AAS1962

República Bolivariana de Venezuela
Universidad Católica Andrés Bello
Dirección General de Estudios de Postgrado
Área Ciencias Administrativas y de Gestión
Especialización en Administración de Empresas

Trabajo Especial de grado para optar al Título de especialista en Administración de Empresas Mención Mercadeo.

Estudio de Mercado para la creación de un local comercial de Café y Dulces con el libre acceso y permanencia de mascotas, específicamente perros y gatos.

Autora : Ordoñez, Gladys T.
CI: 11.741.967
Tutor: Vincenzo Ruggiero
CI: 6.059.534

Caracas, Junio 2011

Universidad Católica Andrés Bello
Dirección General de Estudios de Postgrado
Área Ciencias Administrativas y de Gestión
Especialización en Administración de Empresas

Trabajo Especial de grado para optar al Título de Especialista en Administración de Empresas Mención Mercadeo.

Estudio de Mercado para la creación de un local comercial de Café y Dulces con el libre acceso y permanencia de mascotas, específicamente perros y gatos.

Autor: Gladys T. Ordoñez
Tutor: Vincenzo Ruggiero

Resumen

Este trabajo busca dar a conocer un proyecto basado en la investigación de campo, relacionado a la factibilidad de la creación de un local comercial de dulces con el libre acceso y permanencia de mascotas, específicamente perros y gatos. La idea es crear un lugar donde las personas puedan asistir con sus mascotas y a su vez disfrutar de algún tipo de bocadillo dulce o de algún café sin tener que preocuparse en dejar a sus mascotas fuera de las instalaciones del local. Este esquema de negocio surge a raíz de la necesidad que existe las personas que tienen mascotas, las cuales constantemente presentan interés en pasar más tiempo con ellas y se ven limitados por falta de espacios donde puedan hacerlo. Aquí se presenta el estudio de mercado de esta idea innovadora.

Índice

Introducción 1

1. Problema 3

1.1 Contextualización del problema y su delimitación 3

1.2 Interrogantes de la investigación 5

1.3 Objetivo de la Investigación 5

1.3.1 Objetivo General 5

1.3.2 Objetivos Específicos 6

1.4 Justificación e importancia de la investigación 6

2. Marco Teórico Referencial 8

2.1 Antecedentes relacionados con la investigación 8

2.2 Bases Teóricas (Aspectos Medulares) 10

3. Marco Metodológico 13

3.1 Tipo y diseño de la investigación 13

3.2 Población y Muestra 14

3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de la información 14

3.4 Procedimiento 15

3.5 Análisis e interpretación de los datos 15

3.6 Presentación de los resultados 17

3.7 Cronograma de Actividades 29

4. Conclusiones 30

5. Recomendaciones 31

Bibliografía 32

Anexos 33

Introducción

El estudio de mercado es una de las herramientas más importantes y complejas que deben realizarse para la creación y desarrollo de cualquier proyecto de negocio, ya que, define el medio en el que habrá que llevarse a cabo el proyecto. En este estudio se analiza el mercado o entorno del proyecto, la demanda, la oferta y la mezcla de mercadotecnia o estrategia comercial, dentro de la cual se estudian el producto, el precio, los canales de distribución y la promoción o publicidad, pero siempre desde el punto de vista del evaluador, es decir, en cuanto al costo/beneficio que cada una de estas variables pudiesen tener sobre la rentabilidad del proyecto. Este estudio es generalmente el punto de partida para la evaluación de proyectos, ya que, detecta situaciones que condicionan los demás estudios.

En el caso de Venezuela y para el estilo de negocio que estamos evaluando, la cultura del venezolano en relación al trato y cuidado de mascotas ha cambiado considerablemente en los últimos años, podemos decir que anteriormente no se le daba tanta importancia a las mascotas como ahora, se les veía como guardianes de la seguridad de una casa, o simplemente como un adorno mas dentro de los hogares, hoy día esto ha dado un considerable vuelco para mejor, vemos que en lugares como Don Perro y tiendas para mascotas los fines de semana es imposible entrar puesto que la gente los tomó como sitio de esparcimiento y recreación donde pueden pasar un buen tiempo de entretenimiento.

Partiendo de este punto, se desea diseñar un lugar en el cual tanto las personas como sus mascotas, preferiblemente perros y gatos, puedan pasar un rato diferente comiéndose algún dulce o tomándose un café en compañía de su amigo incondicional. Las limitaciones en esta idea de negocio pueden presentarse en relación al tema cultural de las personas, y con esto me refiero a que lo primero que puede venir a la mente de las personas cuando se menciona este tipo de ideas, es la sanidad, la limpieza y pulcritud del lugar (las condiciones sanitarias). Pudiéramos decir que esta sería, entre otras cosas, la mayor limitación en el proyecto mencionado

El tipo de investigación a desarrollar es descriptiva utilizando para ello encuestas realizadas a distintas personas seleccionadas al azar en diversos lugares y en distintos

puntos de la ciudad de Caracas, exploratoria porque se realizarían dos entrevistas en profundidad a dos Médicos Veterinarios y se utilizaría también la técnica de la observación y para ello se contempla la visita de diversas tiendas de mascotas en toda la ciudad capital.

El propósito del trabajo es conocer la preferencia de las personas en relación a este tipo de negocios, lograr identificar si efectivamente existe un nicho de mercado que aún no ha sido cubierto totalmente, y al final determinar si efectivamente es factible la creación de este tipo de negocio en el país o no.

1. Problema

1.1 Contextualización del problema y su delimitación:

En años anteriores el concepto para la adquisición y conservación de mascotas, principalmente perros, se consideraba asociado a que los mismos llegasen a convertirse en los mejores guardianes de sus hogares, bien para cuidar la casa o el negocio de la familia; a través de los años este concepto ha venido cambiando considerablemente al punto en que hoy día vemos como para muchas personas en el mundo las mascotas forman parte de la familia, son sencillamente un miembro más, el cual requiere, por decirlo de alguna manera, los mismos cuidados de un niño de corta edad, se podría decir que son como esos niños consentidos que nunca crecerán.

Sin embargo, es notorio como, en algunos lugares del mundo incluyendo nuestro país, los espacios naturales o abiertos en los cuales las personas puedan ir a disfrutar y pasear a sus mascotas se ven mermados, cada vez es más difícil encontrar algún parque o local donde se pueda entrar con el perro sin ningún tipo de restricción. El hecho de conseguir espacios de diversión y esparcimiento donde se pueda disfrutar junto a la mascota de un buen momento se ha vuelto una necesidad imperativa, sobre todos para aquellas personas que trabajan más de 8 horas diarias en una oficina y que lamentablemente durante la semana les resulta complicado prestarle la adecuada atención a su perro ó a cualquier mascota que tenga, y básicamente la relación con la mascota se reduce a la atención de las necesidades fundamentales como comida, agua, casa y medicinas; pero ese valor agregado de llevarlo de paseo o de simplemente sacarlo de la casa se le hace muchas veces cuesta arriba.

Hoy día en Caracas es posible contar con lugares donde el acceso de las mascotas es libre, por ejemplo: Tiendas Don Perro, Tiendas Razas; cualquier tienda de este ramo, cuyos objetivos principales están vinculados con la venta de productos alimenticios para todo tipo de animal, sin embargo, tales locales no constituyen un área de esparcimiento ya que es solo un ambiente de venta de ciertos productos donde la permanencia de las mascotas y sus dueños es por períodos cortos de tiempo; de allí que un lugar en el cual se pudieran juntar la distracción y/o diversión, tanto de las personas como de sus

mascotas, sería más el más apropiado para que la interacción entre ellos pudiera lograrse buscando como objetivo una combinación perfecta de situaciones.

