

ANÁLISIS SWOT

STRENGTHS (FORTALEZAS)	WEAKNESSES (DEBILIDADES)
<ul style="list-style-type: none"> • Habilidades de marketing y de diseño y desarrollo de producto • Acceso a programas y consultores que les ayudarán a lanzar su negocio • Orientación de bajo costo • Diseño centrado en clientes 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de equipo aparte de Claudia y Roberto (especialista en marketing y en desarrollo de producto) • Nivel de esfuerzo para desarrollar el producto • Falta de dinero y de <i>cash flow</i>
OPPORTUNITIES (OPORTUNIDADES)	THREATS (AMENAZAS)
<ul style="list-style-type: none"> • El mercado de productos y dispositivos para mascotas está creciendo en el área • No hay competidores directos en el mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Productos similares de los competidores actualmente en el mercado • Veterinarios podrían estar en contra ya que reduce a sus clientes • Grandes empresas de productos para mascotas podrían utilizar la idea e invertir mucho dinero

alumno: _____

fecha: _____


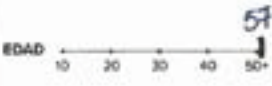
ANÁLISIS PESTLE(E)

POLÍTICO	¿Cuál es la situación política del país y cómo puede afectar a la industria?	<ul style="list-style-type: none"> • Abril de 2015: Ley de Protección y Bienestar de los Animales en la Ciudad de México (tendencia: aumento del interés político en el bienestar de las mascotas y de los animales en general. • Enero de 2014: impuesto en comida para mascotas de 16% (considerando las mascotas como un lujo). • 2004: Ley de Cultura Cívica del Distrito Federal . • Marzo 2016: las autoridades de la Ciudad de México, San Miguel de Allende y Aguascalientes firmaron un acuerdo con Humane Society International.
ECONÓMICO	¿Cuáles son los factores económicos prevalentes?	<ul style="list-style-type: none"> • Típicamente las clases socioeconómicas medias y altas tienen mascotas. • 45% de los mexicanos vive bajo la línea de pobreza y 50% tiene mascotas. • Desde 2008, las ventas en productos relacionados con mascotas ha aumentado de un 13% por año, llegando a \$2.2 billones USD en 2014, según Euromonitor International. • La comida para mascotas en México está lejos de llegar al crecimiento de dos dígitos que experimentaba antes de la implementación del impuesto. La <i>wet food</i> se está volviendo más popular ya que tiene márgenes más altos para las empresas, además de su ángulo “saludable”. • Los supermercados, las tiendas especializadas para mascotas y los vendedores por internet están aumentando sus ventas por su conveniencia, la facilidad de la experiencia de compra y la variedad de productos que ofrecen.
SOCIAL	¿Qué importancia tiene la cultura en el mercado y qué la determina?	<ul style="list-style-type: none"> • Hay un alto porcentaje de mascotas con pedigree y bien mantenidas en los estatus socioeconómicos más altos de la CDMX.

		<ul style="list-style-type: none"> • Algunos residentes ven a las mascotas de otros como una molestia: recientemente se dio un caso de envenenamiento de perros en el Parque México (CDMX), por parte de una persona que quería detener el problema de heces fecales en espacios públicos. • La ciudad de casi 9 millones de habitantes tiene serios problemas de perros callejeros, “fábricas de cachorros”, maltrato animal y ventas ilegales de mascotas. • Latinoamérica es la región del mundo con más hogares con mascotas. Una encuesta en línea reveló que el 80% de la población con internet tanto en Argentina como en México tenía una mascota; el porcentaje era de 75% en Brasil, es decir $\frac{3}{4}$ de la población. --MarketWatch • El 58% de los hogares mexicanos tienen mascotas (México forma parte del top 10 del mundo). • Tendencia de humanización de las mascotas: los clientes están pidiendo productos con “calidad de humanos” para sus mascotas. • Más de la mitad de los perros y gatos en Estado Unidos tiene sobrepeso (o son obesos); 46% de los dueños de gatos y 45% de los dueños de perros tienen una mascota senior (muy adulta).
<p>TECNOLÓGICO</p>	<p>¿Qué innovaciones tecnológicas pueden aparecer y afectar la estructura del mercado?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación en curso sobre cómo las mascotas entienden el lenguaje humano (source). • Proliferación de sitios web enfocados en mascotas (petmd). • Automatización de accesorios y productos para mascotas, como dispensadores automáticos de agua y de comida, “invisible fences”; pasto nuevo para que las mascotas hagan sus necesidades... • Aumento en la integración de apps como WAG! (paseadores y cuidadores de perros <i>on demand</i>). • Los chips con GPS se han estandarizado en Estados Unidos.

