

Guardería interactiva canina - Oportunidad de negocios

Madele Cama-Cuzcano

Resumen

El proyecto de la guardería interactiva canina es una propuesta de negocio que se trata de una guardería especializada para perros donde estos recibirán un cuidado y una enseñanza básica en caso que los dueños por algún motivo no puedan cuidar de ellos.



UNIVERSIDAD
SAN IGNACIO
DE LOYOLA

“PROYECTO FINAL”

GUARDERIA INTERACTIVA CANINA

Curso: Oportunidad de Negocios

Profesor: Fernando Piñón

Alumna: MADELE CAMA CUZCANO

Lima – Perú

2014

INDICE

CAPITULO I

RESUMEN EJECUTIVO

- 1.1 Definición del negocio
 - 1.1.1 Misión
 - 1.1.2 Visión
 - 1.1.3 Valores
 - 1.1.4 Objetivos
- 1.2 Descripción del servicio
- 1.3 Oportunidad de negocio
- 1.4 Actividad económica
- 1.5 Código CIU
- 1.6 Mercado Objetivo
- 1.7 Segmentación del mercado
- 1.8 Competencia
- 1.9 Análisis de factibilidad
- 1.10 Comercialización y promoción

CAPÍTULO II

ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO

- 2.1 Capital, ciudades importantes. Superficie, Número de habitantes (2011- 2013)
- 2.2 Tasa de crecimiento de la población. Ingreso per cápita. Población económicamente activa. (2011 - 2013).
- 2.3 PBI, Tasa de inflación, Tasa de interés, Tipo de cambio, Riesgo país. (2011 -2013).
- 2.4 Análisis de los factores PESTEL (Político, Económico, Social, Tecnológico y Medio ambiente).
- 2.5 Sistema de desarrollo de una cultura empresarial.
- 2.6 Evolución del índice de la Productividad Nacional según INEI.
- 2.7. Conclusión parcial.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DEL MICRO ENTORNO Y ASPECTOS ESTRATÉGICOS (06 páginas)

- 3.1 Estrategia Genérica de la empresa
- 3.2 Análisis de competitivo: el modelo de las cinco (05) fuerzas de Porter.
- 3.3 Análisis de la cadena Valor.
- 3.4 Matriz CANVAS (Actualizada).
- 3.5. Análisis de la matriz FODA.
- 3.6 Propuesta Estratégica

CAPÍTULO IV

MEZCLA DE MARKETING

4.1 Producto

- 4.1.1 Estrategias
- 4.1.2 Servicio
- 4.1.3 Precio
- 4.1.4 Plaza
- 4.1.5 Promoción

CAPÍTULO V

5. SERVICIOS

- 5.1 Elementos de los Servicios
- 5.2 Distribución de los servicios.
- 5.3 Estrategias de precios
- 5.4 Entornos físicos
- 5.5 Calidad

CAPÍTULO VI

PROPUESTA DE MODELO DE NEGOCIO

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFIA

ANEXOS

RESUMEN EJECUTIVO

1.1 Definición del negocio

El proyecto de la guardería interactiva canina es una propuesta de negocio que se trata de una guardería especializada para perros donde estos recibirán un cuidado y una enseñanza básica en caso que los dueños por algún motivo no puedan cuidar de ellos.

Esta guardería contara con un valor agregado que son las cámaras en todos los ambientes que permitirán poder observar a tu mascota en tiempo real desde donde te encuentres y de esta manera puedas saber cómo esta además de asegurarte de que reciba un buen cuidado y todo lo necesario para su bienestar.

1.1.1 Visión

“Ser una guardería líder y reconocida a nivel nacional en la promoción del bienestar animal mediante nuestros servicios de primera calidad y tecnología”

1.1.2 Misión

“Lograr posicionarse en el mercado y ser reconocido en el medio promoviendo el bienestar animal mediante la prestación de nuestros servicios de cuidado médicos veterinarios y complementarios”

1.1.3 Valores

- **Confianza:** Nuestro valor principal puesto que se le brindara la confianza necesaria y comprobada para que nuestros clientes sientan la seguridad de que el servicio brindado es el que esperan.
- **Responsabilidad:** Trabajando y cumpliendo con todo lo necesario para el cuidado de los perritos.
- **Dedicación:** todos los servicios brindados en la guardería son totalmente con dedicación ya que las mascotas necesitan un cuidado único y especial.

1.1.4 Objetivos

- Lograr la satisfacción para nuestros clientes y el bienestar de nuestros animales.
- Aumentar el número de clientes satisfechos.
- Proporcionar lo mejor para los perritos.
- Promover el bienestar animal a través de nuestros servicios.
- Lograr que el personal se sienta orgulloso de formar parte de nuestro equipo.
- Obtener los satisfactores económicos que nos permitan seguir creciendo.

1.2 Descripción del servicio

La guardería interactiva canina brinda a sus clientes los siguientes servicios además del usual cuidado de estos en su estancia.

- Educación básica canina; que consiste en educar al perro en las principales cosas que debe respetar como donde hacer sus necesidades, no agredir a los demás perros, comportarse tranquilamente al ver a un desconocido etc.
- Consulta médica veterinaria; los perritos podrán acceder a una consulta por un veterinario donde se podrá saber su estado de salud y ser recomendado en caso necesite algo como, vitaminas u otro tipo de medicamento canino.
- Baño y limpieza; los perritos también serán atendidos en el ámbito de la limpieza puesto que necesitan un baño cada cierto tiempo, además del corte de uñas y demás servicios que complementan a su apariencia.
- Alimentación sana; se les proveerá de alimentos de acuerdo a su organismo según receta de veterinario cada raza de perro necesita una alimentación distinta, ello se llevara a cabo de acuerdo a su raza y denominación.
- Movilidad; la guardería contara con una movilidad que permitirá el traslado de los perritos de casa a la guardería como viceversa para facilitar los tiempos con nuestros clientes, esto se llevara a cabo con previa anticipación o reserva que será atendida con una llamada telefónica,

1.3 Oportunidad de negocio

El proyecto de la guardería interactiva canina es una gran oportunidad de negocio ya que es una idea innovadora el hecho de agregarle las cámaras en todos los ambientes que permitirán al cliente poder observar a su mascota en tiempo real desde donde se encuentre tan solo con ingresar a la web. La necesidad que cubre este negocio es el cuidado de la mascota y su bienestar en momentos en los que los dueños no podrán cuidarlos o estar con ellos.