Con base a lo anteriormente expuesto, se propone un estudio dirigido al desarrollo de una idea de negocio la cual consiste en construir un sitio moderno estilo café/pastelería donde las personas puedan ir a disfrutar y pasar el rato en compañía de sus mascotas ; este local contaría con lugares de esparcimiento tanto para los perros como para lo humanos, mesas altas con sus respectivas sillas, un menú variado para las personas y uno para sus caninos, adicionalmente se dispondría de la presencia de un médico veterinario el cual prestara asesoría sin ningún tipo de costo adicional, asimismo se podrían incorporar carteleras informativas, promociones, venta de artículos para mascotas entre otros. Por otra parte, las personas contarían con una gran variedad de postres y dulces fríos, jugos naturales, refrescos y café en cualquiera de sus presentaciones. La idea de este local es brindar a las personas la oportunidad de compartir un tiempo de calidad y tranquilidad con sus mascotas sin ningún tipo de restricciones, donde las personas puedan reunirse a tomarse un café con sus amistades, comer un helado, o simplemente leer el periódico del día sin que esté presente el temor de que pudieran ser desalojados del local, debido a su acompañamiento por mascotas.

Tal perspectiva de negocio pasa por la indagación acerca de si tal idea es realmente desarrollable en Venezuela, por lo que en el presente trabajo se aborda un estudio de factibilidad en el cual se desarrollaría entrevistas, encuestas a médicos veterinarios, indagatoria sobre el margo legal que regula locales y expendios de comida, así como el potencial mercado de acciones, que permitan conocer la viabilidad de este posible negocio para obtener indicios sobre si es factible o no un tipo de local como este en nuestro país.

Por lo demás, este tipo de negocio ya ha sido desarrollado en otras latitudes del mundo. En efecto los medios electrónicos reportan la existencia de: 1) **"Paradise Pet Club"** ubicado físicamente en la ciudad de Shangai – China. Ellos ofrecen un menú del día que incluye comida para perros, bebidas y aperitivos, para sus dueños a efectos de que las dos partes disfruten su estadía en ese local comercial y 2) La Cafetería **"Bow Wow Deli"** ubicada en México DF que, al igual que el caso anterior, brinda un variado menú de opciones, tanto para las personas como para sus mascotas, adicionalmente

presenta la venta de accesorios para perros, los cuales van desde vestidos hasta collares y paseadores. Estos dos negocios brindan en cada uno de sus continentes, una idea de empresa nueva e innovadora que permite obtener algunos ingresos y disfrutar generándolos, logrando de esta manera un beneficio Ganar-Ganar para todos los participantes involucrados en el negocio.

Con esta idea de negocio totalmente innovadora en el ámbito venezolano, se pretende, crear un nuevo estilo de negocios donde las mascotas de la casa tengan todo tipo de cabida sin ningún tipo de restricciones, cubrir un nicho del mercado, que por sus características está sin atender. Inicialmente se piensa solo el establecimiento de este local dentro del área metropolitana de Caracas, posteriormente existe la idea de expandir el negocio hacia algunas zonas del interior del país, citando algunas: Maracaibo, Valencia, Puerto la Cruz, entre otras.

1.2 Interrogantes de la investigación:

1. ¿Hasta qué punto sería viable la creación de un negocio de este tipo en Venezuela?
2. ¿Cuál es la factibilidad de mercado y financiera de este negocio?
3. ¿Cuáles son los requerimientos del tipo legal, sanitarios necesarios para el negocio?
4. ¿Por qué un negocio como este lograría captar la atención del público en general?
5. ¿Cuál sería la oferta de servicio del negocio?
6. ¿Qué lugar ocupan las mascotas en la familia de los venezolanos?

1.3 Objetivo de la Investigación:

1.3.1 Objetivo General:

- Realizar un estudio de mercado para la creación de un lugar de esparcimiento para las personas y sus mascotas, estilo Café y Dulcería en el área metropolitana de Caracas.

1.3.2 Objetivos Específicos:

- Indagar la factibilidad de un local comercial con un ambiente de compenetración entre los individuos y sus mascotas, en el cual ambos puedan disfrutar y divertirse sanamente, sin dañarse, perturbarse ó molestarse entre ellos.

- Establecer los componentes básicos de un plan de negocios dirigido al soporte del local comercial.

- Determinar la necesidad de identificar nichos de mercado donde este tipo de locales puedan obtener un buen posicionamiento, sin que exista la necesidad imperiosa de altos costos de publicidad.

- Averiguar si este proyecto contaría con la aceptación de las personas y público en general, y su disposición a asistir a locales como estos.

- Investigar los requerimientos legales y sanitarios vigentes en Venezuela que permitan la implantación de este tipo de negocios.

1.4 Justificación e importancia de la investigación:

Después de analizar todas las opciones de mercado que existen actualmente en el sector de animales, se pudo observar que existe un sector a cual no se le ha prestado la suficiente atención y son aquellas personas para las cuales las mascotas representan un miembro más de la familia, esas personas que acostumbran llevar a sus perros a todos lados y que por lo general siempre enfrentan algún tipo de restricciones de acceso a diversos lugares y/o locales del país, la idea de estudiar la factibilidad de este tipo de negocio es poder establecer si es factible o no la creación de un lugar donde todos, para los que las mascotas son un miembro más de la familia, puedan disfrutar de una tarde juntos, un lugar donde no tengan que pasar a su mascota escondida porque si los ven los dueños del local puede ser que le exijan retirarse del mismo. Es muy frecuente la situación en la que dueños de mascotas intentan entrar a algún lugar solo a tomar un café, comprar un dulce o simplemente comprar un refresco y no pueden ni siquiera acercarse a la puerta del local con sus mascotas porque les impiden el acceso sin ningún

tipo de contemplación; ese tipo de malas situaciones, de incomodidades son las que impulsan la idea y justifican el estudiar este mercado.

La investigación pretende plasmar estas ideas señalando la situación actual y la deseada de varias personas que se ofrecieron para exponer sus puntos de vista sobre este tema en particular y sus comentarios se pueden resumir básicamente en dos ideas:

- La situación actual: es que hoy día no existe en el país y específicamente en Caracas un lugar de este estilo donde se pueda disfrutar de unas horas de esparcimiento con las mascotas; se expresa: "cuantas veces hemos ido (las personas que tenemos perritos) un domingo en la tarde a un Don Perro, a un razas y vemos la gente solo paseando por los pasillos sin comprar nada, solo decidieron salir a darle un paseo a sus mascotas, cambiar de ambiente y disfrutar un buen momento juntos uno en compañía del otro".

- La situación deseada, o lo que se quiere lograr es conocer si es factible que exista un lugar de ambiente en conjunto, donde las personas puedan disfrutar de un exquisito café acompañado del postre de su preferencia y un juguete para su mascota. El local contará con un área cerrada en la cual se colocarán mesas y sillas altas, donde podrá atar a su perro, si así lo desea, o lo podrá tener con su collar, todo depende del comportamiento de su mascota. Se contará con un stand donde se podrá adquirir pequeños accesorios, así como de una cartelera informativa de citas para su perro, jornadas de vacunación, adopción de perros, ayuda a fundaciones y/o asociaciones dedicadas 100% a ayudar a animales abandonados y cualquier otro tipo de información que las personas consideren importante, según lo indiquen en un buzón de sugerencias.

La idea es totalmente innovadora y se espera capte la atención del público en general, tengan o no mascotas.

2. Marco Teórico Referencial

2.1 Antecedentes relacionados con la investigación:

Como se mencionó ya anteriormente, se evidencia hoy día un mundo de constantes cambios y modificaciones, en lo que de hecho lo que se ve hoy día no es lo mismo que vió el día de ayer, ni será lo mismo que se experimentará en un futuro a corto plazo.

