

OPCION DE GRADO

EVPS
ENTIDAD PROMOTORA DE SALUD

PRESENTADO A:
DIEGO FERNADO AVILA

RUTH MELIÁ RUBIANO RIVEROS
CAROLINA MOSQUERA GUTIERREZ
HASBLEIDY PAOLA CAMACHO RAMOS

GRUPO
GRUPO: 10125

FACULTAD DE CIENCIAS DE ADMINISTRACIÓN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN
BOGOTÁ, 14 DE NOVIEMBRE DE 2017

TABLA DE CONTENIDO

1. JUSTIFICACION -----	3
1.1. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACIÓN DE CLIENTES -----	4
1.2. ¿Cuál es el job/ necesidad que quiere resolver/ suplir el (stakeholder)? -----	4
1.3. Que verbo representa la acción (Comprar/reservar / programar). -----	5
1.4. ¿Bajo qué contexto se da? de camino al trabajo, en vacaciones, cuando se viaja en pareja -	5
2. BENEFICIOS / EXPECTATIVAS DE RESULTADO - KPI'S -----	7
2.1. Necesidades-----	7
2.2. ¿Cuál es la principal razón por la que está tratando de resolver la tarea / necesidad / deseo? ----	7
2.3. ¿Qué metas / indicadores debe cumplir al final del ejercicio?-----	8
2.4. ¿Cuáles son los beneficios de desempeño o emocionales que busca alcanzar? (seguridad, velocidad, comodidad, costos)-----	8
3. SOLUCIONES ACTUALES -----	10
3.1. ¿Qué soluciones compran / contratan actualmente?-----	10
3.2. ¿A través de qué canales las adquieren / se enteraron de la solución? -----	10
3.3. ¿Cuál es la razón principal / criterios para la/los que han escogido?-----	11
3.4. ¿Cuánto dinero están invirtiendo en ellas?-----	11
4. INCONFORMIDADES / FRUSTRACIONES / LIMITACIONES -----	14
4.1. ¿Qué le resulta frustrante de las soluciones actuales? -----	14
4.2. ¿Qué es limitado de la solución actual? -----	14
4.3. ¿Qué es exagerado / demasiado de la solución actual? -----	15
5. PROTOTIPO -----	16
6. OBJETIVOS -----	17
6.1. General -----	17
6.2. Específicos-----	17
7. MISION -----	18
8. VISION -----	18
9. VALORES -----	19
10. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN RESULTADOS -----	20
11. ORGANIGRAMA -----	25

1. JUSTIFICACION

Presentamos un modelo de negocio estimando el alcance inicialmente Local con proyección a nivel nacional, que involucra diferentes áreas de organización financiera, mercado, estructura organizacional y las metas y objetivos que proyectamos alcanzar.

Se inicia por el módulo de mercados cuyo objetivo es identificar los servicios más requeridos por lo clientes en la zona de impacto más cercana (Ciudad de Bogotá, centro), precios promedios, conocimiento del valor agregado en dichos servicios

Incorporar los aspectos legales más relevantes para el desarrollo de las operaciones comerciales de una entidad prestadora de servicios de salud para perros y gatos, donde incluimos: guardería, servicio de baño y limpieza, en donde el trasfondo de la creación de esta empresa en beneficiar de alguna y otra forma a los animales callejeros.

1.1. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACIÓN DE CLIENTES

1.2. ¿Cuál es el job/ necesidad que quiere resolver/ suplir el (stakeholder)?

Las mascotas como bien sabemos hacen parte de la vida cotidiana del ser humano. Ellos demandan una serie de cuidados, atenciones y prevenciones necesarios para una convivencia satisfactoria. Sin embargo existen personas inconscientes del trato lo importante que deben ser en nuestros hogares y deciden tirarlas a las calles, y no solamente en las casas sino en las veterinarias o lugares que dicen ser de prestación de servicios para nuestras mascotas y a diario nos encontramos con animales en abandono, maltratados, o perdidos, enfermedades con desnutrición, donde falta de un sistema de salud donde brinde seguridad, protección para evitar la contaminación de estas mascotas en las calles de nuestra ciudad.

