

AHOGADOS



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

AUTORES

VIVIANA ANDREA BALDION LOPEZ

MARIA FERNANDA CHAMORRO FORERO

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR - CUN

OPCION DE GRADO 1

BOGOTA D.C.

2019

Tabla de contenido

INTRODUCCION	1
JUSTIFICACION	2
DESCRIPCION DE LA IDEA DE NEGOCIO	3
COMPONENTE INNOVADOR DE LA IDEA DE NEGOCIO	4
MODELO LEAN CANVAS	5
DESCRIPCION DETALLADA DEL CLIENTE.....	6
VALIDACION DE LA IDEA	7
HERRAMIENTAS DE RECOLECCION	8
ANALISIS DE RESULTADO	9
PLANEACION ESTRATEGICA	10
IDENTIDAD ESTRATEGICA	11
FUTURO PREFERIDO	12
OBJETIVOS	13
VALORES.....	14
CONCLUSIONES.....	15
BIBLIOGRAFIA	16

1. INTRODUCCION

- La siguiente investigación se basa primero en identificar el tipo de desorden que actualmente se han estado viendo en diferentes hogares colombianos, detallamos diferentes procesos los cuales nos ayudaran a encontrar diferentes hipótesis que nos llevaron a encontrar estos diferentes acontecimientos que se han visto más seguido en diferentes hogares. Esta idea se presentará bajo diferentes capítulos en donde describiremos una muestra de los resultados de toda la investigación, el servicio a realizar y como llevar a cabo este proyecto y así poder contribuir en diferentes familias colombianas.

2. JUSTIFICACION

- Esta idea surge a causa de cómo puede un acumulador recaer en la acaparación de objetos ya que este es el mecanismo que ha desarrollado para suplir carencias emocionales y si ve su casa vacía sentirá estas carencias con mucha fuerza. En dichos casos, el acumulador podría llegar a recoger de la basura aquello que ya botó o comprar compulsivamente nuevas cosas. La mayoría de los acumuladores no reconocen su condición, sienten que simplemente tienen muchas cosas, que les gusta comprar o poseer o que son coleccionistas de objetos no necesarios. Lo grave de esta situación es que se convierte en una bola de nieve sin fin que se termina por absorber la vida social y familiar. La acumulación puede darse en distintos niveles y con fijaciones específicas. Hay acumuladores coleccionistas que se enfocan en un solo tipo de objetos, e incluso ay quienes acumulan animales.

3. DESCRIPCION DE LA IDEA DE NEGOCIO

- Nuestro proyecto de negocio nace desde aquel momento en donde nuestro servicio “ahogados” decide ayudar diversas personas con sus problemas de

desorden, en donde nos basamos en ayudar a vuestro cliente a ordenar sus objetos personales y en gran parte los objetos que ya no usan. En nuestra empresa nos caracterizamos por el compromiso con nuestra idea de negocio; pretendemos ayudar a muchas personas que desean tener un poco más de espacio y orden en sus hogares, liberándose de aquellos objetos que ya no usan o que simplemente están dañados. Pretendemos ayudar al medio ambiente y a su vez que tengan un bajo costo durante todo el proceso de transformación. La iniciativa de nuestro servicio debe proporcionar un valor añadido al cliente potencial, ya que de lo contrario será muy difícil desplazar a la competencia existente en el mercado. Lo ideal, sería ofrecer algo novedoso, en el sentido de mejorar lo existente, o bien de satisfacer a los clientes con un servicio distinto que les dé mayor solución a sus necesidades, o, dicho de otro modo, mayor valor añadido.

Hacia nuestros clientes con el cual lograremos que ellos sientan que su desorden es tanto de ellos como de nosotros y que le brindaremos de la mejor manera un servicio de calidad. Conseguir un nivel de satisfacción, no solo lo lograremos con el trabajo en equipo que formaremos si no también con la responsabilidad que generamos con cada trabajo realizado dentro del hogar. Desarrollaremos unas nuevas ideas de diseño en los hogares o por que no contribuir con el mejoramiento del hogar de cada colombiano, generando remodelación que puede ser tanto afuera como en el interior de cada casa, teniendo claro que para generar este servicio no será nada fácil porque todos nuestros futuros clientes tienen su estilo de desorden diferente y diseñar cada uno de tal manera que le guste y tenga un proceso de trabajo será nuestra meta por cumplir en cada trabajo.

