

16 DE JUNIO DE 2022

UNIVERSIDAD DEL SURESTE.

MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA.

MODELO DE NEGOCIOS.

SPA PETS.

TALLER DEL EMPRENDEDOR.

VICTOR MANUEL GONZALEZ SALAS.

EQUIPO 1:

SAIDE SELENE VELAZQUEZ GALLARDO.

JENIFER ALEJANDRA LOPEZ VICENTE.

BLANCA SAMAHÍ PEREZ PEREZ.



RESUMEN.

En la presente monografía se ha realizado un plan de negocios para la creación de un espacio de relajamiento y recreación para las mascotas en la Ciudad de Cacahoatán Chiapas, bajo el nombre SPA PET; el negocio consiste en la presentación de dos tipos de servicios; el tradicional y el innovador. El primero, el tradicional incluye los servicios normales brindados en una veterinaria y el segundo, el innovador, incluye adiestramiento para la mascota, espacio de recreación y relajamiento para la mascota.

INTRODUCCION:

¿Quién imaginaria hace algunas décadas que alguien podría gastar dinero en comprar jabón líquido con olor a bebe para su mascota? ¿O shampoo hidratante para el pelo de la misma? ¿Qué un corte de pelo para un canino cueste el doble que el corte de pelo de su dueño?, pues hoy en día la realidad salta a la vista ya que se ha creado una cultura de amor y cuidado hacia las mascota, ¿Cómo no consentir a quienes son considerados como un miembro más dentro del hogar?.

Estudios sobre animales han demostrado que no solo los seres humanos se estresan. Las mascotas también pueden sufrir de fuertes cuadros de tensión por verse rodeados de mucha gente, oír ruidos extraños o sentir olores desconocidos. En respuesta a esta nueva tendencia se ha se ha planteado una idea genial y divertida, un SPA para mascotas en la ciudad. La idea de negocio surge porque en la ciudad de Cacahoatán no existe un lugar donde se ofrezcan servicios veterinarios tradicionales y servicios personalizados e innovadores; la empresa "SPA PET", con el afán de responder a esta nueva tendencia pretende ofrecer a la ciudadanía servicios veterinarios tradicionales como servicios médicos y estéticos además incluirá servicios diferenciadores e innovadores los cuales incluyen adiestramiento, espacio de recreación y relajamiento para la mascota todo ello bajo la marca "SPA PET". Con este nuevo portafolio de servicios se pretenden establecer una diferencia en el mercado y dar un servicio de óptima calidad a los clientes, a quienes se preocupen en el cuidado de sus mascotas, ofreciéndoles tranquilidad, seguridad, ahorro de tiempo y calidad en el servicio.

- Misión. Ser una estética canina enfocada en trato ético, respetuoso y cariñoso a las mascotas, con calidad superior a la de la competencia, entregando toda la pasión al trabajo.
- Visión. Ser la estética canina con mayor presencia en la zona, innovando en servicio y calidad para la comodidad de las mascotas y de sus dueños.
- Valores.
 - Honestidad
 - Autodeterminación
 - Respeto
 - Compromiso
 - Responsabilidad.
- Ética

Ventajas competitivas. Ofrecer un servicio de alta rapidez sin dejar a lado la máxima calidad en el servicio, utilizando maquinaria de último nivel, prestando atención al más mínimo detalle de higiene. En SPA PET nos concentraremos en el cariño a las mascotas como si fueran nuestras, brindando comodidad, relajación y altos estándares de satisfacción al cliente.

Proceso creativo:

Hay muchos dueños que prefieren bañar a sus perros en casa por diferentes motivos, ya sea que por desconfianza a hacerlo en otro lugar, por no contar con un medio para transportar a su perro, por cuestiones económicas o por simple gusto. Por eso en SPA PETS te ofrecemos un servicio de alta calidad.

Este servicio cuenta con:

1. Preparamos todo lo necesario

Antes de comenzar, debemos tener a la mano todas las cosas que se van a necesitar como un shampoo especial para perros (incluso puedes usar uno especial en dado caso de que tu perro tenga alguna alergia o piel muy delicada), acondicionador en caso de que a tu perro se le hagan nudos, una toalla lo suficientemente grande, además de su cepillo para que podamos desenredarle el pelo antes de entrar. Es importante que el agua que se use debe estar tibia, ni muy caliente ni fría.

2. Mantener la energía calmada.

Si tu perro aún no disfruta tanto del baño recuerda que es fundamental que tú te encuentres tranquilo para que le puedas transmitir esa "buena vibra" a tu perro.

