



CREACIÓN DE EMPRESA

SOMBRIPET



PRESENTADO POR:

CRISTIAN DAVID ROCHA SANTANA

CINDY NATALY CANO ARIZA

PRESENTADO A:

CRISTIAN CAMILO CHAVEZ

CORPORACIÓN UNIFICADA DE EDUCACIÓN SUPERIOR NACIONAL (CUN)

BOGOTÁ

2017

Tabla de contenido

1. CUSTOMER DEVELOPMENT	3
1.1 Definición de la idea de negocio	3
2. Stake Holders.	4
2.1 Identificación del segmento.	4
2.2 Caracterización del segmento.	4
3. Necesidades.	5
4. Beneficios	6
4.1 Necesidades de los Stakeholders.	6
4.2 Identificación por la cual se resuelve la necesidad.	6
5. Soluciones Actuales.	7
5.1 Identificación del entorno.	7
5.2 Identificación de los canales.	7
6. Limitaciones, inconformidades y frustraciones.	8
7. Mercado.	8
7.1 Identificación del TAM, SAM y TM	8
TAM	8
SAM	8
TM	8
7.2 Formato de entrevista.	8
7.3 Análisis de la información recolectada.	10
8. Planeación Estratégica	11
8.1 Identidad estratégica.	11
8.3 Valores corporativos.	12
8.4 Objetivos empresariales.	12
8.4.1 Objetivo general.	12
8.4.2 Objetivos específicos.	12
9. Análisis del Macroentorno	13
9.1 Análisis pestel.	13
9.2 Cinco fuerzas de PORTER.	14
10. Conclusiones.	15
11. Bibliografía	15

1. CUSTOMER DEVELOPMENT

1.1 Definición de la idea de negocio

SOMBRIPET

La idea de negocio es la fabricación de sombrillas para perros capaces de poder proteger a la mascota de la lluvia y del intenso sol, disminución de los impactos ambientales, el mejoramiento de la calidad de vida de la mascota y accesible para nuestros clientes que velan por el cuidado y protección de su mascota. Por medio de la instalación de una sombrilla en el habitual collar con el que se saca a pasear la mascota.

Nuestra idea de negocio surge de ver la necesidad que tenían los usuarios al salir con sus mascota y no poder protegerlas en caso de situaciones climáticas adversas y a partir de esta necesidad poder brindar un producto innovador para los usuarios con esta necesidad, La idea principal de nuestro producto es que se logre llevar a cabo nuestro propósito social de proteger las mascotas de esas familia que sienten que estas son parte de su familia, además de brindar un producto de calidad y eficiente para cada uno de nuestros clientes.

2. Stake Holders.

2.1 Identificación del segmento.

Partiendo de una identificación de la necesidad que tienen las familias colombianas con perro en sus hogares, que al momento de sacarlo a darles un paseo e inesperadamente llovía o hacia un intenso sol no tenían una forma para poderlos proteger, pues las formas que tenían o surgían no eran eficientes. Así que estas familias colombianas desean tener un producto el cual puedan adquirir fácilmente para así proteger a su mascota que para ellos ya es parte de su familia y velan tanto por su calidad de vida. De allí partimos para obtener estas familias colombianas como nuestro segmento para que mediante nuestro producto le demos solución a su necesidad, también guiándonos de un artículo publicado por la revista dinero en la cual nos daba a conocer que el 29% de las familias colombianas tenían mascota en su hogar y que de este porcentaje el 80% tenía perro en su hogar y esta información fue publicada en el año 2013, es decir que estas cifras actualmente son aún más altas, ya que la adopción o compra de mascotas en especial perros ha ido aumentando en Colombia.

2.2 Caracterización del segmento.

El segmento como fue mencionado anteriormente se resume o su caracterización son el 29% de los colombianos que tienen mascotas inicialmente, pero más reciente mente se conoce que 6 de cada 10 hogares colombianos tienen mascota, ya luego de esto guiándonos por el 80% de ese 29% que específicamente tiene perro en su hogar, para por ultimo escoger un segmento que será el de cada 8 hogares de 10 en Bogotá que tiene perro es decir un 80% de la población Bogotana.

