

**PROYECTO OPCION DE GRADO I**

**YEIDY ALEJANDRA ROMERO NIÑO  
ELEN JERALDINT MARTINEZ CASALLAS**

**CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR (CUN)**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**BOGOTA**

**2018**

**PROYECTO OPCION DE GRADO I**

**YEIDY ALEJANDRA ROMERO NIÑO  
ELEN JERALDINT MARTINEZ CASALLAS**

**LINDA DIANA BUSTOS PARRA  
DOCENTE**

**CORPORACION UNIFIICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR (CUN)**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**BOGOTA**

**2018**

# Contenido

<b>Capítulo 1</b> .....	5
<b>INTRODUCCION</b> .....	5
<b>1. JUSTIFICACION</b> .....	6
<b>Capítulo 2</b> .....	7
<b>2. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACION DE CLIENTES - CUSTOMER DEVELOPMENT</b> 7	
<b>2.1 STAKE HOLDER</b> .....	7
<b>2.3 IDENTIFICACION DE LOS BENEFICIOS Y EXPECTATIVAS</b> .....	7
<b>2.4 IDENTIFICACION DE LAS SOLUCIONES ACTUALES</b> .....	8
<b>2.5. ANALISIS DE LIMITACIONES, INCONFORMIDADES Y FRUSTACIONES</b> .....	8
<b>2.6 MERCADO</b> .....	8
<b>2.6.1 Identificación de TAM, SAM y TM</b> .....	10
<b>Capítulo 3</b> .....	11
<b>3. VALIDACION DEL PENTAGONO DE PERFILACION DE CLIENTES.</b> .....	11
<b>3.1 LA ENTREVISTA.</b> .....	11
<b>3.2 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DE RESULTADOS.</b> .....	13
<b>3.2.1. Validación de Identificación de las Necesidades</b> .....	13
<b>3.2.2. Validación de los Beneficios y expectativas</b> .....	15
<b>3.2.3. Validación de las Limitaciones, inconformidades y frustraciones</b> .....	18
<b>3.3 PENTÁGONO DE PERFILACIÓN DE CLIENTES</b> .....	19
<b>Capítulo 4</b> .....	20
<b>4. PROTOTIPO</b> .....	20
<b>4.1 DESCRIPCION DE PRODUCTO.</b> .....	20
<b>4.2 FICHA TECNICA DEL PRODUCTO</b> .....	20
<b>4.2.1 PLANOS</b> .....	21
<b>Capítulo 5</b> .....	22
<b>5. PLANEACION ESTRATEGICA GENERATIVA</b> .....	22
<b>5.2 FUTURO PREFERIDO.</b> .....	22
<b>5.3 OBJETIVOS EMPRESARIALES.</b> .....	22
<b>5.3.1 OBJETIVO GENERAL.</b> .....	22
<b>5.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.</b> .....	22
<b>6. ANÁLISIS DE MACROENTORNO</b> .....	24
<b>6.1 PESTEL</b> .....	24

6.2 CINCO (5) FUERZAS DE PORTER .....	27
7. ANEXOS.....	28
8. CONCLUSIONES.....	32
9. BIBLIOGRAFÍA .....	33

## **Capítulo 1**

### **INTRODUCCION**

El presente trabajo comprende el estudio sobre dueños de perros que laboran y no tienen la posibilidad de dejar su perro en una guardería de la ciudad de Bogotá estrato 3, necesidad que no se ha sido considerada por ninguna empresa creadora de diseños o soluciones para esta problemática.

Se realiza un análisis de posibles necesidades que puede presentar los amos de perros, la importancia de las mascotas en los hogares, las posibles soluciones que existen actualmente en el mercado, expectativas e inconformidades frente a cuando quedan solos, los daños que realizan debido al estrés, soledad, ansiedad y demás sentimientos que ellos exponen.

Posteriormente para argumentar y plantear una nueva e innovadora forma de solucionar el problema relacionado, se tomó como garantía 18 personas de la localidad de Engativá barrio Villa Luz, utilizando como instrumento de evaluación la entrevista en la cual plasmaron sus preocupaciones problemas y necesidades acerca de lo que viven día a día con sus perros.

Con los datos recolectados se llegó a la conclusión que existen diferentes tipos de raza y que cada perro maneja su propia personalidad, encontramos que los perros de razas más fuertes y grandes son los que ocasionan más daños de muebles y zapatos, y que estos mismos manejan niveles de estrés y ansiedad más altos que los perros pequeños, nuestro enfoque va dirigido a esta clase de perros que por su tamaño y energía son difíciles de controlar sin dejar de un lado a las otras razas.

## **1. JUSTIFICACION**

En Colombia actualmente residen 49.824.204 personas, de los cuales 14.449.019 de la población cuenta con una mascota y de este número de personas el 80 % “11.559.215” tienen un perro. El mercado de las mascotas ha ido creciendo exponencialmente en las dos últimas décadas. Cada vez las mascotas han tomado más importancia y se han convertido en un integrante más de los hogares colombianos y de esta conclusión surge nuestra idea de negocio que se basa en diseñar, fabricar y distribuir un accesorio de entretenimiento canino. Se ha evidenciado la problemática de daños en el hogar ocasionados por las mascotas cuando se quedan solos en casa, con nuestra idea de negocio buscamos suplir esta necesidad y lograr una solución efectiva. Las mascotas han tomado tanta importancia al punto que el bienestar de ellos se ha convertido en una prioridad para su amo y debido a esto han surgido productos y diferentes servicios que ayudan a solucionar el conflicto de dejar la mascota sola en casa, pero estas soluciones no han sido las más idóneas porque no son asequibles para todo el mundo. Con nuestro producto buscamos llegar a ese nicho de mercado que quiere tener a su mascota entretenida, con un buen estado de salud, precios bajos y mejor aún sin daños en su casa.

## Capítulo 2

### **2. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACION DE CLIENTES - CUSTOMER DEVELOPMENT**

#### **2.1 STAKE HOLDER**

Dueños de perros que laboran y no tienen la posibilidad de dejar su perro en una guardería de la ciudad de Bogotá estrato 3.

