12-22	asdasdad
asdasd	asdasd	2025-12-22	2026-01-21	asdasd
dasdasd	dasdas	2026-01-21	2026-02-20	asdadasd
sdasdasd	asdasda	2026-02-20	2026-03-20	asdasdasd
sdfsdfsdf	sdfsdf	2026-03-20	2026-03-25	sdfsdfsdfsdf

# **ANEXOS**



**UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA ACADÉMICO DE INGENIERÍA DE SISTEMAS E**  
**INFORMÁTICA**



**PROYECTO**

---

**IMPLEMENTACIÓN DE UNA TIENDA ESPECIALIZADA DE  
ALIMENTOS BALANCEADOS Y ACCESORIOS PARA MASCOTAS**  
**“PET SHOP SUPER HUELLITAS”**

---

**CURSO:** Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión

**ALUMNA:** Robles Doroteo Mónica Nancy

**DOCENTE:** Ing. Cruz Huacachino Maximiliano

**CICLO:** x

**HUÁNUCO – PERÚ**

**2023**

## INDICE

### INTRODUCCION

CAPITULO I..... 2

RESUMEN EJECUTIVO..... 2

- 1.1. Nombre del Proyecto ..... 2
- 1.2. Justificación ..... 2
- 1.3. Objetivo del Proyecto..... 5
- 1.4. Balance oferta y demanda de los bienes o servicios del Proyecto ..... 5
- 1.5. Descripción del servicio o producto ..... 5
- 1.6. Inversión..... 6
- 1.7. Resultados de la evaluación económica financiera..... 6

CAPITULO II..... 6

ASPECTOS GENERALES..... 6

- 2.1. Naturaleza..... 6
- 2.2. Área de Influencia y Ubicación ..... 6
- 2.3. Unidad Ejecutora..... 8
- 2.4. Justificación del Proyecto ..... 8
- 2.5. Objetivos ..... 11
  - 2.5.1. Objetivos del Proyecto ..... 11
  - 2.5.2. Objetivos del estudio..... 11
- 2.6. Antecedentes ..... 12
  - 2.6.1. Antecedentes Sistémáticos ..... 12
  - 2.6.2. Antecedentes No Sistémáticos ..... 12
- 2.7. El entorno Macroeconómico ..... 12
  - 2.7.1. Análisis ..... 12
    - 2.7.1.1. Análisis tendencial ..... 12
    - 2.7.1.1. Análisis Coyuntural. ..... 13
  - 2.8. Escenario ..... 14

CAPITULO III..... 17

ESTUDIO DE MERCADO..... 17

- 3.1. El Mercado consumidor ..... 17
- 3.2. El Mercado Competidor ..... 17
- 3.3. El Mercado Proveedor ..... 21
- 3.4. Demanda del Producto o Servicio ..... 21
- 3.5. Estrategias de ingreso al mercado ..... 22

3.6. Identificación de los demandantes.....	24
3.7. Principales Empresas y sectores demandantes .....	26
3.8. Proyección de la demanda Local, Regional, Nacional .....	26
3.9. Oferta del Producto o Servicio .....	27
3.10. Oferta de producción Local, Regional y Nacional .....	27
3.11. Balance de la oferta y demanda .....	27
3.12. Proyección de la oferta del Producto o servicio .....	28
3.13.- Precio del producto o servicio .....	28
3.14. Evolución de los precios del producto o servicio.....	28
3.15.- Comercialización.....	29
3.15.1.- Canales de comercialización .....	30
CAPITULO IV .....	31
Tamaño de la Planta.....	31
4.1.- Tamaño y tecnología.....	31
4.2.- Tamaño y Mercado .....	32
4.3.- Tamaño y disponibilidad de materia Prima.....	32
4.4.- Selección del tamaño Óptimo de la Planta .....	33
CAPITULO V .....	33
Localización de la planta.....	33
5.1.- Criterios de localización .....	33
5.2.- Macro localización.....	34
5.3.- Micro localización .....	35
5.4.- Justificación de la Localización .....	36
CAPITULO VI .....	36
Ingeniería del Proyecto .....	36
6.1.- Proceso Productivo .....	36
6.2.-Descripción del Proceso Productivo .....	36
6.3.- Programa de producción .....	37
6.4.- Requerimientos. Materia Prima e insumos .....	37
6.5.- Requerimiento de mano de Obra: Mano de obra directa e indirecta.....	38
6.6.- Requerimientos de servicios: Agua, Energía Eléctrica, control de calidad, repuestos y materiales de mantenimiento .....	38
6.7.- Requerimiento de mobiliario y equipos de oficina.....	40
6.8.- Requerimiento de terreno, obras civiles e instalaciones .....	40
CAPITULO VII .....	41

Organización: Tipo de organización .....	41
CAPITULO VIII .....	41
Inversiones .....	41
8.1.- Inversiones en activo fijo .....	41
8.2.- Inversiones en Capital de trabajo .....	42
8.3.- Inversión Total.....	42
CAPITULO IX .....	42
Financiamiento .....	42
9.1.- Fuente de Financiamiento.....	42
9.2.- Procedimientos y Condiciones .....	43
9.3.- Servicio a la Deuda .....	43
9.4.- Estructura de Inversiones y Fuentes de Financiamiento .....	44
CAPITULO X .....	45
Presupuesto de Ingresos y Costos del Proyecto.....	45
10.1.- Presupuesto de Ingresos: Precio de venta, presupuesto de ingresos Proyectados .....	45
10.2.- Costos: Costo de venta, gastos de administración, costo de fabricación de los productos vendidos Costo unitario promedio.....	46
CAPITULO XI .....	47
Análisis Económico y Financiero .....	47
11.1.- Estado de Ganancias y Pérdidas .....	47
11.2.- Flujo de caja Proyectado.....	47
CAPITULO XII .....	48
Evaluación del Proyecto .....	48
12.1.-Valor actual neto financiero. VANF sin préstamo, VANF con préstamo.....	48
12.2.-Tasa Interna de Retorno Financiera .....	48
12.3.-Relación Beneficio/costo: RB/C Sin préstamo, RB/C con Préstamo .....	48
CAPITULO XIII .....	49
Estudio de Análisis de Riesgo.....	49
CAPITULO XIV .....	50
Evaluación de Impacto Ambiental.....	50
CAPITULO XV .....	51
Marco Lógico: En la preparación de proyectos de Inversión .....	51
CAPITULO XVI .....	52
Análisis de Sostenibilidad del Proyecto.....	53

CAPITULO XVII.....	53
XVII.-Conclusiones y Recomendaciones .....	53
CAPITULO XVIII.....	55
XVIII.-Referencias bibliográficas .....	55
ANEXOS.....	55

## **INTRODUCCION**

El presente proyecto está referido al estudio en el que se comprende la realidad que rodea los propósitos de cada estudio y esto mayormente va a depender de la manera en cómo se trabaje estableciendo las distintas formas de tener claro y conciso para llegar al éxito se habla mucho de la validez de conocer las distintas variables que van a influir en las distintas probabilidades, para esto es preferible hacernos dueños de las variables, el tema para mi es importante ya que nos permite tomar las medidas para trabajar desde el inicio de manera clara y con sentido para llegar al propósito deseado, hoy en día los grandes proyectos que se ve y de las cuales somos testigos de que tienen un gran éxito. La clave conocer todos los procesos de formulación y evaluación de proyectos.

# **CAPITULO I**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

### **1.1. Nombre del Proyecto**

Implementación de una tienda especializada de alimentos balanceados y accesorios para mascotas “Pet shop Súper Huellitas”.

Lograr posicionarse en lo más alto en el mercado de este rubro en la Ciudad de Huánuco y ser el número uno, y ofrecer alimentos balanceados y accesorios de toda calidad, todas las marcas y de todos los precios, para el alcance del bolsillo de todos los clientes en general, así mismo brindarle todo lo mejor a nuestras mascotas

### **1.2. Justificación**

El presente proyecto, surge de la necesidad de una tienda especializada únicamente para mascotas, en la Ciudad de Huánuco, y por ende es importante contar exclusivamente con una tienda especializada que comercialicé todo tipo de alimento balanceado y accesorios de toda calidad y todos los precios, así mismo hago mención que el proyecto inicia con el fin de poder implementar un negocio personal para generar ingresos económicos propios.

La ciudad de Huánuco es un escenario muy atractivo para iniciar este tipo de negocio, ya que he observado que no tiene mucha competencia en este rubro y esto de alguna u otra manera viene a ser un punto a favor además se cuenta con la población (cliente). Para lograr el objetivo exactamente el punto donde se va a implementar la tienda que es el Jr. Leoncio Prado N° 486 es una ubicación transitada para el negocio ya que es una zona comercial y se encuentra cerca al mercado modelo de la ciudad de Huánuco, donde a diario se reúnen gran cantidad de personas de diferentes lugares para realizar tanto sus compras o comercializar sus productos.

Por lo tanto, es importante mencionar que he visto la necesidad de algunos clientes y en el cual me incluyo siendo testigo de que en ocasiones el cliente realiza pedidos de alimentos balanceados, accesorios que le hace falta a su mascota de la capital Lima Perú, porque en la ciudad de Huánuco el cliente no encuentra lo necesario para su mascota y en ocasiones resulta tedioso realizar pedidos desde tan lejos en donde la entrega es tardía y algunas veces son estafados con los pedidos y si por algún motivo llega en mal estado el cambio tiene otro tiempo de demora donde esto incomoda a cualquier cliente.

Como tienda especializada pretendo cumplir y cubrir todas las necesidades del cliente con lo que requieran tanto en alimentos balanceados y accesorios para sus mascotas, contactándome directamente con distintas fábricas, empresas, distribuidores y proveedores de la capital que me puedan proveer toda clase de alimento balanceado y todo tipo de accesorios.

Así mismo, se implementará una página web donde se ofrecerá toda información de lo que se tiene en la tienda como son los alimentos balanceados y accesorios, y es importante mencionar que hoy en día, vivimos en un mundo digitalizado que cada vez más las personas interactúan en internet para diferentes fines en esta ocasión mencionamos lo que es buscar todo lo necesario en una página web que puede ser accedido desde cualquier lugar que el cliente se encuentre.

Entonces es importante el proyecto que se va a realizar donde lo primero que se va a hacer es enfocarme en el estudio de mercado, que me ayudará a definir los distintos tipos de cuestiones, ya que en la actualidad los alimentos balanceados y accesorios para los engréidos y compañeros de los hogares está en constante crecimiento, se da porque las personas están invirtiendo en ellos. Para muchos nuestras mascotas son parte de la familia, y se los considera como otro miembro más de nuestro hogar; es decir que cada día están

más pendientes de todas sus necesidades y así mismo esto da lugar a que el mercado sea mucho más atractivo para las empresas que buscan ingresar al mercado e implementar tiendas en este rubro. Y no solo empresas también fábricas de alimentos balanceados y accesorios, que buscan la manera de poder ingresar al mercado y comercializar lo que producen.

Así mismo, pretendo posicionar el negocio en lo más alto en el mercado de este rubro, realizando todas las investigaciones posibles, todos los estudios y aplicando todas las enseñanzas que nos brinda el ingeniero del curso ya que es importante contar con la ayuda de un experimentado en el área de formulación y evaluación de proyectos de inversión, y poder implementar de manera correcta una adecuada y especializada tienda que me permita el puesto número uno, ser tendencia y reconocido a nivel de toda la ciudad de Huánuco y porque no mencionar ser conocido a nivel de todo el Perú con esfuerzo y dedicación sé que se puede, ya que todo depende de uno mismo decir "si se puede". Ya que contamos con la capacidad y todo lo necesario para realizar lo que se quiere y cumplir con el objetivo establecido en el proyecto.

En distintos informes, señalan que el negocio de tiendas para mascotas especializadas en alimentos balanceados, accesorios, fármacos, productos medicados etc. durante el año 2020 crecieron elevándose a más del 50% en el Perú y en la actualidad está en constante crecimiento y se ha convertido en uno de los negocios rentables que se está dando en el mercado de este rubro.

Actualmente existen tiendas físicas con el mismo porcentaje de 50% en la capital del Perú (Lima), y en la ciudad de Huánuco la demanda de pet shop es muy bajo ya que mayormente lo que se ha visto en diferentes puntos de la ciudad son veterinarias, es importante aclarar que el estudio a las competencias directas de este rubro será válido ya que lo que se busca es superar, conocer tanto sus

debilidades y fortalezas y que necesidades no está satisfaciendo, y de esta manera buscar suplirlas ya que esto me va a permitan mejorar en esos aspectos y tener un negocio sólido y rentable para lograr tener beneficios para los clientes y beneficios económicos propios.

La elaboración del proyecto me va a permitir conocer, analizar, diseñar, evaluar y aprender todo sobre como introducirnos al mercado de este rubro que está en constante crecimiento y así mismo lograr el primer lugar y ser tendencia en este rubro del mercado, tener preferencia del cliente y de este modo poder brindar todo lo mejor a nuestros clientes para sus mascotas.

### **1.3. Objetivo del Proyecto**

Implementación de una tienda especializada de alimentos balanceados y accesorios para mascotas “Pet shop Súper Huellitas”

### **1.4. Balance oferta y demanda de los bienes o servicios del Proyecto**

AÑO	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
DEMANDA	381112	385266	389465	393710	398002	402340	406725	411159	415640	420171
OFERTA	190556	207706	226399	246775	268985	293194	319581	348343	379694	413867
BRECHA	190556	177560	163066	146935	129017	109146	87144	62815	35946	6304

### **1.5. Descripción del servicio o producto**

Para la oferta se va aplicar la estrategia con los proveedores o con fábricas directas ya que mucho va a depender de que como fabrica también me beneficie por la cantidad de compras que se va a realizar y así poder dar ofertas y descuentos a todos los clientes que realicen sus compras en el establecimiento.

