



**“ESTUDIO FOTOGRAFICO PROFESIONAL PARA MASCOTAS
ANIMAL CLICK”**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA OPTAR AL GRADO DE
MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN (MBA)**

Alumno: Denise Reyes Sereño

Profesor Guía: Arturo Toutin

Santiago, Junio 2016

Tabla de Contenidos

Resumen Ejecutivo.....	1
I. Oportunidad de Negocio.....	2
Antecedentes Generales.....	2
II. Análisis de la industria, Competidores, clientes.....	4
2.1 Análisis de la Industria.....	4
2.1.1 Industria de la fotografía.....	4
2.1.2 Identificación de actores claves de la industria.....	4
2.1.3 Macrosegmentos de la Industria.....	5
2.1.4 Microsegmento de la industria.....	6
2.1.5 Tendencias Industria Fotografía.....	6
2.1.6 Análisis del entorno de la Industria.....	6
2.1.6.1 Análisis del entorno de la industria.....	6
2.1.7 Análisis de las fuerzas competitivas del sector (Análisis Porter).....	7
2.2 Análisis de los Competidores.....	8
2.2.1 Mapa de posicionamiento relativo.....	9
2.2.2 Fortalezas y debilidades de potenciales competidores.....	9
2.2.3 Conclusiones.....	9
2.3 Análisis de Clientes.....	10
2.3.1 Caracterización de los clientes.....	10
2.3.2 Tamaño de mercado objetivo y sus tendencias.....	11
2.4 Conclusiones.....	12
III. Descripción de la empresa y propuesta de valor.....	14
3.1 Descripción del Modelo de negocio. Modelo Canvas.....	14
3.2 Descripción de la empresa.....	15
3.2.1 Análisis FODA y sus estrategias.....	15
3.2.2 Cadena de valor.....	16
3.2.3 Recursos, capacidades y competencias.....	16
3.2.4 Ventajas Competitivas.....	17
3.2.5. Descripción de la empresa.....	18
3.3 Estrategia de crecimiento o escalamiento.....	21
3.4 RSE y sustentabilidad.....	22

IV.	Plan de Marketing.....	25
4.1	Objetivos de Marketing.....	25
4.2	Estrategia de segmentación.....	25
4.3	Estrategia producto/servicio.....	26
4.4	Estrategia de precio.....	27
4.5	Estrategia de distribución.....	29
4.6	Estrategia de Comunicación y ventas.....	30
4.7	Estrategias de servicio.....	31
4.8	Estimación de la demanda y proyecciones de crecimiento anual.....	31
4.9	Presupuesto de marketing y cronograma.....	33
V.	Plan de Operaciones.....	35
5.1.	Estrategia, alcance y tamaño de las operaciones.....	35
5.2.	Flujo de Operaciones.....	37
5.3.	Plan de desarrollo e implementación.....	37
5.4.	Dotación.....	39
VI.	Equipo del proyecto.....	39
6.1.	Equipo gestor.....	39
6.2.	Estructura Organizacional.....	40
6.3.	Incentivos y compensaciones.....	40
VII.	Plan Financiero.....	42
	Supuestos financieros.....	42
	Estimación de ingresos.....	42
	Proyección de Estados de resultados.....	44
	Proyecciones de flujo de caja.....	44
	Cálculo de tasa de descuento – Modelo CAPM.....	44
	Evaluación Financiera del proyecto (puro, sin deuda).....	45
	Valor terminal de la empresa.....	45
	Balance proyectado.....	46
	Fuentes de financiamiento.....	46
	Ratios Financieros clave.....	46
VIII.	Riesgos Críticos.....	48
IX.	Propuesta Inversionista.....	49
X.	Conclusiones.....	50

ANEXOS	51
Anexo N°1. Características los competidores directos	52
Anexo N°2 Análisis y conclusiones de encuesta	55
Anexo N°3. Bibliografía	62
Anexo N°4. Evolución Industria de la Fotografía en Chile	63
Anexo N°5. Análisis del entorno de la Industria – Pestel	64
Anexo N°6 Matriz Riesgos de la industria	66
Anexo N°7. Análisis 5 Fuerzas – Porter	67
Anexo N°8. Gráfico de posicionamiento relativo	69
Anexo N°9. Detalle de Fortalezas y debilidades de competidores	70
Anexo N°9.1. Fortalezas y Debilidades Competidores Directos	71
Anexo N°10. Matriz de perfiles competitivos	72
Anexo N°11. Segmentos de clientes	73
Anexo N°12. Descripción completa del modelo de negocios CANVAS	74
Anexo N°13. Detalle Análisis FODA	80
Anexo N°14. Servicios ofrecidos	82
Anexo N°15. Layout y Ubicación del local	84
Anexo N°16. Flujograma de Procesos	85
Anexo N°17. Documentos requeridos Solicitud de Informe Sanitario	87
Anexo N°18. Disposiciones sanitarias que se implementarán	88
Anexo N°19. Documentos Patente comercial	89
Anexo N°20. Documentos requeridos para implementar Medios de pago	90
Anexo N°21. Documentos requeridos para Obtener Cuenta Corriente	91
Anexo N°22. Gantt Implementación	92
Anexo N°23. Dotación 5 años	93
Anexo N°24. Horario y planificación	94
Anexo N°25. Descripción de cargos y funciones	96
Anexo N°26. Carta de responsabilidad	100
Anexo N°27. Flujo Capital de Trabajo	101
Anexo N°28. Estimación de ítems que componen el Estado de Resultado	102
Anexo N°29. Procedimiento ante mordedura y accidentes de mascota	104
Anexo N°30. Código de Ética	107

Resumen Ejecutivo

En los últimos años, en muchas partes del mundo, incluido Chile, los animales de compañía han adquirido una nueva importancia en la vida de las personas. El cambio en la idiosincrasia chilena, con dueños de mascotas maduros y solteros, que postergan ser padres y que humanizan a su mascota entregándole roles familiares, ha impulsado el negocio dedicado a las mascotas en el país, siguiendo la tendencia de países desarrollados.

Considerando estos factores, surge Animal Click, que se especializará en la fotografía profesional para mascotas, como una alternativa para los dueños de mascotas que buscan immortalizar el vínculo de amor entre ellos y su mascota, con fotografías únicas y perfectas que puedan compartir con familiares y amigos y que además permitan al dueño de la mascota decorar su casa o llevar un recuerdo de su mascota a cualquier lugar donde vaya.

Del análisis de la industria de la fotografía se pudo determinar que existe una tendencia a compartir las fotografías personales en redes sociales, además se observa que la foto se ha vuelto híbrida al nutrirse de otros recursos como el video, sonido y diseño 3d.

Por otro lado, hay una tendencia a invertir más en las mascotas, lo que hace prever que los negocios que atienden a dueños de mascotas deberían tener ventas crecientes en los próximos años.

El mercado objetivo al que se apunta es el de dueños de mascotas que habitan en las comunas de Ñuñoa y Providencia, de los estratos ABC1 y C2, amantes de las mascotas.

Animal Click entregará una propuesta de valor con productos novedosos y personalizados que no han sido desarrollados por otros estudios fotográficos en Chile y que permitan convertir la experiencia de la sesión fotográfica en un grato recuerdo. Lo anterior se complementará con la innovación que permitirá identificar y responder rápidamente a las nuevas tendencias y preferencias de los consumidores.

De la evaluación económica se puede señalar que el indicador de retorno sobre la inversión resultado muy atractivo alcanzando un 159% al quinto año. El VAN considerando una inversión financiada con capital de los socios, alcanza un valor de \$4.059.717 sobre una tasa de descuento estimada del 15,11%. Dado lo anterior, se puede señalar que el mercado potencial junto a la interesante propuesta de valor e indicadores financieros atractivos, confirman este proyecto como una buena alternativa de inversión.

I. Oportunidad de Negocio:

Antecedentes Generales

En los últimos años los chilenos han cambiado su comportamiento - hoy son cada vez más los hombres y mujeres que deciden mantenerse solteros, vivir solos, postergar la paternidad y gastar más en recreación – lo que ha impulsado fuertemente la tendencia de tener animales domésticos, con el consecuente crecimiento del negocio de mascotas en Chile, siguiendo la tendencia de los países más desarrollados.

Si el año 2009 el mercado chileno para el cuidado de las mascotas era de US\$385,7 millones en ventas, en 2014 alcanzaron una cifra de casi US\$600 millones¹, considerando gastos en comida, veterinario, peluquería, juguetes y otros productos; lo que demuestra que la cantidad de dinero que los chilenos gasta en sus mascotas se ha disparado.

El crecimiento de este mercado ha ido de la mano del aumento de animales domésticos, cifra que se estima alcanza actualmente a más de 4 millones de mascotas en Chile. De un universo de 6.897.697 personas que viven tanto en Santiago como en regiones, el 65% tiene animales de compañía².

Se proyecta que este rubro crecerá alrededor de un 15% al 2019, cifra sumamente atractiva considerando que los chilenos -amantes de las mascotas- gastan en promedio, US\$74 sólo en alimentos para sus perros o gatos, mientras que en accesorios, invierten US\$2,8 al año, superando en ambos casos a países como México, Argentina y Colombia³.

Las tiendas especializadas, como por ejemplo isapres, hoteles, medicina alternativa y cementerios para mascotas, han encontrado un nicho de desarrollo masivo en este segmento, ya que las personas actualmente no ven a sus mascotas sólo como un animal de compañía, hay muchos dueños que las consideran como un miembro más de la familia, incluso como a un hijo y como tal, sienten la necesidad de regalonearlos, entregarles cariño, preocupación y servicios, casi al nivel de sus amos.

¹ Datos consultora Euromonitor Internacional

² Estudio Revista Quitros magazine, Abril 2015

³ Reportaje Estrategia on-Line

Considerando estos factores, surge el estudio fotográfico “**Animal Click**”, que se especializará en la producción fotográfica profesional de mascotas, luego que se observara la carencia de un servicio dedicado a exclusivamente para las mascotas. El estudio fotográfico cubre la necesidad de capturar en una buena foto los momentos vividos con la mascota y reflejarlos a través de una fotografía, permitiendo a los dueños fotos únicas y perfectas que puedan compartir con amigos y familiares; y a la vez puedan demostrar cuánto quieren y se preocupan por su mascota.

Estas fotografías podrán ser impresas en una amplia variedad de formatos que permitirá al dueño de la mascota decorar su casa o llevar un recuerdo de su mascota a cualquier lugar donde vaya. Este servicio no es prestado por la competencia (Ver Anexo N°1: Características los competidores directos).

Por otro lado, se ofrecerá al cliente una amplia variedad de servicios fotográficos que se adapten a sus necesidades como por ejemplo el concepto de “diseña tu sesión de fotos” donde el cliente podrá decidir distintos aspectos de la sesión, o las sesiones de fotos de mascotas clásicas en las que podrá elegir entre sesiones en estudio, a domicilio o al aire libre; siempre poniendo énfasis en satisfacer las necesidades del cliente.

Para los siguientes análisis, se utilizarán como fuente de información:

- Primaria: Encuesta realizada a cien personas, respecto a si utilizarían el “Servicio de Fotografía profesional” (Anexo N°2). Además, se investigó por medio de correos electrónicos y llamadas, los servicios ofrecidos por los cuatro competidores directos identificados.
- Secundaria: Estudios de mercado, reportajes y estadísticas de sitios web especializados. Ver Anexo N° 3 Bibliografía.

II. Análisis de la industria, Competidores, clientes

2.1 Análisis de la Industria

“Animal Click” participa de la macro-industria de la fotografía, específicamente en el segmento asociado a los servicios de Estudios Fotográficos para Mascotas.

2.1.1 Industria de la fotografía

La industria de la fotografía ha experimentado muchos cambios en los últimos años. La irrupción de la fotografía digital acabó en poco tiempo con las cámaras análogas que por décadas reinaron en hogares y nichos especializados, como los medios de comunicación y la publicidad.

Mientras que estos cambios benefician a los fotógrafos reduciendo los costos de operación y aumentando su margen de beneficio; los consumidores también están siendo capaces de tomar imágenes de calidad profesional sin la necesidad de un especialista. Sin embargo, se espera que los ingresos de la industria de la fotografía mejoren ligeramente en los próximos cinco años para los fotógrafos que se enfoquen en nichos de mercado no desarrollados, de acuerdo al análisis de IbisWorld⁴.

2.1.2 Identificación de actores claves de la industria

- **Competidores:** Se identifican como competidores directos aquellos que ofrecen servicios de fotografía de mascotas. Se identifican cuatro empresas.
Indirectamente se identifican estudios fotográficos profesionales que eventualmente pueden ofrecer el servicio de fotografía de mascotas; y fotógrafos aficionados que pudiesen dedicarse a este nicho.
- **Sustitutos:** Se identifican como sustitutos principalmente aquellos productos tecnológicos como cámaras digitales, smartphones y/o tablet con los cuales el cliente puede suplir la necesidad de acudir a un estudio fotográfico profesional.

⁴ Informe de la industria de la fotografía profesional en Estados Unidos. Mayo 2015

- **Proveedores:** En esta industria los proveedores principales son las empresas que venden insumos de fotografía (como cámaras, software, lentes, telones), y empresas dedicadas a la impresión de la fotografía.
- **Clientes:** Los clientes de esta industria están definidos como aquellas personas que valoran y están dispuestos a comprar el servicio de fotografía profesional.
- **Agentes Sociales:** Son los grupos de interés públicos que con su acción podrían influir en la empresa. Dentro de estos se encuentran, Asociaciones de protección de animales, ONG, medios de comunicación.
- **Agentes político-institucionales:** tales como políticas públicas, legislación, tratados o acuerdos comerciales.

2.1.3 Macrosegmentos de la Industria.

En Chile, el sector fotografía abarca empresas y particulares que ofrecen una amplia gama de servicios desde fotografía publicitaria, servicios personales de fotografía, servicios de revelado, impresión y ampliación de fotografía, y comercio al por menor de artículos fotográficos.

En este sector, más del 40% se declara trabajador por cuenta propia y los demás son empleados. Cerca del 65% de las personas que ejercen este oficio declara que su empleo es de carácter permanente, y cerca del 75% de los dependientes tienen contrato⁵.

La enseñanza profesional de la fotografía se ha desarrollado en los últimos años, y en general tiene altos estándares de calidad acorde a los procesos internacionales, particularmente en comparación con países de Sudamérica. Al ser la fotografía una práctica masiva, existen además otras instancias de formación que no otorgan títulos ni grados, como son talleres, cursos especiales o cursos a través de páginas web al alcance de todos y que fomentan el proceso auto-formativo.

El mercado nacional no provee de los insumos de calidad y actualización tecnológica. Es por esta razón que los profesionales de la fotografía han optado por la importación directa de insumos y cámaras digitales⁶. Ver anexo N°5. Evolución Industria de la Fotografía en Chile.

⁵ Fuente: Mapeo de las industrias creativas en Chile (CNCA)

⁶ Fuente: Mapeo de las industrias creativas en Chile (CNCA)

2.1.4 Microsegmento de la industria

Dentro del macrosegmento de Servicios Personales de Fotografía, se encuentran los Estudios Fotográficos, dentro de los cuales se identifica la prestación de servicios de fotografía especializados en: familia, bodas, embarazadas, bebés, mascotas.

2.1.5 Tendencias Industria Fotografía

Existe una tendencia al empleo independiente, principalmente en el rubro de servicios personales de fotografía.

La fotografía está dejando de ser sólo fotografía, lo que podría generar a futuro importantes vínculos con otros sectores como el video, sonido y diseño 3D. Dentro de las nuevas tendencias aparece la video-fotografía, donde desde la fotografía se da paso al video con calidad HD.

La fotografía dejó de ser guardada en un álbum y actualmente es compartida por redes sociales, se volvió interactiva.

2.1.6 Análisis del entorno de la Industria

Para definir la mejor posición estratégica para entrar a la industria de la fotografía, se utilizará la metodología de estudio del entorno Pestel. El detalle en Anexo N°4.

2.1.6.1 Análisis del entorno de la industria

Del análisis PESTEL del entorno de la industria de la Fotografía se puede concluir que Chile cuenta con una estabilidad política, que favorece el desarrollo y crecimiento de la industria, lo que constituye un factor positivo para el emprendimiento de la empresa.

Exigencias: En relación a aspectos jurídicos, la empresa debe mantenerse atenta a cumplir las leyes y normas relacionadas tanto a la manejo y protección de los animales, así como a respetar y cumplir las leyes laborales, prevención de riesgos en el trabajo, pago de leyes sociales e impuestos.

Sobre el medio ambiente, en los últimos años se ha dado mucha importancia al respeto y cuidado del medio ambiente, lo que ha hecho que la población valore más las actividades que se enfocan en el cuidado del medio ambiente. Esto obliga a la empresa a privilegiar el

uso de productos químicos que no contengan material tóxico o dañino para el organismo, reutilizar y elegir materiales reciclados.

Riesgos: Del análisis de la industria además se determinan los riesgos externos asociados, para los cuales se considera implementar planes de mitigación. Ver Anexo N°6 Matriz Riesgos de la industria.

Oportunidades: Además, se pueden identificar las siguientes oportunidades:

Existen nuevas formas de ofrecer el servicio de fotografía, ya sea con nuevas técnicas de fotografía e impresión. Además se le puede vincular con otros sectores como el video, sonido y diseño 3D. En Chile, estas opciones aún no están a disposición del público en general por lo que se convierte en una oportunidad que se podría explotar. Animal Click ofrecerá como entregable en algunas sesiones un video animado, desde donde la fotografía se dará paso al video con calidad HD.

El creciente número de hogares con mascotas y la tendencia a gastar más dinero en ellas, hace prever que negocios que atiendan a los dueños de mascotas deberían tener ventas crecientes durante los próximos años.

Finalmente, en base al análisis efectuado, se concluye seguir adelante con el proyecto, considerando que pese a existir riesgos asociados, se les puede enfrentar con acciones que dependen de la empresa, por lo que el negocio continúa siendo factible.

2.1.7 Análisis de las fuerzas competitivas del sector (Análisis Porter)

Resumen análisis de las fuerzas competitivas de Porter. Detalle se encuentra en Anexo N°7.

Fuerza	Nivel
Amenaza de nuevos competidores	Alta
Amenaza de Productos y servicios sustitutos	Alta
Poder de negociación de los proveedores	Baja
Poder de negociación de los clientes	Alta
Rivalidad entre competidores	Media Alta

Del análisis de las cinco fuerzas de Porter, se puede establecer que esta industria es poco atractiva, debido a la variedad de opciones de sustitutos y al alto potencial de nuevos entrantes que podría aumentar fuertemente la rivalidad entre los competidores.

A pesar de esto, se pueden observar las siguientes oportunidades de ingresar al mercado e implementar el proyecto Animal Click:

La industria se caracteriza por tener actualmente solo cuatro competidores especializados en el sector mascotas, los cuales prestan servicios similares. Animal Click tiene la oportunidad de diferenciarse incorporando nuevos servicios de fotografía.

Además, el negocio de Animal Click incorpora la impresión de la fotografía en diferentes artículos, en la que actualmente existe una amplia variedad de proveedores donde elegir y que prestan un servicio de calidad. Con ellos se puede formar una alianza o negociar precios para lograr disminuir los costos y aumentar el margen de venta de estos productos.

Si bien existe la amenaza de entrada de nuevos competidores y de productos sustitutos, esta se podrá contrarrestar ofreciendo al cliente un servicio innovador, con una amplia variedad de productos y servicios añadidos, que permitan ofrecer al cliente una experiencia única que disfrute tanto el dueño como la mascota.

2.2 Análisis de los Competidores

Dentro de la competencia se distinguen:

- **Competidores Indirectos**

Distintos Estudio Fotográficos Profesionales en la ciudad de Santiago de Chile dedicados a producciones fotográficas y que eventualmente pueden ofrecer el servicio de fotografía de mascotas. Además, existe un alto número de fotógrafos aficionados sin estudios formales que podrían dedicarse a este nicho.

- **Competidores Directos**

Dentro de los estudios fotográficos dedicados a mascotas se tiene a:

FotoAperrados: Estudio fotográfico creado el año 2012 especializado retratar animales, ofrece servicio de fotografía en estudio o a domicilio.

MIG Animal Photo: Empresa creada el año 2012, dedicada a la fotografía profesional al aire libre y sesiones de fotos familiares, para todo tipo de animales. Está ubicada en Peñaflor, Santiago de Chile.

Árbol Fotográfico: Creada el año 2011, es un estudio fotográfico especializado en fotos de futuras mamás y de mascotas, que ofrece sesiones de fotografías a domicilio. Las sesiones se agendan vía telefónica.

Click Producciones Estudio Fotográfico: Estudio fotográfico ubicado en Santiago Centro, ofrece diferentes servicios entre ellos sesiones de fotografía para mascotas y su familia a domicilio.

Un detalle de las características de los competidores se encuentra en el Anexo 1: Características los competidores directos.

2.2.1 Mapa de posicionamiento relativo

Los ejes se obtuvieron de la encuesta realizada y corresponden a los dos atributos considerados más importantes por los entrevistados. Las variables son:

- **Productos novedosos y creativos:** considera la impresión de la fotografía en distintos tipos de artículos de la línea de productos impresos y la amplia variedad de sesiones de fotografía ofrecidas.
- **Servicio Personalizado:** considera el ofrecer productos y servicios personalizados hecho a la medida del cliente.

Grafico en Anexo N°8.

2.2.2 Fortalezas y debilidades de potenciales competidores

El detalle de las fortalezas y debilidades de los competidores se observa en anexo N°9.

Matriz de perfiles competitivos

De acuerdo al análisis de competidores en base a los cinco atributos más valorados por los encuestados, se establece que la competencia de Animal Click es bastante pareja con servicios similares, sin encontrar un competidor que destaque ampliamente del resto. El análisis se encuentra en Anexo N°10.

2.2.3 Conclusiones

De acuerdo al cuadro comparativo del Anexo 1 se puede observar que dentro del mercado no existe diferenciación entre los distintos competidores, ya que ofrecen servicios similares sin existir variables que destaquen a un competidor de otro, no se observa una preocupación

por las nuevas preferencias de los consumidores ya que la mayoría de estos competidores ofrece una baja gama de productos y servicios. La estrategia que utilizan no es agresiva a nivel de usar tácticas de marketing para ganar competencia de mercado, por cuanto sólo se promocionan a través de internet.

Se pudo determinar que los estudios actuales no cuentan con el servicio de disfraces y accesorios para mascotas, no ofrecen la impresión de la fotografía en otros artículos ni tienen el concepto de “diseña tu sesión de fotos”, lo que es una oportunidad para Animal Click de incorporar estas características para hacer una sesión de fotos más divertida y novedosa.

Todo lo anterior, genera una excelente oportunidad para la incorporación del plan de negocios de Animal Click.

2.3 Análisis de Clientes:

Definiciones

Cliente / Usuario: Se define mayoritariamente como los compradores del producto:

- Dueños de mascotas correspondientes a parejas sin hijos y personas que no están en pareja (solteros o separados): solicitan los servicios de Animal Click para tener un lindo recuerdo de la mascota que consideran su mejor amigo o su hijo.
- Familias dueñas de mascotas: solicitan los servicios de Animal Click para contar con un retrato familiar que incluya a todos los integrantes de la familia.
- Amigos y familiares de los dueños de mascotas: solicitan los servicios de animal Click para regalar y sorprender al dueño de la mascota.

Influenciador: Niños de la casa, parejas y amigos de dueños de mascotas que recomiendan a Animal Click.

2.3.1 Caracterización de los clientes

El modelo de negocio se enfocará en las personas que consideran a sus mascotas como algo más que una simple compañía. Son personas que sienten placer y bienestar cuando cuidan, miman y sacan a pasear a sus mascotas. Están dispuestos a gastar gran parte de su presupuesto en la mantención y cuidados de sus mascotas. Se preocupan de sus mascotas como si fueran hijos o su mejor amigo, generan vínculos y encuentran en ellos una fuente de

apoyo emocional. Sus mascotas siempre les acompañan en los buenos y malos momentos, estando siempre ahí para darles su amor y cariño.

Los ven como un miembro más de su familia, tienen fotos de ellos y las comparten en las redes sociales. Son los denominados petlovers que están humanizando a las mascotas.

La empresa identifica dos grandes segmentos detallados en Anexo N° 11.

2.3.2 Tamaño de mercado objetivo y sus tendencias

El mercado total de las comunas seleccionadas es de 14.655 hogares de las comunas de Providencia y Ñuñoa que tienen mascotas:

	Nuñoa	Providencia
Proyección de población entre 25 y 70 años para el año 2016, en base a Censo 2012 ⁷	138.924	93.235
% N.S.E. ABC1 por comuna	28,70%	35,90%
Población N.S.E. ABC1 por comuna	39.871	33.471
Número de personas por hogar ⁸	3,28	
Número de hogares	12.156	10.287
% de hogares que tiene una mascota ⁹	65,30%	
Hogares con mascota	7.938	6.717
Mercado Potencial	14.655	

De la encuesta de elaboración propia, se pudo observar que existe interés y la tendencia por el servicio ofrecido. Los resultados son:

- Un 85% de los encuestados se toma fotografías con su mascota.
- Un 78% estaría interesado en contratar una sesión de fotografía profesional de mascota.

De lo anterior se desprende que existiría un mercado interesado el contratar el servicio de fotografía de mascotas.

