

Doctor Mascota



Lina Marcela Quendi Guerrero

Ana Sofía Parra Canté

Néstor José Davalillo Dorado

**Corporación Unificada Nacional De
Educación Superior Creación de
empresa I – Modelos de innovación**

Grupo: 50101 - 2020

Tabla de contenido

1) Introducción -----	4
2) Compromisos del autor -----	5
3) Objetivos -----	6
3.1) Objetivo general -----	6
3.2) Objetivos específicos -----	6
4) Claves para el éxito -----	7
5) Análisis del entorno y contexto -----	8
5.1) Objetivos de desarrollo sostenible -----	8
5.2) Teoría del valor compartido -----	9
5.3) Tecnologías disruptivas -----	9
5.4) Análisis del sector económico -----	9
5.4.1) Análisis PESTEL -----	10
6) Identificación del problema, reto u oportunidad -----	15
7) Árbol de problemas y objetivos -----	16
7.1.1) Árbol de problemas -----	17
7.1.2) Árbol de objetivo -----	18
8) Solución innovadora -----	22
9) Innovación -----	23
10) Fuerza de la industria -----	25
10.1) Contextualización de la empresa -----	25
10.2) Análisis de la demanda -----	25
10.3) Análisis de la oferta -----	26
10.4) Análisis de los proveedores -----	28
10.5) Canales de distribución -----	29
11) Segmentación del mercado I -----	31
12) Propuesta de valor -----	33
13) Segmentación del mercado II -----	36
14) Descripción y brochure del prototipo -----	38
15) Precio de venta -----	42
16) Prototipo del servicio -----	43
17) Modelo running learn -----	47

18) Validación de ideas de negocio	48
18.1) Objetivo de la Investigación	48
18.2) Tipo de Investigación	48
18.3) Formulario de encuesta	48
19) Tabulación y análisis de la información	50
20) Conclusión	56
21) Bibliografía	57

1) INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el constante cambio cultural ha incrementado el número de mascotas en los hogares colombianos, los servicios y la producción de alimentos para mascotas son considerados uno de los sectores de mayor crecimiento. Uno de los factores que favoreció esta situación es el síndrome del nido de vacío, ya que aquellos padres que se quedan solos o parejas jóvenes que se niegan a tener hijos eligen una mascota para asegurar su afecto y cuidado, sea lo que sea un ser humano se convierte en una necesidad para los padres. Con este estudio pretendemos mostrar cómo funcionan una serie de empresas que han surgido de la búsqueda del bienestar de las mascotas. Basado en la caracterización de los guarderías en la ciudad Bogotá, identificación del servicio ofrecido y los servicios adicionales derivados del mismo; Se dará a conocer cómo funcionan las guarderías caninas y hacia dónde va la proyección de este tipo de negocios en Bogotá y en particular en el lugar examinado.

Por los motivos anteriores, se ha creado el programa *Doctor Mascota*, el cual es una marca o un conglomerado comercial el cual busca a diferencia de su nombre, no tanto la cuestión de salud de las mascotas, sino que tiene por objetivo elaborar una serie de procedimientos de carácter estético para que así los poseedores o tenedores de las mascotas puedan incorporarlos brindarles nuestros servicios y reforzar así una marca dedicada al cuidado estético de perros, gatos y otras mascotas de entorno humano; también es importante destacar que somos una marca comprometida con la prestación de nuestros servicios y que los ofrecemos bajo todas las imposiciones legales requeridas.

2) COMPROMISOS DE AUTOR

Nosotros Lina Marcela Quendi Guerrero identificada con C.C 1193377150 estudiante del programa de administración de empresas, Ana Sofia Parra Cante identificada con C.C 1.002.683.101 estudiante del programa de administración de empresas y Nestor José Davalillo Dorado identificado con C.C 1085950972 declaramos que:

El contenido del presente documento es un reflejo de nuestro trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firmas

✓ *Sofía Parra*
✓ *Lina Quendi*
✓ *Néstor Davalillo*



u2100

2020-11-02 13:26:15

Firma digitalizada.

3) OBJETIVOS.

u2100

2020-11-02 13:26:44

Sólo la primera letra en mayúscula.

3.1) OBJETIVO GENERAL.

- Crear una serie de servicios lujosos a través de nuestra empresa doctor mascota para brindar atención, comodidad y calidad a las mascotas y a sus preparatorios que se denominan como clientes

3.2) OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Especificar los servicios ofrecidos por *Doctor Mascota* con la finalidad de establecerlos como innovaciones e invenciones propias.
- Organizar una serie de programas didácticos para ofrecer nuestros servicios a través de la marca *Doctor Mascota*.

4) CLAVES PARA EL ÉXITO.

Es importante delimitar una serie de claves con el fin de que nuestra marca *Doctor Mascota*, adquiera relevancia en el mercado y los servicios ofrecidos tengan la posibilidad de crecer en el mercado laboral, para eso se han determinado las siguientes.

- a. **Creación de Servicios Innovadores:** Para la cuestión estética es importante ofrecer una serie de servicios relacionados con peluquería, higiene y otros parámetros similares, para eso, se ha pensado en la creación de servicios tecnológicos y humanos para llevar a cabo esa tarea.
- b. **Crecimiento del Mercado a través de estadísticas de satisfacción:** Una vez prestados los servicios se le entregará al dueño de la mascota una estadística relacionada con la satisfacción del servicio para posteriormente renovar ideas y corregir errores.

5) ANÁLISIS DEL ENTORNO Y CONTEXTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

Nuestra idea de negocio es la creación de servicios de lujos para mascotas, si bien el cuidado de mascotas no es algo nuevo, buscamos enfocar una gama de opciones en las cuales aplicamos un sin fin de alternativas posibles y convertirlo en algo atrayente para muchas personas, comenzando desde lo tradicional como lo puede ser desde hotel, spa, peluquería, cremación de mascotas, hospital veterinario, entre otras.

Tres problemas muy comunes que podemos observar en el cuidado de las mascotas en nuestros entornos son

- aumento de abandonos de mascotas debido a que se cree que estos pueden transmitir el COVID-19
- Muchos de los desechos de las mascotas se tiran a la basura y muchas veces estos no se clasifican, sino que son puestos con los desechos orgánicos generando contaminación pues el material reciclable al ser contaminado por estos excrementos ya no será clasificado, además se suma la contaminación que genera el plástico de los empaques de comida o juguetes que no se utilizan
- Un problema muy común en la ciudad de Bogotá en la zona sur el Pajales es que las mascotas permanecen mucho tiempo encerradas en casa y en algunas ocasiones no las sacan a pasear.

Esta idea de negocio nos parece muy viable pues en nuestras investigaciones evidenciamos que uno de los mejores sectores para crear empresa es en el de las mascotas pues hay un gran aumento en la tendencia de tener una.

5.1 Objetivos de desarrollo sostenible

Vida en ecosistemas terrestres 15: Si bien sabemos la vida en ecosistemas busca proteger, restaurar y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar los bosques de forma sostenible, combatir la desertificación, detener y revertir la degradación de la tierra y detener la pérdida de biodiversidad. Con la creación de abonos a través del aprovechamiento de esta materia orgánica podemos ayudar en muchos factores en la agricultura y en otros aspectos, también crear juguetes con los empaques de la comida o materiales reciclables.

5.2 Teoría del valor compartido

Con esta idea de negocio buscamos generar valor compartido, basado en poder crear almacenamientos de heces de los animales para la elaboración de abono para el aprovechamiento de la materia orgánica, energía, nutrientes, entre otras, que puede ser beneficioso para agricultura, jardinería, hasta en energía, se puede usar esta idea.

Además, buscamos dar un servicio de calidad generando una mejor calidad de vida para la mascota pues se le tendrá un control sobre su alimentación y su salud para que quien deje a su mascota a nuestro cuidado tenga esa tranquilidad de que la dejo en buenas manos ya que son muy esenciales, pues actualmente muchas personas prefieren tener una mascota y las consideran como parte de la familia.

5.3 Tecnologías disruptivas

Las tecnologías disruptivas más que un daño ha hecho un beneficio para el cuidado de las mascotas ya que con el amplio avance de las tecnología han creado diferentes objetos para las mascotas desde rastreadores en los collares para cuando se extravían o ya existen diferentes plataformas para buscar una veterinaria cerca de su casa o algún cuidador para su mascota, además se puede buscar un dieta balanceada para su mascota por internet aunque lo más recomendable es tratar los temas de alimentación con un veterinario.

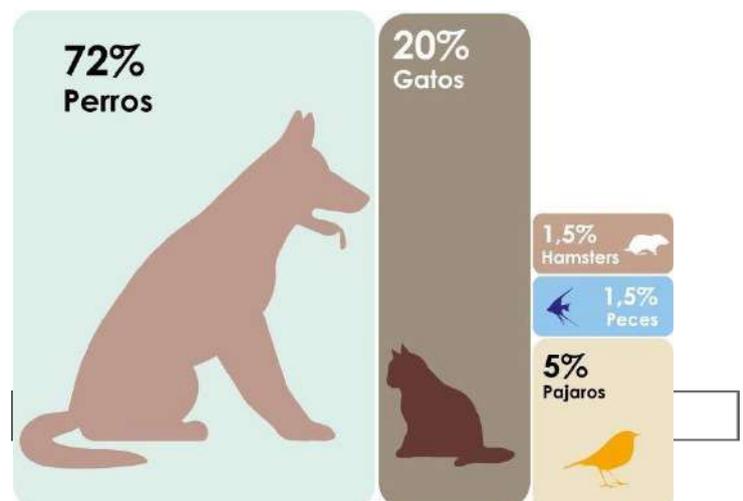
5.4 Análisis del sector económico

En los últimos años se ha incrementado la tendencia de tener mascotas en lugar de hijos y más en los jóvenes además se incrementó el valor que los dueños invierten en sus mascotas así lo evidencia el periódico el tiempo “El mercado de las mascotas en Colombia crece por encima de la inflación.