## 1.6. Inversión

Nº	RUBRO	INVERSION
1	Inversion de activo fijo	5000
2	Inversion de capital de trabajo	7000
3	Alquiler de local	1000
<b>TOTAL</b>		<b>S/ 13,000.00</b>

## 1.7. Resultados de la evaluación económica financiera

Año	0	1	2	3	4	5
Inversion	13000					
Beneficios		13995	13995	13995	13995	13995
Costos		7100	7100	7100	7100	7100
Flujo de caja economico	13000	6895	6895	6895	6895	6895

# CAPITULO II

## ASPECTOS GENERALES

### 2.1. Naturaleza

Es de servicio de comercialización de alimentos balanceados, y accesorios para mascotas en la Ciudad de Huánuco.

### 2.2. Área de Influencia y Ubicación

El área donde se realizará el proyecto presenta los siguientes datos geográficos:

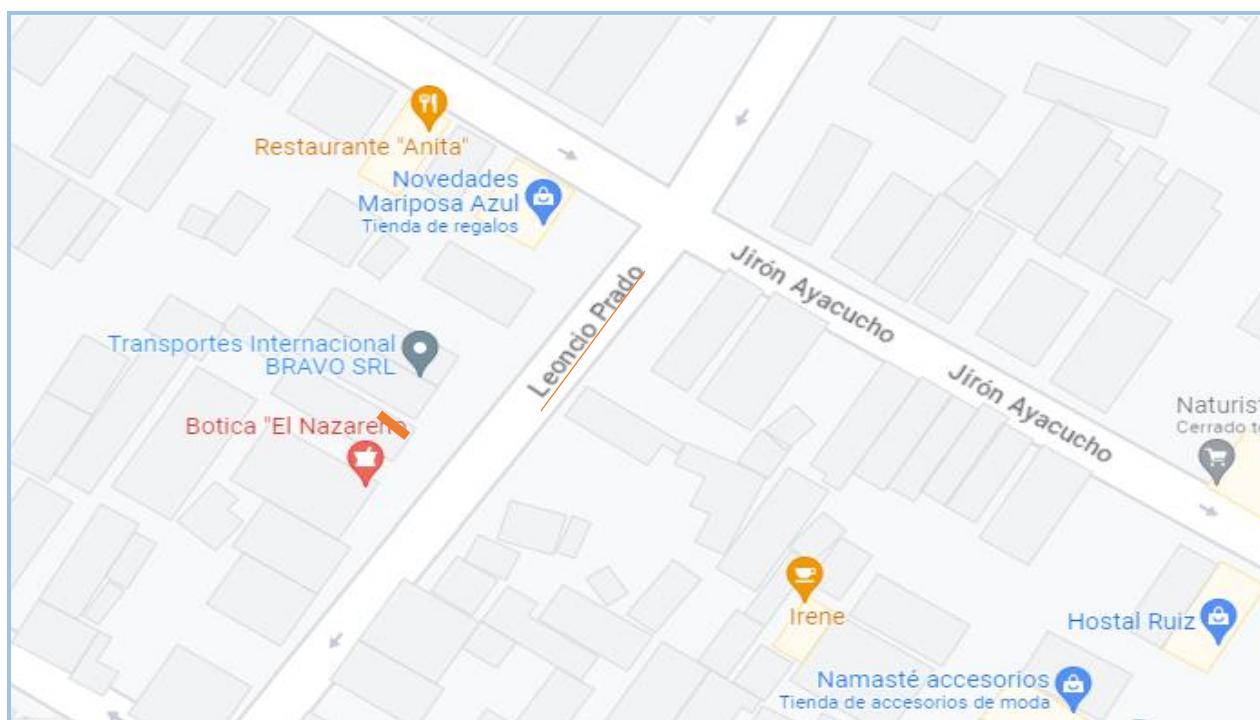
- País: Perú
- Región: Huánuco
- Provincia: Huánuco
- Distrito: Huánuco
- Localidad: Huánuco
- Dirección: Jr. Leoncio Prado #486

MAPA DE HUÁNUCO



MAPA DEL PERÚ

UBICACION



### **2.3. Unidad Ejecutora**

La empresa estará a cargo de mi persona lo cual está formado por una Sociedad Anónima.

Pet shop Super Huellitas S.A.

### **2.4. Justificación del Proyecto**

El presente proyecto, surge de la necesidad de una tienda especializada únicamente para mascotas, en la Ciudad de Huánuco, y por ende es importante contar exclusivamente con una tienda especializada que comercialicé todo tipo de alimento balanceado y accesorios de toda calidad y todos los precios, así mismo hago mención que el proyecto inicia con el fin de poder implementar un negocio personal para generar ingresos económicos propios.

La ciudad de Huánuco es un escenario muy atractivo para iniciar este tipo de negocio, ya que he observado que no tiene mucha competencia en este rubro y esto de alguna u otra manera viene a ser un punto a favor además se cuenta con la población (cliente). Para lograr el objetivo exactamente el punto donde se va a implementar la tienda que es el Jr. Leoncio Prado N° 486 es una ubicación transitada para el negocio ya que es una zona comercial y se encuentra cerca al mercado modelo de la ciudad de Huánuco, donde a diario se reúnen gran cantidad de personas de diferentes lugares para realizar tanto sus compras o comercializar sus productos.

Por lo tanto, es importante mencionar que he visto la necesidad de algunos clientes y en el cual me incluyo siendo testigo de que en ocasiones el cliente realiza pedidos de alimentos balanceados, accesorios que le hace falta a su mascota de la capital Lima Perú, porque en la ciudad de Huánuco el cliente no encuentra lo necesario para su mascota y en ocasiones resulta tedioso realizar pedidos desde tan lejos en donde la entrega es tardía y algunas veces son estafados

con los pedidos y si por algún motivo llega en mal estado el cambio tiene otro tiempo de demora donde esto incomoda a cualquier cliente.

Como tienda especializada pretendo cumplir y cubrir todas las necesidades del cliente con lo que requieran tanto en alimentos balanceados y accesorios para sus mascotas, contactándome directamente con distintas fábricas, empresas, distribuidores y proveedores de la capital que me puedan proveer toda clase de alimento balanceado y todo tipo de accesorios.

Así mismo, se implementará una página web donde se ofrecerá toda información de lo que se tiene en la tienda como son los alimentos balanceados y accesorios, y es importante mencionar que hoy en día, vivimos en un mundo digitalizado que cada vez más las personas interactúan en internet para diferentes fines en esta ocasión mencionamos lo que es buscar todo lo necesario en una página web que puede ser accedido desde cualquier lugar que el cliente se encuentre.

Entonces es importante el proyecto que se va a realizar donde lo primero que se va a hacer es enfocarme en el estudio de mercado, que me ayudará a definir los distintos tipos de cuestiones, ya que en la actualidad los alimentos balanceados y accesorios para los engréidos y compañeros de los hogares está en constante crecimiento, se da porque las personas están invirtiendo en ellos. Para muchos nuestras mascotas son parte de la familia, y se los considera como otro miembro más de nuestro hogar; es decir que cada día están más pendientes de todas sus necesidades y así mismo esto da lugar a que el mercado sea mucho más atractivo para las empresas que buscan ingresar al mercado e implementar tiendas en este rubro. Y no solo empresas también fábricas de alimentos balanceados y accesorios, que buscan la manera de poder ingresar al mercado y comercializar lo que producen.

Así mismo, pretendo posicionar el negocio en lo más alto en el mercado de este rubro, realizando todas las investigaciones posibles, todos los estudios y aplicando todas las enseñanzas que nos brinda el ingeniero del curso ya que es importante contar con la ayuda de un experimentado en el área de formulación y evaluación de proyectos de inversión, y poder implementar de manera correcta una adecuada y especializada tienda que me permita el puesto número uno, ser tendencia y reconocido a nivel de toda la ciudad de Huánuco y porque no mencionar ser conocido a nivel de todo el Perú con esfuerzo y dedicación sé que se puede, ya que todo depende de uno mismo decir “si se puede”. Ya que contamos con la capacidad y todo lo necesario para realizar lo que se quiere y cumplir con el objetivo establecido en el proyecto.

En distintos informes, señalan que el negocio de tiendas para mascotas especializadas en alimentos balanceados, accesorios, fármacos, productos medicados etc. durante el año 2020 crecieron elevándose a más del 50% en el Perú y en la actualidad está en constante crecimiento y se ha convertido en uno de los negocios rentables que se está dando en el mercado de este rubro.

Actualmente existen tiendas físicas con el mismo porcentaje de 50% en la capital del Perú (Lima), y en la ciudad de Huánuco la demanda de pet shop es muy bajo ya que mayormente lo que se ha visto en diferentes puntos de la ciudad son veterinarias, es importante aclarar que el estudio a las competencias directas de este rubro será válido ya que lo que se busca es superar, conocer tanto sus debilidades y fortalezas y que necesidades no está satisfaciendo, y de esta manera buscar suplirlas ya que esto me va a permitan mejorar en esos aspectos y tener un negocio sólido y rentable para lograr tener beneficios para los clientes y beneficios económicos propios.

La elaboración del proyecto me va a permitir conocer, analizar, diseñar, evaluar y aprender todo sobre como introducirnos al mercado

de este rubro que está en constante crecimiento y así mismo lograr el primer lugar y ser tendencia en este rubro del mercado, tener preferencia del cliente y de este modo poder brindar todo lo mejor a nuestros clientes para sus mascotas.

## **2.5. Objetivos**

### **2.5.1. Objetivos del Proyecto**

- Implementación de una tienda especializada de alimentos balanceados y accesorios para mascotas “Pet shop Súper Huellitas”
- Lograr posicionarse en lo más alto en el mercado de este rubro en la Ciudad de Huánuco y ser el número uno, y ofrecer alimentos balanceados y accesorios de toda calidad, todas las marcas y de todos los precios, para el alcance del bolsillo de todos los clientes en general, así mismo brindarle todo lo mejor a nuestras mascotas.
- Implementación de página web para pet shop Súper Huellitas

### **2.5.2. Objetivos del estudio**

- Realizar un plan estratégico de mercadeo el cual me va a permitir establecer las tácticas de desarrollo y crecimiento de pet shop Súper Huellitas y así mismo estudiar todas las estrategias que se va a aplicar para alcanzar el objetivo.
- Realizar el plan de operaciones el cual me va a permitir fijar los procesos más importantes, para el giro del proyecto.
- Realizar encuesta de estudio a las personas, para conocer sus opiniones dirigido a pet shop Súper huellitas, ya que en la actualidad todos o la gran mayoría nos preocupamos por el cuidado de las mascotas y es muy importante verlos bien cuidado.

- Estudiar a las competencias para conocer sus debilidades y fortalezas y que necesidades no está satisfaciendo y en este punto buscar estrategias más adecuadas para poder suplirlas y de esta manera cumplir con el cliente ofreciendo lo que necesite para su mascota.

## **2.6. Antecedentes**

### **2.6.1. Antecedentes Sistemáticos**

No se pudo encontrar proyectos resientes con referencia a implementación de tienda especializada de alimentos balanceados, y accesorios para mascotas en la ciudad de Huánuco.

### **2.6.2. Antecedentes No Sistemáticos**

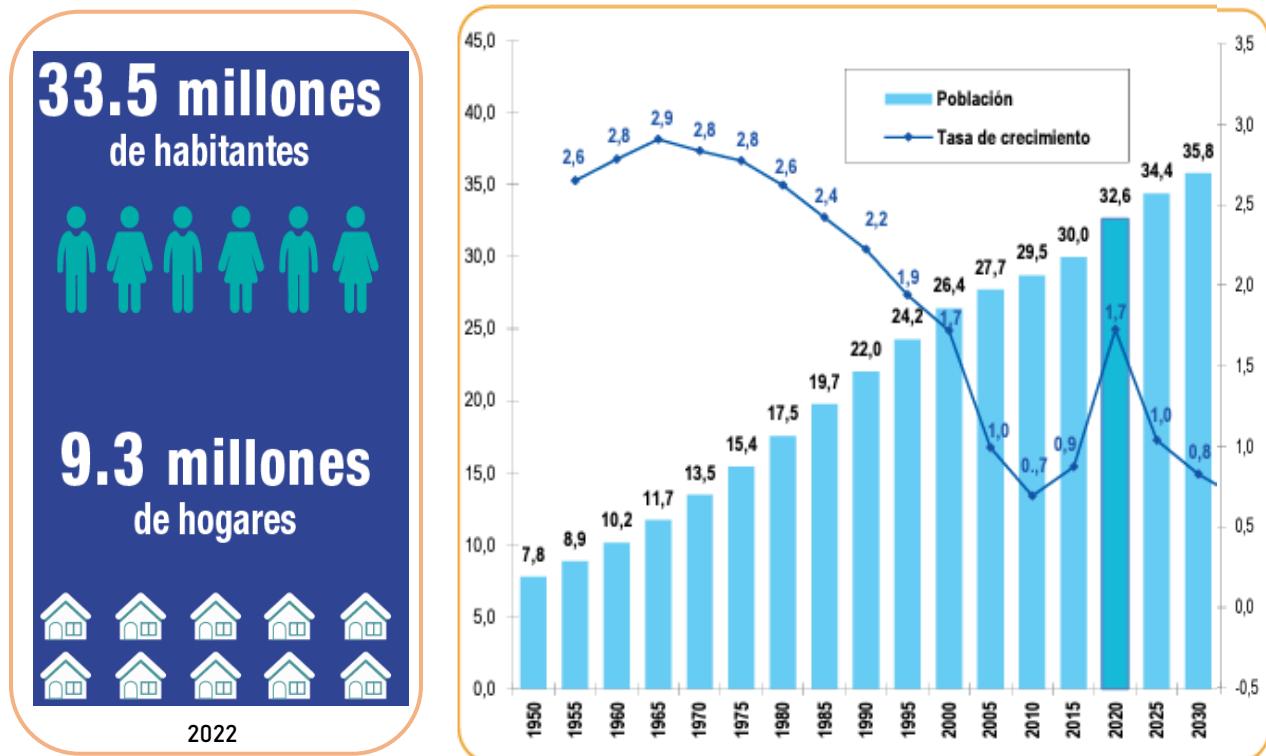
Respecto a implementación de tiendas para mascotas se han encontrado algunos negocios ya implementados que se encuentran presentes actualmente en el mercado, tanto físicos y virtuales mediante esto se considera que este negocio está en crecimiento y en desarrollo tanto a nivel internacional, nacional y local ya que hay tiendas físicas en la ciudad de Huánuco, así mismo el crecimiento en fábricas en producción de alimentos para mascotas tanto accesorios como medicamentos y ropa están presentes en el mercado por tal es que las empresas buscan tiendas para convertirse en sus proveedores y de esta manera vender sus productos, diferentes empresas y tiendas lo que buscan es llegar a sus clientes y en la ciudad de Huánuco la demanda es poco es por eso que me resultó interesante el negocio en este rubro tienda de mascotas súper Huellitas.