#### **2.2. IDENTIFICACION DE NECESIDADES DEL STAKE**

Las necesidades que evidenciamos de los dueños de perros actualmente son las siguientes:

1. Creemos que los dueños de mascotas tienen dificultad con el cuidado de sus muebles, zapatos, muñecos y demás cosas fáciles de morder.
2. Creemos que los dueños de perros necesitan que sus mascotas no se sientan solas ni aburridas
3. Creemos que los dueños de perros necesitan tener tranquilidad al dejar a sus mascotas solas en casa
4. Creemos que los dueños de perros necesitan estar tranquilos que sus mascotas hacen actividad física mientras están solos.

#### **2.3 IDENTIFICACION DE LOS BENEFICIOS Y EXPECTATIVAS**

Analizando las necesidades de nuestro Stake Hold identificamos que se obtendrían beneficios tanto para el dueño como para la mascota:

1. Los dueños de mascota se sentirán más felices y tendrían un ahorro económico porque sus perros no ocasionarían daños en el hogar.
2. Los perros estarán entretenidos haciendo que el tiempo sea más ameno y pase más rápido
3. Los dueños de perros tendrán más tiempo para realizar tranquilamente las actividades diarias
4. Los dueños de perros disminuirán sus gastos veterinarios y sus perros estarán sanos.

## **2.4 IDENTIFICACION DE LAS SOLUCIONES ACTUALES**

Podemos encontrar hoy en día diversidad de soluciones para este grupo de personas que conforman nuestro Stake Hold podemos relacionar las más viables y comunes de la actualidad:

1. Guarderías Caninas
2. Paseadores, colegios caninos.
3. Compra de Juguetes de entretenimiento
4. Spa canino, gimnasio canino.

## **2.5. ANALISIS DE LIMITACIONES, INCONFORMIDADES Y FRUSTACIONES**

Es más común de lo que parece que cualquier persona hoy en día tenga una mascota sin importar su estatus social, por ejemplo por compañía o simplemente porque le gusta, pero nunca se analiza la limitación que se tiene al momento de ofrecerle a la mascota el tiempo o un espacio que se merece, se encontraron varias limitaciones que tiene el dueño de mascota al momento de buscar una solución.

1. Costos elevados y el perro permanece encerrado en una jaula
2. La resistencia y durabilidad de los juguetes
3. El tiempo del paseo es muy corto y los colegios caninos son demasiado costosos
4. Los costos elevados y el servicio no incluye el transporte puesta a puerta de la mascota.

## **2.6 MERCADO**

Podemos encontrar diferentes variables en la segmentación de mercado

- **DEMOGRAFICO:**

Edad: 20 – 50 años

Género: Femenino – Masculino

Etapas del ciclo de vida: jóvenes, adultos y adultos mayores

- **PSICOGRAFICAS:**

Conductas: sentir gusto y aprecio por los animales.

Hábitos: Limpieza, orden, cuidado de sus mascotas.

Estil de vida: Sociable

- **GEOGRAFICAS:**

País: Colombia

Ciudad: Bogotá

Localidad: Engativá

Barrio: Villa luz

- **PERSONALIDAD:**

Personas extrovertidas, sensibles, emocionales, leales, organizadas.

Valores: tolerantes, amorosas, responsables.

Intereses: Gusto por los animales y disfruten de su compañía

- **SOCIOECONOMICAS:**

Nivel de ingresos: \$2.000.000 a 5.500.000

Estrato: 3 y 4

Nivel de estudio: Tecnólogo, profesional, emprendedor.

### **2.6.1 Identificación de TAM, SAM y TM**

- **TAM**

Se dice que en Colombia actualmente residen 49.824.204 de este valor el 29% de la población cuenta con una mascota vendrían siendo 14.449.019 personas.

- **SAM**

Del 29 % que representa 14.449.019 de la población tan solo el 80% ósea 11.559.215 de este porcentaje tiene perro

- **TM**

En la localidad de Engativá viven 1.300.000 de personas de las cuales 6 de cada 10 familias tienen un perro.

### Capítulo 3.

## 3. VALIDACION DEL PENTAGONO DE PERFILACION DE CLIENTES.

### 3.1 LA ENTREVISTA.

#### ENTREVISTA OPCION DE GRADO 1



Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

Esta entrevista se hace con fines educativos y académicos con el propósito de validar la creación de un producto, el cual se está haciendo para la opción de grado 1 de la Corporación Unificada Nacional de Educación superior CUN y dejo constancia de haber comprendido que el objetivo de este estudio es conocer mi opinión acerca del comportamiento de los perros cuando se quedan solos en casa. Los resultados de este estudio serán utilizados únicamente con fines académicos y entiendo que toda la información es estrictamente confidencial.

