

**CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR CUN**

**Banton's**

**Yury Andrea Valero Castro**  
**María Angélica Bosa Tacuma**

**Docente**

**Maritza Arias Hernández**

**Programa de Administración de Empresas**

**Creación de Empresas I**

**Modelo de Innovación**

**Grupo: 50101**

**Bogotá**

**2020**

## Tabla de contenido

COMPROMISO DEL AUTOR .....	3
1. ANALISIS DEL ENTORNO Y CONTEXTO DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	4
1.1 OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE .....	4
1.2 TEORIA DE VALOR COMPARTIDO.....	4
1.3 TECNOLOGÍAS DISRUPTIVAS.....	4
1.4 ANALISIS DEL SECTOR ECONÓMICO .....	4
2. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA, NECESIDAD, RETO U OPORTUNIDAD.....	6
Tabla #1. Identificación del Problema.....	6
2.1. ARBOL DE PROBLEMAS Y OBJETIVO.....	7
3. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO .....	9
4. INNOVACIÓN.....	10
5. FUERZAS DE LA INDUSTRIA .....	12
6. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.....	13
7. PROPUESTA DE VALOR.....	16
8. DISEÑO DEL PRODUCTO.....	18
8.1 Ficha Técnica.....	18
9. PRECIO DE VENTA .....	20
10. PROTOTIPO .....	20
11. MODELO RUNNING LEAN.....	25
12. VALIDACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO.....	26
13: TABULACIÓN Y ANALISIS DE LA INFORMACIÓN.....	28
14. LECCIONES APRENDIDAS Y RECOMENDACIONES .....	33
15. BIBLIOGRAFIA Y ANEXOS.....	34

## COMPROMISO DEL AUTOR

Nosotros (a) María Angélica Bosa Tacuma identificada con C.C. 1.022.975.078 de Bogotá y Yury Andrea Valero Castro identificada con C.C. 1031153615 de Bogotá estudiantes del programa Técnico Profesional en Procesos Administrativos declaramos que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma:



María Angélica Bosa Tacuma

Firma:



Yury Andrea Valero Castro

## **1. ANALISIS DEL ENTORNO Y CONTEXTO DE LA IDEA DE NEGOCIO**

Planteamiento de problemas, retos, oportunidades o necesidades

- Pocos recursos de conectividad de los estudiantes, para desarrollar sus estudios de forma virtual debido a la emergencia sanitaria.
- Poca responsabilidad de las personas al dejar los desechos de las mascotas en lugares públicos.
- Se evidencia exceso de materiales como plástico, cartón, vidrio, los cuales las personas desechan.

### **1.1 OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE**

- Podemos decir que, la primera problemática se relaciona al objetivo número cuatro el cual nos indica “Educación de Calidad”
- Ahora bien, la segunda problemática corresponde al objetivo 3 de salud y bienestar.
- Para finalizar la tercera problemática corresponde al objetivo número 6 agua limpia, y saneamiento.

### **1.2 TEORÍA DE VALOR COMPARTIDO**

- Se podría implementar puntos digitales en lugares de la ciudad donde existe deficiencia de acceso a estos medios, con orientación a las plataformas gubernamentales como de los colegios públicos.
- De igual forma la creación de tienda de mascota, generando responsabilidad social cuando se genere consumo en el establecimiento, ejemplo (Folletos informando las consecuencias de los desechos de los animales en vías públicas), se puede obtener orientación del tema por las páginas públicas, o por medio de fundaciones.
- Fomentar en la sociedad la importancia del reciclaje, no solo como una medida de cuidado para el medio ambiente, sino como materia prima importante para la creación de nuevos proyectos.

### **1.3 TECNOLOGÍAS DISRUPTIVAS**

Teniendo en cuenta la problemática en su momento no se evidencia tecnología disruptiva.

### **1.4 ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO**

Basados en las tres problemáticas anteriormente planteadas, el sector económico en el cual manejaríamos nuestro proyecto sería actividad económica el comercio.

**POLÍTICO:** Basados en la constitución política la cual evidenciamos las normas y principios ambientales a las cuales tienen relación con las problemáticas indicadas, en la misma nos indica:

- ✓ *Atención de la salud y saneamiento ambiental: “Consagra como servicio público la atención de la salud y el saneamiento ambiental y ordena al Estado la organización, dirección y reglamentación de los mismos.*
- ✓ *Protección de los recursos naturales: “Establece como deber de las personas, la protección de los recursos culturales y naturales del país, y de velar por la conservación de un ambiente sano.*
- ✓ *Amiente sano: Consagra el derecho de todas las personas residentes en el país de gozar de un ambiente sano”*

De igual forma, se evidencia a nivel político varias normas generales que respaldan la iniciativa de negocio como:

- ✓ Decreto ley 2811 de 1.974
- ✓ Ley 23 de 1973

Existe convenio 443 de 2017, en el plan de desarrollo el cual nos manifiesta un modelo del aprovechamiento de recursos.