Las tendencias del mercado objetivo que impactan en Animal Click son:

⁷ Fuente: INE

⁸ Fuente: INE. Síntesis de resultados Censo 2012

⁹ Fuente: Estudio Adimark Mapa Socioeconómico en Chile (Mayo 2014), Estudio Chile 3D - Tenencia de Mascotas (2014)

- El cambio en la idiosincrasia chilena, con dueños de mascotas maduros y solteros, que postergan ser padres y que humanizan a su mascota entregándole roles familiares, ha impulsado el negocio dedicado a las mascotas en el país, siguiendo la tendencia de países desarrollados.
- El creciente número de hogares con mascotas y la tendencia a gastar más dinero en ellas.
- Diversidad de tiendas especializadas han encontrado un nicho de desarrollo en el segmento de las mascotas, incluso en productos y servicios que hasta hace poco no se asociaban a los animales de compañía como por ejemplo isapres, hoteles, medicina alternativa y cementerios para mascotas.
- Los animales de compañía son considerados como miembros de la familia.
- Tendencia a adoptar mascotas de raza pequeña para sus departamentos.

2.4 Conclusiones

De este capítulo se pudo concluir que el creciente número de hogares con mascotas y la tendencia a gastar más dinero en ellas, hace prever que negocios que atiendan a los dueños de mascotas deberían tener ventas crecientes durante los próximos años.

Dado que en Chile el servicio de fotografía de mascotas se viene desarrollando hace pocos años, no existe gran cantidad de competidores. De acuerdo al análisis de la competencia se observa que ofrecen servicios similares sin existir variables que destaquen a un competidor de otro. Animal Click tiene la oportunidad de diferenciarse incorporando nuevos servicios de fotografía. Además, puede incorporar distintas opciones de sesiones de fotos, incluyendo disfraces y accesorios tanto para la mascota como para su dueño para otorgar una fotografía más divertida y novedosa.

Hoy las personas pueden capturar los momentos especiales por medio de smartphones o tablets, y solo contratarán un fotógrafo si realmente éste le ofrece un valor o utilidad que no puedan cubrir ellos mismos. En este sentido, Animal Click debe incorporar la impresión de la fotografía en diferentes artículos y mantener siempre un servicio innovador, observando y analizando el entorno, buscando nuevas y mejores formas de hacer las cosas para ofrecer al cliente una amplia variedad de productos que cubran sus necesidades

Finalmente, en base al análisis efectuado, se concluye seguir adelante con el proyecto, considerando que pese a existir riesgos asociados, se les puede enfrentar con acciones que dependen de la empresa, por lo que el negocio continúa siendo factible.

III. Descripción de la empresa y propuesta de valor

3.1 Descripción del Modelo de negocio. Modelo Canvas. El análisis de cada unidad se encuentra en el anexo N°12.

Canvas Animal Click	
<p>RED DE ASOCIADOS</p> <p>Proveedores de inst. fotográficos y de indumentaria para mascotas; los proveedores de disfraces y accesorios para mascotas; empresas encargadas de la impresión de fotografía, y las empresas que realizarán el despacho a domicilio. El proveedor del servidor de hosting y la empresa encargada del diseño y actualización del sitio web.</p> <p>Las empresas relacionadas a las mascotas (peluquerías, tiendas especializadas y hoteles para mascotas, centros veterinarios, criaderos, exposiciones caninas) serán importantes para promocionar y dar a conocer la empresa.</p>	<p>ACTIVIDADES CLAVE</p> <ul style="list-style-type: none"> Atención personalizada al cliente, con el fin de conocer sus inquietudes y expectativas del servicio. Búsqueda constante de nuevos servicios para ofrecer Conocimiento del cliente y el mercado Diseño y desarrollo del sitio web de la empresa y tienda online. La logística para satisfacer la demanda a tiempo, con la calidad esperada por el cliente y en un empaque personalizado Contactar a las mejores empresas en impresión de fotografía. Publicidad Investigar y desarrollar nuevos servicios y productos que se adapten a la necesidad del cliente. <p>RECURSOS CLAVE</p> <ul style="list-style-type: none"> Local agradable, seguro y con estacionamiento; el vehículo en que se trasladará el equipo para las sesiones a domicilio. Cámara profesional, estudio fotográfico portátil y todos los recursos asociados (trípodes, reflectores, lentes, flashes). Fotógrafo profesional que sea capaz interactuar con la mascota y personal encargado de la impresión de fotos en la línea de recuerdos. Sitio web amigable y fácil de usar para el cliente Software de edición de fotos; softwares ERP y CRM integrados
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <p>Costo de implementación y puesta en marcha: arriendo de local, mobiliario de local, insumos de fotografía, cámaras fotográficas profesionales, compra de indumentaria de mascotas, camioneta para el traslado del estudio fotográfico portátil.</p> <p>Gastos de administración y personal</p> <p>Marketing y publicidad: diseño y mantención de página web, hosting, publicidad en empresas relacionadas, diseño de marca.</p>	<p>PROPÓSICIÓN DE VALOR</p> <p>Convertir la experiencia de la sesión de fotografía en un grato recuerdo, con servicios hechos a la medida del cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"> Para personas solteras sin hijos: servicio personalizado y adaptado a sus gustos. Bajo el concepto de "diseña la sesión de fotos con tu mascota" se otorga al cliente la posibilidad de crear la sesión de fotos a su medida. Podrán contratar los servicios directamente desde la página web de la empresa. Podrá solicitar la impresión de la foto en un artículo que pueda llevar a su oficina o cuando viaje. Para las familias: servicio con una amplia variedad de opciones de sesión de fotos. Cuenta con planes de sesiones en los que se puede fotografiar a la familia completa en el patio de su casa o un parque, sesiones de estudio para la mascota o mensuales para el nuevo integrante de la familia, todas en el horario flexible. Llegan directamente a contratar servicios al estudio fotográfico. Podrán solicitar la impresión de la foto en un artículo con el cual pueda decorar su hogar
<p>RELACION CON LOS CLIENTES</p> <ul style="list-style-type: none"> Asistencia personalizada tanto en el local como en página web ofreciendo la posibilidad de que el cliente participe en el diseño de la sesión de fotografía, logrando conocer la expectativa del cliente y generar una relación más cercana. Club de descuentos Comunidad en Facebook para compartir fotos <p>CANALES DE DISTRIBUCIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> Canal de venta directo a través de un local ubicado en un stripcenter. Canal de Ventas por Internet, para lo cual se creará un sitio web de la empresa. Publicidad mediante la entrega de folletos y promoción en lugares que prestan servicios a las mascotas: en parques y plazas. Sesiones a domicilio 	<p>SEGMENTOS DE CLIENTES</p> <ul style="list-style-type: none"> Personas solteras sin hijos Familia con hijos
<p>FLUJO DE INGRESOS</p> <ul style="list-style-type: none"> Venta por fotografía Venta por línea de recuerdos Publicidad en página web 	

3.2 Descripción de la empresa

3.2.1 Análisis FODA y sus estrategias

Factores Internos	Fortalezas	Debilidades
Factores Externos	<ul style="list-style-type: none"> •Servicio novedoso •Productos personalizados y adaptados al cliente •Atención personalizada y amable •Variedad de productos y servicios ofrecidos •Actitud de innovadora de la administración 	<ul style="list-style-type: none"> •Falta de experiencia •Locaciones de fotografías se limita a la zona Centro y Oriente de Santiago. •Dependencia del fotógrafo con afinidad a las mascotas. Bajo nivel de reacción ante renuncia o ausencia. •Dependencia de servicios no integrados
Oportunidades	Estrategia FO	Estrategia DO
<ul style="list-style-type: none"> •Aumento de hogares con mascotas y tendencia a gastar más dinero en ellas •Pocos competidores especializados en la fotografía de mascotas •Integrar otros sectores como el video, sonido, impresión •Estudios de fotografía actualmente no ofrecen los servicios de Animal Click 	<p>Posicionar en el mercado a Animal Click como la empresa a elegir al momento de querer fotografiar a su mascota. Manteniendo siempre disponibles para el consumidor los productos y servicios personalizados y adaptados a las necesidades y gustos del cliente.</p>	<p>Expandir el mercado ofreciendo el servicio a otras comunas de Santiago y alrededores. Mantener con los proveedores contratos que aseguren el abastecimiento y servicios requeridos por la empresa, incluyendo multas en caso de incumplimiento</p>
Amenazas	Estrategia FA	Estrategia DA
<ul style="list-style-type: none"> •Cambio en la economía local podría afectar el negocio •Servicio fácilmente sustituible por dispositivos móviles. •Amenaza de ingreso de nuevos competidores 	<p>Desarrollar desde el inicio de las funciones de Animal Click, la capacidad de Innovación para mantenerse al frente de los cambios y poder generar un crecimiento constante desde su interior. Fomentar la innovación en todos los procesos de la organización, buscar sinergias con los proveedores, utilizar nuevos medios para promover y comercializar los productos, aprender de la competencia, gestionar la información de los clientes y facilitar el desarrollo de actividades creativas de los empleados.</p>	<p>Establecer una política de Conocer al Cliente, para lo cual debe desarrollar la capacidad de escuchar, entender y enfocarse en sus clientes, investigar cuáles son sus necesidades y buscar constantemente la mejor forma de satisfacerlas</p>

El detalle del análisis FODA se encuentra en Anexo N°13.

3.2.2 Cadena de valor

Las actividades relevantes de la cadena de valor como fuente para la propuesta de valor al cliente son:

Actividades de Apoyo	<p>Infraestructura La gestión, administración y planeación estratégica será realizada por un Administrador General que contará con conocimientos y experiencia contable y administrativa. Se contará con equipamiento fotográfico de última generación. Local con estudio fotográfico diseñado para dar comodidad y seguridad al cliente y su mascota</p>				
	<p>Administración de recursos humanos Contratación de personal calificado para realizar un servicio personalizado acorde a los requerimientos solicitados por los clientes y que sea capaz interactuar con las mascotas. Capacitación constante al personal (en atención al cliente, nuevas técnicas fotográficas, psicología animal). Impulsar la creatividad de los empleados. Actitud innovadora.</p>				
	<p>Desarrollo de tecnología Se contará con un software para llevar la contabilidad y gestión de la empresa y un sistema de gestión de relaciones con el cliente (CRM). Implementación de una página web interactiva, donde el usuario pueda buscar productos, por descripción, categoría, etc.; que tenga un formulario donde solicitar información o agendar sesiones de fotos y realizar pedidos de productos adicionales, además de poder pagar de forma segura a través de la tienda online, acceder a su historial de compra y verificar el estado de sus pedidos. Soporte y mantención de sitio web.</p>				
	<p>Adquisición Se seleccionarán proveedores (de insumos fotográficos, indumentaria para mascotas, impresión de fotografía y despacho de productos) de acuerdo a criterios de calidad de sus productos y servicios. Se considerará además que cumplan con las leyes laborales y que respeten el medio ambiente, en especial el uso de residuos tóxicos. Se firmarán contratos de abastecimiento con una duración de más de seis meses. Se mantendrá más de un proveedor de cada categoría.</p>				
	<p>Logística Interna Recibir la solicitud de pedido por distintos (página web, local, teléfono). Capacidad de satisfacer los requerimientos solicitados por el cliente. Recepción y almacenamiento transitorio de productos</p>	<p>Operaciones Mantención permanente del equipo fotográfico. Control de calidad en los productos que se entregarán al cliente. Actualización de página web. Dar cumplimiento cabal a los requerimientos y deseos del cliente</p>	<p>Logística Externa Coordinar las sesiones fotográficas. Procesamiento y monitoreo permanente de los pedidos de impresión. Entrega rápida y oportuna de los productos al cliente.</p>	<p>Marketing y Ventas Dar a conocer el Estudio Fotográfico mediante la gestión de publicidad y promociones a través de página web, redes sociales, folletos informativos y publicidad en empresas relacionadas a mascotas. Captación de clientes</p>	<p>Servicio Post Venta En el local y página web se contará con un espacio para recoger recomendaciones, opiniones y propuestas sobre mejoras al servicio y nuevos productos. Encuestas de satisfacción. Recordatorios de próximas sesiones agendadas.</p>

M
a
r
g
e
n

Actividades Primarias

3.2.3 Recursos, capacidades y competencias

Las competencias distintivas de Animal Click surgen los siguientes recursos y capacidades:

Recursos:

- Recursos tangibles: contará con un sistema de información y un local de fácil acceso

- Recursos intangibles: capital humano y sus conocimientos.

Capacidades: son las habilidades para coordinar los recursos. Entre estas se tiene:

- Mantener una cultura de satisfacción al cliente, entendiendo y respondiendo eficazmente a sus necesidades.
- Motivar y fomentar la creatividad en el recurso humano, trabajo en equipo y una actitud positiva hacia el cliente y la empresa.
- Fomentar una actitud innovadora al interior de la empresa que no solo permita ofrecer nuevos servicios y productos atractivos para el cliente, sino que también logre la eficiencia en los procesos internos y la búsqueda de nuevas formas de promocionar los productos y comercializarlos. Ofrecer variados productos novedosos y personalizados, siempre buscando satisfacer los gustos del cliente y estando atentos a sus requerimientos.

Con estos recursos y capacidades, Animal Click generará su ventaja competitiva:

Recursos / Capacidades	Actividades	Competencias	Valorado	Raro	Difícil de imitar	Ocupable	Ventaja competitiva
Satisfacción al cliente	Fomentar una cultura orientada al servicio que garantice la satisfacción total del cliente. Diseño en conjunto con el cliente de la sesión fotográfica	Proporcionar al cliente una experiencia única desde el primer contacto con la empresa hasta la entrega del producto final	Si	Si	Si	Si	Ventaja Competitiva Sostenible
Capital humano y sus habilidades	Capacitación del personal para darle autonomía responsable. Fomentar la creatividad del recurso humano.	Respuesta rápida al cliente	Si	Si	Si	Si	Ventaja Competitiva Sostenible
Capacidad de innovación	Buscar nuevos servicios de fotografía para cubrir las necesidades y gustos del cliente.	Rapidez de respuesta a los cambios del entorno	Si	Si	Si	Si	Ventaja Competitiva Sostenible
Ubicación del estudio fotográfico y equipamiento	Facilitar el acceso y ofrecer comodidad para la contratación del servicio	Local de fácil acceso y seguro	Si	No	No	Si	Paridad Competitiva
Software integrados	Conocer al cliente a través de información de las bases de datos	Sistemas de información	Si	No	No	Si	Paridad Competitiva

3.2.4 Ventajas Competitivas

A partir de las necesidades del mercado y los análisis realizados, se identifican las siguientes ventajas competitivas:

Proporcionar al cliente una experiencia de fotografía única: para esto la empresa se concentrará en el cliente buscando siempre su satisfacción. Algunas de las actividades que

se llevarán a cabo en este aspecto serán: fomentar la cultura de servicio al cliente, capacitar al personal en atención al cliente, poner a disposición del cliente una amplia gama de sesiones hechas a su medida, conocer los hábitos de consumo y entender al cliente. Además se proporcionarán servicios añadidos como la comodidad, asesoría en la sesión y presentación del producto final en una linda presentación.

Ofrecer una rápida respuesta al cliente: para lo cual se capacitará constantemente al personal para que use un buen criterio al momento de necesitar tomar decisiones rápidas para satisfacer al cliente.

Rapidez de respuesta a los cambios del entorno: a través del conocimiento del cliente mediante la información de base de datos, observar las actividades de la competencia, y las tendencias que hay en otros países para tener nuevas ideas, se busca contar con la información necesaria para enfrentar los cambios del entorno. Además, se fomentará la innovación no solo en la inclusión de nuevos productos y servicios, sino que también en la eficiencia de los procesos internos, buscando nuevas formas de promocionar los productos y comercializarlos.

Estrategia de entrada

Intensa campaña de difusión al momento de la apertura de la tienda a través de la página web y redes sociales, además de la presencia en actividades relacionadas con mascotas como ferias y exposiciones caninas.

Estrategia de Salida

Se evaluará la salida del negocio en base a la rentabilidad. La salida busca no dañar a los stakeholders. Cumplir con lo establecido en el contrato de arriendo para hacer devolución del local. Realizar ventas especiales para liquidar los insumos fotográficos, los disfraces y accesorios comprados con el fin de obtener fondos para poder hacer frente a las deudas que pudiesen existir, se le dará prioridad de compra al personal de la empresa. Comunicar al personal en forma oportuna del cierre del negocio, asegurando el cumplimiento de lo que establecen las leyes laborales en esta materia.

3.2.5. Descripción de la empresa

El estudio fotográfico Animal Click se especializará en la producción fotográfica profesional de mascotas, que permitirá al dueño inmortalizar el vínculo de amor que tiene con su

mascota a través de fotografías de los hermosos momentos vividos con mascota, los que podrá compartir y mostrar a familiares y amigos en diferentes formatos, reviviendo el momento en un medio físico.

Misión: Capturar en la fotografía hermosos momentos vividos por las mascotas de manera novedosa, artística y divertida, proporcionando a sus dueños un recuerdo maravilloso e inolvidable y ofreciendo un producto de imagen profesional que satisfaga al cliente.

Visión: Ser reconocido como el mejor estudio de fotografía profesional para mascotas, por la amplia variedad productos que ofrece y la mejor atención al cliente.

Valores: los valores que mueven a la empresa son: excelencia en el servicio, honestidad, personalización e innovación.

Objetivos

- Posicionar en un plazo de 2 años a Animal Click como el estudio fotográfico de mascotas que ofrece un servicio de fotografía distintivo y sorprendente, fomentando la innovación y búsqueda de nuevos productos en el estudio fotográfico
- Generar procedimientos y estándares de servicio que permitan en un plazo de dos años alcanzar un nivel de satisfacción de un 75% en las encuestas a los clientes, trabajando constantemente en la mejora e innovación de los procedimientos actuales, otorgando el mejor servicio fotográfico profesional de mascotas, disminuyendo la rotación de personal y enfocados constantemente en su capacitación y desarrollo de carrera.
- A contar del cuarto año de funcionamiento, incrementar anualmente las ventas en un 40% respecto al año anterior, a través de la venta de los diferentes productos y servicios, incorporando nuevas fuentes de ingreso acorde a las necesidades y expectativas del cliente.

Naturaleza jurídica

Es una empresa que se constituirá como sociedad limitada, consta de dos socios quienes responden limitadamente frente a las obligaciones y deudas de la empresa (es decir, solo con el patrimonio de la empresa, no con el personal). Esta empresa será constituida con aportes de capital de los socios en partes iguales.

Estrategia de la empresa

La estrategia para lograr los objetivos de la empresa será centrar la atención en el cliente, ofreciéndole una solución integral con servicios y productos diferenciados, creativos e individualizados que se adapten a sus necesidades; buscando con esto generar una relación de cercanía con el cliente que permita conocerlo mejor para adecuar los productos y servicios a su medida, otorgándoles una experiencia positiva con la cual se logrará su fidelización.

Factores críticos de éxito de la empresa

- Fijar metas y objetivos claros que sean impulsados desde la gerencia y sean compartidos por todos los trabajadores de Animal Click
- Profundo conocimiento del cliente. Tener una herramienta de gestión de las relaciones con clientes (CRM) que permita conocer sus patrones y preferencias de compra, saber qué cosas le pueden llegar a interesar, dar respuestas personalizadas y diseñar promociones esperadas por el cliente. Integrar el CRM con los demás sistemas de la empresa.
- Trato diferenciado al cliente, capacidad de adaptarse al cliente y ofrecerle respuestas inmediatas
- Establecer credibilidad, cumpliendo con lo prometido al cliente en cuanto a plazos y a la expectativa del cliente. Esto permitirá contar con publicidad por boca oído.
- Conseguir el compromiso y motivación del equipo de trabajo, haciéndoles sentir la importancia y valor que tienen en la empresa. Capacitar al equipo de trabajo en la importancia del buen servicio al cliente
- Por medio de una página web de contenido claro y sencillo, facilitar al cliente hacer negocios con la empresa brindándole soporte, seguridad y rapidez en las transacciones que realice.
- Trabajar con aliados estratégicos que aseguren calidad y un servicio acorde a la expectativa del cliente. Desarrollar nuevas alianzas que aumenten la oferta de productos de la empresa.
- Desarrollar e innovar en productos o servicios que permitan mantener y atraer a clientes

Los servicios que se ofrecerán son:

- Sesiones de Fotografía para mascotas: Mira cómo crece, Diseña tu sesión de fotos, Retrato de mascota, Sesión al aire libre
- Línea de productos impresos
- Vales de regalo

El detalle de los servicios ofrecidos se encuentra en el Anexo N°14.

3.3 Estrategia de crecimiento o escalamiento. Visión global

De acuerdo al análisis de los competidores, el servicio de fotografía profesional de mascotas se ha desarrollado en Chile, desde el año 2011. Se considera en la etapa embrionaria, o de introducción, dentro de la vida de un producto o servicio.

El Modelo de Negocio, se desarrollará mediante una estrategia inicial de Crecimiento, la cual se basará en las siguientes tres etapas:

Primera Etapa:

Como estrategia de corto plazo – 1 año – se comenzará ofreciendo los servicios profesionales solo a un pequeño nicho de mercado, buscando generar ingresos, evaluar el funcionamiento del modelo de negocio y conocer mejor al cliente. Esta evaluación servirá como referente para el crecimiento de la empresa. Entendiendo que las ventas pueden ser estacionales en una primera etapa, en periodos de baja actividad se arrendará como estudio fotográfico por hora a otros profesionales. Dado que el modelo de venta por internet tiene un costo fijo inicial bajo, permitirá a la empresa obtener beneficios más altos. Al público objetivo se llegará a través entrega de folletos y promoción en lugares que prestan servicios a las mascotas: peluquerías, tiendas especializadas y hoteles para mascotas, centros veterinarios, criaderos, exposiciones caninas.

Segunda Etapa:

La estrategia de mediano plazo, será la captación de nuevos clientes estableciendo relaciones con empresas relacionados (centros veterinarios, ONG, criaderos, Kennel club, peluquerías); se publicará en revistas especializadas en mascotas, con el fin de promocionar el servicio y conseguir ampliar la cartera de clientes. Con más clientes, se negociará con los proveedores de impresión en Línea de Productos impresos una rebaja en los precios ya que se manejará una mayor cantidad de pedidos. Se ampliará la cantidad de productos ofrecidos, agregando una versión premium de sesión de fotos de mayor costo, que incluirá maquillaje

para el dueño y un mayor número de fotografías como entregable. Además, se continuará con la venta cruzada, ofreciendo al cliente nuevos productos donde pueda imprimir sus fotografías, ampliando la oferta en la impresión en textil como por ejemplo cortinas de baño, cojines, cubrecamas, etc.

La infraestructura de la empresa es capaz de soportar cada vez mayor volumen de clientes sin tener que incurrir en grandes costos, por lo tanto se mantendrá el mismo sistema de venta.

Se capacitará a los fotógrafos en nuevas técnicas y tendencias para que puedan aplicarlas al negocio.

Tercera Etapa

A largo plazo – 3 a 5 años – se implementará una segunda tienda. La ubicación está por definir, preferentemente en las comunas de Providencia, Las Condes o La Reina. Se incrementará también el número de empleados con el fin de mantener la buena atención y capacidad de respuesta hacia el cliente. Se aumentará la cantidad de disfraces y tipos de sesión fotográfica de acuerdo a las preferencias que manifieste el cliente. Se creará el programa Club Animal Click para amantes de las mascotas, donde los clientes podrán obtener descuento en las próximas compras y/o si trae un nuevo cliente al estudio. Además, se ofrecerán promociones exclusivas para socios, y se les efectuarán recordatorio de fechas relevantes como por ejemplo cumpleaños de amos y mascotas; y proximidad de fecha de próximas sesiones de fotos temáticas. Se ampliará el servicio de sesiones a otras comunas de Santiago y alrededores. La empresa mantendrá la flexibilidad y adaptabilidad a las necesidades del cliente, por lo tanto se utilizará la plataforma tecnológica y los canales de distribución para ofrecer nuevos productos como por ejemplo comida orgánica para mascotas, snacks saludables para mascotas, gadgets para perros, entre otros. Para integrar otros servicios, a futuro se evaluará la fusión con una peluquería de mascotas.

3.4 RSE y sustentabilidad

Se abordarán tres áreas de la Responsabilidad Social Empresarial:

Social:

Tenencia Responsable de Mascotas:

- Se fomentará el concepto de *Tenencia Responsable de Mascotas*, incluyendo en la página web de la empresa, una sección de Mascotas que Buscan Hogar, para que

las personas que visiten la página tomen conciencia de la importancia de la adopción de animales. Para esto se realizarán alianzas con Organismos no Gubernamentales (ONG), Instituciones y Fundaciones, dedicadas a la adopción de mascotas, ofreciendo el servicio de fotografía sin costo y publicando los retratos de animalitos abandonados.

- En la página web de la empresa se darán a conocer consejos acerca del cuidado de las mascotas, esterilización y cómo efectuar denuncias al maltrato animal, entre otros aspectos.
- Se proporcionarán enlaces y links para acceder a páginas de instituciones relacionadas con estos temas como: Gobierno regional, Bidema de la Policía de Investigaciones y Carabineros, y Organizaciones para la protección y respeto de los animales.

Apoyo a actividades relacionadas con mascotas:

- Apoyo de actividades de Zooterapia o Terapia Asistida con Animales (TAA) en asilos de ancianos y hospitales de niños, proporcionando sesiones de fotos gratuitas que registren estas actividades, que luego serán impresas en lienzos de 30x40 cms. que servirán para decorar las salas de atención de estos lugares.

Medio Ambiental:

Los integrantes de Animal Click sentirán un profundo respeto por la naturaleza y los animales. La empresa hará uso de sus recursos de forma eficiente, reduciendo al mínimo el material desechado y utilizando equipos eficientes en el consumo energético. En la implementación del local se utilizarán materiales reciclados. Se planificará la ruta de las sesiones a domicilio en función de la eficiencia y reducción de contaminación. En una primera etapa de la empresa, se les exigirá a los proveedores un programa de gestión de residuos y ahorro de energía. A mediano plazo se implementará un Código de Proveedores con requisitos de sostenibilidad y eficiencia energética de cumplimiento obligado para los proveedores.