Nombre del Entrevistado: \_\_\_\_\_ Teléfono: \_\_\_\_\_

Número de Mascotas: \_\_\_\_\_

1. Como se siente cuando su perro queda solo en casa.

---

---

---

2. Como se siente cuando su perro no realiza ninguna actividad física mientras esta solo en casa.

---

---

3. Como se sentiría si en su ausencia su perro permaneciera más entretenido.

---

---

---

---

4. Como se sentiría si al llegar a casa su perro no ha hecho daños.

---

---

---

---

5. Actualmente usted que hace para que su perro este entretenido mientras usted está fuera de casa.

---

---

---

---

6. Como se siente con los servicios y accesorios para perros que existen actualmente en el mercado.

---

---

---

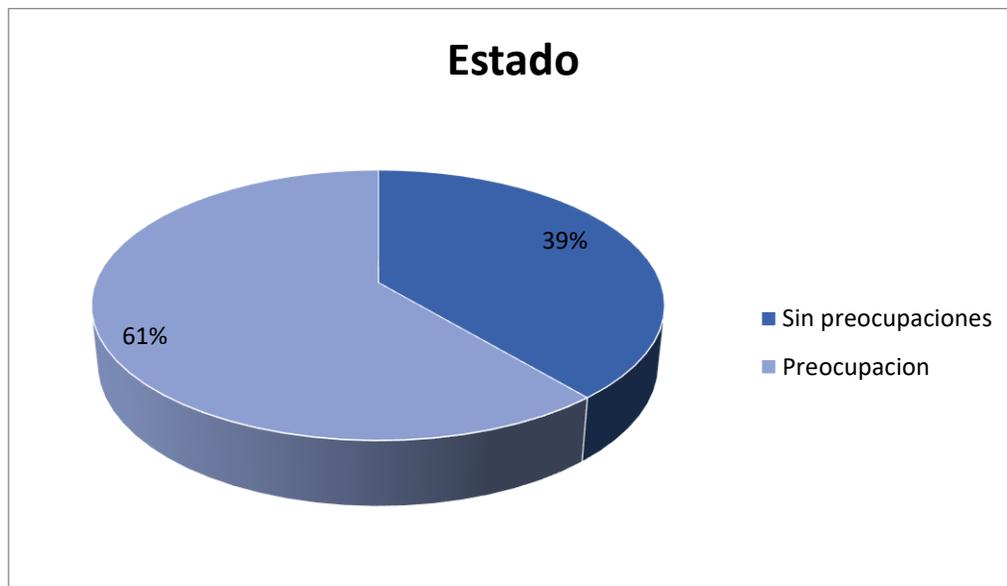
Gracias por su colaboración.

### 3.2 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DE RESULTADOS.

Se realizaron 18 entrevista a dueños de mascotas y a continuación analizaremos la información recolectada:

#### 3.2.1. Validación de Identificación de las Necesidades

Hipótesis # 1	Análisis
<p><b>1. Como se siente cuando su perro queda solo en casa</b></p> <p><b>Creemos que los dueños de perros necesitan tener tranquilidad al dejar a sus mascotas solas en casa</b></p>	<p>Según el estudio realizado se llegó a la siguiente conclusión:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• De los 18 entrevistados el 39% aseguran no tener preocupaciones con sus perros cuando se quedan solos porque sus perros son juiciosos, y el 61% experimentan distintas emociones como preocupación, intranquilidad, nostalgia al dejar su mascota sola mucho tiempo en casa lo que genera estrés en el perro que se ven reflejados en los daños de muebles y el estado de ánimo de los perros.</li></ul>

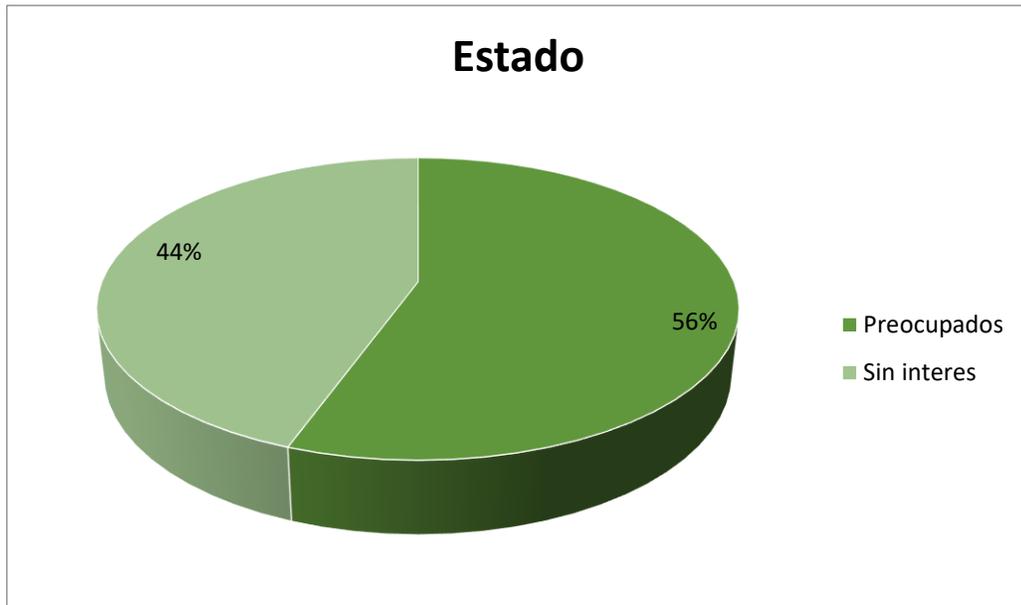


**2. Como se siente cuando su perro no realiza ninguna actividad física mientras esta solo en casa.**

Según el estudio realizado se llegó a la siguiente conclusión:

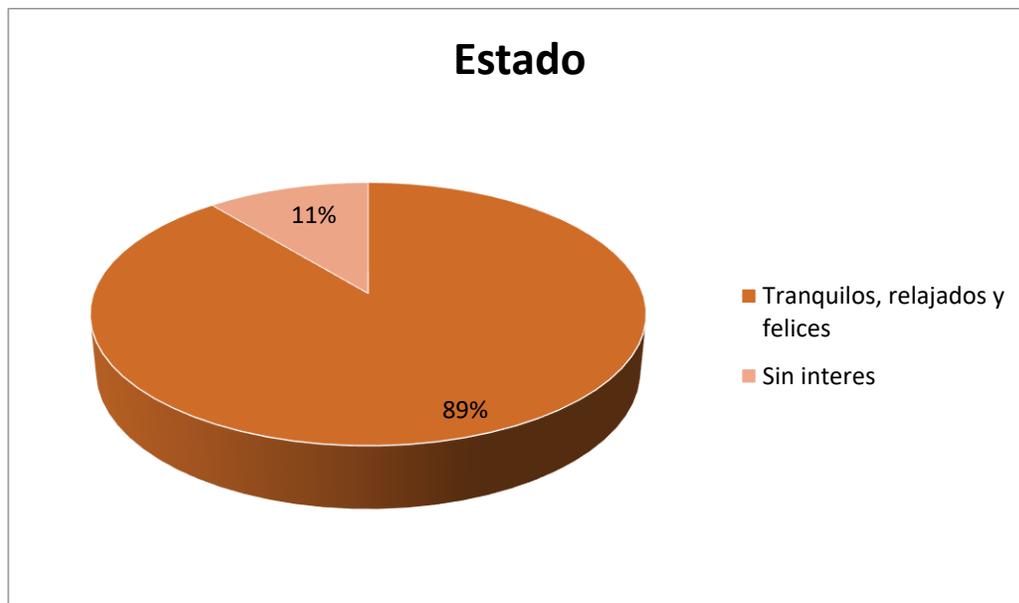
- El 56% de los entrevistados se sienten preocupados por el estado físico de su perro porque sienten que se vuelen sedentarios por la falta de actividad física, y el 44% aseguran que no se habían interesado por el tema o realizan actividad física en horarios establecidos.

