



idat

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO “IDAT”

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ESCUELA DE NEGOCIOS

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CRÉATION DE Petaban: PETSHOP Y SER-
VICIO DE CUIDADO INTEGRAL PARA MACOTAS(PETSITTING)-**

EN BARRANCO

**TRABAJO DE APLICACIÓN PROFESIONAL PARA OBTENER EL TITULO PRO-
FESIONAL TÉCNICO EN ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

JELDY CUBAS HERNANDEZ

(0009-0009-2515-5029)

Lima – Perú

2026

Dedicatoria

A mi persona

Índice General

Introducción.....	11
Capítulo 1: Definición del Negocio	12
Descripción de cinco ideas de Negocio	12
Matrices	18
Diagnóstico de la Idea de Negocio	22
Justificación de plan de negocio (Análisis de la oportunidad) PetHaven.....	23
Capítulo II: Diagnóstico del Plan de Negocio	24
Análisis Microentorno (Clientes, Competidores, Proveedores, Intermediarios, Productos Sustitutos)	24
Capítulo III: Planeamiento Estratégico	43
Misión	43
Valores	44
Matriz FODA.....	45
Objetivos estratégico generales	47
Estrategia genérica de Porter	47
Cronograma de actividades (Diagrama de Gantt)	51
Capítulo IV: Estudio de Mercado.....	3
Oferta (Lo que ofrecen los Competidores – Directos y Potenciales)	3
Demanda (Investigación: Objetivo, Metodología, Resultados, Interpretación y Proyección)7	
Capítulo V: Plan de Comercialización	33
Mercado (Características y Segmentación)	34
Marketing Mix (Producto, Precio, Plaza y Promoción)	40
Formulación Estratégica	54
Proyección de Ventas	58
Capítulo VI: Plan Técnico	60
Localización de la Empresa	60

Tamaño del Negocio (Capacidad Instalada).....	72
Necesidades	80
Personal	84
Costos (Directos e Indirectos) Figura 51.....	87
El proceso se inicia cuando el cliente llega al establecimiento y entrega a su mascota al personal de recepción.	91
El proceso operativo del área de Petshop en PetHaven.....	95
Certificaciones Necesarias.....	98
Impacto en el Medio Ambiente	103
Capítulo VII: Plan Organizacional, Personal y Legal	102
Constitucion de la Empresa (Proceso, Tramite, Permisos y Costos).....	102
Estructura Organizacional	108
Descripción de Funciones (MOF)	109
Capítulo VIII: Plan Económico – Financiero	116
Inversiones (Estructura).....	116
Ingresos y Egresos	118
Deuda (Cuadro de Amortización).....	120
Flujo de Caja (Económico y Financiero).....	121
Evaluación Económica y Financiera (VAN, TIR y Punto de Equilibrio)	123
Estados Financieros Proyectados (Estado de Situación Financiera y Estado de Resultados Integrales)	126
Conclusiones y Recomendaciones	128
Referencias Bibliográficas	135
Anexos	138

Índice de Tablas

Tabla 1 Macrofiltro	19
---------------------------	----

Tabla 2 <i>Microfiltro</i>	20
Tabla 3 <i>Rivalidad entre Competidores</i>	26
Tabla 4 <i>Comparativa de Proveedores</i>	28
Tabla 5 <i>Amenazas de Nuevos Entrantes</i>	29
Tabla 6 <i>Resumen del Macroentorno</i>	31
Tabla 7 Analisis de Oportunidad o Amenazas Factor Economico.....	34
Tabla 8 Analisis de Oportunidad o Amenazas Factor Cultural y Social.....	35
Tabla 9 Análisis Oportunidad y Amenazas Factor Ambiental.....	37
Tabla 10 Análisis Oportunidad y Amenazas Factor político	38
Tabla 11 Análisis Oportunidad y Amenazas Factor legal.....	39
Tabla 12 Análisis Oportunidad y Amenazas Factor Geográfico - Demográfico	41
Tabla 13 Análisis Oportunidad y Amenazas Factor Tecnológico.....	42
Tabla 14 <i>Justificación de Elección</i>	51
Tabla 15 <i>Ficha Técnica</i>	9
Tabla 16 <i>Tabla de frecuencias - Edad</i>	16
Tabla 17 <i>Tabla de frecuencias - Sexo</i>	17
Tabla 18 Tabla de frecuencias - Distrito de Residencia.....	18
Tabla 19 <i>Tabla de frecuencias- Pregunta 4</i>	19
Tabla 20 Tabla de frecuencias - Pregunta 5	19
Tabla 21 <i>Tabla de frecuencias -Pregunta 6</i>	20
Tabla 22 <i>Tabla de frecuencias-Pregunta 7</i>	21
Tabla 23 <i>Tabla de frecuencias-Pregunta 8</i>	23
Tabla 24 <i>Tabla de frecuencias-Pregunta 9</i>	24
Tabla 25 Tabla de frecuencias-Pregunta 10	25
Tabla 26 <i>Tabla de frecuencias-Pregunta 11</i>	26