Económico:

- El negocio se llevará a cabo de forma ética, respetando los derechos del consumidor y de las mascotas, entregando precios justos.

- A los empleados se les respetará y entregará condiciones dignas de trabajo. Se cumplirán todas las leyes sociales y laborales.
- A los proveedores se le pagará en un plazo no superior a 30 días.

IV. Plan de Marketing

4.1 Objetivos de Marketing

Para llevar a la práctica la visión y misión de la empresa, se han propuesto los siguientes objetivos de marketing:

Objetivo General	Objetivo Específico	Métrica	Indicador
Captar clientes	Lograr un aumento de 10% mensual en el número de visitas a la página web	Nº de usuarios que visitan la página web durante el mes	Variación respecto al mes anterior
	Lograr un aumento del 10% mensual de nuevos clientes durante el primer año	Número de clientes por mes	Variación respecto al mes anterior
Incrementar las ventas	Al tercer año lograr un aumento del 40% en la cantidad sesiones contratadas respecto al mismo mes del año anterior	Nº de sesiones contratadas al mes	Variación respecto al mismo mes del año anterior
	Alcanzar al cuarto año un crecimiento del 40% en ventas con la apertura del segundo local	Ingresos por ventas anuales	Variación respecto al año anterior
Fidelizar al cliente	Al menos el 60% de los clientes vuelva a contratar el servicio durante el periodo de un año	Nº de clientes que repitió la compra durante el año	Nº de clientes que repitió la compra durante el año/ Nº de clientes totales al año
	Lograr un 80% de recomendaciones al segundo año	Nº de clientes que llegaron por recomendación al año	Nº de clientes por recomendación / Nº de clientes totales
Ser reconocidos como un estudio fotográfico de mascota especializado, con excelente atención, cómodo y seguro	Ser la marca "top of mind" de los estudios fotográficos de mascotas al segundo año	Clientes que recuerdan la marca	A través de focus group anuales

4.2 Estrategia de segmentación

Macro segmentación del mercado

Hombres y mujeres entre 25 y 70 años, que sean dueños de mascotas o que tengan algún tipo de relación con un dueño de mascota.

Micro segmentación del mercado

La segmentación del público objetivo refleja la caracterización del mercado realizada con anterioridad, donde se individualizó los perfiles de Solteros y Familia.

1. Solteros: se caracterizan por ser altamente tecnológicos y utilizan las redes sociales como medio de comunicación, siempre informados investigan los productos y servicios que adquirirán, cuidan de su imagen, respetan y valoran el medio ambiente y los animales, viven en departamentos. Buscan un servicio personalizado y adaptado a sus gustos. Bajo el concepto de “diseña la sesión de fotos con tu mascota” se otorga al cliente la posibilidad de crear la sesión de fotos a su medida. Podrán contratar los servicios directamente desde la página web de la empresa. Podrá solicitar la impresión de la foto en un artículo que pueda llevar a su oficina o cuando viaje.

Posicionamiento objetivo: Productos creativos y personalizados que permitan diferenciarse del resto y Precio competitivo.

2. Familia: servicio con una amplia variedad de opciones de sesión de fotos. Cuenta con planes de sesiones en los que se puede fotografiar a la familia completa en el patio de su casa o un parque, sesiones de estudio para la mascota o mensuales para el nuevo integrante de la familia, todas en el horario flexible. Llegan directamente a contratar servicios al estudio fotográfico. Podrán solicitar la impresión de la foto en un artículo con el cual pueda decorar su hogar.

Posicionamiento objetivo: Variedad de productos y servicios y Comodidad.

4.3 Estrategia producto/servicio

La estrategia de productos y servicios de Animal Click se compone de dos líneas principales:

Producto	Variedad
Planes de Sesiones Fotográficas	Mira cómo crece
	Retrato de Mascota
	Sesiones al aire libre. Mascota y familia al natural
	Diseña tu sesión de fotografía
Línea de Productos impresos	Tazón con cuchara. Impreso a full color. Formato de impresión 20x6,5 cms
	Posavasos de Goma/Tela. Impresa a full color. Tamaño 10x10 cms. 6 unidades
	Posavasos de vidrio empavonado. Impresa a full color. Formato cuadrado o circular. Tamaño 10 cms. 6 unidades
	Imanes cuadrados con puntas redondeadas. Impresa a full color. Tamaño 6x6 cms. 12 unidades
	Set de baño de cerámica que incluye jabonera y portacepillo. Impresión full color
	Set de atriles de madera con 3 fotos cuadradas sobre pvc
Bolso con impresión en parte delantera	

Foto en lienzo 30x30, bastidor pino-tepa
Foto en lienzo 40x30, bastidor pino-tepa
Foto en lienzo 40x80, bastidor pino-tepa
Foto en lienzo 80x60, bastidor pino-tepa
Fotobook profesional, impreso en papel fotográfico

Marca: nombre de la marca sugiere el servicio que se prestará, con la palabra Animal relacionado a los animales de compañía y Click por el sonido que emite la cámara al sacar fotos. Es fácil de pronunciar y recordar. La marca de se debe registrar en INAPI.



Logotipo: contiene animales y cámara fotográfica, que son la esencia del negocio. Predomina el color verde que se relaciona con la naturaleza y medio ambiente

Eslogan: se utilizará solo la palabra Sonríe ya que Animal Click busca lograr una sonrisa cada vez que el amo de un vistazo a la imagen de su mascota en la fotografía.

Estrategias de producto:

- Ampliar la línea de productos donde se imprimirá la fotografía.
- Mantener siempre la búsqueda de nuevos productos y servicios que ofrecer al cliente y que satisfagan sus necesidades y permitan diferenciarse de la competencia.

4.4 Estrategia de precio

La estrategia de precios inicial se determinó a partir de la estrategia de penetración, considerando el precio que ofrecen estudios fotográficos con servicios similares. Este precio permite que el negocio sea rentable y a su vez que el usuario perciba que el precio que paga por los productos y servicios es lo justo.

Se busca posicionar la empresa como un lugar donde el cliente pueda encontrar productos y servicios novedosos que no son ofrecidos por la competencia, todo a un precio adecuado.

De acuerdo a lo anterior se ofrecerán los siguientes planes de sesiones:

Sesiones	Valor \$
Mira cómo crece	\$40.000
Retrato de Mascota	\$55.000
Sesiones al aire libre. Mascota y familia al natural	\$65.000
Diseña tu sesión de fotografía	Desde \$70.000

Línea de Productos impresos	Valor \$
Tazón con cuchara. Impreso a full color. Formato de impresión 20x6,5 cms	\$ 7.650
Posavasos de Goma/Tela. Impresa a full color. Tamaño 10x10 cms. 6 unidades	\$ 9.450
Posavasos de vidrio empavonado. Impresa a full color. Formato cuadrado o circular. Tamaño 10 cms. 6 unidades	\$ 15.200
Imanes cuadrados con puntas redondeadas. Impresa a full color. Tamaño 6x6 cms. 12 unidades	\$ 10.650
Set de baño de cerámica que incluye jabonera y portacepillo. Impresión full color	\$ 10.650
Set de atriles de madera con 3 fotos cuadradas sobre pvc	\$ 10.650
Bolso con impresión en parte delantera	\$ 19.500
Foto en lienzo 30x30, bastidor pino-tepa	\$ 21.750
Foto en lienzo 40x30, bastidor pino-tepa	\$ 21.400
Foto en lienzo 40x80, bastidor pino-tepa	\$ 23.800
Foto en lienzo 80x60, bastidor pino-tepa	\$ 26.200
Fotobook profesional, impreso en papel fotográfico	\$ 27.400

Para la sesión de fotos “Diseña tu sesión de fotografía” el precio será flexible de acuerdo a los implementos, locación y accesorios que el cliente escoja.

Estrategias para el precio:

- Para aplanar la demanda, se harán promociones 2x1 y ofertas especiales en temporada baja, reduciendo los precios por un tiempo limitado en épocas de disminución de la demanda.
- Para incentivar las compras se entregarán cupones de descuentos que podrán ser utilizados en su próxima compra.

- Para fidelizar al cliente, todas las fotografías entregadas en formato digital, podrán ser usadas en siguientes pedidos sin ningún costo adicional. Además se entregarán descuentos promocionales a los clientes pertenecientes al Club Animal Click.
- Se ofrecerán distintas opciones de modalidad de pago: en efectivo, transferencia bancaria electrónica, tarjetas de debito/crédito y Webpay.

Se hará un monitoreo semestral de los precios, los que podrán variar de acuerdo a cómo se comporte la demanda del servicio, el nivel de fidelización del cliente y los costos de operación.

La estrategia de respuesta a reacciones competitivas será de mantener o aumentar los precios. No se contempla una baja en el precio ya que se considera que los clientes que valoran la fotografía profesional y la experiencia, no elijen los estudios fotográficos porque su precio sea más bajo sino que consideran en su decisión el estilo del estudio, la forma de hacer las cosas, la novedad de su propuesta y la atención personalizada.

4.5 Estrategia de distribución

Animal Click pondrá a disposición de sus clientes sus productos y servicios a través de los siguientes canales directos de distribución:

Tienda: para los clientes que prefieren el canal tradicional, los productos serán exhibidos en el local ubicado en un strip center que será utilizado también como estudio fotográfico, donde el cliente podrá conocer los productos y servicios ofrecidos, agendar una sesión de fotos y realizar la compra si lo prefiere.

Página web con diseño profesional: para atraer a los clientes hiperconectados, se diseñará una página web la cual contará con información actualizada de los productos y servicios de la empresa. Antes de crear la página se inscribirá el nombre del dominio .cl en Nic Chile. La página web será atractiva y fácil de usar, permitirá transmitir la imagen de marca, mostrar los trabajos anteriores, las reacciones de los cliente satisfechos y ayudará a atraer a posibles clientes. Se habilitará un formulario para agendar sesiones y realizar pagos en línea. Se ofrecerá contenido relevante para los amantes de las mascotas. Además, la página web será compatible para teléfonos móviles.

Visitas a domicilio: el cliente podrá solicitar sesiones de fotografía a domicilio si lo prefiere.

4.6 Estrategia de Comunicación y ventas

El objetivo será que el cliente conozca la empresa y los productos y servicios que ofrece, además de mantener un contacto permanente con el cliente con el fin de establecer una relación de confianza con éste. La comunicación se apoyará en los siguientes instrumentos:

Imagen de la empresa:

- La imagen de la empresa debe ser impecable, con un diseño de la página web, un local y camioneta con logotipo de la empresa que permitan distinguir a la empresa. El personal utilizará poleras y pantalón cargo con el logotipo de la empresa. El local tendrá fácil acceso para el cliente, estacionamientos, será cómodo y seguro.
- El personal estará capacitado para aconsejar y responder rápidamente las consultas del cliente vía email o teléfono, además estará dispuesto a servir amablemente al cliente y darle un trato personalizado. Con esto se promueve la imagen de la tienda entregando una atención de calidad y se genera un vínculo afectivo con el cliente.

Publicidad:

- Entrega de folletos en lugares que prestan servicios a las mascotas: peluquerías, tiendas especializadas y hoteles para mascotas, centros veterinarios, criaderos, exposiciones caninas, parques y plazas, informando de los servicios y productos ofrecidos, y las promociones que se implementen.
- Participación en redes sociales, Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram y Flickr. Crear un Blog y publicar artículos de interés para el mercado potencial o actual. En Facebook se creará una comunidad donde compartir las mejores fotos y ofrecer ofertas especiales y promociones
- Se realizarán campañas en buscadores para lo cual se utilizará Google Adwords que permite llegar a los usuarios que realizan búsquedas en Google, su costo es controlado y permite un conocer quien han llegado a la página de la empresa desde Adwords.
- Participación en ferias y exposiciones de mascotas
- Intercambio de servicios de fotografía en centros veterinarios, criaderos o exposiciones caninas por publicidad en sus páginas web o folletos de promoción.
- Publicación periódica de avisos en revistas especializadas de mascotas (Revista mi mascota, Mestizos magazines, Vida de perros)

Relaciones Públicas:

- Como empresa dará a conocer que su pasión e inspiración son las mascotas, apoyando a instituciones y organizaciones que busquen promover el bienestar de las mascotas y la tenencia responsable
- Se habilitará información acerca de la Tenencia responsable de mascotas a través de la página web de Animal Click.

4.7 Estrategias de servicio

- Servicio de Pre-venta a través de la página web donde el cliente podrá mediante un formulario de contacto plantear sus consultas y dudas relacionadas al servicio que ofrece Animal Click. En la página web se agregará en el menú una nómina de Preguntas frecuentes.
- Adquirir un software para que el cliente seleccione en línea las mejores fotos de la sesión desde la comodidad de su hogar.
- Tener políticas bien definidas sobre el servicio al cliente.
- Asegurarse de que todas las personas en contacto directo con el cliente tengan el perfil de servicio necesario.
- Realizar encuestas periódicas y fijas para medir el nivel de satisfacción del cliente.

4.8 Estimación de la demanda y proyecciones de crecimiento anual

El mercado total de las comunas seleccionadas es de 14.655 hogares que tienen mascotas (de punto 2.3.2 Tamaño del mercado objetivo).

Relacionando el mercado potencial con los resultados obtenidos en la encuesta realizada a cien personas, respecto a si utilizarían el “Servicio de Fotografía profesional”, de la cual se obtuvo la siguiente información:

- El 78% de los encuestados estaría interesado en un servicio de fotografía para mascotas
- El 18% estaría dispuesto a pagar entre \$25.000 a \$50.000 por una sesión fotográfica, mientras que un 1% estaría dispuesto a pagar más de 50.000.

Se puede concluir que la cantidad de hogares objetivo que estarían dispuestos a consumir los servicios de Animal Click son 2.058, lo que equivale a \$117.306.000.-¹⁰

Se estima que al segundo año se abarcarán todas las comunas de la provincia de Santiago, por lo que se proyecta un rápido crecimiento de las ventas.

Capacidad de atención:

Inicialmente, la capacidad máxima de funcionamiento de Animal Click será de 360 sesiones mensuales:

Sesiones	Sesiones diarias	Sesiones Mensuales
Local	15	300
A domicilio	3	60
Total	18	360

En el local se contará con tres salas con capacidad de 5 sesiones al día en cada sala, considerando un tiempo máximo de 1 1/2 horas en la producción de cada sesión (preparación de la mascota y equipo). A la mascota se le fotografía por un máximo de 30 minutos ya que se cansan y se aburren muy rápido.

En las sesiones a domicilio, se espera realizar 3 producciones diarias considerando los tiempos de traslado, preparación de la mascota y armado de equipos.

Estimación de la demanda:

Supuesto: Al segundo año de operaciones se alcanzará el 45% de la capacidad de atención de Animal Click. Las ventas variarán de acuerdo a la temporada, pese a lo cual se espera mantener un crecimiento constante en la cantidad sesiones mensuales contratadas. El tercer año, con la apertura del nuevo local se espera aumentar la capacidad de atención a 660 sesiones mensuales y alcanzar cerca de un 40% de ocupabilidad, cantidad que irá aumentando paulatinamente hasta alcanzar el quinto año aproximadamente un 74% de ocupabilidad. En cuanto al requerimiento de artículos de la Línea de Productos impresos, se espera que la demanda corresponda a un 30% de la cantidad de sesiones mensuales.

De lo anterior se obtiene la siguiente proyección mensual para el primer año, considerando el inicio de actividades durante el mes de septiembre:

¹⁰ Considera un precio promedio por sesión de \$57.000.-

Cantidad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4
Sesiones en Local	0	0	17	100
Sesiones a domicilio	0	0	3	20
Artículos de la línea de productos impresos	0	0	6	36

Proyección para los siguientes 5 años:

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Capacidad de atención mensual sesiones	360	360	660	660	660
% de ocupabilidad	3%	47%	38%	53%	74%
Cantidad					
Sesiones en Local	117	1.708	2.477	3.468	4.855
Sesiones a domicilio	23	342	495	694	971
Artículos de la línea de Productos Impresos	42	615	892	1.248	1.748
Total	\$9.565.301	\$140.063.339	\$203.091.841	\$305.965.147	\$428.351.206

4.9 Presupuesto de marketing y cronograma

El presupuesto de marketing considerado para lograr lo expuesto en los puntos anteriores es:

Actividades	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inauguración del local	\$ 664.000		\$ 683.920		
Desarrollo de página web	\$ 640.000				
Mantenimiento de página web	\$ 220.000	\$ 220.000	\$ 220.000	\$ 220.000	\$ 220.000
Posicionar la página en los motores de búsqueda	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000
Diseño e impresión de volantes	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000
Logotipo en camioneta de la empresa	\$ 300.000			\$ 300.000	
Aviso en página en revistas de mascotas (en papel digital)	\$ 2.160.000	\$ 1.500.000	\$ 1.360.000	\$ 985.000	\$ 985.000
Espacio publicitario en sitio web revista de mascotas	\$ 450.000	\$ 300.000	\$ 225.000	\$ 180.000	\$ 180.000
Participación en ferias y exposiciones	\$ 400.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000
Uniformes con logotipo	\$ 133.200	\$ 133.200	\$ 133.200	\$ 133.200	\$ 133.200
Regalos promocionales	\$ 200.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000
Total	\$ 5.837.200	\$ 3.723.200	\$ 4.192.120	\$ 3.388.200	\$ 3.088.200

Cronograma:

Actividades	Año 1	Año 2				Año 3				Año 4				Año 5			
	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4
Inauguración del local																	
Desarrollo de página web																	
Mantenición de página web																	
Posicionar la página en los motores de búsqueda																	
Diseño e impresión de volantes																	
Logotipo en camioneta de la empresa																	
Aviso en página en revistas de mascotas (en papel digital)																	
Espacio publicitario en sitio web revista de mascotas																	
Participación en ferias y exposiciones																	
Uniformes con logotipo																	
Regalos promocionales																	

V. Plan de Operaciones

5.1. Estrategia, alcance y tamaño de las operaciones

La estrategia de operaciones busca alinearse a las estrategias de la empresa y contribuir a lograr el posicionamiento esperado. Las decisiones operativas relevantes son:

Estudio fotográfico: El estudio operará en un local arrendado en un Strip Center de Ñuñoa, cerca de áreas verdes y clínicas veterinarias, y con estacionamiento para clientes. El arriendo hará bajar los activos fijos de la empresa y dará la flexibilidad en caso que se requiera aumentar o disminuir el espacio físico a utilizar. Al tercer año de funcionamiento se planea abrir un segundo local con más metros cuadrados. Layout y Plano de Ubicación en Anexo N° 15.

Administración de recursos humanos: Se pondrá énfasis en el recurso humano, lo que permitirá lograr además del bienestar de los trabajadores, la excelencia en el servicio al cliente y su fidelización. Anualmente se capacitará al personal en aspectos de atención al cliente, nuevas técnicas fotográficas y psicología animal. Se estimulará la creatividad y la libertad de los empleados para trabajar.

Desarrollo de Tecnología:

Software ERP: Se considera implementar un software ERP diseñado para Animal Click que integre la contabilidad, ventas, compras, pago de remuneraciones y honorarios, pago a proveedores y facturación electrónica (de acuerdo a la normativa establecida por el SII). El software debe ser amigable, con alto estándar de seguridad y la empresa proveedora debe proporcionar mantención y soporte 24/7.

Este software ERP estará integrado al software CRM que será clave para lograr el objetivo de la empresa de mejorar la atención al cliente, captar potenciales clientes y lograr su fidelización. Con este software se busca evitar la pérdida de clientes, hacer más eficiente el servicio, responder rápidamente, controlar el negocio, llevar el calendario de sesiones y visitas a domicilio, mantener el perfil completo de los clientes, determinar preferencias de compras y anticiparse a las necesidades del cliente.

Software edición de fotos y de selección de fotos: Otro de los recursos tecnológicos con que debe contar Animal Click es un software de fotografía que permita procesar, retocar y editar fotografías digitales, editar videos, que contenga una aplicación y servicios para

dispositivos móviles que pueda ser utilizada en las sesiones a domicilio o en cualquier lugar, y que además permita organizar y compartir las imágenes con el cliente para que este escoja las mejores imágenes cómodamente desde su dispositivo móvil. Para esto se contratará el plan de Fotografía de Creative Cloud, que ofrece varias aplicaciones creativas y que permite estar siempre actualizados.

Diseño Página web: Se habilitará un formulario para agendar sesiones y realizar pagos en línea. Se ofrecerá contenido relevante para los amantes de las mascotas. Además, la página web será compatible para teléfonos móviles.

Gestión de Proveedores: Los proveedores son una parte importante en este proyecto por lo cual se buscará una relación de colaboración y respeto mutuo que permita beneficios para ambas empresas. Para asegurar el abastecimiento de los insumos y un buen servicio, se negociarán y firmarán contratos de un año de duración para dar tranquilidad al proveedor y éste pueda programar su producción e ingresos. En el contrato se especificará claramente el estándar de servicio exigido y las multas que se aplicarán en caso de incumplimiento. Se contará con más de un proveedor para no poner en riesgo el funcionamiento de la empresa. También se utilizarán a lo menos dos proveedores del servicio de traslado de productos a domicilio del cliente. A futuro se espera convenir con las empresas encargadas de la impresión, que realicen el servicio completo incluyendo el despacho del producto al domicilio del cliente.

Como política de compras, la empresa tenderá a una permanente rotación de sus proveedores en la medida que las condiciones del producto y servicio, y las condiciones del mercado así lo permitan. Solo por razones bien fundamentadas de buen cumplimiento, se renovarán los contratos a los proveedores.

Como Política de Pago a proveedores se establecerá un plazo de pago de 20 días hábiles a contar de recepción conforme de la factura.

Capacidad de atención: Inicialmente, la capacidad máxima de funcionamiento de Animal Click será de 360 sesiones mensuales. Ante un aumento en la proporción de sesiones a domicilio en relación a las sesiones de estudio, se considerará:

- Dado que el local se arrendará por un periodo de 3 años, si existe capacidad ociosa en el local se subarrendarán por hora los estudios fotográficos que no se estén utilizando a fotógrafos que no cuenten con un local establecido. Además si se

confirma esta tendencia, se evaluará arrendar un local con menos metros cuadrados en el mismo strip center o en sus alrededores para no perder a los clientes ya fidelizados.

- Los fotógrafos de Animal Click trabajarán tanto en estudio como a domicilio, por lo tanto conocerán el funcionamiento de las sesiones a domicilio y podrán hacerse cargo de estas; se programarán sesiones de estudio sólo en las mañanas y durante algunos días a la semana con el fin de aumentar la capacidad de cubrir las sesiones a domicilio.
- Si hay un aumento en la demanda se contratará fotógrafos recién titulados de los institutos profesionales que impartan la carrera de fotografía para lo cual se tomará contacto con la bolsa de empleo que existe en estos institutos (IP Los Leones e IP Arcos). Estos fotógrafos trabajarán a honorarios según las sesiones que se requieran.
- Se comprará un segundo vehículo y se coordinarán las visitas según la ubicación.
- Se ofrecerán sesiones al aire libre, en plazas definidas por la empresa para los fines de semana con mayor demanda. Para esto se solicitará el permiso en la municipalidad respectiva, para el uso de áreas verdes con fines de lucro.
- Se aumentará la dotación de asistentes para agilizar el montaje del estudio a domicilio o aire libre.

Contabilidad: Se contratará una empresa de contabilidad externa que preste los servicios de auditoría de estados financieros, auditoría de gestión, contabilidad mensual, remuneraciones.

5.2. Flujo de Operaciones. Ver Anexo N°16.

5.3. Plan de desarrollo e implementación

Las actividades clave para iniciar la operación son:

Constitución de la empresa: Se contactará un abogado para redactar y firmar la Escritura de Constitución de sociedad, la cual se debe legalizar en una notaría. El notario entregará un extracto notarial que se publicará en el diario oficial. Luego se inscribirá la sociedad en el

Conservador de Bienes Raíces (CBR) y se protocolizarán los documentos en notaría. La sociedad adquirirá la personalidad jurídica luego que se publique en el Diario Oficial.

Obtener el Rol Único tributario e Inicio de Actividades: Una vez inscrito y publicado el extracto de la sociedad, se acudirá al SII para la inscripción de la sociedad en el Rol Único Tributario (RUT) y la declaración de iniciación de actividades.

Solicitud de Informe Sanitario: El estudio fotográfico mascotas no requiere de autorización sanitaria expresa para funcionar, de acuerdo a lo establecido en el Decreto con Fuerza de Ley N° 1/89 del Ministerio de Salud, tampoco requiere cumplir con exigencias especiales para su funcionamiento, pero se requiere que esto sea validado a través del Informe Sanitario otorgado por la SEREMI de Salud. Este informe evalúa las condiciones sanitarias y ambientales básicas de seguridad de la actividad. Este trámite se realizará a través de la página web del SEREMI. Costo del trámite y documentos requeridos en Anexo N°17, y Disposiciones que se implementarán para evitar quejas y denuncias por malos olores, ruidos molestos y una eventual proliferación de plagas en Anexo N°18.

Patente comercial: La patente municipal es un impuesto anual que da derecho a ejercer la actividad durante 12 meses. Se cancela en dos cuotas al inicio de cada semestre: Julio y Enero, respectivamente. Los Antecedentes que se deben presentar en Anexo N°19.

Medios de pago: Para recibir el pago en tienda por tarjetas de crédito y el servicio de Webpay se requiere solicitar el servicio a Transbank. Los Documentos a presentar en Anexo N°20.