3. Darle un masajito al ponerle shampoo

Nunca subestimes el poder de un masaje, pues este puede hacer toda la diferencia entre un baño común y un baño al estilo spa para perro. Puedes usar un shampoo con esencia de eucalipto y hierbabuena para que el aroma sea más agradable. No olvides darle otro masajito al enjuagarlo. Al final, sécalo con una toalla.

4. Dale una infusión relajante

Si alguna vez has ido a un spa, sabrás que al inicio y al final de la sesión siempre te ofrecen tecitos relajantes para que te sientas mucho mejor y la experiencia sea más completa.

5. Dale un premio

Finalmente, dale un premio para que sepa que se portó muy bien en el baño y para que sea el perro más feliz del mundo. Puedes darle un premio que no es solo para consentirlo, sino también para mejorar su aliento, así el proceso de limpieza de tu perro será aún más completo.

Justificación:

En cinco países de América Latina que hicieron parte de un estudio adelantado por la firma GFK, el perro lidera con un 83% de preferencia entre la gente que suele tener animales en el hogar. En segundo lugar, se encuentra el gato, con un 22%, seguido de los pájaros, con 11%, los peces registran 5% y en último lugar, algún otro tipo de mascotas con 4%. 20 En México el 57% de la población cuenta con una mascota, en Ecuador el 48%, en Panamá el 47%, en Venezuela el 38% y en Colombia el 29% y de éstos, el 80% de los mexicanos tiene a un perro como mascota en su casa, 87% los venezolanos, 80% los colombianos, 82% los ecuatorianos y 93% de los panameños tiene uno.

“El mejor amigo del hombre”, es también el preferido en las más grandes ciudades de Colombia: Medellín y Barranquilla, en donde el 86% de quienes tienen mascota, mencionan tener uno, en tanto que en Bogotá el registro fue del 80% y en Cali del 74%. (Revista Dinero, 2012, p. 2) Considerando la tendencia a tener mascotas abre la oportunidad de mercado que justifica la realización de este estudio de viabilidad para la creación de un Spa para mascotas que se ubica en la comuna 17 de Cali, se abre una posibilidad de generar recursos para las inversionistas, puestos de empleos, y por supuesto se contribuye a la oferta de servicios que propenden por el bienestar de mascotas y sus propietarios. A través

de la realización de este estudio de viabilidad se podrá aplicar los planteamientos teóricos en torno a la gestión de marketing, gestión de procesos, diseño o estructura organizacional y análisis financiero. Cada una de estas teorías será analizada y utilizada para la comprensión de los diferentes resultados. Por lo tanto, la realización de este trabajo se convierte en la oportunidad de confrontar lo teórico versus lo práctico y así, aplicar lo aprendido en análisis de un caso de viabilidad.

Propuesta de valor.

Este spa y peluquería canina se prestará por medio de una camioneta adaptada, en cuya parte trasera se tiene lo necesario para proporcionar la asistencia de estética canina, desplazándose hasta el domicilio del cliente atendiendo a perros de todos los tamaños y razas; con un servicio personalizado que beneficia en trato a la mascota y en tiempo para el cliente (dueños/as de los animales o sus cuidadores/as) La empresa tiene como objetivo fundamental a largo plazo prestar servicios estéticos como: baños personalizados; servicios estéticos; tratamientos para la piel; cortes de pelo y uñas; limpieza de oídos, ojos, glándulas perianales y dientes y arreglo general a domicilio en la comuna 6.

En el lugar del domicilio, si no es posible que el cliente proporcione el agua y la electricidad, el vehículo cuenta con 2 tanques de agua, uno con agua limpia y el otro tanque para el agua residual, además el vehículo tiene una planta eléctrica para el funcionamiento de los equipos; las actividades clave deben incluir los desplazamientos y atención a las mascotas en su domicilio, la organización de la agenda, atención a las mascotas, realización y control de inventario de productos y materiales de estética, labores comerciales y captación de posibles aliados. Además la formación continua para la mejora de conocimiento sobre diagnosis y tratamiento debe ser fundamental.

-Oferta mercadológica

- ¿Qué necesidades cubre mi producto y/o servicio?

El aseo general de las mascotas de tipo canino que cubre corte, baño, secado, peinado, limpieza de orejas, limpieza superficial dental, corte de uñas, perfumado, etc.

- ¿Quién lo comprará?

Dueños de mascotas que prefieran una atención personalizada y profesional en el aseo de dichas mascotas caninas.

- ¿Por qué lo adquirirá?

Por la ubicación, la atención, la rapidez, la calidez y el excelente precio.