En el 2017 se incrementó un 16 por ciento frente al año anterior, es decir, **casi cuatro veces más que el índice de precios al consumidor (IPC) del año pasado, que fue de 4.09 por ciento.**

(Ballestas, 2018)

Nuestra idea de negocio estaría orientada hacia esas familias pequeñas o



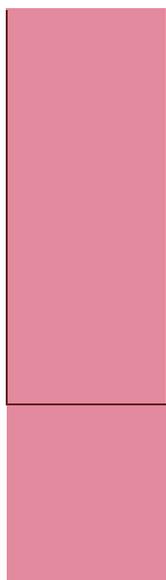
personas que viven solas las cuales tengan algún tipo de mascota y dado por sus horarios de trabajo no puedan cuidarlas durante el día y buscan un sitio de confianza.

5.4.1 Análisis PESTEL

	FACTOR	DETALLE
POLÍTICO	Problemática sobre el abandono de mascotas	Según el boletín de prensa n° 113 de 2020 de Minsalud los casos de abandono de animales de compañía ha aumentado debido a la falta de información sobre si ellos pueden contraer el Covid-19
	Plan nacional de desarrollo 2018-2022	<p>"Movilización de capital para la financiación de proyectos productivos que contribuyan a impulsar el crecimiento económico, la productividad y la innovación."</p> <p>La participación de los servicios en las exportaciones tuvo un 18% de participación en el año 2017 y se plantea mejorar esa cifra en los siguientes años</p> <p>El gobierno tiene estos objetivos para facilitar el desarrollo de emprendimientos 1) Desarrollar una mentalidad, cultura y otros habilitantes del emprendimiento 2) Crear iniciativas de desarrollo y fortalecimiento empresarial 3) Mejorar el ambiente de negocios y reducir los costos de la formalización 4) Fortalecer la inspección, vigilancia y control para mitigar el riesgo y la informalidad"</p>
ECONÓMICO	Idea de negocio	Nuestra idea de negocio se basa en el sector terciario el cual es sobre los servicios este sector según el DANE tiene más del 80% de la fuerza laboral del país, según la cámara de comercio de 9609 "otras actividades de servicios personales"- donde hace referencia al cuidado de mascotas y la 7500 "actividades de veterinaria"- a la que hace referencia a la atención médica y control de animales domésticos.
	Producto Interno bruto	Según el DANE el producto interno bruto en el segundo trimestre del año decrece un 15.7% respecto al mismo del año 2019
	Entidades de apoyo	<p>Fondo de emprender</p> <p>Bancoldex</p>

		<p>“El MinCIT, a través de las CRCCTI tomará como referente el programa Fab Labs 31 para generar redes y vincular a las empresas con las instituciones que ofrecen servicios de tecnologías avanzadas en fabricación digital. Con lo anterior, se podrá compartir conocimientos, brindar un espacio físico y potenciar las capacidades individuales del sector, en coordinación con los Centros de Desarrollo Tecnológico e Innovación, y tener un mejor uso de las capacidades generadas en automatización de procesos y eficiencia en las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes).”</p>
		<p>Según el DNP "si se triplica la velocidad de conexión a internet en el país, el PIB per cápita podría aumentar hasta en un 18.4 por ciento"</p>
		<p>Debido a la actual pandemia se han aumentado las compras de internet</p>
	<p>Avances tecnológicos</p>	<p>En el mercado de mascotas se han generado nuevas aplicaciones que ayudan al cuidado de las mascotas un ejemplo de ello es el rastreador furbo el cual consta de una cámara que muestra la ubicación en tiempo real de la mascota también tiene un micrófono que le permite hablarle. Otras aplicaciones son: animal city , KYON es un collar inteligente, wizapet, los microchips etc</p>

ECOLÓGICO	Plan nacional de desarrollo 2018-2022	<p>Es preocupante el cambio climático que se ha venido presentado los últimos años esto es debido a la deforestación de bosques, el derretimiento de glaciares y el aumento de gases en efecto invernadero, según información del plan nacional de desarrollo en los últimos años se han perdido un 35% de los humedales y proponen objetivos para lograr bajar el impacto que ha dejado los humanos en el medio ambiente entre estos objetivos están. Objetivo 1. Implementar estrategias transectoriales para controlar la deforestación, conservar los ecosistemas y prevenir su degradación. Realizar intervenciones integrales en áreas ambientales estratégicas y para las comunidades que las habitan Objetivo 3. Generar incentivos a la conservación y pagos por servicios ambientales para promover el mantenimiento del capital natural Consolidar el desarrollo de productos y servicios basados en el uso sostenible de la biodiversidad</p>
		<p>Las mascotas generan contaminación cuando se sacan a pasear y se utilizan bolsas de plástico para recoger sus heces, también debido a diferentes químicos que traen algunas comidas para mascotas hace que estas generen dióxido de carbono un contaminante para el aire además surge contaminación con el plástico de los paquetes o juguetes viejos.</p>
LEGAL	Lineamientos para la política de tenencia responsable de animales de compañía y de producción	Existen unos “lineamientos para la política de tenencia responsable de animales de compañía y de producción” donde especifica cuáles son las responsabilidades que deben tener los dueños frente a sus mascotas
	Leyes que se deben cumplir para el cuidado de mascotas	<p>LEY 84 DE 1989 – Ley de Protección Animal Colombiana.</p> <p>LEY 576 de 2000 – Código de Ética para el ejercicio profesional de la medicina veterinaria, la medicina veterinaria y zootecnia</p>



[LEY 746 DE 2002 – Reglamento de Tenencia y Registro de Perros Potencialmente Peligrosos](#)

[Código de Policía \(Convivencia con animales de compañía\)](#)

Ley 2054 de 2020 Atenuar las consecuencias sociales, de maltrato animal y de salud pública derivadas del abandono, la pérdida, la desatención estatal y la tenencia irresponsable de los animales domésticos de compañía

6. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA, NECESIDAD RETO U OPORTUNIDAD

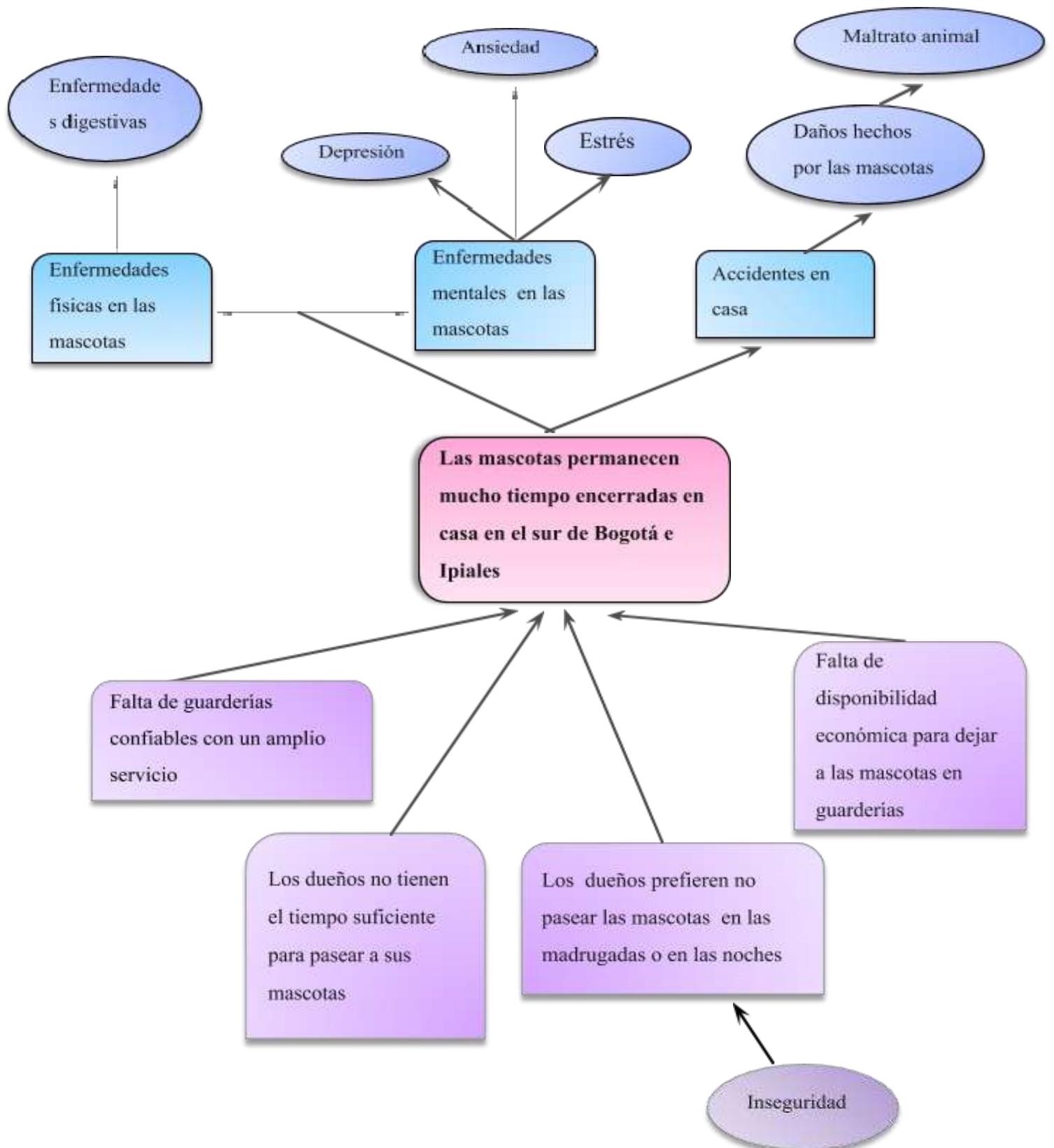
Los principales problemas que se pueden observar frente al cuidado de mascotas en la ciudad de Bogotá e Ipiales son los siguientes:

- Aumento de abandonos de mascotas debido a que se cree que estos pueden transmitir el COVID-19
- Muchos de los desechos de las mascotas se tiran a la basura y muchas veces estos no se clasifican sino que son puestos con los desechos orgánicos generando contaminación pues el material reciclable al ser contaminado por estos excrementos ya no será clasificado, además se suma la contaminación que genera el plástico de los empaques de comida o juguetes que no se utilizan.
- Un problema muy común en la ciudad de Bogotá en la zona sur e Ipiales es que las mascotas permanecen mucho tiempo encerradas en casa y en algunas ocasiones no las sacan a pasear.