Tabla 27 Tabla de frecuencias-Pregunta 12	26
Tabla 28 <i>Tabla de frecuencias-Pregunta 13</i>	27
Tabla 29 <i>Tabla de frecuencias-Pregunta 14</i>	28
Tabla 30 <i>Proyección de la Demanda</i>	32
Tabla 31 <i>Estudio de Mercado</i>	35
Tabla 32 <i>Resumen de Segmentación</i>	39
Tabla 33 Tipos de Estrategias de Precio al Consumidor Final	45
Tabla 34 Estructuras de Precio al Consumidor Final	46
Tabla 35 <i>Evaluación de los factores</i>	70
Tabla 36 Comparativo de Alternativas de Local	72
Tabla 37 Relación Tamaño– Participación en el Mercado	73
Tabla 38 Distribución de las Instalaciones (m2)	74
Tabla 39 <i>Material / Equipo</i>	81
Tabla 40 <i>Muebles y Enseres</i>	82
Tabla 41 <i>de Personal</i>	84
Tabla 42 <i>Materia Prima</i>	85
Tabla 43 <i>Costos Directos</i>	88
Tabla 44 <i>Proyección de costos directos</i>	88
Tabla 45 <i>Costos Indirectos</i>	89
Tabla 46 <i>Proyección de Costos Indirectos</i>	89
Tabla 47 Fijación de Precio por le Petshop	90
Tabla 48 Fijación de Precio por el Petsitting	90
Tabla 49 Resumen de certificaciones/Requisitos para PetHaven	99
Tabla 50 <i>de plan de Acción</i>	101
Tabla 51 <i>Tipos de Regimenes Tributarios</i>	106

Tabla 52 <i>Obligaciones Laborales</i>	108
Tabla 53 <i>Inversión Fija Tangible</i>	116
Tabla 54 <i>Inversión Fija Intangible</i>	117
Tabla 55 Capital de Trabajo Mensual PetHaven	117
Tabla 56 Capital de Trabajo - Ciclo Operativo	117
Tabla 57 <i>Capital total</i>	118
Tabla 58 <i>Ingresos</i>	118
Tabla 59 <i>Ingresos Anuales</i>	119
Tabla 60 <i>Egresos</i>	119
Tabla 61 <i>Proyección de Ingresos y Egresos</i>	120
Tabla 62 Comparativo -Entidades Financieras	120
Tabla 63 <i>Amortización</i>	121
Tabla 64 <i>Flujo de Caja Económico</i>	121
Tabla 65 <i>Flujo de Caja Financiero</i>	122
Tabla 66 Proyección de Flujo de Caja Económico	123
Tabla 67 Estado de Situación Financiera Proyectado	126
Tabla 68 <i>Pasivo / Patrimonio</i>	127
Tabla 69 Estado de Resultados Integrales Proyectado	127

Índice de figuras

Figura 1 <i>Competidores Indirectos</i>	24
Figura 2	26
Figura 3	26

Figura 4 <i>Producto Bruto Interno</i>	32
Figura 5 <i>Inflación en el Perú</i>	33
Figura 6 <i>Proyección Mercado Petcare</i>	34
Figura 7 <i>Porcentaje de Hogares con Mascotas</i>	35
Figura 8 <i>Preferencias de Consumidores</i>	37
Figura 9 <i>Evolución de MYPES</i>	38
Figura 10 <i>Porcentaje de Hogares con Mascotas en Lima</i>	41
Figura 11 <i>Matriz FODA</i>	45
Figura 12 <i>Organigrama PetHaven</i>	47
Figura 13 <i>Diagrama de GANT</i>	52
Figura 14 <i>Cuadro de Detalles de Actividades</i>	2
Figura 15 <i>Principales Competidores</i>	4
Figura 16 <i>Resumen Competidores</i>	6
Figura 17 <i>Resumen de Competidores Potenciales</i>	7
Figura 18 <i>Cuestionario Google</i>	14
Figura 19 <i>Pregunta 1</i>	16
Figura 20 <i>Pregunta 2</i>	17
Figura 21 <i>Pregunta 3</i>	18
Figura 22 <i>Pregunta 4</i>	19
Figura 23 <i>Pregunta 5</i>	20
Figura 24 <i>Pregunta 6</i>	21
Figura 25 <i>Pregunta 7</i>	22
Figura 26 <i>Pregunta 8</i>	23
Figura 27 <i>Pregunta 9</i>	24
Figura 28 <i>Pregunta 10</i>	25
Figura 29 <i>Pregunta 11</i>	26
Figura 30 <i>Pregunta 12</i>	27
Figura 31 <i>Pregunta 13</i>	28
Figura 32 <i>Pregunta 14</i>	29
Figura 33 <i>Foto del Distrito de Barranco</i>	36
Figura 34 <i>Foto de Mascotas en el Hogar</i>	37
Figura 35 <i>Estilo de Vida</i>	38
Figura 36 <i>catálogo de Productos</i>	42
Figura 37 <i>Foto de Petsitting</i>	43