- ¿Dónde se podrá tener acceso a él?

Directamente en las instalaciones de SPA PET.

- ¿Por qué es mejor mi oferta que la de mis competidores directos?

Se ofrece una mayor calidad en el servicio así como rapidez con un precio accesible

1. Estructura del entorno

- Fortalezas.

Equipo nuevo y de alta tecnología.

Experiencia en el ramo de la veterinaria.

Instalaciones nuevas y con buena ubicación.

Oportunidades.

Poca competencia en la zona.

Mucha demanda del servicio.

- Debilidades.

Mercado perimetral con poco interés en la higiene de sus mascotas.

Instalaciones escondidas y con poca luz natural.

- Amenazas.

Competencia más grande y con mayor antigüedad.

Mercado poco dispuesto a pagar lo justo por el servicio.

- Público meta.

Hombres y mujeres de 15 a 60 años de edad vecinos de la zona, de un nivel socio económico medio-bajo, medio-alto, que tengan mascotas del tipo canino, que acostumbren llevarlas a asearlas a un lugar especializado a raíz del tiempo requerido y de la calidad resultante.

-Datos demográficos del mercado.

La ciudad de Cacahoatán, cuenta con una población estimada de 38,000 habitantes y cuenta con 9 veterinarias que ofrecen el servicio de estética canina, si tomamos en cuenta que el 33.8% de la población cuenta con 1 mascota del tipo canino (según datos del INEGI, 2010), refiere que cada estética canina tiene un margen de mercado de 1427.11 mascotas. Lo que indica una gran capacidad de atención y oportunidad mercadológica.

-Frecuencia del servicio.

El mercado no cuenta con una cultura de higiene continua en sus mascotas, por lo que en promedio, una familia habitante de la ciudad, lleva a su mascota a una estética canina cada 2 a 4 meses aproximadamente, lo que refiere a que una mascota del tipo canino es aseado profesionalmente 3 veces por año.

- Competidores.

DESCRIBE A LOS COMPETIDORES DE LA ZONA QUE DESEAS COLOCAR LA ESTÉTICA.

1. Estructura mecánica

Los servicios que se ofrecerán a partir del día uno de operaciones es: Baño Conagua caliente y masaje, lavado de dientes, limpieza de glándulas, secado rápido, corte de uñas, limpieza de oídos, corte de pelo (según la raza), productos anti pulgas, adorno y perfume. De igual manera se ofrecerán distintos accesorios para perro, tratamientos de aromaterapia y flores de Bach, de manera que cada persona puede elegir qué tanto nivel de relajación y limpieza desea para su mascota. Personal altamente capacitado y con experiencia veterinaria, tratará acorde a los valores institucionales a la mascota, para que ésta se sienta relajada, limpia y feliz.

- **Precio del producto y/o servicio.**

Tamaño	Baño normal	Baño relajante
Extra Chico	\$ 100.00	\$ 130.00
Chico	\$ 120.00	\$ 150.00
Mediano	\$ 140.00	\$ 180.00
Grande	\$ 180.00	\$ 210.00
Extra Grande	\$ 210.00	\$ 240.00

- Planes de pago. Los pagos se harán de manera directa en efectivo y por tarjeta bancaria con un cargo extra del 3%

-Fuerza de ventas. La fuerza de ventas primordial será la recomendación de boca en boca, ya que el trabajo respaldará la calidad que se ofrece.

-Canales de distribución.

1.- El servicio se realizará en las instalaciones de DANÉS SPA CANINO.

-Canales de comunicación.

1.- Redes sociales:

1. Instagram

2. Facebook

3. Twitter

4. Snapchat

2.- Página web del Spa canino

3.- Publicidad visual en la zona.

4.- Perifoneo

5. Estructura financiera

DESCRIBIR LOS INGRESOS Y EGRESOS QUE TENDRÁS EN LOS PROXIMOS

3 AÑOS

6. Recursos humanos

La empresa será administrada, atendida y dirigida por el MVZ, quien en su momento determinará un organigrama basado en la capacidad y la fuerza laboral. SPA PET, crecerá conforme a la demanda.

Objetivos del marketing a corto, mediano y largo plazo.

Corto plazo:

- **Objetivos cuantitativos:** Ganar mercado de la competencia de al menos el 15 % de sus clientes.
- **Objetivos cualitativos:** Implantar una estrategia publicitaria fuerte.
- Estrategar valor agregado a cada servicio a través de estrategias internas externas.