Obtener Cuenta Corriente: Se gestionará en BancoEstado obtener la Cuenta Corriente Emprendedor, para lo cual no se requiere cumplir con una antigüedad mínima en el rubro. El plazo para obtener la cuenta es de 2 semanas. Documentación requerida en Anexo N°21.

Adquisición de dominio: Para crear el sitio web de la empresa, se debe adquirir el dominio en Nic Chile. El dominio tiene una duración de 2 años con la posibilidad de renovar por otro periodo.

Arriendo de local: Se firmará un contrato por 36 meses. El local se acondicionará de modo que pueda funcionar como estudio fotográfico según las exigencias legales y sanitarias del negocio. La implementación del local se estima con una duración de 2,5 meses.

Reclutamiento y selección: Se ejecutará un proceso de reclutamiento y selección adecuado para conseguir personal calificado que permita otorgar un servicio personalizado acorde a los requerimientos solicitados por el cliente

Implementación de Tecnología: Considera implementación de ERP, software edición de fotos y diseño de página web.

Carta Gantt implementación en anexo N°22.

5.4. Dotación

Será clave contar con el personal apropiado para la implementación y operación del negocio. La dotación de personal requerida durante los primeros 5 años de funcionamiento de Animal Click en Anexo N°23. Se proyecta aumentar la dotación en la medida que aumenten las ventas.

El primer año se contará con 4 personas. A mediados del segundo año, se aumentará la dotación incorporando un administrativo, un fotógrafo profesional, un aseo y una maquilladora/peinadora. En la tercera etapa, al momento de implementar un segundo local como estudio fotográfico, se aumentará la dotación de fotógrafos profesionales, asistentes, secretaria y se contratará un encargado de personal. El equipo de trabajo será diverso e interdisciplinado, de manera que cada uno aporte con su propia experiencia. Los trabajadores harán dos turnos para cumplir con la ley de 45 horas semanales. Horario y planificación en Anexo N°24.

La descripción y funciones de cada cargo en Anexo N°25.

VI. Equipo del proyecto

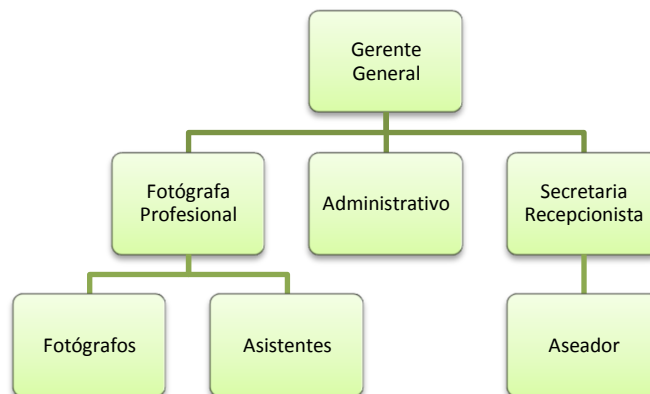
6.1. Equipo gestor

El equipo gestor responsable de implementar este proyecto está compuesto por las socias fundadoras, una Ingeniero Comercial en Administración de Empresas con experiencia en el área de Administración, y una Técnico en Informática/Fotógrafa Profesional con experiencia en la fotografía.

Para ámbitos de finanzas, gestión de personal, marketing y administración la encargada será la Ingeniera Comercial, quien ocupará el cargo de Gerente General.

Para ámbitos de operaciones, la encargada será la Técnico en Informática/Fotógrafa Profesional, quien se ocupará de la coordinación de los fotógrafos y asistentes y además realizará funciones de fotógrafo profesional. En la primera fase de implementación, serán responsables por todas las actividades del estudio, desde el reclutamiento de personal hasta la compra de muebles y útiles. Posteriormente, se abocarán a implementar las estrategias planteadas y a buscar nuevas propuestas de productos y servicios que ofrecer a los clientes.

6.2. Estructura Organizacional



6.3. Incentivos y compensaciones

Se buscará implementar un sistema de compensación que permita obtener el compromiso por parte del empleado, crearle un sentimiento de pertenencia y lealtad hacia la empresa, y que además, permita lograr las metas de la organización.

Incentivos financieros

- Se entregará un bono anual por desempeño en partes iguales para cada trabajador, en base a la utilidad de la empresa.
- Incremento anual del salario base en base al desempeño del año anterior. Se implementará una evaluación de desempeño anual para determinar este aumento.
- Plan de capacitación anual para los trabajadores

Incentivos sociales o psicológicos

- Posibilidad de desempeñar otras funciones y adquirir más responsabilidad
- Reconocimiento anual a aquellos empleados que presten un excelente servicio y premiarlos con un día libre. Para esto se implementará una mini encuesta al final de cada sesión para que el cliente emita su opinión y en cual se le consulte si el empleado que lo atendió le hizo vivir una buena experiencia.
- Permitir que los empleados participen en las decisiones que los afectan, consultándole acerca sus metas en el trabajo y permitiéndoles tomar la iniciativa en algunas decisiones.

VII. Plan Financiero

Supuestos financieros:

- Según datos del Banco Central, a diciembre de 2016 se espera una inflación en Chile de 3,6%. Se proyecta que durante la primera mitad de 2017 la inflación llegaría al 3%, para fluctuar en torno a ese valor de ahí en adelante¹¹. En base a este antecedente, se considerará una inflación esperada para el 2017 del 3%, siendo esta la inflación que se utilizará para la evaluación de este proyecto.
- Se ha establecido un horizonte de evaluación de 5 años.
- Se utilizará la tasa de descuento 15,11%. Ver página 44.
- Por simplicidad, se utilizará el método lineal para depreciar activos fijos. Se espera que al fin de su vida útil los activos fijos de la empresa tengan un valor residual de 0.
- Iva 19%. Tasa de impuesto de la Ley de renta: Año 2016 – 24%; Año 2017 – 25%; Año 2018 y siguientes – 27%.
- Inicio de actividades en Septiembre 2016.

Estimación de ingresos

Los ingresos se obtendrán mediante venta de sesiones de fotografía en local y a domicilio, y la venta por línea de productos impresos.

Se estima además, obtener ingresos por la venta de espacios publicitarios en el sitio web de la empresa. Estos anunciantes deben estar relacionados al mercado de mascota, como por ejemplo tiendas de juguetes o alimentos para mascotas, clínicas veterinarias, entre otros.

Para estimar los ingresos, se consideró el precio de venta promedio tanto de las sesiones fotográficas como la línea de productos impresos..

Estimación de Ingresos mensuales para el primer año de funcionamiento (en miles de \$):

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Total Año 1
Sesiones en local	0	0	\$ 1.042	\$ 6.250	\$ 7.292
Sesiones a Domicilio	0	0	\$ 223	\$ 1.338	\$ 1.560
Línea Productos Impresos	0	0	\$ 102	\$ 611	\$ 713
Ingresos por ventas	0	0	\$ 1.366	\$ 8.199	\$ 9.565
Publicidad en página web	0	0	\$ 110	\$ 110	\$ 220
Otros ingresos	0	0	\$ 110	\$ 110	\$ 220
Total Ingresos	0	0	\$ 1.476	\$ 8.309	\$ 9.785

¹¹ Banco Central. Informe de Política Monetaria ante comisión de Hacienda. Marzo 2016.

Estimación de Ingresos anuales (en miles de \$):

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sesiones en local	\$ 7.292	\$ 106.771	\$ 154.817	\$ 227.582	\$ 318.614
Sesiones a Domicilio	\$ 1.560	\$ 22.849	\$ 33.130	\$ 48.702	\$ 68.183
Línea de Productos Impresos	\$ 713	\$ 10.444	\$ 15.143	\$ 29.680	\$ 41.552
Ingresos por ventas	\$ 9.565	\$ 140.063	\$ 203.091	\$ 305.965	\$ 428.351
Publicidad en página web	\$ 220	\$ 1.320	\$ 1.320	\$ 1.524	\$ 1.524
Otros ingresos	\$ 220	\$ 1.320	\$ 1.320	\$ 1.524	\$ 1.524
Total Ingresos	\$ 9.785	\$ 141.383	\$ 204.411	\$ 307.489	\$ 429.875

Plan de Inversiones:

A continuación se detalla la inversión inicial necesaria para la puesta en marcha de la empresa:

Item	Costo	
Equipamiento fotográfico	\$ 11.525.479	Activo Fijo
Mobiliario	\$ 2.404.479	Activo Fijo
Habilitación del local	\$ 9.478.217	Activo Fijo
Software y licencias	\$ 2.322.000	Activo Fijo
Equipos Computacionales (Notebook, PC, Tablet)	\$ 2.896.716	Activo Fijo
Terminal de venta POS	\$ 840.327	Activo Fijo
Impresora Matriz para boletas formulario continuo	\$ 180.486	Activo Fijo
Gastos legales de constitución	\$ 290.000	Gasto
Total	\$ 29.937.704	

Se estima que al tercer año se abrirá un nuevo local, considerándose una inversión de \$25.781.403.-

Capital de Trabajo

El capital de trabajo corresponde a valoración de los recursos monetarios y físicos que requiere el proyecto para mantenerse en funcionamiento regular de la empresa.

El capital de trabajo requerido se determinará mediante el método de déficit acumulado máximo, el cual corresponde al mayor déficit entre ingresos y egresos en un periodo determinado. Se calculará del flujo de caja del proyecto para los primeros doce meses de funcionamiento. Con esto, el capital de trabajo necesario es de \$ 19.050.341. Ver Anexo N°27.

En base a lo anterior, la inversión total necesaria asciende a \$ 48.988.044.-

Proyección de Estados de resultados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 9.785.301	\$ 141.383.339	\$ 204.411.841	\$ 307.489.747	\$ 429.875.806
Costo de Ventas	-\$ 4.328.398	-\$ 53.601.435	-\$ 94.258.686	-\$ 133.863.072	-\$ 176.841.283
Utilidad bruta	\$ 5.456.903	\$ 87.781.904	\$ 110.153.155	\$ 173.626.675	\$ 253.034.523
Gasto adm. y venta	-\$ 4.158.236	-\$ 35.142.667	-\$ 81.530.895	-\$ 86.871.302	-\$ 92.692.244
Gasto de arriendo	-\$ 5.944.320	-\$ 17.832.960	-\$ 36.735.898	-\$ 37.837.975	-\$ 38.973.114
Gasto Leasing Operativo camioneta	-\$ 1.208.971	-\$ 3.626.913	-\$ 2.417.942		
Mkt y publicidad	-\$ 5.837.200	-\$ 3.723.200	-\$ 4.192.120	-\$ 3.388.200	-\$ 3.088.200
Gasto depreciación	-\$ 13.244.149	-\$ 13.244.149	-\$ 3.159.406	-\$ 11.310.999	-\$ 11.310.999
Utilidad Antes de Impuesto	-\$ 24.935.973	\$ 14.212.015	-\$ 17.883.105	\$ 34.218.200	\$ 106.969.967
Impuestos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	-\$ 1.978.846	-\$ 28.881.891
Utilidad después de impuesto	-\$ 24.935.973	\$ 14.212.015	-\$ 17.883.105	\$ 32.239.354	\$ 78.088.076
Utilidades retenidas acumuladas	-\$ 24.935.973	-\$ 10.723.958	-\$ 28.607.063	\$ 3.632.291	\$ 81.720.367

En Anexo N°28 se encuentran las estimaciones de los ítems que componen este estado de resultado.

Proyecciones de flujo de caja

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Resultado neto		-\$ 24.935.973	\$ 14.212.015	-\$ 17.883.105	\$ 32.239.354	\$ 78.088.076
Depreciación		\$ 13.244.149	\$ 13.244.149	\$ 3.159.406	\$ 11.310.999	\$ 11.310.999
Inversión	-\$ 48.988.044			-\$ 25.781.403		
Flujo	-\$ 48.988.044	-\$ 11.691.824	\$ 27.456.164	-\$ 40.505.102	\$ 43.550.352	\$ 89.399.075

Cálculo de tasa de descuento – Modelo CAPM

Para establecer la tasa a la que serán descontados los flujos se tomó como Tasa libre de riesgo (Rf) de la Tasa de interés mercado secundario de los bonos licitados por el BCCh (BCP) a 5 años. Beta se determinó de la base de datos de Aswath Damodaran para el sector de Negocios y servicios al consumidor actualizado a enero 2016. El premio por riesgo (PRM) se obtuvo del documento de trabajo emitido por el Banco Central¹². El premio por liquidez se consideró un 3% según fuente Universidad de Chile¹³.

¹² Banco Central de Chile. Documentos de Trabajo N°617. Estimación del premio por riesgo en Chile. Marzo 2011

¹³ Fuente Universidad de Chile

$$T_d = R_f + \beta \cdot (\text{PRM}) + \text{Premio por Liquidez}$$

$$T_d = 4,14 + 1,19 \cdot (6,7) + 3$$

$$T_d = 15,11\%$$

Evaluación Financiera del proyecto (puro, sin deuda)

Item	Resultado
VAN	\$ 4.059.717
TIR	16,91%
Payback (años)	4
ROI	159,40% al año 5

De lo anterior se puede indicar que el indicador de retorno sobre la inversión resultado muy atractivo alcanzando un 159% al quinto año y el VAN, considerando una inversión financiada con capital de los socios, también es positivo. Dado los indicadores financieros señalados, se puede concluir que este proyecto como una buena alternativa de inversión

Cantidad de sesiones anuales para cubrir los costos de funcionamiento:

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad de sesiones	228	1.488	3.332	3.924	4.453

Valor terminal de la empresa

Se considerará como valor terminal de la empresa, el valor presente del flujo de caja operativo al año 5 a perpetuidad constante sin crecimiento, utilizando la tasa de descuento calculada (15,11%):

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de caja de activos	-\$ 8.988.044	-\$11.691.824	\$ 27.456.164	-\$40.505.102	\$ 43.550.352	\$ 89.399.075
Valor Terminal						\$591.655.027
Flujos totales	-\$48.988.044	-\$11.691.824	\$ 27.456.164	-\$40.505.102	\$ 43.550.352	\$681.054.101

Item	Resultado
VAN	\$ 296.814.021,63
TIR	69,04%

En un escenario conservador, en que la empresa mantenga sus flujos de caja constantes, el proyecto sigue siendo atractivo de acuerdo al VAN calculado.

Balance proyectado

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos					
Caja y banco	5.845.251	9.080.009	-17.235.993	9.572.682	103.461.770
Cuentas por cobrar	1.957.060	28.276.668	40.882.368	61.497.949	85.975.161
Activo Circulante	7.802.311	37.356.676	23.646.375	71.070.631	189.436.931
Activo Fijo	16.403.555	3.159.406	25.781.403	14.470.404	3.159.406
Total Activos	24.205.866	40.516.082	49.427.778	85.541.035	192.596.337
Pasivos					
Cuenta por pagar	153.795	2.251.996	3.265.394	5.160.451	7.224.632
Impuestos por pagar	0	0	0	1.978.846	28.881.891
Pasivo Circulante	153.795	2.251.996	3.265.394	7.139.297	36.106.523
Total Pasivo	153.795	2.251.996	3.265.394	7.139.297	36.106.523
Patrimonio					
Capital	48.988.044	48.988.044	74.769.447	74.769.447	74.769.447
Resultado Acumulado	-24.935.973	-10.723.958	-28.607.063	3.632.291	81.720.367
Total Patrimonio	24.052.071	38.264.086	46.162.385	78.401.738	156.489.814
Total Pasivo y Patrimonio	24.205.866	40.516.082	49.427.778	85.541.035	192.596.337

Fuentes de financiamiento

Para dar inicio a las actividades los socios aportaran un capital total de \$ 48.988.044.- en partes iguales, el que será utilizado para financiar la inversión requerida de activo fijo y capital de trabajo inicial.

Ratios Financieros clave

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Razón Corriente	50,73	16,59	7,24	9,95	5,25
Rendimiento de los activos	-1,03	0,35	-0,36	0,40	0,56
Rentabilidad sobre los activos	-103,0%	35,1%	-36,2%	37,7%	40,5%
Rentabilidad sobre el Patrimonio	-48,3%	67,8%	-81,9%	50,9%	46,4%
EBITDA	-11.691.824	27.456.164	-40.505.102	45.529.198	118.280.966
EBITDA sobre las ventas	-119,48%	19,42%	-19,82%	14,81%	27,52%

Análisis de sensibilidad

Se realiza el análisis de sensibilidad para la variable *Demanda – Cantidad de sesiones contratadas*. Esta variable es uno de los factores que más influye en el resultado del flujo de

caja y uno de los que más incertidumbre representa al no tener certeza de cómo se comportará el público ante este servicio. Se calcularon los indicadores VAN y TIR ante variaciones de un -20% y +20%, obteniéndose los siguientes resultados:

Escenario Pesimista

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo Anual	-48.988.044	-13.297.295	3.947.488	-74.592.683	21.879.828	37.407.761
VAN	-\$ 75.494.434					
TIR	-26,3%					

Escenario Optimista

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo Anual	-48.988.044	-10.086.354	50.964.841	-6.417.521	65.220.876	141.390.389
VAN	\$ 83.613.869					
TIR	47,2%					

En caso que las ventas sean un 20% menor a lo estimado, el proyecto arroja un VAN negativo y una TIR inferior a la tasa de descuento. Ante esta situación, la empresa debe estudiar los gustos y preferencias del cliente con el fin de adaptar la oferta de productos y servicios a sus necesidades fomentando de esta forma el aumento de las ventas.

Conclusiones

Considerando la información del plan financiero, se puede concluir que el proyecto resulta atractivo para un inversionista, ya que la inversión inicial necesaria se recuperaría en un plazo de 4 años, además se observa un VAN (sin valor residual) y TIR positivo por lo que el proyecto sería rentable.

Hay que considerar que si bien la cantidad de sesiones vendidas es la variable que más incertidumbre presenta al proyecto al no haber datos del comportamiento del cliente ante el servicio de fotografía para mascotas, la empresa debe estar dispuesta a adecuar los productos y servicios a las preferencias del cliente.

VIII. Riesgos Críticos

Riesgos	Nivel de criticidad	Plan de mitigación
Riesgos internos		
Falta de personal clave	Alto	Establecer procedimientos alternativos frente a ausencia de dicho personal, por ejemplo contratar personal externo a honorario
Incumplimiento del proveedor	Alto	Mantener al menos dos proveedores de insumos o servicios. Celebrar contratos y establecer niveles de servicio y multas aplicables ante incumplimiento
Incumplimiento de plazos y responsabilidades	Alto	Capacitar al personal para que sepa cómo y cuándo debe efectuar sus actividades. Establecer controles para monitorear el cumplimiento de los plazos y realizar acciones en caso de incidentes que permitan cumplir con lo requerido
Accidente de mascota y posible daño a la reputación de la empresa	Alto	Contratar seguro y establecer un plan de emergencia. Desarrollar estándares de conducta y tratamiento hacia los animales. Se generará un código de ética para los integrantes de Animal Click (Anexo N°15).
Incumplimiento de políticas, normas, leyes y regulaciones	Alto	Los incumplimientos normativos deben ser identificados, reportados a la entidad que corresponda y se establecerán acciones para su solución. Se entregará a cada trabajador el Reglamento de orden, Higiene y Seguridad. Se capacitará al personal acerca de cómo proceder antes mordeduras o accidentes de la mascota. Ver anexo N°29.
Abusos de confianza, hurtos y/o robos	Medio	El proceso de selección de personal debe considerar antecedentes como situación comercial y referencias laborales. Se contratará un seguro multirriesgo, ante Incendio, Robo, Responsabilidad civil y accidentes personales
Alta rotación de personal, pérdida del know how logrado	Medio	Implementar un sistema de compensación que permita obtener el compromiso por parte del empleado, crearle un sentimiento de pertenencia y lealtad hacia la empresa, y que además, permita lograr las metas de la organización, combinando incentivos financieros y psicológicos
Riesgos externos:		
Desaceleración de la economía	Alto	Buscar nuevas formas de atraer clientes, ofreciendo variedad de servicios y distintas formas de pago, por ejemplo tarjeta de crédito en 3 cuotas
Cambio en la tendencia que pueda afectar las ventas	Alto	Adaptar la oferta de productos y servicios a las nuevas tendencias y preferencias que se observen en el mercado

Aumente la competencia o copien el modelo de negocio	Medio	Mantener en la empresa una cultura de innovación, observando y analizando el entorno, buscando nuevas y mejores formas de hacer las cosas
Cambios tecnológicos	Medio	Investigar continuamente el uso de nuevas tecnologías y tendencias del mercado, buscar siempre estar a la vanguardia

IX. Propuesta Inversionista

Estrategia de Financiamiento

Se propone financiar las inversiones del proyecto con patrimonio aportado por los socios en partes iguales.

Propuesta Inversionista

Se propone al inversionista devolver la inversión inicial a contar del cuarto año de funcionamiento, que es cuando la empresa comenzará a generar utilidades. El monto a devolver anualmente corresponde al 70% de las utilidades generadas después de impuesto, por lo que al cuarto año ya se le habrá devuelto el total de la inversión inicial.

El inversionista participará en el riesgo (ganancia o pérdida) del negocio, pero no se verá obligado a participar en su administración.

Para la implementación del segundo local, se estima obtener los recursos por medio de un leasing con una entidad bancaria, ya que se contará con los requisitos de antigüedad y ventas anuales necesarias para su otorgamiento; además, presenta ventajas tributarias por el tratamiento de gastos e IVA y evita destinar grandes sumas de dinero de capital de trabajo.

X. Conclusiones

El cambio que se está observando en Chile, con hombres y mujeres que deciden mantenerse solteros y la tendencia a postergar la paternidad ha impulsado el negocio de las mascotas en el país. Las mascotas cada vez ocupan un lugar más importante en el hogar, siendo considerados como un integrante más de la familia. Los dueños de mascotas ya no solo se preocupan de su alimentación, también están gastando dinero en regalinearlos y mimarlos, ampliando su interés en productos y servicios que antes serían impensados para mascotas.

Considerando lo anterior, Animal Click tendrá un nicho de desarrollo al especializarse en la fotografía profesional para mascotas.

Pese a que del análisis de las cinco fuerzas de Porter se establece que la industria es poco atractiva, se observan oportunidades de implementar el negocio ya que en el mercado existen pocos actores dedicados a la fotografía de mascotas, con una escasa oferta de servicios y productos, y que además no se diferencian entre ellos. Es por esto que Animal Click tiene la oportunidad destacarse en la industria incorporando nuevos servicios como "diseña tu sesión de fotos" o incluyendo disfraces y accesorios para las fotografías de mascotas, ofreciendo sesiones fotográficas únicas, hecha a la medida del cliente, ofreciendo con esto una propuesta distintiva al cliente, ofreciendo una experiencia única a quienes adoran a sus mascotas. Además, por medio de la encuesta realizada se desprende que existe un mercado interesado en contratar el servicio de fotografía para mascotas.

De la evaluación económica se puede señalar que el indicador de retorno sobre la inversión resultado atractivo alcanzando un 159% al quinto año. El VAN considerando una inversión financiada con capital de los socios, alcanza un valor de \$4.059.717 sobre una tasa de descuento estimada del 15,11%.

Todo lo anterior permite concluir que el negocio es atractivo y existe factibilidad de ejecutarlo.

ANEXOS

Anexo N°1: Características los competidores directos

Competidor	Fotoaperrados	Mig Animal Photo	Árbol Fotográfico	Click Producciones
Características				
Cuenta con local con Estudio Fotográfico	Si	Si	No	Si
Lugar del estudio	Bellavista	Peñaflor	-	Serrano 266. Santiago Centro
Ofrece solo servicio exclusivo fotográfico de mascotas	Si	Si	No	No
Servicio que ofrece	Fotografías digitales para mascotas y amos	a) Fotografías para mascotas y sus amos al aire libre; b) Retratos de animales; c) Fotografías de eventos, cumpleaños, expos; d)Fotografías para criaderos; e) Fotografía para adopciones	Fotografía Profesional para mascotas	Sesiones Fotográficas de Estudio, en Exteriores, de Matrimonio, Eventos y Fiestas corporativas, Publicitarias, Embarazadas, bebés, familia, mascota
Locación	Va a domicilio, áreas verdes o el estudio, o toma la fotografía en un estudio	Va a domicilio, áreas verdes o el estudio, o toma la fotografía en un estudio	Va a domicilio para que la mascota no se sienta extraña en otro ambiente	Hacen fotos de estudio y también van a domicilio
Cuenta con Estacionamiento	Si	Si	No	No
Hora de atención	Días sábado de preferencia en la mañana porque hay poca gente y buena luz, sobre todo si es al aire libre	Miércoles en la tarde, sábado y domingo	Horario flexible, depende del dueño de la mascota	Horario flexible
Comunas que atiende	Santiago y Providencia	Provincia de Santiago	Provincia de Santiago	Provincia de Santiago
Precio	\$70.000 iva incluido	Entre 55.000 más iva y 85.000 mas iva	\$40.000 iva incluido	\$60.000 iva incluido
Entregable	40 fotos digitalizadas, de alta y baja resolución, en un disco, pendrive o drobox	Plan A: 1 a 2 perros más amo; 20 fotografías de alta resolución; retoque digital en todas las fotografías; 1 ampliación de 30x40. Se envía un link de descarga. Plan B: 3 a 4 perros más amo; 30 fotografías de alta resolución; retoque digital en todas las	Entrega de un DVD que incluye 20 imágenes de alta calidad digital y una fotografía de 20x30. Las copias en papel tienen un costo adicional	Las fotos se entregan en un CD editadas. Cantidad de fotos 60.