CRITERIO	Aumento de abandono de mascotas	Impacto ecológico que generan las mascotas	las mascotas permanecen mucho tiempo encerradas en casa en el sur de Bogotá e Ipiales
Conocimiento o experiencia	3	3	3
Asesoramiento de un experto (si se requiere, ¿lo tenemos?)	1	1	1
Alcance técnico ¿tenemos las herramientas?, ¿podemos desplazarnos para evaluar el problema?, ¿tenemos acceso a información/ datos /cifras, ¿puedo darle alguna solución?	2	3	3
Impacto ¿es trascendental? ¿Representa un desafío para ustedes?	4	4	5
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	4	4	5
TOTAL	14	15	17

7.1 Árbol de problemas y objetivos

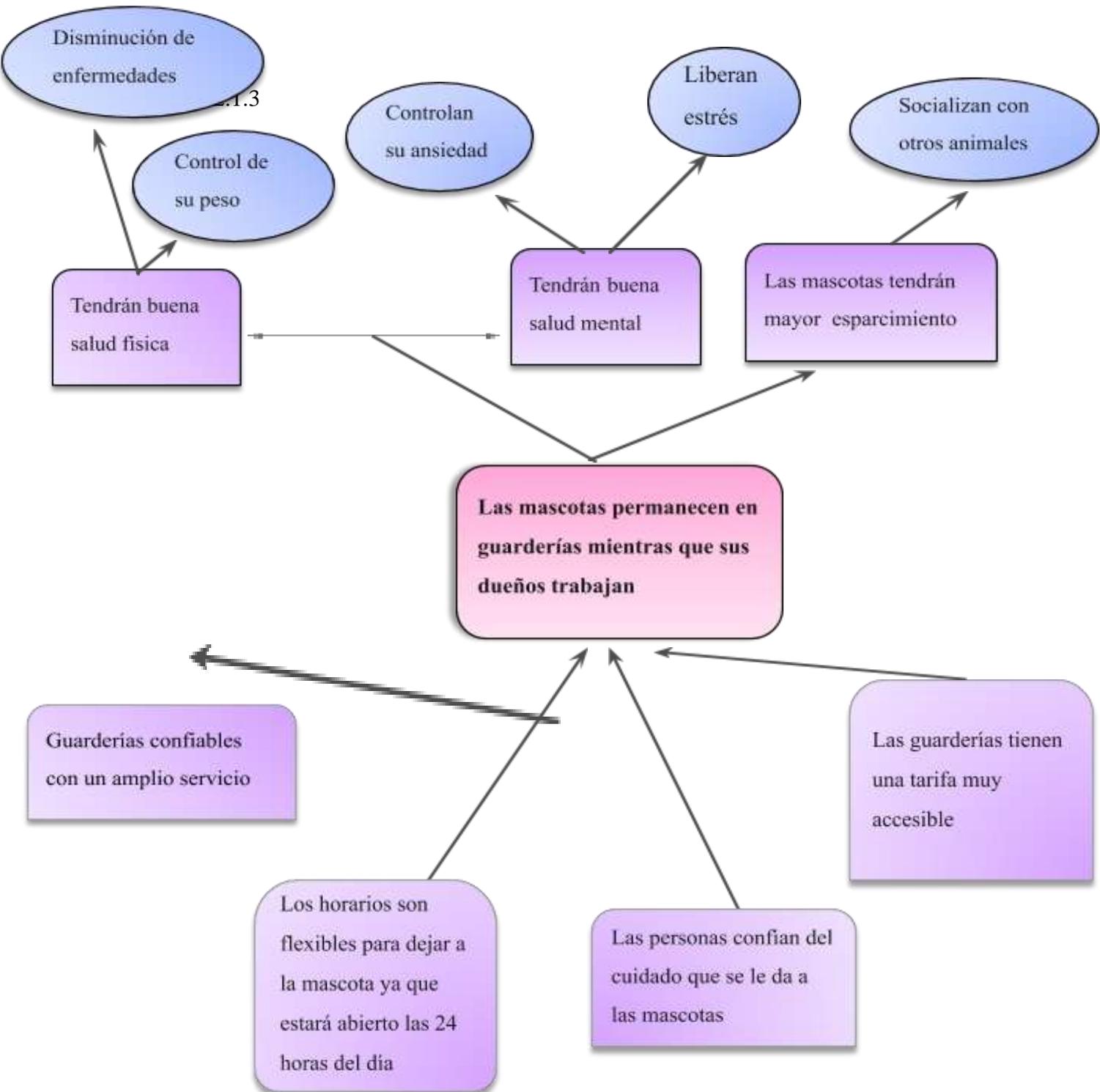
7.1.1 Árbol de problemas:



Según lo anterior podemos concluir que el problema es

¿Cómo podemos implantar una guardería para las mascotas que se ajuste a la disponibilidad de las personas en el sur de Bogotá e Ipiales para que estas no permanezcan en casa?

7.1.2. Árbol de objetivos



Por lo anterior podemos concluir que se puede generar una idea de negocio sobre una guardería que esté disponible las 24 horas del día y tenga una tarifa accesible según la disponibilidad económica

Técnica de ideación

-Videocámara para que nuestros clientes se comuniquen con sus mascotas que permiten poder observar a su mascota en tiempo real desde donde se encuentre y de esta manera pueda saber cómo está además de que se asegure de que reciba un buen cuidado y todo lo necesario para su bienestar. -servicio veterinario online

nuestros clientes podrán resolver sus dudas las 24 horas del día los 365 días del año

. Terapias animales

debido a que las personas no tienen tiempo ya sea por sus trabajos viajes etc no pueden brindarles la debida atención a sus mascotas que hace que estos se estresen sin poder salir o tener algún tipo de actividad, brindaremos terapias para su debida relajación y asimismo que esto conlleve a la relación entre animal-humano que es también importante para la salud de los humanos

-Autoevaluación

<p>Interés/Descripción</p> <p>Afirmaciones</p>					
	F				V
	escala de valoración				
<p>La idea de negocio que yo tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer</p>	1	3	4	5	6
<p>No me incomodaría decir a otros que yo me dedico a esta actividad</p>	1	3	4	5	6

Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio	1	3	4	5	6
Considero que en seis(6) meses puedo tener el negocio funcionando	1	3	4	5	6
TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN					

	A
Total de afirmaciones valoradas en 1	4
Total de afirmaciones valoradas en 3	12
Total de afirmaciones valoradas en 4	16
Total de afirmaciones valoradas en 5	20
Total de afirmaciones valoradas en 6	30

Puntaje Total:258

La idea de negocio nos interesa realmente

Tabla 1

¿Cuál es el producto o servicio?	Servicio de guardería para mascotas, crear almacenamientos de heces de los animales para la elaboración de abono para el
	aprovechamiento de la materia orgánica, energía, nutrientes, entre otras.
¿Quién es el cliente potencial?	familias pequeñas o personas que viven solas las cuales tengan algún tipo de mascota y dado por sus horarios de trabajo, viajes etc. no puedan cuidar de ellas
¿Cuál es la necesidad?	Satisfacer la necesidad de nuestros clientes quienes no pueden cuidar de sus mascotas por falta de tiempo
¿Cómo?	Promoviendo el bienestar animal Brindándoles confianza y seguridad que estos serán tratados con dedicación ya que las mascotas necesitan un cuidado único y especial.
¿Por qué nos preferirán?	Confiabilidad en nuestro servicio y una tarifa asequible al cliente



8. SOLUCIÓN INNOVADORA

Contará con todos los medios a nuestro alcance que la mayoría de los clientes estén familiarizados con los servicios que ofrecemos, negocios a través de publicidad principalmente a través de redes sociales que es el camino más efectivos, rápidos y económicos que ya están disponibles para nuestros clientes que quieran vivir la experiencia y probar el servicio.

4.1 ALTERNATIVAS

- Terapia anti estrés: Las terapias de educación antiestrés caninas se utilizan para calmar la ansiedad del perro. Este proceso se lleva a cabo en cursos que enseñan a los animales a reducir el estrés o problemas de hiperactividad, y a reducir o eliminar casi cualquier tipo de problema de conducta.
- Internado:
- El perro o gato será recogido el lunes por la mañana y devuelto el viernes en la tarde; durante la semana dormirán en la guardería y desarrollarán las actividades que se realizan diario en las instalaciones.
- Hotel para perros y gatos entre otros: Es un servicio que se ofrece en caso de vacaciones o por motivos específicos. Los animalitos son llevados a las instalaciones

donde cuentan con las condiciones y el confort necesarios para su estadía y cuidados en el lugar.