Mediano plazo:

- **Objetivos cuantitativos:** aumentar las ventas en un 5%. Lograr afiliar al 50% del mercado total de caninos y felinos cuyos propietarios sean de estrato alto para el servicio de SPA.
- **Objetivos cualitativos:** Mantener una fuerte campaña publicitaria que permita al cliente identificar a la empresa.
- Hacer que la población cercana reconozca a SPA PET como única empresa de SPA para mascotas.

Largo plazo.

- **Objetivos cuantitativos:** Lograr afiliar al 75% de caninos y felinos cuyos propietarios sean de estrato alto para el servicio de SPA.
- Aumentar las ventas un 5% más respecto a años anteriores.
- **Objetivos cualitativos:** hacer que la población reconozca a SPA PET como la mejor empresa en la presentación de sus servicios.
- Invertir en equipos de medicina para que la atención médica sea brindada por la misma empresa.

Investigación de mercado.

Definición del problema a investigar:

El problema a investigar principalmente consiste en obtener la información necesaria para poder evaluar la creación de un lugar de relajamiento para mascotas en la ciudad de cacahoatan.

Objetivo general de la investigación

- Determinar el grado de aceptación y demanda de los clientes para la creación de un espacio de recreación y relajamiento de mascotas en la ciudad de cacahoatan.

Objetivos específicos de la investigación.

- Determinar la tendencia de las mascotas en la ciudad según tipo de mascotas (perro y gatos)
- Determinar el perfil de la competencia con respecto a nivel de gasto y productos y servicios que el cliente demanda anualmente.
- Conocer los factores que valoran los clientes de su veterinaria actual.
- Determinar el nivel de satisfacción de los clientes con respecto a su veterinaria actual.
- Conocer los atributos valorados por los clientes al recibir un servicio veterinario.
- Determinar el precio de los servicios que los clientes pagarían por los nuevos servicios.

Segmento de mercado en que la empresa pretende incursionar:

Variables Zoográficas:

- Perros
- Gatos

Variables Geográficas:

- Personas que habiten en la zona urbana de Cacahoatán y Unión Juárez.

Variables Psicográficas:

Estrato Socioeconómico

- Alto

Estilo de Vida:

- Innovador

Características Principales:

Un circuito de spa para perros puede incluir lavado de hidromasaje en cabina insonorizada, una ducha de agua pulverizada que les abre los poros, hidromasaje que le tonifica y enjuague. El perro sale como nuevo y con la piel sana y reluciente. Además, se pueden contratar terapias complementarias como la acupuntura.

El secado se inicia en la cabina y se termina a mano, se seca con una toalla, se le puede aplicar una mascarilla nutritiva para la piel para recuperar la humedad que pierde en el baño y se pasa a la cabina secadora, la forma más relajante y efectiva de secarle en lugar de usar el secador cuyo ruido es muy molesto.

La peluquera canina puede aplicar un jabón de ozono que se da para que le oxigene la piel y le ayude a matar las bacterias. En el siguiente baño penetra mejor el champú. Se termina el circuito con un masaje relajante con aceites esenciales. El perro sale como nuevo y con la piel sana y reluciente. Además, se pueden contratar terapias complementarias como la acupuntura.

Una sesión de peluquería para gatos puede ser útil para los gatos de pelo largo como los gatos persas, para que no pase calor ni acumule bolas de pelo. Sanear el pelo, quitar el pelo muerto.

Para terminar el circuito de spa se le ofrece un capricho como cerveza para perros y gatos sin alcohol de carne, malta y agua, que ayuda a los gatos contra la formación de bolas de pelo. Otros artículos de capricho son chocolate para perros sin azúcar o se puede adquirir artículos especiales como discos musicales para mejorar el estado de bienestar de nuestras mascotas.

Participación de la competencia en el mercado.

Debido a que no se tiene un competidor directo ya que el foco del servicio es diferente al de las veterinarias tradicionales, vamos a tomar como competencia a las veterinarias tradicionales, entre ellas tenemos:

- Veterinaria Lupita.
- Clínica veterinaria Teckel.
- Veterinaria VR
- Centro médico veterinario.
- Veterinaria Valeria.

Las clínicas veterinarias son calificadas como competidores potenciales, pues estas pueden equiparse y plantear un negocio similar al de SPA PET. A continuación se menciona las barreras de entrada para los nuevos competidores.

- Costo de inversión: esta representa una alta barrera de entrada.
- Patentes y gastos legales: La barrera de entrada es baja, pues no hay limitantes.
- Para la creación de este tipo de negocio y dependerá más del capital que se tenga, por lo que la amenaza de nuevos entrantes es alta.
- Imagen y lealtad de marca: Al no haber una marca definida en el mercado, las barreras de entrada son bajas y la amenaza es alta ya que no existe fidelidad por los clientes hacia una marca determinada.
- Requisitos de capital: La barrera de entrada es alta, pues se necesita de un capital elevado.