La estructura organizacional de nuestra ciudad nos revela el abandono, maltrato que sufren a diario las mascotas en la ciudad y la falta de información para los dueños en todo lo relacionado a la adopción de una mascota. La falta de un sistema de salud unificado, que brinde cuidado y protección certificado a las mascotas para evitar desorden en la ciudad, enfermedades contagiosas y contaminación, y la falta de alianzas entre los centros de salud (veterinarias) para suplir esta falta de atención.

1.3. Que verbo representa la acción (Comprar/reservar / programar).

Organización: Fomentar y crear una estructura que genere como objetivo crear organismos de personas en pro de la ayuda a los animales (mascotas).

Sistematización: Crear sistemas interrelacionados con otro grupo de entidades que nos permita organizar, administrar y suplir las necesidades de nuestras mascotas. Este mecanismo nos permitirá crear canales de comunicación, disciplina y planes de capacitación para los dueños de mascotas.

1.4. ¿Bajo qué contexto se da? de camino al trabajo, en vacaciones, cuando se viaja en pareja

El contexto se da en cualquier lugar de la ciudad igualmente a nivel nacional sin embargo nos enfocaremos en el Centro de la ciudad de Bogotá bajo la implementación de planes de salud donde nuestro principal objetivo son las mascotas y a su vez son benéficos para los ciudadanos. Los grandes cambios a los que nos vemos enfrentados a diario nos obligan a organizar todos los sistemas en los que nos venimos envolviendo, entre los cuales el sistema de salud no solo debe competir la parte humana, también debemos concientizarnos con la parte animal.

Segmento Del Mercado		
Sexo	NO	Debido a que nuestro segmento de mercado no se enfoca en sexo
Edad	SI	Mayores de 18 años
Tamaño De La Familia	SI	Por qué influye en la cantidad de mascotas y los ingresos económicos.
Estrato Económico	SI	Por qué debido a este podremos saber qué tan factible es este servicio para el sector.
Nivel Académico	SI	Porque si se tiene un nivel académico ayudad a mejores ingresos Económicos
Ocupación	SI	Por qué dependiendo de esta se podrá influir en lo económico y a si adquirir el servicio.
Hábitos De Compra	Si	Porque sabemos que tanto está invirtiendo en sus mascotas

2. BENEFICIOS / EXPECTATIVAS DE RESULTADO - KPI'S

2.1. Necesidades

- Acceso fácil y rápido a centros de salud.
- Portafolio completo a las necesidades de nuestros usuarios con precios y relación a todas las redes de servicio para su mascota.
- Unificación de toda la cadena de proveedores que intervienen en el cuidado de su mascota (Veterinarias, Centros de ventas de mascotas).
- Sistematización de asociados de negocio con el fin de comercializar los productos y servicios bajo un mismo parámetro de venta
- Capacitación en todo lo relacionado con la mascota

2.2. ¿Cuál es la principal razón por la que está tratando de resolver la tarea / necesidad / deseo?

Nuestra EVPS no solo prestará organización en la administración de los centros veterinarios, sino que también promoverá dentro de los usuarios un esquema administrativo de acceso rápido y fácil al servicio de la comunidad. Donde nos enfatizaremos como ya lo habíamos comentado en el mejoramiento de vida de los animales callejeros.

Nuestros clientes afiliados serán atendidos en veterinarias, clínicas, centros de mantenimiento que le brinden no solo los servicios médicos sino atención en otros servicios y un porcentaje de estos servicios serán destinados a abastecimiento de nuestros animales callejeros.

2.3. ¿Qué metas / indicadores debe cumplir al final del ejercicio?