3. Necesidades.

En Colombia el 29% de la población tiene mascota en su casa, de este porcentaje el 80% tiene como mascota un perro, hablando de la ciudad más grande de Colombia la cual es Bogotá el 80% de la población tiene mascota en su casa preferiblemente perro, es decir que 8 de cada 10 hogares en Bogotá tienen un perro como mascota (Revista Dinero, 2013), pero en un estudio más reciente 6 de cada 10 hogares colombianos tienen mascota en Colombia. De estos 8 hogares en Bogotá que tienen perro en su hogar tienen la misma necesidad de poder proteger su mascota de la lluvia del intenso sol, en el momento de sacarla a darle un paseo, o cuando la saca en su compañía hacer sus diligencias. Viéndose obligados a improvisar para poder proteger la mascota pero sin ningún éxito alguno, además de surgir otra necesidad ya que al poder protegerlo de la lluvia de alguna manera su mascota se mojaba sus patas y esto es incómodo para sus propietarios ya que ensuciaba su hogar o tenía que bañar a su perro, puesto que la única solución actual es poder contar con una capa de perro pero estas son muy frágiles y no dan una buena solución, así que aún no han podido encontrar un producto o servicio que pueda dar solución a esta gran necesidad de poder proteger su perro en caso de climas adversos, puesto que el intenso sol puede provocar enfermedades en lo perros ya que estos son más sensibles a este que los propios humanos.

4. Beneficios

4.1 Necesidades de los Stakeholders.

Creemos que las familias con perros en su hogar necesitan de un producto con el cual puedan sacar a su perro tranquilamente sin tener la preocupación de que llueva o haga un intenso sol.

4.2 Identificación por la cual se resuelve la necesidad.

Se crea un producto con el cual se puede proteger al perro de los climas adversos, un producto que librara a las personas de ver frustrados sus planes con su mascota porque llueve o hace mucho sol y no tiene una manera de protegerlo. Así que con este producto encontrara solución a la necesidad que tiene actualmente con su mascota y podrá salir con ella tranquilamente a cualquier lugar, además de obsequiar un protector para las patas de su mascota y finalmente estar totalmente protegidas.

5. Soluciones Actuales.

5.1 Identificación del entorno.

En el entorno de productos para perro encontramos muchos como lo son comida, juguetes, ropa, etc. Pero en el entorno de un producto el cual proteja al perro de la lluvia solo encontramos uno y es con el que los usuarios están dando solución actualmente a su necesidad y son las capas plásticas para perros, pero con esta no encuentran una solución del todo perfecta pues ven que sus perros las destruye muy fácilmente.

5.2 Identificación de los canales.

En nuestra identificación del entorno en el cual se están ofreciendo o nuestros futuros clientes están adquiriendo productos para su perro o posibles soluciones a la necesidad planteada son en Pet shop o productos que se ofrecen por internet, pues comúnmente los usuarios compran todo en sus veterinarias o en un conocido Pet shop, pero actualmente con el boom del internet es común que se compre hoy en día productos para perro por internet como lo evidenciamos en nuestra encuesta.



6. Limitaciones, inconformidades y frustraciones.

- ✓ La mascota se moja y emite malos olores además de estar sucio.
- ✓ Las personas prefieren no llevar consigo sus mascotas por temor a que llueva.
- ✓ La mascota son más sensibles al calor o intenso sol que los humanos.
- ✓ Los productos que se ofertan actualmente no son eficientes para poder dar solución a la necesidad.

7. Mercado.

7.1 Identificación del TAM, SAM y TM

TAM (Merado tota): Del 29% de las familias de Colombia que tienen mascotas en sus hogares el 80% que precisamente tienen perro en su hogar.

SAM (Mercado objetivo potencial probable): El 80% de las familias bogotanas que tienen perro en sus hogares.

TM (Mercado objetivo): Las familias que tiene perro en su hogar y se sitúan en el norte de Bogotá.