**ECONÓMICO:** Dado a que se pertenece al sector del comercio se evidencia que para el periodo de 2020 II en comparación con el periodo 2019 II el sector comercial ha decrecido en -33,2%.

**SOCIAL:** Se encuentra ubicadas en distintas partes de la ciudad, no maneja ubicación geográfica específica, pero se evidencia que las personas que más consumirían son personas de 20 años en adelante, distintos sexos.

**TECNOLÓGICO:** Por distintos medios de comunicación se enseña las distintas formas de reutilizar elementos como, plásticos, cartón y vidrio; ya se están elaborando prendas de moda con materiales reciclados, se ha implementado robótica diseñada a limpiar suciedades de basura. El impacto es reducción en contaminación e incentiva a más personas a sumarse a la iniciativa de ser más responsables con el reciclaje y desechos de animales.

**ECOLÓGICO:** Se evidencia que el aumento desmesura de las basuras ponen en peligro eminente la actual y próxima generación, ya que es considera uno de los problemas ambientales más grandes, teniendo en cuenta que no hay capacidad para la cantidad de basura que se produce y adicionalmente no tiene un buen tratamiento.

Así mismo, es de tener en cuenta que productos como el papel, cartón y vidrio son productos que en algunas ocasiones se pueden reutilizar, ya que tienen un ciclo sostenible.

Ahora bien, en cuanto al manejo de las heces de los perros en la calle, es de tener en cuenta que pueden llegar a presentar enfermedades, riesgo a la salud y contaminación.

Conforme con lo anterior, es importante mencionar que el suelo adsorbe la orina de los perros, pero en cuanto al excremento se pulveriza y viaja en partículas muy pequeñas que se pueden inhalar y hasta consumir en alimento en la calle.

**LEGAL:** Ley # 1259- 2008, Indica sobre el buen tratamiento de las basuras, a quien no genere cumplimiento se generara un comparendo, o sanciones pedagógicas

Ley 746 de 2002, donde se tiene prohibido dejar las heces de los perros en la calle, la cual implica una multa.

Es de tener en cuenta que si se plantea tener una venta de alimentos o productos para mascotas se debe tener la capacitación en cuanto al manejo de los alimentos y la información de lote de los comercializadores ya que es una exigencia impuesta por el ICA.

## 2. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA, NECESIDAD, RETO U OPORTUNIDAD

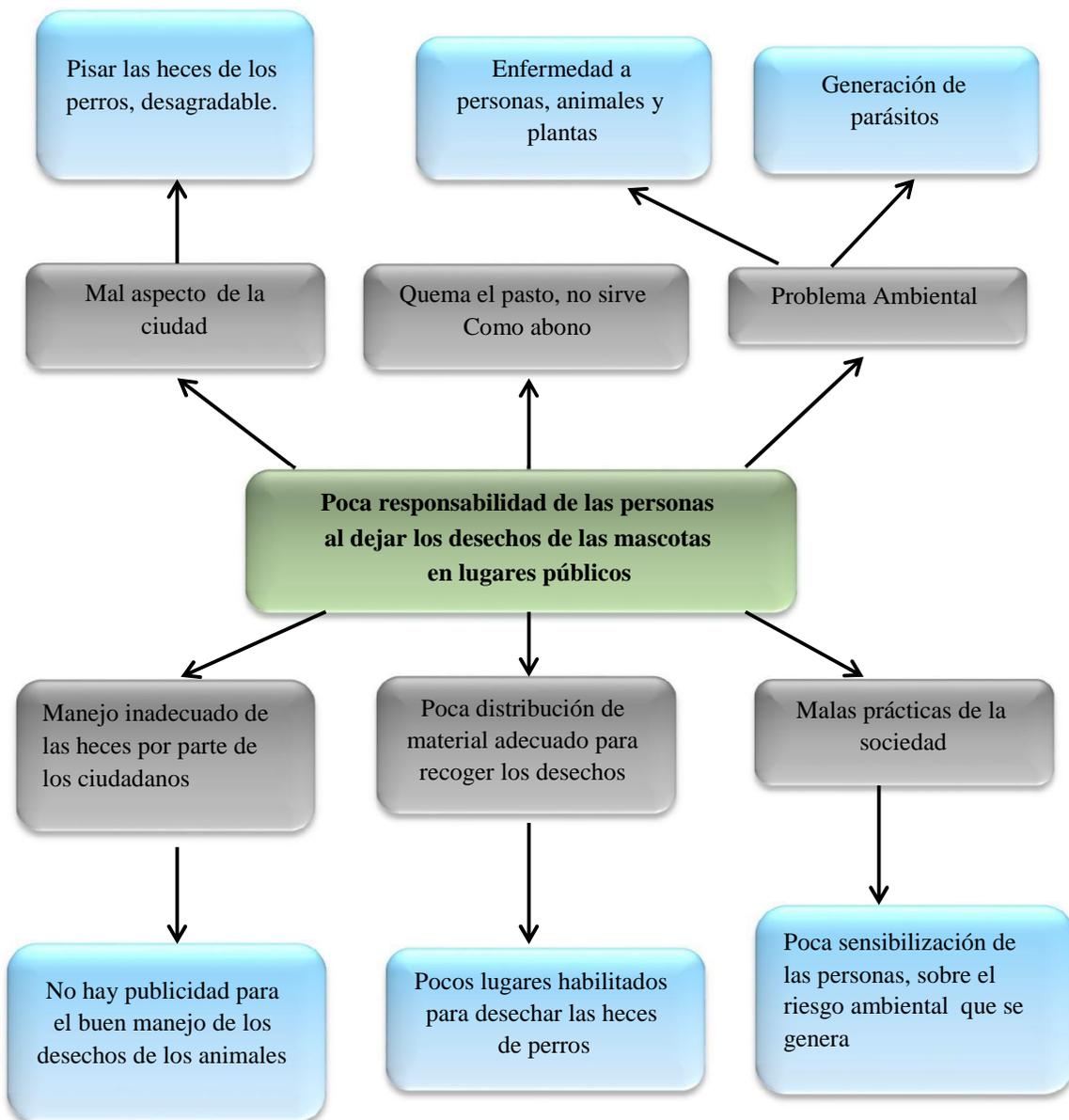
**Tabla #1. Identificación del Problema**