En materia relacionada al tipo de negocio aquí estudiado, existe muy poca bibliografía escrita y en la red Web (Internet), de manera que para crear los antecedentes de este trabajo se enfocará hacia los trabajos de estudios de factibilidad y de mercado en empresas relacionadas a la aquí mencionada, es decir, en locales relacionados a las mascotas en general (en este caso un Estudio de Factibilidad para la creación de una funeraria y crematorio para mascotas, una tienda de mascotas ubicada físicamente en España y una empresa de jóvenes emprendedores cuyo objetivo principal es la venta de alimentos para mascotas de puerta en puerta y en estaciones de servicios principalmente)

Las mascotas del mundo globalizado de hoy día han logrado calarse en los hogares de las personas llegando de esta manera ocupar un lugar muy importante dentro de las familias; bien lo podemos notar en el Estudio de Factibilidad para la creación de una funeraria y crematorio de mascotas (realizado por la Unidad Profesional Interdisciplinaria de Ingeniería y Ciencias Sociales y Administrativas (UPIICSA) perteneciente al Instituto Politécnico Nacional de México en el año 2010) el cual nos detalla, que en el caso de México, actualmente existe un respeto y consideración más grande hacia los animales, que en otros tiempos, utilizados como mascotas del hogar. Nos indica la gran cantidad de familias que cuentan con alguna mascota (bien perros, gatos, reptiles, pájaros etc.) y que, tras la muerte de ésta desean adquirir algún servicio por medio del cual se manejen los restos del animal dignamente, haciendo mención igualmente de las pocas empresas que existen de este ramo y que proporcionen este servicio, por lo que la disposición de los restos de las mascotas se realiza de forma inadecuada.

En el local comercial de dulces sujeto al estudio, veríamos la importancia que se da a las mascotas no al momento de su fallecimiento, sino en su esparcimiento y diversión. Como se expresó anteriormente, las mascotas y sus dueños necesitan de un espacio libre

para poder interactuar y el ritmo de vida que actualmente se vive a nivel mundial, tanto en lo económico como en lo laboral, algunas veces dificulta el hecho de pasar momentos de relajación durante los fines de semana o al final de la jornada laboral, por ello existe la presunción de que este tipo de negocio colaría muy bien en cuanto a la aceptación de las personas en general.

Por otro lado, se obtuvo más información del tema en la Web y es la perteneciente a la tienda "Animal Star" que revisando la bibliografía descrita en su estudio de mercado (Plan de Marketing año 2001) se observa que su estilo de negocio es mas parecido al resumido en el presente estudio de factibilidad, según sus descripciones están dedicados únicamente a los cuidados y cariño de las mascotas, se pensaría que más bien van orientados directamente a aquellas personas cuya tenencia de mascotas es importante. Esta empresa se enfoca en fomentar su imagen ante terceros tanto a nivel nacional como a nivel internacional, se preocupa por convertir sus amenazas en oportunidades, y al igual que el local propuesto en este trabajo, cuenta con asistencia veterinaria en la tienda, personal especializado y una cartera de productos de gran variedad.

En un principio como lo menciona el presente estudio, deberá enfocarse en la idea de determinar si este tipo de locales son factibles o no en el país. Una tendencia optimista podría convencer de que si en otros países locales como funerarias y crematorios para mascotas tienen aceptación en el mercado, ¿ por qué no tendría demanda una cafetería con dulcería donde se pudiera compartir y pasar un tiempo diferente junto a las mascotas en vida?.

Igualmente se ubicó en el mercado un nuevo concepto de negocio que viene presentándose en Bogotá-Colombia en los últimos 4 años y es el de ofrecer en las estaciones de servicio y a domicilio, los alimentos concentrados de las marcas Finca y Contegral para perros y gatos. La idea de la distribución puerta a puerta de alimentos para mascotas comenzó de una manera informal a partir de la observación del crecimiento del mercado de las mascotas y del protagonismo de los animales en los hogares modernos. La tendencia a vivir solo, que se había observado hasta hace poco principalmente en países desarrollados, está tomando más fuerza en las ciudades de Colombia por lo que es cada vez más frecuente observar personas que conviven con una o varias mascotas

en sus hogares (José Pérez Villegas / Santiago Saldarriaga Tobar – PA'mascotas proyecto de creación de negocios)

Si bien, el estudio que se quiere llevar a cabo en Venezuela tiene alguna relación con la idea de negocio mencionado en el párrafo anterior, no es lo que se quisiera en un inicio. Se piensa establecer la venta de algunos productos para mascotas, comidas, correas, snacks etc. y se inserta como una idea totalmente factible el tema de la distribución de alimentos directamente a los hogares de dueños de mascotas. Bien lo evidencian los autores mencionados anteriormente en su estudio de factibilidad, si las personas reciben su periódico en la casa, sus cartas, la leche de manos del lechero, las comidas pizzas etc. ¿ Por qué no recibir de igual manera los productos para sus mascotas ?

Una vez leída toda la información de este tema en las investigaciones realizadas se podría decir que existe una alta probabilidad de que este tipo de negocio sea totalmente factible de llevarse a cabo en Venezuela, pero esto se sabrá con certeza al momento de realizar todas las investigaciones e indagaciones posteriores asociadas a las mismas.

2.2 Bases Teóricas (Aspectos Medulares):

Un estudio de factibilidad es el análisis amplio de los resultados financieros, económicos y sociales de una inversión (dada una opción tecnológica -estudio de pre-factibilidad). En la fase de pre-inversión la eventual etapa subsiguiente es el diseño final del proyecto (preparación del documento de proyecto), tomando en cuenta los insumos de un proceso productivo, que tradicionalmente son: tierra, trabajo y capital (que generan ingreso: renta, salario y ganancia).

Otra definición: según la revista dinero (www.dinero.com/plandenegocio.html.colombia. como armar un plan de negocios. Revista Dinero. Año 2003) el estudio de factibilidad reúne en un documento único toda la información necesaria para evaluar un negocio y los lineamientos generales para ponerlo en marcha. Presentar este estudio es fundamental para buscar financiamiento de los socios o inversionistas, y sirve como guía para quienes están al frente de la empresa.

También afirma la Revista Dinero, que "en el proceso de realización de este documento se interpreta el entorno de la actividad empresarial, y se evalúan los resultados que se obtendrían de accionar sobre esta de una manera determinada. Se definen las variables involucradas en el proyecto y se decide la asignación óptima de recursos para ponerlo en marcha.

Según sea la magnitud del proyecto, la realización del estudio puede llevar unos días o varios meses, ya que no se trata solo de redactar un documento sino de imaginar y poner a prueba toda una estructura lógica (¿se puede vender esta cantidad a este precio?. ¿Con esta estructura se puede responder a esta demanda? ¿Es esta inversión suficiente para este crecimiento proyectado?) es importante destacar que si bien los aspectos financieros y económicos son fundamentales, un estudio de factibilidad no debe limitarse solo a planillas de cálculos y números. La información cuantitativa debe estar sustentada en propuestas estratégicas, comerciales, de operaciones y de recursos humanos.

La investigación de mercados "es el proceso objetivo y sistemático en el que se genera la información para ayudar en la toma de decisiones de mercado. Este proceso incluye la especificación de la información requerida, el diseño del método para recopilar la información, la administración y la ejecución de los datos, el análisis de los resultados y la comunicación de sus hallazgos y sus implicaciones". (ZIKMUND, William. Investigación de Mercados. 6 ed. México: Prentice Hall, 1998. p. 4)

De acuerdo con Zikmund William, para la realización de una investigación de mercados, se utilizan los siguientes seis pasos interdependientes: descubrimiento y definición del problema, diseño de la investigación, muestreo, recopilación de datos, análisis y procesamiento de los datos y conclusiones y preparación del informe.

Igualmente el mismo autor expresa que el diseño de la investigación es el plan básico que guía las fases de recolección y análisis del proyecto de la investigación. Existen tres tipos de investigación que pueden ser utilizados de acuerdo a las necesidades específicas y al tipo de proyecto y son históricas, descriptivas y experimentales.

La investigación histórica parte del análisis de experiencias pasadas, describe lo que era y representa una búsqueda crítica de la verdad que sustenta los hechos pasados. El

investigador utiliza fuentes primarias y secundarias las cuales proveen la información y a las cuáles el investigador deberá examinar cuidadosamente con el fin de determinar su confiabilidad por medio de una crítica interna y externa.

La investigación descriptiva se enfoca en las realidades y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta de la misma. Esta puede incluir los siguientes tipos de herramientas: encuestas, casos, estudios exploratorios, estudios de correlación, entre otros.

La investigación experimental consiste en la manipulación de una (o más) variable(s) experimental no comprobada, en condiciones controladas, con el fin de describir de qué modo o por qué causa se produce una situación o hecho particular. El experimento generado por el investigador, le permite introducir determinadas variables de estudio manipuladas por él, para controlar el aumento o disminución de esas variables y su efecto en las conductas observadas.