1.4 Actividad Económica

Dentro del sector terciario se encuentran los servicios, que abarca la diversidad de actividades que prestan servicios tanto a los procesos de producción como a la población que es el caso de la guardería interactiva canina. Estas actividades producen bienes intangibles además que ha experimentado un crecimiento considerable tanto en nuestro país como en el resto del mundo, debido a la gran cantidad, variedad y complejidad de las actividades de la población ha aumentado.

Por otro lado fenómenos como la globalización, las nuevas tecnologías y la aparición de nuevas formas de comercio determinan la diversidad de servicios que se ofrecen.

1.5 Código CIU

El código que menciona uno de los servicios que ofrece la guardería es el que se muestra a continuación:

A	B
COD. CIU	DESCRIPCION CIU
8090	Enseñanza de adultos y otros tipos de enseñanza
8511	Actividades de hospitales
8512	Actividades de médicos y odontólogos
8519	Otras actividades relacionadas con la salud humana
8520	Actividades veterinarias
8531	Servicios sociales con alojamiento
8532	Servicios sociales sin alojamiento
9000	Eliminación de desperdicios y aguas residuales, saneamiento y actividades similares
9111	Actividades de organización empresariales y de empleadores
9112	Actividades de organizaciones profesionales

1.6 Mercado Objetivo:

Todo aquel que posea una mascota en casa siendo como un miembro más en su familia.

1.7 Segmentación de mercado:

Hombres y mujeres de toda edad de NSE A y B.

1.8 Competencia:

Las veterinarias son consideradas como competencia indirecta ya que no es un negocio que se dedique exactamente a lo mismo que la guardería sin embargo es uno de los servicios que se incluye es nuestro negocio.

1.9 Análisis de Factibilidad

EVALUACIÓN DE MI IDEA DE NEGOCIO



Criterios	Rojo 1pto	Amarillo 2 ptos.	Verde 3 ptos.
1. Alineamiento estratégico.		X	
2. Factibilidad.		X	
3. Necesidad del cliente			X
4. Marca	X		
5. Mercados/ventas	X		
6. Ventaja competitiva			X
7. Capacidades		X	
8. Impacto			X
9. Riesgo		X	

24 / 27 --- Verde
18 / 23 --- Amarillo
18 o menos --- Rojo



En los criterios de la marca y el mercado se obtuvo 1 ya que será un nuevo concepto de negocio el que se está lanzando al mercado del cual nadie tiene conocimiento por lo que se espera la aceptación para la mejora de esta puntuación que se registrará de acuerdo a que tan factible y que tanto ingreso en el mercado obtiene el negocio.

1.10 Comercialización y Promoción:

La guardería se tratará de un local establecido en puntos clave de distritos donde exista más población de acuerdo a la segmentación de mercado y público objetivo pre establecido con amplios ambientes especializados para todos los servicios que incluirá el negocio desde su cuidado, la enseñanza básica, la alimentación, su limpieza y entre otras actividades extras.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO

2.1 Capital, ciudades importantes. Superficie, Número de habitantes (2011-2013)

El crecimiento económico acelerado sumado a los altos niveles de calidad de vida y modernidad influye en el posicionamiento de Lima como la ciudad más vivible del país.

En educación alberga el mayor número de colegios y universidades, mientras que en salud ostenta la segunda mayor esperanza de vida a nivel nacional (71.2 años) y el mayor número de médicos (28.6 por cada 10,000 habitantes).

Además otra de las ciudades más importantes del país es Arequipa, constituye la segunda ciudad del Perú por población y desarrollo económico y social, alcanzando el año 2013 los 747 384 habitantes según proyecciones del INEI. La

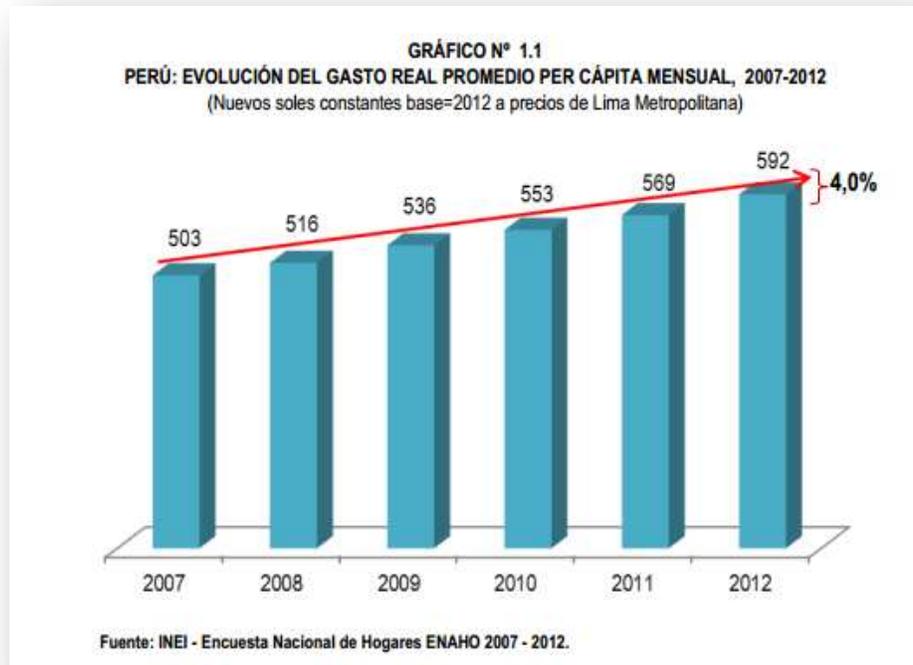
ciudad de Trujillo es la capital de la provincia de Trujillo constituye la tercera ciudad del Perú por población, alcanzando el año 2013 los 618 388 habitantes según proyecciones del INEI.



