

Tabla de contenido

1. Introducción	- 1 -
2. Objetivos y resultados esperados	- 2 -
2.1. Objetivo general	- 2 -
2.2. Objetivos específicos	- 2 -
2.3. Resultados esperados	- 2 -
3. Alcance del trabajo	- 2 -
3.1. Descripción del tema a abordar y las preguntas claves a responder	- 3 -
4. Marco conceptual	- 4 -
4.1. Generaciones y estilos de vida	- 5 -
4.2. Marketing Digital	- 7 -
4.3. Generaciones y comportamiento de compra <i>online</i>	- 8 -
4.4. Análisis de desarrolladores de plataformas web	- 9 -
5. Diagnóstico	- 11 -
5.1. Caracterización del mercado chileno	- 11 -
5.1.1. Población de mascotas en Chile	- 11 -
5.1.2. Población de mascotas en sector oriente	- 13 -
5.1.3. Tamaño de mercado y expectativas de crecimiento	- 14 -
5.2. Análisis del entorno	- 14 -
5.2.1. Situación legislativa	- 14 -
5.3. Análisis de competencia	- 17 -
5.3.1. Reconocimiento de la competencia indirecta	- 17 -
5.3.2. Reconocimiento de competencia directa	- 18 -
5.4. Análisis de clientes potenciales	- 18 -
5.4.1. Definición encuesta y tamaño muestra	- 18 -
5.4.2. Resultados encuesta	- 18 -
5.4.3. Definición de segmentos	- 21 -
5.4.4. Mercado potencial	- 22 -
6. Síntesis de diagnóstico	- 24 -
6.1. FODA externo	- 24 -
6.2. FODA competidores	- 25 -
6.3. FODA por segmento	- 25 -
7. Diseño de estrategia	- 27 -
7.1. Segmento(s) objetivo	- 27 -
7.2. Tipo de estrategia	- 27 -

7.2.1.	Visión	- 27 -
7.2.2.	Misión	- 28 -
7.2.3.	Valores	- 28 -
7.3.	Propuesta de valor	- 28 -
7.4.	Diseño del servicio	- 28 -
7.4.1.	Servicio Básico	- 29 -
7.4.2.	Adicionales	- 29 -
7.4.3.	Afectivos y fidelizantes	- 29 -
7.5.	Precio.....	- 29 -
7.6.	Plaza.....	- 30 -
7.7.	Promoción.....	- 30 -
7.8.	Dotación de personal	- 31 -
7.8.1.	Objetivos del plan de personas.....	- 31 -
7.8.2.	Estructura organizacional	- 32 -
7.8.3.	Descripción de cargos	- 32 -
7.9.	Lineamientos operacionales.....	- 35 -
7.9.1.	Vehículo	- 35 -
7.9.2.	Duración del servicio	- 35 -
7.9.3.	Horarios de operación	- 36 -
7.9.4.	Programación de servicios.....	- 36 -
7.9.5.	Optimización logística.....	- 36 -
7.9.6.	Objetivos e indicadores operacionales.....	- 37 -
8.	Factibilidad económica	- 37 -
8.1.	Supuestos.....	- 37 -
8.2.	Inversión	- 38 -
8.3.	Financiamiento.....	- 39 -
8.4.	Proyecciones de ventas e ingresos	- 41 -
8.5.	Costos.....	- 41 -
8.6.	Capital de trabajo	- 43 -
8.7.	Tasa de descuento.....	- 45 -
8.8.	Análisis financiero	- 46 -
8.8.1.	Estado de resultados	- 46 -
8.8.2.	Flujos de caja	- 46 -
8.9.	Conclusiones sobre factibilidad económica	- 48 -
9.	Conclusiones y recomendaciones	- 48 -
9.1.	Conclusiones	- 48 -

9.2. Recomendaciones	- 49 -
10. Bibliografía	- 50 -
11. Anexos	- 52 -

Índice de ilustraciones

Figura 1: Frecuencia de visitas al veterinario	- 5 -
Figura 2: Mascotas en Chile.....	- 12 -
Figura 3: Población de mascotas en las comunas de Santiago Oriente	- 13 -
Figura 4: Artículo sobre el aumento en ventas online de productos para mascotas .	- 17 -
Figura 5: Principales respuestas de la encuesta	- 20 -
Figura 6: Precio por servicio.....	- 21 -
Figura 7: Organigrama	- 32 -

Índice de tablas

Tabla 1: Evolución de población de mascotas en Chile	- 13 -
Tabla 2: Estimación del tamaño de mercado de mascotas chileno.....	- 14 -
Tabla 3: Segmentos de clientes potenciales	- 21 -
Tabla 4: Tamaño del mercado.....	- 23 -
Tabla 5: FODA externo	- 24 -
Tabla 6: FODA competidores	- 25 -
Tabla 7: FODA segmento Ligero.....	- 25 -
Tabla 8: FODA segmento Mediano	- 26 -
Tabla 9: FODA segmento Pesado.....	- 26 -
Tabla 10: Objetivos plan de personas	- 31 -
Tabla 11: Programación de servicios	- 36 -
Tabla 12: Objetivos e indicadores operacionales	- 37 -
Tabla 13: IPC últimos 10 años	- 38 -
Tabla 14: Inversión.....	- 39 -
Tabla 15: Depreciaciones.....	- 39 -
Tabla 16: Resumen Depreciaciones	- 39 -

Tabla 17: Resumen crédito año 0	- 40 -
Tabla 18: Resumen crédito año 2	- 40 -
Tabla 19: Proyección de ventas	- 41 -
Tabla 20: Proyección de ingresos	- 41 -
Tabla 21: Costos de administración	- 42 -
Tabla 22: Remuneraciones	- 42 -
Tabla 23: Costos de operación por vehículo	- 42 -
Tabla 24: Costos de operación por servicio	- 43 -
Tabla 25: Costos variables y fijos	- 43 -
Tabla 26: Capital de trabajo	- 44 -
Tabla 27: Datos de referencia CAPM	- 45 -
Tabla 28: Tabla de referencia WACC	- 45 -
Tabla 29: Estado de resultado proyectado	- 46 -
Tabla 30: Flujo de caja proyectado	- 47 -