3. Marco Metodológico

3.1 Tipo y diseño de la investigación:

Proyecto factible basado en una investigación de campo de carácter descriptivo y exploratorio.

Existen varios criterios para clasificar la información, para el presente estudio de factibilidad se pretende realizar el tipo de investigación primaria, se obtendrán datos reales, se investigaría directamente en la realidad del país, con esto tenemos entonces que en el estudio se utilizaría: la investigación descriptiva y la exploratoria. A continuación presentaremos para el caso del estudio de factibilidad de este negocio denominado para este trabajo como: "Café con pulgas":

- Exploratoria (Cualitativa) realizamos dos entrevistas en profundidad a dos médicos veterinarios. Al igual que en el caso de las personas encuestadas estos profesionales se mostraron bastantes interesados en este proyecto calificado por ellos como muy innovador. Así mismo, esos profesionales indicaron que las mascotas hoy día ocupan un lugar muy importante en las familias venezolanas, o por lo menos esa es la apreciación que ellos tienen según sus pacientes y amistades de su círculo profesional, los cuales demuestran que sin duda alguna las mascotas forman parte incondicional de la familia venezolana.

- Descriptiva (cuantitativa) realizamos encuestas a distintas personas, de todas las edades y de todo sexo; solo se colocó una condición para completar esta información, una pregunta inicial filtro la cual indagaba si la persona encuestada tenía o no mascota; si la respuesta era afirmativa continuaba llenando la información, si la respuesta era negativa no continuaba llenando la información.

  Muchas personas se mostraron interesadas en este tipo de proyectos, algunos aseguraron que aunque no tenían mascotas igual visitarían este tipo de locales. En grandes rasgos se mostraron bastantes interesados sobre la idea de "Café con pulgas".

Se profundizará el estudio con información indagatorio que se pueda recopilar en relación a negocios parecidos en el país o dentro de su sector económico actual.

Diseño de la investigación: para este estudio de mercado se utilizaría las No Experimentales, ya que no se puede manipular ninguna variable (en nuestro caso de estudio)

3.2 Población y Muestra:

La población a utilizar corresponde a cualquier persona natural que tenga mascota ó cualquier empresa que se dedique a la fabricación de alimentos para mascotas. Este estudio de factibilidad se prestaría para trabajarlo mejor con una selección de muestra ya que con una población completa el proceso se tornaría un poco más engorroso.

Los parámetros a utilizar en la selección de muestra son:

- Personas: Las características de la población deberían ser las de cualquier persona puede venir al café y disfrutar para pasar un día diferente al de los demás. Solicitar cuál es su ingreso mensual.

- El medio seleccionado por la empresa, es el de realizar entrevistas con expertos, que en nuestro caso serían los médicos veterinarios, y la realización de entrevista

- Tamaño de la muestra para los encuestados: considerando la zona este de Caracas donde hay aproximadamente 5.000 mascotas (Información referida por Médicos Veterinarios) la muestra para una población finita, con un nivel de confianza del 96% y un error del 10% será de 98 puntos muéstrales, es decir, que realizaremos 98 encuestas para nuestro estudio de factibilidad

3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de la información:

Las técnicas utilizadas para el estudio de factibilidad propuesto son la observación directa, las entrevistas y las encuestas a terceros preferiblemente a las puertas de salida de los locales cuya principal venta sea, la de artículos y alimentos para mascotas de todo tipo.

3.4 Procedimiento:

Una vez seleccionada la muestra que debe representar considerablemente el total de la población se procedería a trabajar con entrevistas a través de los expertos los cuales se encontrarían a las afueras de los lugares de compra.

Como producto del análisis para el sector de empresas se decide realizar el trabajo de campo en cuanto a la búsqueda de información en los lugares de trabajo en las compañías Alfonzo Rivas y Cargill de Venezuela. De allí se seleccionaron todas las personas que tuviesen mascotas y se les solicitaría llenar las encuestas. Igualmente se focalizaría en tiendas como Don Perro y otras tiendas de mascotas de Caracas donde la gente ha prestado toda su colaboración y apoyo a este innovador y único proyecto.

En el caso de las encuestas en frio, es decir, directamente en tiendas como Don Perro y otras tiendas de macotas; se deberá contar con identificación en un lugar visible al público, para efectos de no crear la duda ni en los dueños de los locales de perros, ni en las personas que estén colaborando con el llenado de la encuesta. Se debe hacer sentir que efectivamente la intención de conocer esa información era totalmente con fines de medir la aceptación y posición que recibiría este negocio en el mercado.

Para las entrevistas se seleccionaría a 2 Médicos Veterinarios, quienes con toda su experiencia en materia de comportamiento animal ayudaran a diseñar toda la operatividad en esta parte del negocio, todo lo relacionado a comportamientos de perros y gatos como se debería actuar frente a un gran número de mascotas juntas en un mismo espacio físico.

3.5 Análisis e interpretación de los datos:

El análisis se enfocó tratando de identificar cuáles son las necesidades no cubiertas (demanda insatisfecha) de todas aquellas persona dueñas de mascotas, que tipo de lugar les gustaría frecuentar con ellas, y más aun que tipo de lugares no puede frecuentar con ellos.

Se utilizaron las "Encuestas en frío" [1]en varias zonas del área metropolitana de Caracas, estas encuestas fueron realizadas seleccionando personas al azar cuya única condición para el llenado de la misma era la de que efectivamente tuviese algún tipo de mascota o simplemente tuviese algún tipo de afinidad o gusto hacia ellas.

Se estableció como objetivo el indagar que tipo de personas frecuentarían el local comercial. Se analizó el porcentaje de la población que tienen mascotas y cuál era su nivel de ingreso, esto a efectos de identificar en que estatus social es más común la tenencia de mascotas. Si bien es de conocimiento general que el tener cualquier tipo de mascota hoy en día cualquiera representa un costo algo elevado para las familias venezolanas.

Se analizó de igual forma con qué frecuencia los dueños de mascotas salen a pasear con ellas, cuales son los lugares más comunes que frecuentan juntos, como han sido las restricciones en cuanto a los accesos a estos lugares.

En base a este punto analizado se plantea la idea de negocio de Café con Pulgas, la cual pretende abarcar un nicho de mercado insatisfecho y que requiere una atención de manera inmediata. Esta interpretación se basa en que una de las preguntas que se realizó en las encuestas en frio era conocer si las personas dueñas o no de mascotas, estarían dispuestas a asistir y frecuentar este tipo de Café y Dulcería donde se pudiera ingresar con sus mascotas sin ningún tipo de problema y las respuestas fueron con afirmativas en un gran porcentaje.

Igualmente se enfocó realizar sondeo sobre el tipo de lugar físico en el cual la gente disfrutaría más, si en un espacio totalmente abierto, cerrado o bien una mezcla de ambos. Igualmente se indagó sobre los lugares en Caracas en los cuales según el criterio del encuestado, consideraban quedaría mejor ubicado este tipo de negocio.

Adicionalmente a las encuestas, se realizaron entrevistas[2] a dos médicos veterinarios las cuales sirvieron de base para realizar ajustes sobre el concepto de negocio.

---

[1] Ver Anexo II. Modelo de Encuestas en Frío.
[2] Ver Anexo III. Modelo de Entrevistas a los Médicos Veterinarios.

3.6 Presentación de los resultados:

Una vez realizado el trabajo de campo para la obtención de datos mediante la realización de encuestas en frio y de entrevistas a 2 Médicos Veterinarios, se obtuvo los siguientes resultados los cuales son presentados de manera gráfica.