- Piscina: Para poder realizar actividades en el agua, las habitaciones son aptas para mascotas

Entre los diversos viveros que se encuentran ubicados en la ciudad de Bogotá y que se ubican principalmente en la cordillera, se pueden destacar los siguientes:

- (El paraíso de los perros) Esta guardería está ubicada en la Calle 127^a # 87-20. Es una zona rural de más de 5000 metros cuadrados para que los usuarios corran y jueguen. En su página de Facebook, tiene una calificación de 4.6 de 5 estrellas, que es el máximo que puede obtener. Se puede llegar al lugar desde la av. Boyacá y Carrera 91 en la calle que rodea al Club Los Lagartos por el lado norte. Para utilizar sus servicios, puedes contactar a los teléfonos móviles 301469 7691 y 312412 7148 o al teléfono fijo 795 5557.
- (Caninos Colombia) Este vivero está ubicado en la carretera 72-99 170 en diagonal al concesionario KIA. Es un negocio familiar y cuenta con más de 10,000 pies cuadrados de terreno dedicados al bienestar de las mascotas. Para utilizar sus servicios, puede comunicarse con el número de celular 312566 67 32.
- (The Pet Shop) Ubicado en la Carrera 90 # 169^a, este vivero es una granja en funcionamiento con amplio espacio para el cuidado de mascotas. Los servicios se enfocan en las áreas de abastecimiento de las dos tiendas de mascotas en Rosales y Junge.
- Finca Monteverde Esta guardería está ubicada en la Carrera 90 con 159, es una finca separada para el resto de las mascotas. Para utilizar sus servicios es necesario contactar a los teléfonos móviles 3102138345.

9. INNOVACIÓN

De acuerdo con la investigación realizada, se encontró que las instalaciones dedicadas a la guardería canina en la ciudad de Bogotá ofrecen sus servicios en grandes espacios verdes dentro del área rural. Este servicio tiene la característica común de que las mascotas son recogidas en la puerta de sus hogares con vehículos que son particularmente adecuados para el cómodo transporte de las mascotas al lugar donde pasan el día haciendo deporte y regresan

a casa por la tarde. El transporte depende del servicio acordado contractualmente, ya que este puede estar incluido en las tarifas o como un cargo adicional.

Para tranquilizar a los dueños, todas las mascotas están en constante compañía de personal calificado, para que no haya problemas en el desarrollo de las actividades previstas para ellos.

Para el correcto desarrollo de sus actividades hay áreas separadas especialmente diseñadas para cada actividad.

variable innovación	Descripción de la
Producto o servicio	<p>Se trata de una atención y un cuidado integral. No se trata solo de acompañar a sus clientes, también debe educarlos (capacitarlos) y establecer contacto con los dueños de sus clientes para mejorar el servicio ya que la prioridad es el bienestar de las mascotas a la luz de la salud y el bienestar. Por otro lado, también puedes ofrecer servicios de aseo y aseo para los distintos animales. De esa manera, la gente arrogante de la casa se irá a casa limpia y feliz.</p>
Mercadeo	<p>Lograr posicionarse en el mercado y ser reconocido en el medio ambiente. Fomentar el bienestar animal proporcionando nuestra atención médica veterinaria y complementaria</p>
Proceso	<p>El jardín de infancia será un lugar que se establecerá en puntos importantes de distritos donde dependiendo de la segmentación del mercado y el grupo objetivo, hay más población avanzar con grandes entornos especializados para todos los servicios que incluirá el negocio de su cuidado, educación básica, alimentación, su limpieza y otras actividades adicionales</p>

10. FUERZA DE LA INDUSTRIA

(Segundo corte)

10.1 contextualización de la empresa:

Nombre de la empresa: Doctor Mascota Actividad

Económica: Comercial y de Servicios Tamaño:

General.

10.2 Análisis de la demanda:

Debido a una gran tendencia de las personas y hogares en Bogotá a poseer una mascota los cuales se estiman en 3,5 millones según revista Dinero, y , teniendo en cuenta el aumento progresivo de personas (posibles consumidores) que adoptan animales callejeros, se puede inducir que la curva de demanda en el servicio de baño que se pretende ofertar, está en aumento, por otra parte también aumentó la cantidad de personas que encargan el aseo de sus mascotas a terceros, lo que también contribuye al aumento de la demanda del servicio.

De la misma manera, de acuerdo a la secretaría de planeación de Bogotá en el año 2019 Bogotá posee 8 044 713, de los cuales se va dirigido a los estratos 2,3, y 4, representando el 41,3%, 35,2% y 9,4% de la población respectivamente. De la información antes detallada es posible persuadirse de que el servicio a ofrecer si cuenta con una demanda coherente para su funcionamiento e incremento progresivo de utilidades. También existen influencias internas que motivan al cliente a la compra del servicio entre las cuales destacan las siguientes:

- Solucionar una emergencia médica de su mascota.
- Un eficiente cuadro clínico para su animal.
- Deseo de mejorar el aspecto físico de la mascota.
- Dificultad para bañar apropiadamente a la mascota.
- Carencia de tiempo para el aseo del animal.
- Buscar el confort y buen trato para su mascota.

Por otra parte, también existe influencias externas en el posible cliente para consumir el servicio siendo la publicidad, el precio, clase social y sus referencias personales.

u2100

2020-11-02 13:37:32

Las influencias internas y externas son de su La cuota de mercado es muy alta.

ista Dinero, y , teniendo en (es) que adoptan animales baño que se pretende ofertar.

Cuota de mercado

Antes de realizar el respectivo cálculo, se debe tener en cuenta que según la cámara de comercio de Bogotá existen registrados 308 establecimientos relacionados con el servicio de peluquería que se pretende ofrecer, registrando ventas mensuales de 170 servicios cada uno, lo que en dinero sería \$ 8 500 000 aproximadamente (sabiendo el promedio de costo del servicio como \$50 000) para cada establecimiento, con un total de \$ 2 618 000 000 en ventas en este mercado.

- Cuota por unidades vendidas= $200 \text{ ventas proyectadas mensuales} / (308 * 170) = 0,38\%$

Aunque la cuota de mercado aparente ser baja, representa ingresos de \$ 10 000 000 mensuales para la empresa sin incluir los ingresos por servicios veterinarios, los cuáles resultarían muy difíciles de medir por separado en el mercado.

Según los estudios de mercadeo realizados es importante entender que las influencias externas como la publicidad de los servicios de doctor mascota debe generar resultados prósperos y un servicio de clientela adecuado; las influencias internas hacen referencia a las ideas que entre los trabajadores del proyecto deberíamos coordinar; el tamaño del mercado ostenta bastante amplitud debido a que últimamente las personas han aumentado el número de adopción de mascotas, lo cual es un beneficio para el sector al que nuestra empresa pertenece; la cuota del mercado depende de ciertos factores, si nosotros en una quincena logramos ofrecer el servicio de baño de burbujas y teníamos planeado un total de 50 baños, pero en total logramos concretar 30. Entonces, nuestra cuota del mercado será del 60%

10.3 Análisis de la oferta: Es importante tener en cuenta que el sector veterinario y relacionado con mascotas últimamente ha tomado una gran fuerza en el mercado. Por ende, es importante tener en cuenta que los competidores presentan un gran avance con la prestación de servicios similares conforme la siguiente tabla:

Nombre del Competidor	Estrategia	Precio	Servicio	Ubicación
Mundo Mascotas	Estética por servicios o procesos	Según los servicios adquiridos por el cliente, oscila entre los 150.000 y 250.000\$	Presta servicios estéticos separados para un cobro conjunto por cada servicio prestado	Municipio de Ipiaes

<p style="text-align: center;">Centro Nacional de Estética Canina</p>	<p style="text-align: center;">Servicios Integrales de Estética en Mascotas</p>	<p style="text-align: center;">220.000</p>	<p style="text-align: center;">Realiza una serie de procedimientos de estética en mascotas, sin embargo, tienen un precio fijo sin importar otras circunstancias como la raza, tipo y el tamaño de la mascota</p>	<p style="text-align: center;">Distrito Capital de Bogotá</p>
--	--	---	--	--

10.4 Análisis de los proveedores.

Para una mejor prestación del servicio de estética canina se ha logrado llegar a acuerdos comerciales entre **Canamor** y **Doctor Mascota**, A través de ese contrato se ha logrado una reducción del 20 % del precio de los productos de aseo que Canamor ofrecía de manera abierta y al detal al público, para entonces, ofrecer nuestro servicio estético con un menor coste de precios.

El criterio de selección se realizó teniendo en cuenta una investigación relacionada con costos de producción en industrias relacionadas con la fabricación de implementos de aseo en caninos, felinos y mascotas en general. Entonces, se logró detectar que Canamor ofrecía productos de excelente calidad y brindaba la posibilidad de negociar sus precios con compras realizadas en cantidad

10. 5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

CANAL			
RECORRIDO			
DISTRIBUCIÓN DIRECTA	FABRICANTE: DOCTOR MASCOTA Y SUS CAMIONES DE DISTRIBUCIÓN		CLIENTES

DISTRIBUCIÓN CORTA	FABRICANTE: 	→	Convenio CON SERVIENTREGA 	CLIENTE FINAL
---------------------------	---	---	--	----------------------

<p>DISTRIBUCIÓN LARGA</p>	<p>FABRICANTE</p> 	<p>-></p>	<p>CONVENIO CON ENVÍA</p> 	<p>-></p>	<p>CONVENIO AÉREO CON DEPRISA</p> 	<p>CLIENTE FINAL</p>
---	--	--------------	---	--------------	---	--

En la **Distribución Directa** se puede apreciar la presencia de domiciliarios directamente enlazados con la empresa. Por otro lado, con el fin de fortalecer la distribución de los productos se logró un convenio de **Distribución Corta** mediante el cual los domicilios de los productos de Doctor Mascota se suministraban a través de la prestigiosa cadena de envíos. **Por último**, con la finalidad de promover los productos a través de un sistema de **Distribución Larga** se logró acordar con envía para que transporte los productos de Doctor Mascota hacia **Deprisa** quien hará uso de sus servicios aéreos para llevar nuestras creaciones a muchos rincones del país

11. Segmentación del Mercado

<p>Alberto Rodríguez</p> 	<p>Alberto ha estado buscando a través de internet algunos servicios de estética para su gato Mike. No obstante, las malas experiencias en el servicio y los altos costos le han producido cierto repudio por estas empresas</p>	<p>Alberto anhela un servicio de aseo y estética para su gato Mike, en donde sea bien cuidado, bien atendido, a un precio preciso</p>
---	---	--

u2100
2020-11-02 13:48:25

Pueden colocar una de la web. Indicar todos los puntos del cuadro. Dejar sólo un buyer persona.

su bolsillo

<p>Gloria Ortiz</p> 	<p>Gloria llevó a su Hámster Nibols a una estética de mascotas con el fin de que reciba un baño y corte de uñas adecuado. No obstante, la ineficacia de sus trabajadores a la hora de trabajar con mascotas tan pequeñas le produjo daños a Nibols los cuales terminaron en su muerte.</p>	<p>Hoy Gloria ha optado por seguir adoptando las particularices mascotas. Aunque, por la experiencia sufrida con Nibols, ella no considera asearlos bajo ninguna circunstancia ni ofrecerles procesos estéticos</p>
<p>Demográficos y Geográficos</p>	<p>Los hechos ocurrieron en la capital de Bogotá y ocurrieron en el Centro de Estética Mariana</p>	

u2100

2020-11-02 13:46:38

Hagan que el cuadro quepa en una sola hoja

Hoy Gloria ha optado por seguir adoptando las

particularices mascotas.