Criterio	Problema 1	Problema 2	Problema 3
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Pocos recursos de conectividad de los estudiantes, para desarrollar sus estudios de forma virtual debido a la emergencia sanitaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Poca responsabilidad de las personas al dejar los desechos de las mascotas en lugares públicos</li> </ul>
<i>Conocimiento o experiencia</i>	1	3	3
<i>Asesoramiento de un experto (¿si se requiere, lo tenemos?)</i>	2	4	2
<i>Alcance (técnico ¿Tenemos las herramientas?, ¿podemos desplazarnos para evaluar el problema? ¿Tenemos acceso a información /datos/cifras, ¿Puedo darle alguna solución?)</i>	1	5	2
<i>Impacto ¿es trascendental? ¿Representa un desafío para ustedes?</i>	5	4	4

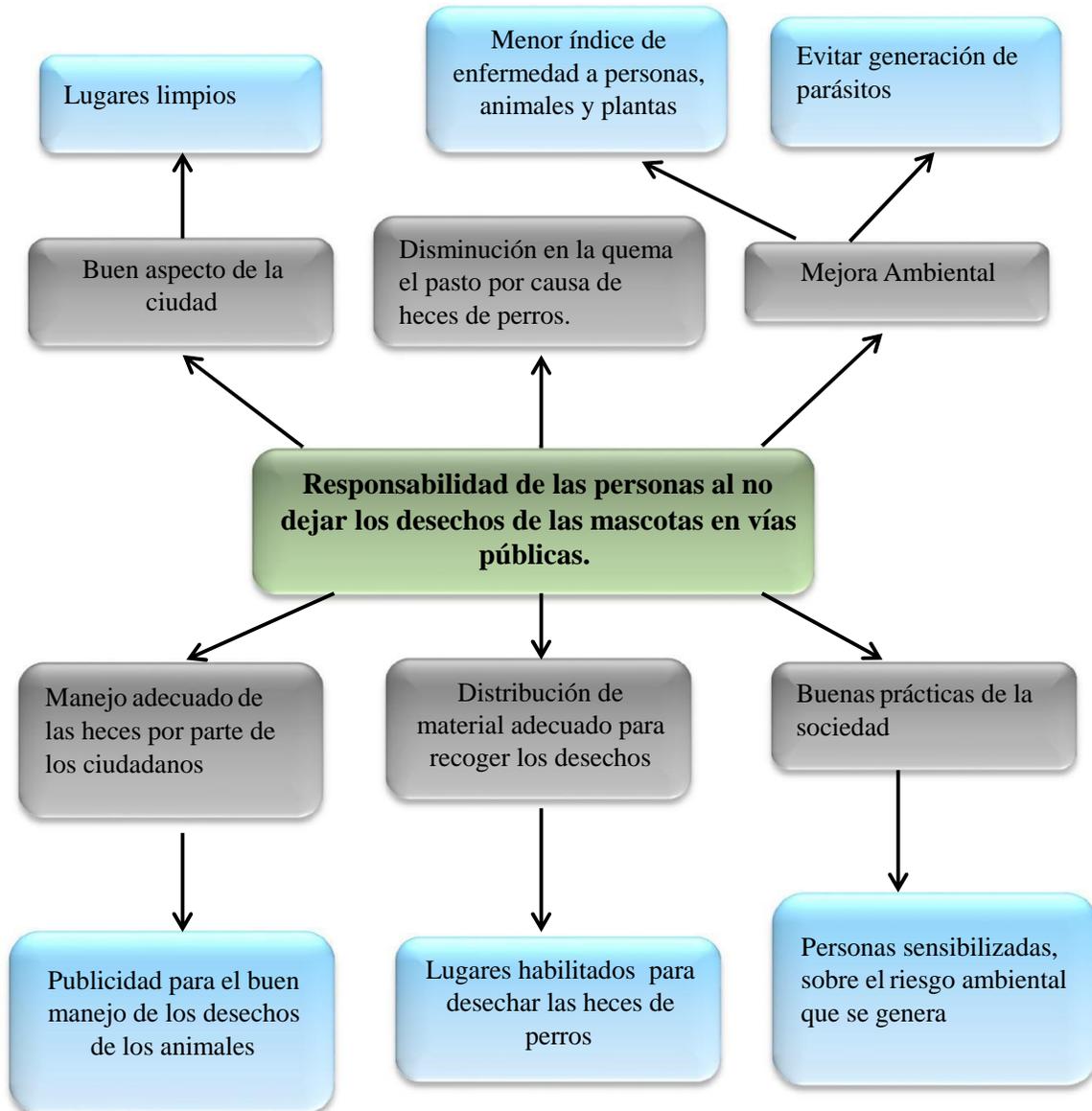
<i>¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?</i>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>3</b>
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>21</b>	<b>14</b>