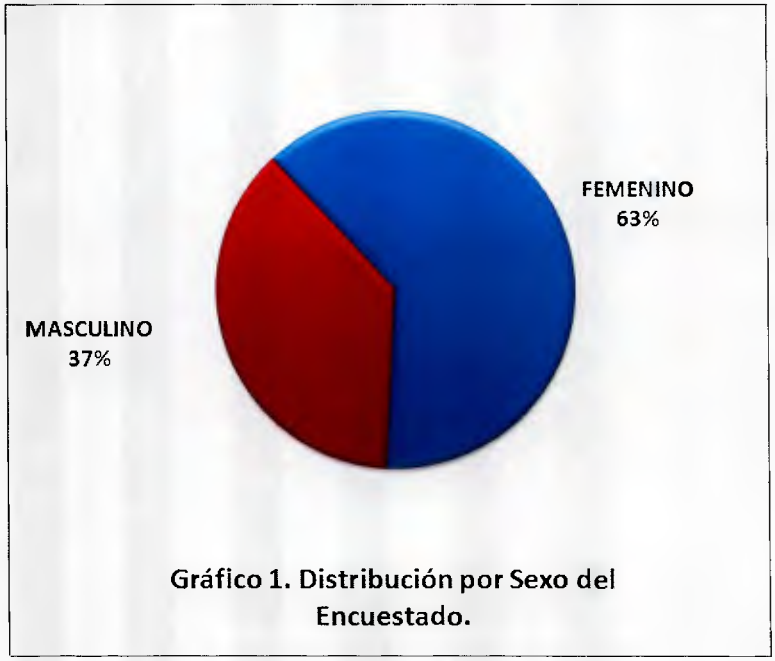


Gráfico 1. Distribución por Sexo del Encuestado.

De acuerdo a la información obtenida en las encuestas realizadas se pudo conocer que en su mayoría son las mujeres (Gráfico 1) quienes tienden más a la tenencia de mascotas en sus hogares. Una de las posibles causas de este resultado reside en que el sexo femenino escogería tener mascotas como una manera de estar siempre acompañados o protegidos.

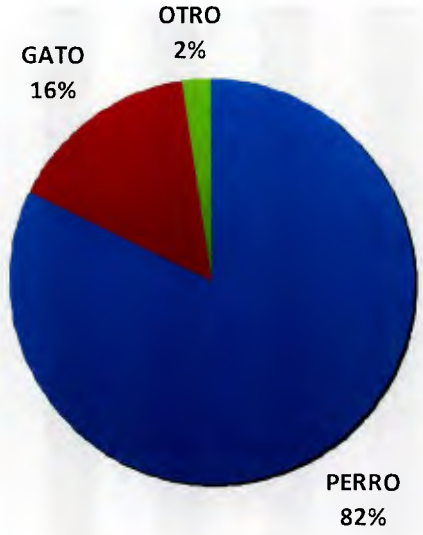


Gráfico 2. Distribución por Tipo de Mascota

La información que nos suministra el gráfico 2 nos indica que la mayoría (82%) de las personas que tienen mascotas escogen los caninos como mascota. Este resultado de indica que el negocio debería estar dirigido a la satisfacción de necesidades de quienes posean perros ya que los demás tipos de mascota representan no son significativos numéricamente.

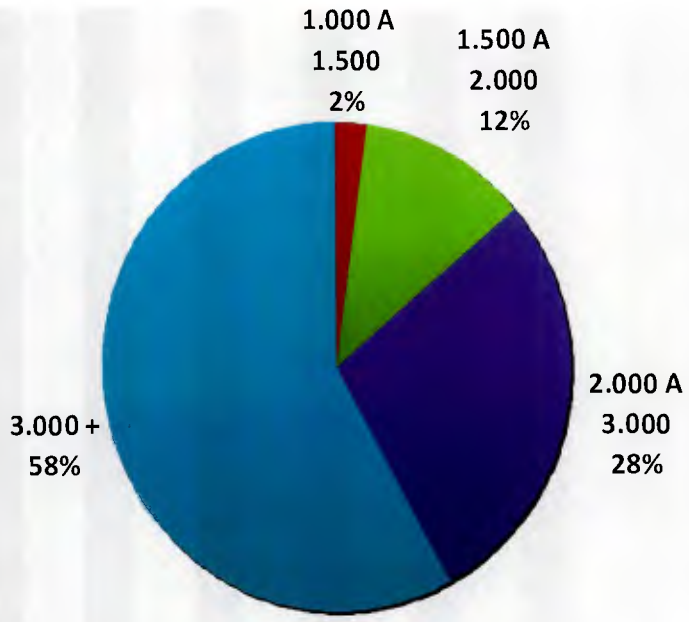


Gráfico 3. Distribución por Ingreso Mensual (Bs.)

De la muestra se pudo observar que el 86% de las personas entrevistadas tienen unos ingresos mensuales superiores a los Bs. 2.000,00 y un 58% superiores a los Bs. 3.000,00, lo que indica que el cuidado y mantenimiento de las mascotas es algo que requiere, además de dedicación y tiempo, tener unos ingresos mensuales altos debido a que todos los costos asociados a la tenencia de mascotas como lo son comida, medicinas, consultas veterinarias, etc. son bastantes elevados. Con esto no se descarta el hecho de que personas por debajo de estos ingresos también puedan adquirir y mantener cierta y determinada mascota.

Igualmente se puede inferir que desde el punto de vista económico, las personas poseedoras de mascotas estarían en la capacidad de demandar los servicios de este tipo de negocio.

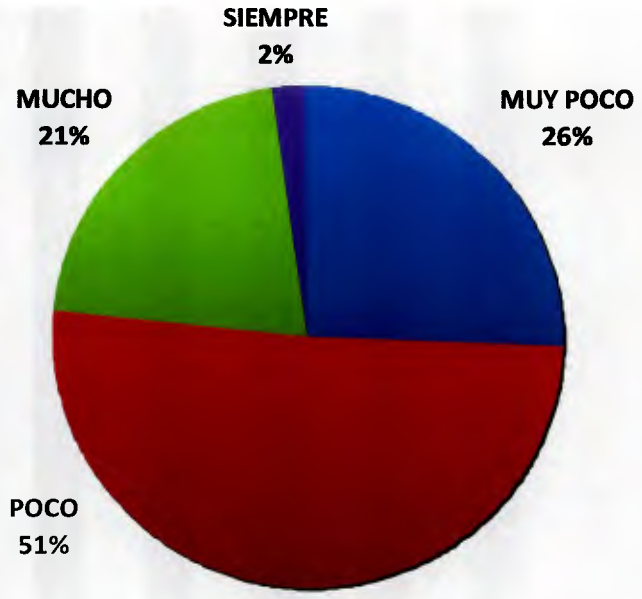


Gráfico 4. Distribución por la frecuencia de paseo de la mascota.

De la muestra (Gráfico 4) se pudo observar que el 77% de las personas entrevistadas salen a pasear poco y muy poco con sus mascotas. Este resultado se pudiera interpretar como que no existen suficientes lugares donde las personas puedan ir a compartir un rato distinto y placentero junto a sus mascotas, en espacios distintos que no sean parques o simples tiendas de mascotas.

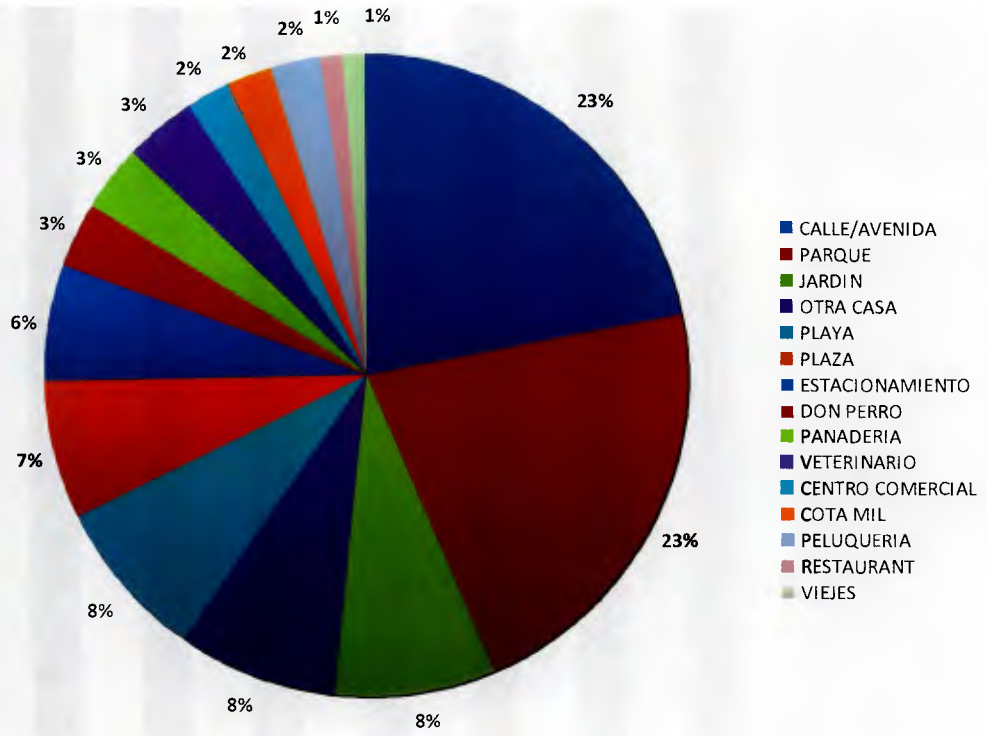


Gráfico 5. Distribución por lugares de paseo.

