

LOS AMIGOS DEL HOMBRE

JANNA CAMILA LOTA LINARES

NOVIEMBRE 2017

COORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

OPCION DE GRADO

TABLA DE CONTENIDO

PRESENTACION

1. IDENTIFICACION DE LA IDEA DE NEGOCIO
 - 1.1. DESCRIPCION DEL NEGOCIO
 - 1.2. PROBLEMA A DESARROLLAR
 - 1.3. CLASE DE PRODUCTO QUE GENERA LA IDEA DE NEGOCIO
 - 1.4. SECTOR ECONOMICO AL QUE PERTENECE LA IDEA DE NEGOCIO
 - 1.5. DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO
 - 1.6. JUSTIFICACION DE LA IDEA DE NEGOCIO
 - 1.7. OBJETIVO DE LA IDEA DE NEGOCIO
 - 1.8. OBJETIVO GENERAL
 - 1.9. OBJETIVOS ESPECIFICIOS
 2. CAPITULO 2
 - 1.1.1 CUSTOMER DEVELOPEMENT
 - 1.1.2 CARACTERISTICAS DEL SEGMENTO AL CUAL VA ATARCAR
 - 1.1.3 IDENTIFICACION DE NECESIDADES
 - 1.1.4 IDENTIFICACION DE BENEFICIOS Y EXPECTATIVAS
 - 1.1.5 IDENTIFICACION DE SOLUCIONES ACTUALES
 - 1.1.6 ANALISIS DE INCONFORMIDADES , ILUSTRACIONES Y FRUSTACIONES
 - 1.1.7 MERCADO
 3. CAPITULO 3
- ### 2. ENTREVISTA
4. 2.1 PROCESO DE RECOLECCION DE INFORMACION
 5. 2.2 HALLAZGOS DE LA INFORMACION RECOLECTADA
 6. 2.3 ANALISIS DE INFORMACION
 7. 2.4 RESULTADOS DE LA INFORMACION
 8. CAPITULO 4
 9. 4.1 DESCRIPCION DEL PROTOTIPO
 10. 4.2 CONCLUSIONES

1. IDENTIFICACION DE LA IDEA DE NEGOCIO

1.1 DESCRIPCION DEL NEGOCIO :

Es un servicio único e innovador el cual nuestro cliente va a quedar satisfecho con nuestra experiencia laboral y con una excelente actitud positiva, queremos decir que brindaremos un apoyo sentimental a los perros abandonados para que los puedan acompañar en cualquier aventura por un tiempo determinado.

1.2 PROBLEMA A DESARROLLAR :

Como evitar el abandono de los perros, y así ayudar a la comunidad como a nosotros mismos para hacerles entender que ellos pueden formar parte de la familia.

1.3 CLASE DE PRODUCTO QUE GENERA LA IDEA DE NEGOCIO :

Mi producto es un servicio tangible porque brindare un apoyo a los perros abandonados, por medio de la cual ayudándolos a ser mejores cada día y poderse relacionar nuevamente con las personas sin temer a que los lastimen, poder brindar un servicio de salud bien estructurado, tendremos salidas con ellos para que sientan lo hermoso que es de nuevo vivir, queriéndolos tal cual son sin importar la raza que sea. En el tema económico será beneficiado por unos ahorros.

1.4 SECTOR ECONOMICO AL QUE PERTENECE LA IDEA DE NEGOCIO :

Sector terciario o servicio por que podemos generar un aumento cada vez que usen nuestro servicio, podrán contactarnos por nuestra red social, tendremos salidas a lugares diferentes de nuestro refugio para que los perros puedan tener amigos y sentirse bien consigo mismo.

1.5 DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO :

Mi servicio tiene elementos como : servicio sociales por que con el dinero que nos vamos recogiendo lo vamos recadando para que cada día vayamos mejorando nuestros servicios , otros servicio como el de publicidad por medio otros refugios que estén cercanos al nuestro , quiere decir una recomendación por parte de ellos para tener nuevos clientes , la importancia de mi servicio es poder llegar a nuestra clientela los descuentos más pasivos para reducir los costos de inventario para desarrollar nuevas estrategias .

1.6 JUSTIFICACION DE LA IDEA DE NEGOCIO :

Es porque quiero ahorrarles tiempo a las personas del barrio Valladolid, para que puedan dejar sus mascotas con nosotros brindándoles un excelente servicio, una limpieza única e innovadora, sacarlos a pasear cada mes a otros refugios. Tener buena alimentación para ellos generándoles buenos hábitos de comportamiento pero obviamente entrenándolos con amor y dulzura, para que así nuestro servicio sea reconocido por su calidez de cada personal.