## **2.7. El entorno Macroeconómico**

### **2.7.1. Análisis**

#### **2.7.1.1. Análisis tendencial.**

## PERÚ: POBLACIÓN Y TASA DE CRECIMIENTO, 1950 - 2030



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática- Perú: Estimaciones y Proyecciones de la Población

El crecimiento poblacional se va incrementando en el Perú así mismo también el incremento de hogares.

## HUÁNUCO: POBLACIÓN PROYECTADA 2022

Departamento	Provincia	Población Proyectada 2022
TOTAL		33,396,698
HUANUCO	AMBO	52,348
HUANUCO	DOS DE MAYO	30,239
HUANUCO	HUACAYBAMBA	15,644
HUANUCO	HUAMALIES	49,585
HUANUCO	HUANUCO	320,269
HUANUCO	LAURICOCHA	15,077
HUANUCO	LEONCIO PRADO	140,453
HUANUCO	MARAÑON	29,277
HUANUCO	PACHITEA	47,812
HUANUCO	PUERTO INCA	37,553
HUANUCO	YAROWILCA	16,956

Fuente Instituto Nacional de Estadística e Informática TOTAL, HUANUCO: 755,213

Según los últimos reportes del Instituto Nacional de Estadística e Informática el crecimiento poblacional y aumento de hogares en la ciudad de Huánuco para el 2030 incrementará ya que se ubica en el puesto trece de ser el departamento con mayor población, concentrando Lima la mayor población del país por lo tanto subirá la demanda de comercialización de productos para mascotas tantos alimentos, accesorios, ropa, medicamentos etc.

#### **2.7.1.1. Análisis Coyuntural.**

En cuanto a empresas y negocios de tiendas para mascotas en la ciudad de Huánuco está en crecimiento para tener una visión completa de las tiendas ya existentes y la forma en que se relacionan y trabajan, es necesario partir de una visión propia con el objetivo claro y sabiendo a donde se quiere llegar con el proyecto y marcar la diferencia entre las demás competencias con la misión clara, estudiando todos los escenarios y de esta manera realizar el plan de estrategias más apropiadas, así mismo es importante establecer el plan para mitigar los riesgos que posiblemente pueda darse esto con el fin de que no afecte el negocio y estar preparados para combatir distintos tipos de riesgos de las cuales se puede mencionar algunos que son en seguridad para el establecimiento, para su página web en internet etc. y tener un establecimiento confiable para el cliente y de esta manera poder ganar preferencias de los clientes en el presente y a futuro ser tendencia en la ciudad y ser reconocido a nivel de todo el Perú en este rubro y para obtener rentabilidad en el negocio.

### **2.8. Escenario**

Desde el comienzo de la pandemia a consecuencias del covid-19 ha tenido en realidad un impacto positivo este rubro de tiendas para mascotas ya que se evidencia mucho un crecimiento sostenido, el Perú está entre los países que aumento más en el consumo de productos balanceados, tal es el caso de diferentes empresas,

fábricas que están optando por dedicarse a este rubro, haremos mención que conozco desde cerca a la empresa Súper pet que actualmente cuenta con más de 40 tiendas a nivel del Perú en Lima con 38 tiendas en Piura con 1 tienda, en Arequipa 1, Huancayo 1. Viendo estos escenarios me motiva a lograr el primer lugar en el mercado en la ciudad de Huánuco ofreciendo productos alimenticios balanceados, diferentes tipos de accesorios y de buena calidad a todos los clientes para sus mascotas.

### **¿Para quiénes estoy haciendo lo que estoy haciendo?**

Está dirigido a todos los **clientes** en general que requieran comprar sus productos en alimentos balanceados y accesorios para sus mascotas y como en todo campo siempre hay personas específicas para cada área así mismo lo que se está haciendo principalmente va a tener mucho más la participación de los **clientes y administrador(a)** de la tienda ya que vendría a ser mi persona, donde me involucrare de manera que el proyecto se concrete y pueda tener éxito.



*“Acércate más que nunca a tus clientes. Tan cerca, *que seas tu el que les digas lo que necesitan*, mucho antes de que ellos sepan que lo necesitan...”*

STEVE JOBS

## ADMINISTRADORA



Mónica Robles Doroteo.

**Ciudad:** Huánuco

**Sexo:** Femenino

Soy estudiante de la carrera de ingeniería de sistemas e informática y para el proyecto me considera como uno de los actores principales en este caso como administradora de la tienda y dueña del negocio que se va a implementar.

### sobre Mónica

Estudiante de último ciclo de la carrera profesional de ingeniería de sistemas e informática realizo mis estudios en la universidad de Huánuco. Sede Huánuco.

### Objetivos y metas

- Quiero formar mi propio negocio de pet shop en la ciudad de Huánuco
- Llegar a concretar el proyecto que se formuló.
  - Aprender nuevas cosas de la carrera.

### frustraciones

- En ocasiones tuve conversaciones con analistas de proyectos que no han sabido responder bien a mis preguntas.
- Tuvo miedo de toparse con personas que quieren molestar su tranquilidad.

### motivaciones

- La motivación es que me siento animosa de poder terminar el proyecto.
- Y animado de aprender todo lo que se está enseñando en el curso.
- Animado de usar la tecnología que es una pieza importante y de ayuda para la mejora.

### habilidades tecnológicas

El uso de algunos softwares como Excel estar a la par con el avance de la tecnología en cuanto a página web, diseño web, análisis, prototipo etc.

## **CAPITULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. El Mercado consumidor**

Realizar un buen estudio de mercado será importante porque actualmente se conoce que diferentes proyectos que iniciaron y que hoy en día se han convertido en grandes empresas con mucho éxito y en parte es gracias al estudio de mercado porque nos orienta a conocer todo el mercado y la manera de llegar a clientes objetivos y lograr el propósito.

Lo que se va a realizar para el proyecto es aplicar la estrategia de marketing es decir segmentar el mercado dividiendo al público en grupos de acuerdo a las necesidades de los clientes ya que de esta manera me resultara más fácil dirigir y seguir todo el estudio de forma personalizada, para esto se va utilizar diferentes herramientas para obtener información detallada de lo que el cliente consumidor va a comprar para sus mascotas.

Así mismo hablar de economía en esta parte del mercado consumidor es importante por el motivo de que las personas cada uno tiene diferentes condiciones económicas y por lo mismo no todos van a comprar alimentos balanceados para sus mascotas y al no contar con una condición económica buscaran otro tipo de alimentación y es por eso que el estudio me va a permitir de qué manera es que se puede llegar a clientes con menos recursos ya que actualmente la mayoría de personas en sus hogares tienen una, dos, tres o más mascotas y en diferentes hogares las personas están optando hoy en día alimentar a sus macotas con alimentos balanceados primero porque los alimentos balanceados tienen mezcla de diferentes vegetales, sustancias sintéticas, que ayudan en la nutrición de las mascotas y también y también tiene beneficios que nos aseguran que

mientras nuestras mascotas se alimentan reciban todas las vitaminas posibles para estar activos y sanos, además de ello tiene ventajas en las que nos ahorra tiempo y esfuerzo ya que para preparar comida casera implica tener tiempo y realizar esfuerzo y para preparar una comida casera se necesita elegir bien los alimentos es por estos motivos que la gran mayoría busca alimentos balanceados ya que les resulta mucho más fácil.

El cliente es libre de elegir con que alimentar y que accesorios comprar para sus mascotas, yo como tienda y vendedor brindare las facilidades para que todos los clientes que buscan precios de acuerdo a su economía y que puedan adquirir alimentos y accesorios esto se realizara buscando que fabrica o proveedores tienen productos con precios cómodos que la clientela pueda comprar.

A continuación, menciono las diferentes ventajas que se consigue con alimentos balanceados para mascotas:

- Una buena alimentación para el correcto crecimiento de las mascotas
- Para el cuidado y la buena salud de las mascotas ya que esto influye mucho en el ánimo del dueño
- Para mejorar la calidad de vida de las mascotas ya que será importante verlos bien
- Ahorro de tiempo y esfuerzo ya que no se necesitará preparar comida casera.
- Correcto desarrollo físico de las mascotas.

## LIMITACIONES Y DESVENTAJAS

- Al no contar con una economía que permita comprar alimentos balanceados se les alimenta con cualquier tipo de comida y no

digo que este mal, pero al pasar del tiempo puede afectar el salud de las mascotas y así mismo al tener carencias no se va a poder comprar accesorios como ropitas para abrigar cuando el clima este en temporada de frío.

- Existen personas que crían mascotas sin responsabilidad alguna ya que creen sus vidas no significan nada y por lo tanto verlos bien les es indiferente y no tienen compasión de los animales ya que los reciben sin poder cuidarlos.
- Se ha visto de personas que crían animales sin medida en el sentido de que al tener una gatita hembra o una perrita los hacen aumentar para que después estos los abandonen a su suerte en la calle o los matan aventándolos al río.
- Hay personas que regalan a los animales y estas personas que regalan no averiguan de que si a la persona que está regalando le va a dar buena atención o le va a dar una buena calidad de vida como ser vivo que es ya que todos los animales sienten cuando se les trata mal o se les castiga.
- Es conocido que hay personas que solo buscan beneficiarse así mismo utilizando mascotas como perros y gatos que los utilizan para ponerlos en ventas y generar sus propios ingresos y a pesar de obtener beneficios no dan una buena calidad de vida sin la adecuada alimentación para las mascotas y los tratan como fuente de ingreso al vender a los animales.

### **3.2. El Mercado Competidor**

Al realizar el estudio del mercado competidor nos damos cuenta que existen diferentes tipos de negocios y tiendas de diferentes tamaños que venden lo mismo a un público objetivo y por esto mismo hace que se genere competencia con mi proyecto a pesar de la competencia que existe buscarse lograr un gran éxito y sobre todo que mi proyecto se diferencie del resto conociendo a los competidores

tanto directos como indirectos del negocio saber cómo están actuando sus características etc.

Al analizar a las competencias que existen en la localidad de Huánuco me encontré con una sola tienda de mascotas que comercializa diferentes medicamentos y alimentos balanceados y accesorios ya que en la ciudad de Huánuco mayormente existen veterinarias y bueno al realizar un análisis de esta tienda encontré que no cuenta con una página web y para abrir el local es de las 9 am y que algunos días se encuentra cerrado para realizar un análisis a profundidad realizare lo que es una matriz foda para saber sus debilidades y fortalezas.

Se realiza cuadro de análisis de las competencias que se ha sacado información de sus debilidades y fortalezas. Una de las grandes virtudes de poder competir en el mercado donde existe mucha competencia es saber reconocer las fortalezas y debilidades de las competencias.

#### **Matriz de fortalezas y debilidades de competencias**

	<b>Animalia súper vet</b>	<b>Como perro y gato</b>	<b>Señor mascota</b>	<b>El boutique de las mascotas</b>
<b>Fortalezas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Búsqueda en Facebook</li> <li>- Ubicado en zona comercial</li> <li>- Comunicación directa, explicativa, y personalizada.</li> <li>- Distribución equilibrada de la información.</li> <li>- Establecimiento agradable.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contenidos en Facebook</li> <li>- Permite ordenar los resultados, dando al usuario una mejor experiencia de búsqueda.</li> <li>- Consistencia en ropa y accesorios para mascotas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Compras en tienda</li> <li>- Retiros en la puesta seguro</li> <li>- Entrega a domicilio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se puede realizar compras en tienda</li> <li>- Se puede realizar pedidos</li> <li>- Comunicación directa y explicativa.</li> <li>- Distribución equilibrada de la información.</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No permite ordenar los resultados según las preferencias del usuario. Perjudica la búsqueda en Facebook.</li> <li>- Le da poca importancia a la búsqueda. Le da más jerarquía a las recomendaciones.</li> <li>- Página web por encargo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiene espacio reducido</li> <li>- No actualiza sus publicaciones en Facebook</li> <li>- Comunicación genérica y desorganizada.</li> <li>- Saturación de información.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Abre muy tarde</li> <li>- Comunicación confusa. Faltan explicaciones y saturación de información.</li> <li>- Saturación de información</li> <li>- No tiene página</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No cuenta con mucha referencia</li> <li>- No tiene página web para que los clientes se informen de sus productos o servicios.</li> </ul>

### **3.3. El Mercado Proveedor**

Para el mercado proveedor existen canales de distribución tanto indirecta como directa, y el indirecto es cuando se tiene uno o más distribuidores para hacer llegar el producto y mientras que la directa no lo necesita y lo hace sin intermediadores.