En cuanto a la distribución por lugares de paseo se pudo observar, como ya se mencionó en el grafico anterior, que son muy pocas las opciones que existen para salir a compartir en compañía de las mascotas, concentrándose el 70% de la muestra en 5 lugares claves, que son: Calles ó avenidas y parques, ambas con un 23%; el jardín, otra casa (de algún vecino o conocido) o la playa quedaron cada una con un 8%.

Las personas manifestaron con las ganas que tienen constantemente de compartir un rato distinto con sus mascotas, llevarlos de paseo a algún lugar donde no solo sea para que la mascota disfrute sino también donde tanto el perro como el dueño puedan disfrutar de un momento diverso.

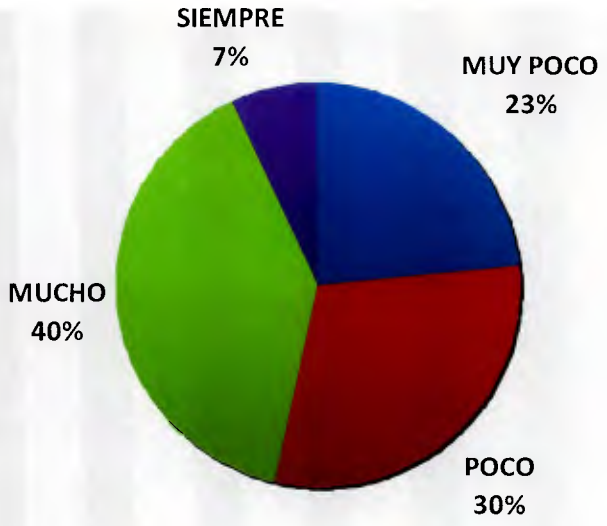


Gráfico 6. Frecuencia de prohibición de acceso con mascotas a lugares públicos.

Uno de los resultados importantes esta asociado con la frecuencia de prohibición de acceso con mascotas a lugares públicos (Gráfico 6), en el cual se evidenció que el 47% de las personas entrevistadas le han prohibido entrar a un lugar con su mascota (mucho y siempre). Se podría haber supuesto que este porcentaje daría más alto, en vista de que en la mayoría de los lugares está restringida la entrada a animales. Tal vez estos se encuentran influenciados por el hecho de que muy pocas personas salen a pasear con sus mascotas. Cabe destacar que cada local comercial como por ejemplo: Farmatodo, Panaderías, Restaurantes, tienen en su entrada el aviso de prohibido el acceso de mascotas al local.

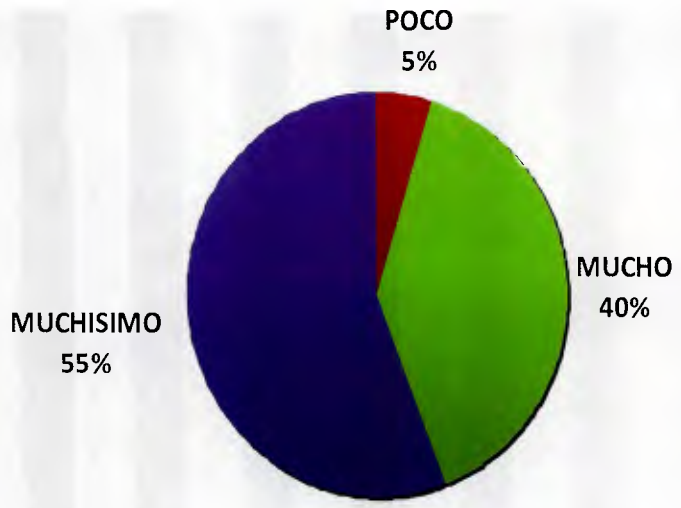


Gráfico 7. Aceptación de un local para compartir con las mascotas.

En el estudio de aceptación de la idea del negocio (Gráfico 7), se pudo obtener que el 95% de las personas entrevistadas le gustaría poder contar con un lugar diseñado para compartir con su mascota, lo que lleva a concluir que la idea de Café con Pulgas puede ser aceptada con agrado entre el público en general. Igualmente se pudiera concluir que para todas las personas encuestas sería ideal contar con este tipo de lugares de esparcimiento en el futuro.

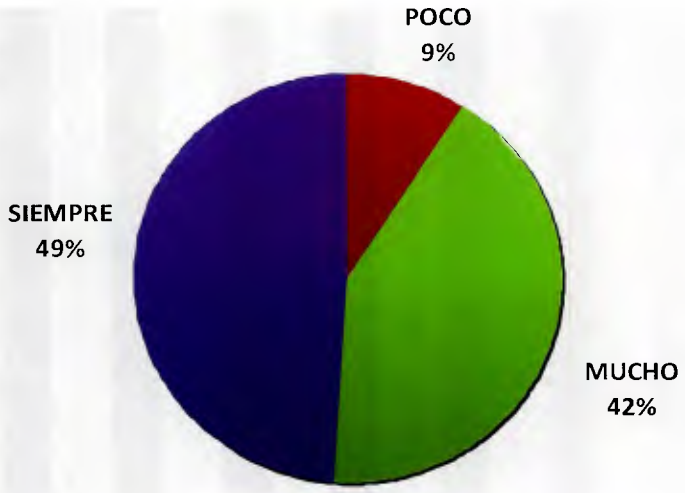


Gráfico 8. Disposición a asistir a este tipo de locales.

De la muestra se pudo observar que el 100% de las personas entrevistadas le gustaría asistir a este tipo de locales, con grados de frecuencia distintos, es decir, el 91% iría con una alta frecuencia y un 10% asistiría poco. También se realizaron las preguntas a aquellas personas que no tenían mascotas, y las mismas se encontraron bastante entusiasmadas en que existiera un tipo de local comercial como el de Café con Pulgas.

Una vez culminada la encuesta varias personas sintieron curiosidad por identificar qué tipo de negocio era del que se le estaba preguntando, se le suministro ideas básicas de este estilo de negocio y se verificó un interés en este café & dulcería, calificando esta iniciativa como algo totalmente nuevo e innovador en el mercado venezolano. Todos coincidieron que en que en relación a los lugares de esparcimiento junto a las mascotas existe una demanda insatisfecha.

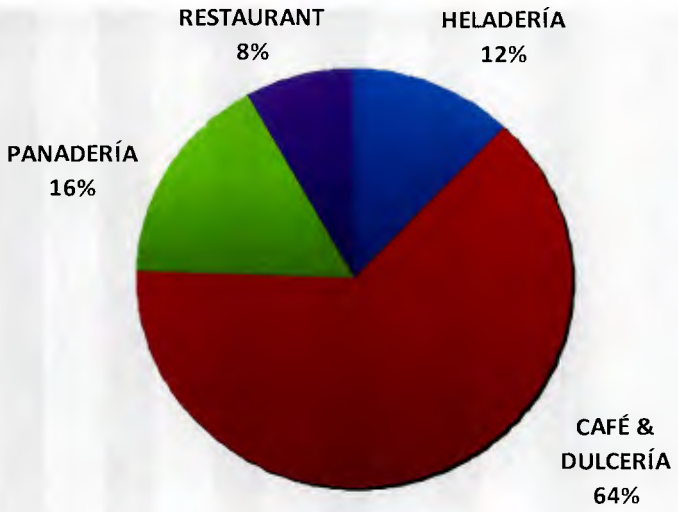


Gráfico 9. Preferencia por tipo de lugar deseado.