1.7 OBEJTIVO DE LA IDEA DE NEGOCIO :

1.9.1. OBJETIVO GENERAL:

Crear un servicio único e innovador pero básicamente ir analizando cómo evitar el abandono de perros y hacerles entender a las personas de cómo están actuando mal; las ultimas tecnología va a ser saber mucho de electrodomésticos para refugios, en la ciudad de Bogotá y

que nos genere una rentabilidad anual del 20% y que se encuentre ubicado en el barrio Valladolid de la ciudad de Bogotá, Colombia.

1.9.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS:

Identificar el principal objetivo para abandonar un perro en los estudiantes de la CUN y personas del barrio Valladolid.

Investigar las causas y consecuencias que tiene una persona al abandonar un perro.

Dar a entender a las personas lo bueno de tener una mascota.

CAPITULO 2

CUSTOMER DEVELOPEMENT

1.1 HIPOTESIS

1.1.1 STAKEHOLDER : caracterice el segmento al cual va a atacar :

Personas que necesiten tiempo para relajarse con sus mascotas.

La aceptación de cuidar una mascota cuando el tiempo es muy ilimitado.

Ir a turismo con los perros.

Generando amor y ternura para reunir a la familia preocupándonos por el bienestar de ambos.

Obviamente que las mascotas queden satisfechas con nuestros cuidados únicos y amorosos.

También podemos atacar otro segmento identificado como:

Centros de estética de belleza canina

Centros vacacionales de mascotas

Fundaciones internacionales

Salas de vacunación

1.1.2 IDENTIFICACION DE NECESIDADES DEL STAKEHOLDER:

Las personas que salen de viaje, necesiten que cuidemos sus mascotas, para disfrutar sin preocupación.

La necesidad de no gastar su dinero huyendo a otro barrio, sabiendo que tiene un refugio cerca de la casa, por lo tanto lo podemos cuidar nosotros.

Brindarles ejercicios con rutinas para que su energía sea mejor, queremos decir la necesidad hacia las mascotas para que contengan un buen físico.

Asegurándonos que tengan alimentos de buena calidad con sus propios juguetes, tenemos en cuenta que los perros adultos mastican menos que los cachorros.

La necesidad de que los cachorros socialicen con sus dueños, para ayudar a prevenir el miedo, ayudándolo a tener buenas experiencias con la naturaleza y así poderse relacionar con sus amos.

La necesidad de que sus mascotas brillen como nunca ósea que lo que el cliente pide ofrecemos nuestro servicio a ellos.

Ayudar a nuestros clientes a tener un liderazgo frente a sus mascotas, de igual manera dándoles consejos buenos como de no golpear ni maltratarlos; elegir una palabra para que sea de liberación para saber que la mascota hace lo correcto. Queremos decir la necesidad de un líder que necesita una mascota.

1.1.3 IDENTIFICACION DE BENEFICIOS Y EXPECTATIVAS :

Tenemos beneficios terapéuticos para los perros, entrenándolos día a día, para que puedan ayudar a niños y adultos que no puedan ver.

Ayudar a nuestros clientes con la educación del perro al precio bajo, claro está que se ajuste al presupuesto de nuestros clientes.

Brindamos un apoyo de tener positivismo a las cosas de la vida, para esto su propia mascota con tan solo mirarlo aumenta tu felicidad a pesar de la tristeza que tenga nuestro cliente.

Tenemos en cuenta que al asumir el cuidado de un perro requiere una rutina y nos obliga a estar activos, para esto ofrecemos varios tipos de rutinas que se ajusten al rendimiento de nuestro cliente con su mascota.

Nuestros clientes podrán adoptar unos perros para que los acompañe, esto genera una vida social y activa, para que así nuestros clientes adopten un equilibrio emocional y que sean responsables. Pero OJO este beneficio es adicional.

1.1.4 IDENTIFICACION DE SOLUCIONES ACTUALES :

Aquí te damos la oportunidad de poder adoptar tu propia mascota totalmente entrenada.

La creación de una página web donde los clientes puedan acceder fácilmente y puedan ubicarnos y que usen nuestros beneficios.

Encontrándoles familias, que los cuiden, los educen, los amen y que tengan en cuenta sus estupidas habilidades como acompañamiento que se puede convertir en su mejor amigo.

Nos tomaremos la tarea de recoger los animales que han sido abandonados o maltratados, para brindarles un hogar amor, cariño y que vuelvan tener confianza con una persona.