Se buscará proveedores de diferentes lugares mayormente van a ser de la ciudad de Lima, así mismo buscare diferentes fábricas y almacenes que me puedan proveer sus productos a un costo accesible y con precio de fábrica.

### **3.4. Demanda del Producto o Servicio**

Para la demanda del producto o servicios en realidad todo tipo de negocio que comercializa cualquier tipo de productos, servicios o diferentes cosas, puede ser rentable siempre en cuando se tenga formulado un buen plan paso a paso y bien hecho y como lo vamos a gestionar cada día en el negocio

A diferencia de años pasados en que el negocio de tiendas para mascotas no sobresalía o estaba bajo la sombra o escondido por así decirlo digamos que solo personas de las grandes ciudades o países los compraban para alimentar a sus mascotas, pero eso ya quedó en el pasado.

Esta demanda inicia con fuerza debido a la pandemia y es por el cual que llega a tener un gran éxito en el mercado cómo se menciona en la parte del mercado consumidor las ventajas que tiene al alimentar con alimentos balanceados a nuestras mascotas y además de ello nos resulta mucho más fácil y rápido

En la actualidad la demanda de tienda de mascotas que comercializan productos, servicios y accesorios se ha vuelto muy rentable en el Perú, y este negocio está que crece, donde casi el 50

por ciento de todos los hogares tiene una mascota volviéndose así la tendencia de mayor consumo en alimentos balanceados y accesorios y que hoy en día está en constante crecimiento y se puede decir que vino a quedarse, en el futuro está considerado en diferentes portales o páginas web como uno de los negocios más rentables en el Perú para el año 2023 y los que vienen nos podemos dar cuenta al ver diferentes negocios en la ciudad de Lima que cuenta con el 60 por ciento de establecimientos y en la ciudad de Huánuco se ha visto que este negocio está sobresaliendo en diferentes partes de la ciudad.

### **3.5. Estrategias de ingreso al mercado**

Para lograr el ingreso perfecto al mercado se va a tener diferentes tipos de estrategias de las cuales tenemos:

- Incrementación de la participación del mercado actual

Para esto las actividades a realizar que nos van a ayudar a crecer e incrementar la participación de mercado actual son:

- ✓ Promoción del negocio y dar a conocer de lo que se está vendiendo principalmente en el mercado local se va a realizar por medio de internet, radio, publicidad etc.
- ✓ Nos diferenciaremos de la competencia ya que el competidor siempre va a estar ahí y es más van a aparecer más ya que todos buscan las mismas oportunidades para lograr la diferencia exaltare las características por las cuales mi negocio se diferenciará
- ✓ Precios Módicos de lo que vamos a ofrecer es decir respetar el precio ya que en ocasiones al visitar un establecimiento nos damos cuenta que los precios no son los correctos y nos podemos dar cuenta muy visiblemente alzas en los precios.

- Incremento del consumo esto es algo que va a ayudar a desarrollar mi negocio y vamos a buscar que nuestros clientes consuman más algunas de la característica son:
  - ✓ Incentivar y dar a conocer de los productos que ofreceremos las marcas que vendemos
  - ✓ Conocer los productos que más salen y cuando visitan puedan comprar las recomendaciones mencionando las ofertas y promociones
  - ✓ Cubrir otras necesidades empezando a ver lo que le hace falta al cliente y lograr el incremento de consumo.
- Atracción de clientes potenciales
  - ✓ Realizar imágenes es decir hacer cosas novedosas en el punto de venta de mi negocio.
  - ✓ Recibiendo consejos de las personas en temas de orden o espacio para el negocio.
- Ganar más clientes de las competencias
  - ✓ Utilizar diferentes canales todas las redes sociales para estar en constante comunicación con el cliente para obtener confianza con clientes fieles
  - ✓ Poco a poco iremos surtiendo más productos en la lista y suplir lo que las competencias no tienen y así ganar clientes de la competencia
  - ✓ Nos acercaremos mucho más a la demanda buscando salir de nuestra zona y conseguir la demanda de los productos
  - ✓ Tendremos descuentos por compras en cantidades de alguna manera esto lo vamos a trabajar con nuestros proveedores ya que si nos realizan descuentos también se puede ofrecer descuentos a nuestros clientes.

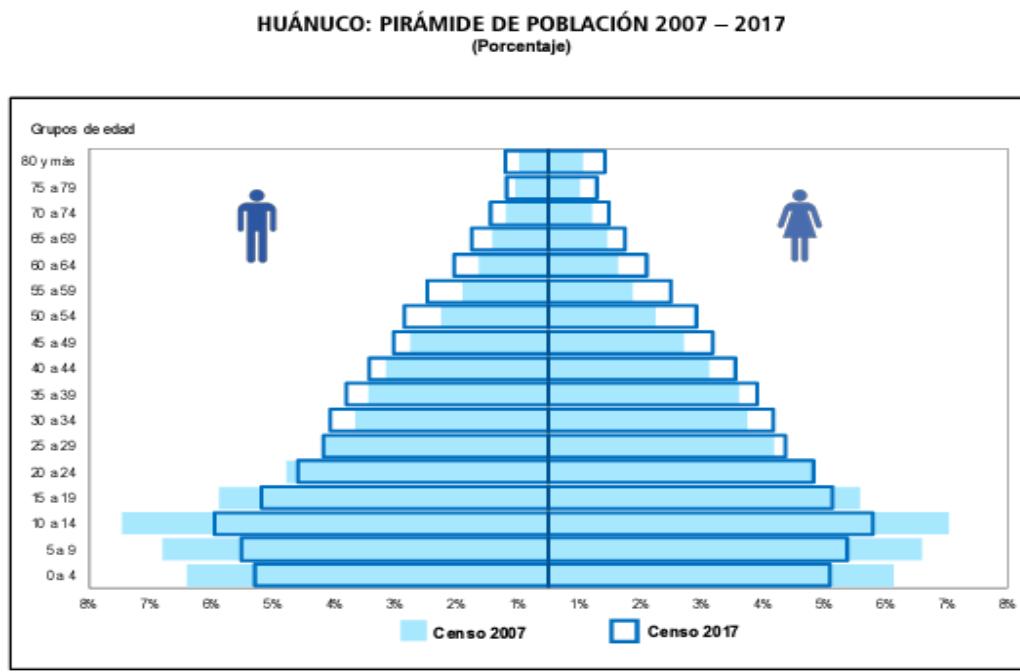
Una de las estrategias será ofrecer nuestros productos en internet mediante una página web ya que actualmente la gran mayoría

busca informarse acerca de una tienda y la más fácil es buscar en internet su página web que los informe de que es lo que tiene en sus productos o que servicios realiza por lo tanto considero que la pagina que se va a crear va a ser de mucha ayuda para dar a conocer la tienda

A continuación, en anexos, el prototipo del diseño inicial de la página web realizado en figma que va a contar con toda la información acerca de la tienda y todos los detalles de los productos que se va a vender.

### 3.6. Identificación de los demandantes

La ciudad de Huánuco tiene una evolución de población que tiene una representación de forma pirámide desde el censo de ese año 1993 luego el censo del año 2007, hasta el censo 2017, la base se ha ido reduciendo y ensanchando progresivo.



Según el compendio Estadístico, Huánuco 2022 el informe que se sacó el 24 de diciembre del año 2022 presenta información poblacional, demográfica, social, económica y financiera del departamento.

**3.15 HUÁNUCO: POBLACIÓN TOTAL PROYECTADA AL 30 DE JUNIO DE CADA AÑO, SEGÚN PROVINCIA Y DISTRITO, 2019 - 2022**

Provincia y distrito	2019	2020	2021	2022
Huánuco	759 851	760 267	758 416	755 213

**Datos aproximados de población de Huánuco:**

1993=654 000 hab. según fuente de encuesta realizada para ese año

2007=762 223 hab. según fuente de encuesta realizada para ese año

**Calculo de tasa interesa:**

$$\left[ \begin{array}{c} \text{poblacion} \\ \text{de} \\ \text{referencia} \end{array} \right]_{(\text{año "I"})} = \left[ \begin{array}{c} \text{poblacion} \\ \text{de} \\ \text{referencia} \end{array} \right]_{(\text{año "K"})} * x \left\{ \left[ \begin{array}{c} \text{tasa} \\ \text{intercensal} \end{array} \right] + 1 \right\}^{I-M}$$

$$[654000]_{(1993)} = [762223]_{(2007)} * x \left\{ \left[ \begin{array}{c} \text{tasa} \\ \text{intercensal} \end{array} \right] + 1 \right\}^{1993-2007}$$

Tasa intercensal

$$\left[ \begin{array}{c} \text{tasa} \\ \text{intercensal} \end{array} \right] = \sqrt[n]{\frac{\left[ \begin{array}{c} \text{poblacion} \\ \text{de} \\ \text{referencia} \end{array} \right]_{(\text{año M})}}{\left[ \begin{array}{c} \text{poblacion} \\ \text{de} \\ \text{referencia} \end{array} \right]_{(\text{año I})}}} - 1$$

$$TI = \sqrt[14]{\frac{762223}{654000}} - 1$$

$$TI = 0.0109$$

$$TI = 1.09\%$$

**Calculo del Mercado Potencial: el 20%**

762223 \* 0.20=152444 habitante de la ciudad de Huánuco

que van a adquirir los productos que se ofrece.

### **Calculo del Mercado Disponible: el 10%**

152444 \* 0.1=15244 habitante de la ciudad de Huánuco que van a adquirir los productos que se ofrece.

### **Calculo del Mercado Efectivo: el 20%**

15244\*0.2=3048 habitante de la ciudad de Huánuco que van a adquirir los productos que se ofrece.

### **Calculo del Mercado Efectivo: el 7%**

3048\*0.07=213 habitante de la ciudad de Huánuco que van a adquirir los productos que se ofrece.

### **3.7. Principales Empresas y sectores demandantes**

En lo que respecta a las principales empresas y sectores demandantes están implicadas las instituciones tanto públicas como privadas.

### **3.8. Proyección de la demanda Local, Regional, Nacional**

En el cuadro se considera lo que es el horizonte del proyecto que es de 10 años y también la demanda, oferta y la demanda insatisfecha o brecha.

AÑO	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
DEMANDA	381112	385266	389465	393710	398002	402340	406725	411159	415640	420171
OFERTA	190556	207706	226399	246775	268985	293194	319581	348343	379694	413867
BRECHA	190556	177560	163066	146935	129017	109146	87144	62815	35946	6304

Brecha

$$381112 - 190556 = 190556$$

Brecha anual

$$385266 - 207706 = 177560$$

Considerando el 50 % de la población de la ciudad de Huánuco y trabajando con el BBI que es 0.09.

<b>Poblacion</b>	762223
<b>Consideracion del 50%</b>	0,5
<b>Poblacion * 50%</b>	381111,5
<b>TI</b>	0,0109
<b>TCE</b>	0,09

### **3.9. Oferta del Producto o Servicio**

En lo que respecta a la oferta del producto o servicio se va a dar ya que estamos en un mundo competitivo donde cada negocio, empresa, fabrica etc. lo que buscan son las mismas oportunidades en donde la mayoría apunta a llegar lejos.

Para la oferta se va aplicar la estrategia con los proveedores o con fábricas directas ya que mucho va a depender de que como fabrica también me beneficie por la cantidad de compras que se va a realizar y así poder dar ofertas y descuentos a todos los clientes que realicen sus compras en el establecimiento.

### **3.10. Oferta de producción Local, Regional y Nacional**

Para la oferta de la producción local, regional y nacional se va a realizar distintas búsquedas de proveedores locales y esta manera se pueda trabajar localmente y de esta manera se puede beneficiar tanto los que producen y los que comercializamos esto sería una alianza para mejora de ambas partes interesadas.

### **3.11. Balance de la oferta y demanda**

En lo que es para el cálculo de la proyección de la demanda se usa la tasa intercensal 0.0109 calculado

$$\text{Demanda} \quad 762226/2=385266$$

$$\text{Demanda por año} \quad 381112(1+0.0109) = 385266$$

Para el cálculo de la proyección de la oferta se usa el del crecimiento económico del país del año anterior. Para ambos casos se usa la siguiente constante (1+R). tasa intercensal

Oferta	$381112/2 = 190556$
Oferta por año	$190556(1+0.09) = 207706$

### **3.12. Proyección de la oferta del Producto o servicio**

Respecto a proyección de la oferta del producto o servicio se va a realizar la proyección de acuerdo al crecimiento económico que se va a dar en el país.