**Creemos que los dueños de perros necesitan estar tranquilos que sus mascotas hacen actividad física mientras están solos.**



### 3.2.2. Validación de los Beneficios y expectativas

Hipótesis # 3	Análisis
<p><b>3. Como se sentiría si en su ausencia su perro permaneciera más entretenido.</b></p> <p><b>Los dueños de mascota se sentirán más felices y tendrían un ahorro económico porque sus perros no ocasionarían daños en el hogar.</b></p>	<p>Según el estudio realizado se llegó a la siguiente conclusión:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• El 89% dicen que se sentirían más tranquilos, relajados y felices al saber que su perro estará entretenido mientras este solo evitando que genere algún tipo de daño en casa y el 11% manifiestan que por la raza del perro no es posible dejarlos solos y algunos de los entrevistados aseguran que no ponen atención si su perro esta entretenido o no.</li></ul>



#### Hipótesis # 4

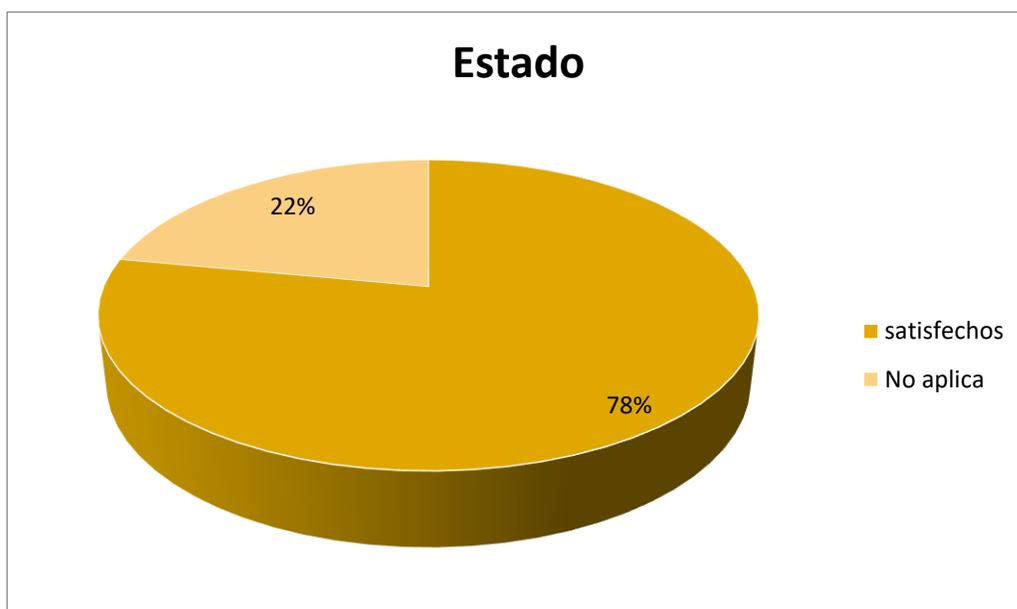
#### Análisis

**4. Como se sentiría si al llegar a casa su perro no ha hecho daños.**

**Los perros estarán entretenidos haciendo que el tiempo sea más ameno y pase más rápido**

Según el estudio realizado se llegó a la siguiente conclusión:

- El 78% aseguran que se sentirían felices, satisfechos, generándoles paz y tranquilidad y el 22% dicen que su perro está en la etapa de adultez y son más maduros y tranquilos.