Perú: Provincias con mayor y menor población proyectada, al 30 de junio de 2013

Departamento	Provincia	Población
Provincias con mayor población		
Lima	Lima	8 617 314
Prov. Const. del Callao	Prov. Const. del Callao	982 800
Arequipa	Arequipa	947 384
La Libertad	Trujillo	928 388
Lambayeque	Chiclayo	843 445
Piura	Piura	744 659
Loreto	Maynas	554 705
Junín	Huancayo	499 432
Cusco	Cusco	435 114
Ancash	Santa	430 925
Cajamarca	Cajamarca	375 227
Ucayali	Coronel Portillo	370 098
Ica	Ica	353 611
Piura	Sullana	312 307
Tacna	Tacna	307 608
Huánuco	Huánuco	304 487
Lambayeque	Lambayeque	291 006
Puno	San Román	282 043
Ayacucho	Huamanga	266 390
Junín	Satipo	254 488
Puno	Puno	245 925
Lima	Cañete	226 260
Lima	Huaura	215 138
Ica	Chincha	212 643
Cajamarca	Jaen	198 661
Junín	Chanchamayo	196 791
Lima	Huaral	185 076
San Martín	San Martín	181 946
Cusco	La Convención	179 670
Cajamarca	Chota	166 757
Apurímac	Andahuaylas	165 165
Ancash	Huaraz	162 889
Tumbes	Tumbes	161 257

2.2 Tasa de crecimiento de la población. Ingreso per cápita. Población económicamente activa. (2011 - 2013).



2.3 Crecimiento PBI, Perú



2.4 Análisis de los factores PESTEL

ASPECTO POLÍTICO:

Factores administrativos, legales y reguladores que la empresa opera

Los aspectos legales y técnicos que nos sugiere el estado son necesarios realizarlos para el correcto funcionamiento del negocio.

La guardería canina deberá contar con sus respectivos documentos en regla como la licencia de funcionamiento, el pago de sus impuestos oportunamente, la eliminación debida de los desechos contaminantes al medio ambiente además de un certificado de sanidad.

Por otro lado deberá brindar a sus colaboradores los derechos laborales que la ley exige y como se cuenta con colaboradores quienes son médicos veterinarios estos deberán respetar la exigencia del colegio médico veterinario y contar con el instrumental y equipamiento necesario para realizar correctamente la practica veterinaria y emplear rutinariamente los insumos correctos.

La guardería canina seguirá cumpliendo con su correcto funcionamiento entregando comprobantes de pago por cada abono que ingresa a la empresa.

ASPECTO ECONÓMICO:

El Perú es un país que con el transcurrir de los años ha ido evolucionando satisfactoriamente en el ámbito de la economía promoviendo de esta manera la inversión en negocios en el país.

Actualmente el PBI del Perú es **202,3 miles de millones USD (2013)** y el PBI per cápita llega a **6.659,81 USD (2013)**, esto expresa el valor monetario de la producción de bienes y servicios de demanda final de nuestro país.

En el años 2013 parte del crecimiento de la economía peruana se debió a cuatro sectores que aportaron más del 50% en un mes específico como: sector comercio, servicios, construcción y manufactura, que aportaron el 55% del crecimiento

ASPECTO SOCIAL:

Creencias, valores, actitudes y formas de vida de las personas.

Hoy en día el estilo de vida de las personas ha cambiado mucho ya que actualmente la mayoría dedica mucho tiempo a sus laborales rutinarias y no poseen tanto tiempo libre como para dedicarle a su mascota sin embargo poseen una en casa como miembro de la familia y es su deber cuidar de ellas por ese motivo la guardería de mascotas interactiva es una de las opciones que ofrece cuidar de su mascota los días y horarios que no cuenten con disponibilidad como también cuidar de ellos cuando viajen por algún motivo.

El servicio es completo y cumple con todas las expectativas del cliente puesto que este podrá comprobar que es así con la nueva aplicación de cámaras que permitirá observar a su mascota en cualquier momento y en cualquier lugar solo con acceso a internet.

Los perros son apreciados por su inteligencia La inteligencia canina se refiere a la habilidad de un perro de procesar la información que recibe a través de sus sentidos para aprender, adaptarse y resolver problemas.

ASPECTO TECNOLÓGICO:

Para evitar la obsolescencia y promover la innovación (nuevos productos, nuevos procesos, etc.)

El avance de la tecnología junto al uso del internet hoy en día se ha convertido en el boom del crecimiento económico en lo que respecta negocios ya que gracias a esto se ha podido disminuir costos en algunos negocios que se llevan a cabo vía online y solo con el uso del internet.

En el caso de la guardería el valor agregado que este negocio propone justamente tiene que ver con este aspecto importante, la guardería interactiva cuenta con cámaras por todos los ambientes del lugar que permitirá observar a tu mascota desde donde tú te encuentres y en cualquier momento, algunos beneficios que esta aplicación te ofrece es que comprobaras tu mismo que el trato y el servicio

que reciben tus mascotas es de primera además de la confianza que te brindara saber que todo anda bien con tu perrito.

2.5 Sistema de desarrollo de una cultura empresarial.

La cultura empresarial es lo que identifica la forma de ser y manifiesta en las formas de actuación ante los problemas y oportunidades de gestión y adaptación a los cambios de la empresa.

Además el desarrollo organizacional resulta ser un enfoque y una herramienta administrativa para saber cómo proyectar un incremento en la productividad en este caso un aumento de la participación del mercado y la cartera de clientes.

2.6 Evolución del índice de la Productividad Nacional según INEI.

3.1 Evolución del Índice Mensual de la Producción Nacional: Octubre 2013

Sector	Ponderación 1/	Variación Porcentual		
		Octubre 2013/2012	ENE-OCT 2013/2012	Nov 12-Oct 13/ Nov 11-Oct 12
Economía Total	100,00	5,42	4,88	5,04
DI-Otros Impuestos a los Productos	8,74	2,81	3,78	4,08
Total Industrias (Producción)	80,28	5,89	5,04	6,12
Agropecuaria	7,00	3,75	1,85	2,52
Pesca	0,72	5,18	0,55	-0,98
Minería e Hidrocarburos	4,07	5,78	2,00	1,48
Manufactura	15,98	3,02	1,67	1,57
Electricidad y Agua	1,90	7,08	5,70	5,71
Construcción	5,58	6,24	10,01	10,14
Comercio	14,57	6,37	5,01	5,70
Transporte y Comunicaciones	7,52	5,42	5,38	5,77
Financiero y Seguros	1,84	10,50	8,45	8,58
Servicios Prestados a Empresas	7,10	7,80	6,77	6,91
Restaurantes y Hoteles	4,17	6,27	6,53	6,85
Servicios Gubernamentales	6,33	4,01	4,01	4,84
Resto de Otros Servicios 2/	12,29	6,32	5,70	5,70

Nota: - El cálculo correspondiente al mes de octubre de 2013 ha sido elaborado con información disponible al 11-12-2013.
 1/ Corresponde a la estructura del PIB año base 1984.
 2/ Incluye Alquiler de Vivienda y Servicios Personales.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática, Ministerio de Agricultura y Riego, Ministerio de Energía y Minas, Ministerio de la Producción, Ministerio de Transportes y Comunicaciones, Ministerio de Economía y Finanzas, Superintendencia de Bancos, Seguros y AFP, Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, y Empresas Privadas.