Los clientes que tendrá nuestra empresa son personas con capacidad de pago que deberán cancelar periódicamente el servicio de salud y cuidado de sus mascotas. Por lo anterior las personas atendidas por el personal de las Veterinarias, Centros de Salud, salones de aseo, Guarderías vinculados a nuestra empresa tendrán una cuota moderadora mínima cuando requiera de los servicios ofrecidos.

Para cumplir con las necesidades del cliente, conformaremos una red de servicios con entidades privadas (Veterinarias, hospitales, Guarderías, Centros de alimentos, Salones de aseo) de forma independiente para garantizar la prestación del servicio. Por lo anterior se recibirá por parte de nuestros afiliados la cuota mensual y nuestra empresa igual cancelará a nuestros proveedores asociados el cargo básico del servicio.

2.4. ¿Cuáles son los beneficios de desempeño o emocionales que busca alcanzar? (seguridad, velocidad, comodidad, costos)

- **Seguridad:** Buscamos alcanzar credibilidad de nuestros clientes ofreciendo calidad y seguridad contando con la supervisión del Ministerio de Protección Social y Entidades Gubernamentales que nos apoyaran a nivel económico, de control y calidad.
- **Velocidad:** El acceso sistemático, organizado y de control de los asociados de negocio nos permite obtener acceso rápido al censo de animales y control del mismo.

- **Comodidad.:** Nuestra red de servicios busca establecer canales de beneficio tanto para los clientes como para la comunidad, lo que permite no solo sea un proyecto de ayuda animal, sino social.
- **Costos:** Al ser un proyecto donde cada usuario cancele los servicios y que además estará bajo la supervisión de entidades Gubernamentales y del Ministerio de protección los costos serán bajo normas el cual los accesos fácil y rápido para toda clase de estratos sociales.

3. SOLUCIONES ACTUALES

En el mercado actual encontramos instituciones similares como pueden ser Total Pets Group y Petplan que se encargan de administrar y prestar al mismo tiempo los servicios integrales a nuestras mascotas y varían de acuerdo a los planes. Pero se enfatizan en las personas que tengan un nivel económico alto el cual no muchos hogares pueden llegar a los servicios.

3.1. ¿Qué soluciones compran / contratan actualmente?

Actualmente existen entidades que ofrecen los servicios de:

1. Salud
2. Recreación, educación, Bienestar
3. Protección
4. Servicio de Funeraria
5. Urgencias
6. Vigilancia (Micro Chip)

3.2. ¿A través de qué canales las adquieren / se enteraron de la solución?

- En la Web con la creación de una página virtual enlazada con los canales de servicio que prestan nuestros asociados de negocio en la localidad.
- Creación de blog enlazado con nuestro portafolio de servicios.
- Redes sociales Facebook - Instagram - Twiter creando campañas publicitarias encaminadas no solo al servicio sino a la conciencia ciudadana.
- Videos publicitarios en el canal de YouTube.

- Sede Administrativa con un punto físico donde podrá encontrar toda la información de la localidad relacionada a las mascotas
- Campañas en la localidad junto con el ministerio de salud y la alianza con las entidades prestadoras de servicio a mascotas.
- Canales publicitarios en cadenas de Radio, Televisión, Periódico e Internet.
- Campañas en las agendas Académica en colegios, Universidades y Centros de atención de la localidad.
- Campañas en las agendas Culturales que otorga el distrito.

3.3. ¿Cuál es la razón principal / criterios para la/los que han escogido?

Nuestra propuesta es por servicios. Brindando organización a los proveedores prestadores de servicios garantizando la protección y seguridad de gatos y perros. Buscamos atención personalizada y Organización en una red sistematizada con fácil acceso al historial de atención de su mascota, trámites fáciles y rápidos centralizados por nuestro centro de servicios, tecnología de primera categoría donde podrá encontrar toda la red de servicios que hay para su mascota y servicios virtuales para nuestros afiliados.