## Hipótesis # 5

## Análisis

**5. Actualmente usted que hace para que su perro este entretenido mientras usted está fuera de casa.**

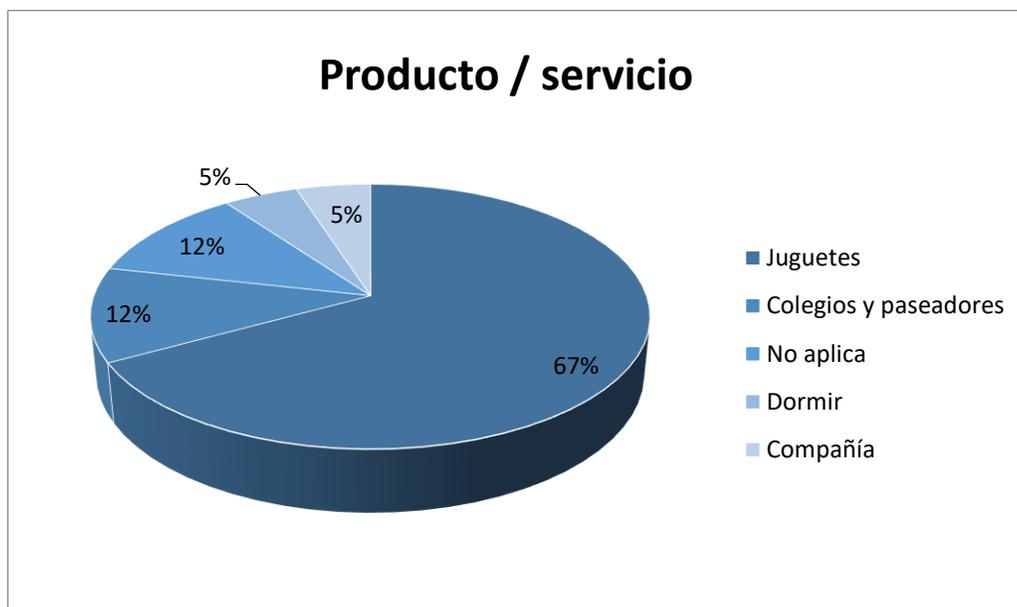
**Guarderías Caninas**

**Paseadores, colegios caninos**

**Compra de Juguetes de entretenimiento**

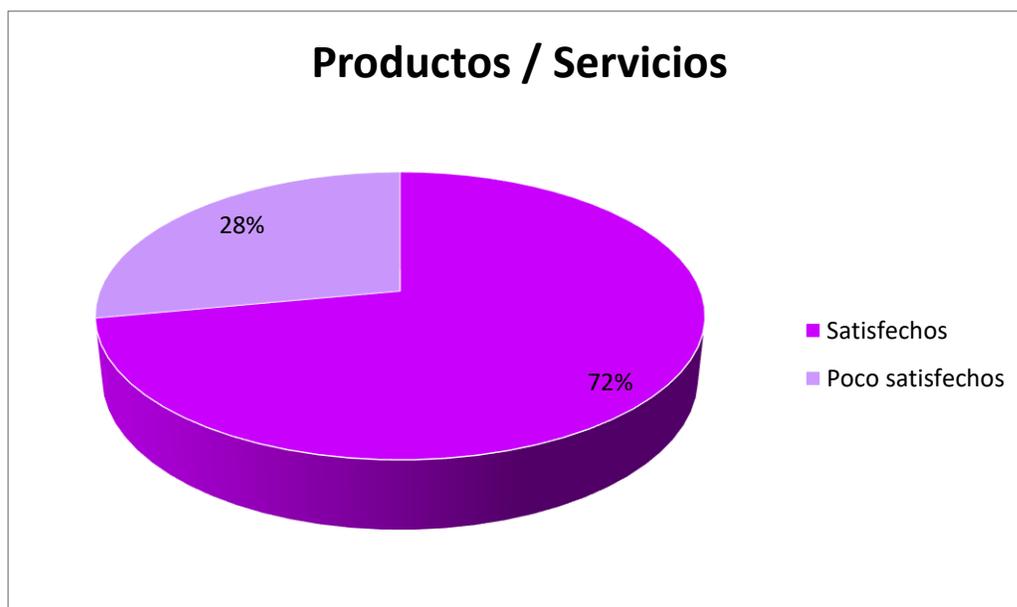
Según el estudio realizado se llegó a la siguiente conclusión:

- El 67% compran juguetes de diferentes materiales y estilos para que permanezcan mas entrenidos, el 11.5% pagan colegios y paseador canino, el otro 11.5% no hacen nada al respecto, el 5% antes de dejar solo su perro lo llevan al parque generando agotamiento para que duerman todo el día y el 5% prefieren no dejar su perro solo y lo dejan con algún familia o alguien de su confianza.

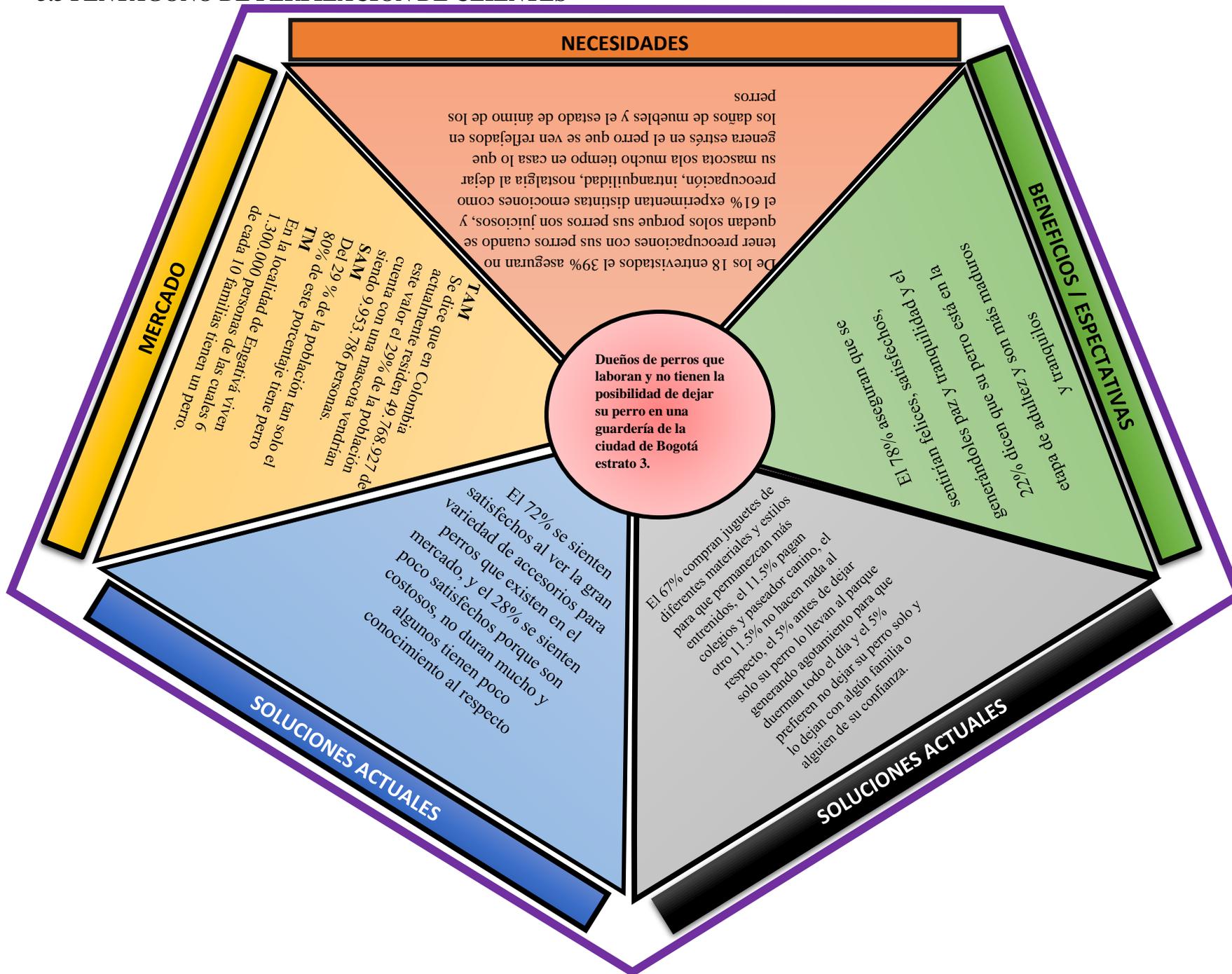


### 3.2.3. Validación de las Limitaciones, inconformidades y frustraciones

Hipótesis # 6	Análisis
<b>6. Como se siente con los servicios y accesorios para perros que existen actualmente en el mercado.</b>	<p>Según el estudio realizado se llegó a la siguiente conclusión:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• El 72% se sienten satisfechos al ver la gran variedad de accesorios para perros que existen en el mercado, y el 28% se sienten poco satisfechos porque son costosos, no duran mucho y algunos tienen poco conocimiento al respecto.</li></ul>