		<p>fotografías; 1 ampliación de 30x40. Se envía un link de descarga</p> <p>Plan C: 5a 6 perros más amo; 40 fotografías de alta resolución; retoque digital en todas las fotografías; 2 ampliación de 30x40. Se envía un link de descarga</p> <p>Plan D: 7 a 10 perros más amo; 50 fotografías de alta resolución; retoque digital en todas las fotografías; 2 ampliación de 30x40. Se envía un link de descarga</p>		
Precio por sector	Cobra lo mismo independiente del sector centro. No va a comunas alejadas de su estudio, como Pudahuel, San Bernardo	Cobra las tarifas por plan para Santiago	Dentro de Santiago \$40.000	Dentro de Santiago \$60.000
Duración de la sesión fotográfica	2 horas	1 hora dependiendo de las mascotas	La sesión con armado de equipo es de una hora, se espera fotografiar a la mascota durante 15 a 30 minutos como máximo	La sesión tiene una duración de una hora, se puede fotografiar a la mascota y a la familia
Requisito especial de la mascota	No	Solicita que la mascota no sea agresiva	No. Se pide a los familiares que les tengan juguetes y premios para la sesión fotográfica	No. Se pide llevar un juguete favorito de la mascota y galletas o pelet como premio para que pose o se siente en la foto. El cliente puede incluir los accesorios que desee en la sesión a los perritos
Equipo de trabajo	Una persona, que es la dueña del estudio	El Fotógrafo y un Asistente	La Fotógrafa y un Asistente	Fotógrafo y Asistente
Firma de contrato	No	No	No	No
Pago	Efectivo	Efectivo, 50% al contado y 50% cuando se envía el link de descarga	Efectivo	Para la reserva de fecha se debe cancelar el 50% vía transferencia o cancelando en el estudio. El 50% restante se cancela el día de la sesión
Tiempo de entrega	2 días	5 días	10 días hábiles luego de realizada la sesión de fotografía	Tiempo de edición y entrega de las fotos es de dos semanas
Imprime la fotografía en otros productos	No	No	No	No
Proporciona Accesorios para la	No	No, recomiendan que los aman traigan disfraces y premios de la	No	No

sesión fotográfica de la mascota		mascota		
Fotografía a más de una mascota	Hasta dos, y el precio es por uno.	Si	Si, la sesión demora un poco más	Si
Cómo se solicita el servicio	formulario web o por whatsapp	por formulario de contacto y por e-mail	Por medio de correo electrónico y/o al celular de la fotógrafa	Por medio de correo electrónico y/o al teléfono
Observaciones	No imprime fotografías, no estampa línea de recuerdos o poleras. Indican que no imprime porque no lo considera un negocio, lo suyo en la fotografía. Si indican que facilitan datos a bajo costo, para imprimir.	No imprime fotografías, no estampa línea de recuerdos o poleras. El servicio es sólo para perros.	La fotografía puede ser tomada junto a su familia, idealmente en un lugar cerrado para armar el fondo y la iluminación, pero si el cliente prefiere al aire libre la hacen igual. Fotografías adicionales se cobran aparte y se entregan después de 5 días hábiles	Las fotos pueden ser en el exterior, sólo piden la ayuda del dueño o de la persona que tenga más control sobre la mascota, para que puedan hacer las tomas. Incluye dirección fotográfica

Anexo N°2 Análisis y conclusiones de encuesta. “Servicio de Fotografía Profesional de Mascotas”

Antecedentes

Se aplicó la encuesta a un universo de 100 entrevistados en distintas comunas de Santiago. El público objetivo está representado principalmente de personas que cuentan con mascotas.

La encuesta se aplicó en: tiendas de servicio de mascotas, peluquería; veterinarias; parques, plazas, amigos y conocidos.

Los objetivos de la encuesta son:

- Conocer las preferencias de los dueños de mascotas.
- Motivos de tenencia de mascota.
- Montos aproximado que gastan los dueños en los servicios para el cuidado de su mascota.
- Poder adquisitivo de los dueños.
- Motivos y ocasiones para demandar el servicio de fotografía profesional de mascota.
- Canal preferidos y lugar de ubicación posible las tiendas.
- Precios que estarían dispuestos a pagar por el servicio.
- Lugares físicos de preferencia para realizar el servicio.

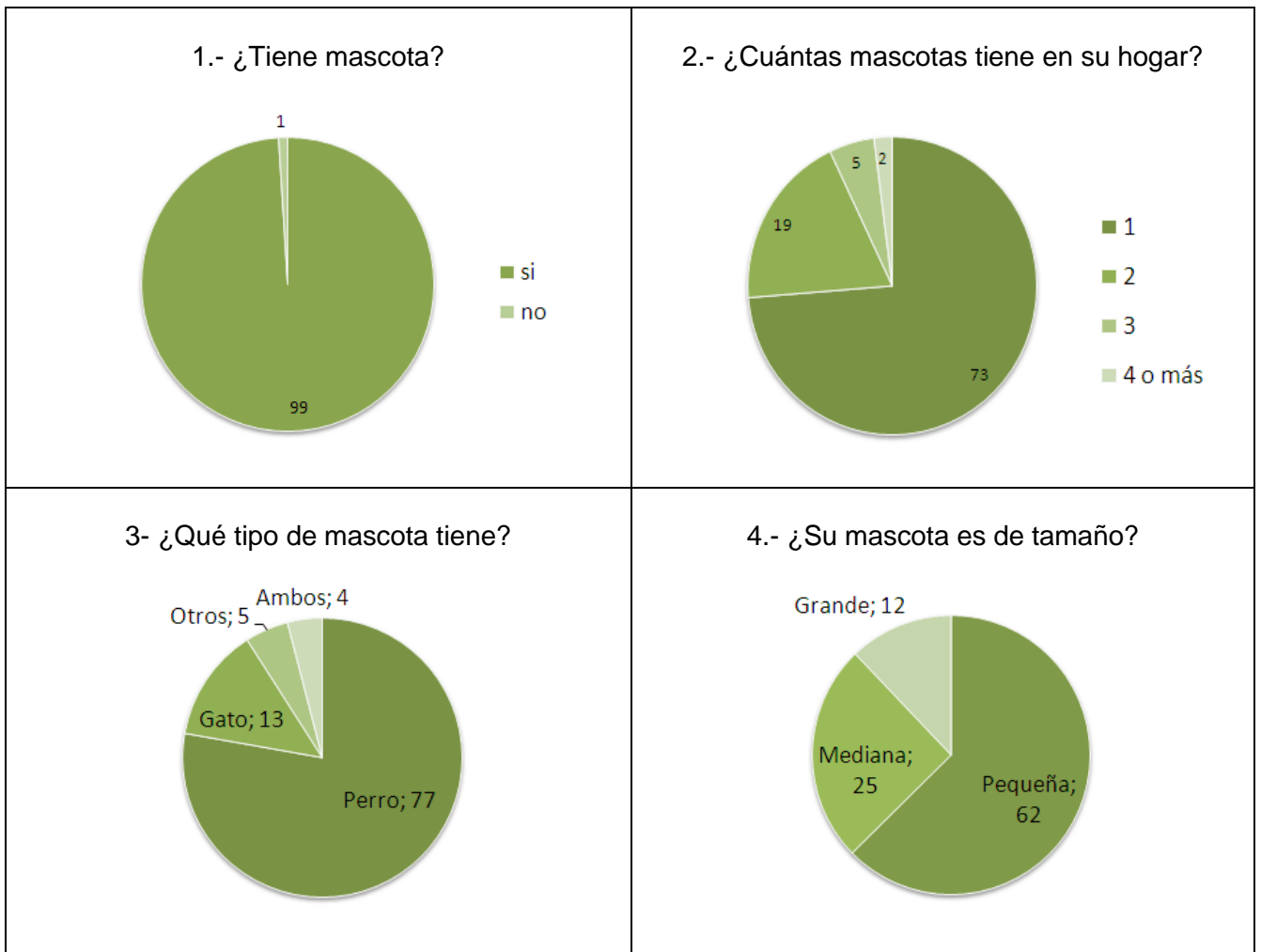
Se aplicó un total 22 preguntas con las siguientes opciones de respuestas cerradas en opciones a; b, c; d, e, f y la pregunta 12 y 15 con escala de Likert:

Nº	Preguntas	Opciones de Respuestas
1	¿Usted tiene una mascota?	Si; No
2	¿Cuántas mascotas tiene en el hogar?	Una, Dos, Tres, Más de Cuatro
3	¿Qué mascota tiene en su hogar?	Perro; Gato; Ambos; Otro.
4	¿De qué tamaño es su mascota?	Pequeña, Mediana, Grande
5	¿Porqué motivos adoptó una mascota?	Para compañía; Por decisión de la familia; Fue un obsequio; Es cría de una mascota anterior; Otra.
6	¿Cuál es el nivel de importancia de la mascota en su hogar?	Muy importante; Importante; Poco Importante; Indiferente.
7	¿Qué representa la mascota en su hogar?	Un miembro más de la familia; Como un hijo; Un compañero; Un guardián de mi hogar; Otro.

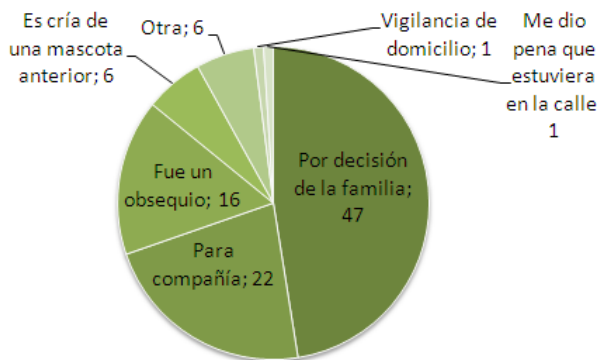
8	¿Qué relación tiene con la mascota?	Soy el dueño; El amo de mi mascota es mi pareja; El amo de mi pareja son mis hijos; Sólo lo cuido; Otro.
9	¿Cuánto gasta mensual en el cuidado de su mascota?	\$0 a \$10.000; \$10.000 a \$50.000; \$50.000 a \$100.000; \$100.000 a \$200.000; más de \$200.000.
10	¿Quién se encarga de la mascota?	Padres; Hermanos; Usted; Pareja, Otro
11	¿Se toma fotografía con su mascota?	Si, No.
12	¿En qué lugar preferiría tomarse una fotografía profesional con su mascota?	Domicilio; Trabajo; Centro comercial (Mall); Lugar al aire libre (plaza, parques); Estudio fotográfico
13	¿Está interesado en contratar el servicio de fotografía profesional?	Si, No.
14	¿En qué ocasiones utilizaría el servicio de fotografía para mascota?	Cumpleaños de la mascota; Eventos familiares; Celebraciones, Otros.
15	En cuanto al servicio de una empresa dedicada a la fotografía profesional de mascotas, ¿qué atributos considera usted más importante?, elija dos:	Servicio personalizado; Productos Novedosos y creativos; Variedad de productos y servicios; Impresión de fotografía en otros artículos; Precio competitivo; Medios de pago; Horario de atención; Facilidad y comodidad para contratar el servicio; Seguridad para la mascota; Otro (especifique)
16	¿Cuánto pagaría por el servicio de fotografía?	\$5.000 a \$15.000; \$15.000 a \$25.000; \$25.000 a \$50.000; \$50.000 a \$75.000; Más de \$75.000
17	¿Cuál es su sexo?	Hombre; Mujer
18	¿Cuáles son sus ingresos?	\$250.000 a \$500.000; \$500.000 a \$700.000; \$700.000 a \$1.500.000; Más de \$1.500.000
19	¿Dónde vive Ud?	Santiago Centro; Ñuñoa Providencia; La Florida, Puente Alto; Las Condes Vitacura, La Reina; Independencia Recoleta; Chicureo, Colina, Huechuraba; Otro Lugar.
20	¿Cuál es su edad?	25 a 30 años; 30 a 35 años; 35 a 40 años; 40 a 50 años; Más de 50 años.
21	¿Su situación laboral es?	Dependiente; Independiente; Estudiante, Jubilado, Ama de Casa; Otro
22	¿Su estado civil es?	Casado; Soltero; Divorciado, Otro.

I. Resultados de la Encuesta:

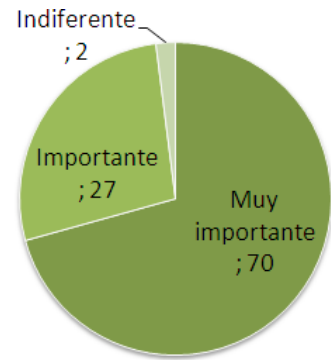
Los resultados son los siguientes por cada pregunta:



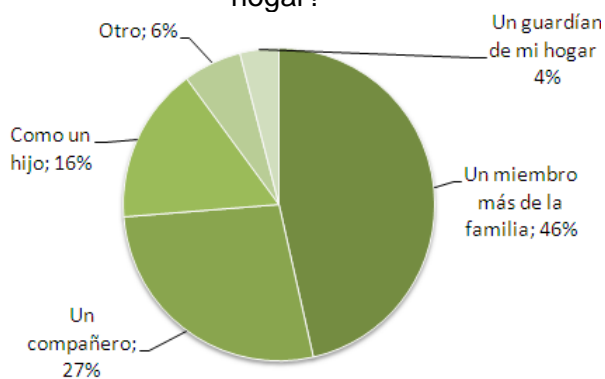
5.- ¿Por qué razón decidió adoptar una mascota?



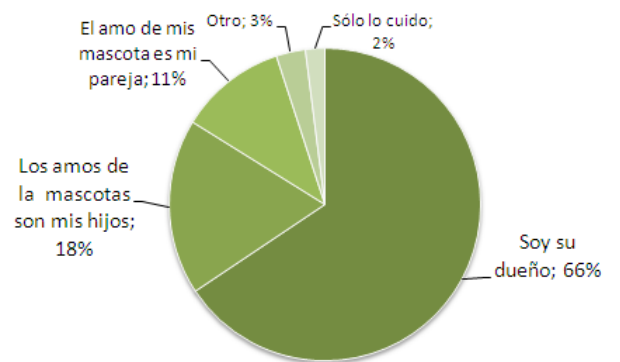
6.- ¿Qué tan importante es su mascota para usted?



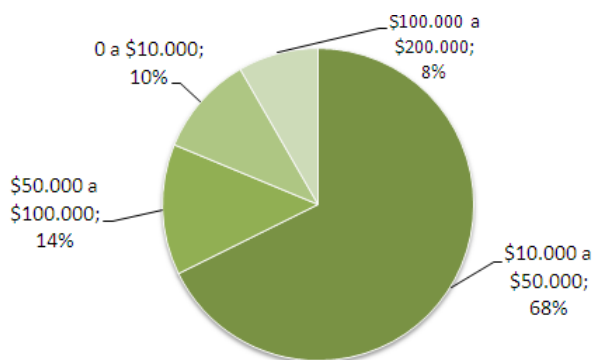
7.- ¿Qué representa para usted la mascota de su hogar?



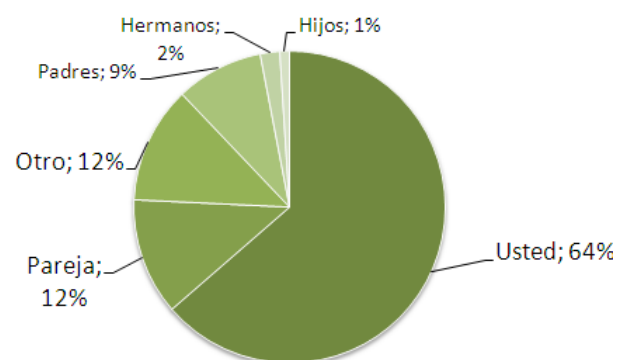
8.- ¿Qué relación tiene usted con la mascota?

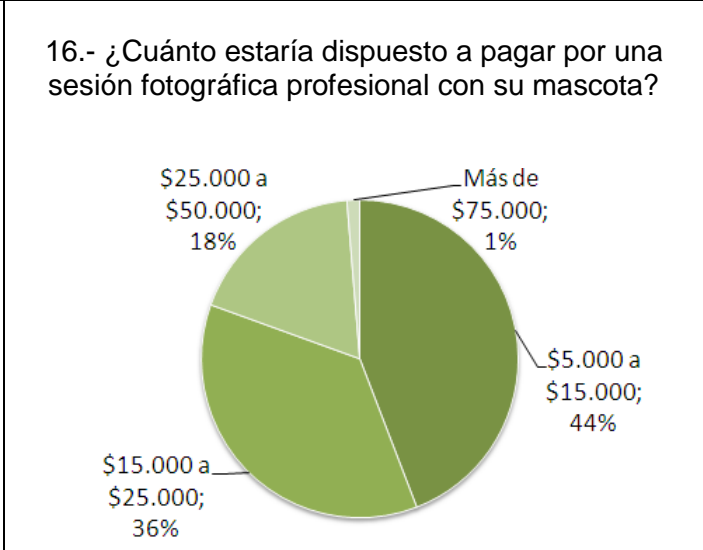
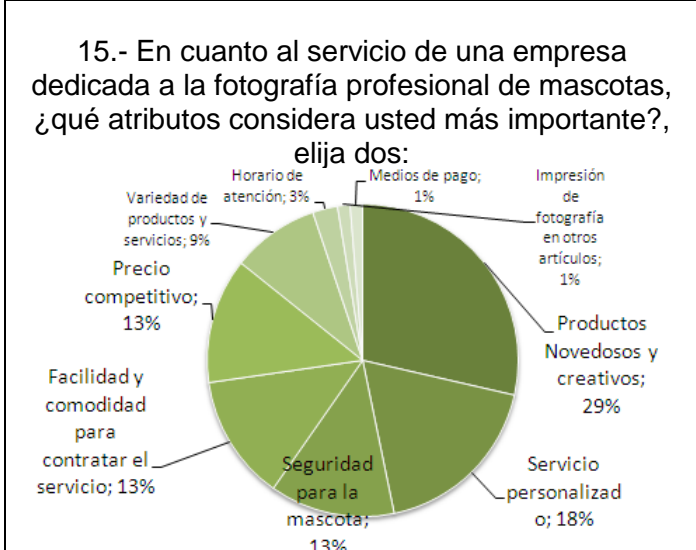
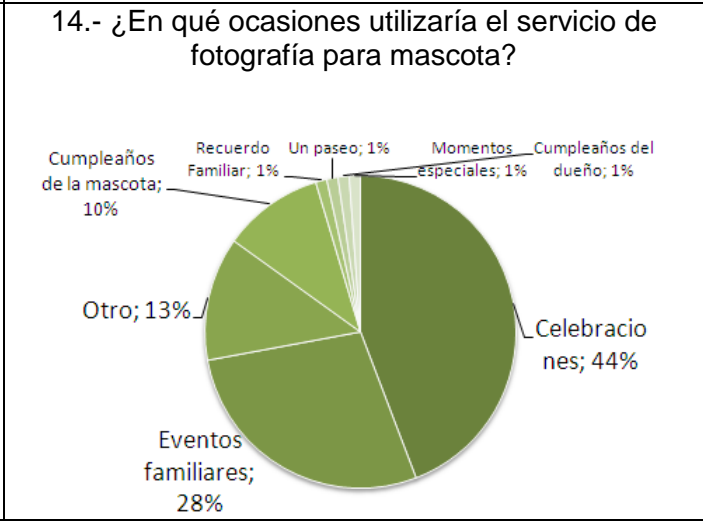
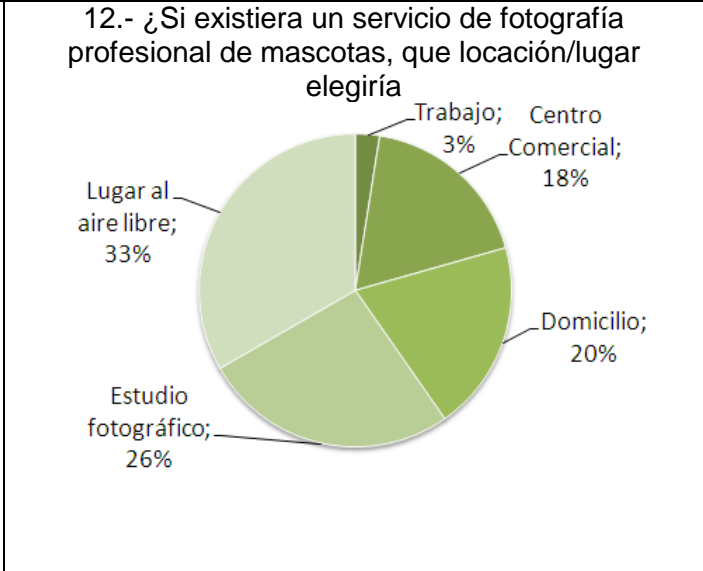
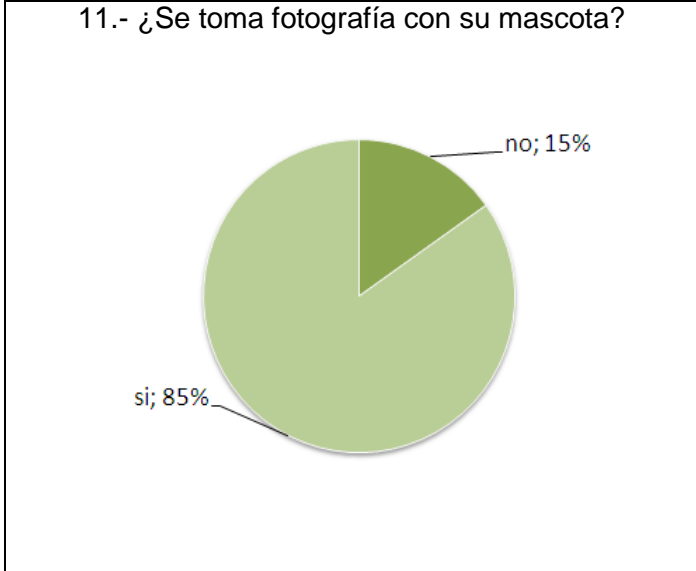


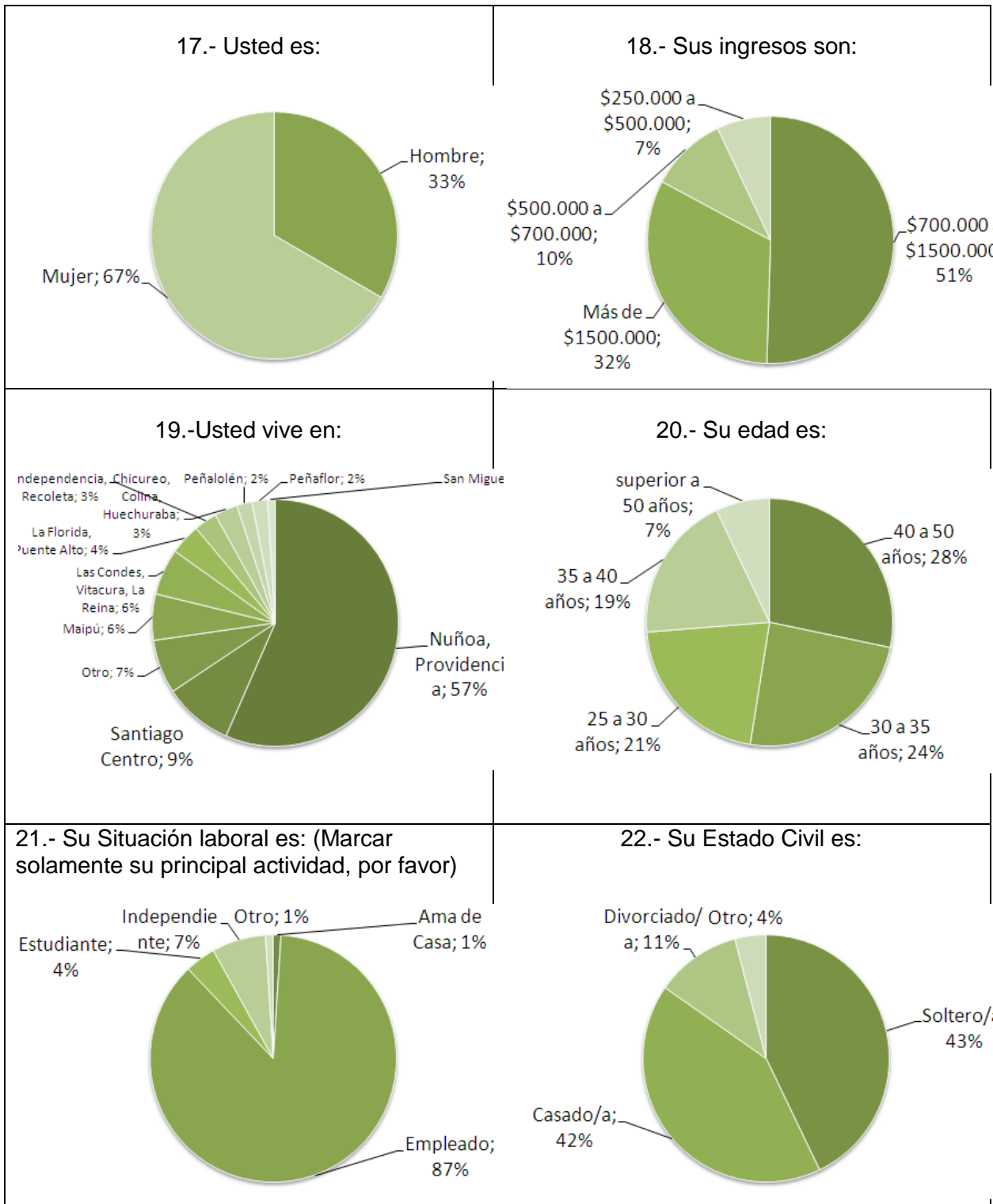
9.- ¿Cuánto gasta mensualmente en el cuidado a su mascota?