		<ul style="list-style-type: none"> • Aumento en dispositivos de comunicación, como cámaras para ver a tus mascotas desde la oficina (Petzi, Scout66). • Monitores de salud para mascotas (FitBark, Voyce, PetPace, Oggii). • Los dueños están pidiendo productos para mascotas con “calidad humana”, lo cual requiere de tecnología.
LEGAL	¿Hay leyes actuales que regulan la industria -o puede haber algún cambio en la legislación de la industria?	<ul style="list-style-type: none"> • Los dueños, criadores y veterinarios en CDMX están molestos por la nueva ley que requiere esterilización, implantes de chips y registro de todos los perros y gatos. • Grupos de veterinarios y de criadores publicaron un anuncio de página completa en el periódico diciendo que la nueva ley podría poner en peligro a miles de empleos en clínicas, salones y criaderos de mascotas y escuelas de entrenamiento. La Federación Canófila Mexicana dijo que la ley fue tomada de manera apresurada en mayo, sin consultar adecuadamente sus consecuencias. • 2013: finalmente existe la pena de cárcel por crueldad animal (antes eran únicamente multas).
AMBIENTAL	¿Qué preocupaciones ambientales tiene la industria?	<ul style="list-style-type: none"> • La comida para mascotas con “calidad humana” utiliza primordialmente cortes de carne y otros ingredientes preferidos por muchas personas, sumándole más presión al sistema alimentario global que tendrá que alimentar a 9 mil millones de personas en 2050. • Las mascotas dejan una fuerte huella de carbono: se necesita de 0.84 hectáreas de tierra para alimentar a un perro mediano.
ÉTICO	¿Qué asuntos éticos existen en la industria?	<ul style="list-style-type: none"> • Tendencias de protección animal en 2014: la ciudad prohíbe los animales de circo.

PERFIL DE CLIENTE

<p>Marco Antonio Zavala</p> 	<p>BIOGRAFIA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nació en Puebla; en su adolescencia se mudó a CdMx con su familia. • 2 hermanos en CdMx • Se casó, tiene 2 hijos: <ul style="list-style-type: none"> - 1 Q casada en Morelia - 1 O en universidad en Puebla • Se divorció hace 8 años • Su ex se mudó a Morelia 	<p>DEMOGRÁFICOS</p> <p>GÉNERO <input checked="" type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> M</p> <p>EDAD  57</p> <p>INGRESOS MENSUALES (MILES DE PESOS)</p> <p>00-30 <input type="checkbox"/> 31-40 <input checked="" type="checkbox"/> 41-50 <input type="checkbox"/> 51-60 <input type="checkbox"/> 61+</p> <p>\$38,000 mensuales</p> <p>URBANIDAD</p> <p>En CdMx toda su adultez</p>	<p>RETO PARA ALCANZAR EL ÉXITO</p> <p>CORTO PLAZO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Su jefe y él no se llevan bien. El jefe le asigna muchas horas extra (no pagadas). • Manejar sus tiempos y cuidar su gato <p>LARGO PLAZO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Temer no poder jubilarse a los 60 (si lo despide el jefe y no encuentra trabajo rápido) • Temer a la soledad en la vejez 	
<p>BUZZWORDS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jubilación - Facebook (like, post, etc) - Todo-en-uno - DIY (Do It Yourself) - Netflix <p>GESTICULACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> - Juega con su pluma al hablar. Limpia sus anteojos constantemente. - Acaricia a su gato cuando éste se acerca. <p>HÁBITOS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prepara todas sus comidas por salud, ahorro y porque le gusta cocinar. - Duermes con la TV encendida. "No me gusta el silencio". - Se transporta a pie o en metro. 	<p>CRITERIO DE COMPRA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cosas prácticas, que faciliten su vida. • Conoce tecnología básica (Facebook, e-mail, Google MS Office nada más) • No le gusta la tecnología nueva (odia cambiar su celular) 	<p>ENTORNO</p> <p>TRABAJO 20 años administrando hoteles (8 años en su actual trabajo)</p> <p>EDUCACIÓN Lic. en Administración; muchos diplomados y cursos en hotelería y gastronomía</p> <p>HOBBIES Sacar a pasear a su gato con correa / leer / cocinar</p>	<p>¿CÓMO PODEMOS AYUDAR?</p> <p>DE QUÉ MANERA AYUDA SE PRODUCTO A ALCANZAR SUS OBJETIVOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ayudarle a cuidar a su gato para que no tenga que pedir permiso en el trabajo. • Reducir estrés y preocupación por su gato • Disminuir el tiempo y dinero que invierte su gato. 	
<p>METAS</p> <table border="0"> <tr> <td data-bbox="509 1129 854 1320"> <p>CORTO PLAZO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jubilarse a los 60 con una buena pensión • Conocer una nueva pareja para no envejecer solo. </td> <td data-bbox="867 1129 1205 1320"> <p>LARGO PLAZO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vivir hasta los 90 con salud e independencia. • Mudarse a la playa a disfrutar sus últimos años. • Tal vez administrar un pequeño hotel ahí. </td> </tr> </table>		<p>CORTO PLAZO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jubilarse a los 60 con una buena pensión • Conocer una nueva pareja para no envejecer solo. 	<p>LARGO PLAZO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vivir hasta los 90 con salud e independencia. • Mudarse a la playa a disfrutar sus últimos años. • Tal vez administrar un pequeño hotel ahí. 	
<p>CORTO PLAZO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jubilarse a los 60 con una buena pensión • Conocer una nueva pareja para no envejecer solo. 	<p>LARGO PLAZO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vivir hasta los 90 con salud e independencia. • Mudarse a la playa a disfrutar sus últimos años. • Tal vez administrar un pequeño hotel ahí. 			