3.4. ¿Cuánto dinero están invirtiendo en ellas?

Nuestra red de servicios presenta un portafolio amplio a comodidad de cualquier usuario. La prestación de los servicios a solicitud del cliente será en el centro de salud más cercano y a conformidad del usuario.

BÁSICO \$ 40.000 mensuales

- Consulta médica general en centros de 1er nivel

- Asistencia de odontológica
- Medicamentos ambulatorios
- Exámenes médicos y diagnóstico
- Atención de urgencias

MEDIO \$ 50.000 mensuales

- Consulta médica general en centros de 1er nivel
- Asistencia de odontológica
- Medicamentos ambulatorios
- Exámenes médicos y diagnóstico
- Atención de urgencias
- Esterilización al entrar a nuestro plan
- 1 Bono de Peluquería y baño

PREMIUM \$ 65.000 mensuales

- Consulta médica general en centros especializados
- Asistencia de odontológica
- Medicamentos ambulatorios
- Exámenes médicos y diagnóstico
- Atención de urgencias
- Esterilización al entrar a nuestro plan
- Cirugías y procedimientos ambulatorios
- 2 Bono de Peluquería y baño
- 1 Bono de comida (1kgs)
- 1 Bono Guardería

SERVICIOS ADICIONALES \$ 5.000 mensuales cada uno

- Capacitaciones en el cuidado de su mascota
- Domicilios
- Médicos Personalizados
- Resumen del historial médico
- Jugueteria
- Adopción de crías

La variación de precio consiste en los servicios que nuestro cliente desea obtener para su mascota.

4. INCONFORMIDADES / FRUSTRACIONES / LIMITACIONES

Nuestra idea de negocio requiere un alcance social enfocado al fortalecimiento en el cuidado de nuestra mascota.

4.1. ¿Qué le resulta frustrante de las soluciones actuales?

La recepción, mensajes y la atención telefónica en distintos centros sin tener personalización en todos los servicios a las mascotas resultan con un bajo servicio al cliente al no contar con la globalización de todos los servicios

La falta de una guía presupuestal correspondiente a todos los tratamientos que nuestra mascota debe tener tanto para salud, bienestar, alimentación y cuidado ocasionan un posterior abandono o desolación a nuestras mascotas

En el ejercicio y práctica nos llevan a una mala administración en el cuidado de nuestra mascota y posterior abandono.

Las limitaciones de la localidad son la falta de mecanismos informativos y de gestión social para con nuestras mascotas, esto nos lleva a una mala atención así como la dificultad en el cubrimiento de tratamientos altamente costosos ocasionando enfermedades y abandono de nuestras mascotas.

4.2. ¿Qué es limitado de la solución actual?

Algunas entidades no cubren la totalidad de los servicios, por tal motivo existen limitantes para atención integral de nuestras mascotas

Las entidades no se encuentran en un lugar cercano a su residencia, en ocasiones la falta de cercanía deja impedir que los usuarios lleven a sus mascotas a la prestación del servicio