### 3.3 PENTÁGONO DE PERFILACIÓN DE CLIENTES



## Capítulo 4

### 4. PROTOTIPO

#### 4.1 DESCRIPCION DE PRODUCTO.

“TOY PET” es un accesorio de entretenimiento canino que se diseñó con el fin de minimizar los daños de muebles, zapatos entre otros ocasionados por las mascotas cuando se quedan solas en casa, está elaborado con los más altos estándares de calidad, es un producto novedoso e innovador porque no existe en el mercado y se busca que el perro siempre este entretenido y su dueño se encuentre tranquilo cuando está fuera de casa por largos periodos de tiempo.

#### 4.2 FICHA TECNICA DEL PRODUCTO

	<b>FICHA TECNICA PRODUCTO TERMINADO “TOY PET”</b>	<b>Página 1-1</b> <b>Elaborado: 13-oct-2018</b>
<b>NOMBRE</b>	<b>TOY PET</b>	
<b>DESCRIPCION</b>	Producto elaborado para uso canino, para su entretenimiento y diversión.	
<b>MATERIA PRIMA</b>	Collar de cuero para perro, muñeco de plástico, manguera de caucho, sopor te de madera, cinta adhesiva de colores y tornillo hexagonal de seguridad.	
<b>TIPO DE PROCESO</b>	Manufactura	
<b>EMPAQUE Y PRESENTACION</b>	Empacado en bolsa de polietileno transparente, con su respectiva etiqueta y su contenido es de una unidad.	
<b>VIDA UTIL, ALMACENAMIENTO, TRANSPORTE Y DISTRIBUCION</b>	6 meses- 1 año varía según su uso y el cuidado que se le dé al accesorio. Mantener en un espacio ventilado y fuera de la humedad para evitar daños.	

## 4.2.1 PLANOS



## **Capítulo 5**

### **5. PLANEACION ESTRATEGICA GENERATIVA**

A continuación, hablaremos sobre el horizonte institucional de nuestra empresa.

#### **5.1 IDENTIDAD ESTRATEGICA.**

**CREACIONES CLOVEK S.A.S.** es una empresa que está en búsqueda de mejoras y alternativas de solución a los problemas y necesidades de las personas que tienen perros creando un producto que ayude con el entretenimiento, salud y bienestar tanto del dueño como de sus mascotas.

#### **5.2 FUTURO PREFERIDO.**

Ser en el 2023 una de las principales comercializadoras de accesorios para perros reconocidos por “**TOY PET**” llegando a ser a nivel Bogotá la herramienta de entretenimiento más eficiente en el mercado.

#### **5.3 OBJETIVOS EMPRESARIALES.**

Como empresa establecemos los objetivos que pretendemos cumplir para alcanzar las metas establecidas.

##### **5.3.1 OBJETIVO GENERAL.**

Ser una empresa líder en el mercado de accesorios para perro siendo fabricantes y comercializadores de nuestra propia marca con productos que ayuden con el entretenimiento, salud y bienestar de las mascotas y del dueño.

##### **5.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.**

- Establecer en términos monetarios la meta de ventas anuales para cumplir con el presupuesto y haya un buen flujo de caja (ingresos y egresos)

- Revisar y evaluar anualmente los procesos de cada área con el fin de hacer mejoras continuas.
- Crear el departamento de bienestar para los colaboradores para tener un optimo clima organizacional.
- Diseñar nuevos productos que puedan ayudar a mejorar la calidad de vida de las mascotas.
- Implementar estrategias de Marketing para lograr un posicionamiento de marca y reconocimiento en el mercado.
- Mejorar los canales de adquisición de los productos innovando según los avances tecnológicos como una App, tienda online, etc.

#### **5.4 VALORES CORPORATIVOS.**

- ✓ **RESPONSABILIDAD:** Oramos en pro del medio ambiente, y el bienestar de las mascotas.
- ✓ **CONFIANZA:** Cumplimos a nuestros clientes ofreciendo productos de buena calidad a un precio justo.
- ✓ **RESPECTO:** Valoramos y aceptamos la diversidad cultural de nuestros colaboradores buscando armonía en las relaciones interpersonales y laborales.
- ✓ **TRABAJO EN EQUIPO:** mantener un ambiente labora propicio para que nos permita cumplir las metas propuestas.
- ✓ **HONESTIDAD:** Creamos todos nuestros procesos con transparencia y rectitud ofreciendo productos de calidad garantizada.