## 2.1.ARBOL DE PROBLEMAS Y OBJETIVO

### ARBOL DE PROBLEMA



## ARBOL DE OBJETIVOS



### 3. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

Tabla # 2

<b>¿Cuál es el producto o servicio?</b>	<i>Stand de accesorios, alimento de mascotas</i>
<b>¿Quién es el cliente potencial?</b>	<i>Abierto a todas las personas con mascotas que desean tener más orientación sobre los mismos</i>
<b>¿Cuál es la necesidad?</b>	<i>Facilidad para tratar y desechar las heces de los perros</i>
<b>¿Cómo?</b>	<i>Establecer en un lugar estratégico, generando confiabilidad e interés sobre el tema a tratar, localizando opciones diferente para el trato de desechos; proporcionando no solo el conocimiento sobre el tema , sino los productos necesarios para el manejo de los desechos producidos por sus mascotas.</i>
<b>¿Por qué lo preferirían?</b>	<i>Porque se manejaría el tema ambiental en su momento preocupa a la mayoría de las personas</i>

**Grafico 1.**

**¿Cómo podemos evitar que las heces de los perros afecten el medio ambiente y a sus habitantes?**



## 4.INNOVACIÓN

Ideas de negation:

1. stand de accesorios para mascotas en los diferentes parques de la ciudad.
2. Aplicación o chat donde los clientes soliciten el kit de aseo para sus perros en el momento de llevarlos a sitios públicos.
3. Distribución de implementos para la recolección de basura en diferentes empresas a base de material reciclado.

4. Generar alianza con recicladores, como recolectores fundamentales para la creación del producto final.

### Competencia

Se puede encontrar dentro de la competencia a la empresa AM Mascotas: es una empresa colombiana que desde 1994 está creando y produciendo artículos para mascotas con avanzada tecnología de moldes, troqueles en inyección de plásticos. Distribución en tienda.

Am mascotas, brinda precios cómodos de mayoristas a pequeños establecimientos.

Encontramos a Luxo, es una empresa 100% colombiana especializada en la fabricación de accesorios para mascotas, con los mejores materiales del mercado, garantiza comodidad y seguridad para los animales y humanos.

Se encuentran las distribuidoras de accesorios como NANA STORE, se encargan de llevar los accesorios a los puntos de compra o venta online.

También se encuentra a ICONO PET es una empresa distribuidora de accesorios y alimentación para mascotas. Ubicados en Bogotá y manejan distribución a nivel nacional.

### Conclusiones frente a la competencia

Se identifica que el problema inicial parte de la poca facilidad de acceso en cuanto a los implementos necesarios para la limpieza de las heces de los perros, esto debido a que los sitios públicos, principalmente los parques se encuentran contaminados de estos desechos. Según la investigación realizada existen empresas fabricantes y distribuidoras de alimentos y accesorios para mascotas, también con sus empaques biodegradables y demás medidas para el cuidado del medio ambiente, sin embargo, esto no garantiza que lleguen a todos los sitios que deben llegar, la idea de negocio expuesta ofrece esa facilidad de acceso, al tener disponible los productos en el momento y lugar adecuado, también con políticas medioambientales y en medio de la tranquilidad de un parque concientizar a las personas sobre la importancia de tratar correctamente estos desechos, bien sea con campañas publicitarias.