En conclusión, el atractivo para la industria es media.

Servicio ofrecido.

- Servicio de masajes relajantes.
- Baño con agua tibia.
- Secado rápido.

- Rape y corte según la raza.
- Corte de uñas
- Venta de accesorios para perro y boutique.
- Lavado de dientes.
- Limpieza de oídos.
- Limpieza de lagrimales.
- Limpieza de glándulas nasales.
- Loción canina natural.
- Veterinario.

Costo del servicio

Precio del producto y/o servicio.

Tamaño	Baño normal	Baño relajante
Extra Chico	\$ 100.00	\$ 130.00
Chico	\$ 120.00	\$ 150.00
Mediano	\$ 140.00	\$ 180.00
Grande	\$ 180.00	\$ 210.00
Extra Grande	\$ 210.00	\$ 240.00

Costos variables

COSTOS VARIABLES		
Detalle	Costo Mensual	Costo Anual
Agua	\$ 220.00	\$ 2,640.00
Luz	\$ 350.00	\$ 4,200.00
Alimento Mascotas	\$ 560.00	\$ 6,720.00
Telefono	\$ 200.00	\$ 2,400.00
Suministros Spa	\$ 800.00	\$ 9,600.00
Suministros Oficina & Limpieza	\$ 500.00	\$ 6,000.00
Mantenimiento	\$ 700.00	\$ 8,400.00
TOTAL	\$ 3,330.00	\$ 39,960.00

Costos fijos.

COSTOS FIJOS		
Detalle	Costo Mensual	Costo Anual
Sueldo Gerente	\$ 12,000.00	\$ 144,000.00
Sueldos Administrativos	\$ 5,000.00	\$ 60,000.00
Internet	\$ 500.00	\$ 6,000.00
Renta	\$ 3,000.00	\$ 36,000.00
Uniformes	\$ 750.00	\$ 1,500.00
Honorarios Contador	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00
Adiestrador Canino	\$ 1,200.00	\$ 14,400.00
Personal Spa	\$ 2,200.00	\$ 26,400.00
Personal de Limpieza	\$ 3,000.00	\$ 36,000.00
TOTAL	\$ 28,650.00	\$ 336,300.00

Porcentaje de ganancia que deseo obtener.

En un spa para mascotas hay ciertas relaciones que debo cuidar: una es con los proveedores (que dependiendo de tu comportamiento de consumo pueden darte crédito, descuentos o capacitación) y otra es con los empleados/colaboradores (por aquello de que son el rostro de la empresa ante los clientes).

El servicio de spa y entrenamiento considero una ganancia de 15% a 20% en lo que mi proyecto agarra estabilidad y si veo que me va bien podría subir un 10% más a lo que ya estaba.

Plan de introducción del mercado.

Un SPA es un lugar donde se ofrecen terapias, tratamientos y actividades relajantes, que ayudan a solucionar los pequeños problemas musculares y óseos que son provocados por estrés que sufren nuestras mascotas, la misma que estará ubicada en la ciudad de Cacahoatan . A través del diseño del Plan de negocios para la creación de un SPA dedicado al cuidado y relajamiento muscular para mascotas, se logrará satisfacer el requerimiento de las familias para el cuidado de sus animales domésticos, en el cual se logrará establecer una empresa sólida y bien estructurada, creando nuevas fuentes de empleo para los habitantes del sector, y permitiendo además obtener la rentabilidad necesaria que satisfaga las expectativas de los inversionistas y cubra además las necesidades de las familias de Cacahoatan.

SPA PET es una ingeniosa iniciativa que se impulsara en la ciudad de Cacahoatan. La iniciativa consiste en la presentación de dos tipos de servicios: el tradicional y el innovador.