2.7. Conclusión parcial

Según la información recopilada se podría decir que los ingresos y crecimientos económicos del país se ha debido a las diversos sectores que aportan y uno que ha presentado un crecimiento importante es el sector de servicios donde se encuentra ubicado nuestro proyecto de negocio de la guardería interactiva canina.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DEL MICRO ENTORNO Y ASPECTOS ESTRATÉGICOS

3.1 Estrategias Genéricas de la empresa

- **Liderazgo en costos;** la guardería por poseer una reciente entrada al mercado lanzara sus servicios a un costo un poco bajo ya que buscara una mayor participación de mercado y por tanto aumentar sus ingresos.
- **Diferenciación;** la guardería interactiva cuenta con un valor agregado el cual será usada como estrategia competitiva además de ser un nuevo modelo de negocio en el mercado estele sumara más valor al negocio.
- **Enfoque;** la guardería interactiva va dirigida a únicamente mascotas caninas ya que su público objetivo es en general las familias que son las que comúnmente cuenta con una mascota en casa, por lo que se busca especializarse en un mercado bien definido y ser más eficiente en lo que se dedica.

3.2 Análisis de competitivo: Las 5 fuerzas de Porter

- Poder de negociación de los compradores: Los servicios brindados por la guardería interactiva son de primera ya que se cuenta con un staff capacitado quienes se encargaran del cuidado de los canes y de su correcto desenvolvimiento además se debe mencionar que adicionalmente se brinda entre otros servicios la consulta veterinaria directamente con un médico veterinario. Todos estos servicios son los que principalmente nuestros clientes van a poder solucionar la necesidad presentada ya que

con el valor agregado de las cámaras en los diferentes ambientes la confianza que busca estará comprobada.

- Poder de negociación de los proveedores: La guardería trabaja con diversas marcas de alimentos para perros, tanto como accesorios y medicamentos por este lado las marcas que proveen a la guardería son auspiciadores ya que a la vez de proveer también realizan sus campañas publicitarias con el establecimiento.
- Amenaza de posibles entrantes: Respecto a la industria no existe en el mercado aun una guardería que brinde la confianza necesaria para los clientes puesto que no poseen la ventaja competitiva que se encuentra en el negocio, por este motivo los posibles entrantes podrían ser las veterinarias que además de brindar el servicio de salud para el animal también podría incluir en su servicio una estancia de este en su establecimiento.
- Amenaza de productos sustitutos: Si lanzaran un negocio parecido a la guardería probablemente el cliente buscaría lo que se encuentra en nuestra guardería interactiva por lo que una vez posicionado y logrando el éxito tanto como el reconocimiento que es lo que se busca la expansión será más apresurada y los sustitutos menos competitivos.
- Rivalidad actual: Actualmente la guardería interactiva no posee competidores directos pero si indirectos como las veterinarias y una reconocida podría ser "Clínica veterinaria rondón" la cual tiene un posicionamiento muy importante en el mercado y dentro de la industria del cuidado médico veterinario de los animales.

3.3 Análisis de la cadena Valor



3.4 Matriz CANVAS (ANEXO)

<p style="text-align: center;">2 Problemas</p> <ul style="list-style-type: none"> • No contar con tiempo para cuidar de su mascota días de semana cuando estudian o trabajan. • No saber donde dejarlos por temor a como los traten. • Dejarlos solos y encerrados en casa no sería una buena idea. 	<p style="text-align: center;">4 Solución</p> <p>La guardería canina es un negocio en el cual brinda al cliente un servicio de primera para el cuidado de tu mascota cuando no puedas hacerlo tu mismo, existe flexibilidad de horarios y sobre todo te brinda la confianza necesaria para que te sientas seguro de que tu mascota se encuentre en optimas condiciones.</p>	<p style="text-align: center;">3 Proposición única de valor</p> <p>Guardería canina interactiva, un lugar donde puedes dejar a tu perrito los días que no te encuentres en casa por motivos de estudio, trabajo o viajes y que además te permitirá poder observarlos desde donde te encuentres tan solo con acceso a la web debido a que cada ambiente de la guardería contara con cámaras que te ayudaran a poder garantizar su buen trato, su cuidado y que ellos se encuentren bien.</p>	<p style="text-align: center;">9 Ventaja Competitiva</p> <p>Guardería de mascotas que contara con cámaras en cada ambiente que permitirá al cliente observar a su mascota en cualquier momento y desde cualquier dispositivo con acceso a la web, además contara con servicios adicionales como baño, alimentación y un control por un veterinario.</p>	<p style="text-align: center;">1 Segmento de Clientes</p> <p>Hombres y mujeres de diversas edades, NSE A y B que posea una mascota en casa.</p> <p>Early adopters: Personas que no tienen con quien dejar a sus perritos cuando salen o viajan.</p> 
	<p style="text-align: center;">8 Métricas Claves</p> <p>Cuidado especializados de canes. Alimentación sana y correcta. Educación y buena</p> 		<p style="text-align: center;">5 Canales</p>  <p>Llegaremos al público usando en primer lugar las redes sociales tanto como facebook, twitter, instagram que permitirá dar una visión más detallada de los servicios que brinda la guardería y además de sus ambientes.</p> <p>Por otro lado se invitara al público a poder ingresar a la web y recibir información acerca del uso de la herramienta para poder observar los acontecimientos de</p>	

	enseñanza. Control de salud continúa.		la guardería en cualquier momento.	
<p>7 Estructura de costos Inversión/ capital Gastos Administrativos Gastos de Sueldos(Trabajadores como los encargados de cuidarlos, personal de limpieza, seguridad) Gastos de local Gastos por alimentos (compra mensual de alimentos para canes, vitaminas etc) Gastos por inmuebles y maquinaria (implementos y equipamiento de los ambientes)</p>		<p>6 Flujos de Ingresos Ingreso directo en efectivo o con tarjeta, pago al día, semanalmente o por el tiempo de permanencia es flexible a los requerimientos de los clientes. Se cobrara por otros servicios adicionales que se ofrezcan y los clientes lo soliciten.</p>		