Para el cálculo de la proyección de la oferta se usa el del crecimiento económico del país del año anterior. Para ambos casos se usa la siguiente constante (1+R). tasa intercensal

Oferta	$381112/2 = 190556$
Oferta por año	$190556(1+0.09) = 207706$

### **3.13.- Precio del producto o servicio**

Se sabe que el principal objetivo de todo negocio es que se genere utilidades y así mismo que se pueda lograr el equilibrio en lo que es entre egresos e ingresos, lo importante es que vamos a definir el precio de venta de los alimentos balanceados y accesorios que se va a ofrecer ya que el indicador es el de ganar y para esto se va a establecer con el monto que representa el valor económico que tienen los bienes en el mercado y que se intercambian en una operación comercial.

### **3.14. Evolución de los precios del producto o servicio**

Lo que se va hacer es prestarle bastante atención a lo que viene a ser la evolución de los precios ya que como se sabe que si aumenta o disminuye se debe a una de estas dos variables bien por la demanda o por la oferta, si la oferta se mantiene va a aumentar la

demandas por el cual seguiremos ofreciendo la misma cantidad de nuestros alimentos balanceados y accesorios.

### **3.15.- Comercialización.**

La comercialización de productos en alimentación balanceado y accesorios cada vez más está sobresaliendo en el mercado y está obteniendo gran demanda no solo a las personas que tienen una mascota en sus hogares que realizan compras para la alimentación de sus macotas así mismo también tiene la atracción de personas que están buscando hacer un negocio en este rubro es importante mencionar también que las grandes empresas como fábricas, almacenes están buscando la manera de poder abrir una tienda de mascotas en varias partes y diferentes ciudades del país.

La elaboración de alimentos balanceados implica diferentes procesos y así mismo también es importante mencionar que es un eslabón importante para lo que es la cadena productiva en lo que es ganadera, avícola, entre otras y en cuanto a los insumos mayormente es la soya y el maíz duro, según el ministerio de desarrollo agrario y riego Actualmente existe una expansión de la producción de alimentos balanceados, especialmente para el sector avícola (alrededor del 91%), porcino y ganado de engorde.

Para la comercialización en nuestro establecimiento se va a buscar diferentes fábricas de diferentes marcas para adquirir a un precio menor ya que esto nos va a favorecer de alguna u otra manera tanto para beneficios propios como para beneficiar a los clientes con descuentos y promociones.

- Comercializaremos nuestros productos a través de nuestra página web
- Ofreceremos alimentos balanceados de calidad
- Brindaremos descuentos

- Ofreceremos ofertas
- Realizaremos ventas al por mayor y menor
- Brindaremos seguridad, garantía y confiabilidad a todos nuestros clientes que visiten el establecimiento.



### 3.15.1.- Canales de comercialización

Para llegar a comercializar he ingresar al mercado consumidor realizare las siguientes estrategias denominados canales que son:

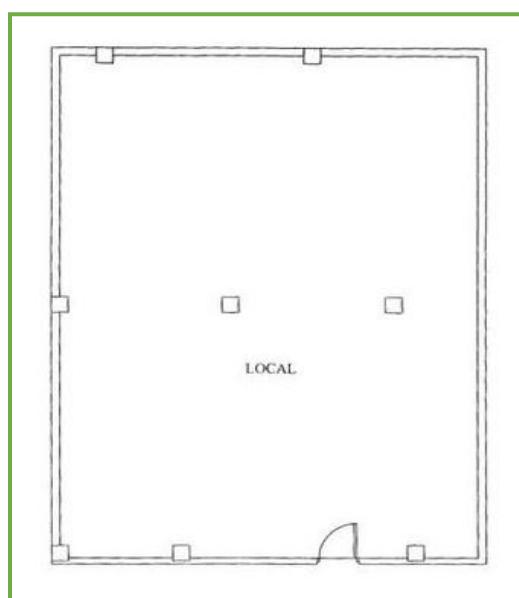
- Publicidad por todas las redes sociales Facebook, Instagram, WhatsApp etc.
- Mediante la página web bien detallado todos los productos que se va a ofrecer
- Publicidad mediante afiches
- Volantes
- Internet.
- Gigantografia.

## CAPITULO IV

### Tamaño de la Planta

#### 4.1.- Tamaño y tecnología

En cuanto a tamaño de la planta es lo mismo que decir capacidad productiva y así mismo también el establecimiento para el negocio de pet shop súper huellitas tendrá la siguiente medida de 135 metros cuadrados



Para el normal funcionamiento del negocio lo que se va a cumplir con todas las especificaciones que el estado ha establecido para abrir un negocio en el mercado es por eso que se va a tener bastante cuidado en esta parte para estar a la par con la municipalidad y no tener problemas por ningún motivo para esto debemos de cumplir con los siguientes permisos:

- Sunat
- Registros públicos
- Declaración jurada
- Carnet sanitario

- Apertura de establecimiento correcto.

Para el proyecto que es de inversión va a contar con un financiamiento propio entonces por lo cual no se aplicará tasas de interés público, pero si hará participación de organismos públicos. La capacidad de la empresa de producir el bien en base a la brecha o demanda insatisfecha se cumplirá con las siguientes consideraciones:

- Buen ambiente para el día a día de trabajo
- Local seguro en cuanto a seguridad tanto para clientes como para personales que se encuentran laborando
- Local confiable
- Contar con almacén para mantener los productos en buen estado.

#### **4.2.- Tamaño y Mercado**

En cuanto al tamaño y mercado la ciudad de Huánuco cuenta con una extensión de 4 091,71 Km<sup>2</sup>, 2,87% de la superficie del país la cual conforma el conjunto de personas y distintas empresas que constituyen un espacio para lo que es la comercialización puede ser de bienes o servicios que cada negocio ofrece en el mercado.

La localidad de Huánuco mayormente es el centro de los distintos distritos de la ciudad ya que la mayor concentración se da en el mercado principal que está en la misma ciudad y en la misma localidad de Huánuco para distintas compras por partes de los clientes por lo tanto se puede ver que el mercado de Huánuco es un lugar que acoge a muchas personas de distintos lugares y hasta visitantes

#### **4.3.- Tamaño y disponibilidad de materia Prima**

Contaremos con un almacén que nos permita tener disponibles los productos y así mismo tendremos siempre el contacto con todos los proveedores para tener una fuente a la mano ya que de esta

manera se va a cumplir con lo que el cliente requiera tanto también para las ventas por mayor

- Tener en stock todos los productos de alimentos balanceados que ofrecemos
- Tener en stock todos los accesorios para mascotas.

#### **4.4.- Selección del tamaño Óptimo de la Planta**

Para lo que es la selección del tamaño óptimo ayudara mucho lo que es el mercado ya que si el mercado es un lugar comercial y óptimo para mi negocio de ello va a depender de que la demanda sea potencial y favorable y mediante esto es la selección ya que mediante esto establecemos el visto bueno favorable para cubrir todas las necesidades que requiera el cliente.

AÑO	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
DEMANDA	381112	385266	389465	393710	398002	402340	406725	411159	415640	420171
OFERTA	190556	207706	226399	246775	268985	293194	319581	348343	379694	413867
BRECHA	190556	177560	163066	146935	129017	109146	87144	62815	35946	6304

## **CAPITULO V**

### **Localización de la planta**

#### **5.1.- Criterios de localización**

Para lo que es el criterio de localización se considera un local amplio y además de ello adecuado para el correcto almacenamiento de todos los productos tanto como para tener en stock como para ofrecer en vitrina y la perfecta visualización del mismo por parte del cliente al visitar el establecimiento con toda la seguridad que el cliente busca es decir la manera tranquila de realizar sus compras en un lugar donde se sienta bien a la vez pueda tener confianza.

## 5.2.- Macro localización

En realidad, está el momento encuentro de que Huánuco es una ciudad de negocios mayormente en la zona del mercado modelo a continuación se muestra la macro localización en una imagen del mapa del Perú, indicando la ciudad de Huánuco.



### 5.3.- Micro localización

Exactamente la ubicación del negocio de tienda Pet shop súper Huellitas S.A. se encuentra ubicado:

- Dirección: Jr. Leoncio Prado #486
- Teléfono: 929643192
- Ciudad: Huánuco
- Distrito: Huánuco
- Provincia: Huánuco
- Departamento: Huánuco
- Región: Huánuco
- Localidad: Huánuco.



## **5.4.- Justificación de la Localización**

La localización del local se justifica porque la ciudad de Huánuco es un escenario muy atractivo para iniciar este tipo de negocio, ya que he observado que no tiene mucha competencia en este rubro, además de ello la ubicación en la que se encuentra es una zona totalmente comercial donde se concentran día a día personas de diferentes lugares, y se cuenta con una infraestructura adecuada para la venta de alimentos balanceados y accesorios de toda calidad

Además, el establecimiento cuenta con todos los servicios básicos para poder llevar a cabo el negocio y el bienestar de todos los colaboradores en la tienda tanto también hacer que el cliente sienta el buen ambiente del local en donde se localice ya que habla mucho de un local limpio y con todas las medidas de seguridad.

# **CAPITULO VI**

## **Ingeniería del Proyecto**

### **6.1.- Proceso Productivo**

El proceso productivo abarca todos los procedimientos tanto Almacenamiento, producción, procesamiento (acondicionamiento) en el acopio para lo que el almacenamiento de todos los productos para mantener en reserva la cantidad de productos tanto también en procesamiento para la adecuación a lo que es a las necesidades del cliente o en esta parte también la adaptación del producto para lo que es para un fin.

### **6.2.-Descripción del Proceso Productivo**

Para el proceso productivo vamos a realizar diferentes tipos de procedimientos como negocio lo que buscamos es poder ofrecer un

buen servicio en cuanto a la atención a los clientes y para ello los procedimientos son los siguientes:

- Vamos a adquirir todos los productos en alimentos balanceados y accesorios
- Producción que en esta parte puede ser por pedido tanto en cantidad ya sea por menor o mayor
- Haremos que nuestros productos de adapten a nuestros clientes para que así puedan adquirir mucho más y por supuesto recomendar a sus conocidos.

Por lo tanto, contando con un número de personas colaboradores realizando una inversión que incluirán propagandas, invitaciones, etc. se van a realizar las siguientes actividades:

Turno mañana:

- Para abrir el local se realizarán de 8:00 am a 8:20 am. Con un aproximado para abrir el local de 15min y 5 min para la respectiva charla al personal de apoyo.
- Atención al público en general se realizará 8:20 am a 7:30 pm con media hora de cierre del establecimiento. 8 pm cerrado.

### 6.3.- Programa de producción

Cuadro del programa de producción

DESCRIPCION	AÑO								
	0	1	2	3	4	5	6	7	8
Atenciones	4840	5059	5287	5525	5774	6034	6280	6464	6679

### 6.4.- Requerimientos. Materia Prima e insumos

Para lo que es requerimientos de productos en alimentos balanceados y accesorios es de inversión propia quizá tengamos un

poco de limitaciones por esto, pero lo primero es un inicial que cubra lo que se va a necesitar para implementar la tienda

A continuación, se muestra el cuadro de cantidad, productos y descripción de cada producto de momento algunos que ya se va a considerar para las ventas.

ID	CANTIDAD	MARCA	PRODUCTOS	PESO	DESCRIPCION
1	24	Purina	Dog Chow	1.5kg 3Kg 8kg.	EXTRALIFE Alimento Seco ADULTOS MINIS Y PEQUEÑOS
2	24	Salvaje	Salvaje base	15kg.	Salud digestiva para adultos, cachorros, pequeños
3	24	Ricocan	Ricocan	500kg.	Adultos Todas las Razas Galletas para Perros Multisabores
4	24	Ricocat	Ricocat	500kg.	Adultos Todas las Razas Galletas para Perros Multisabores
5	12	Ricocan	Ricocan	280g.	Lata trocitos en salsa sabor a pollo y carne
6	12	Premiun	Advance bio	12kg.	Perfecta nutricion
7	12	Canbo	super premiun	1kg, 7kg.	100% completo y balanceado, con ingredientes de pollo
8	12	Canbo	super premiun	1kg, 7kg.	100% completo y balanceado, con ingredientes de cordero

#### **6.5.- Requerimiento de mano de Obra: Mano de obra directa e indirecta**

##### **Mano de obra directa:**

ID	Descripcion	Cantidad	Costo/mes
1	Administrador	1	0
2	Vendedor	1	1025
TOTAL			1025

##### **Mano de obra indirecta:**

ID	Descripcion	Cantidad	Costo/mes
1	Seguridad	1	1025
TOTAL			1025

#### **6.6.- Requerimientos de servicios: Agua, Energía Eléctrica, control de calidad, repuestos y materiales de mantenimiento**

Es importante contar con servicios básicos

##### **Aqua**

CATEGORIA	RANGO m3	COSTO
Social	0 a 10	S/. 0.163
	11 a mas	S/. 0.326
Domestico	0 a 20	S/. 0.513
	21 a mas	S/. 1.026
Comercial	0 a 30	S/. 1.125
	31 a mas	S/. 2.250
Industrial	0 a 100	S/. 1.650
	101 a mas	S/. 3.300
Estatal	0 a 50	S/. 0.513
	51 a mas	S/. 1.026

### Electricidad

CATEGORIA	CONSUMO kwh	COSTO
Residencial	90 kw/h	S/. 45
Zona rural	30 kw/h	S/. 28
Comercial	100 kw/h	S/. 80
Industrial	80000 kw/h	S/. 17
Iluminacion publica	288 kw/h	S/. 145

### Control de calidad

Considero que el control de calidad es un proceso muy importante ya que es lo que dicen de ti como vendedor y esto de buen visto también a depender de que estamos recibiendo de las fábricas, proveedores, distribuidores etc. o que es lo que estamos recibiendo este proceso debe ser muy bien controlado ya que se está comercializando productos alimenticios y accesorios para mascotas por lo mismo que ellos requieren una buena atención tanto en alimentos y accesorios. Desde el proveedor hasta la realización de la venta en el establecimiento.