Tabla # 3

Variable	
<b>Producto o servicio</b>	<i>En el producto se puede innovar: En el material, tamaño, empaque, facilidad de acceso a ello. Se pueden solicitar alianzas con los parques principales de la ciudad para la instalación de un stand ahorrando costos de arrendamiento, y ellos servirían para ahorrar costos al consumidor final, de igual forma conseguir la materia prima directamente de personas que manejan materiales reciclables.</i>
<b>Mercadeo</b>	<i>Se puede comercializar por medio de publicidad, principalmente llevando a los espacios públicos permitidos la información y por supuesto los productos.</i>
<b>Proceso</b>	<i>Reutilización de objetos reciclable.</i>

## **5. FUERZAS DE LA INDUSTRIA**

### **5.1 Contextualización de la Empresa**

Nuestra empresa se llama Banton's, su actividad económica es la venta y comercialización de productos para mascotas como comida para animales, accesorios y demás, pero se encuentra enfocada en un proyecto social que consiste en generar conciencia a la humanidad en cuanto al manejo adecuado de los desechos en lugares públicos de los animales como las heces.

### **5.2 Análisis de la demanda**

Generado un análisis se puede evidenciar que en las ciudades principales como Bogotá aproximadamente 6 de cada 10 hogares tienen una mascota, enfocándonos en Bogotá es una de las ciudades con mayor tendencia en mascotas en el hogar, ahora bien, es importante tener en cuenta que tenemos una alta demanda en posibles compradores que comparten una necesidad. De igual forma conforme a la zona en la cual se implemente la empresa, la tendencia a adquirir novedosos productos para las mascotas su cuidado y la responsabilidad social, se influyen mucho por la sociedad de igual forma por la recomendación de terceros y formas de consentir a nuestras mascotas como en un pasado no lo hicimos debido a limitaciones en algunos productos, esto genera una buena demanda en la empresa.

### **5.3 Análisis de la Oferta**

Es de tener en cuenta que la llegada de nuevos mercados al país grandes genera una competencia alta en sus precios como la de Dollarcity la cual se encuentra 27 tiendas bien distribuidas en Bogotá, y que manejan variedad en su mercancía entre ellas productos para mascotas, al igual que los mismos puntos ubicados entre barrios de negocios menores aproximadamente en las localidades donde más se evidencian mascotas encontramos de 15 a 20 Tiendas de mascotas, pero es importante mencionar que esta oferta en su mayoría demanda un mismo mercado y una misma forma de negocio.

Siendo así las cosas, se evidencia que las personas no se esfuerzan por generar una marca propia, llena de innovación en cuanto a los puntos estratégicos y sus productos, una contra oferta es la responsabilidad social que se va a generar en cuanto a la conciencia de las heces de los animales, con ayuda de medios virtuales y físicos que facilitan la distribución de la información.

De igual forma, a largo plazo verificar posibles alianzas con mercados o apoyos gubernamentales para incentivar el negocio.

### **5.4 Análisis de la Comercialización**

Se evidencia como ejemplo el Dollarcity, pero esta empresa comercializa productos de animales que de igual forma podemos encontrar en cualquier establecimiento, es de tener en cuenta que

maneja marcas reconocidas como en comida Dog Chow, el cual es una estrategia y atrae clientes para los demás productos, de igual forma maneja más productos como camas, ropa, collares, correas, shampoo, jabones y más, lo cual podemos decir que son productos en general no manejan una marca propia que los caracterice, no tiene valor añadido. Su precio varía dependiendo del producto pero por lo general es más económico debido a que comercializan al por mayor.

Es importante mencionar que no se evidencia un producto específico para manejar las heces de los animales con responsabilidad social o innovación.

### 5.5 Análisis de los proveedores

**Pets y Bags :** Un buen aliado debido a que genera bolsas para recoger heces de perro biodegradables, las cuales se podrían generar alianza, es una empresa fácil de ubicar es Colombiana y sus precios son asequibles.

**Ammascotas:** Una distribuidora de productos para mascotas, la cual se caracteriza por vender al por mayor así generando reducción de costos, su oficina principal ubicada en la ciudad de Bogotá.

**Animal home:** Esta ubicado en un puesto de abastos en la ciudad de Bogotá por tanto, es fácil su acceso al lugar adicional a ello por la ubicación sus costos son buenos, se valida su calificación en el medio y es recomendado por las personas.

**Animal Factor:** Una comercializadora de ropa y accesorios para mascotas la cual implementa una página web muy completa y amigable, en la que maneja facilidad de comunicación con el proveedor.

