

ZEGEL IPAE
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS



DOG SHOWER

**Proyecto profesional para obtener el título de Bachiller en Administración de
Negocios presentada por:**

ESCOBAR LUJAN, Alexandra Elizabeth
MARCA QUISPE, Luis German
QUEVEDO PERALTA, Claudia Lisseth

IC71810616
IC73772636
IC73006284

Ica, 2020

RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad muchas familias le dan gran acogida al cuidado de sus mascotas, eso conlleva a un gran consumo de productos y servicios de aseo para ellos. Ante ello nace “Dog Shower” un negocio basado en una aplicación móvil de descarga, en el cual las personas podrán localizar en tiempo real las diferentes veterinarias del Distrito Iqueño, saber costos del servicio y más, aparte de ello al contactar los hogares con la veterinaria de su agrado, “Dog Shower” ofrece el servicio de traslado ida y vuelta de la mascota con el objetivo de que las personas ahorren tiempos de espera y puedan aprovechar mejor ese tiempo. La App Móvil es una plataforma con una diferenciación única, ya que brinda un servicio integrado, una experiencia agradable, segura y de calidad, con la finalidad de satisfacer a los dueños de las mascotas y los centros especializados (Veterinarias).

El cuidado e interés por las mascotas cada vez más ha ido creciendo con el tiempo. En el Perú existe alrededor de un millón y medio de mascotas, entre gatos y perros, otros estudios afirman que los familiares destinan un gasto de S/ 200.00 soles mensuales para su cuidado, aparte de ello pueden haber emergencias como accidentes o enfermedades lo cual genera un incremento en la inversión destinada a las mascotas.

Se quiere que esta oportunidad de negocio se dé a conocer mediante las redes sociales y vía online, analizando la situación actual de las personas, cada día más Pets friendly. Tras haber realizado una investigación puesta a facilitar a los clientes la ubicación más cercanas de veterinarias, para “Dog Shower” lo primordial es el servicio de calidad y la consideración para que sea una de las mejores aplicación móvil, por ello se implementaron diferentes estrategias de marketing, muy aparte de las redes sociales que es fundamental para estar en contacto continuo con los clientes.

Concluyendo con los estudios de mercado de manera óptima, se inició con los siguientes fases del Proyecto (Diagnostico del Plan, Planeamiento Estratégico, Estudio de mercado, Plan de comercialización, Plan Técnico, Plan Organizacional y el Plan Financiero), para el presente proyecto se hizo una Inversión de S/30,188.36 soles, la misma que tiene un periodo de recuperación de cinco años, el proyecto arrojó resultados positivos, un VANF de S/ 26108.79 soles, una TIRF de 60%. Para éste cálculo, se utilizó una tasa de oportunidad del 20.82%. Por último se obtuvo el Coeficiente Beneficio/Costo S/ 1.83, dichos montos afirman la rentabilidad y viabilidad del proyecto.