Figura 38 <i>Logo</i>	43
Figura 39 <i>Redes Sociales</i>	49
Figura 40 <i>Pagina Web</i>	50
Figura 41 <i>Estrategia de Publicidad</i>	52
Figura 42 <i>Mapa de la Ubicación</i>	54
Figura 43 <i>Proyeccion de Ventas</i>	59
Figura 44 <i>Mapa</i>	72
Figura 45 <i>Distribución Espacial Total</i>	75
Figura 46 <i>Distribución Total por Áreas</i>	76
Figura 47 <i>Sala de Espera</i>	77
Figura 48 <i>Cuidado y Recreación</i>	78
Figura 49 <i>Descanso Nocturno y Petshop</i>	78
Figura 50 <i>Almacén y SH</i>	80
Figura 51 <i>Cotización Material y Equipo</i>	82
Figura 52 <i>Mueble / Enser</i>	84
Figura 53 <i>Cotización Materia Prima</i>	86
Figura 54 <i>Esquema de Costos</i>	87
Figura 55 <i>Diagrama de Flujo</i>	94
Figura 56 <i>Diagrama de Flujo Petshop</i>	97
Figura 57 <i>Resumen del proceso y Licencias</i>	101
Figura 58 <i>Flujograma de Constitución de PetHaven</i>	103
Figura 59 <i>Portada del MOF</i>	110

Resumen ejecutivo

El presente plan de negocio desarrolla el proyecto PetHaven, una propuesta orientada a brindar un servicio integral de cuidado para mascotas mediante la combinación del servicio de petsitting y la venta de productos especializados, respondiendo a la creciente necesidad de atención profesional derivada del aumento de la tenencia de mascotas y la limitada disponibilidad de tiempo de sus propietarios. El proyecto se plantea para su implementación en el distrito de Barranco, zona caracterizada por una cultura pet-friendly y un público objetivo conformado por dueños de mascotas de nivel socioeconómico medio, que valoran la confianza, la calidad del servicio y el bienestar animal. Desde el punto de vista técnico y organizacional, PetHaven considera una estructura operativa funcional, personal capacitado y protocolos de higiene y seguridad adecuados. La inversión total requerida asciende a S/ 88,334, financiada en un 75 % con capital propio y un 25 % con financiamiento bancario. Las proyecciones económicas estiman ingresos mensuales de S/ 35,000, egresos aproximados de S/ 29,167 y una utilidad neta mensual de S/ 5,833, lo que representa un margen cercano al 17 %. El proyecto presenta un punto de equilibrio bajo, de S/ 9,359 mensuales, y un periodo de recuperación de

la inversión estimado en 15 meses. Los indicadores financieros, como el Valor Actual Neto positivo y una Tasa Interna de Retorno superior al costo de oportunidad, confirman que PetHaven es un proyecto viable, rentable y sostenible en el tiempo.

Introducción

El presente trabajo desarrolla el plan de negocio de PetHaven, un proyecto orientado a brindar un servicio integral de cuidado para mascotas mediante la combinación del petsitting y la venta de productos especializados. La propuesta surge a partir de la creciente importancia que han adquirido las mascotas en los hogares y de la necesidad de contar con servicios confiables que aseguren su bienestar, especialmente en contextos donde los propietarios disponen de tiempo limitado para su cuidado.

El Capítulo I presenta la definición de la idea de negocio, describiendo el concepto de PetHaven, su propuesta de valor y la necesidad que busca atender dentro del mercado del cuidado de mascotas. En el Capítulo II se desarrolla el diagnóstico del plan de negocio, analizando el entorno y el contexto del mercado pet care, así como las oportunidades y condiciones que favorecen la implementación del proyecto. El Capítulo III aborda el planeamiento estratégico, donde se establecen la misión, visión, valores y los lineamientos que orientan el crecimiento y la gestión del negocio.

En el Capítulo IV se presenta el estudio de mercado, identificando el público objetivo, la oferta existente, la demanda potencial y los resultados de la investigación realizada. El Capítulo V desarrolla el plan de comercialización, detallando las estrategias de precio, promoción y canales utilizados para llegar al cliente. Posteriormente, el Capítulo VI expone el plan