7.2 Formato de entrevista.

Se aplicaron 10 entrevistas a diferentes personas las cuales nos dieron su punto de vista en cuanto a nuestro producto, fueron encuestas aplicadas a jóvenes, adultos mayores y adultos los cuales tienen a su cuidado una mascota. Estas encuestas fueron aplicadas a personas que frecuentan parques públicos en compañía de sus mascotas.

Nos encontramos con personas las cuales no aportaron a nuestras encuestas ya que no les parecía un producto útil y por tal motivo no hicieron parte de nuestra recopilación de datos.

7.3 Análisis de la información recolectada.

(Tabla 1, figura 1)

ENTREVISTADO	OPINION
Nicol Rozo	Es un producto muy bueno porque cuida de los rayos del sol la piel de los Perros que puedan tener problemas de piel
Dahian Preciado	SombriPet es un producto muy chevere ya que en los paseos podría llevar mi mascota colocar su sombrilla y la cuidaría del clima, además que es un producto muy sencillo y se de fácil manejo
Laura Torres	Haría uso del producto ya que mi mascota tiene problemas en la piel y el clima podría empeorar su situación.

(Figura 1)

Análisis de la información

(Tabla 2, figura 2)

HALLAZGOS

NECESIDADES	BENEFICIOS	LIMITACIONES- FRUSTRACIONES-	SOLUCIONES ACTUALES
Paseos para las mascotas	Anti estresante para los canes	Mientras se dan los paseos no favorezcan las condiciones climáticas (lluvia)	Capas para perro
Protección durante los fuertes rayos solares	Evita enfermedades en los perros	No obtener un producto que brinde protección frente a ello	No pasear la mascota, dejarla en casa

Protección en los días lluviosos	Evita que las mascotas no se mojen, en ciertos casos	El producto actual no satisface las necesidades del dueño de la mascota	Capas para perro
----------------------------------	--	---	------------------

(Figura 2)

Resultados de la información

Luego de haber realizado 10 encuestas aproximadamente y luego de analizarlas, observamos que nuestros encuestados si comprarían nuestros productos ya tienen la necesidad de proteger a su mascota de la lluvia, además que cuando caen fuertes lluvias prefieren escapar que pase la lluvia refugiándose en algún lugar, muy pocos protegen su mascota, prefieren no protegerlo. Buscan en nuestro producto calidad y buen precio, muchos de ellos están dispuestos a pagar entre 46.000 y 55.000 ya que ven un precio asequible, viendo nuestro producto como preferencia ante la competencia.

8. Planeación Estratégica

8.1 Identidad estratégica.

- ▶ SOMBRIPET es una empresa dedicada a la elaboración de sombrillas para perros con el fin de protegerlos de la lluvia y el intenso sol, mediante un sistema de una sombrilla en el collar o pechera del perro, brindando innovación y satisfacción a nuestros clientes mejorando la calidad de vida de su mascota.

8.2 Futuro preferido.

- ▶ SOMBRIPET será reconocida por ser una empresa líder en la elaboración de sombrillas para perros, brindando calidad en el producto, demostrando que el cuidado de las mascotas es algo fundamental en las familias que tienen en su hogar un perro.

8.3 Valores corporativos.

COMPETITIVIDAD: creemos en el mejoramiento continuo y permanente por lo que nos enfocamos en garantizar la entrega de las mejores soluciones del producto a nuestros clientes.

COMPROMISO: El desempeño eficiente de nuestro trabajo y la búsqueda constante de alternativas hacen parte de nuestros principios para lograr un producto de excelente calidad.

INNOVACION: Proponemos soluciones novedosas, creativas y especializadas que agregan valor a la calidad de vida en las mascotas de nuestros clientes.

SUPERACION: Compartimos los objetivos y tenemos metas desafiantes. Buscamos ser los mejores todos los días, estamos abiertos al cambio y nos encanta la innovación para superar las dificultades que se nos presentan.

EFICIENCIA: Nos coordinamos para maximizar el uso de los recursos y el tiempo de todo para la fabricación y dar un excelente producto y servicio a nuestros clientes.