Nosotros adoptamos perros y gatos, porque sabemos que estamos salvando muchas vidas y que ellos nos agradecerán toda la vida .Incluyendo seguimiento al veterinario.

Lógicamente la repatriación de volantes a cada persona que use nuestro servicio.

1.1.5 ANALISIS DE INCONFORMIDADES , FRUSTACIONES Y LIMITACIONES :

Puede ser la limitaciones en el trabajo, que todos los empleados se sientan conformes con su capacidad dentro y fuera del servicio.

1.1.6 MERCADO :

Cliente potencial seria: 18 – 35 años oh más

Sexo: Femenino – Masculino

Profesión: Estudiante

CAPITULO 3

VALIDACION DEL PENTAGONO DE PERFILACION DE CLIENTES

2. LA ENTREVISTA :

El tipo de entrevista que realice fueron cualitativos y cuantivos.

2.1 PROCESO DE RECOLECCION DE INFORMACION :

He aplicado 10 entrevistas en el barrio Valladolid, lo negativo es que algunas personas no les interesaba oh perder el tiempo, y lo bueno es que la mayoría de las personas me colaboraron.

2.2 HALLAZGOS DE LA INFROMACION RECOLECTADA :

NOMBRE	ENTREVISTA
Joani	También le brindaría apoyo sentimental y lo cuidaría demasiado al perro.
José a mandéis	Definitivamente no le interesan los perros.
Nelsy del pilar	Le daría apoyo al perro y quizás lo tuviese en casa
Olga Maritza	Le agradan los perros como mascotas mas no para tenerlos en casa
Hugo Bonilla	Denunciaría a la persona que maltrate a un perro porque eso no se debe de hacer
Alexander pulido	Brindaría apoyo al perro y lo llenan de emoción
Pilar linares	Le interesa el tema porque un perro es el amigo del hombre.

José Demetrio	Que si le interesa el tema y cuidar a los perros.
Álvaro Bernal	No le interesa el tema porque ve muchos perros abandonado en la calle y no le parece bien para la comunidad.
Santiago Manrique	No le interesa el tema, pero de todas formas brindaría apoyo al perro.

2.3 ANALISIS DE INFORMACION :

NECESIDADES	BENEFICIOS	FRUSTACIONES	SOLUCIONES ACTUALES
Uso de tecnología en cualquier momento.		Falta de dinero	Volantes pegados en varios lugares.

Accesibilidad	Uso de plataforma Terapias para ambos	Falta de tiempo	Biblioteca
Economía	Que se ajuste al presupuesto del cliente. Que nuestro servicio sea rentable y barato.	Demasiada información	Información en línea
Cumplir con las actividades	Entrenando a las mascotas día a día. Llevándolos de paseo a otros refugios. Brindarles un apoyo de comprensión.	Que no nos alcance el presupuesto para las salidas. Falta de tiempo por parte del personal.	La creación de una página web donde nuestros clientes nos encuentren fácilmente y usen nuestros servicios.

2.4 RESULTADOS DE LA INFORMACION :

Después de realizar las entrevistas a las personas diferentes del barrio Valladolid de Bogotá, observo que hay dificultad de tiempo, la cual hacen que tengan problemas para poder viajar sin preocupación por sus mascotas, de igual forma se encuentra como beneficio cumplir con todas las actividades planeadas.

3. CAPITULO

PROTOTIPO

3.1 DESCRIPCION DEL PROTOTIPO :

https://www.youtube.com/watch?v=51orDHUnN_k

Mi servicio obviamente va empezar por ajustar el presupuesto, analizando cada plano, buscando animalitos enfermos para ayudarlos a revivir, teniendo buena atención médica, en lugar muy hermoso que no se sientan encerrados que sean libres de ser ellos mismos sin importar la raza o el físico, cada lugarcito que hay dentro del refugio será innovador con pura creatividad y sensibilidad a la hora de escoger el tipo de color en las paredes, los diferentes tipos de comida etc.

CONCLUSIONES

Después de haber analizado las entrevistas me he dado cuenta que a la gente no le gusta ver los perros en la calle de los barrios por que hacen dar a entender que nosotros no nos importa,

pero eso es mentira lo que pasa es que falta recursos económicos para poder tener una mascota en la casa. Debemos entender que los perros forman parte de nuestra sociedad tratarlos muy bien sin discriminación. Esto me deja como conclusión que la mayoría de gente que tienen mascotas son felices pero al mismo tiempo preocupantes por si les pasa algo.