El tradicional constará de un servicio dado en una veterinaria y el innovador constará de un lavado de hidromasaje en cabina insonorizada, una ducha de agua pulverizada que les abre los poros, hidromasaje que le tonifica y enjuague. El perro sale como nuevo y con la piel sana y reluciente. Además, se pueden contratar terapias complementarias como la acupuntura. El secado se inicia en la cabina y se termina a mano, se seca con una toalla, se le puede aplicar una mascarilla nutritiva para la piel para recuperar la humedad que pierde en el baño y se pasa a la cabina secadora, la forma más relajante y efectiva de secarle en lugar de usar el secador cuyo ruido es muy molesto. La peluquera canina puede aplicar un jabón de ozono que se da para que le oxigene la piel y le ayude a matar las bacterias. En el siguiente baño penetra mejor el champú. Se termina el circuito con un masaje relajante con aceites esenciales. El perro sale como nuevo y con la piel sana y reluciente. Además, se pueden contratar terapias complementarias como la acupuntura. Una sesión de peluquería para gatos puede ser útil para los gatos de pelo largo como los gatos persas, para que no pase calor ni acumule bolas de pelo. Sanear el pelo, quitar el pelo muerto. Para terminar el circuito de spa se le ofrece un capricho como cerveza para perros y gatos sin alcohol de carne, malta y agua, que ayuda a los gatos contra la formación de bolas de pelo. Otros artículos de capricho son chocolate para perros sin azúcar o se puede adquirir artículos especiales como discos musicales para mejorar el estado de bienestar de nuestras mascotas.

Riesgos y oportunidades del mercado.

Oportunidades:

- La estética, imagen y belleza en las mascotas está en auge en el mundo actual.
- Actualmente existe un nivel alto de consumo de servicios de limpieza y estética para las mascotas.
- Potencial incremento de la demanda de servicios para mascotas.
- Expandir la línea de servicios para mascotas, a fin de satisfacer las necesidades de los clientes.

Riesgos:

- Incremento de peluquerías caninas en el sector.
- Posibilidad de que la competencia incorpore nuestros servicios e ideas.
- Precios más bajos de la competencia.
- Poca disposición de personal en estética para mascotas.

DIBUJO DE MENSAJE PUBLICITARIO.



A) Determinar cuánto costara elaborar el producto o prestar el servicio y definir qué política de precios se utilizara.

Costo del servicio:

Tamaño	Baño normal	Baño relajante
Extra Chico	\$ 100.00	\$ 130.00
Chico	\$ 120.00	\$ 150.00
Mediano	\$ 140.00	\$ 180.00
Grande	\$ 180.00	\$ 210.00
Extra Grande	\$ 210.00	\$ 240.00

Costos variables:

COSTOS VARIABLES			
Detalle	Costo Mensual	Costo Anual	
Agua	\$ 220.00	\$ 2,640.00	
Luz	\$ 350.00	\$ 4,200.00	
Alimento Mascotas	\$ 560.00	\$ 6,720.00	
Telefono	\$ 200.00	\$ 2,400.00	
Suministros Spa	\$ 800.00	\$ 9,600.00	
Suministros Oficina & Limpieza	\$ 500.00	\$ 6,000.00	
Mantenimiento	\$ 700.00	\$ 8,400.00	
TOTAL	\$ 3,330.00	\$ 39,960.00	

Costos fijos:

COSTOS FIJOS		
Detalle	Costo Mensual	Costo Anual
Sueldo Gerente	\$ 12,000.00	\$ 144,000.00
Sueldos Administrativos	\$ 5,000.00	\$ 60,000.00
Internet	\$ 500.00	\$ 6,000.00
Renta	\$ 3,000.00	\$ 36,000.00
Uniformes	\$ 750.00	\$ 1,500.00
Honorarios Contador	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00
Adiestrador Canino	\$ 1,200.00	\$ 14,400.00
Personal Spa	\$ 2,200.00	\$ 26,400.00
Personal de Limpieza	\$ 3,000.00	\$ 36,000.00
TOTAL	\$ 28,650.00	\$ 336,300.00

Porcentaje de ganancia que desea obtener:

En un spa para mascotas hay ciertas relaciones que debo cuidar: una es con los proveedores (que dependiendo de tu comportamiento de consumo pueden darte crédito, descuentos o capacitación) y otra es con los empleados/colaboradores (por aquello de que son el rostro de la empresa ante los clientes).

El servicio de spa y entrenamiento considero una ganancia de 15% a 20% en lo que mi proyecto agarra estabilidad y si veo que me va bien podría subir un 10% más a lo que ya estaba.

Precio de venta ($P + \% \text{ de ganancia} = PV$) g Punto de equilibrio ($PE = CF / (PV - CV)$).

Precio Producto = P	\$ 31,980.00
% Ganancia	\$ 6,396.00
Precio de Venta	\$ 38,376.00
Punto de Equilibrio	\$ 0.82

Plan de introducción al mercado.