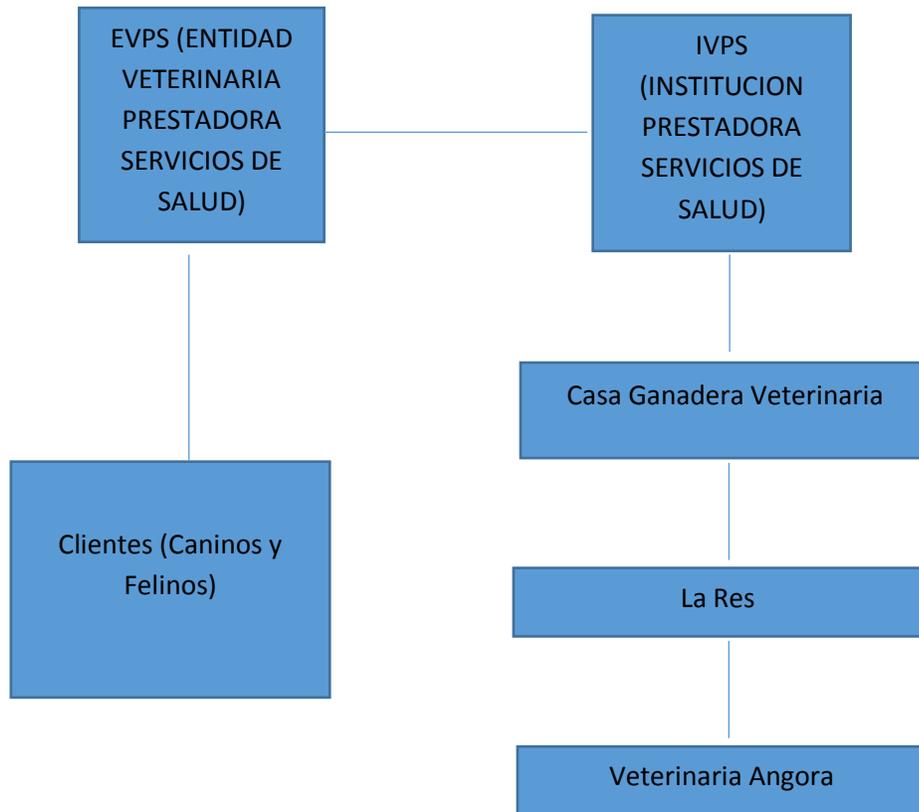
La no capacitación a los usuarios para mejorar la calidad de vida de nuestras mascotas y la de nuestros vecinos

4.3. ¿Qué es exagerado / demasiado de la solución actual?

El cobro adicional por un servicio que no se encuentre dentro del paquete, la tarifa adicional en algunas ocasiones puede ser de más del 60% de los beneficios actuales.

5. PROTOTIPO

Nuestro prototipo consta de la composición de los asociados de negocio los cuales proveeremos la administración de sus servicios.



6. OBJETIVOS

6.1. *General*

- Desarrollar un plan de negocios con un mejor sistema de salud para nuestras mascotas en el Centro de Bogotá.

6.2. *Específicos*

- Identificar la demanda de servicios prestados en el centro de la ciudad.
- Identificar los aspectos más requeridos por nuestros clientes para la prestación de salud a nuestras mascotas.
- Proyectar en 5 años la comercialización de nuestros servicios a nivel nacional.
- Incentivar a las personas a invertir más en el bienestar de nuestros animales.

7. MISION

Ofrecer a nuestros clientes un servicio integral para bienestar de nuestras mascotas a nivel de salud, recreación, guardería, funeraria, seguridad. Para nuestros dueños que no puedan tener más a dichas mascotas, asegurar el bienestar de estos, garantizando efectividad en los cuidados y brindando tranquilidad y libertad a los dueños en un momento dado.

8. VISION

Ser una institución donde involucre no solo el bienestar de las mascotas sino también donde involucre el bienestar y la estabilidad de un lugar, salud, alimentación a los animales callejeros. Transmitir valores humanos necesarios para transformar nuestra sociedad, participando en su transformación hacia una mejor Bogotá con la mejor sanidad, vigilancia y trato humanitario para con los animales.

