

## Anexo I. Registro del Título del Trabajo Fin de Grado (TFG)

NOMBRE DEL ALUMNO: Jaime Ramos Tierno

PROGRAMA: MII + ADE

GRUPO: 1ªA

FECHA: 12/08/2024

Director Asignado: Rua Vieites, Antonio  
Apellidos Nombre

### Título provisional del TFG: Plan de negocio: Dogtown

Este plan de negocios para Dogtown, un daycare de perros ubicado en Madrid, describe nuestra estrategia para ofrecer servicios de guardería y paseo para perros, así como la venta de accesorios y alimentos para mascotas. Incluye un análisis detallado del mercado y la competencia, una propuesta de valor única, y un plan de marketing y financiero para garantizar el crecimiento sostenible y rentable de la empresa. Además, aborda la organización y los recursos humanos necesarios, así como las estrategias de producción y compra para cumplir con nuestras metas.

### ADJUNTAR PROPUESTA (máximo 4 páginas: Índice provisional, objetivos, metodología y bibliografía)

1. ÍNDICE
2. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO
  - 2.1. EVOLUCIÓN DEL PROYECTO: ORÍGENES DE LA IDEA Y SITUACIÓN ACTUAL
  - 2.2. PRESENTACIÓN DE PROMOTORES DEL PROYECTO
  - 2.3. VALORACIÓN Y ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL PROYECTO: PUNTOS FUERTES Y DÉBILES. DAFO Y PORTER (SI PROCEDEN)
  - 2.4. VENTAJA COMPETITIVA. NECESIDAD DETECTADA INSATISFACTORIAMENTE CUBIERTA
3. PLAN DE MARKETING
  - 3.1. ANÁLISIS DEL MERCADO
  - 3.2. ANÁLISIS Y SEGMENTACIÓN DE CLIENTES
  - 3.3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA
  - 3.4. DEFINICIÓN DE PRODUCTO. MARCA. POSICIONAMIENTO
  - 3.5. PLAN DE DISTRIBUCIÓN
  - 3.6. PLAN DE PROMOCIÓN/COMUNICACIÓN
  - 3.7. DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA
  - 3.8. PREVISIÓN DE VENTAS

4. PRODUCTO MÍNIMO VIABLE. CONTRASTE DE HIPÓTESIS DE NEGOCIO (MÉTODO LEAN STARTUP)
  - 4.1. ENUMERACIÓN DE HIPÓTESIS DE NEGOCIO (sobre mercado, clientes, competencia, precios, producto, etc.)
  - 4.2. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO MÍNIMO VIABLE
  - 4.3. CONSTRUCCIÓN O ELABORACIÓN DE PROTOTIPO O DE MODELO DE PRODUCTO MÍNIMO VIABLE
  - 4.4. CONTRASTE DE LAS HIPÓTESIS DE NEGOCIO EN EL MERCADO REAL CON CLIENTES REALES UTILIZANDO EL PRODUCTO MÍNIMO VIABLE
  
5. PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMPRAS. LOCALIZACIÓN
  - 5.1. UBICACIÓN. CRITERIOS DE ELECCIÓN DE OFICINAS Y CENTROS DE TRABAJO
  - 5.2. PLAN DE COMPRAS
  - 5.3. PROCESO DE FABRICACIÓN O DE ENTREGA DEL SERVICIO
  - 5.4. TECNOLOGÍA APLICADA
  - 5.5. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN
  - 5.6. GESTIÓN DE STOCK/EXISTENCIAS
  - 5.7. PROVEEDORES Y APROVISIONAMIENTO
  - 5.8. ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO
  
6. PLAN DE ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS
  - 6.1. SOCIOS
  - 6.2. ORGANIZACIÓN
  - 6.3. PLAN DE CONTRATACIÓN/SELECCIÓN
  - 6.4. POLÍTICA RETRIBUTIVA. COSTES SALARIALES
  - 6.5. POLÍTICA DE FORMACIÓN/DESARROLLO
  - 6.6. ASESORES EXTERNOS. PLAN DE EXTERNALIZACIÓN DE FUNCIONES
  - 6.7. DIMENSIONAMIENTO DE PLANTILLA A MEDIO PLAZO. EVOLUCIÓN FUTURA PREVISTA
  
7. ÁREA JURÍDICO-FISCAL
  - 7.1. FORMA JURÍDICA
  - 7.2. OBLIGACIONES FISCALES
  - 7.3. OBLIGACIONES LABORALES
  - 7.4. PERMISOS, LICENCIAS. TRÁMITES ADMINISTRATIVOS GENERALES
  
8. PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO
  - 8.1. PLAN DE INVERSIONES INICIALES
  - 8.2. PLAN DE FINANCIACIÓN
  - 8.3. SISTEMA DE COBRO A CLIENTES Y PAGO A PROVEEDORES
  - 8.4. PRESUPUESTO DE TESORERÍA
  - 8.5. PREVISIÓN DE LA CUENTA DE RESULTADOS
  - 8.6. BALANCE DE SITUACIÓN
  - 8.7. PUNTO DE EQUILIBRIO
  - 8.8. RATIOS DE RENTABILIDAD
  