3.5. Análisis de la matriz FODA.

<p style="text-align: center;">MATRIZ FODA</p> <p style="text-align: center;">“Guardería Interactiva de mascotas”</p> 	<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atención especializada. • Confianza garantizada. • Equipamiento de primera. • Facilidades de traslado. • Más cerca del cliente. • Prestigio 	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nuevos en el mercado. • Precios por inducción al mercado un poco elevados. •
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aun no existe un negocio igual en el lugar. • Promueve el cuidado de los animales. • Beneficia al público en general que cuenta con una mascota en casa. • Se puede extender a una cadena de este tipo de guarderías caninas. 	<p>ESTRATEGIAS (FO)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ubicar en la mente del consumidor la confianza brindada con un servicio de primera que promoverá el cuidado de su mascota que es como un miembro más en la familia. 	<p>ESTRATEGIAS (DO)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los precios un poco elevados por ser nuevos en el mercado luego de conocer lo beneficios y la calidad de servicios brindado pueden ser aceptados y a lo largo del tiempo ir creciendo con mas locales en toda la ciudad.
<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se puede instalar una competencia directa por ser un nuevo negocio y novedoso. • Veterinarias pueden copiar el valor agregado (medios interactivos) • Veterinarias pueden agregar como un servicio más la guardería. • Segmento de mercado reducido. 	<p>ESTRATEGIAS (FA)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Por el alto nivel de calidad y prestigio que contara la guardería su servicio será casi imposible ser copiado ya que el negocio es especializado y únicamente se encarga de cubrir esa necesidad del cuidado de la mascota. 	<p>ESTRATEGIAS (DA)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Luego de haber posicionado negocio en el público objet aceptando de esta manera precios por la magnitud y calidad de servicio brindado, competencia disminuirá ya que estarían compitiendo con la conocida y especializada guardería en Lima.

3.6 Propuesta Estratégica

La propuesta estratégica de la guardería interactiva canina se trata de ingresar al mercado como una nueva propuesta de negocio donde mostremos todo lo que podemos brindar y a su vez resaltar mucho el tema de nuestro valor agregado el cual nos ayudara mucho a llamar la atención de nuestro público objetivo quienes estarán dispuestos a probar el sistema y una vez vivida la experiencia convertirse en nuestros clientes potenciales.

Por otro lado cuando el negocio posea la acogida esperada se iniciara con el proceso de expansión en puntos estratégicos alrededor de la ciudad lo cual ayudara a ser reconocidos empezando por nuestra localidad seguido de su crecimiento a un nivel más extenso.

Cabe resaltar que nuestros medio importantes de comunicación del negocios en primera instancia serian las redes sociales las cuales nos ayudara a llegar a la mayoría de personas que se encuentren identificadas con la necesidad del cuidado de su mascota cuando estas no puedan realizarlo.

CAPÍTULO IV

MEZCLA DE MARKETING

4.1 Producto o Servicio

Guardería Interactiva Canina.

4.1.1 Estrategias específicas de lanzamiento del negocio

El negocio será lanzado usando todos los medios a nuestra disposición tratando de que la mayoría de los clientes conozcan los servicios ofrecidos por nuestro negocio mediante publicidad principalmente por redes sociales que es la manera más efectiva, rápida y de bajo costo que se puede llegar a nuestros clientes ya que estos querrán vivir la experiencia y probar el servicio.

4.1.2 Servicio

Guardería interactiva canina, la cual brinda el servicio de cuidado de tu can con toda la enseñanza básica necesaria por el tiempo que decidas además de su alimentación, control médico y otras diversas actividades para su bienestar.

Nombre: DOGGYLAND

Logo:



4.2 Precio

4.2.1 Precios de la competencia

Al no contar con un competidor directo propondremos precios de unos competidores indirectos como son las veterinarias y de algunos servicios brindados que son similares a los de la guardería DOGGYLAND.



• Consulta General. • Cirugía.
• Inseminación. • Hospitalización.
• Vacunaciones. • Profilaxis dental.
• Desparasitaciones. • Mascotas.
• Esterilización. • Accesorios.
• Asesoramiento. • Emergencias

Accesorios.
Traillas, collares, pecheras, jaquimas.
Platos, dispensadores automáticos de alimento y agua.
Juguetes, cepillos, peinillas, recogedores de heces.
Camas, cunas, juego de dormitorio, muebles, túnel para gatos, rascadores, casas de madera, jaulas para viaje, bolsos para transporte, etc.
Ropa americana y nacional.

Alimentación.
Comida americana: Propac, Pedigree, Whiskas, Friskies, galletas Treat, galletas para el aliento, Stix, barras, huesos.



- Consulta : 25
 - Vacunación : 25
 - Baño : 40 a mas
 - Traslados : 12
 - Hospitalización : 35 /día
-
- Alimentos : dependiendo de la marca
 - Accesorios : acorde al mercado

4.2.2 Costos de los servicios en el proyecto

- ✚ Estadía por día : 45 soles (Incluye cuidado, alimentación, enseñanza básica)
- ✚ Estadía de 2 días a mas : 30 soles el día
- ✚ Servicios adicionales
 - Baño : 25 a mas
 - Consulta : 20 soles
 - Alimentación especial : dependiendo de la marca
 - Amaestramiento : 15 soles adicionales

4.2.3 Factores que influyen los precios

Algunos factores externos como:

- El alza de precios en los alimentos para perros en el mercado.
- La medicina incrementa de precio

Factores Internos:

- Mejora de atención del negocio
- Aumento de personal para la eficiencia
- Instrumentos de última generación

4.3 Plaza

4.3.1 Ubicación

DOGGYLAND es lanzado para un mercado segmentado para NSE A y B por lo que se considera estratégico ubicarse en los distritos más populares de Lima donde se encuentran más personas de este NSE como La Molina, San Isidro, Miraflores.

Para iniciar se escogerá uno de estos distritos proyectándose a largo plazo expandirse por estos otros distritos mencionados.