Aunque, por la experiencia sufrida con Nibols, ella no considera asearlos bajo ninguna circunstancia ni ofrecerles procesos estéticos

<p>Frases que Mejor Describen Sus Experiencias</p>	<p>- Más vale viejo conocido que nuevo por conocer</p>	
<p>Otros Factores</p>	<p>El afán de crear empresas de estética en mascotas con la finalidad de adquirir dinero ha generado algunas falencias en la profesión tras no realizar una contratación laboral adecuada</p>	

12) Propuesta de valor.



Slogan de la propuesta: “Los mejores productos y servicios dirigidos al cuidado, satisfacción y alegría de tu mascota”

La propuesta de valor sigue el segmento de clientes y es el eje central de cualquier negocio. Esto significa que construiremos un negocio en función de las necesidades del cliente y no al revés. Cuando construimos un negocio a partir de las necesidades del cliente, las posibilidades de éxito aumentan. La propuesta de valor para nuestro veterinario social se realiza bajo el modelo de lienzo para la creación de propuestas de valor, el cual es muy claro en el gráfico que

se muestra aquí:

Primero, debemos identificar a nuestro cliente ideal, que está en el medio del modelo y está en el diagrama de segmento de clientes. En nuestro caso, el cliente ideal es "dueño de una mascota que necesita servicios veterinarios". En el primer bloque pensaremos en este cliente y

13) Segmentación de mercado II

Debido a la variedad de servicios o productos que puede ofrecer la empresa, la estrategia de segmentación que se utilizó es la especialización selectiva o también conocido como marketing mix selectivo; el cual se realiza cuando la empresa ofrece varios servicios o productos que pueden también atender a otro segmento cada uno.

Macrosegmentación:

Dónde: En la ciudad de Bogotá, la cual es la capital de Colombia. Los servicios se ofrecerán principalmente a las localidades del sur de la ciudad como Kenedy, Tunjuelito y Bosa.

¿A quién? A personas de estrato 2,3 y 4, las cuales están cuantificadas en 6 943 506 personas según la secretaría de planeación.

¿Qué necesidades satisface? Al consumidor del servicio que es la mascota en sí le satisface necesidades físicas de salud.

Pero al cliente y comprador quien resulta dueño del animal le satisface necesidades de estima debido a que se trata del bienestar de un miembro más de su familia y suple también necesidades de pertenencia, ya que la mascota bien decorosa y engalanada puede producir admiración hacia su amo por parte de otras personas.

¿Cómo? Con un personal muy bien capacitado, como médicos veterinarios y esteticistas de animales.

Microsegmentación:

SEXO:	Masculino y femenino
OCUPACIÓN:	Principalmente empleados que deban cumplir horarios.
NIVEL SCIOECONÓMICO:	Estratos 2,3 y 4.
UNIDAD GEOGRÁFICA:	Kenedy, Bosa y Tunjuelito.
TIPO DE POBLACIÓN:	Urbana.
PERSONALIDAD:	Amantes de sus animales a quienes consideran un miembro de su familia.
CICLO VIDA FAMILIAR:	Familias y solteros.
MOTIVOS DE COMPRA:	Salubridad, higiene y belleza de las mascotas.
DISPOSICIÓN DE COMPRA:	Muy probable y probablemente.
MEDIO PREFERIBLE DE COMUNICACIÓN:	Radio, megáfonos y ferias.
EXPECTATIVAS DEL SERVICIO:	Veterinarios y esteticistas diligentes y eficientes.

ELEMENTOS IMPORTANTES EN EL SERVICIO:	Experiencia, confianza, amabilidad.
NECESIDADES:	Saneamiento de las enfermedades y engalamiento de las mascotas.

buscaremos los objetivos que tiene, motivación personal o profesional, para llevar una vida más saludable. Una mejor relación con sus compañeros de trabajo o su pareja. ¿Le gustaría destacar de alguna manera? profesional o privado? ¿Eres más eficiente en el trabajo? ¿Estás en forma? ¿Perder peso? ¿Haces que te aprecien más? Para el veterinario social, vamos a intentar solucionar, ¿Por qué buscas la compañía de una mascota? ¿Eres una persona solitaria? ¿O quieres tener una mascota para tus hijos? entre otras propuestas.

El bloque 2 enumera las acciones de este cliente, es decir, ¿qué está haciendo para lograr los objetivos anteriores? ¿Qué tiene que hacer nuestro cliente? Esto describe cualquier tarea, acción o trabajo que el cliente está realizando actualmente para lograr los objetivos anteriores. Qué veterinario lleva a tus mascotas, dónde compras productos para el cuidado de su mascota, te gusta la atención que te brindan allí, necesitas saber qué hace nuestro veterinario para cuidar a tu mascota y cómo se lo entregan. para crear una buena propuesta

En el bloque 3 se define qué problemas sufre el cliente al realizar las acciones o trabajos previos. Este es el punto más importante y también está relacionado con la satisfacción que brindan las soluciones actuales. Puede ser que no esté satisfecho con el tiempo o el esfuerzo que requiere para lograr sus objetivos, o que las tareas anteriores sean difíciles o desmotivadoras, o que los veterinarios que visita no le estén prestando la atención que necesita o quizás el costo de un veterinario que no es social como nosotros tiene precios muy altos por los servicios veterinarios.

En los bloques 4, 5 y 6, donde la propuesta de valor se crea realmente a partir de los datos recibidos previamente, podemos ver que la propuesta de valor sigue al segmento de clientes. Esto significa que construiremos negocios a partir de las necesidades del cliente, no al revés. Cuando construimos un negocio a partir de las necesidades del cliente, las posibilidades de éxito aumentan. Para la medicina veterinaria social, la propuesta de valor lograda tras analizar los segmentos 1, 2 y 3 es:

- Casa veterinaria social brinda un servicio a la comunidad de servicios veterinarios con un componente social a precios justos.
- Se realizan campañas de esterilización cerca de la comunidad con el objetivo

de cumplir con nuestro carácter social.

- Las personas están capacitadas en el manejo y buen trato de las mascotas para poder brindarles una vida digna.

14. Descripción y brochure del producto: Collar cómodo y rastreador.



Características: El prototipo ‘Collar Cómodo y Rastreador’ se encarga de proporcionarle a tu mascota la comodidad necesaria y aparte sirve como un sistema de identificación y rastreo el cual a través de un dispositivo GPS el cual, tiene la capacidad de rastrearlo con el sistema de ubicación de Google Maps, el prototipo consta con un chip de localización geoespacial el cual servirá en el momento en que tu mascota por algún motivo de su naturaleza pueda extraviarse o perderse.



Como se puede notar, el sistema localizador se encuentra en la esfera externa; aparte, el collar pasa por un proceso de fabricación el cual conserva los estándares de calidad y de respeto con el medio ambiente y la naturaleza manteniendo así el sistema sostenible de la empresa; los materiales podrían variar entre la tela y el cuero. Sin embargo, el equipo de rastreo tiene un estilo único y configura la efectividad de la localización.



El microchip es un dispositivo de rastreo el cual se enfoca en la búsqueda y la localización respectiva, además, a través de una aplicación en tu celular podrás fijarte en qué lugar se encuentra tu mascota.

Precio: El valor del collar se aproxima a los 45 dólares o a los 150.000 pesos, moneda colombiana; es importante dar a entender que su fabricación no es sencilla debido a que tiene la influencia de

fabricación de ingenieros a cargo y de un debido control de calidad el cual se explicará a continuación.

Control o Indicadores de Calidad:

- ✓ **Garantía de elaboración:** El prototipo posee una fabricación adecuada y las unidades se producen conforme los pedidos y la demanda del cliente.
- ✓ **Materias primas de alta calidad:** El prototipo del collar se realiza con la fabricación esencial y la adquisición de las mejores materias primas.
- ✓ **Progresión de nuevos modelos:** Doctor Mascota enfoca su criterio a la evolución de su collar y a la creación de productos cada vez más útiles con el fin de mejorar la calidad de vida de las personas y de sus mascotas.
- ✓ **Control de calidad:** La eficiencia y eficacia del producto se determinarán con constantes controles relacionados con la calidad y evaluación del prototipo.
- ✓ **Producción Sostenible:** Para garantizar la amabilidad con el medio ambiente el collar será elaborado cumpliendo con todos los prototipos gubernamentales de responsabilidad con el medio ambiente.