9. CALENDARIO Y EJECUCIÓN
  - 9.1. PLANIFICACIÓN ACTIVIDADES CREACIÓN EMPRESA
  - 9.2. INVERSIONES Y GASTOS: HITOS CLAVE
  - 9.3. PLANIFICACIÓN DEL PUNTO CERO
  - 9.4. PLANIFICACIÓN DE LAS OPERACIONES
  
10. ANEXOS (si proceden)

## **OBJETIVOS**

1. Definir la estructura del Negocio:
  - Establecer misión, visión y valores de Dogtown
  - Establecer propuesta de valor y servicios que se ofrecerán, como guardería, paseo para perros, venta de accesorios y alimentos para mascotas.
2. Análisis de mercado y competencia

- Conducir análisis exhaustivo del mercado objetivo en Madrid, identificando las necesidades y preferencias de los posibles clientes.
  - Analizar la competencia existente y sus ventajas competitivas.
3. Elaborar una estrategia de marketing integral
    - Elaborar estrategias de promoción y comunicación para captar clientes
    - Definir una estrategia de precios competitiva y atractiva
  4. Preparar un plan operativo y de producción
    - Elegir una ubicación adecuada para el local de Dogtown
    - Preparar un plan de compras y gestión de inventario
    - Definir procesos operativos y estándares de calidad para los servicios ofrecidos
  5. Establecer un plan de recursos humanos
    - Establecer la estructura organizativa y definir roles y responsabilidades
    - Diseñar el método de contratación y selección de personal cualificado
  6. Definir un plan financiero realista
    - Crear plan de inversiones iniciales y fuentes de financiación
    - Estimar previsiones financieras, como ingresos, gastos y puntos de equilibrio
  7. Planificar implementación y ejecución del proyecto.
    - Crear un calendario que incluya hitos clave para la puesta en marcha de Dogtown
    - Identificar posibles riesgos y desarrollar estrategias de mitigación

## METODOLOGÍA

El plan de negocio se desarrollará combinando un enfoque cuantitativo con uno cualitativo y un análisis en profundidad de las herramientas de análisis estratégico.


1. Metodología cuantitativa
  - Se realizarán encuestas de mercado a dueños de perros en Madrid para conocer las necesidades y preferencias en relación a los servicios relacionados con sus mascotas. De esta forma podremos segmentar el mercado, definir público objetivo y establecer precios competitivos. También se consultará informes de mercado, estadísticas del sector de mascotas y estudios económicos para respaldar la viabilidad del negocio.
2. Metodología cualitativa
  - Se realizarán entrevistas en profundidad a expertos en el sector del servicio orientado a mascotas, para entender mejor las tendencias del mercado y desafíos del sector. De esta forma podemos refinar nuestra propuesta de valor.
3. Revisión de literatura y análisis estratégico
  - Se realizará un análisis PESTEL para comprender el entorno macroeconómico, también se realizará un análisis DAFO para identificar factores internos y externos que puedan afectar al éxito de Dogtown. Se desarrollará un modelo CANVAS para diseñar la estructura del negocio, donde se incluyan canales de distribución, fuente de ingresos y propuesta de valor entre otros. Por último, se calculará ratios financieros clave para analizar la viabilidad económica y rentabilidad de Dogtown.

## BIBLIOGRAFÍA

- *Dog Daycare Business Plan: The 2024 Getting Started Guide*. (2024, 4 junio). Easy Busy Pets. <https://easybusypets.com/blog/dog-daycare-business-plan>
- Business Plan Templates. (s. f.). Elaboración de un plan de negocios de guardería para perros exitoso. <https://businessplan-templates.com/es/products/dog-daycare-business-plan>
- Sisternas, S. (2023, 23 marzo). Plan de negocio de guarderías caninas. EMPRENDEPYME.NET. <https://emprendepyme.net/plan-de-negocio-de-guarderias-caninas.html>
- Marín Herrera, K., & Pantoja Melo, Y. (2012). Plan de negocios para una guardería de perros en la vereda Filo Bonito de Pereira [Trabajo de grado para optar al título de Ingeniería Industrial, Universidad Tecnológica de Pereira]. <https://repositorio.utp.edu.co/server/api/core/bitstreams/2a1f4d89-885b-4c9b-922a-c517f773b021/content>
- Ayma Maquera, F. A., Mamani Vargas, R. E., & Arredondo Zegarra, L. A. (2018). FORMULACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA GUARDERÍA y HOTEL PARA PERROS EN LA CIUDAD DE TACNA, 2019 [Trabajo de Fin de Grado, Instituto de educación superior privado John Von Neumann]. <https://repositorioapi.neumann.edu.pe/server/api/core/bitstreams/2015cd9c-d4aa->

[4edd-b107-9180ade5a7b7/content](#)

**Firma del estudiante:**

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and a central word that appears to be "LINE".

**Fecha:** 12/08/2024