4.3.2 Promoción

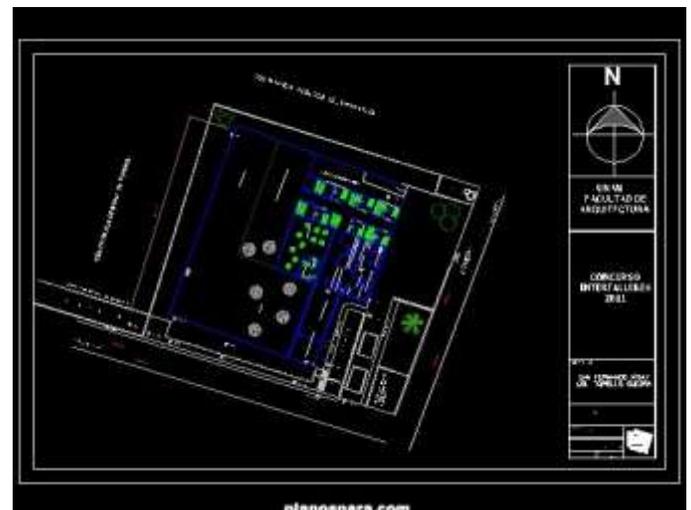
La promoción inicialmente de la guardería interactiva canina será mediante el uso del internet y la publicidad por redes sociales tales como:

- **Fanpage Facebook/ Twitter / Instagram;** que permitirá poder llegar mas rápido a las personas donde le brindaremos información y se podrán absolver sus dudas además de donde se posteara fotos y sobre todo invitando a probar el sistema de las cámaras incorporadas en los ambientes de la guardería donde los que accedan al servicio podrán tener acceso a la web de la guardería y observar en tiempo real como se encuentra su mascota.



- **Web Doggyland;** la web de doggyland contara con un sistema integrado y de muy fácil acceso donde permitirá que el cliente se sienta familiarizado con su uso y además pueda observar tranquilamente a su mascota asegurándose de esa manera su bienestar en su estancia.

Todos los clientes que accedan al servicio recibirán un usuario y una contraseña la cual mediante la web podrán ingresar y situarse en el ambiente que prefieran o puedan encontrar a su perrito.



CAPÍTULO V

5. SERVICIOS

5.1 Elementos de servicio

- Cuidado de los perritos
- Limpieza
- Alimentación
- Enseñanza
- Confianza mediante cámaras



5.2 Distribución

Por tratarse de una empresa que presta servicios la distribución no es mas que directa en el local y el servicio adicional con el que cuenta que es el transporte.



5.3 Estrategia de precios

Los precios serán acorde al mercado y por introducción será un poco bajos ya que se ira incrementando a medida del éxitos del negocio hasta lograr un precio estable para los servicios el cual el cliente este dispuesto a pagar y se sienta satisfecho con lo recibido.

5.4 Entorno físicos

El local estará muy bien ubicado y contara con áreas verdes al aire libre además de áreas donde se realizaran los diversos servicios, en el hall se recibirá y atenderán a los clientes quienes también podrán observar como es el ambiente.

5.5 Personal

El staff de trabajadores de la guardería es calificado, todos cuentan con conocimientos previos, además del médico veterinario quien asistirá a las mascotas en caso lo necesiten, tanto como los entrenadores.

5.6 Calidad

La calidad es totalmente comprobada ya que podrán comprobar el buen trato y la calidad de servicio que reciben sus mascotas. Mediante esto se podrá lograr la captación del cliente y su idealización.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA DE MODELO DE NEGOCIO

DOGGYLAND S.A es una guardería interactiva canina que brinda al cliente la posibilidad de poder cuidar de su mascota cuando este no pueda hacerlo. La guardería brinda los siguientes servicios:

- Cuidado de mascotas con personal capacitado.
- Baño, corte de uñas, etc.
- Alimentación de acuerdo al requerimiento
- Traslado de casa a guardería y viceversa.

- Consulta médica veterinaria
- Entrenamiento y enseñanza básica

Además de ello la guardería se encuentra ubicada estratégicamente en un distrito clave de la ciudad. La infraestructura es de primera cuneta con áreas verdes al aire libre donde se podrán realizar los entrenamientos, cuenta con una zona de limpieza donde se realizara el baño y limpieza de los perros, también cuenta con dos diferentes áreas para el cuidado de los canes cachorros separados de los mas grandes, una zona de recreación como estimulación temprano con juegos y juguetes especiales para su desenvolvimiento.

Por otro lado, además de todo lo mencionado la guardería posee cámaras en todos sus ambientes que permitirán a los usuarios poder registrar imágenes en tiempo real de lo que viene aconteciendo en el momento cuando lo prefiera tan solo ingresando a la web de la guardería y con un usuario y contraseña designada, esta seria una nueva experiencia del cliente que generara confianza.

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Hoy en día promover el cuidado de los animales es un tema de mucha importancia por tal motivo este proyecto lanza al mercado un negocio innovador que trae consigo una manera diferente de vivir la experiencia de sentir la confianza brindada por parte del servicio y que pueda ser comprobada.
- Al no existir muchos competidores brinda una ventaja al negocio ya que al ubicarse en el mercado y lograr su reconocimiento podría expandirse rápidamente y así aumentar sus ingresos logrando el éxito esperado.
- Recomendación: Por su reciente ingreso al mercado el negocio deberá tener mucha eficacia en sus servicios para de esa manera captar a sus clientes potenciales, no descuidar ningún aspecto y de esa manera seguir avanzando.

BIBLIOGRAFIA

- <http://www.bcrp.gob.pe/>
- <http://www.aprovet.com/conexion/Los7Factores.pdf>
- <http://geografiainfinita.com/>
- <http://gestion.pe/empleo-management/nuevas-tendencias-empresas-este-2013-2063322>
- <http://gestion.pe/economia/sectores-primarios-impulsarian-crecimiento-durante-2014-segun-bcp-2094800>
- <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/ReporteInflacion/2013/setiembre/reporte-de-inflacion-setiembre-2013-sintesis.pdf>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Canis_lupus_familiaris#Caracter.C3.ADsticas
- <https://www.youtube.com/watch?v=P8A6jx6ETV8&feature=youtu.be>

ANEXOS

INVESTIGACION DE MERCADOS

ESTUDIO CUALITATIVO

ANALISIS FOCUS GROUP

Luego de haber escuchado las diversas opiniones en cuanto al negocio de la guardería interactiva canina se pudo llegar a la conclusión que es un negocio muy interesante dentro de los aspectos que hoy en día influyen mucho en la rutina diaria de una persona como es el trabajo, la falta de tiempo y el cuidado de los animales y mas aun si es que posees una mascota como un perro en este caso.