Para nuestra empresa es muy importante la opinión de nuestros clientes ya que para ellos sería muy agradable ver como su casa obtiene un poco más de espacio. Para nosotros será muy gratificante ver que se sientan más cómodos en su nuevo espacio.

4. COMPONENTE INNOVADOR DE LA IDEA DE NEGOCIO

- Nos centramos en dos tipos de innovación; La Innovación de un servicio en la cual se pueda ofrecer una variedad de diseños que nos permitirán aportar un excelente y novedoso servicio, con la intención de poder prestar con gran calidad un servicio con el cual nuestro cliente futuro se sienta apoyado en todo este cambio, en todo este proceso. La Innovación de marketing está el de implementar experiencias al cliente para que obtenga descuentos, diferentes diseños, opciones de venta, para que así el no pretenda que el mal estado de su hogar nunca va a poder transformarla en lo que tanto ha soñado.

5. LEAN CANVAS

<p>Aliados Clave</p> <p>Reconocer los diferentes estilos y diseños que pueden existir, basandonos en que tambien encontramos nuevos clientes con diferentes estilos de acumulacion.</p>	<p>Actividades Clave</p> <p>Generar espacios en los cuales nuestros clientes puedan ver nuestros nuevos diseños y los diferentes procesos de transformacion generados.</p>	<p>Propuesta de Valor</p> <p>Creas en Nuestro cliente una nueva forma de poderse sentir bien en las zonas en la cual mas se la pasa y que escoge normalmente para descansar o compartir con sus seres allegados.</p>	<p>Relación con el Cliente</p> <p>Poder relacionarnos con ellos de tal manera que sientan que tienen un apoyo y que su desordel o nivel de acumulacion tambien nos afecta y nos importa a nosotros.</p>	<p>Segmentos de Clientes</p> <p>Esta idea no establece una edad clara la cual puedan utilizar nuestros servicios, ya que aquellas personas que deseen remodeler sus hogares nuestro servicio sera clave fundamental para el desarrollo de esta idea. Aun asi hemos elbaorado unas entrevistas las cuales se deduce que podria ser utilizado mas por personas de 25 a 50 personas sin destacar que personas mayores de 68 años tambien estarian interesadas en este servicio.</p>
	<p>Recursos Clave</p> <p>Para poder deshasernos de aquellos objetos que se esten botando se elaborara una venta de garaje con ello se dara un ingreso extra para nuestro cliente.</p>	<p>Establecer maneras en la cual ellos se sientan apoyados en esta transformacion.</p>	<p>Canales</p> <p>Uso de redes sociales, pagina web, ofertas online, Via WhatsApp.</p>	
<p>Estructura de Costes</p> <p>Costos generales en consumo de insumos (tales como ventas de garaje, nuevos pisos, nuevas alcoholbas, nuevos diseños y demás materiales), Materias primas y objetos en buenas condiciones para poderlas adecuar a las mismas, plan de marketing (pagina web, contacto con ellos)</p>		<p>Estructura de Ingresos</p> <p>Procesos elaborados en base al tipo de servicio que se pueda elaborar, como bien se ha establecido no todos nuestros futuros clients tienen el mismo problema de acumulacion.</p>		