10.- ¿Quién se encarga del gasto de su mascota?







De la encuesta realizada, se pudo comprobar que más de un 71% de las personas encuestadas considera muy importante a su mascota; un 46% la considera como un

miembro más de su familia, seguido por un 27% que las considera como un compañero y un 16% como a un hijo, lo que viene a demostrar que las personas ya no ven a sus mascotas como simples animales de compañía, las integran a su vida y las están haciendo parte importante de su familia. Además, un 68% de los encuestados que tiene mascota, señaló que gasta entre \$10.000 y \$50.000 mensuales en sus mascotas, lo que corrobora el fuerte crecimiento de las ventas en el negocio de mascotas en nuestro país. La mascota que más predomina en los hogares es el perro presente en un 78% de los hogares. Existe una tendencia a adoptar mascotas de talla pequeña, considerando que el 63% tiene animales de compañía de talla pequeña, un 25% talla mediana y solo un 12% talla grande.

En cuanto a la fotografía, un 85% de los encuestados confiesa que se toma fotografías con su mascota, incluso llegando a ser parte de las redes sociales de sus dueños quienes cada vez comparten más fotos de momentos con sus mascotas.

La edad de quienes tienen mascotas se concentra entre 40 y 50 años (28%) seguido de quienes están entre los 30 y 35 años (24%) y en tercer lugar por quienes tienen entre 21 y 30 años (21%); perteneciendo estos dos últimos grupos a la generación denominada Millennials.

De los encuestados dueños de mascota, un 57% pertenece a las comunas de Ñuñoa y Providencia.

Ante la consulta si está interesado en un servicio de fotografía para mascotas, un 78% de los encuestados señaló que sí está interesado, por lo tanto existiría un mercado donde ofrecer el servicio. Dentro de los lugares que el dueño elegiría para una sesión de fotografía profesional de mascotas, las preferencias son: al aire libre con un 33%, en un estudio fotográfico un 26% y a domicilio un 20%.

En cuanto al precio por el cual estarían dispuesto a pagar por una sesión fotográfica, un 44% indicó que pagaría entre 5 a 15 mil, mientras que solo un 1% estaría dispuesto a pagar más de 50.000.-

Anexo N°3. Bibliografía

Estudios

Estudio Revista Quiltros Magazine, Perfil de Chilenos dueños de mascotas, Abril 2015

Estudio GFK Adimark, Los chilenos y sus mascotas: Tenencia de perros y gatos, 23 Enero 2015

Mapeo de las industrias creativas en Chile, Consejo nacional de la cultura y las artes, enero 2014.

Oportunidades en el sector del animal de compañía, estudio de Euromonitor International

Fundación Affinity Animales y salud, II Análisis Científico del Vínculo entre las personas y los animales de compañía. Año 2014.

Estudio Adimark Mapa Socioeconómico en Chile (Mayo 2014)

Estudio Chile 3D - Tenencia de Mascotas (2014)

Artículos

Economía y Negocios online, Mercado de las mascotas en Chile moverá casi US\$ 600 millones este año, 07 de julio 2014. Disponible en internet:

<http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=121206>

Economía y Negocios online, No es mi mascota es mi hijo, 29 de Agosto 2015. Disponible en internet:

<http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=177741>

ChileB, reportaje La evolución del perro en la vida del humano, 2 de Junio 2015

<http://www.chileb.cl/reporteros/la-evolucion-del-perro-en-la-vida-del-humano-reportaje/>

Estrategia On-line móvil, Chilenos son los Segundos que Más Gastan en Alimentos y Accesorios Para Mascotas, 26/01/2015

Tendencias, La Tercera. Reportaje Humanos y mascotas: un lazo clave para la evolución, 28 de enero 2012.

Otras Páginas Web:

24 Horas.cl, TVN, ¿Cuál es el perfil de los chilenos dueños de mascotas?, 24 de Agosto 2015. Disponible en internet:

<http://www.24horas.cl/tendencias/cienciaysalud/cual-es-el-perfil-de-los-chilenos-duenos-de-mascotas-1765170>

Eurononitor Internacional, Oportunidades en el sector del animal de compañía,

Anexo N°4. Evolución Industria de la Fotografía en Chile.

Industria de Fotografía ¹⁴	Año 2005	Año 2011
Evolución del número de empresas de la industria	1.385	1.050
Evolución ventas de la industria (montos en UF)	6.349.904	2.931.864 ¹⁵
Evolución de empleados	5.734	2.798

¹⁴ Fuente: Mapeo de las industrias creativas en Chile (CNCA), en base a información web del SII “Estadística de empresas por región, rubro, sub-rubro y actividad económica”.

¹⁵ Esta caída se debe a la variación en el código comercio al por menor de artículos fotográficos. Han aumentado las ventas de los códigos asociados tanto a actividades de fotografía publicitaria como al de servicios personales de fotografía

Anexo N°5. Análisis del entorno de la Industria - Pestel

<p>Factores políticos</p>	<p>Existe acceso a organismos gubernamentales que favorecen el emprendimiento en Chile. Se puede postular a fondos concursables de origen público o subsidio, por ejemplo Capital Semilla de Sercotec.</p> <p>Chile posee una estabilidad gubernamental importante. No se prevén a futuro grandes cambios en este sentido que puedan afectar la industria de la fotografía, por lo tanto no se considera como un factor relevante para la industria.</p>
<p>Factores económicos</p>	<p>El Banco Central estima que en Chile el PIB crecerá entre 2 y 3 por ciento en 2016. En la demanda interna, se mantiene la estimación de indicadores de confianza en niveles bajos y la menor inversión pública prevista para 2016 reduciendo las proyecciones de crecimiento para la formación bruta de capital fijo.</p> <p>Se estima que el consumo privado irá a la baja en línea con las bajas expectativas de los hogares y con un consumo habitual que ha sido algo más lento que lo esperado.</p> <p>Se prevé que en 2016 el consumo crecerá a una tasa por sobre la del año anterior. La baja del precio del cobre y las condiciones financieras menos favorables también reducirán los incentivos a la inversión.</p> <p>Un cambio repentino en la economía local y mundial podría afectar la Industria de la Fotografía, en particular a los Estudios Fotográficos de mascota, ya que se trata de un servicio que no es de primera necesidad y que es fácilmente sustituible por la fotografía tomada por dispositivos móviles.</p>
<p>Factores sociales</p>	<p>Chile ha logrado reducciones importantes en los niveles de pobreza y en el aumento de la prosperidad compartida en los últimos años.</p> <p>En los últimos años ha disminuido la tasa bruta de natalidad y se estima que continúe esta tendencia. Cada vez son más hombres y mujeres que deciden mantenerse solteros y postergar la paternidad observándose un aumento en la edad de fecundidad a nivel nacional.</p> <p>Ha aumentado el número de hogares que tienen mascota, alcanzando un 65.3% de los hogares tiene mascota. Se proyecta que el rubro de mascotas crecerá alrededor de un 15% al 2019.</p> <p>La enseñanza profesional de la fotografía se ha desarrollado durante la última década. Actualmente existe un total aproximado de 12 escuelas de fotografía a lo largo del país. Pese a la masificación de aparatos fotográficos, la experticia del profesional sigue siendo importante.</p> <p>En la industria fotográfica existe una tendencia importante al empleo</p>

	independiente. Existe una importante elasticidad en la empleabilidad del recurso humano.
Factores tecnológicos	<p>La irrupción de la fotografía digital benefició a los fotógrafos reduciendo los costos de operación y aumentando su margen de beneficio; los consumidores también están siendo capaces de tomar imágenes de calidad profesional sin la necesidad de un especialista.</p> <p>Con la llegada de las cámaras digitales bajaron las barreras de entrada a la industria de la fotografía. En consecuencia, se prevé que el número de operadores de la industria aumente intensificando la competencia de precios, presionando a los márgenes de beneficio.</p> <p>Han aparecido nuevas tecnologías aplicables a los procesos de venta como por ejemplo el comercio online y las redes sociales.</p>
Factores jurídicos	<p>No existe una normativa chilena que detalle los requisitos que debe cumplir un estudio fotográfico. Algunos instrumentos jurídicos aplicables al desarrollo de esta disciplina son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ley 17.336 de Propiedad intelectual • Ley 18.985 de Donaciones culturales • Ley 17.236 Del Ejercicio y Difusión de las Artes • Permisos municipales para ocupación de bienes nacionales de uso público y áreas verdes, para actividades transitorias • Ley N°20.380 de Protección Animal
Factores ambientales	No se visualizan aspectos ambientales que afecten en la industria, más allá de privilegiar el uso de productos químicos que no contengan material tóxico o dañino para el organismo, reutilizar y elegir materiales reciclados.

Anexo N°6 Matriz Riesgos de la industria

Riesgo	Impacto	Plan de Mitigación
De Clientes	Cambio en sus ingresos por factores económicos del país	Adaptar la oferta de productos y servicios a las nuevas tendencias y preferencias que se observen en el mercado
	Cambio en sus preferencias	
	Acceso a tomar fotografía desde dispositivos móviles	Ofrecer servicios adicionales a la fotografía que sean atractivos para el cliente, por ejemplo amplia variedad de sesiones fotográficas, ofrecer el concepto “diseña tu sesión de fotos” donde el cliente pueda decidir aspectos de la sesión, posibilidad de disfrazar a las mascotas
Comunicacionales	Incidente negativos con los animales pueda afectar la reputación de la empresa	Estar atentos a cumplir todas las leyes, normas y aspectos éticos relacionados con el manejo de animales domésticos. Desarrollar estándares de conducta y tratamiento hacia los animales. Se generará un código de ética para los integrantes de Animal Click (Anexo N°30).
	Mucha gente tiene fuertes reacciones ante situaciones que afecten a las mascotas	Responder rápidamente las acusaciones y corregir las prácticas cuestionadas. Mantener a un encargado que dé respuesta a consultas y reclamos.
Contractuales	Poner en riesgo el funcionamiento de la empresa por incumplimiento de proveedores.	Contar con más de un proveedor de insumos, mantener siempre la búsqueda de nuevos proveedores. Asegurar el abastecimiento por medio de contratos que contengan cláusulas de multas en caso de incumplimiento.
	Poner en riesgo el funcionamiento el local por un mal acuerdo	Firmar un contrato a largo plazo por el arriendo del local
De Competidores	Aumente la competencia o copien el modelo de negocio	Mantener en la empresa una cultura de innovación, observando y analizando el entorno, buscando nuevas y mejores formas de hacer las cosas

Anexo N°7. Análisis 5 Fuerzas - Porter.

Amenaza de nuevos competidores. Alta

Con la llegada de las cámaras digitales bajaron las barreras de entrada a la industria de la fotografía al reducir los costos de operación y aumentar el margen de beneficio. En consecuencia, se prevé que el número de operadores de la industria aumente intensificando la competencia de precios y presionando a los márgenes de beneficio.

Los servicios prestados por los competidores actuales son fácilmente replicables por los nuevos entrantes.

Amenaza de Productos y servicios sustitutos. Alta

El desarrollo tecnológico está bajando las barreras de entrada a la industria. Las cámaras fotográficas como tal, están siendo reemplazadas por nuevos dispositivos como smartphones, Tablet y ipod, incentivando el ingreso de múltiples competidores al sector de la fotografía digital, como por ejemplo fotógrafos aficionados con conocimientos básicos. Se espera que la profesionalización y especialización marque la diferencia en este sector.

Poder de negociación de los proveedores. Baja

Es fácil y de bajo costo cambiar al proveedor de los servicios de impresión, además existen varios en el mercado y de calidad similar. Bajo grado de diferenciación de productos.

Hay nuevos proveedores de insumos fotográficos y cámaras en el mercado lo cual ha permitido una bajar los precios, aumentar la calidad de los productos y disminuir los costos de operación. Con la importación directa de insumos a proveedores internacionales, se ha logrado que los precios sean más competitivos, disminuyendo el poder de los proveedores en la industria, situación que hace más atractivo este sector.

Poder de negociación de los clientes. Alta

Pese a que actualmente la competencia es poca y los clientes no están agrupados para cambiar de proveedor, se considera que los clientes tienen alto poder de negociación, ya que estos pueden optar a distintas opciones para obtener una fotografía de su mascota, como por ejemplo utilizar sus propias cámaras fotográficas, smartphones o tablet, o pedir a un fotógrafo aficionado que le tome una fotografía. Mientras más conocimiento existe sobre los productos en el mercado, mayores serán las demandas de los consumidores en términos de calidad y baja de precios.

Rivalidad entre competidores. Media Alta

Actualmente el grado de rivalidad entre los competidores actuales es medio con tendencia a alto debido a la creciente cantidad de fotógrafos aficionados e independientes que se integran a prestar servicios y que podrían crear una guerra de precios.

Además, pese a que hoy existen pocos estudios dedicados exclusivamente al servicio de fotografía de mascotas y entre ellos hay poca diferenciación entre los servicios ofrecidos; existen otros estudios fotográficos que podrían prestar eventualmente el servicio de fotografía de mascotas.

Anexo N°8. Gráfico de posicionamiento relativo



Anexo N°9. Detalle de Fortalezas y debilidades de competidores

Tipo de Competidor	Fortalezas	Debilidades
Competidores Indirectos		
Estudios Fotográficos Profesionales en la ciudad de Santiago	<ul style="list-style-type: none"> Están establecidos, es probable que cuenten con un local de venta, ya tienen el personal contratado para prestar el servicio Tienen una cartera de clientes a quienes podrían ofrecer el servicio Están trabajando en la industria de la fotografía hace algún tiempo por lo que tienen experiencia y una reputación ganada. Conocen a los proveedores que entregan productos de mejor calidad 	<ul style="list-style-type: none"> Tienen poca o ninguna experiencia en la fotografía de mascotas No están posicionadas como estudios para mascotas Considerarían a las mascotas como una actividad secundaria y no será el foco principal de la empresa Puede ser inflexible con la programación y el trabajo fuera del estudio.
Fotógrafos aficionados sin estudios formales	<ul style="list-style-type: none"> Precios bajos 	<ul style="list-style-type: none"> Baja calidad del producto final No cuenta con equipo fotográfico profesional.
Competidores directos		
FotoAperrados MIG Animal Photo Árbol Fotográfico Click Producciones	<ul style="list-style-type: none"> Han estado en el mercado por más tiempo, cuentan con el local y los insumos fotográficos Tienen una base de clientes establecida Especialización en el servicio. Know How Tienen experiencia en el tratamiento de las mascotas en la sesión de fotos 	<ul style="list-style-type: none"> Las sesiones fotográficas que ofrecen tienen poca variedad Sesiones limitadas, no ofrecen otras opciones de sesiones El cliente no participa en el diseño de la sesión Poco flexibles con los horarios El entregable que ofrecen es similar entre estos competidores No ofrecen el servicio de impresión en otros productos

Anexo N°9.1. Fortalezas y Debilidades Competidores Directos

	FotoAperrados	MIG Animal Photo	Árbol Fotográfico	Click Producciones
Cuenta con local para estudio fotográfico	F	F	D	F
Variedad de Productos y servicios	D	F	D	D
Tiempo en el mercado	F	F	F	F
Horario de atención flexible	D	D	F	F
Imprime la fotografía en otros productos	D	D	D	D
Proporciona accesorios para la sesión fotográfica de la mascota	D	D	D	D

F: Fortaleza

D: Debilidad

Anexo N°10. Matriz de perfiles competitivos

Factores Clave de éxito	Ponderación	Fotoaperrados		Mig Animal Photo		Arbol Fotográfico		Click Producciones	
		Calificación	Resultado Ponderado	Calificación	Resultado Ponderado	Calificación	Resultado Ponderado	Calificación	Resultado Ponderado
Productos Novedosos y creativos	30%	2	0,6	2	0,6	2	0,6	2	0,6
Servicio personalizado	25%	2	0,5	2	0,5	2	0,5	2	0,5
Precio competitivo	15%	4	0,6	4	0,6	4	0,6	4	0,6
Facilidad y comodidad para contratar el servicio	15%	3	0,45	4	0,6	3	0,45	3	0,45
Seguridad para la mascota	15%	3	0,45	3	0,45	3	0,45	3	0,45
Total	100%		2,6		2,75		2,6		2,6
Clasificación donde 1 es peor calificado y 4 mejor calificado									

Anexo N°11. Segmentos de clientes.

Perfil 1 - Solteros	Perfil 2 - Familiar
<p>Variables Demográficas y Geográficas: Personas que no están en pareja, entre 25 y 35 años No tienen hijos Trabajador dependiente Tienen Estudios Superiores Ingreso superior a M\$700 Vive en Santiago, en las comunas de Ñuñoa y Providencia Segmento ABC1 – C2</p>	<p>Variables Demográficas y Geográficas: Nido lleno, descendientes con edades entre 0 y 18 años Padres tienen estudios superiores Los dueños de la mascota son los hijos de la familia Ingreso superior a M\$1500 Viven en Santiago, en las comunas de Ñuñoa y Providencia Segmento ABC1</p>
<p>Variables Psicográficas: Vida laboral agitada, aplazan el matrimonio y los hijos, buscan nuevas formas de convivencia Sienten amor y respeto por la naturaleza y animales. Petlover De personalidad introspectiva, personas calmadas y relajadas Visitan los parques y plazas para pasear a sus mascotas Están hiperconectados Estilo de vida saludable y búsqueda de bienestar</p>	<p>Variables Psicográficas: Sienten amor y respeto por la naturaleza y animales Personalidad sociales y festivas Pasan el tiempo libre con la familia Privilegian las actividades al aire libre, estilo outdoor Enfocadas en su casa y familia, son muy entregadas a estos dos roles. Tratan de tener una vida saludable, Se comunican con sus hijos, están preocupadas de las tareas y las amistades</p>
<p>Variables Comportamiento Privilegian los lugares con autoservicio Están dispuestos a pagar más la calidad de servicio</p>	<p>Variables Comportamiento Necesidades de espacio y comodidad Consideran más entretenido vitrinear, valoran los espacios como el mall Se ajustan a su presupuesto al momento de hacer las compras</p>

Anexo N°12. Descripción completa del modelo de negocios CANVAS

Segmento de clientes

El modelo de negocio se enfocará en las personas que consideran a sus mascotas como algo más que una simple compañía. Son personas que sienten placer y bienestar cuando cuidan, miman y sacan a pasear a sus mascotas. Están dispuestos a gastar gran parte de su presupuesto en la mantención y cuidados de sus mascotas. Se preocupan de sus mascotas como si fueran hijos o su mejor amigo, generan vínculos y encuentran en ellos una fuente de apoyo emocional. Sus mascotas siempre les acompañan en los buenos y malos momentos, estando siempre ahí para darles su amor y cariño.

Principalmente en:

- Personas solteras sin hijos de 25 a 35 años, que trabaja, con estudios superiores, independiente económicamente, comprometidos con el medioambiente, que dan importancia a la calidad del servicio, nivel socio-cultural medio alto, que viven en las comunas de Ñuñoa y Providencia, Segmento ABC1 – C2
- Familias con hijos, que viven en las comunas de Ñuñoa y Providencia, segmento ABC1

Propuesta de Valor

Se ofrecerá un servicio de fotografía profesional de mascotas, con atención y asistencia personalizada que se adapte a las necesidades del cliente. Para esto se hará partícipe al cliente en la creación y diseño de la sesión de fotos, ofreciéndole además un servicio exclusivo y a la medida de sus necesidades.

Para la comodidad del cliente, se ofrece realizar la sesión de fotos en el estudio fotográfico o en el domicilio o lugar que él elija, además se le entregará el producto final en su casa o dirección que él especifique.

Por otro lado, se le ofrecerá una amplia variedad de productos de la línea de recuerdos que le permitirán al dueño de la mascota decorar su casa (foto en lienzos, posavasos, imanes, set de baño, atriles) o llevar un recuerdo de su mascota a cualquier lugar donde vaya (foto en tazones, bolsos, fotobook)

Por medio de la página web, ofreceremos al cliente información de los productos y servicios, así como asistencia pre y post venta, facilitando la interacción con el cliente.

Las propuestas de valor serán:

- Para Solteros: va dirigido a personas que buscan un servicio personalizado y adaptado a sus gustos. Bajo el concepto de “diseña la sesión de fotos con tu mascota” se otorga al cliente la posibilidad de crear la sesión de fotos a su medida. Podrán contratar los servicios directamente desde la página web de la empresa. Podrá solicitar la impresión de la foto en un artículo que pueda llevar a su oficina o cuando viaje.
- Para las familias: va dirigido a las familias que buscan una amplia variedad de opciones de sesión de fotos. Cuenta con planes de sesiones en los que se puede fotografiar a la familia completa en el patio de su casa o un parque, sesiones de estudio para la mascota o mensuales para el nuevo integrante de la familia, todas en el horario flexible. Llegan directamente a contratar servicios al estudio fotográfico. Podrán solicitar la impresión de la foto en un artículo con el cual pueda decorar su hogar.

Canales de Distribución y Comunicación

Al cliente se llegará por medio de:

- Canal de venta directo a través de un local ubicado en un stripcenter de la zona oriente, donde podrá conocer los servicios y ver los productos ofrecidos.
- Canal de Ventas por Internet, para lo cual se creará un sitio web de la empresa con contenido claro y sencillo, en la que se dará a conocer mediante un catálogo con los servicios con los tipos de sesiones de fotos y los tipos de productos donde el cliente puede imprimir la foto de su mascota.
- Publicidad mediante la entrega de folletos y promoción en lugares que prestan servicios a las mascotas: peluquerías, tiendas especializadas y hoteles para mascotas, centros veterinarios, criaderos, exposiciones caninas, parques y plazas, informando de los servicios y productos ofrecidos, y las promociones que se implementen
- Visitas a domicilio para realizar la sesión de fotografía.

Relación con los clientes

A los clientes se les ofrecerá una Asistencia personalizada tanto en local como a través de la página web, ofreciendo la posibilidad de que éste participe en el diseño de la sesión de

fotografía, generando así una relación más estrecha con el cliente, la que se irá incrementando a medida que el cliente conozca y utilice el servicio.

Además, por medio del sitio web de la empresa, el cliente tendrá acceso a información y productos de la empresa, interactuar con la empresa, realizar su compra en línea, solucionar problemas y verificar el estado del despacho de sus productos.

Se creará una comunidad en Facebook, donde los clientes podrán compartir las fotografías de sus mascotas, se les dará consejos acerca del cuidado de las mascotas, esterilización y cómo efectuar denuncias al maltrato animal, entre otros aspectos.

Fuentes de ingresos

Los ingresos se obtendrán mediante Venta de sesiones de fotografía y la venta por línea de Productos impresos.

Otra fuente de ingreso serán los anunciantes en la página web de la empresa. Estos anunciantes estarán relacionados al mercado de mascota, como por ejemplo tiendas de juguetes o alimentos para mascotas, clínicas veterinarias, entre otros.

Recursos clave

Los activos físicos como el local de atención agradable, seguro y con estacionamientos disponibles, y el vehículo en que se trasladará el equipo para las sesiones de foto a domicilio.

Los recursos físicos decisivos para asegurar la calidad final del producto entregado, entre estos se cuentan la cámara profesional, el estudio fotográfico portátil y todos los recursos asociados (trípodes, reflectores, lentes, flashes).

Disfraces, accesorios y telones para cada sesión fotográfica.

Por otra parte, será clave contar con un fotógrafo profesional que sea capaz interactuar con la mascota, que logre entender su personalidad y capture su naturalidad en imágenes espectaculares. Igualmente, es importante contar con el personal encargado de la impresión de fotos en la línea de recuerdos, ya que de ellos dependerá el resultado y calidad final del producto entregado.

Además, es necesario contar con un sitio web amigable y fácil de usar para el cliente, ya que será por esta vía como inicialmente se relacionará con algunos clientes.

Recursos tecnológicos como software de edición de fotos que permita compartir las imágenes con el cliente, y los software ERP y CRM integrados

Actividades Clave

Atención personalizada al cliente y usuario, con el fin de conocer sus inquietudes, expectativas y satisfacción con el servicio. Asesoría y diseño conjunto de la sesión fotográfica. Dar soluciones rápidas al cliente.

Búsqueda constante de nuevas oportunidades y servicios fotográficos que ofrecer. Conocimiento del cliente y necesidades y tendencias del mercado.

La actividad clave es el diseño y desarrollo del sitio web de la empresa y tienda online, para esto se contratará un servicio de hosting que permita tener un correo electrónico personalizado y que soporte la página web. Posteriormente será clave mantener y actualizar continuamente el sitio web con nuevos productos y promociones.

La logística necesaria para satisfacer la demanda a tiempo y con la calidad esperada por el cliente será vital, para lograrlo se requiere contactar a las mejores empresas en impresión de fotografía, y a una empresa confiable a quien encargar el despacho de los productos.

Publicidad y comunicación de los servicios y productos que Animal Click ofrece.

Investigar y desarrollar nuevos servicios y productos que se adapten a la necesidad del cliente.

Entrega a tiempo y en un empaque personalizado del producto final, por ejemplo pendrive de bambú que contenga las fotografías seleccionadas.

Red de Asociados

Los aliados estratégicos más importantes serán los proveedores de insumos fotográficos y de indumentaria para mascotas; los proveedores de disfraces y accesorios para mascotas; así mismo las empresas encargadas de la impresión de fotografía que nos proporcionarán la línea de recuerdos que ofreceremos, y las empresas que realizarán el despacho a domicilio del producto.