<p>A: Hospitalización </p>	<p>u2100 2020-11-02 13:55:44</p>
<p>B: cuenta con área clínica, diagnóstica, terapéutica, quirúrgica y otros.</p>	<p>En sí tendrían que hacer una ficha técnica por sí</p>
<p>C: Los estándares de calidad definen los requisitos mínimos que necesitan de realizar un proceso o actividad relacionada con su organización, servicios, Infraestructura y habilidades de las personas.</p>	
<p>D: Planes tradicionales que contará con atención las 24hrs, GPS, chip de identificación, bonos para esterilizaciones, tratamientos entre otras.</p>	
<p>E: La vestimenta debe ser la apropiada, exclusiva y específica para cada área de trabajo en particular: - Área quirúrgica: Pijama exclusivo quirúrgico. - Zona ambulatoria y Hospitalización: Pijama y bata blanca. - Hospitalización de animales infecciosos: Pijama exclusivo y batas y calzas desechables.</p>	
<p> F: Está prevista la instalación de un cartel publicitario con el logo institucional en el frente de la sucursal. Además de la distribución quincenal por un período de cuatro meses, se tiene en cuenta el siguiente log</p>	<p>u2100 2020-11-02 13:59:58 Colocar el nombre de cada apartado.</p>

G: Higiene de pacientes, comida, limpieza general, protocolos de desinfección.
H: Para poder realizar un procedimiento que requiera anestesiología, eutanasia y contacto físico, es obligatorio el consentimiento y firma por el responsable del paciente.
I: Algunas recomendaciones presentar un aspecto profesional, amable, disculparse si esta atrasado entre otras.
ELABORÓ
REVISÓ
APROBÓ

Ciclo de vida

Los centros veterinarios son empresas, principalmente prestadores de servicios, que los clientes (animales y sus dueños) necesitan para poder desarrollar su actividad profesional. Además, son estas personas las que nos permiten con su dinero generar ingresos cuando disfrutan de un animal sano.

Un cliente es una persona (dueño) que tiene necesidades de su mascota (salud), por ejemplo, y las satisfacemos vendiéndoles servicios y productos. Ambas partes obtienen ganancias a través del intercambio.

Yo defino al cliente como "la persona que tiene tu dinero y no lo sabe, necesitas recordárselo". Dicho esto, el cliente no solo viene al centro veterinario, tenemos que dejarlo venir y si lo hace tenemos que darle un buen servicio y atención para que se quede y se quede con nosotros. Es muy importante administrar el archivo de nuestro cliente de manera eficiente.

Eso significa identificar el 30% de clientes que nos dan el 70% de nuestros ingresos. y guárdalos para que no nos dejen.

Si perdemos clientes, que sean el 70% contribuyendo sólo el 30% de los ingresos. Además, siempre es más fácil aumentar los ingresos de su centro veterinario atrayendo clientes que ya tiene y sabe que volverá. Crece sobre la base de nuevos clientes que aún no conoces, que se van en lo más mínimo y te costará más atraerlos y retenerlos.

15 PRECIO DE VENTA

+	COSTO DE INSUMOS	\$3.560.000
+	MANO DE OBRA(MANTENIMIENTO) OTRAS	\$ 1.500.000
+	COSTOS INDIRECTOS	\$2.000.000
=	COSTO TOTAL UNITARIO	\$7.060.000

Luego de conocer el costo total unitario, se procede a calcular:

$$\begin{array}{rcl}
 \text{PV: COSTO TOTAL UNITARIO} & 7.060.000 & \\
 \hline
 \text{\% DE UTILIDAD} & = & 3\%
 \end{array}$$

u2100

2020-11-02 13:57:42

La utilidad es en %. Los costos deben indicarse por servicio.

16. Prototipo Del Servicio

Cuidado, higiene y cariño hacia las mascotas.





Todas las imágenes son gratuitas, con disponibilidad de uso público y recuperadas de <https://pixabay.com>

Descripción: El servicio **Cuidado, higiene y cariño** dirigido hacia las mascotas consiste en una sucesión de pasos a seguir los cuales se enfocan en la prestación de una serie de servicios de salud, higiene y cuidado hacia las mascotas, los cuales se dividen en los siguientes servicios adicionales

- **Cuidado:** Promueven un diagnóstico general y dedicado a evaluar las circunstancias de bienestar y salud de las mascotas del cliente; por ende, a través de procesos y métodos adecuados, nuestros especialistas en salud animal se encargarán de mirar las condiciones sobre las que se encuentra cada mascota a través de una consulta general la cual evalúe y determine si la mascota está en condiciones adecuadas para el resto de nuestros procedimientos, puesto que, de presentar problemas graves de salud, de vejez o ambos, será remitido a otros procedimientos veterinarios de mayor rigor en otros centros de mascotas dedicados a esa cuestión.
- **Higiene:** Por higiene se refiere a todos los hábitos inculcados para conservar el aseo personal en las personas y las buenas prácticas de salud que promueven el correcto funcionamiento de sus sistemas físicos. En cuanto a las mascotas se refiere, nuestra empresa *Doctor Mascota* promoverá a través de una serie de servicios, entre ellos: Baño, secado, cepillado y corte de pelo, corte de uñas y otras cuestiones de higiene, estética y belleza dedicados a engalanar y proteger a las mascotas de los clientes.
- **Cariño:** Por cariño se refiere al amor que se tiene por cumplir nuestras funciones e inclusive a los principios éticos que nos hacen brindarle a las mascotas un cuidado adecuado sin necesidad de producirle perjuicios a sus

dueños; también, contaremos con el servicio de guardería y es importante que el cliente comprenda que su mascota está en buenas manos y que será cuidado a cabalidad

Test Rig: Las funciones adecuadas de nuestros servicios se comprobarán por medio de encuestas de satisfacción realizadas a través de una aplicación a través de la cual con estrellas se califiquen los ítems de cuidado, higiene y cariño.

Story Board



Cliente: Juan Quintero.

Testimonio: Gracias a los servicios de Dr. Mascota mi gato Misifú ha recibido un trato excelente, su belleza es inigualable y se mira que está en excelentes condiciones de salud y cuidado



Cliente: María Domínguez:

Testimonio: Mi amigo Juan me recomendó los servicios de mascota, así que llevé a mi perrito de raza schnauzer "Matías" para que reciba sus servicios de cuidado, higiene y cariño, y vaya que estoy bastante satisfecha



Cliente: Laura Ortíz

Testimonio: Conocí a Dr. Mascota a través de un anuncio publicitario; entonces, llevé a mi gato "bolita de nieve" a su guardería debido a que tenía un viaje de 15 días, y cuando lo recibí estaba muy sano y feliz

Características de los servicios:

- Ética en la prestación de nuestros servicios
- Precios asequibles a nuestros clientes
- Posibilidad de beneficios y descuentos
- Garantías de salud e higiene de las mascotas y responsabilidad.

Características del Prototipo: *Cuidado, higiene y cariño hacia las mascotas.*

1. **Métodos y mecanismos:** Nuestros servicios se prestarán en las instalaciones físicas de doctor mascota y en sus sucursales debidas; la higiene dependerá de esteticistas y la parte relacionada con salud será encargada por el personal veterinario adecuado. Además, los productos elaborados por nuestra marca se

ofrecerán en nuestras sedes y a través de plataformas virtuales

2. **Materiales usados:** Entre los instrumentos dirigidos a la salud, cuidado e higiene de nuestras mascotas se encuentran los siguientes como implementación o dotación básica

- ✚ Aspiradora Bissel para gatos y perros
- ✚ Ducha rociadora Loutan, utilizada para el baño adecuado de mascotas
- ✚ Jeringas e instrumentos veterinarios de diagnóstico de salud
- ✚ Cepillos de diferentes marcas, pero con especificidad de tipos para perros y gatos.

3. **Interacción con el cliente**

Entre las interacciones se puede constatar que el servicio se dividiría en **Interacción Directa e Indirecta**; Por directa se entiende como el servicio que se presta sobre la mascota, el cuidado, los servicios de higiene, los baños prestados, el cepillado, los cortes, los aportes a su estética y belleza general, puesto que es con los animales que se realiza y se presta los servicios; no obstante, existe el sistema de **Interacción Indirecta**, el cual se realiza con el cliente debido a que él es el dueño o encargado de la mascota y está bajo la voluntad de llegar a acuerdos de pago por los servicios, de exigir la calidad del servicio y de evaluar nuestra integridad.

17. Modelo Running Lean de la empresa DOCTOR MASCOTA

Problema	Solución	Propuesta de Valor única	Ventaja especial	Segmento de clientes
<p>En los últimos años se ha incrementado el número de familias u hogares unipersonales que tienen algún tipo de mascota, pero debido a diferentes razones por ejemplo la falta de tiempo a causa de sus trabajos o la inseguridad que se presenta en las horas de la madrugada o en las tardes genera que los dueños de estas no pueden pasearlas y muchas de ellas permanecen confinadas en casa generando enfermedades a nivel físico y mental</p>	<p>Una guardería que esté disponible las 24 horas del día y tenga una tarifa accesible según la disponibilidad económica. Esta contara con servicios de hospitalización, terapia y un amplio lugar al aire libre para que la mascota pueda distraerse. También se ofrece artículos para el cuidado de la mascota</p>	<p>Se cuenta con un óptimo servicio de guardería para mascotas donde el principal objetivo es el cuidado de ella además se tendrá al dueño comunicado del bienestar del animal a partir de llamadas telefónicas o videoconferencia, todo servicio tiene una diferente precio y se paga por cada uno. Al cliente y comprador quien resulta dueño del animal se le satisface necesidades de estima debido a que se trata del bienestar de un miembro más de su familia</p>	<p>Se mantendrá informado del bienestar de su mascota todo el tiempo que se encuentre allí además su mascota será recogida y devuelta en la puerta de su casa</p>	<p>El cliente objetivo al que se busca llegar se localizan En la ciudad de Bogotá, la cual es la capital de Colombia. Los servicios se ofrecerán principalmente a las localidades del sur de la ciudad como Kennedy, Tunjuelito y Bosa. ¿A quién? A personas de estrato 2,3 y 4, las cuales están cuantificadas en 6 943 506 personas según la secretaría de planeación.</p>
<p>Estructura de costos</p> <p>Costo de insumos = \$3.560.000</p> <p>Mano de obra(mantenimiento) otras = \$ 1.500.000</p> <p>Costos indirectos = \$2.000.000</p> <p>= costo total servicio = \$7.060.000</p>		<p>Fuentes de ingresos</p> <p>El ingreso se generará a partir de la venta de servicios</p> <p>Para quienes utilicen los servicios ocasionalmente Cada uno tendrá un valor estipulado y se cobrara al entregar la mascota mientras que los que requieran un servicio todos los días o en varios días a la semana se les ofrecerá un paquete de servicios que será acordado con el cliente, él decidirá qué quiere que incluya y dependiendo de ello se le generara el valor total a pagar</p>		

18. VALIDACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO.

18.1. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN.