Un SPA es un lugar donde se ofrecen terapias, tratamientos y actividades relajantes, que ayudan a solucionar los pequeños problemas musculares y óseos que son provocados por estrés que sufren nuestras mascotas, la misma que estará ubicada en la ciudad de Cacahoatan . A través del diseño del Plan de negocios para la creación de un SPA dedicado al cuidado y relajamiento muscular para mascotas, se logrará satisfacer el requerimiento de las familias para el cuidado de sus animales domésticos, en el cual se logrará establecer una empresa sólida y bien estructurada, creando nuevas fuentes de empleo para los habitantes del sector, y permitiendo además obtener la rentabilidad necesaria que satisfaga las expectativas de los inversionistas y cubra además las necesidades de las familias de Cacahoatan. SPA PET es una ingeniosa iniciativa que se impulsara en la ciudad de Cacahoatan. La iniciativa consiste en la presentación de dos tipos de servicios: el tradicional y el innovador. El tradicional constará de un servicio dado en una veterinaria y el

innovador constara de un lavado de hidromasaje en cabina insonorizada, una ducha de agua pulverizada que les abre los poros, hidromasaje que le tonifica y enjuague. El perro sale como nuevo y con la piel sana y reluciente. Además, se pueden contratar terapias complementarias como la acupuntura. El secado se inicia en la cabina y se termina a mano, se seca con una toalla, se le puede aplicar una mascarilla nutritiva para la piel para recuperar la humedad que pierde en el baño y se pasa a la cabina secadora, la forma más relajante y efectiva de secarle en lugar de usar el secador cuyo ruido es muy molesto. La peluquera canina puede aplicar un jabón de ozono que se da para que le oxigene la piel y le ayude a matar las bacterias. En el siguiente baño penetra mejor el champú. Se termina el circuito con un masaje relajante con aceites esenciales. El perro sale como nuevo y con la piel sana y reluciente. Además, se pueden contratar terapias complementarias como la acupuntura. Una sesión de peluquería para gatos puede ser útil para los gatos de pelo largo como los gatos persas, para que no pase calor ni acumule bolas de pelo. Sanear el pelo, quitar el pelo muerto. Para terminar el circuito de spa se le ofrece un capricho como cerveza para perros y gatos sin alcohol de carne, malta y agua, que ayuda a los gatos contra la formación de bolas de pelo. Otros artículos de capricho son chocolate para perros sin azúcar o se puede adquirir artículos especiales como discos musicales para mejorar el estado de bienestar de nuestras mascotas. Riesgos y oportunidades del mercado.

Oportunidades:

- La estética, imagen y belleza en las mascotas está en auge en el mundo actual.
- Actualmente existe un nivel alto de consumo de servicios de limpieza y estética para las mascotas.
- Potencial incremento de la demanda de servicios para mascotas.
- Expandir la línea de servicios para mascotas, a fin de satisfacer las necesidades de los clientes.

Riesgos:

- Incremento de peluquerías caninas en el sector.
- Posibilidad de que la competencia incorpore nuestros servicios e ideas.
- Precios más bajos de la competencia.
- Poca disposición de personal en estética para mascotas

Continúa desarrollando un modelo de negocios, ahora agrega a lo ya realizado los temas que se estudiaron esta semana.

8.1 Objetivos del área de producción:

Corto plazo:

- Objetivos cuantitativos: Ganar mercado de la competencia de al menos el 15 % de sus clientes.
- Objetivos cualitativos: Implantar una estrategia publicitaria fuerte.
- Estrategar valor agregado a cada servicio a través de estrategias internas y externas.

Mediano plazo:

- Objetivos cuantitativos: aumentar las ventas en un 5%.
- Lograr afiliar al 50% del mercado total de caninos y felinos cuyos propietarios sean de estrato alto para el servicio de SPA.
- Objetivos cualitativos: Mantener una fuerte campaña publicitaria que permita al cliente identificar a la empresa.
- Hacer que la población cercana reconozca a SPA PET como única empresa de SPA para mascotas.