Por otra parte, la empresa servidor de hosting y la empresa encargada del diseño y actualización del sitio web, serán clave para mantener la relación con el cliente.

Por último, las empresas relacionadas a las mascotas (clínicas y peluquerías veterinarias, comida de mascota, criaderos, etc) serán importantes para promocionar y dar a conocer la empresa.

Estructura de costos

En este modelo de negocio se incurrirá en los siguientes costos:

Costo de implementación y puesta en marcha: arriendo de local, mobiliario de local, insumos de fotografía, cámaras fotográficas profesionales, compra de indumentaria de mascotas, camioneta para el traslado del estudio fotográfico portátil.

Gastos de administración y personal

Marketing y publicidad: diseño y mantención de página web, hosting, publicidad en empresas relacionadas, diseño de marca.

Canvas Animal Click

RED DE ASOCIADOS

Proveedores de insumos fotográficos y de indumentaria para mascotas; los proveedores de disfraces y accesorios para mascotas; empresas encargadas de la impresión de fotografía, y las empresas que realizarán el despacho a domicilio. El proveedor del servidor de hosting y la empresa encargada del diseño y actualización del sitio web.

Las empresas relacionadas a las mascotas (peluquerías, tiendas especializadas y hoteles para mascotas, centros veterinarios, criaderos, exposiciones caninas) serán importantes para promocionar y dar a conocer la empresa.

ACTIVIDADES CLAVE



- Atención personalizada al cliente, con el fin de conocer sus inquietudes y expectativas del servicio.
- Búsqueda constante de nuevos servicios para ofrecer
- Conocimiento del cliente y el mercado
- Diseño y desarrollo del sitio web de la empresa y tienda online.
- La logística para satisfacer la demanda a tiempo, con la calidad esperada por el cliente y en un empaque personalizado
- Contactar a las mejores empresas en impresión de fotografía.
- Publicidad
- Investigar y desarrollar nuevos servicios y productos que se adapten a la necesidad del cliente.

RECURSOS CLAVE



- Local agradable, seguro y con estacionamiento; el vehículo en que se trasladará el equipo para las sesiones a domicilio.
- Cámara profesional, estudio fotográfico portátil y todos los recursos asociados (trípodes, reflectores, lentes, flashes).
- Fotógrafo profesional que sea capaz interactuar con la mascota y personal encargado de la impresión de fotos en la línea de recuerdos.
- Sitio web amigable y fácil de usar para el cliente
- Software de edición de fotos; softwares ERP y CRM integrados

PROPOSICIÓN DE VALOR



Convertir la experiencia de la sesión de fotografía en un grato recuerdo, con servicios hechos a la medida del cliente:

- Para personas solteras sin hijos: servicio personalizado y adaptado a sus gustos. Bajo el concepto de "diseña la sesión de fotos con tu mascota" se otorga al cliente la posibilidad de crear la sesión de fotos a su medida. Podrán contratar los servicios directamente desde la página web de la empresa. Podrá solicitar la impresión de la foto en un artículo que pueda llevar a su oficina o cuando viaje.
- Para las familias: servicio con una amplia variedad de opciones de sesión de fotos. Cuenta con planes de sesiones en los que se puede fotografiar a la familia completa en el patio de su casa o un parque, sesiones de estudio para la mascota o mensuales para el nuevo integrante de la familia, todas en el horario flexible. Llegan directamente a contratar servicios al estudio fotográfico. Podrán solicitar la impresión de la foto en un artículo con el cual pueda decorar su hogar

RELACION CON LOS CLIENTES



- Asistencia personalizada tanto en el local como en página web ofreciendo la posibilidad de que el cliente participe en el diseño de la sesión de fotografía, logrando conocer la expectativa del cliente y generar una relación más cercana.
- Club de descuentos
- Comunidad en Facebook para compartir fotos

CANALES DE DISTRIBUCIÓN



- Canal de venta directo a través de un local ubicado en un stripcenter.
- Canal de Ventas por Internet, para lo cual se creará un sitio web de la empresa.
- Publicidad mediante la entrega de folletos y promoción en lugares que prestan servicios a las mascotas: en parques y plazas.
- Sesiones a domicilio

SEGMENTOS DE CLIENTES



- Personas solteras sin hijos
- Familia con hijos

ESTRUCTURA DE COSTOS



Costo de implementación y puesta en marcha: arriendo de local, mobiliario de local, insumos de fotografía, cámaras fotográficas profesionales, compra de indumentaria de mascotas, camioneta para el traslado del estudio fotográfico portátil.

Gastos de administración y personal

Marketing y publicidad: diseño y mantención de página web, hosting, publicidad en empresas relacionadas, diseño de marca.

FLUJO DE INGRESOS



- Venta por fotografía
- Venta por línea de recuerdos
- Publicidad en página web

Anexo N°13. Detalle Análisis FODA

Fortalezas

- Servicio novedoso, nuevo concepto de “diseña la sesión de fotos con tu mascota”
- Productos personalizados y adaptados a los gustos y necesidades de los dueños de mascotas.
- Atención personalizada y amable. Política de atención al cliente
- Equipamiento fotográfico de última generación
- Variedad de productos y servicios ofrecidos
- Actitud de innovadora de la administración de Animal Click que valida la innovación como la herramienta para mejorar el desempeño interno y generar nuevas respuestas a las variaciones del entorno

Oportunidades

- Creciente número de hogares con mascotas y tendencia de los dueños a gastar más dinero en consentir a su mascota
- Tendencia a integrar a las mascotas en todos los aspectos de la vida y considerarlas como parte de la familia.
- Pocos competidores especializados en la fotografía de mascotas
- Nuevas formas de ofrecer servicios de fotografía, integrando otros sectores como el video, sonido, impresión
- Alto número de proveedores
- Estudios de fotografía que operan actualmente en el negocio de las mascotas no cuentan con los servicios que ofrece Animal Click

Debilidades

- Animal Click es un actor nuevo en el mercado, bajo reconocimiento de marca
- Falta de experiencia en este negocio
- Productos y servicios ofrecidos no son de primera necesidad para el cliente
- Alto precio del servicio
- Locaciones de fotografías se limita a la zona Centro y Oriente de Santiago.
- Dependencia del fotógrafo con afinidad a las mascotas. Bajo nivel de reacción ante renuncia o ausencia.

- Dependencia de servicios no integrados (proveedores de: insumos fotográficos, indumentaria para mascotas, impresión de fotografía y despacho de productos).

Amenazas

- Un cambio repentino en la economía local podría afectar el negocio, ya que se trata de un servicio que no es de primera necesidad
- Servicio ofrecido es fácilmente sustituible por la fotografía tomada por dispositivos móviles.
- Amenaza de ingreso de nuevos competidores

Anexo N°14. Servicios ofrecidos

Planes de sesión:

Plan 1: Mira cómo crece

Ten un registro del primer año con tu mascota y mira la evolución y crecimiento de tu cachorrito.

Valor \$40.000.-

Plan anual que incluye 12 sesiones en el estudio fotográfico, una cada mes.

Una semana antes de la sesión se avisará al cliente para que acuda al estudio. Se da la opción que junto la mascota figure también su dueño a quien se le sugiere acudir a la sesión con la misma ropa. Cada sesión tiene una duración aproximada de 1 hora.

Entregable: El paquete incluye solo la entrega del DVD o pendrive animado con las 20 mejores fotografías en formato de alta definición y en un video animado con las fotos del crecimiento de la mascota.

Plan 2: Diseña tu sesión de fotos

Diviértete y relájate jugando con tu mascota

Valor desde \$70.000.-

Plan de una sesión de fotos bajo el concepto “ármalo a tu pinta”, el cliente podrá disfrutar de una sesión de fotografía personalizada, la que podrá diseñar seleccionando la locación, implementos y accesorios que usará.

- Locación: En estudio, a domicilio, en el campo o en la playa
- Fondos: Distintos colores, paisajes
- Disfraces: Se dispondrá de disfraces en 3 tallas para amo y mascota. Los disfraces que se ofrecerán en una primera etapa son:
 - Superhéroes: Batman Superman, Capitán América.
 - Películas: Star Wars, Toy Story, Minions

Si el cliente tiene en mente otro disfraz lo puede traer sin problema.

- Accesorios: Sillones, maletas antiguas, cestos
- Opción de Fotos a color, blanco & negro y sepia, según elección

Cada sesión tiene una duración aproximada de 1 hora.

Entregable: El paquete incluye la entrega de un DVD o pendrive que incluye las 20 mejores imágenes en alta formato de alta definición. El cliente puede elegir una fotografía que será impresa en un lienzo de 30x30 cms. o en un set de 6 posavasos en vidrio empavonado

Plan 3: Retrato de Mascota

Captura la belleza de tu mascota

Valor \$55.000.-

Plan de una sesión de fotos clásica de estudio, con una variedad de telones de fondo y accesorios para mascota. Se fotografía solo a la mascota. Cada sesión tiene una duración aproximada de 1 hora.

Se ofrece el retrato clásico o con los siguientes accesorios de acuerdo a la fecha que se quiera recordar:

Festividad	Accesorio / Telón de fondo
Navidad	Gorro pascuero o duende / Telón acorde a la fecha
San Valentín	Pechera corazón / Telón acorde a la fecha
Día de la madre Día del padre	Humitas y pinches a elección / Telón acorde a la fecha
Fiestas Patrias	Sobrero huaso, poncho o falda de china / Telón acorde a la fecha
Halloween	Sombrero calabaza / Telón acorde a la fecha

Entregable: El paquete incluye la entrega de un DVD o pendrive que incluye las 20 mejores imágenes en alta formato de alta definición. El cliente puede elegir una fotografía que será impresa en un lienzo de 30x30 cms. o en un set de 6 posavasos en vidrio empavonado

Plan 4: Sesiones al aire libre

Captura la belleza de toda tu familia al natural

Valor \$65.000.-

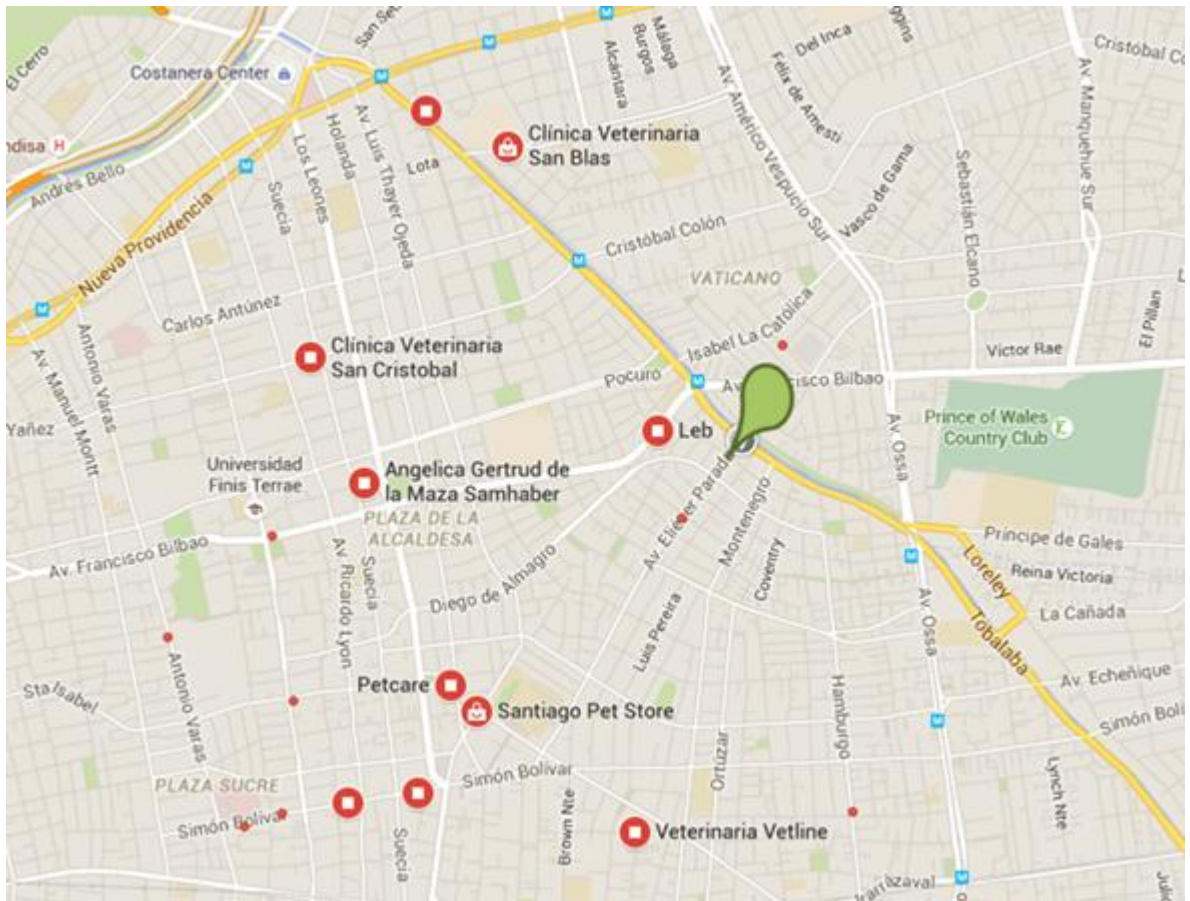
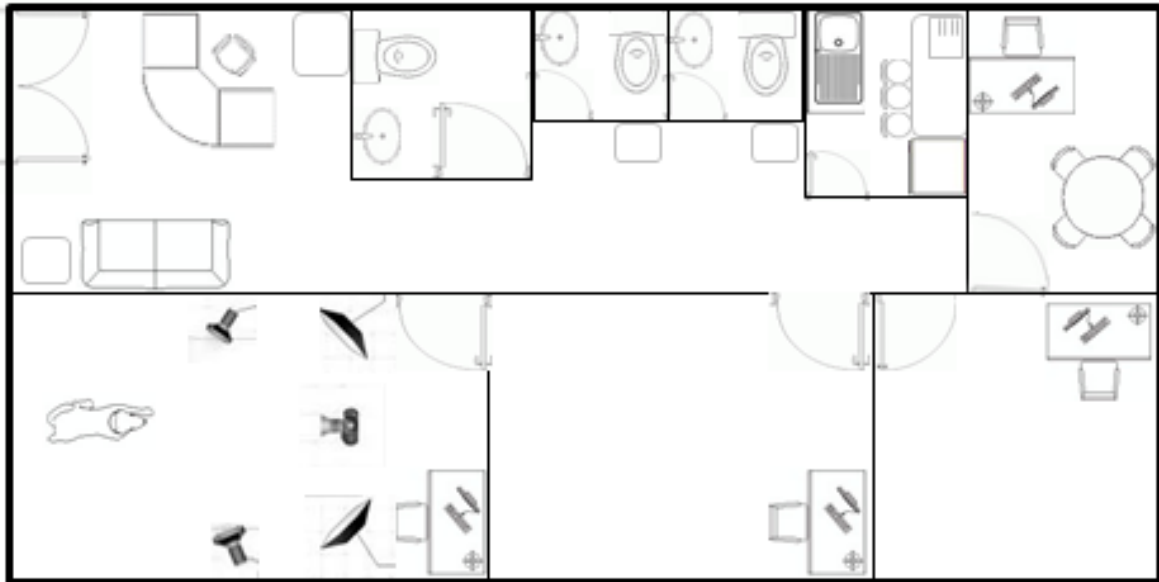
Esta sesión se realizará al aire libre en distintos parques o plazas definidos por la empresa. En cada sesión se realizan fotografías de la mascota en distintos entornos mientras disfruta paseando o jugando con su familia al aire libre. Cada sesión tiene una duración aproximada de 1 ½ horas.

Entregable: El paquete incluye la entrega de un DVD o pendrive que incluye las 20 mejores imágenes en alta formato de alta definición. El cliente puede elegir una fotografía que será impresa en un lienzo de 40x30 cms.

En todas las sesiones se mostrará inmediatamente al cliente las imágenes digitales tomadas para asegurarnos que la sesión esté logrando el resultado que él espera. De estas imágenes el cliente escogerá las 20 mejores fotos que las que posteriormente serán retocadas para corregir la iluminación, colores y eliminar manchas.

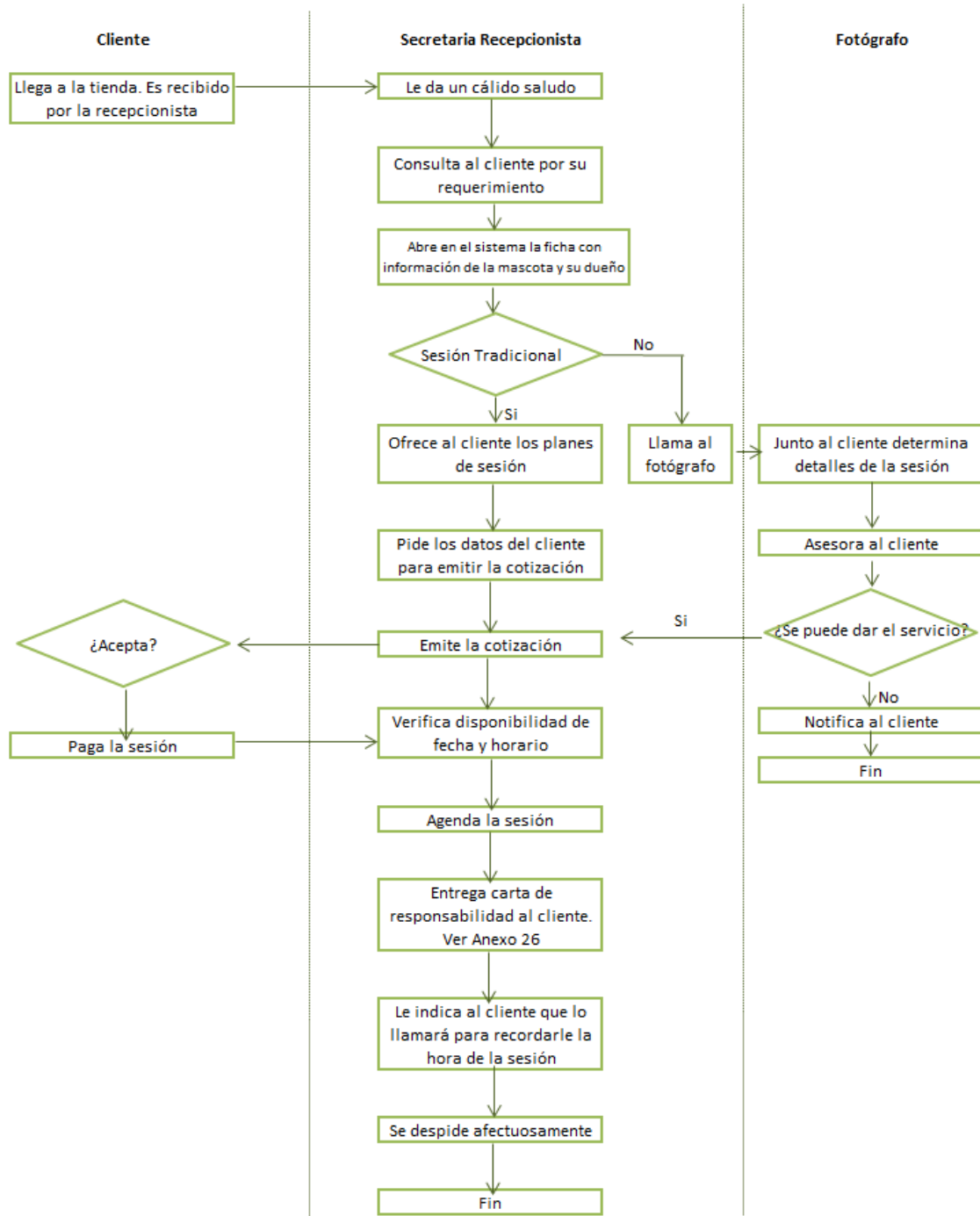
Todas las fotografías entregadas en formato digital, podrán ser usadas en siguientes pedidos sin ningún costo adicional.

Anexo N° 15. Layout y Ubicación del local

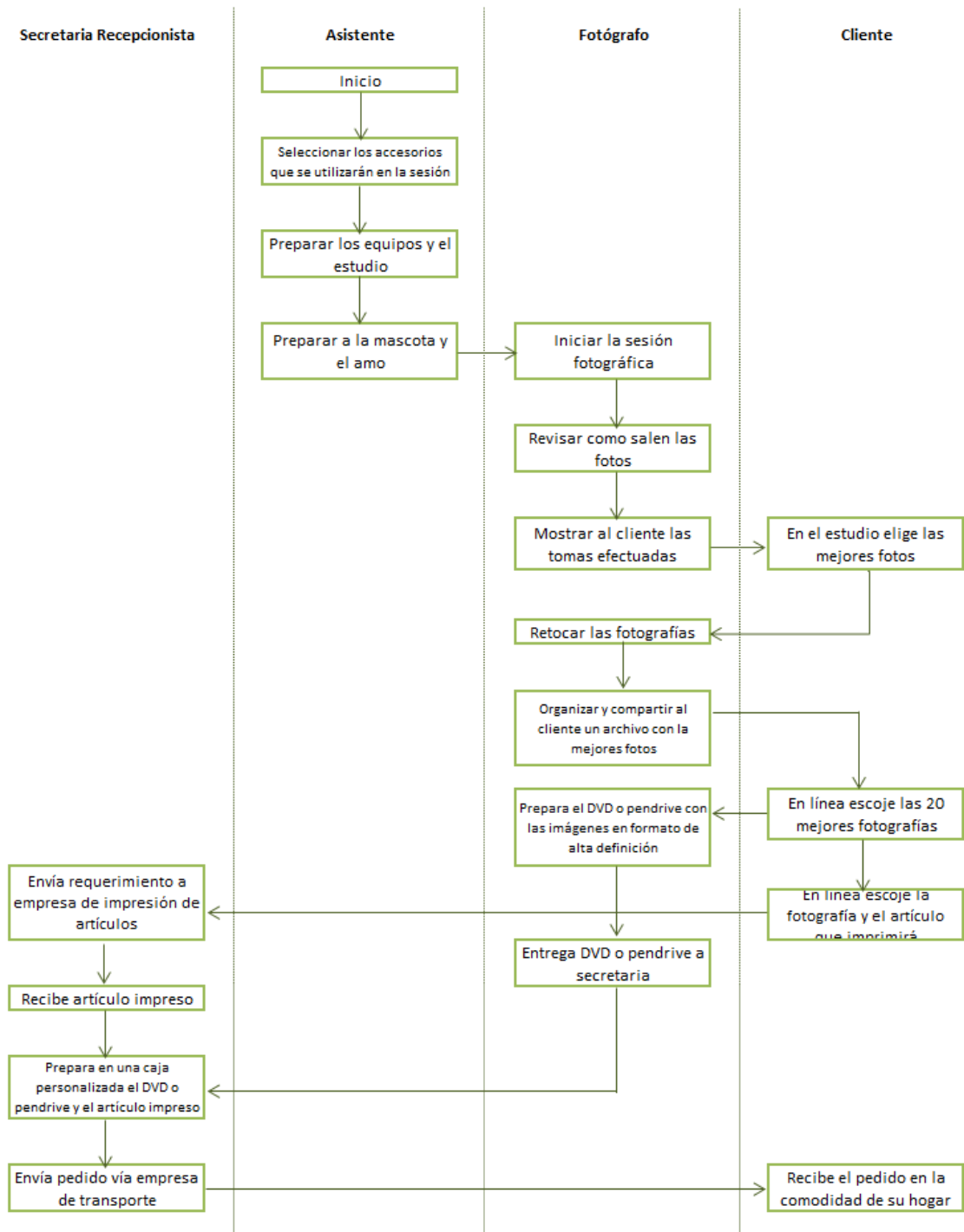


Anexo N°16. Flujograma de Procesos

Contratación de Sesión



Sesión Fotográfica en local



Anexo N°17. Documentos requeridos Solicitud de Informe Sanitario.

Los documentos son:

- Plano de planta con ubicación de maquinarias y vecinos colindantes.
- Boleta de la empresa de servicios sanitarios, que acredite uso de alcantarillado.
- Certificado de capacitación en manejo de extintores.
- Certificado de cotizaciones del seguro de accidentes del trabajo y enfermedades profesionales.
- Certificado instalación eléctrica.
- Si es ampliación, fotocopia de la resolución favorable anterior.
- Otros documentos requeridos (según la actividad económica a realizar):
- Evaluaciones ambientales de los riesgos de la actividad.
- Número de registro de fuentes fijas.
- Certificado anexo TEC 1 de la Superintendencia de Electricidad y Combustibles.
- Certificado de Residuos Ambientales Líquidos (RILES).
- Certificado de capacitación a trabajadores sobre los riesgos a los que está expuesto y medidas preventivas.

Luego de una inspección en terreno de la empresa ya instalada, previo a su funcionamiento.

El tiempo de entrega del documento es de 20 a 30 días hábiles. La inspección puede realizarse dentro de los primeros 15 días hábiles, una vez ingresada la solicitud.

Anexo N°18. Disposiciones sanitarias que se implementarán.

Para evitar quejas y denuncias por malos olores, ruidos molestos y una eventual proliferación de plagas, se implementarán las siguientes acciones:

- Se obligará a mantener las condiciones adecuadas de aseo, orden y limpieza de todas las instalaciones.
- Los residuos serán eliminados en bolsas plásticas para evitar el escurrimiento de líquidos y dispersión de materiales de desecho. Se dispondrá de tarros de basura con tapa, de fácil lavado y desinfección; y protegidos del acceso de animales.
- Se retirarán oportunamente fecas y orinas que pudiesen originar las mascotas que ingresan al estudio fotográfico.
- Se solicitará a una empresa especializada la sanitización y desinfección del estudio mensualmente.
- Se proveerá de un sistema de ventilación adecuado para el local.
- Las instalaciones se habilitarán con materiales que permitan aislar el ruido y evitar su amplificación.