Por esta razón todos estuvieron de acuerdo en poder probar la opción de dejar a sus mascotas en una guardería en cuanto ellos no puedan cuidarlos o cuando se encuentren de viaje sobre todo por la opción que este negocio el proponía ya que la confianza era garantizada puesto que obtendrían el beneficio de comprobar por si mismos que todo anda bien con sus perritos gracias a que las camaras que se encuentran dentro de la guardería todo el tiempo estaría funcionando a través de un software en la página web de la guardería que permitirá que los observes en el momento que tu desees, es decir si te das un tiempo para poder ingresar a la pagina y lo ves todo.

Adicional a esto sugirieron apostar por otro tipo de servicios adicionales que vendría bien con el cuidado de los canes como la alimentación sana, la enseñanza, la limpieza y el cuidado de su salud mediante un veterinario que rutinariamente vea por ellos.

Esto colmo mis expectativas y no dude en agregar estos servicios a la lista que brinda la guardería.



ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

Esta entrevista es holística - dirigida y fue aplicada a 5 personas quienes respondieron a las siguientes preguntas.

🚦 Luego de haberle comentado sobre el proyecto del negocio, le cuestionamos lo siguiente:

- 1.- ¿Qué tan novedoso o interesante te parece este proyecto?**
- 2.- ¿Estarías dispuesto a dejar a tu mascota en un lugar como este cuando tu no puedas cuidar de ella?**
- 3.- ¿Que sugerirías adicionar a los servicios que te ofrece la guardería?**
- 4.- ¿Cuál crees tú que sería la mejor manera de hacer publicidad al negocio?**
- 5.- ¿Crees tú que este sería un negocio exitoso en el tiempo?**

1ERA ENTREVISTA – ENTREVISTADO: DARWIN CASTAÑEDA 25 AÑOS / MASCOTA: "CATALEYA – 8 MESES RAZA: GOLDEN RETRIEVER"

El proyecto le pareció súper interesante ya que había escuchado de guarderías caninas mas no de el hecho que posean cámaras y que pueda observar a su mascota en su estancia en el lugar.

Dejaría a su mascota en un lugar así siempre y cuando los precios no sean tan altos y debidamente regulares.

Sugirió agregar el servicio de una educación donde puedan amaestrar a la mascota además de la posibilidad de poder elegir su alimentación de acuerdo a lo recomendado por el veterinario.

Considera que la publicidad inicial podría ser por redes sociales, e ir pensando en avisos en el comercio los domingos donde no tiene un costo tan alto que seria 15\$ por día.

A largo plazo considera que si sería un negocio exitoso y que podría expandirse por todo lima como fuera de lima en ciudades como chancay, huacho etc.

2DA ENTREVISTA – ENTREVISTADA: PAMELA ORIHUELA 23 AÑOS / MASCOTA: "NAPOLEON – 3 MESES RAZA: SHARPEI"

El proyecto le pareció una muy buena y excelente idea ya que es una joven que trabaja y no tiene con quien dejar en ocasiones a Napoleón además que poder observarlo durante el día le pareció más que fantástico.

No dudaría en dejarlo en un lugar así ya que le brinda la confianza necesaria además de todos los servicios que incluye.

Sugirió agregar el servicio de transporte para recogerlo y dejarlo en casa.

Considera que la publicidad puede empezar por redes sociales y también por mktg boca a boca.

Sería exitoso dice si es que se pudiera invertir en el proyecto y lanzar el negocio desde el

3RA ENTREVISTA – ENTREVISTADO: SAUL MONTENEGRO 23 AÑOS / MASCOTA: "JACKO – 2 AÑOS RAZA: LABRADOR CHOCOLATE"

El proyecto le pareció una idea muy innovadora y a la vez muy útil ya que no había pensado en el hecho de poder estar 100% seguro de que le cuidado que su mascota reciba sea de confianza.

Si dejaría a su mascota en la guardería ya que estaría dispuesto a pagar lo necesario si todos los servicios brindados son totalmente de calidad.

Sugirió también el hecho de adicionar el transporte del perrito de la guardería a su hogar realizando una llamada previa.

Considera que la mejor publicidad para empezar es la de redes sociales, además que el éxito del negocio llegaría tan pronto en cuanto se haga conocido los servicios de primera le suman muchos puntos.

4TA ENTREVISTA – ENTREVISTADA: ANA URBINA 22 AÑOS / MASCOTAS: “PELUSA – 5 AÑOS
RAZA: POODLE TOY Y PEGUI- 4 AÑOS BICHON MALTES”

El proyecto le pareció lindo ya que en su caso cubría sus necesidades puesto que la mayoría de veces tenía que llevar a sus perritas a casa de su prima cuando se iba a estudiar.

Definitivamente si haría uso del servicio le sacaría más de un apuro comento.

Adicional sugirió que dentro del programa del cuidado pueda hacerlos participar en los diversas campañas para animales que hacen en lima como en la perroton etc.

Dijo que con un buen lanzamiento en un programa televisivo solo por lanzamiento empezaría bien.

Cree y casi asegura que si seria exitoso pero sugiere que al empezar el negocio se debería establecer varios por diferentes puntos clave de la ciudad.

4TA ENTREVISTA – ENTREVISTADO: HUGO MARTINEZ 20 AÑOS/ MASCOTA: “BOBY – 5 AÑOS
RAZA: PEQUINES”

El proyecto le pareció una idea novedosa e interesante.

Menciono que probablemente si dejaría a su mascota si es que los precios son accesibles y si los servicios que brinden son completos como los mencionados.

No sugirió nada adicional puesto que considera que lo mencionado esta bien.

La publicidad inicial por redes y luego por avisos publicitarios, menciono que probablemente si sea exitoso por poseer el valor agregado de las cámaras.

2.- ESTUDIO CUANTITATIVO

ENCUESTAS ONLINE

<http://www.e-encuesta.com/answer?testId=lbtA0IM6Mok=>

Según resultados se pudo observar lo siguiente:

Encuesta de investigación para proyecto

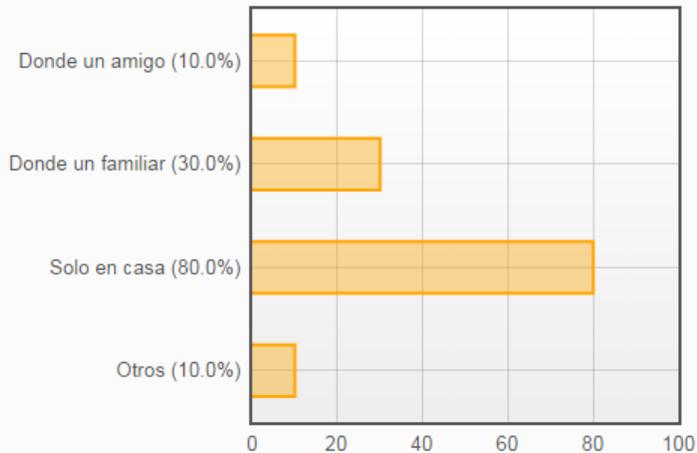
1. ¿Cuenta Ud. con uno o varios perritos en casa?		
Opción	Distribución	Porcentaje
Si		100%
No		0%

La 1era pregunta es de filtro puesto que todas las personas que respondan a esta encuesta deberán contar con una mascota en casa.