HONESTIDAD: Ofrecemos un producto real y confiable, por medio de la cual puede mejorar la calidad de vida de nuestros clientes.

8.4 Objetivos empresariales.

8.4.1 Objetivo general.

- ▶ Fabricar y comercializar sombrillas para perros, portátil y funcional que permita el cuidado de su mascota de la lluvia y el sol, produciendo innovación en el mercado y mejorando la calidad de vida de las mascotas en los hogares de Bogotá.

8.4.2 Objetivos específicos.

- ▶ Analizar las necesidades que tienen las familias en cuanto al cuidado de sus mascotas.
- ▶ Observar y realizar una serie de pruebas para verificar el buen funcionamiento del producto.
- ▶ Ejecutar encuesta que nos permita medir las necesidades de protección de las mascotas.
- ▶ Calcular los gastos en la elaboración del producto.
- ▶ Promocionar nuestro producto mediante redes sociales y anuncios en páginas web.

9. Análisis del Macroentorno

9.1 Análisis pestel

<p>POLITICO</p> <ol style="list-style-type: none">1. Proyecto de ley 142 de 2017	<p>ECONOMICO</p> <ol style="list-style-type: none">1. Existe un escenario económico positivo ya que ha aumentado la compra o adopción de perros.2. Los proyectos del sector cuentan con financiamiento.3. La demanda en el consumo de productos para el cuidado o entretenimiento del perro.	<p>SOCIO-ECONOMICO</p> <ol style="list-style-type: none">1. 8 de cada 10 familias de Bogotá tiene perro en su hogar.2.
<p>TECNOLOGICO</p> <ol style="list-style-type: none">1. Tendencia en innovar.2. La gran poder de las redes sociales e internet para comercializar productos.	<p>AMBIENTAL</p> <ol style="list-style-type: none">1. Protección del medio ambiente ley 9 de 1979.	<p>LEGAL</p> <ol style="list-style-type: none">1. Decreto 1111 de 2017.2. Proyecto de acuerdo 292 de 2010.

9.2 Cinco fuerzas de PORTER.

Proveedores

Obtener descuentos por la compra al por mayor para así poder ofrecer buen precio del producto, además de tener varias fuentes para la compra de materia prima en caso de problemas con algún proveedor.

Nuevos Entrantes

No existen empresas que ofrezcan o estén empezando a ofrecer el mismo producto solo existe un producto sustituto como lo son las capas,



Sustitutos

Los clientes podrían irse por comprar las capas que se ofrecen para perros. Pero estas son muy frágiles para ser utilizadas por los perros.

Clientes

Ofrecer un precio asequible a la necesidad, ofrecer obsequios por la primera compra y descuento por la fidelidad al producto,

10. Conclusiones.

SombriPet, será un producto innovador, de buena calidad, un producto el cual será la solución más efectiva a la problemática ya planteada, que se basa en poder pasear a los caninos en días lluviosos y los días soleados que en ocasiones son muy fuertes. Ofrecemos un producto que captura la atención de los clientes, con un precio asequible, fácil de utilizar, un producto el cual podrá manejar y guardar sin ninguna complicación, un producto que no solo genera beneficio sino también un producto innovador, ofrecemos un producto nuevo con el cual las mascotas podrán movilizarse a gusto durante sus paseos sin que el collar genere molestia, ya que la sombrilla que protege la mascota va adherida al collar el cual es puesto por su dueño al querer proporcionar dichos paseos, queriendo así superar las capas para perro como solución actual. El cual vimos por medio de las entrevistas que tendrá una buena acogida además que los clientes están dispuestos a pagar un buen precio por nuestro producto.

11. Bibliografía

Revista Dinero (2012). *En Colombia ¡los prefieren perros!* Colombia. Dinero. Recuperado de <http://www.dinero.com/pais/articulo/en-colombia-los-prefieren-perros/161464>

Redacción Económica, (2015). En 6 de cada 10 hogares colombianos hay mascotas. Colombia. El Espectador. Recuperado de <https://www.elespectador.com/noticias/economia/seis-de-cada-10-hogares-colombianos-hay-mascotas-articulo-540449>