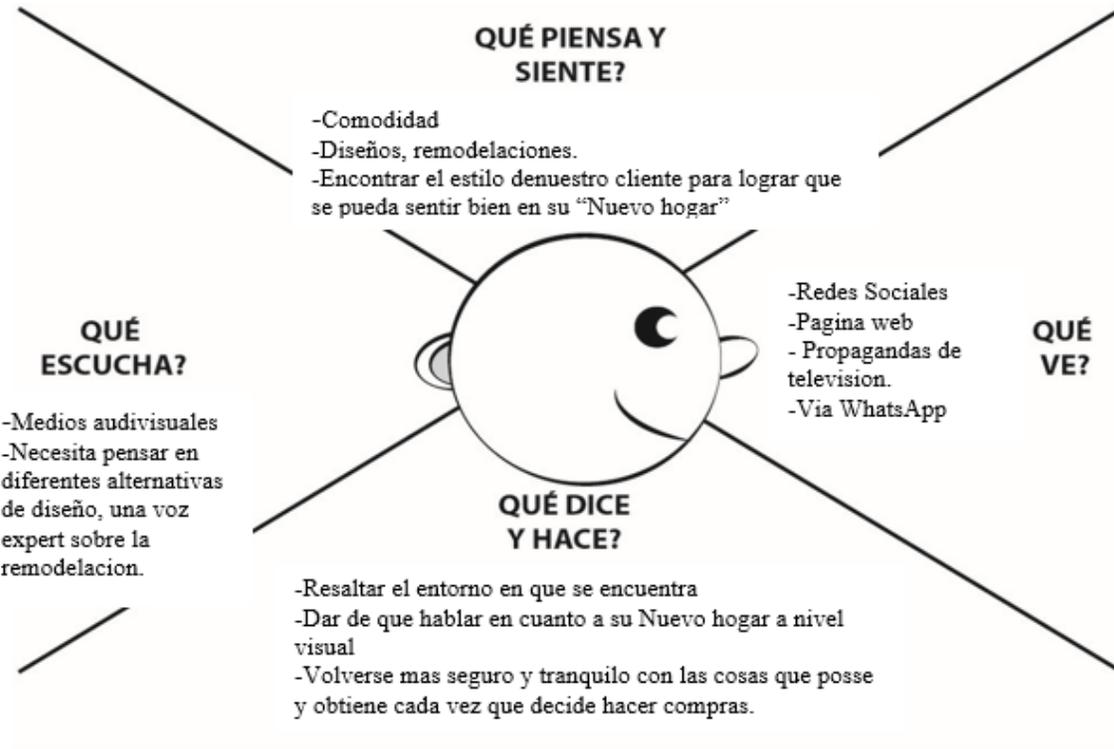
6. DESCRIPCION DETALLADA DEL CLIENTE.

- Nuestro cliente futuro es aquel capaz de reconocer su nivel de desesperación o su desinterés por objetos que ya no usan y que han pasado mucho tiempo y no le ha encontrado una buena función. Aquel cliente que busque renovar su ambiente personal y pueda ser capaz de desprenderse de cosas que realmente ya no usa por el hecho que están dañadas o ya no le ve el mismo interés que cuando lo compro o se los regalaron y solo deciden en guardarlo ocupando espacio que podrá reutilizar en objetos más allegados.

7: SEGMENTACION DEL MERCADO

➤ Segmentación geográfica: Zona Bogotá, País Colombia.
➤ Segmentación Psicológica: Nuestro cliente está definido en varios acontecimientos, en muchas ocasiones nuestro cliente es acumulador por algún vacío que existe en su vida y pretende llenarlo comprando muchas cosas que en oportunidades no son necesarias, en muchas otras nuestro cliente pretende que obteniendo objetos coleccionables se obtendrá diferentes organismos de comunicación con personas de otro nivel social o educativo.
➤ Segmentación Demográfica: Edad: 25-50 años ➤ Género: Femenino y Masculino
➤ Segmentación Conductual: Beneficio buscado: General tranquilidad y ayuda a diferentes personas con problemas de acumulación. ➤ Tasa de uso: Alta
➤ Segmentación Cultural: Lo tratamos de asociar con las diferentes entrevistas que se realizaron, las cuales nos arrojaron que aquellas personas que necesitan un nuevo respiro en su vida o cambios generados a los entornos en donde normalmente descansan.