## 6. ANÁLISIS DE MACROENTORNO

### 6.1 PESTEL

	Positivo (+)	Negativo (-)
<b>P</b> OLITICA	<ul style="list-style-type: none"><li>• Aranceles en la importación de mercancía desde otros países con el beneficio de pagar el 0% según el país de origen.</li><li>• Apoyo por parte del gobierno del Presidente Ivan Duque para las pymes, trayendo al país más inversionistas y abriendo puertas a mercados internacionales.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Debido a los tratados de libre comercio (TLC) el mercado Colombiano se está invadiendo de tiendas chinas que ofrecen productos con precios más bajo.</li></ul>
<b>E</b> CONOMICO	<ul style="list-style-type: none"><li>• Proyectos de incubadoras para consolidar y estructurar la idea de negocio.</li><li>•</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• La reforma tributaria porque van a aumentar los impuestos a los productos haciendo que se afecte todo el mercado en general.</li><li>• El incremento del valor del dólar afectaría las importaciones.</li><li>• El IPC y su variación de precios de la canasta familiar</li><li>• El índice de desempleo del 10.8% en la actualidad hace que las personas compren menos cosas.</li><li>• Los altos impuestos que tenemos que pagar.</li></ul>

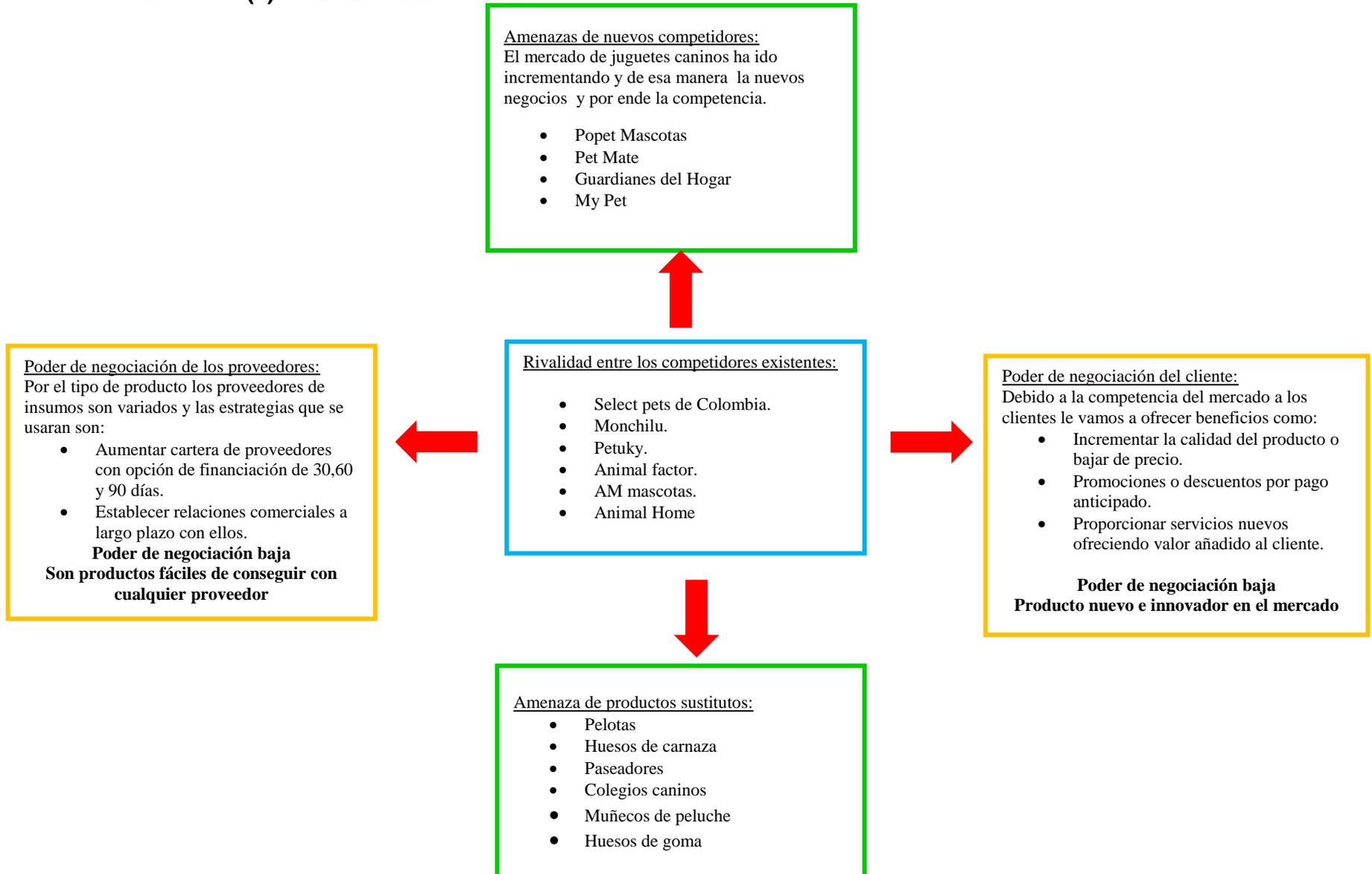
<p><b>S</b>OCIAL</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las mascotas cada vez hacen parte importante de las familias colombianas.</li> <li>• Nuevas leyes que contribuyen a la protección animal.</li> <li>• Fundaciones que ayudan a perritos abandonados y contribuyen con la adopción de mascotas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abandono de mascotas con la reglamentación del nuevo código de policía.</li> <li>• Tener mascotas en malas condiciones por irresponsabilidad de sus amos</li> </ul>
<p><b>T</b>ECNOLOGICO</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ventas por redes sociales (Facebook, instagram) tienda virtual, pagina web y aplicaciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maquinaria obsoleta en la fabricación de nuestro producto.</li> </ul>
<p><b>E</b>COLOGICO</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ventas económicas en el reciclaje de las empresas.</li> <li>• Utilizar en la fabricación de nuestros productos materiales ecológicos y amigables con el medio ambiente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La tecnología verde son un conjunto de métodos que reducen el impacto informativo sobre el medio ambiente esta tecnología ayuda a reducir pero aún no ha llegado a Colombia.</li> <li>• Generación de residuos contaminantes porque son de difícil descomposición como el plástico.</li> </ul>

# L

EGAL

- Ley 172 que está en contra del maltrato animal y la ley 1774 que dice que los animales como seres sintientes que no son cosas.
  - Documentación legal (Rut, cámara de comercio) para la constitución de la empresa.
  - Leyes que ayudan a bajar impuestos cuando se contratan aprendices del SENA.
- Por ser una empresa constituida bajo la modalidad de SAS, es una figura flexible en su forma de constitución y administración, puede prestarse para adulterar procesos y cometer actos ilícitos.
  - En la constitución de la sociedad se puede establecer por parte de uno de los socios la prohibición de ventas de acciones según el art 13 de la ley que rige a la SAS.