Objetivo general.

- Identificar los factores que influyen en el consumo de servicios veterinarios y estética animal en las localidades de Kennedy, Tunjuelito y Bosa de la ciudad de Bogotá.

Objetivos específicos de investigación:

- Determinar la aceptación de los servicios de veterinaria y estética animal por parte del mercado objetivo.
- Identificar las necesidades y expectativas del cliente potencial respecto a los servicios de veterinaria y estética animal.
- Identificar el comportamiento de compra de los servicios de veterinaria y estética canina.

18.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN.

La investigación a realizar es de tipo cuantitativo debido a que será sistemática de acuerdo a elementos perceptibles u observables en el mercado, para lo cual se diseñará encuestas que se procesarán de manera estadística, y arrojarán datos que se los puede analizar y estarán presentados en gráficos y cuantificados con porcentaje.

La investigación cuantitativa será de tipo analítica, debido a que se formulará una hipótesis y una recomendación por cada pregunta procesada de la encuesta.

18.3. FORMULARIO DE ENCUESTA.

NOTA: Antes de proceder a encuestar a una persona se debe consultar si tiene mascota; en caso de no tenerla no se le aplica el siguiente formulario.

1. ¿Qué lugar ocupa en su hogar?

- Hijo
- Padre
- Madre
- Empleada doméstica.
- Otro.

2. Localidad:

- Kennedy.
- Bosa.
- Tunjuelito
- Otra.

3. ¿Ha necesitado usar servicios de veterinaria o estética animal?

- Si.
- No.

4. ¿Por qué motivo contrata los servicios de veterinaria o estética animal?

- Urgencia médica
- Medicina preventiva (Vacunas, desparasitación, etc.)
- Compra de fármacos o medicamentos.

- Aseo de la mascota
 - Otra. ¿cuál? -----
5. ¿Qué lo motivo a acudir a dicha veterinaria o estética animal? (elije 2 opciones).
- Conocimiento y experiencia del personal
 - Infraestructura física
 - Atención oportuna.
 - Precios.
 - Buenas referencias.
6. ¿Cuánto pagó por los servicios que compró sin incluir medicamentos o aparatos médicos?
- De 30 000 a 50 000 pesos.
 - De 50 000 a 70 000 pesos.
 - Más de 70 000
7. ¿usted compraría servicios veterinarios o de estética animal?
- Muy probable
 - Probablemente
 - Poco probable
 - Nada probable
8. ¿Para usted que elemento es el más importante en la persona o empresa que le presta el servicio de veterinaria o estética animal?
- Buen precio.
 - Personal experto.
 - Atención oportuna.
 - Solución definitiva de una enfermedad.
 - Calidad de los insumos y medicamentos
9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios de veterinaria y estética animal?
- De 30.000 a 50.000 pesos
 - De 50.000 a 70.000 pesos
 - Más de 70.000 pesos
10. ¿Cómo cree que se debe comunicar una empresa que ofrece servicios de veterinaria y estética animal? (marque dos opciones).
- Facebook
 - WhatsApp
 - Correo electrónico
 - Radio
 - Carteles y vallas.
 - Ferias.
 - Venta directa
 - Volantes en cada casa
11. ¿Qué servicios cree que utilizaría más frecuentemente de una veterinaria y estética

animal? (seleccione 2 opciones).

- Vacunación y desparasitación
- Hospitalización.
- Farmacia
- Aseo de la mascota

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

18.4. MUESTRA.

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población (Moradores de las localidades de Kennedy, Bosa y Tunjuelito de la ciudad de Bogotá)

Z= Valor correspondiente a un nivel de confianza

P= Porcentaje de ser seleccionado o acierto

Q= Porcentaje de no ser seleccionado

e= Margen de Error

N= 1 230 500 (Kennedy), 637 529 (Bosa), 302 342 (Tunjuelito) = 2 170 371

Z: 95= 1.96

P= 50%

Q= 50%

e= 0.05

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

$$n = \frac{2170371 \times (1.96) (1.96) \times 0.5 \times 0.5}{(0.05) (0.05) \times (2170370) + (1.96) (1.96) \times 0.5 \times 0.5}$$

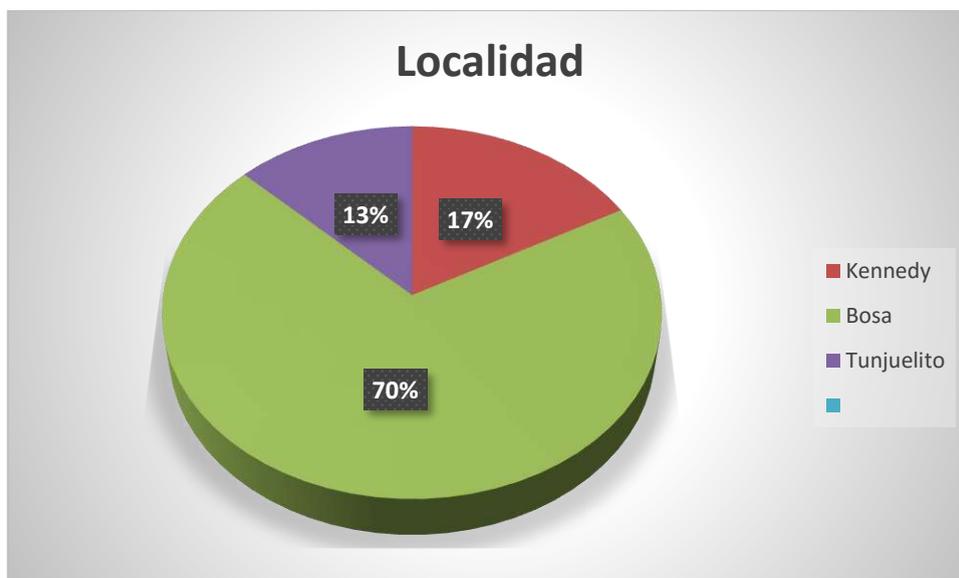
n= 2084424,3/5426,8 n= 384,09. El presente resultado se lo aproximará a 385.

19) TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.

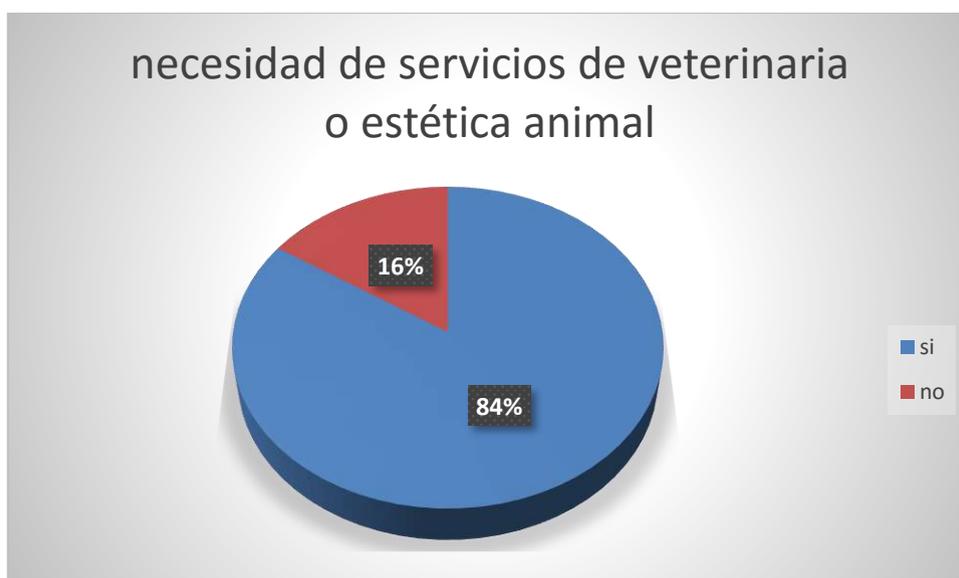


Cómo se puede interpretar en la gráfica anterior, se puede entender que son las empleadas o

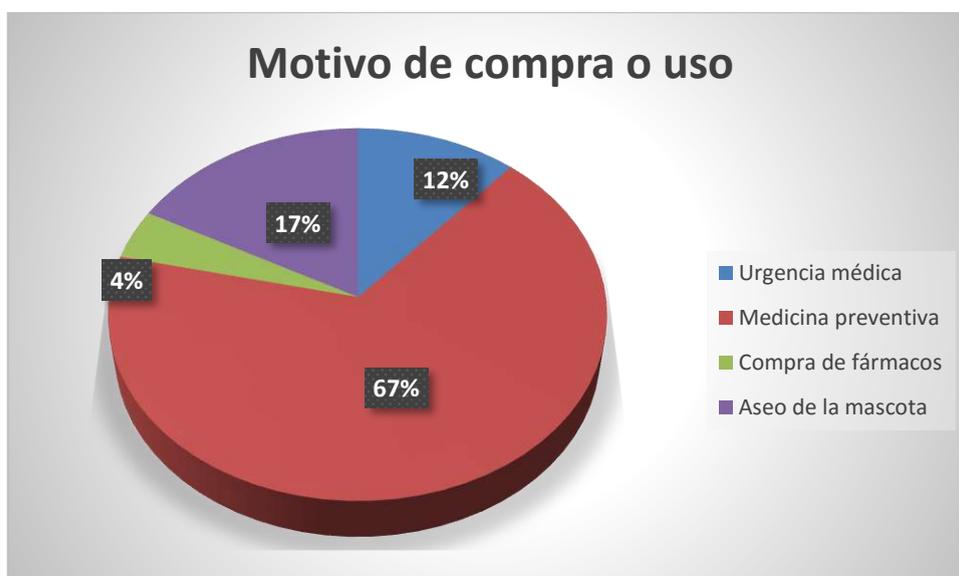
trabajadoras de servicio quienes se encargan con mayor deber e interés en el cuidado de ñas mascotas debido a que por circunstancias laborales los familiares o dueños se encuentran en otros deberes. Por ende, a Dr. Mascota han comparecido más empleadas o empleados quienes prestan servicios para los dueños de las mascotas.