7. MAPA DE EMPATIA



8. VALIDACION DE LA IDEA

- Entrevistas (preguntas)
- ¿Te consideras acumulador de objetos innecesarios? *
- SI
- NO
- ¿Cuantos objetos sin valor guardas en tu casa sin generarle el uso adecuado? *
- 4
- 7
- 10
- Más de 10
- ¿Alguna vez ha organizado una venta de garaje? *
- SI
- NO
- ¿Sabe cómo organizar una venta de garaje? *
-
- Tu respuesta

- ¿Conoce lugares en donde conoce ayuden a personas con problemas de acumulación? *
-
- Tu respuesta
- ¿Considera que es un usuario? *
- Ordenado
- Acumulador
- Desordenado
- ¿Cuántas veces al año remodela o regala objetos o espacios de su hogar? ¿Por qué? *
-
- Tu respuesta
- ¿Conoce personas que tengan problemas de acumulación obsesiva en sus hogares? *
- SI
- NO
- ¿Piensa usted que ser acumulador de objetos o animales es un problema? ¿Por qué? *
-
- Tu respuesta
- ¿Logra establecer una diferencia entre acumulado y desordenado? ¿Cual? *
-
- Tu respuesta
- ¿Del 1 al 10 que tan ordenado es? *
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10
- ¿Cuánto tiempo se demora organizando sus objetos personales? *

- Hora

- ¿Ha elaborado donaciones alguna vez? *
- SI
- NO

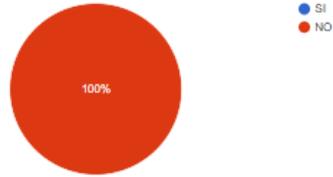
9. HERAMIENTAS DE RECLECCION

<https://docs.google.com/forms/d/17L585iA9qB3S9yyjShdDPVZy17lxzSkXXJgt0F97uo/edit#responses>



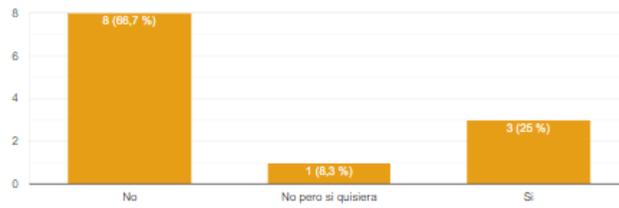
¿Alguna vez ha organizado una venta de garaje?

12 respuestas



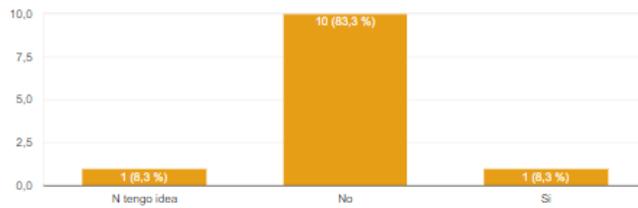
¿Sabe como organizar una venta de garaje?

12 respuestas



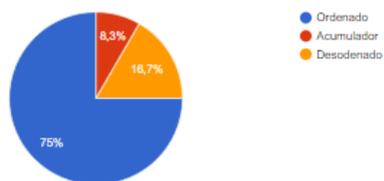
¿Conoce lugares en donde conoce ayuden a personas con problemas de acumulación?

12 respuestas



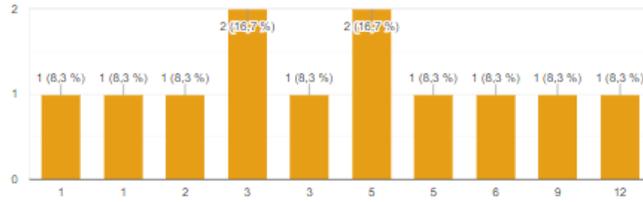
¿Considera que es un usuario?

12 respuestas



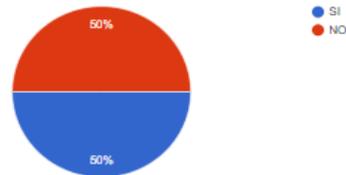
¿Cuántas veces al año remodela o regala objetos o espacios de su hogar? ¿Por que?

12 respuestas



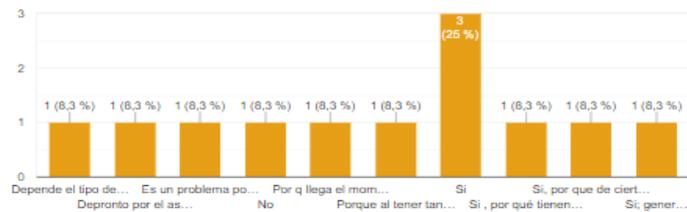
¿Conoce personas que tengan problemas de acumulación obsesiva en sus hogares?