La preferencia del tipo de lugar ideal para este negocio concluye que el 64% de las personas entrevistadas gustaría de un local tipo Café & Dulcería; sin embargo las opciones de panadería y heladería no son descartables. Según este resultado se pudiera interpretar que la idea de negocio debe ir enfocada a un tipo de comida que sea rápida, preparada y que sea fácil de servir.

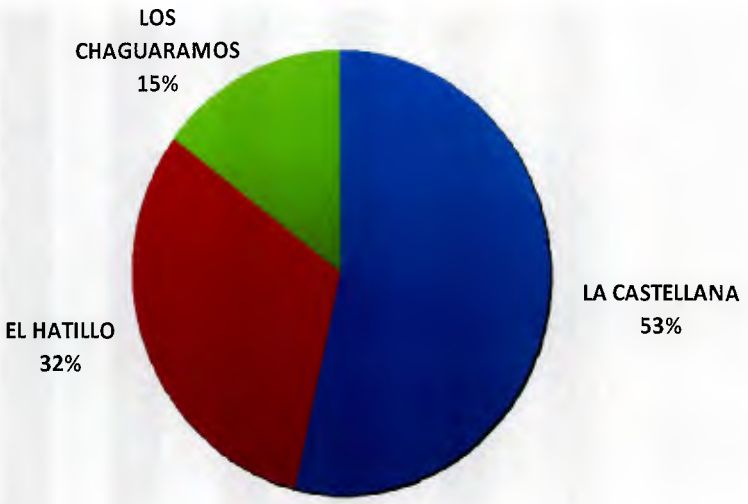


Gráfico 10. Preferencia de zonas para el local (Ciudad de Caracas).

Gráfico 11. Preferencia sobre la disposición física del local.

De la muestra (Gráfico 11) se pudo observar que el 65% de las personas entrevistadas le gustaría contar un ambiente abierto/cerrado y un 35% totalmente abierto. Se este resultado queda claro que un espacio cerrado para este tipo de local está totalmente

descartado. Así mismo, la mayoría indicó la preferencia que había para que este tipo de local fuera desarrollado en el área este de la región capital (Gráfico 10) específicamente en La Castellana, cerca de donde se encuentra ubicada físicamente una de las tiendas para mascotas más grande que tiene la ciudad capital Caracas.

Estos resultados igualmente pudieran estar correlacionados con la búsqueda de los dueños de mascotas de contar con un lugar con amplia ventilación de manera de ayudar con algunos aspectos de limpieza e higiene inherentes al manejo y tenencia de mascotas en un sitio público.

Gráfico 12. Grado de aceptación de un Menú Especial para mascotas.

En cuanto a la solicitud de una aceptación de un menú especial para la mascota (Gráfico 12) se obtuvo que las personas entrevistadas están repartidas de una forma equitativa dentro de las diferentes opciones, quedando con un 56% las opciones a quien realmente le gustaría contar con un menú especial para su mascota. Este punto se pudiera trabajar de manera de piloto solo con algunos de los visitantes (dueños y mascotas) que asistan al local, siempre previa autorización de sus dueños. Cabe destacar que el tema alimenticio en las mascotas es un delicado ya que cualquier cambio brusco en la dieta de los mismos pueden tener consecuencias en la salud del animal.

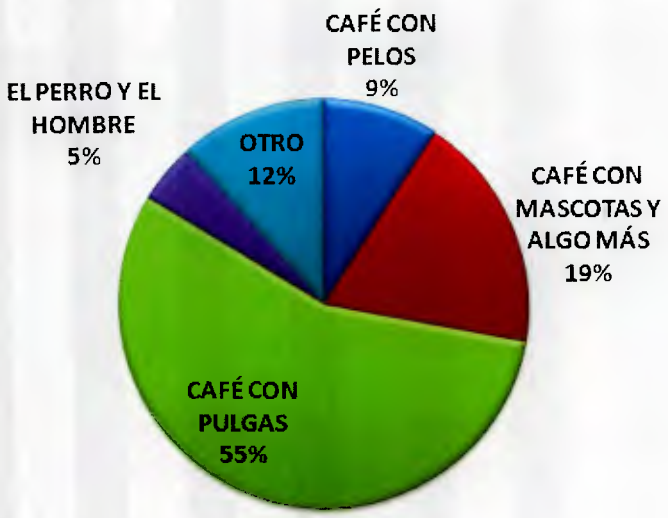


Gráfico 13. Preferencias en cuanto al nombre del local.

El gráfico 13 permite establecer que el 55% de las personas entrevistadas definitivamente les gusta la opción de Café con Pulgas como el nombre que identificará al local. Algunas personas tuvieron sus observaciones en cuanto al mismo, pero al final la mayoría seleccionó "Café con Pulgas", comentando que el mismo es un nombre original que de inmediato logra identificar que se trata de algo relacionado a perros y por ende a mascotas.

Se indagó igualmente si las personas le gustarían contar con una página WEB del negocio la cual debería mantenerse actualizada todos los días, o la pregunta de si le gustaría o no la presencia de un Médico Veterinario en las instalaciones del local y las dos fueron aceptadas por la mayoría de las personas encuestadas.

3.7 Cronograma de Actividades:

A continuación se indica el cronograma de actividades:

	AÑO 1											
Actividad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
1.- Etapa de observación directa en lugares												
2. Elaboración de entrevistas a Médicos Veterinarios												
3.- Elaboración de encuestas a terceros												
4.- Visita de posibles espacios fisicos donde estaría ubicado el lugar												
5.- Clasificación de la información de entrevistas a los Médicos Veterinarios												
6.- Clasificación de la información a los terceros encuestados												

4. Conclusiones

- Se realizó la revisión y estudio de la factibilidad de un local comercial con un ambiente de compenetración entre los individuos y sus mascotas. Se tomaron los datos recaudados y los mismos fueron analizados llegando a obtener resultados exitosos dentro de la muestra seleccionada, quienes indicaron y señalaron la idea del negocio como totalmente innovadora y autentica

- El estudio arrojó que efectivamente existen algunos nichos de mercado que necesitan especial atención como lo es el de lugares de esparcimiento para las mascotas con sus respectivos dueños, esto surgió como resultado de la revisión de las encuestas realizadas en distintas ubicaciones de Caracas y distintas personas dentro de la muestra seleccionada.

- Los resultados totales serán entregados luego de un año de investigación completo. En el cual se espera profundizar esta primera fase de recolección de datos a través de encuestas realizadas en frio y mediante entrevistas realizadas a personal calificado en este tema como los son los Médicos Veterinarios.

- Todas aquellas personas que no tienen mascotas, pero que tienen admiración y aceptación por las mascotas otras personas, igual se encuentran identificadas con este tipo de local comercial.

5. Recomendaciones

- El proyecto debe llevarse a cabo por ser una idea totalmente innovadora y aceptada.
- Generar un plan de negocio que asegure el posicionamiento dentro del negocio y el mercado.
- El nombre del local debe ser Café con Pulgas
- Debe incluirse en la carta un menú especial para cada perritos, que contemple todas las comidas para mascotas caninas que existen en el mercado
- La presencia de un médico veterinario en el local sería de gran atractivo para el público en general que tiene mascotas
- Se debe tener un sistema de CRM (Customer Relationship Management) orientado a la mascota y a su dueño, es decir, a través de la recurrencia del cliente y su mascota, determinar qué es lo que este siempre pide y personalizar los pedidos con el pasar del tiempo.
- El local debe tener su página WEB actualizada, realizando concursos como por ejemplo la mascota del mes, el mejor vestido, la mejor foto Dueño Vs Perro
- El lugar debe ser con una parte abierta, al aire libre y otra cerrada con aire acondicionado, a efectos de que la gente que no tengan mascotas, también puedan asistir si es de su agrado.
- Las mesas y sus sillas ubicadas al aire libre deben ser altas, a efectos de que los perritos no intenten subirse a las mismas ni quieran quitar algún bocado de sus dueños.
- Debe existir suficientes recipientes de basura donde las personas puedan botar todo lo que su mascota produzca, adicionalmente se debe contratar suficiente personal el cual estará avocado a la limpieza del local, atento a cualquier necesidad fisiológica que realicen las mascotas para limpiarlas de manera inmediata.
- Generar concientización constante a las personas que frecuenten el local sobre el cuidado de sus mascota, y de que es necesario y obligatorio apoyar al los encargadazos del local con el manejo de las necesidades fisiológicas que estas generen.