## 6. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

### 6.1 Bondades de nuestro producto

- ✓ Facilidad de manejo
- ✓ Amigable con el ambiente
- ✓ Genera conciencia en la sociedad
- ✓ Se generaría un empaque novedoso
- ✓ Facilidad de adquisición
- ✓ Ampliación del producto
- ✓ Cambio de perspectiva al adquirir el producto
- ✓ Generación de empleo
- ✓ No solo se convierte en un producto, se vuelve informativo
- ✓ Se podría generar a un precio exequible
- ✓ No tiene edad específica de utilización
- ✓ Satisface necesidades del usuario
- ✓ Calidad en el servicio

- ✓ Cambio en la forma de venta
- ✓ Impulso a nuevos mercados

## 6.2 Cliente Ideal

Tabla # 4

<p><i>Foto del cliente</i></p> 	<p><i>Describe miedos frustraciones</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Que los resultados no sean lo que se espera</i></li> </ul>	<p><i>Desea, necesita, anhela y sueña</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Un producto económico, que cumpla con las expectativas de calidad</i></li> </ul>
<p><i>Demográficos: Hombres, mujeres edad entre 20 años a 40 años, estrato 2,3, personas que trabajan. geográficos Ubicados en la ciudad de Bogotá enfocados inicialmente en la localidad Antonio Nariño, pero con ampliación a Parques de la ciudad.</i></p>	<p><i>Que están tratando de hacer y porqué es importante para ellos? La mayoría de personas estamos comprometidas con la responsabilidad social y el medio ambiente, ser parte de ellos es bueno, en el momento que se adquieren los productos.</i></p>	<p><i>Como alcanzan esas metas hoy? Hay alguna barrera en su camino? Con disciplina trabajo constante, Debido a la tecnología y al cambio que tiene el mundo se podría decir que no hay barreras o serían pocas las cuales de alguna forma se podrían solucionar.</i></p>
<p><i>Frases que mejor describen sus experiencias</i></p>	<p><i>La tranquilidad de un buen producto. Si mi mascota se encuentra bien, yo estoy bien. No importa pagar de más por un buen producto, desde que salga bien. Su atención da mucho de qué hablar sobre su negocio.</i></p>	
<p><i>Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?</i></p>	<p><i>Si, se debe tener en cuenta otro factor como la atención por parte de los empleados en el negocio. La capacitación y adaptación a los cambios.</i></p>	