### Materiales de mantenimiento

En cuanto a materiales de mantenimiento lo que se va a realizar una lista de todo lo necesario para esto se consultó con

algunas personas que saben de mantenimiento de un establecimiento es decir de una tienda o un centro comercial el cual nos dejó algunos datos las cuales son:

- Candados
- Cepilleria industrial
- Soluciones químicas
- Embalaje
- Cinta calibrada
- Extintor
- Escoba
- Trapeador
- Todos los productos de limpieza
- Coche movilizador de paquetes
- Alcohol.

#### **6.7.- Requerimiento de mobiliario y equipos de oficina**

DESCRIPCION	MARCA	CAPACIDAD	CANTIDAD	COSTO/IGV
Computadora	Intel i5	2 personas	2	4600
Software Excel	Microsoft	1 persona	10	250
Vitrinas y mostradores	Aluminio	1 persona	6	700
Herramienta mantenimiento	Estandares	2 personas	15	300
<b>TOTAL</b>				<b>5850</b>

#### **6.8.- Requerimiento de terreno, obras civiles e instalaciones**

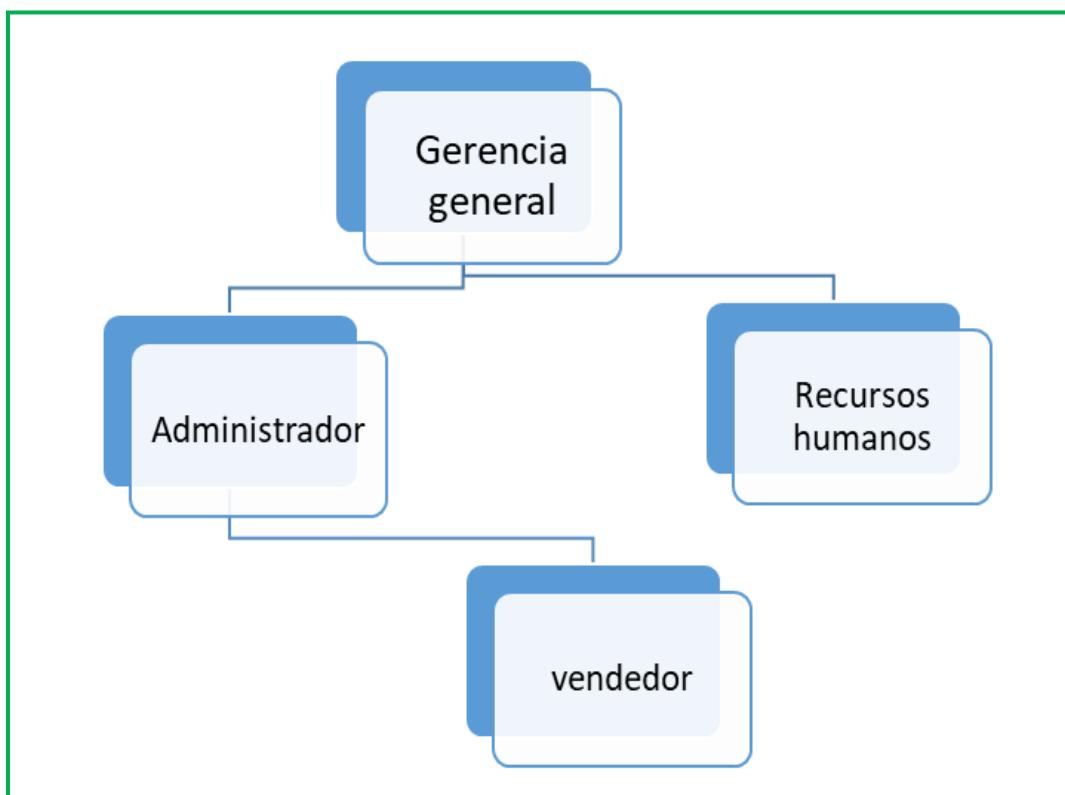
DESCRIPCION	AREA/MEDIDA	PRECIO S/.
local alquiler	12 metros cuadrado	800
Instalaciones		
Luz		
Agua		
Internet		
Obras		
Ubicación de vitrinas		
Ubucacion de anaqueles		

## CAPITULO VII

### Organización: Tipo de organización

Tipo de organización es Sociedad Anónima (S.A.) la razón social es tienda especializada de alimentos balanceados y accesorios para mascotas “Pet shop Súper Huellitas”. Dedicado a la venta de alimentos balanceados y accesorios para mascotas está conformada por un gerente general, administrador, un área de RR. HH, vendedor y seguridad.

Organigrama inicial



## CAPITULO VIII

### Inversiones

#### 8.1.- Inversiones en activo fijo

Dentro de los activos tangibles tenemos:

Nº	RUBRO	INVERSION
1	Mano de obra directa	1500
2	Mano de obra indirecta	1000
3	Materiales indirectos	500
4	Iniciacion del proyecto	2000
<b>TOTAL</b>		<b>S/ 5,000.00</b>

### 8.2.- Inversiones en Capital de trabajo

Nº	RUBRO	INVERSION
1	Costo de estudio de proyecto	5000
2	Capital de trabajo	2000
<b>TOTAL</b>		<b>S/ 7,000.00</b>

### 8.3.- Inversión Total

Nº	RUBRO	INVERSION
1	Inversion de activo fijo	5000
2	Inversion de capital de trabajo	7000
3	Alquiler de local	1000
<b>TOTAL</b>		<b>S/ 13,000.00</b>

## CAPITULO IX

### Financiamiento

#### 9.1.- Fuente de Financiamiento

En esta parte del financiamiento para el proyecto va ser de la siguiente manera:

- Aporte propio: 3% del total de la inversión, lo que vendría a estar dado por un valor monetario de: s/. 3000.00
- Préstamo bancario: 97% del total de 10000.00

## **9.2.- Procedimientos y Condiciones**

En este punto es importante conocer cada detalle del procedimiento de diferentes entidades bancarias la manera en cómo trabajan con los clientes que beneficios tiene el porcentaje mensual que se va a pagar interés, evaluar y conocer por ejemplo como cliente se debe saber en cuanto a la relación a la tasa de interés nos va a cobrar por el préstamo, conocer si lo que han evaluado es aprobado o no, con la entidad bancaria que algunas veces ha trabajo mi familia es con MiBanco por lo que se opta por esta entidad que se encuentra en la ciudad de Huánuco. Dicha entidad financiera va a realizar el préstamo de 10000.00 a un plazo de 12 meses, con pagos que se debe de realizar mensualmente a una tasa de interés anual de 6% luego de que el préstamo es aprobado se va a coordinar con los encargados y con todos los papeles que tanto la entidad bancaria y el cliente estén de acuerdo con MiBanco.

## **9.3.- Servicio a la Deuda**

**Inversión de préstamo = s/.10000.00**

**Tasa de interés = 0.06**

**Plazo = 12**

**Modalidad = cuotas mensuales**

**Tipo de pago = 10000(A/P,6%12).**

$$P = \left[ \frac{(1+i)^n(i)}{(1+i)^n - 1} \right]$$

$$\left[ \frac{(1+0.06)^{12}(0.06)}{(1+0.06)^{12} - 1} \right]$$

$$\left[ \frac{(1+0.06)^{12} \cdot 0.10}{(1+0.06)^{12} - 1} \right]$$

Reemplazando en la formula tenemos: 0.11927

$$= 10000.00(0.11927) = 1192.7$$

Para el cálculo de los valores de cada columna se utilizan las siguientes relaciones:

- Interés = deuda \* tasa de interés
- Amortización = total de pago menos interés
- Saldo = deuda – amortización
- Deuda = saldo de la cuota anterior

Calendario del servicio de deuda.

Nº cuotas	Deuda	Interés	Amortización	Tipo de pago	Saldo
1	10000	600	592.7	1192.7	9407.3
2	9407.3	564.43	628.2	1192.7	8779.1
3	8779.1	526.8	665.8	1192.7	8115
4	8115	486.9	705.8	1192.7	7410
5	7410	444.6	748.1	1192.7	6662
6	6662	399.8	792.9	1192.7	5870
7	5870	352.2	840.5	1192.7	5030
8	5030	301.8	890.9	1192.7	4140
9	4140	248.4	944.3	1192.7	3196
10	3196	191.8	1000.9	1192.7	2196
11	2196	132	1060.7	1192.7	1132

#### 9.4.- Estructura de Inversiones y Fuentes de Financiamiento

Fuente de financiamiento	Fuente de financiamiento	Participacion (%)
Aporte propio	s/.3000.00	3%
Préstamo banco	s/.10000.00	97%
<b>Total</b>	<b>s/.13000.00</b>	<b>100%</b>

# CAPITULO X

## Presupuesto de Ingresos y Costos del Proyecto

### 10.1.- Presupuesto de Ingresos: Precio de venta, presupuesto de ingresos Proyectados

#### Precio de venta

En este punto primero se va realizar el pedido de proforma sobre los precios o catálogo de precios y seguido conociendo los precios se efectuarán de acuerdo al presupuesto que se maneja y luego de eso se va realizar los pedidos que se va a realizar a los proveedores de la ciudad de Lima, teniendo en cuenta los demás gastos, como flete entre otros, y el precio venta a considerarse será de acuerdo al costo de producción y al análisis de mercado.

#### presupuesto de ingresos Proyectados

En cuanto a presupuestos de ingresos proyectados no solo me ayudarán a evitar emprender proyectos e inversiones negativas para mi negocio, sino también me permitirán detectar áreas de oportunidad y pasos que podrían ser favorables, realizando los siguientes pasos:

- Calcular el ingreso neto
- Seguimiento a los gastos
- Elaborar un plan y metas realistas
- Ajustar los gastos para mantener dentro del presupuesto
- Revisar el presupuesto regularmente

Año	Producción del bien/año	Precio del bien	Ingresos por año
1	500	15	7500
2	750	15	11250
3 a 5	1000	15	15000

## **10.2.- Costos: Costo de venta, gastos de administración, costo de fabricación de los productos vendidos Costo unitario promedio**

### **Costo de venta**

En costo de venta se va a incurrir en el proceso de producción de un bien o servicio en la que están mano de obra, materia prima, insumos, materiales y algunos servicios.

N°	RUBRO	INVERSION
1	Mano de obra directa	1500
2	Mano de obra indirecta	1000
3	Materiales indirectos	500
4	Iniciacion del proyecto	2000
<b>TOTAL</b>		<b>S/ 5,000.00</b>

### **gastos de administración**

#### **Mano de obra indirecta**

ID	Descripcion	Cantidad	Costo/mes
1	Seguridad	1	1025
<b>TOTAL</b>			<b>1025</b>

### **costo de fabricación de los productos vendidos**

#### **Materiales directos**

ID	CANTIDAD	MARCA	PRODUCTOS	PESO	PRECIO TOTAL
1	24	Purina	Dog Chow	1.5kg 3Kg 8kg.	1116
2	3	Salvaje	Salvaje base	15kg.	524.7
3	24	Ricocan	Ricocan	500kg.	550
4	24	Ricocat	Ricocat	500kg.	1000
5	12	Ricocan	Ricocan	280g.	890
6	12	Premiun	Advance bio	12kg.	500
7	12	Canbo	super premiun	1kg, 7kg.	400
8	12	Canbo	super premiun	1kg, 7kg.	500
					<b>5480.7</b>

### Costo unitario promedio

ID	CANTIDAD	MARCA	PRODUCTOS	PESO	PRECIO TOTAL
1	24	Purina	Dog Chow	1.5kg 3Kg 8kg.	46.5
2	3	Salvaje	Salvaje base	15kg.	174.9
3	24	Ricocan	Ricocan	500kg.	45
4	24	Ricocat	Ricocat	500kg.	45
5	12	Ricocan	Ricocan	280g.	35
6	12	Premiun	Advance bio	12kg.	69
7	12	Canbo	super premiun	1kg, 7kg.	80
8	12	Canbo	super premiun	1kg, 7kg.	79.9
					<b>575.3</b>

## CAPITULO XI

### Análisis Económico y Financiero

#### 11.1.- Estado de Ganancias y Pérdidas

Ingresos – egresos

$$13995 - 7100 = 6895$$

#### 11.2.- Flujo de caja Proyectado

Año	0	1	2	3	4	5
Inversion	13000					
Beneficios		13995	13995	13995	13995	13995
Costos		7100	7100	7100	7100	7100
Flujo de caja economico	13000	6895	6895	6895	6895	6895

Interés = 0.06

$$\left( \left[ \frac{6895}{(1 + 0.06)^1} \right] + \left[ \frac{6895}{(1 + 0.06)^2} \right] + \left[ \frac{6895}{(1 + 0.06)^3} \right] + \left[ \frac{6895}{(1 + 0.06)^4} \right] + \left[ \frac{6895}{(1 + 0.06)^5} \right] + \left[ \frac{6895}{(1 + 0.06)^6} \right] - 13000 \right)$$

VAN = 20904

## CAPITULO XII

### Evaluación del Proyecto

#### **12.1.-Valor actual neto financiero. VANF sin préstamo, VANF con préstamo**

##### **VANF sin préstamo**

$$\left( \left[ \frac{6895}{(1+x)^1} \right] + \left[ \frac{6895}{(1+x)^2} \right] + \left[ \frac{6895}{(1+x)^3} \right] + \left[ \frac{6895}{(1+x)^4} \right] + \left[ \frac{6895}{(1+x)^5} \right] + \left[ \frac{6895}{(1+x)^6} \right] = 3000 \right)$$

##### **VANF con préstamo**

$$\left( \left[ \frac{6895}{(1+x)^1} \right] + \left[ \frac{6895}{(1+x)^2} \right] + \left[ \frac{6895}{(1+x)^3} \right] + \left[ \frac{6895}{(1+x)^4} \right] + \left[ \frac{6895}{(1+x)^5} \right] + \left[ \frac{6895}{(1+x)^6} \right] = 13000 \right)$$

#### **12.2.-Tasa Interna de Retorno Financiera**

Tasa interna de retorno financiera esta será tanteada:

**TIR = 0.17509 -> 17509%**

$$\left( \left[ \frac{6895}{(1+x)^1} \right] + \left[ \frac{6895}{(1+x)^2} \right] + \left[ \frac{6895}{(1+x)^3} \right] + \left[ \frac{6895}{(1+x)^4} \right] + \left[ \frac{6895}{(1+x)^5} \right] + \left[ \frac{6895}{(1+x)^6} \right] = 13000 \right)$$

#### **12.3.-Relación Beneficio/costo: RB/C Sin préstamo, RB/C con Préstamo**

Relación beneficio/costo

Razón (B/C) = beneficio / costo

Razón beneficio/costo = 13995/7100 = 1.97

El costo beneficio nos indica el valor de ganancia que se obtendrá por unidad de producto vendido.