Bibliografía

- PEREZ VILLEGAS, José Trabajo de Investigación ¨Pa´Mascotas – Proyecto de Creación de Empresa¨ P 8 - 37

- KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Fundamentos de Mercadotecnia, 4e Méjico: Prentice Hall, 1998. P 52

- Entrevistas con el Médico Veterinario Osvaldo Belisario (Mayo 2009)

- Entrevistas con el Medico Veterinario Juan Mayorca (Mayo 2009)

- ARROYO MARQUEZ, Eliosa – CARRILLO, Luis Daniel – MORENA, Edna ¨Estudio de Factibilidad para la creación de una funeraria y crematorio para mascotas¨ P 1 - 40

- GRAJALES G, Tevni , ¨Población y selección de la muestra P 1-3¨

- http://mascotas.facilisimo.com/reportajes/consejos-sobre-mascotas/especiales-sobre-mascotas/ocio-para-tu-mascota_186086.html (tomado de la web el 21-02-2011)

- http://www.mascotas.com/secciones/perro-noticias.asp?contenido=96969 (tomado de la web el 21-02-2011)

- http://www.mascotas.org/19-01-2011/perros/restaurantes-de-sushi-para-perros (tomado de la web el 21-02-2011)

Anexos

Anexo I

Figura 1. Mascotas disfrutando de un menú en compañía de sus dueños, "Restaurant Paradise Pet Club". Shangai-China.

Figura 2. Formato y ambiente del local. "Restaurant Paradise Pet Club". Shangai-China.

Figura 3. Comederos de mascotas en local orientado a Sushi.

Figura 4. Mascota canina comiendo sushi en el local.

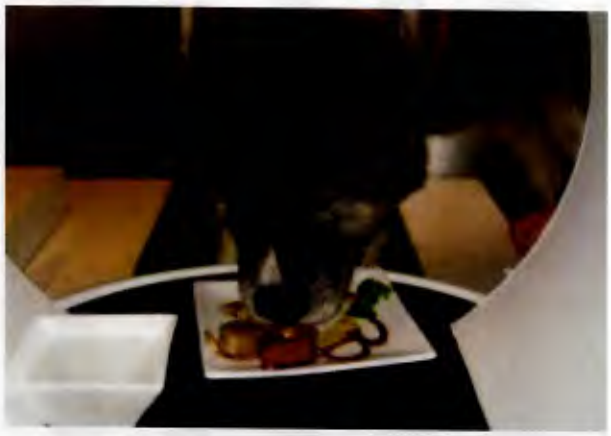
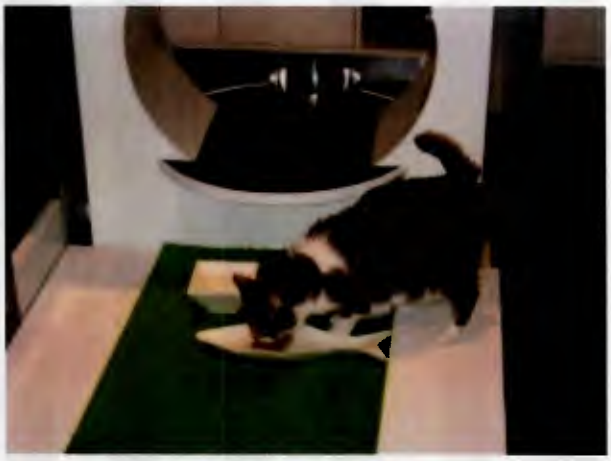


Figura 5. Mascota felina comiendo sushi en el local de comida



Anexo II

Modelo de Encuestas en Frío

Estimado Señor (a) esta encuesta tiene como objetivo académico recolectar información para estudiar la factibilidad de un proyecto. Todas las respuestas y comentarios adicionales son válidos y de mucha utilidad para el desarrollo de nuestro trabajo:

1. ¿Tiene usted mascota? Si____ No_____
2. Zona donde Vive:_____ Municipio:_____
3. Edad:____ Estado Civil:_____
4. Sexo: Femenino___ Masculino___
5. ¿Qué tipo de mascota tiene? Perro_____ Gato____ Otro (especifique)_____
6. ¿Cuál es aproximadamente su nivel de ingreso mensual?:

Menos de Bs.1.000	
De Bs.1.000 a Bs.1.500	
De Bs.1.500 a Bs. 2.000	
De Bs 2.000 a Bs. 3.000	
Mas de Bs. 3.000	

7. ¿Sale usted a pasear con su mascota?, ¿Con qué frecuencia lo hace? :

   Muy poco___ Poco___ Mucho___ Siempre____
8. Coloque el nombre de tres lugares que frecuenta en compañía de su mascota

   a) _____
   b) _____
   c) _____
9. ¿Cuántas veces le han prohibido entrar a un lugar solo por el hecho de estar acompañado por su mascota?

   Muy pocas___ Pocas___ Muchas___ Siempre___
10. ¿Estaría usted de acuerdo con la existencia un local donde usted pudiera entrar con su mascota y disfrutar del lugar los dos juntos?

    Muy poco___ Poco___ Mucho___ Muchísimo___

11. ¿Asistiría usted a este tipo de locales donde las personas pudieran entrar con sus mascotas sin problema?

Muy poco___ Poco___ Mucho___ Muchísimo___

12. ¿Qué tipo de local preferiría usted?

Heladería ____ Café & Dulcería____ Panadería____
Restaurant_____ Otro (especifique) _____

13. ¿Cual lugar de Caracas sería el más idóneo, según su criterio, para ubicar nuestro local?:

La Castellana ____ El Hatillo___ Los Chaguaramos___ Otro (especifique) _____

14. ¿Cómo preferiría la distribución del espacio físico del local?:

Abierto___ Una parte abierta otra cerrada____ Cerrado____

Describa brevemente el lugar:

_____

_____

15. ¿Le gusta la idea de contar con una página WEB informativa sobre el local y cualquier otra área de interés en el mundo animal?:

Muy poco___ Poco___ Mucho___ Muchísimo___

¿Qué tipo de información le gustaría estuviera publicada?

_____

_____

16. ¿Se sentiría a gusto con la presencia de un veterinario dentro del local, los fines de semana?

Muy poco___ Poco___ Mucho___ Muchísimo____

17. ¿Le gustaría un menú especial en la carta para su mascota?

Muy poco___ Poco___ Mucho___ Muchísimo___

Algunas Sugerencias: _____

18. Que Nombre le gustaría para este tipo de local

Café con Pelos _____
Café con Mascotas y algo más _____
Café con Pulgas _____
El perro y el Hombre _____
Otro (especifique) _____

Anexo III

Entrevistas a los Médicos Veterinarios (MV)

Preguntas	MV1	MV2	Conclusiones
1.Qué opinión le merece a usted la idea de crear un local estilo café donde la gente pudiera asistir con sus mascotas?			
2. Cree que pudiera existir un ambiente de tranquilidad con tantos perritos juntos?			
3. Es recomendable la presencia de un médico veterinario en el local?			
4. Como haría la distribución física del lugar, en cuanto a tipos de mesas, menú para las personas? Recomendaría usted algún tipo de menú especial para perros? Cual?			
5. En qué zona de caracas ubicaría un tipo de local como este?			
6. Cree usted que exista algún problema con la obtención de permisos para la creación del lugar? Permisología, alcaldía, bomberos, sanidad. Etc.			
7. Alguna observación o recomendación que nos quisiera suministrar (de gran importancia para el desarrollo de nuestro proyecto)			