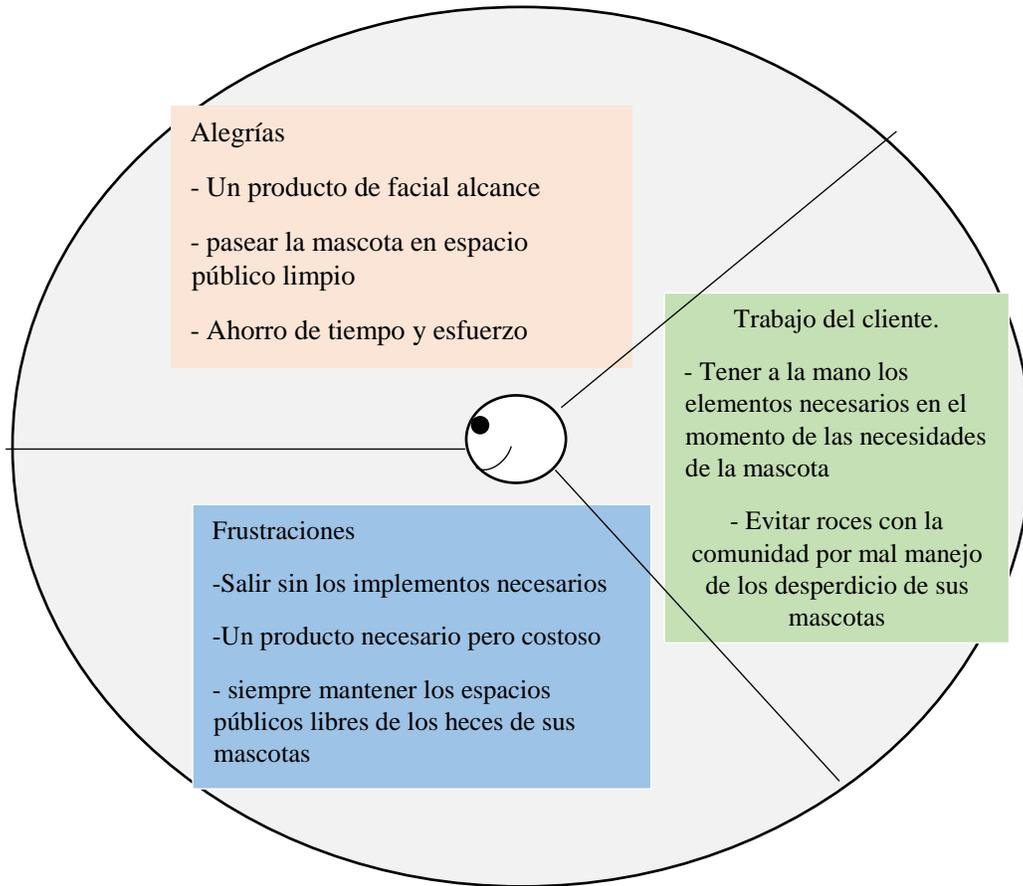
### **6.3 Descripción**

- a) Según las verificaciones de la zona, en la localidad Antonio Nariño la cual se planea generar el negocio se podría encontrar el cliente ideal.
- b) Valores del cliente Ideal: Honestidad, respeto, amabilidad, personas dispuestas a invertir, Justa.
- c) Que se encuentra en el entorno de su cliente durante la semana? Se relaciona con personas y negocios como cafeterías, panaderías, papelerías, amigos del trabajo, algunos familiares. Se relaciona con negocios mediante la compra de productos que en su mayoría e una semana utilizamos además la familia y amigos como de la empresa de igual forma son relacionados.
- d) Las necesidades más urgente que presenta mi cliente ideal garantizar aseo, seguridad a su mascota.

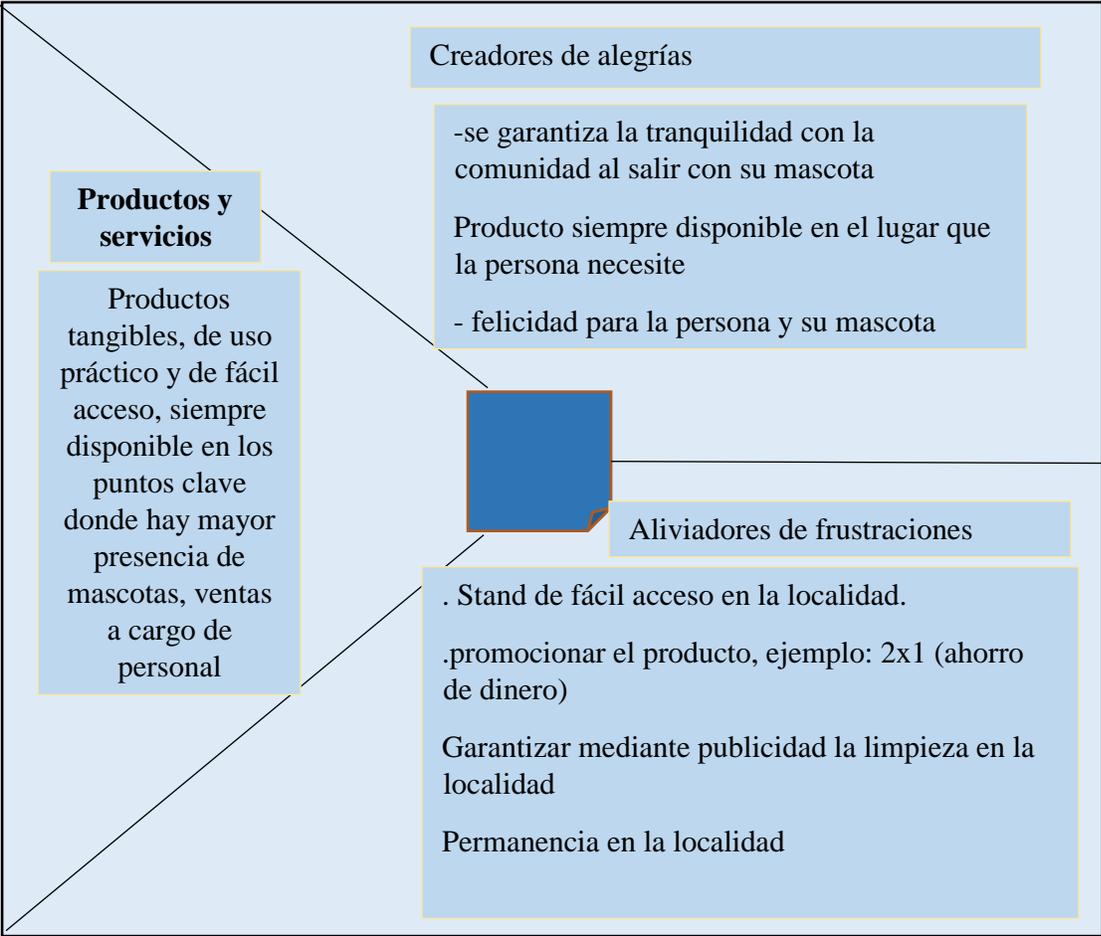
**6.4** Podemos decir que, las bondades descritas anteriormente se ajustan a nuestro cliente ideal en varios factores, principalmente nuestro cliente ideal busca calidad en el servicio o producto, por tanto nosotros brindaríamos esa calidad, no solo del producto sino en la atención y en lo que espera de nosotros poder satisfacer sus necesidades y las de sus mascotas. Adicionalmente, es de aclarar que nuestro cliente ideal ama a su mascota y al evidenciar innovación, calidad se ajustaría nuestro producto a su necesidad.