2. ¿Considera Ud. a su mascota como un miembro mas en la familia?		
Opción	Distribución	Porcentaje
Si		100%
No		0%

En la pregunta nro. 2, todos consideran a su mascota como un miembro más en la familia puesto que viven con ellos, este es un gran motivo por el cual todos velan por su cuidado y su vida diaria de ellos.

3. Cuando tiene que salir o no esta en casa ¿Donde suele dejar a su mascota? (Puede marcar + de una rspta.)



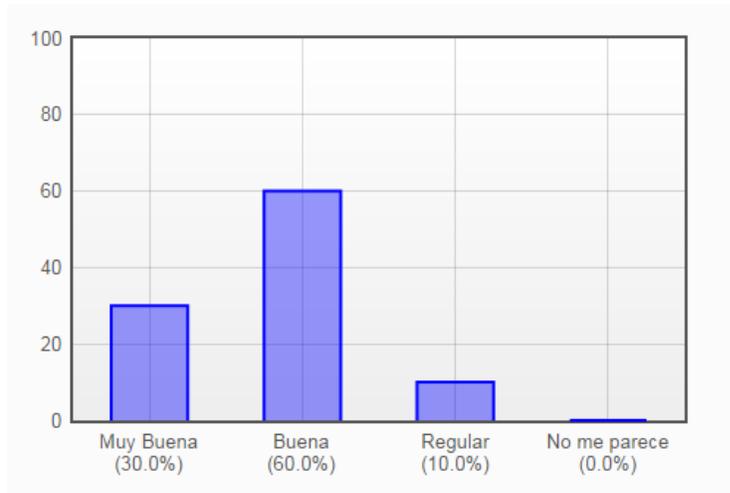
Un 60% de los encuestados consideran que la idea de la guardería canina es buena seguida con un 30% quienes consideran que es muy buena y un 10% que piensa que es regularmente la idea.

4. De no tener con quien o donde dejar a su mascota cuando Ud. no se encuentre, ¿Confiaría dejar a su mascota con alguien desconocido? [Gráficos](#)

Opción	Distribución	Porcentaje	Total
Si		10%	1
No		90%	9
Total Respondentes			10

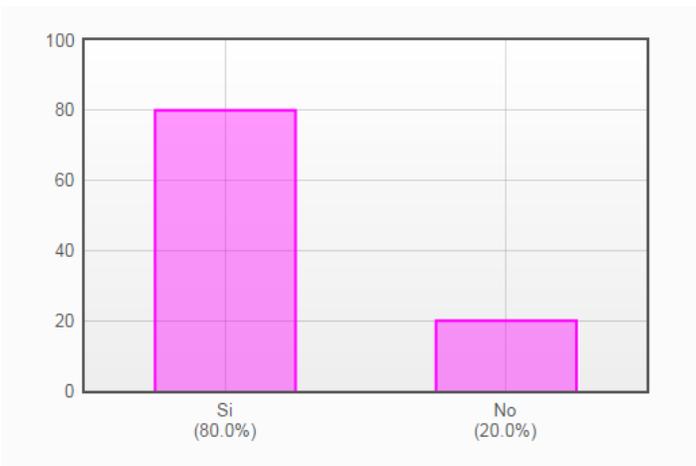
En el caso no tener con quien dejarlo las personas no lo dejarían con un desconocido por el mismo tema de la desconfianza solo un 10% si lo haría.

5. ¿Que le parece la idea de implementar una guardería canina para cuidar de su mascota cuando ud. no pueda hacerlo?



En la pregunta nro. 3 la mayoría de las personas dejan a su mascota solas en casa por motivo a no tener confianza con otras personas, en otro caso al no tener donde dejarlos recurren a un familiar como segunda opción.

6. El uso de la tecnología hoy en día brinda grandes beneficios, el valor agregado que ofrece la guardería son las camaras en todos los ambientes que te permitirá observar a tu mascota en cualquier momento desde la web, ¿Estarias dispuesto a probar de este servicio que te brinda este nivel de confianza?



Finalmente el hecho de darle ese valor agregado a la guardería de poder contar con cámaras en todos los ambientes un 80% si estaría dispuesto a probar el servicio de la guardería lo cual indica que al brindar este nivel de confianza seria un motivo mas para poder hacer uso de este servicio.

CONCLUSION:

SEGÚN LA INFORMACION OBTENIDA DE LA INVESTIGACION TANTO CUALITATIVA COMO CUANTITATIVA, SE PUEDE CONLCUIR DICHIENDO QUE EL PROYECTO DE LA “GUARDERIA INTERACTIVA CANINA” ES UN NEGOCIO MUY INTERESANTE SOBRE TODO POR QUE HOY EN DIA EN EL MERCADO DE NUESTRO PAIS NO HAY UNO PARECIDO, ADEMAS QUE EL VALOR AGREGADO DE LA CONFIANZA BRINDADA A SUS CLIENTES SUMA MUCHOS MAS BENEFICIOS Y ADICIONA EL INCENTIVO A ELLOS A QUE HAGAN USO DE ESTOS SERVICIOS.

POR OTRO LADO LA DEMANDA GENERA QUE EXISTAN ESTE TIPO DE NEGOCIOS YA QUE EL CUIDADO DE LA MASCOTA TIENE MUCHA IMPORTANCIA Y TAMBIEN EL HECHO DE QUE ESTOS SE ENCUENTREN EN BUENAS MANOS Y CON UN BUEN CUIDADO.

FINALMENTE CABE RESALTAR QUE A LARGO PLAZO SE PODRIA CONVERTIR EN UN NEGOCIO MUY RENTABLE SIEMPRE Y CUANDO SE POSICIONE COMO MARCA UNICA PARA NO OBTENER COMPETIDORES Y ASI PODER EXPANDIR EL NEGOCIO ALREDEDOR DE LA CIUDAD COMO FUERA DE ELLA.