Anexo N°19. Documentos Patente comercial

Los antecedentes a adjuntar, según el tipo de patente a solicitar es:

- Fotocopia de Cédula de Identidad del Representante Legal
- Fotocopia del Rut de la empresa
- Contrato de Arrendamiento Legalizado o Autorización de uso
- Resolución de Informe Sanitario emitido por la Seremi de Salud Original o Legalizado, a nombre del futuro patentado
- Inicio de Actividades del SII
- Escritura de Constitución de la Sociedad (fotocopia legalizada)
- Protocolización de la Constitución de la Sociedad (fotocopia legalizada ante Notario)
- Fotocopia de la Publicación en el Diario Oficial
- Acta de sesión de Directorio del nombramiento del Representante Legal ante Notario

Anexo N°20. Documentos requeridos para implementar Medios de pago.

Para recibir el pago en tienda por tarjetas de crédito y el servicio de Webpay se requiere solicitar el servicio a Transbank, presentar la siguiente documentación:

- Fotocopia de la escritura de constitución, copia del extracto inscrito en el Conservador de Bienes Raíces
- Fotocopia de cédula de identidad de el o los Representantes Legales, por ambos lados.
- Fotocopia de Iniciación de Actividades timbrada por el SII.
- Fotocopia de encabezado cartola bancaria de su cuenta corriente –con logo del banco-, o fotocopia de un cheque personalizado.
- Fotocopia de Patente Comercial, permiso municipal vigente o solicitud del permiso en trámite con el timbre de la municipalidad.
- Dos Fotografías del local (interior y exterior)

Una vez que Transbank valida la documentación, en 14 días hábiles instalarán el equipo para recibir pagos con Tarjeta y Redcompra.

Anexo N°21. Documentos requeridos para Obtener Cuenta Corriente

La documentación requerida es:

- Iniciación de actividades o Consulta Situación Tributaria de Terceros de la empresa.
- Fotocopia del Rut de la Empresa.
- Fotocopia de los Rut de los Representantes legales y/o apoderados.
- Fotografía tamaño carnet de cada uno de los Representantes Legales y/o Apoderados que operarán en la cuenta.
- Escritura pública de Constitución de la Sociedad.
- Copia de la Inscripción del extracto de dicha escritura en el Registro de Comercio, con constancia de sus anotaciones marginales.
- Certificación de Vigencia otorgado por el Registro de Comercio en los últimos 30 días.
- Publicación en el Diario Oficial de dicho extracto.

Anexo N°22. Gantt Implementación.

Actividades	Semana															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Constitución de la Sociedad	■															
Obtener Rut		■														
Inicio de actividades																
Trámite Informe Sanitario												■	■	■	■	
Adquisición de dominio			■													
Apertura Cuenta Corriente		■	■													
Habilitar medios de pago											■	■				
Patente Comercial																■
Arriendo de local		■														
Habilitación de la infraestructura del local		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■					
Compra mobiliario										■	■					
Reclutamiento y selección de equipo							■	■								
Implementación ERP							■	■								

Anexo N°23. Dotación 5 años

Cargo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Secretaria recepcionista	1	1	2	2	2
Administrativo		1	2	2	2
Fotógrafos profesionales		1	2	3	4
Asistentes	1	2	3	4	5
Aseador		1	2	2	2
Maquilladora		1	1	1	1
Encargado de personal			1	1	1
Gerente General	1	1	1	1	1
Fotógrafo profesional (socio)	1	1	1	1	1
Total	4	9	15	17	19

Anexo N°24. Horario y planificación

Personal Administrativo (Secretaria, Administrativo, Aseador)

Jornada de Lunes a Sábado en la cual, la jornada semanal de 45 horas de trabajo se distribuye de lunes a sábado en 5 jornadas de 8 horas diarias de trabajo y una jornada diaria de 5 horas.

La distribución de la jornada diaria será en dos turnos alternados de:

Turno 1: 5 jornadas diarias de 09:00 a 17:00 horas y una jornada de 10:00 a 15:00 horas,

Turno 2: 5 jornadas diarias de 13:00 a 21:00 horas y una jornada de 15:00 a 20:00 horas.

Fotógrafos y Asistentes:

Jornada de 45 horas semanales, distribuidas de lunes a domingo con las siguientes modalidades:

Dentro de cada ciclo de seis semanas se trabajará en turnos rotativos según la programación que se realice al efecto, cuyos horarios serán diferentes según corresponda de Lunes a Sábado o Lunes a Domingo, como se indica a continuación:

Horario para días Lunes a Sábado:

Turno 1: 5 jornadas diarias de 09:00 a 17:00 horas y una jornada de 10:00 a 15:00 horas,

Turno 2: 5 jornadas diarias de 13:00 a 21:00 horas y una jornada de 15:00 a 20:00 horas.

Horario para días Lunes a Domingo

Turno 3: 4 jornadas diarias de 9:00 a 16:00 horas, sábado de 10:00 a 17:00 y domingo de 10:00 a 20:00 horas.

El descanso diario para colación no formará parte de la respectiva jornada diaria.

En cada mes calendario dos días de descanso deberán recaer en día Domingo. Se dejará establecido en el Reglamento Interno en que de los períodos en que se labore de Lunes a Sábado, no dejará sin efecto la jornada de Lunes a Domingo, en atención a ser ésta será la jornada normal de la empresa.

Planificación mensual por turnos

		Secretaria	Administrativo	Aseador	Fotógrafo	Fotógrafo	Asistente	Asistente	Asistente
S1	Lun	T1	T2	T1	T1/T2		T1	T2	
S1	Mar	T1	T2	T1	T2	T3	T1	T2	
S1	Mié	T1	T2	T1	T2	T3	T1	T2	T3
S1	Jue	T1	T2	T1	T2	T3	T2	T1	T3
S1	Vie	T1	T2	T1	T2	T3	T2	T1	T3
S1	Sáb	T1	T2	T1	T2	T3	T2	T1	T3
S1	Dom				D	T3	D	D	T3
S2	Lun	T2	T1	T2	T1/T2		T2	T1	
S2	Mar	T2	T1	T2	T2	T3	T2	T1	
S2	Mié	T2	T1	T2	T2	T3	T2	T1	T3
S2	Jue	T2	T1	T2	T2	T3	T1	T2	T3
S2	Vie	T2	T1	T2	T2	T3	T1	T2	T3
S2	Sáb	T2	T1	T2	T2	T3	T1	T2	T3
S2	Dom				D	T3	D	D	T3
S3	Lun	T1	T2	T1		T1/T2			T1
S3	Mar	T1	T2	T1	T3	T2			T1
S3	Mié	T1	T2	T1	T3	T2	T3	T3	T1
S3	Jue	T1	T2	T1	T3	T2	T3	T3	T2
S3	Vie	T1	T2	T1	T3	T2	T3	T3	T2
S3	Sáb	T1	T2	T1	T3	T2	T3	T3	T2
S3	Dom				T3	D	T3	T3	D
S4	Lun	T2	T1	T2		T1/T2			T2
S4	Mar	T2	T1	T2	T3	T2			T2
S4	Mié	T2	T1	T2	T3	T2	T3	T3	T2
S4	Jue	T2	T1	T2	T3	T2	T3	T3	T1
S4	Vie	T2	T1	T2	T3	T2	T3	T3	T1
S4	Sáb	T2	T1	T2	T3	T2	T3	T3	T1
S4	Dom				T3	D	T3	T3	D

Anexo N°25. Descripción de cargos y funciones:

Secretaría recepcionista

Objetivo del cargo: Apoyar administrativamente contribuyendo con el correcto desarrollo de las labores que se realicen en la empresa.

Funciones principales del cargo:

- Recibir al público en el local
- Responder consultas y cotizar a los clientes potenciales que ingresen al local o que envíen consultas vía página web
- Atender reclamos y sugerencias del cliente
- Solicitar y coordinar con las empresas encargadas de las impresiones, los requerimientos de artículos de la Línea de productos elegidos por los clientes
- Coordinar el despacho de los productos al domicilio del cliente
- Confirmar la fecha y hora de la sesión fotográfica con el cliente
- Solicitar insumos a los proveedores
- Controlar, custodiar y confeccionar, en los casos que se requiera, documentación interna de la empresa

Perfil del cargo: Educación Licencia de Educación Media o equivalente, con especialización de Secretariado. Experiencia laboral 3 años ejerciendo actividades de secretariado. Conocimientos de Office a nivel avanzado. Hábil en el trato con las demás personas, Colaboración, Capacidad para trabajar en equipo. Disposición para entregar asesorar al cliente comprendiendo sus necesidades y orientando sus acciones para satisfacer las expectativas de éstos.

Remuneración del cargo: \$700.000 base

Administrativo

Objetivo del cargo: Realizar funciones de apoyo en tareas administrativas contables y administración del personal, ajustándose a la normativa legal vigente y a los procedimientos internos de la empresa.

Funciones principales del cargo

- Proporcionar información y coordinar tareas con el personal de la empresa externa que llevará la contabilidad.
- Enviar las nóminas de pago de remuneraciones
- Realizar la cuadratura de caja
- Realizar los depósitos bancarios de los pagos en efectivo que realicen los clientes

- Gestionar las capacitaciones para los empleados

Perfil del cargo: Técnico en Administración de empresas. Experiencia en el manejo contable. Manejo de software ERP y Office intermedio avanzado. Ordenado y detallista. Capacidad de análisis. Buen trato con las personas

Remuneración del cargo: \$650.000 Base

Fotógrafos profesionales

Objetivo del cargo: Realizar tomas fotográficas en sesiones a domicilio o en estudio. Procesar, retocar y editar fotografías digitales.

Funciones principales del cargo

- Dirigir la sesión fotográfica
- Realizar tomas fotográficas al natural, en estudio o a domicilio.
- Ordenar y seleccionar el material fotográfico.
- Seleccionar el equipo y material para realizar el trabajo.
- Realizar el mantenimiento preventivo y correctivo de los equipos.
- Cumplir con las normas y procedimientos en materia de seguridad establecidos por la organización.
- Asistir y asesorar a los clientes en la sesión

Perfil del cargo: Fotógrafo profesional titulado. Experiencia de 1 año o más en fotografía. Conocimiento en manejo de software de edición de fotos. Capacidad de trabajo en equipo. Capacidad de expresarse verbalmente en forma clara y precisa. Buen trato y paciencia. Iniciativa.

Remuneración del cargo: \$750.000 base

Remuneración del cargo Fotógrafo Profesional socio: \$1.300.000 base

Asistentes

Objetivo del cargo: Objetivo Apoyar al fotógrafo en las sesiones fotográficas, contribuyendo al correcto desarrollo de éstas.

Funciones principales del cargo

- Apoyar al fotógrafo en las sesiones de fotos, colaborando en todos los aspectos que sea necesario
- Interactuar con la mascota para lograr una imagen perfecta

- En el local, debe preparar el set, instalar luces y pantallas reflectoras, asegurar y fijar cables y demás objetos que se utilizarán en la sesión.
- En sesiones fuera del local, deberá transportar en el vehículo de la empresa todos los implementos para la sesión fotográfica y luego montar el set según las instrucciones del fotógrafo.
- Mantener en orden equipo y sitio de trabajo, y reportar cualquier anomalía.
- Atender al público en ausencia de la secretaria.

Perfil del cargo: Enseñanza media completa, licencia de conducir al día. Con conocimientos de entrenamiento de animales. Buen trato y paciencia. Conocimiento Office a nivel medio.

Remuneración del cargo: \$550.000 base

Aseador

Objetivo del cargo: encargado de mantener las instalaciones de acuerdo a las normas de higiene

Funciones principales del cargo

- Mantener el local y los baños en condiciones óptimas de higiene
- Limpiar desechos que pudiesen ocasionar las mascotas

Perfil del cargo: Enseñanza media, buen trato, amable.

Remuneración del cargo: \$400.000 base

Maquilladora

Objetivo del cargo: embellecer y asesorar al dueño de la mascota en la sesión de fotografía

Funciones principales del cargo

- Maquillar y peinar

Perfil del cargo: Enseñanza media, buen trato, amable.

Remuneración del cargo: \$450.000 base

Encargado de Personal

Objetivo del cargo: gestionar y coordinar la realización de los procesos administrativos relativos a las materias de personal de acuerdo a la normativa laboral vigente.

Funciones principales del cargo

- Atender consultas y recibir reclamos
- Mantener información actualizada de la vida laboral del empleado
- Controlar la asistencia de los trabajadores
- Gestionar la capacitación de los trabajadores
- Representar a la empresa en su relación con organismos laborales (juzgados laborales, inspección del trabajo)

Perfil del cargo: Ingeniero comercial, Administrador de empresa titulado, buen trato, amable.

Remuneración del cargo: \$1.000.000 base

Gerente General

Objetivo del cargo: Planificar, coordinar y organizar lo necesario para la apertura y puesta en marcha del proyecto. Será el encargado de comunicar al resto de los socios los avances y cumplimiento de metas de la empresa

Funciones principales del cargo

- Contratar y dirigir al personal
- Controlar las áreas de venta y contabilidad
- Llevar el control de gasto de la empresa
- Evaluar el desempeño del personal
- Revisar que los procesos se realicen de acuerdo a lo establecido

Perfil del cargo: Ingeniero Comercial con energía y motivación para emprender nuevos proyectos

Remuneración del cargo: \$1.300.000 base

Anexo N°26. Carta de responsabilidad

Cuando el cliente contrata la sesión fotográfica, se le entregará una Carta de Responsabilidad, la que debe devolver firmada al momento de iniciar la sesión.

Carta de Responsabilidad

Yo _____, rut _____ dueño de la mascota que se describe a continuación: (nombre), (raza), (edad), (color), Acepto la responsabilidad de mi mascota, mientras que ella se encuentre en dependencias del estudio Animal Click. Por la presente libero a Animal Click, sus empleados y representantes de cualquier responsabilidad por el daño, reclamos o perjuicios que pudiesen ocurrir como resultado la visita de mi mascota al estudio. Acepto toda la responsabilidad por cualquier daño y perjuicio a las personas, otros animales, bienes o equipos que pudiese causar mi mascota. Certifico además, que mi mascota está libre de enfermedad y de cualquier rasgo agresivo o comportamiento inusual, y no tengo ninguna razón para creer que mi mascota puede provocar lesiones personales o daños o que no voy a ser capaz de controlar a mi mascota en todo momento.

Fecha:

Firma del propietario:

Nombre:

Anexo N°27. Flujo Capital de Trabajo

	Año 1				Año 2							
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8
Total Ingresos por ventas	0	0	1.181.177	6.942.358	7.215.652	8.582.124	8.445.477	8.308.830	15.414.482	11.725.009	13.091.480	9.402.007
Total Pagos por compras	0	0	-197.736	-1.208.388	-3.451.616	-3.985.262	-3.919.350	-3.908.365	-5.193.650	-4.347.778	-4.732.265	-3.996.247
Gastos Adm. y ventas	-445.297	-445.297	-445.297	-445.297	-646.588	-646.588	-646.588	-646.588	-646.588	-646.588	-646.588	-646.588
Remuneraciones	0	0	-2.222.025	-2.945.475	-3.033.839	-3.033.839	-3.033.839	-3.033.839	-3.619.317	-3.619.317	-6.515.184	-6.515.184
Gasto de arriendo	-1.486.080	-1.486.080	-1.486.080	-1.486.080	-1.486.080	-1.486.080	-1.486.080	-1.486.080	-1.486.080	-1.486.080	-1.486.080	-1.486.080
Gasto Leasing Operativo camioneta	-302.243	-302.243	-302.243	-302.243	-302.243	-302.243	-302.243	-302.243	-302.243	-302.243	-302.243	-302.243
Mkt y publicidad	-1.459.300	-1.459.300	-1.459.300	-1.459.300	-310.267	-310.267	-310.267	-310.267	-310.267	-310.267	-310.267	-310.267
Total	-3.692.919	-3.692.919	-5.914.944	-6.638.394	-5.779.016	-5.779.016	-5.779.016	-5.779.016	-6.364.494	-6.364.494	-9.260.361	-9.260.361
Utilidad antes de impuesto	-3.692.919	-3.692.919	-4.931.503	-904.424	-2.014.980	-1.182.154	-1.252.889	-1.378.551	3.856.338	1.012.736	-901.146	-3.854.601
Impuesto												
Flujo Capital de Trabajo	-3.692.919	-3.692.919	-4.931.503	-904.424	-2.014.980	-1.182.154	-1.252.889	-1.378.551	3.856.338	1.012.736	-901.146	-3.854.601
Flujo CT Acumulado	-3.692.919	-7.385.839	-12.317.342	-13.221.766	-15.236.746	-16.418.900	-17.671.790	-19.050.341	-15.194.003	-14.181.267	-15.082.413	-18.937.014

Ingresos por venta considera 80% al contado y 20% a crédito.

Pagos por compras considera 90% facturas pagadas el mismo mes y 10% facturas pagadas a 30 días.

Anexo N°28. Estimación de ítems que componen el Estado de Resultado

Gastos de Administración y ventas

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Remuneraciones	2.377.050	27.383.616	72.618.433	76.091.453	79.694.949
Gasto combustible	80.000	840.000	865.200	891.156	917.891
Gastos Generales	702.372	2.407.117	2.407.117	2.407.117	2.407.117
Capacitación		300.000	300.000	300.000	300.000
Uso y mantención software	1.807.117	1.807.117	1.807.117	1.807.117	1.807.117
Internet y telefonía local	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000
Gasto Patente	55.800	111.600	111.600	111.600	111.600
Comisión POS	428.047	2.507.134	3.635.344	5.476.776	7.667.487
Seguros	166.667	500.000	500.000	500.000	500.000
Contabilidad externa	348.300	1.393.200	1.393.200	1.393.200	1.393.200
Total	4.158.236	35.142.667	81.530.895	86.871.302	92.692.244

Gasto de Arriendo

Arriendo local	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Local 1 - 72 m2	5.944.320	17.832.960	17.832.960	17.832.960	17.832.960
Local 2 - 72 m2			17.832.960	17.832.960	17.832.960
Total	5.944.320	17.832.960	36.735.898	37.837.975	38.973.114

Depreciación

Item	Categoría	Depreciación Acelerada (Años)
Equipamiento fotográfico	Equipo de audio y video.	2
Mobiliario	Muebles y enseres	2
Habilitación del local	Instalaciones en general (ejemplos: eléctricas, de oficina, etc.).	3
Software y licencias	Sistemas computacionales, computadores, periféricos, y similares (ejemplos: cajeros automáticos, cajas registradoras,	2

	etc.).	
Equipos Computacionales (Notebook, PC, Tablet)	Sistemas computacionales, computadores, periféricos, y similares (ejemplos: cajeros automáticos, cajas registradoras, etc.)	2
Terminal de venta POS	Sistemas computacionales, computadores, periféricos, y similares (ejemplos: cajeros automáticos, cajas registradoras, etc.)	2
Impresora Matriz para boletas formulario continuo	Sistemas computacionales, computadores, periféricos, y similares (ejemplos: cajeros automáticos, cajas registradoras, etc.)	2

Tabla depreciación Activo

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión inicial en Activos fijos	29.647.704					
Nuevos activos fijos				25.781.403		
Depreciación anual		13.244.149	13.244.149	3.159.406	11.310.999	11.310.999
Depreciación acumulada		16.639.149	33.278.298	36.437.704	47.748.702	59.059.701

Anexo N°29. Procedimiento ante mordedura y accidentes de mascota

Procedimiento ante mordedura de mascotas

Tratamiento de una mordedura menor:

1. Lavar las manos muy bien con jabón para evitar la infección
2. Si la mordedura no está sangrando en forma grave, se debe lavar la herida con un jabón desinfectante y agua potable durante 3 minutos, efectuando movimientos rotatorios y produciendo espuma. Luego se debe cubrir con una pomada antibiótica y un apósito limpio
3. Después del tratamiento, se deben lavar las manos nuevamente.

Tratamiento de una mordedura grave:

1. Si está sangrando en forma copiosa, se debe lavar la herida con suero fisiológico o agua destilada, luego aplicar presión directa con un trozo de gasa esterilizada y seca hasta que el sangrado se detenga.
2. Se trasladará al trabajador al centro médico más cercano.

Procedimiento ante accidente de mascota

En caso que la mascota tenga un accidente al interior del estudio fotográfico se mantendrá la calma y se llamará inmediatamente a la clínica veterinaria más cercana. Se contará en el local con los teléfonos de la clínica de urgencias más próxima.

Para enfrentar la urgencia, se intentará tranquilizar al animal hablándole de forma pausada y tranquila.

Se evaluará su estado: respira, está consciente, sangra, dónde tiene las heridas, ver si puede tener algo roto y si se mantiene en pie.

Como norma general se intentará mantener al animal tal y como lo encontramos y se le trasladará sin movimientos bruscos.

Primeros auxilios

En caso que el animal quede inconsciente se colocará su cuello de forma recta para permitir la entrada de aire, se abrirá su boca, se le sacará la lengua con cuidado y eliminará cualquier material que pueda impedir el paso del aire.

Se inmovilizará inmediatamente con cobijas y se le ubicará en una superficie rígida mientras se le transporta al centro veterinario.

Para comprobar que el animal respira, se debe observar si su pecho sube y baja. Si es necesario tomar el pulso, se le palpará la parte interna de las patas traseras. El número de pulsaciones habituales para un perro que pesa menos de 13 kilos estará entre 100 y 160 por minuto. Se debe contabilizar el número de latidos del perro a lo largo de 15 segundos y multiplicar la cantidad de pulsaciones percibidas por cuatro, para obtener el número de latidos por minuto.

Se debe intentar que el traslado del animal al veterinario sea lo menos incómodo y doloroso para él, acostándolo sobre una manta y nunca ubicarlo en el suelo del automóvil, ya que el menor frenazo podría lastimarlo más.

Hemorragias

Si el accidente causó una hemorragia en el animal, es esencial cortar la misma de inmediato aplicando sobre la herida una compresa de tela -nunca de algodón porque libera fibras- empapada en agua. Luego se acudirá al veterinario.

Fracturas

Ante una fractura en el animal se actuará con cuidado y suavidad, evitando todo movimiento innecesario, no se manipulará la zona, ya que se corre el riesgo de agravar la lesión.

Electrocución

Se llevará al animal inmediatamente al veterinario, porque podría tener secuelas internas y no evidenciar nada externamente.

Botiquín de primeros auxilios

Debe incluir guantes de goma estériles, tijeras, goma elástica para torniquetes, soluciones yodadas (antiséptica), férulas para un entablillado, vendas, pinzas, algodón, suero fisiológico, agua oxigenada, alcohol y gasas.

Anexo N°30. Código de Ética

El presente código define las normas básicas a que deben ajustarse todos los integrantes del equipo de trabajo de Animal Click, en lo referente a sus labores y actividades:

Los trabajadores deben ser honestos, desempeñar sus funciones con rectitud y dignidad. Deben mantener una conducta que fortalezca el prestigio de su actividad profesional y evidencie su voluntad de servicio a la compañía y al cliente.

En la ejecución de los trabajos debe proteger la vida y salud de sus compañeros, cliente y mascotas, para lo cual deberá evitar riesgos innecesarios.

Los trabajadores siempre deben sentir respeto y afecto por los animales de compañía.

Del Bienestar Animal:

El Bienestar Animal representa el modo en que un animal afronta las condiciones de su entorno, considerando que se encuentra en condiciones de bienestar si puede experimentar las 5 libertades de los animales (Farm Animal Welfare Council 1993):

- Libres de hambre y sed
- Libres de incomodidad
- Libres de dolor, injuria y enfermedad
- Libres de expresar su conducta normal
- Libres de miedo y distrés

En este sentido, Animal Click asume los siguientes Compromisos para lograr el bienestar de los animales de compañía que se fotografíen:

Reducción de Estrés: El momento de enfrentarse a una sesión fotográfica supone para muchas mascotas una situación estresante por lo que disponemos de un protocolo que minimiza la posible angustia experimentada por algunas mascotas:

- No se obligará al animal ni se le causará sufrimiento antes ni durante la sesión fotográfica
- En el estudio fotográfico se mantendrá una temperatura ambiental agradable para la mascota
- Se reducirá al mínimo necesario los niveles de ruido para mantener la calma del animal
- Se limitará la cantidad de personas y otros animales en la habitación en la que se realice la sesión fotográfica
- Todas las sesiones contarán con un fotógrafo y a lo menos un ayudante que se ocupará de mantener la atención del animal.

- Para llamar la atención de un perro se utilizarán sus golosinas favoritas o juguetes
- Durante la sesión se le darán tiempos para el descanso de la mascota
- Se limitará el número de clientes al mismo tiempo en el estudio fotográfico

Seguridad

- Nuestras instalaciones están diseñadas para propiciar un entorno de trabajo cómodo e higiénico
- Contamos con todos los permisos y requerimientos para el desarrollo de nuestra actividad
- El respeto a la seguridad de los animales es una prioridad de este estudio.
- El correcto manejo del animal es para nosotros tan importante como la fotografía.
- Disponemos de procedimientos de seguridad para nuestros clientes y un plan de prevención de riesgos laborales para los miembros de nuestro equipo
- La higiene y desinfección en instalaciones y equipo se realiza con la frecuencia definida en nuestro plan de higiene.

Confianza

- Ofrecemos transparencia en el servicio por lo que trabajamos a la vista del cliente.
- Proporcionamos asesoramiento y orientación al cliente sobre las actividades que se realizarán en cada servicio.