Es importante determinar que el sondeo tuvo mayor influencia en la localidad de Bosa debido a la facilidad geográfica que se presentó debido a la locación de nuestras instalaciones. Sin embargo, tuvimos la oportunidad de ampliar nuestra cobertura ante dos localidades más para la obtención de los siguientes resultados



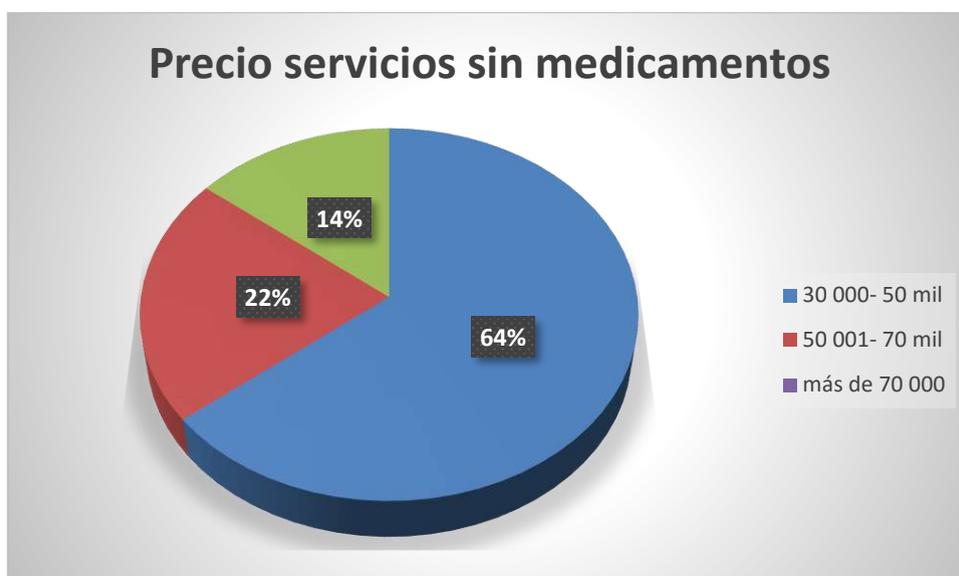
Los sondeos lograron registrar que el campo de clínicas veterinarias es amplio; no obstante, los centros caninos, felinos y de otros tipos de mascota relacionados con estética son escasos y por ende, la necesidad de los servicios relacionados con estética determinan y exigen la presencia de nuestros servicios.



Los resultados de las encuestas determinaron que, a pesar de los servicios de estética prestados por empresas como la nuestra y similares, todavía las personas enfocan sus intereses en el área de la salud de las mascotas y por ende, es la *medicina preventiva* la mayor exigencia por el público y la idea de Dr. Mascota sería ampliar la persuasión y convencimiento para que aumente la exigencia de servicios estéticos.



Los resultados evidencian que las personas se fijan por lo general en las aptitudes, virtudes y profesionalismo en el servicio de las personas que se encargan de las empresas de salud y estilismo veterinario, además, la atención pronta y oportuna también genera una exigencia importante por parte de la comunidad en general.



Es importante determinar que, el precio más bajo de la encuesta es el más atractivo ante las personas en cuanto a la Consulta General se refiere. Sin embargo, es importante dar a conocer ante los medios de comunicación y ante la comunidad que los centros estéticos/veterinarios son empresas de costos considerables y que por ende las consultas deben pagarse a un precio superior



La difusión y la calidad de la marca han determinado cierta favorabilidad en la cual se prevé que casi 8 de cada 10 ciudadanos se encargarán de adquirir nuestros servicios



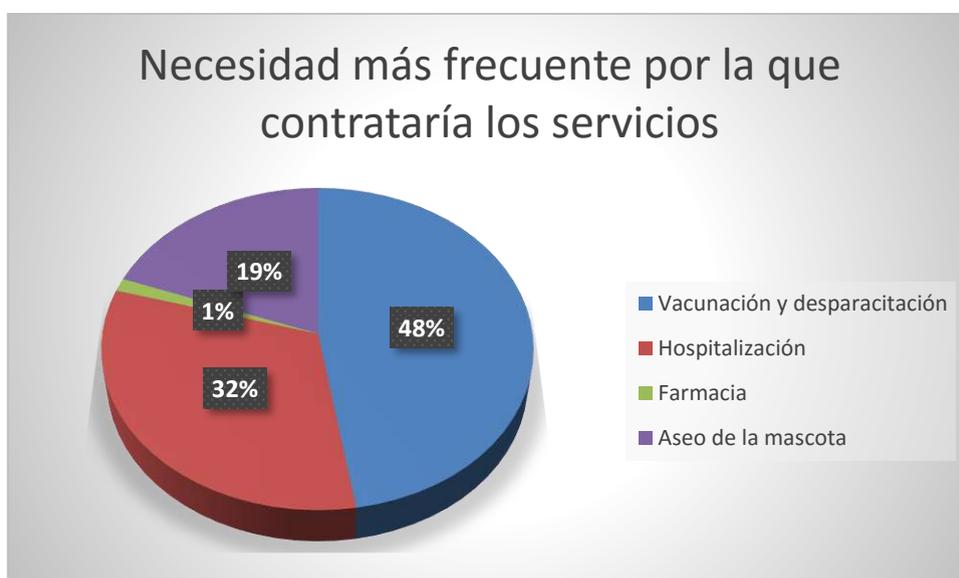
Una vez más los resultados decretaron que la exigencia de los clientes se enfoca en una proporción superior hacia la prestación de servicios por parte de personal experto o profesional quienes demuestren que están académica y laboralmente capacitados para ejercer el cuidado y la estética de mascotas; otro factor importante es la resolución de problemas de manera pronta y adecuada



Una vez más es importante asegurar que existen falencias en cuanto al precio se refiere, teniendo en cuenta que la comunidad aún paga precios bajos por los servicios relacionados con salud y veterinaria



Hemos logrado interpretar que aún muchas personas aún no tienen acceso a internet y redes sociales; entonces, la encuesta ha logrado determinar que la repartición de volantes sigue siendo el mecanismo adecuado para lograr una publicidad efectiva



Por último, es importante destacar que los servicios de vacunación y desparasitación siguen siendo el factor común o de mayor incidencia entre los clientes, debido a la necesidad imperante que esos servicios requieren, y se insiste en que se debe mejorar los servicios publicitarios y la cobertura para que se soliciten servicios estéticos.

20. CONCLUSIÓN

El proyecto de "Doctor Mascota" es un negocio muy interesante, sobre todo porque el mercado de nuestro país hoy no hay uno idéntico, además que el valor añadido de darle la confianza a nuestros clientes le sumó muchas ventajas más. La creciente demanda del sector canino en la ciudad de Bogotá; y cómo el negocio de las guarderías ha crecido tanto que es uno de los más rentables de la industria actual, si bien es cierto que el número de clientes, que es en gran parte constante, puede aumentar excesivamente durante la temporada navideña, lo que aumenta los costos de guardería para satisfacer la demanda. Los criterios más importantes en las guarderías caninas de la localidad generan una matriz de relaciones en la que los aspectos más importantes destacan los diferentes servicios que se ofrecen y que componen estos negocios, en donde podemos apreciar que se abordan 5 características básicas para su funcionamiento, como son la infraestructura, alimentación, recreación, transporte y la formalidad o informalidad del servicio también servicios de ejercicio adicional, belleza y problemas de salud. Esta caracterización tiene como objetivo brindar la oportunidad de acceder a información veraz y efectiva sobre el funcionamiento y organización de guarderías para el emprendimiento en este sector con el fin de crear la posibilidad de fortalecer los servicios existentes y desarrollar nuevos servicios para este mercado.

21. BIBLIOGRAFÍA

Un concepto general de estética nos da a entender que La estética es el estudio de la esencia y sustancia de las cosas hermosas y es la parte de la filosofía que nos ayuda a entenderlas. Y en el arte como lenguaje se estudia la estética como el vehículo para compartir el conocimiento de los sentimientos, los proyectos y de los valores en busca de la verdad y de la belleza (Tamayo de Serrano, 2002)

En cuanto a Estética Canina se refiere, la página Pet Grooming Club (2019), la define como “El arte de cuidar la salud de un animal y ver reflejado esto estéticamente, ya que la belleza consiste en un correcto estado de salud aplicado a un estilo concreto”

Loza Matovelle (2015) define el concepto de la investigación disruptiva como “La tecnología disruptiva se puede definir como una innovación que ayuda a crear una nueva red de valor y que eventualmente interrumpe en el mercado actual (en unos pocos años o décadas), desplazando una tecnología anterior.”

Matovelle Loza (2015). Introducción a la Tecnología Disruptiva y a su Implementación en Equipos Científicos, Revista Politécnica.

Tamayo de Serrano, C. (2002). La estética, el arte y el lenguaje visual. Bogotá: Revista Palabra Clave.

Ballestas Natalia (2018), Tres billones de pesos, el gasto de las familias en sus mascotas: Casa editorial El Tiempo.

Pet Grooming Club (2019), Peluquería canina: Todo acerca de la estética de los perros. Pet Grooming, página web