12 respuestas



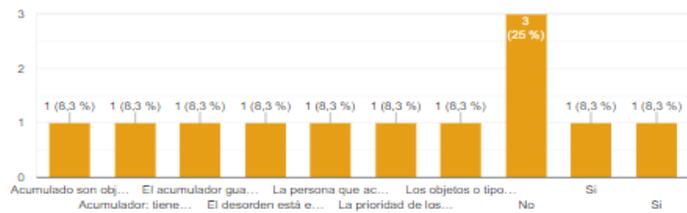
¿Piensa usted que ser acumulador de objetos o animales es un problema? ¿ Por que?

12 respuestas



¿Logra establecer una diferencia entre acumulado y desordenado? ¿Cual?

12 respuestas





10. ANALISIS DE RESULTADO

- Con estas entrevistas encontramos a diferentes personas que ven muy poco viable este proceso, por lo cual es por motivo de inseguridad, pues un colombiano común no está acostumbrado a este tipo de procesos y mucho menos a tener personas ayudándolos a remodelar sus hogares. Pero en otros casos si establecemos una buena comunicación con ellos y así lograr cumplir sus gustos y poder ayudarlos con este proceso de acumulación o vacíos internos, lograremos que este proyecto sea más viable para este tipo de cliente futuro.

11. PLANEACION ESTRATEGICA

➤ IDENTIDAD ESTRATEGICA:

- MISION: Ofrecer a través de nuestro servicio seguridad y puntualidad, enfocándonos en la satisfacción y las expectativas de nuestro cliente, permitiendo el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

➤ FUTURO PREFERIDO

- VISION: Nos proyectamos para el 2023, como la empresa líder del mejor servicio de remodelación en la operación de hogares. Teniendo así un sin número de clientes generando buenos comentarios sobre nuestros servicios para así obtener más hogares limpios y menos acumuladores.

12. OBJETIVOS

- OBJETIVO GENERAL: Con nuestra idea de negocio pretendemos ayudar a muchas personas que deseen tener un poco más de espacio en sus hogares liberándose de aquellos objetivos que ya no usan o que simplemente están dañados. Pretendemos lograrlo de manera ambiental que nos permita ayudar al medio ambiente y a su vez que tenga un bajo costo y así lograr que nuestro cliente tenga el apartamento o casa que tanto ha querido desde hace mucho, pero por el hecho de apegarse a objetos que no cuentan ya con un valor para ellos.
- OBJETIVO ESPECIFICO:
 - Desarrollar unas nuevas ideas de diseño en los hogares o por que no contribuir con el mejoramiento del hogar de cada colombiano que nos permita contribuir con esta gran idea.
 - Generar remodelación que puedan ser tanto afuera como en el interior de cada casa, teniendo claro que generando este servicio no será nada fácil porque todos nuestros futuros clientes tienen un estilo y no será nada fácil contribuir con nuevas ideas, pero será un reto y un trabajo muy gratificante lograrlo y obtener un cliente feliz con nuestros servicios.

13. VALORES

- En nuestra empresa nos caracterizamos por el compromiso que tenemos hacia nuestros clientes con el cual lograremos que ellos sientan que su desorden es tanto de ellos como de nosotros y que le brindaremos de la mejor manera un servicio de calidad. Conseguir un nivel de satisfacción no solo lo lograremos con el trabajo de equipo que formaremos si no también con la responsabilidad y compromiso que generaremos en cada trabajo realizado.

14. CONCLUSIONES

- Este proyecto abre las perspectivas y expone las múltiples opciones que se tienen para el desarrollo del servicio de la remodelación, un jefe fundamental del desarrollo de las sociedades, en materia de sostenibilidad y responsabilidad. Asimismo, permite conocer y contemplar los factores y necesidades que se presentan en este servicio y en su entorno, con el fin de proponer alternativas y presentar soluciones más adecuadas a los problemas que la remodelación presente.