9. VALORES

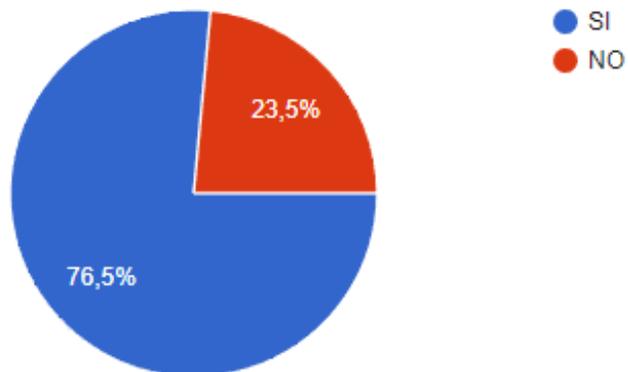
- **TRATO IGUALITARIO:** No solo para los que tienen capacidad de pago, sino a todos aquellos que no la tienen.
- **RESPONSABILIDAD:** Garantía total de compromiso hacia nuestras mascotas y animales callejeros.
- **AMOR:** El principal para nuestras mascotas, ya que con él aseguramos el compromiso hacia los demás animales.
- **COHERENCIA:** Mantenemos la coherencia entre nuestro pensar, nuestro decir y nuestro actuar. Somos fieles a nuestros valores

10. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN RESULTADOS

De acuerdo a los resultados del análisis de la encuesta se han formulado 5 preguntas de los servicios (se definen por su valoración en necesidad), el cual fue contestada por 34 personas.

¿Tiene mascota?

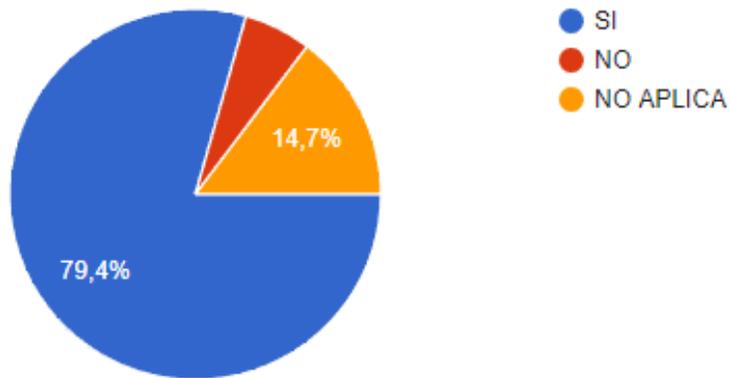
34 respuestas



26 personas es decir un 76.5% de la votación tiene mascotas, el porcentaje de población es la que podemos ofrecer nuestros servicios. Mientras que 8 personas con un porcentaje de 23.5% no lo tiene.

¿Pagaría por cuidado y protección integral a su mascota?

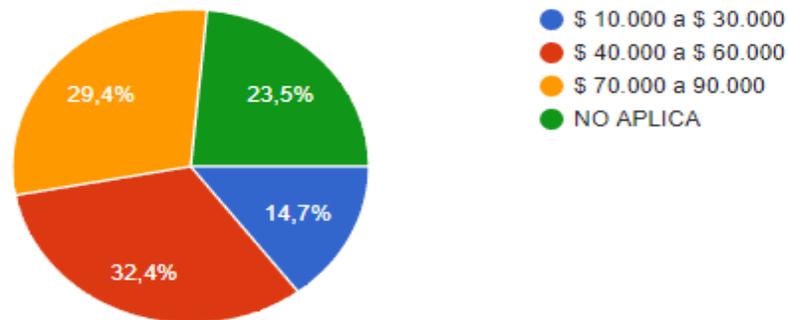
34 respuestas



27 personas es decir un 79.4% de la votación pagaría por un servicio integral para su mascota, 2 personas con un 5.9% no lo harían, y 5 personas con un 14.7% no aplican ya que son las personas que no tienen mascotas.