## 6.2 CINCO (5) FUERZAS DE PORTER



7. ANEXOS

# PENTÁGONO DE PERFILACIÓN DE CLIENTES





Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

### ENTREVISTA OPCION DE GRADO 1

Esta entrevista se hace con fines educativos y académicos con el propósito de validar la creación de un producto, el cual se está haciendo para la opción de grado 1 de la Corporación Unificada Nacional de Educación superior CUN y de constancia de haber comprendido que el objetivo de este estudio es conocer mi opinión acerca del comportamiento de los perros cuando se quedan solos en casa. Los resultados de este estudio serán utilizados únicamente con fines académicos y entiendo que toda la información es estrictamente confidencial.

Nombre del Entrevistado: Gina Beberia Teléfono: 4334399

Número de Mascotas: 2

1. Como se siente cuando su perro queda solo en casa.

Preocupada por lo que puedan hacer o pasar mientras no estoy.

2. Como se siente cuando su perro no realiza ninguna actividad física mientras esta solo en casa.

Tranquila, ya que están en un lugar seguro a pesar de que en el transcurso del tiempo no realicen ejercicio

3. Como se sentiría si en su ausencia su perro permaneciera más entretenido.

feliz, es tranquilizante ya que sigue esta bien



Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

### ENTREVISTA OPCION DE GRADO 1

4. Como se sentiría si al llegar a casa su perro no ha hecho daños.

Super feliz, ya que seria algo extraño.

5. Actualmente usted que hace para que su perro este entretenido mientras usted está fuera de casa.

Dejo diferentes tipos de juguetes y camitas para que duerman.

6. Como se siente con los servicios y accesorios para perros que existen actualmente en el mercado.

Satisfecha, ya que suple las necesidades de mis mascotas.

Gracias por su colaboración.



Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

## ENTREVISTA OPCION DE GRADO 1

Esta entrevista se hace con fines educativos y académicos con el propósito de validar la creación de un producto, el cual se está haciendo para la opción de grado 1 de la Corporación Unificada Nacional de Educación superior CUN y dejo constancia de haber comprendido que el objetivo de este estudio es conocer mi opinión acerca del comportamiento de los perros cuando se quedan solos en casa. Los resultados de este estudio serán utilizados únicamente con fines académicos y entiendo que toda la información es estrictamente confidencial.

Nombre del Entrevistado: Jennifer Aguilar Teléfono: 302283355  
Número de Mascotas: 1 Bull Terrier.

1. Como se siente cuando su perro queda solo en casa.

Muy estresada, aburrida y se ve leve bruzca.

2. Como se siente cuando su perro no realiza ninguna actividad física mientras esta solo en casa.

Muy preocupada por que va a hacer alguna diablura.

3. Como se sentiría si en su ausencia su perro permaneciera más entretenido.

Tranquila, además muy contenta porque ~~en~~ estoy ella.  
estaría bien cuidada.



Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

## ENTREVISTA OPCION DE GRADO 1

4. Como se sentiría si al llegar a casa su perro no ha hecho daños.

Paq:

5. Actualmente usted que hace para que su perro este entretenido mientras usted está fuera de casa.

Entrenador y un paseador

6. Como se siente con los servicios y accesorios para perros que existen actualmente en el mercado.

bien son los adecuados para cada raza.

Gracias por su colaboración.



Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

## ENTREVISTA OPCION DE GRADO 1

Esta entrevista se hace con fines educativos y académicos con el propósito de validar la creación de un producto, el cual se está haciendo para la opción de grado 1 de la Corporación Unificada Nacional de Educación superior CUN y deo constancia de haber comprendido que el objetivo de este estudio es conocer mi opinión acerca del comportamiento de los perros cuando se quedan solos en casa. Los resultados de este estudio serán utilizados únicamente con fines académicos y entiendo que toda la información es estrictamente confidencial.

Nombre del Entrevistado: OSCAR GARDZO. Teléfono: 3108588690

Número de Mascotas: KOBA.

1. Como se siente cuando su perro queda solo en casa.

SIENTO NOSTALGIA CUANDO SE QUEDA SOLO.

2. Como se siente cuando su perro no realiza ninguna actividad física mientras esta solo en casa.

ME PREOCUPA SU SALUD, EL ESTRES GENERADO POR STAR SOLO.

3. Como se sentiría si en su ausencia su perro permaneciera más entretenido.

CREO QUE ESTARIA MUCHO MAS TRANQUILLO



Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

## ENTREVISTA OPCION DE GRADO 1

4. Como se sentiría si al llegar a casa su perro no ha hecho daños.

ME SENTIRIA MUY BIEN QUE MI PERRO HA ESTADO TRUCOSO.

5. Actualmente usted que hace para que su perro este entretenido mientras usted está fuera de casa.

LE DEJO SU COMIDA, AGUA Y JUGUETES PARA QUE SE ENTRETENGA.

6. Como se siente con los servicios y accesorios para perros que existen actualmente en el mercado.

CREO QUE HAY GRAN VARIEDAD DE ARTICULOS PARA SU ENTRETENIMIENTO. SON MUY BUENOS.

Gracias por su colaboración.

## **8. CONCLUSIONES**

- Este trabajo de investigación da a conocer a profundidad el mercado de los caninos y la necesidad que tienen tanto los dueños de mascotas como los mismos perros; así idear y diseñar un producto innovador en el mercado que supla todas estas necesidades.
- El estudio que se le realizó al stake holder permite concluir que las mascotas han tomado una posición importante en las familias colombianas, a tal punto que los dueños de las mascotas al invertir en ellos no escatiman en gastos y lo que realmente prima es su bienestar.
- El producto que se ideó y diseño se elaboró con el fin de suplir necesidades específicas que fueron identificadas en esta investigación.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

<https://www.eltiempo.com/colombia/cada-vez-son-mas-los-colombianos-que-tienen-mascota-175608>

<https://www.elspectador.com/noticias/economia/seis-de-cada-10-hogares-colombianos-hay-mascotas-articulo-540449>

<https://prezi.com/chg0xodakse/en-colombia-el-29-de-la-poblacion-cuenta-con-una-mascota-y/>