## **CAPITULO XIII**

### **Estudio de Análisis de Riesgo**

En este punto primero es importante aclarar que como se sabe riesgo es algo que probablemente pueda pasar, todas las organizaciones pequeñas, grandes, medianas o el negocio que tengas siempre está expuesto a riesgos de las cuales en este punto es importante el estudio de análisis de riesgo que de esta manera se puede encontrar puntos de debilidad por donde pueda suceder ese riesgo y con análisis de riesgo se puede prevenir.

Para el proyecto se va realizar diferentes análisis de riesgos que son los siguientes:

#### **Análisis de riesgo específico del lugar**

Lo que se va a realizar es valorar el local, ver el estado en el que se encuentra, el entorno del lugar, observar todos los peligros y de esta manera evitar daños a las personas que se encuentran en el lugar.

#### **Análisis de seguridad de la información de la página web**

Al contar con una página web, también existen riesgos es por ello que se va a realizar los posibles peligros al usar la página web, y se va realizar de la siguiente manera:

- Valor los datos la información que se va a poner en la página web
- Capacitar sobre el riesgo que existe en internet al personal que va a manejar las redes sociales.

### **Riesgos de posibles fallas de los proveedores**

En esta parte se va analizar a la empresa proveedor ya que lo que se busca es poder contar con todo lo que el cliente necesite de alguna u otra manera se va analizar en sus records de cumplimiento si es o no una empresa seria con productos de primera calidad y con fecha de vencimiento en el que se pueda vender.

El análisis de riesgo en el proyecto me va a ayudar a hacerle frente a estos riesgos y evitar gastar y así mismo comprobar todo lo que se necesita.

## **CAPITULO XIV**

### **Evaluación de Impacto Ambiental**

Con la realización del proyecto en todo momento vamos a cuidar que no se altere la calidad del medio ambiente se va a valorar los distintos impactos ambientales que se va producir en nuestras actividades, se va usar reducir el uso de papel bond ya que todas las listas de los productos lo tendremos en una base de datos, la información de clientes, la información de personal, los precios, proveedores etc. y en cuenta a publicidad mayormente van realizar por internet, la página web de la tienda, redes sociales etc. y presencial en el local ya de esta manera se busca reducir elementos contaminantes para el medio ambiente.

## CAPITULO XV

### Marco Lógico: En la preparación de proyectos de Inversión

RESUMEN DE OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
Implementación de una tienda especializada de alimentos balanceados y accesorios para mascotas "Pet shop Súper Huellitas" en la ciudad de Huánuco.	Numero de compras realizadas, incremento del nivel de ingreso de las ventas, mejoramiento de calidad de atención, ofrecer productos de calidad.	Análisis mensual de los ingresos y egresos de la tienda con la herramienta power BI, Excel, encuestas para la mejora de la tienda.	Decisiones importantes para la continuidad del negocio, tener presente la misión, visión, valores.
Implementación de página web para pet shop Súper Huellitas	Número de visitas a la página web, consultas realizadas.	Administrador verificar en la página web las preferencia en internet, selección de visitas de clientes frecuentes.	mejorar servicios a ofrecer por la pagina como la elección de productos, pedidos y entrega.
Posicionarse en lo más alto en el mercado de este rubro en la Ciudad de Huánuco y ser el número uno, y ofrecer alimentos balanceados y accesorios de toda calidad el alcance del bolsillo, así mismo brindarle todo lo mejor a nuestras mascotas.	ofrecer buen trato y buena atención al cliente, precios acordes al mercado, ofertas, descuentos, productos en buen estado, productos de calidad mejores, lograr la preferencia del cliente. Sacar ventaja a los competidores.	verificación de reclamos, encuestas de satisfacción de clientes, valoración de opiniones de clientes tanto en internet como presencial de las visitas del cliente, planificación, registros, comentarios etc.	Decisiones importantes para llevar a cabo todo lo planeado, mejoras, mejorar las observación de todos los clientes, valorar las opiniones del personal.

Actividades - valoración de estudio de factibilidad - elaboración de expediente técnico - capacitación.

RESUMEN DEL PRESUPUESTO ALTERNATIVA 01		
Descripcion	Porcentaje	Precios
Costo directo		1500
Gstos generales	8%	300
utilidades	5%	200
<b>SUB TOTAL 1</b>		<b>2000</b>
IGV	19%	2185
<b>SUB TOTAL2</b>		<b>4185</b>
Estudio de factibilidad		1300
Expediente tecnico		800
Plan de capacitacion		1000
<b>Descripcion</b>		<b>7285</b>

Resolución de aprobación para formulación de estudio de factibilidad, resolución de aprobación del expediente, informe mensual de presupuesto ejecutado, documentos requeridos por Sunat.

La municiad de Huánuco aprobara la licencia de funcionamiento oportunamente según el calendario de ejecución de funcionamiento.

## **CAPITULO XVI**

### **Análisis de Sostenibilidad del Proyecto**

Al analizar la sostenibilidad del proyecto vamos a centrar en la habilidad del proyecto en el que podamos mantener su operación, seguir ofreciendo productos a todos los clientes durante todo su horizonte de vida del proyecto, con capacidad de gestionar los recursos disponibles por más de que el periodo de financiación concluya realizaremos lo siguiente:

- Verificación de disponibilidad de recursos
- Capacidad de gestión del proyecto en su etapa de inversión
- Operación y mantenimiento
- Preferencia de clientes será muy importante.

## **CAPITULO XVII**

### **XVII.-Conclusiones y Recomendaciones**

#### **Conclusiones**

- Desde el inicio del proyecto se puede ver la importancia que tiene la formulación y evaluación de proyectos de inversión en la que nos enseña de realizar todos los procesos de forma correcta, ya que para que un proyecto crezca satisfactoriamente y aumente la rentabilidad es necesario contar con personal que tenga ganas de trabajar, capacitado en atención al cliente, con la seguridad adecuada
- Así mismo el uso de la página web que se va a crear va a servir como herramienta de mostrar en internet el negocio y de lo que se ofrece al cliente desde la comodidad de su hogar, en realidad será un canal más de hacer publicidad considero que es una buena opción.

- De tal forma se concluye mencionando que según las posibilidades el proyecto formulado debe estar en marcha en poco tiempo ya que se tiene todas las ganas de formar una propia empresa.

## **Recomendaciones**

Las recomendaciones en primer lugar aprender todo acerca de formulación y evaluación de proyectos ya que con conocimientos obtenidos realizar un proyecto va a ser mucho más fácil recuerda que no necesario tener un cargo importante en una organización para ver proyectos, y para que desarrolles un proyecto e implementes considero que se debe de seguir estas recomendaciones:

- Analizar la ubicación de tu local es muy clave ya que este punto también se encuentra en el estudio de mercado
- De alguna u otra manera estudiar a tu competencia y suplir lo que les falta y ofrecer tú lo que el cliente busca
- Ofrecer tus productos con precios acorde al mercado quizá si un proveedor te baja el precio se puede hacer algún descuento, en el caso de que el proveedor te beneficie, si no se da no puedes ofrecer descuentos ya que puedes fracasar
- Realizar publicidad en la página web, la red social de alguna u otra manera va a ser útil ya que existen clientes que desean información de lo que ofreces
- Ofrecer productos den buen estado, de calidad
- Ofrecer seguridad, comodidad y buen trato en el sitio ya que si el cliente se siente seguro y cómodo nos damos cuenta que es un cliente clave.

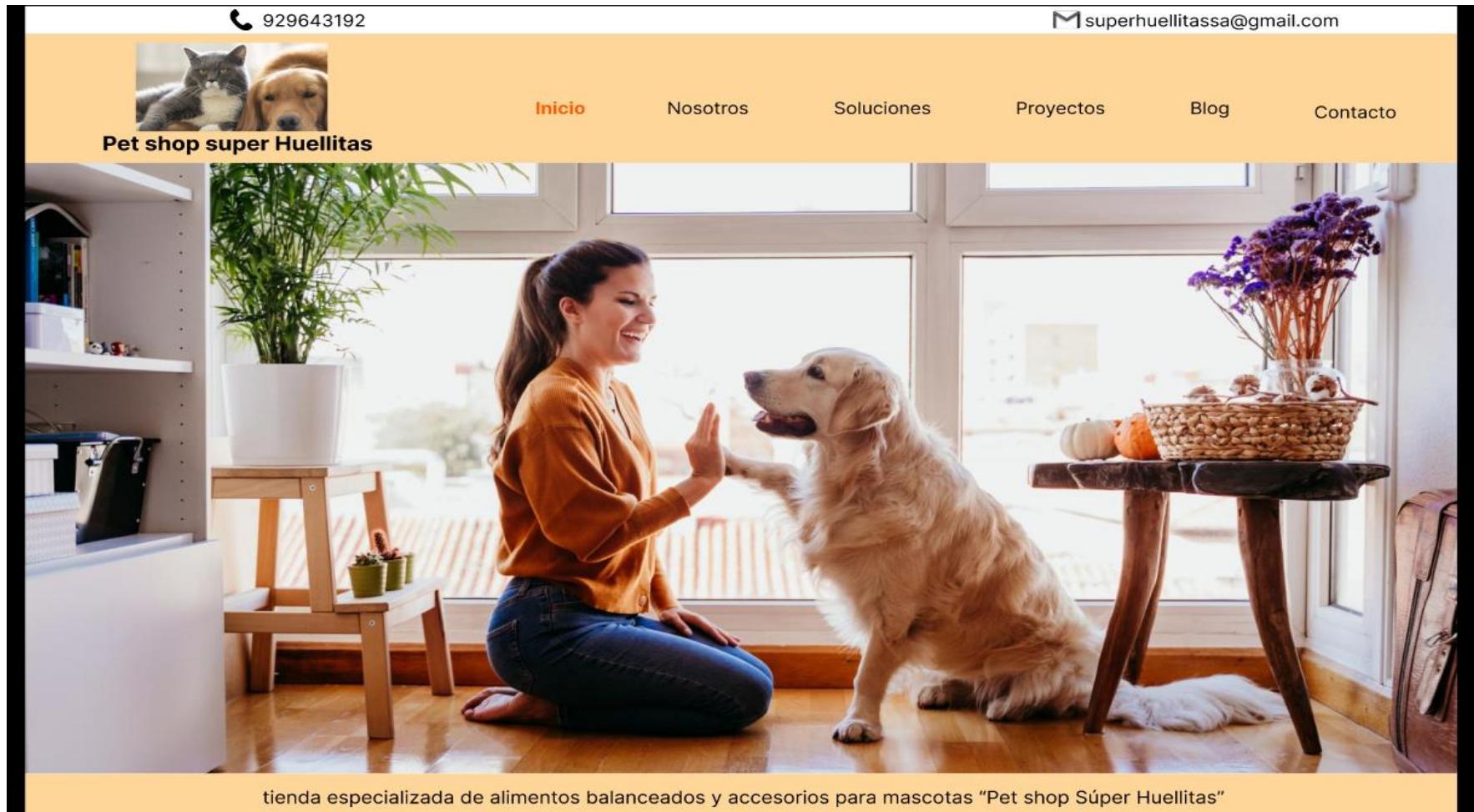
## **CAPITULO XVIII**

### **XVIII.-Referencias bibliográficas**

- INEI, (2020). ESTADO DE LA POBLACION PERUANA. Obtenido desde:  
[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1743/Libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1743/Libro.pdf)
- Gobierno del Perú. COMPENDIO ESTADISTICO, HUÁNUCO 2022.  
Obtenido desde: <https://www.gob.pe/institucion/inei/informes-publicaciones/4005606-compendio-estadistico-huanuco-2022>
- Eumed.net libros obtenido desde: <https://www.eumed.net/libros-gratis/2009b/527/ANALISIS%20DE%20SOSTENIBILIDAD.htm>
- Definiciones marco lógico obtenido desde:  
<https://economipedia.com/definiciones/marco-logico.html>
- Análisis de riesgos obtenido desde:  
<https://blog.hubspot.es/marketing/analisis-de-riesgos>

## ANEXOS

### 1. Prototipado de página web visión inicial



## 2. Prototipo de cómo se mostraría productos



Pet shop super Huellitas

Inicio Nosotros Soluciones Proyectos Blog Contacto

### NUESTROS PRODUCTOS

Se ofrece servicio de primera calidad para su mascota todo lo mejor y con mucho cariño para los mas engreidos

Nuestro local cuenta con todo lo necesario en seguridad para ud pueda realizar sus compras de manera organizada y con paciencia porque nuestros clientes son primero.