¿Cuanto dinero invierte en su mascota mensualmente? Incluye gastos de alimentación, mantenimiento y otros

34 respuestas

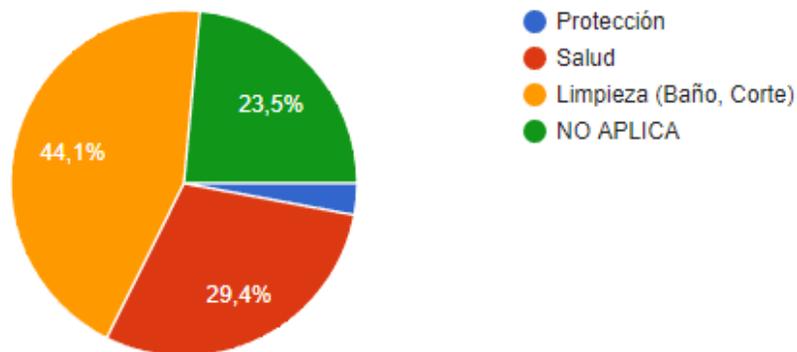


11 Personas es decir un 32.4% de la votación invierte en sus mascotas entre \$ 40.000 y \$60.000 mensualmente, 10 personas es decir un 29.4% de la votación invierte en sus mascotas entre \$ 70.000 y \$90.000 mensualmente, 5 personas es decir un 23,.5% de la votación invierte en sus mascotas entre \$ 10.000 y \$30.000 mensualmente, y 5 personas con un 14.7% no aplican ya que son las personas que no tienen mascotas.

¿Cuales de estos servicios son los mas requeridos por su mascota mensualmente ?



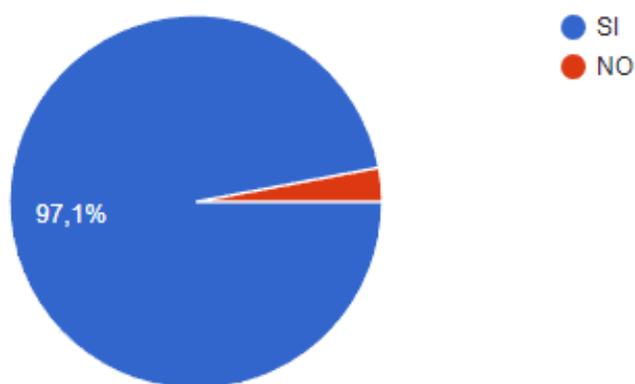
34 respuestas



15 Personas es decir un 44.1 % de la votación requiere en sus mascotas Limpieza (Baño, Corte) mensualmente, 10 personas es decir un 29.4% de la votación requiere en sus mascotas Salud mensualmente, 1 personas es decir un 2,9% de la votación requiere en sus mascotas Protección mensualmente, y 8 personas con un 23.5% no aplican ya que son las personas que no tienen mascotas. Es decir; que debemos empezar ofreciendo Salud y Limpieza.

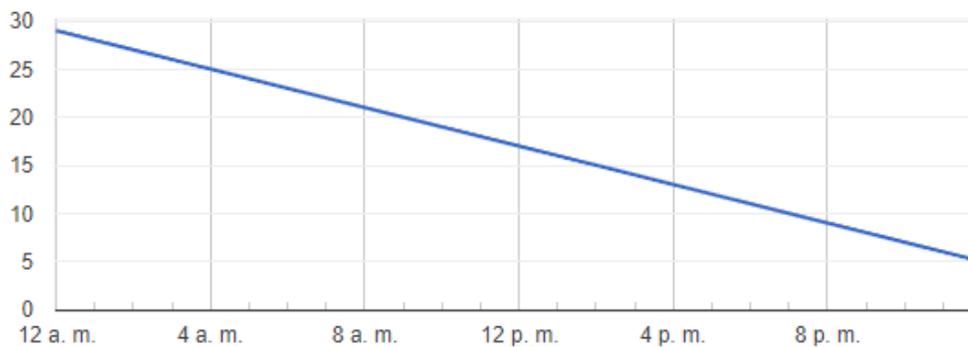
¿Apoyaría una entidad que se dedique a la protección de animales callejeros?

34 respuestas



33 Personas es decir un 97.1% de la votación apoyaría en una fundación para los animales que callejeros-

Número de respuestas diarias



11. ORGANIGRAMA

