

## Tabla de contenido

|  |               |
|--|---------------|
| <b>1. INTRODUCCIÓN</b>   | <b>- 1 -</b>  |
| <b>2. OBJETIVOS Y RESULTADOS ESPERADOS</b>                             | <b>- 2 -</b>  |
| 2.1. OBJETIVO GENERAL  | - 2 -         |
| 2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS   | - 2 -         |
| 2.3. RESULTADOS ESPERADOS  | - 2 -         |
| <b>3. ALCANCE DEL TRABAJO</b>  | <b>- 2 -</b>  |
| 3.1. DESCRIPCIÓN DEL TEMA A ABORDAR Y LAS PREGUNTAS CLAVES A RESPONDER | - 3 -         |
| <b>4. MARCO CONCEPTUAL</b>   | <b>- 4 -</b>  |
| 4.1. <i>MOBILE PET GROOMING</i>  | - 4 -         |
| 4.2. GENERACIONES Y ESTILOS DE VIDA                                    | - 6 -         |
| 4.3. <i>MARKETING DIGITAL</i>  | - 8 -         |
| 4.4. GENERACIONES Y COMPORTAMIENTO DE COMPRA <i>ONLINE</i>             | - 8 -         |
| <b>5. DIAGNÓSTICO</b>  | <b>- 10 -</b> |
| 5.1. CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO EXTRANJERO                            | - 10 -        |
| 5.1.1. <i>Propuesta de valor</i>                                       | - 12 -        |
| 5.2. CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO CHILENO                               | - 14 -        |
| 5.2.1. <i>Población de mascotas en Chile</i>                           | - 15 -        |
| 5.2.2. <i>Población de mascotas en Santiago nor-oriente</i>            | - 17 -        |
| 5.2.3. <i>Tamaño de mercado y expectativas de crecimiento</i>          | - 17 -        |
| 5.3. ANÁLISIS DEL ENTORNO  | - 19 -        |
| 5.3.1. <i>Situación legislativa</i>                                    | - 19 -        |
| 5.3.2. <i>Situación socio-económica</i>                                | - 21 -        |
| 5.4. ANÁLISIS DE COMPETENCIA   | - 23 -        |
| 5.4.1. <i>Reconocimiento de la competencia indirecta</i>               | - 23 -        |
| 5.4.2. <i>Reconocimiento de competencia directa</i>                    | - 24 -        |
| 5.4.3. <i>Propuestas de valor</i>                                      | - 25 -        |
| 5.5. ANÁLISIS DE CLIENTES POTENCIALES                                  | - 27 -        |
| 5.5.1. <i>Definición encuesta y tamaño muestra</i>                     | - 27 -        |
| 5.5.2. <i>Resultados encuesta</i>                                      | - 28 -        |
| 5.5.3. <i>Definición de segmentos</i>                                  | - 33 -        |
| 5.5.4. <i>Mercado potencial</i>  | - 35 -        |
| <b>6. SÍNTESIS DE DIAGNÓSTICO</b>                                      | <b>- 35 -</b> |
| 6.1.1. <i>FODA externo</i>   | - 36 -        |
| 6.1.2. <i>FODA competidores</i>  | - 36 -        |
| 6.1.3. <i>FODA por segmento</i>  | - 37 -        |
| <b>7. DISEÑO DE ESTRATEGIA</b>   | <b>- 40 -</b> |
| 7.1. SEGMENTO(S) OBJETIVO  | - 40 -        |
| 7.2. TIPO DE ESTRATEGIA  | - 40 -        |
| 7.3. PROPUESTA DE VALOR  | - 41 -        |
| 7.4. DISEÑO DEL SERVICIO   | - 41 -        |

|   |               |
|---|---------------|
| 7.4.1. Servicio básico .....  | - 42 -        |
| 7.4.2. Adicionales e insumos.....                                       | - 42 -        |
| 7.4.3. Afectivos y fidelizantes .....                                   | - 43 -        |
| 7.4.4. Comodidad y bienestar.....                                       | - 44 -        |
| 7.5. PRECIO.....  | - 44 -        |
| 7.5.1. Consideración de precios competencia.....                        | - 44 -        |
| 7.5.2. Consideración de disposición a pagar del segmento objetivo ..... | - 45 -        |
| 7.5.3. Declaración del precio .....                                     | - 46 -        |
| 7.6. PLAZA .....  | - 47 -        |
| 7.7. PROMOCIÓN.....   | - 47 -        |
| 7.8. DOTACIÓN DE PERSONAL.....  | - 49 -        |
| 7.8.1. Capacitaciones.....  | - 50 -        |
| 7.8.2. Control de calidad.....  | - 50 -        |
| 7.9. LINEAMIENTOS OPERACIONALES .....                                   | - 50 -        |
| 7.9.1. Vehículo .....   | - 50 -        |
| 7.9.2. Duración del servicio .....                                      | - 51 -        |
| 7.9.3. Horarios de operación .....                                      | - 52 -        |
| 7.9.4. Programación de servicios .....                                  | - 52 -        |
| 7.9.5. Optimización logística.....                                      | - 53 -        |
| 7.10. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO (CANVAS).....                   | - 55 -        |
| <b>8. FACTIBILIDAD ECONÓMICA.....</b>                                   | <b>- 55 -</b> |
| 8.1. SUPUESTOS .....  | - 55 -        |
| 8.2. INVERSIÓN .....  | - 55 -        |
| 8.3. FINANCIAMIENTO .....   | - 56 -        |
| 8.4. PROYECCIONES DE VENTAS E INGRESOS .....                            | - 57 -        |
| 8.5. COSTOS .....   | - 58 -        |
| 8.6. CAPITAL DE TRABAJO .....   | - 60 -        |
| 8.7. TASA DE DESCUENTO.....   | - 60 -        |
| 8.8. ANÁLISIS FINANCIERO .....  | - 60 -        |
| 8.8.1. Estado de resultados.....  | - 60 -        |
| 8.8.2. Flujos de caja .....   | - 61 -        |
| 8.9. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....                                      | - 62 -        |
| 8.10. CONCLUSIONES SOBRE FACTIBILIDAD ECONÓMICA .....                   | - 64 -        |
| <b>9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>                           | <b>- 65 -</b> |
| 9.1. CONCLUSIONES.....  | - 65 -        |
| 9.2. RECOMENDACIONES .....  | - 66 -        |
| <b>10. BIBLIOGRAFÍA .....</b>   | <b>- 67 -</b> |
| <b>11. ANEXOS .....</b>   | <b>- 68 -</b> |