Productos de todas las marcas y todos los precios al alcance del bolsillo lleve su preferencia.

**CONOCE**

#### NUESTROS PRODUCTOS

---



Excellent s/. 80

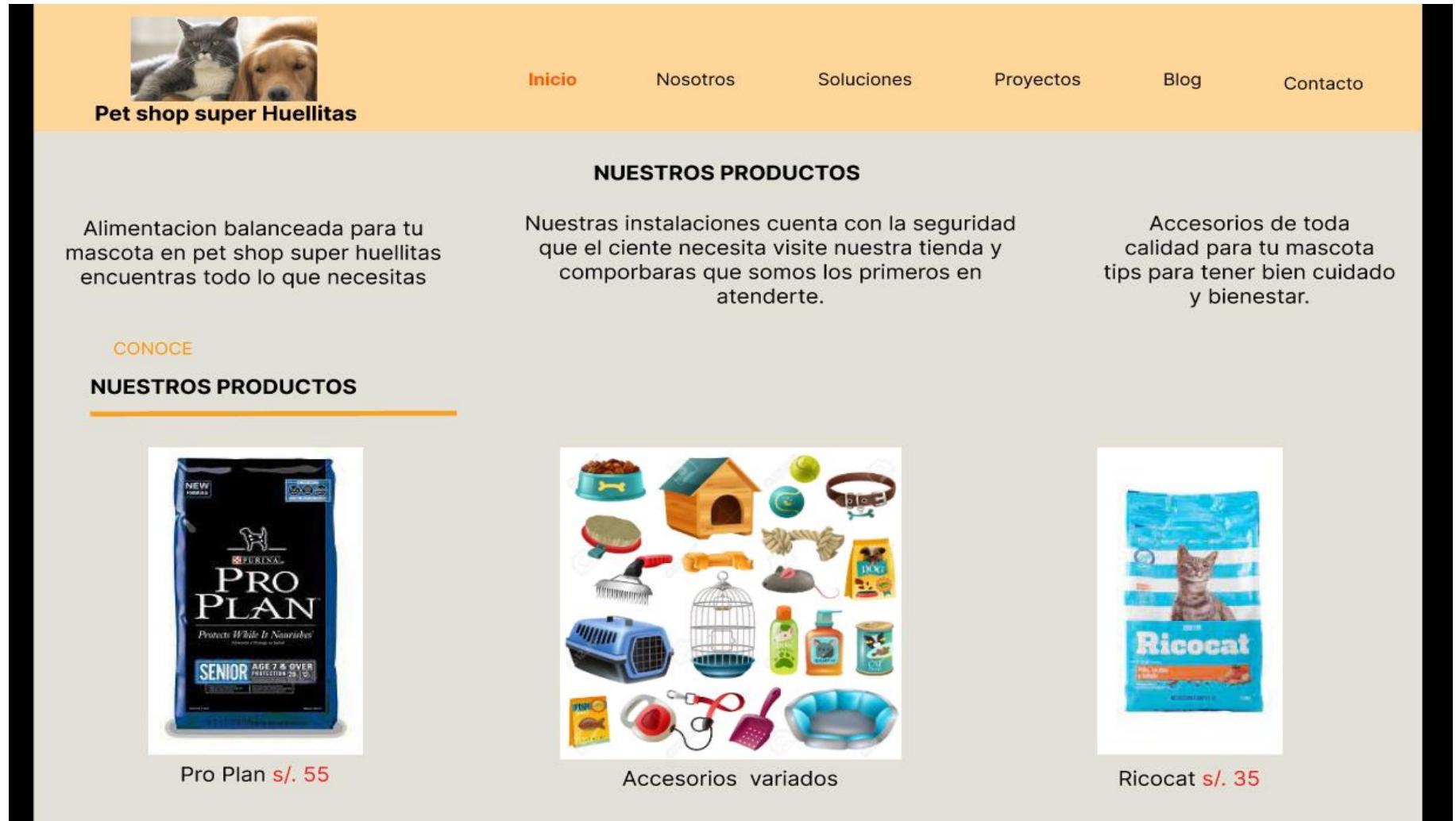


Unik s/. 100



Nutribon s/. 35

### 3. Más productos



The screenshot shows the homepage of the Pet shop super Huellitas website. At the top, there is a header with a yellow background. On the left is a photo of a cat and a dog. To the right are navigation links: Inicio (highlighted in orange), Nosotros, Soluciones, Proyectos, Blog, and Contacto.

**Pet shop super Huellitas**

**Inicio**      **Nosotros**      **Soluciones**      **Proyectos**      **Blog**      **Contacto**

**Alimentacion balanceada para tu mascota en pet shop super huellitas encuentras todo lo que necesitas**

**CONOCE**

**NUESTROS PRODUCTOS**

**NUESTROS PRODUCTOS**

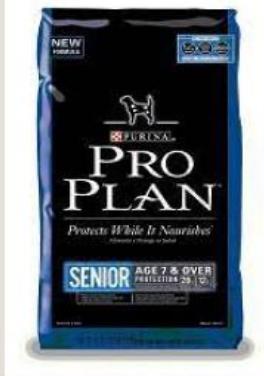
**Nuestras instalaciones cuenta con la seguridad que el cliente necesita visitar nuestra tienda y comprobaras que somos los primeros en atenderte.**

**Accesorios de toda calidad para tu mascota tips para tener bien cuidado y bienestar.**

**Pro Plan s/. 55**

**Accesories variados**

**Ricocat s/. 35**







#### 4. Prototipo de visión quienes somos

The screenshot shows a website for "Pet shop super Huellitas". The header features a yellow bar with the company logo (a cat and a dog), the name "Pet shop super Huellitas", and a navigation menu with links to "Inicio", "Nosotros" (highlighted in red), "Soluciones", "Proyectos", "Blog", and "Contacto".

**QUIENES SOMOS**

**Pet shop super Huellitas**



La Empresa Pet shop huellitas en la ciudad de Huánuco somos una un pet shop mas especializada de alimentos balanceados y accesorios para mascotas ofrecemos todo lo mejor a tus mascotas.

**MISIÓN**

Nuestra misión como empresa es colaborar de manera eficiente y eficaz en el desarrollo constructivo de nuestro país y del mundo, con la más minuciosa atención al crecimiento y necesidad de nuestros clientes. ofreciendo productos de calidad y todos los precios con los más exigentes estándares, en seguridad, calidad y puntualidad.



**VISIÓN**



Ser una empresa líder en el rubro de venta de alimentos para mascotas, reconocido por su capacidad, calidad y cumplimiento de las más exigentes normas de seguridad; utilizando procedimientos que permiten ofrecer mejores productos, que proporcionan lo mejor para sus mascotas que confía en nosotros.

## 5. Prototipo de visión de contáctanos

El prototipo muestra una interfaz web con un encabezado naranja que incluye una foto de un gato y un perro, el nombre 'Pet shop super Huellitas', y una barra de navegación con enlaces a 'Inicio', 'Nosotros', 'Soluciones', 'Proyectos', 'Blog' y 'Contacto'. La sección principal tiene un fondo azul y un título 'Contactanos'. Un texto invita a los visitantes a comunicarse si están interesados en productos o servicios. Tres cuadros blancos detallan formas de contacto: WhatsApp, horario de atención y ubicación.

**Contactanos**

¿Está interesado en nuestros productos, estudio o necesita asesoramiento?  
Entonces, Comuníquese con nosotros y estaremos encantados de ayudarle

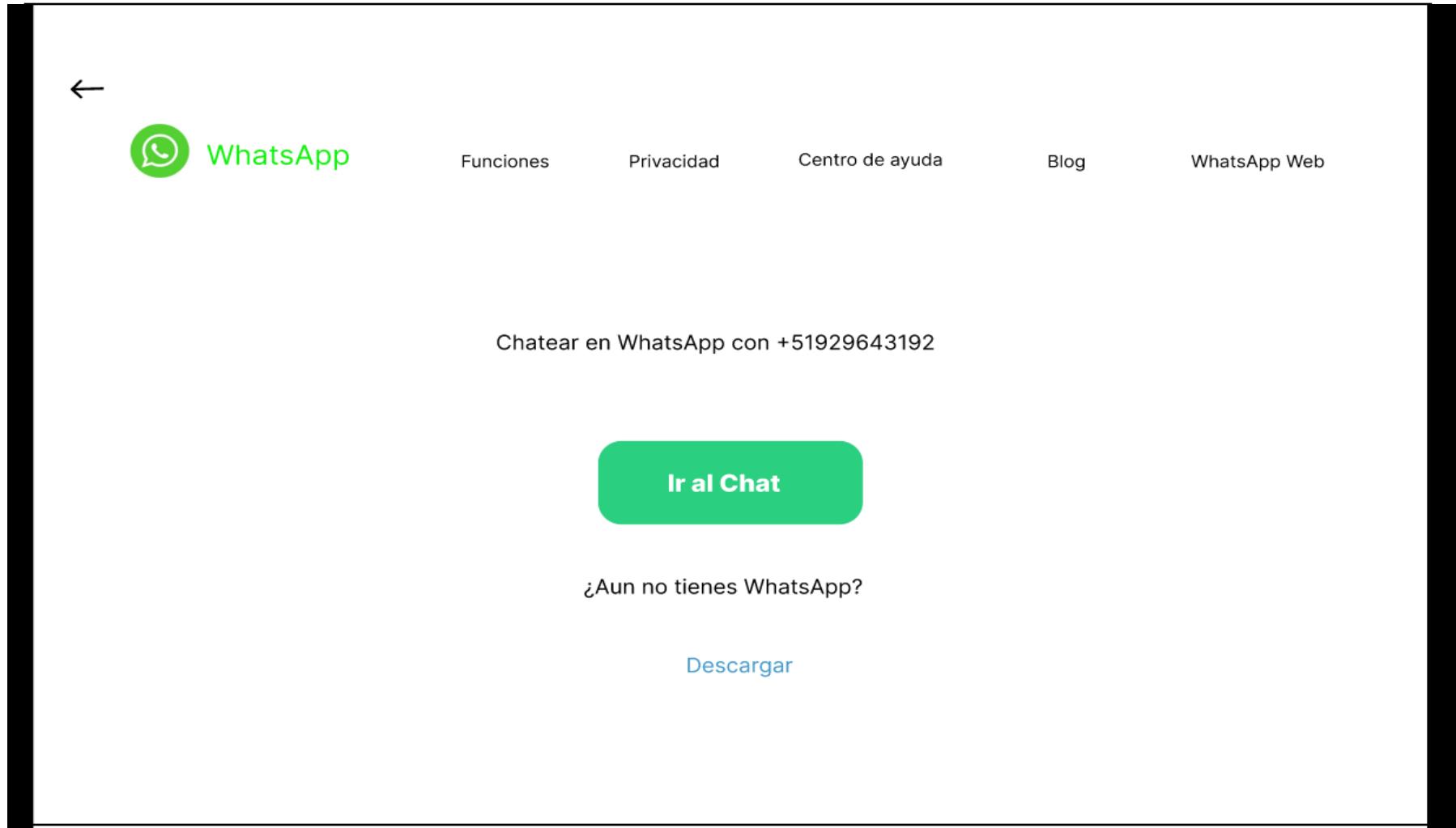
**Escríbenos**  
Para obtener respuestas rápidas,  
mensajería instantánea WhatsApp

**Horario de atención**  
De 8:00 AM a 8:00 PM

**Ubicación**  
Huánuco - Huánuco

Puedes escribirnos al correo: [superhuellitassa@gmail.com](mailto:superhuellitassa@gmail.com)

## 6. Prototipo de consultas



## 7. Prototipado visión final de la página web

The screenshot shows the final design of the website. At the top, there is a yellow header bar with a black sidebar on the left and right. The header contains a logo with a cat and dog, the text "Pet shop super Huellitas", and a navigation menu with links: Inicio (highlighted in orange), Nosotros, Soluciones, Proyectos, Blog, and Contacto.

The main content area has a dark background. It features the company name "PET SHOP SUPER HUELLITAS S.A.", contact information (Telefono 929643192, Correo electronico superhuesa@gmail.com), and location details (Ubicacion Huánuco - Huánaco). Below this, there are three columns of links:

Nuestra Empresa	Nuestros Servicios	Recursos
Sobre nosotros	Productos de calidad	Sección de noticias
Políticas de privacidad	Productos de marca	Blog
Terminos de uso	Consulte	
Trabaja con nosotros	accesorios	
Contacto	Todos los precios	

At the bottom, a footer bar contains the text "Todos los derechos reservados PET SHOP SUPER HUELLITAS S.A. Huánuco - Huánaco 2023".