

PROPUESTA DE VALOR (Parking dog)

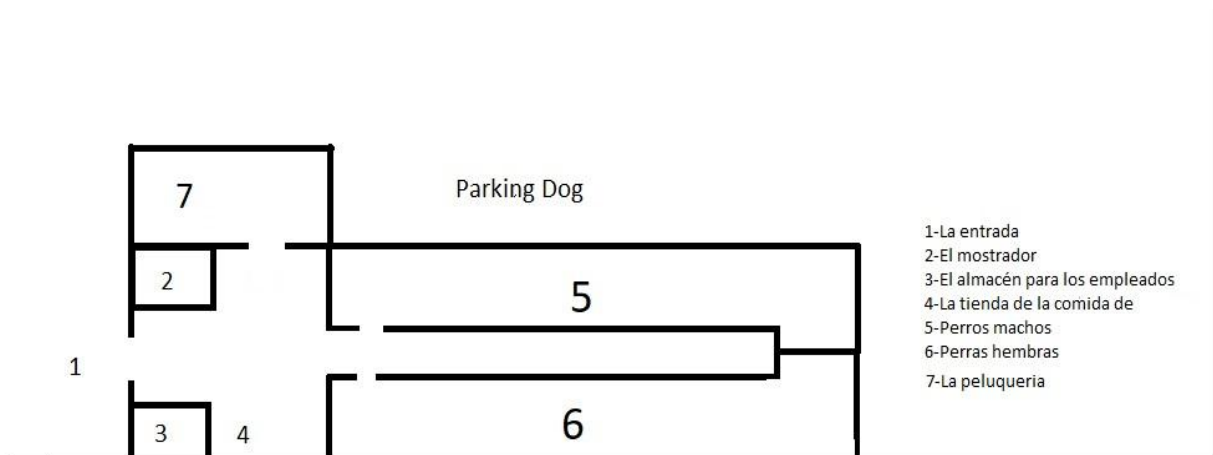


Nora Yáñez, Aitor Vázquez, Andro Gergedava, Irene Cuñado y Denisa Perdica

La propuesta de valor habla del problema que solucionamos para el cliente y cómo le damos respuesta con los productos o servicios de nuestra empresa. La idea es ayudar a aquellas personas que quieran consumir en una tienda y no sepan donde dejar a sus perros, con nuestro negocio, les damos un lugar acogedor a sus mascotas para que de esta manera, los dueños puedan realizar sus compras sin necesidad de dejar a sus perros fueron al alcance de todo el mundo y a que se preocupen por ellos.

Se trata de un negocio novedoso, porque hasta ahora no hay en el mercado una empresa que se dedique a lo que estamos ofreciendo a nuestros clientes.

En primer lugar, nuestra empresa consiste en crear recintos pequeños dentro de los centros comerciales con facilidades y comodidades para los perros. Actualmente, en algunos negocios suele haber un gancho fuera del establecimiento. Como ese gancho está en la calle y no están controlados, nuestro servicio supondrá una mejora de esa idea. Cuando dejas a los perros en el gancho pueden pasar frío porque está en la calle en cambio en nuestro recinto estarán calientes ya que está dentro de la tienda.



En segundo lugar, nuestra empresa estará situada dentro de los centros comerciales, principalmente cerca de las entradas/salidas. En la entrada del recinto a la izquierda está el mostrador(2) y a la derecha de la entrada hay un almacén para los empleados(3). Además el recinto de Parking Dog está compuesto de 2 habitaciones para los perros, los cuáles van a estar sueltos: la habitación 5 es donde van a estar situados los machos y el habitación 6 es donde van a estar situados las hembras. Antes de entrar en las habitaciones de los perros hay una sala de espera para los clientes.

Los perros van a ser cuidados por profesionales y nuestro servicio evitará que los perros pasen frío esperando a sus dueños. De esta manera la persona podrá dejar a su

perro con total confianza dentro de nuestro establecimiento con la seguridad de que estarán bien cuidados y supervisados. Además, el servicio que ofrece nuestra empresa Parking Dog es fácil de entender y en el caso de dudas nuestros empleados estarán dispuestos a ofrecer a los clientes toda la información necesaria para ayudar.

Nuestros clientes van a ser las personas con perros quienes necesitan dejar su perro en un ambiente sano y seguro para poder disfrutar de su tiempo sin estar preocupados por el bienestar de su animal. Los usuarios de nuestro servicio, los dueños de perros, son los que van a disfrutar de los beneficios que ofrecemos.

Si una persona tiene menos de 12 años vamos a necesitar el permiso de sus padres para poder utilizar nuestros servicios. Por otro lado, si el usuario es mayor que 12 años tiene que hacer lo siguiente para poder disfrutar de los servicios que ofrecemos; el usuario de nuestro servicio tendrá que dejar sus datos personales como su nombre y apellido, el número de teléfono, DNI, para poder identificar el dueño del perro y avisar a esta persona si el servicio que le hemos ofrecido ha terminado. Si el dueño no vuelve a recoger su perro el precio que tendrá que pagar va a aumentar, dependiendo del tiempo que transcurra. Nuestros clientes pueden disfrutar de su tiempo sabiendo que sus perros van a estar bien cuidados en un lugar sano.

Además los precios serán moderados, es decir el precio por cada perro no variará según el tamaño del perro, según la raza, etc. Y el precio tampoco será más bajo por innovación, el precio inicial es el precio que se establecerá de manera permanente. El precio crecerá proporcionalmente a 8€/h.

El ciclo de vida de un servicio son las etapas que pasa el servicio de una empresa desde su lanzamiento hasta retirarlo. Las diferentes etapas son 3: **introducción** (cuando introduces tu servicio al mercado), **crecimiento** (cuando tu servicio está creciendo, es decir lo utiliza cada vez más gente), **madurez** (cuando el servicio está en lo más alto posible) y **declive** (cuando tu servicio lo deja de utilizar la gente y baja). La última etapa es la más importante para alargar la vida del servicio.

Nosotros estamos en la etapa de la introducción en esta etapa se determina por una serie de características:

En primer lugar, se ofrece muy poco, en segundo lugar no hay competidores o son muy pocos, en tercer lugar, los gastos de promoción y distribución son muy altos, en cuarto

lugar, las actividades relacionadas con la distribución son selectivas, en quinto lugar, las utilidades son negativas o muy bajas, en sexto lugar y para finalizar, el objetivo principal de la promoción es informar y por último, los clientes que disfrutan de este servicio son innovadores.

Esta etapa es la más arriesgada ya que tienes que gastar mucho dinero en desarrollar el servicio y en que los consumidores lo acepten.