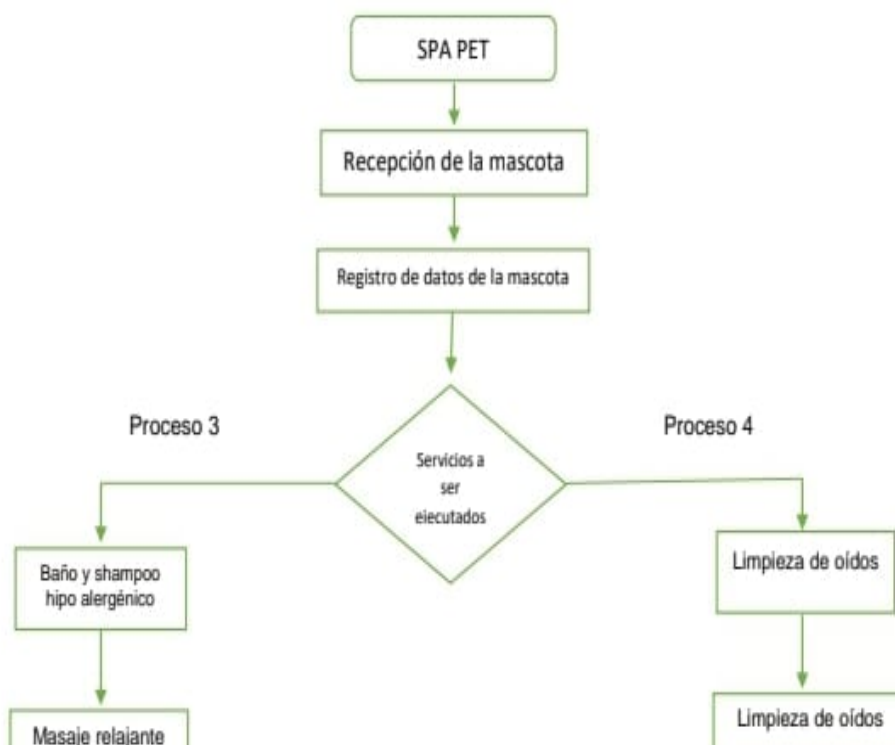
Largo plazo.

- Objetivos cuantitativos: Lograr afiliar al 75% de caninos y felinos cuyos propietarios sean de estrato alto para el servicio de SPA.
- Aumentar las ventas un 5% más respecto a años anteriores.
- Objetivos cualitativos: hacer que la población reconozca a SPA PET como la mejor empresa en la presentación de sus servicios.
- Invertir en equipos de medicina para que la atención médica sea brindada por la misma empresa.

8.3 Descripción del proceso de producción:

- *Baño con agua calientita (Lavado de hidromasaje en cabina insonorizada y agua pulverizada que les abre los poros). 20 a 30 min.
- *Shampoo hipo alérgico. 10 min.
- Secado rápido. 10 min
- corte de pelo 30 a 40 min.
- *Cepillado Profesional. 10 a 15 min
- *Limpieza de oídos. 15 min.
- *Limpieza de lagrimales. 10 min.
- *Limpieza de dientes. 10 min.
- *Loción Canina (100% Natural a base de Melaleuca, Limón, Eucalipto y Citronella, hierbas potentes que funcionan como anti pulgas, infecciones en la piel y repelente natural). 3 min.
- *Corte y limado de uñas. 20 min.
- *Limpieza de glándulas anales. 5 a 10 min.
- *Masaje relajante con aceite de lavanda. 20 min.
- *Adorno (corbata o moño). 3 min.

8.4 Diagrama de flujo de proceso.



8.5 características de la tecnología:

Contamos con las mejores instalaciones y tecnología de calidad así como lo es: Lavado de hidromasaje en cabina insonorizada, una ducha de agua pulverizada que les abre los poros, hidromasaje que le tonifica y enjuague. El perro sale como nuevo y con la piel sana y reluciente. Además, se pueden contratar terapias complementarias como la acupuntura. El secado se inicia en la cabina y se termina a mano, se seca con una toalla, se le puede aplicar una mascarilla nutritiva para la piel para recuperar la humedad que pierde en el baño y se pasa a la cabina secadora, la forma más relajante y efectiva de secarle en lugar de usar el secador cuyo ruido es muy molesto.

La peluquera canina puede aplicar un jabón de ozono que se da para que le oxigene la piel y le ayude a matar las bacterias. En el siguiente baño penetra mejor el champú. Se termina el circuito con un masaje relajante con aceites esenciales. El perro sale como nuevo y con la piel sana y reluciente. Además, se pueden contratar terapias complementarias como la acupuntura.

8.7 materia prima.

COSTOS VARIABLES			
Detalle	Costo Mensual	Costo Anual	
Agua	\$ 220.00	\$ 2,640.00	
Luz	\$ 350.00	\$ 4,200.00	
Alimento Mascotas	\$ 560.00	\$ 6,720.00	
Telefono	\$ 200.00	\$ 2,400.00	
Suministros Spa	\$ 800.00	\$ 9,600.00	
Suministros Oficina & Limpieza	\$ 500.00	\$ 6,000.00	
Mantenimiento	\$ 700.00	\$ 8,400.00	
TOTAL	\$ 3,330.00	\$ 39,960.00	