## 7.PROPUUESTA DE VALOR

### Perfil del cliente



**MAPA DE VALOR**



## IDEA DE NEGOCIO

Banton´s ofrece felicidad y tranquilidad para ti y tu mascota.

## 8.DISEÑO DEL PRODUCTO

### 8.1 Ficha Técnica

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO/SERVICIO
A Banton´s
B Resina, aditivos, pigmentas, depende del color de la bolsa, material reciclado.
C Decreto 2198 de 25 dic 2017.
D paquetes
E Diseño con marca y mensaje de responsabilidad social, unicolor, en distintos tamaños 5x10cm, 10x15cm, 20x25cm.
F Material reciclable, el logo, nombre de la empresa, un mensaje de responsabilidad social.
G Mantener en temperatura ambiente o alta. No en temperaturas extremas.
H Su vida útil solo para una utilización en su momento del uso.
I Recomendación, no dejar cerca de niños menores de 3 años, no es un producto consumible.
ELABORÓ
REVISÓ
APROBÓ

### 8.2 Ciclo de Vida

La fase la cual se encuentra el producto es la introducción, teniendo en cuenta que es un producto nuevo y aun no se ha materializado.

#### Definición Estratégica: 4 leyes o decretos o normas colombianas.

- **Decreto 1608 de 1978**, *“desarrolla el Código Nacional de los Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente en materia de fauna silvestre y reglamenta por tanto las actividades que se relacionan con este recurso y con sus productos.”*
- **Decreto 2198 de 26 dic 2017**, *“Que las bolsas biodegradables y reutilizables, certificadas como tal por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, no causan el mencionado impuesto, conforme a la reglamentación del Gobierno Nacional.”*
- **Resolución 3761**: *“Reglamentó la venta a granel de alimentos para perros y gatos, con el objeto de mejorar las condiciones sanitarias de comercialización de estos productos en el país.”*

- **Decreto 1879 de 2008**, En la cual se especifican los requisitos documentales para la apertura de un establecimiento comercial, *“por el cual se reglamentan la Ley 232 de 1995, el artículo 27 de la Ley 962 de 2005, los artículos 46, 47 y 48 del Decreto Ley 2150 de 1995 y se dictan otras disposiciones.”*

### Diseño de concepto:

- ✓ El lugar, stan o establecimiento.
- ✓ Vitrinas
- ✓ Localización de proveedores de las bolsas.
- ✓ Material reciclable

### Diseño en detalle:



### Validación y verificación:

#### Indicadores de calidad

1. Resistencia.
2. Cumplimiento en tiempos.
3. Cumplir cantidad solicitada.
4. Tamaños adecuados según pedido.
5. Sin imperfección en su material.
6. Buen color.
7. Impresión del diseño correcto.
8. Sin excesos de material.
9. Facilidad de utilización.
10. Material bien ejecutado.

**Producción:** El producto se encuentra en la etapa de Introducción, teniendo que cuenta que es un producto que hasta ahora se va lanzar al mercado.

## 9. PRECIO DE VENTA

Costos de producción	
Costo unitario de materiales	\$15
Costo unitario de mano de Obra	\$15
Costo unitario de CIF (Costos indirectos de fabricación)	\$20
<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>	<b>\$50</b>

$$PV = 50 / (1 - 30\%)$$

Precio de costo	\$50
Margen de utilidad	30%
<b>Total</b>	<b>\$71,42</b>

## 10. PROTOTIPO

Se determina la creación del prototipo teniendo en cuenta la característica principal de nuestra propuesta de valor... Facilidad y accesibilidad a los accesorios para las mascotas, transmitiendo mensaje medioambiental. Inicialmente se elaboran folletos que transmitan curiosidad y seguridad a nuestros futuros clientes, imágenes relacionadas con el medio ambiente, se informa sobre los stands que manejamos en los sitios públicos, asegurando que nos encontraran por todas partes. Para la elaboración de estos folletos utilizamos la herramienta canva.

Por otro lado, los stands en los ubicaremos en los puntos clave de las zonas verdes, muebles mostradores en madera, con tres compartimientos exteriores que permitirán mostrar los accesorios que tenemos disponibles.

La persona a cargo de manejar el stand tendrá puesta una camiseta color negra y un logo con letras color verde en la parte delantera. Par su elaboración utilizamos la herramienta wix. ¡También habrá una segunda persona a cargo de entregar los folletos y atraer clientes, esto mientras hay posicionamiento y conocimiento! Al cabo de dos meses solo será necesaria la persona a cargo del stand.

## Folleto



visita nuestros stand,  
tenemos a tu alcance  
las bolsas  
biodegradables para  
los desechos de tu  
mascota!



siempre a tu alcance!

# Banton`s

Para tu mascota!



Te ofrecemos  
tranquilidad en los  
momentos con tu  
mascota.

Tambien aportas al  
cuidado  
medioambiental.

# Encuentranos por todas partes!

### Camiseta



### Stand

Fig.

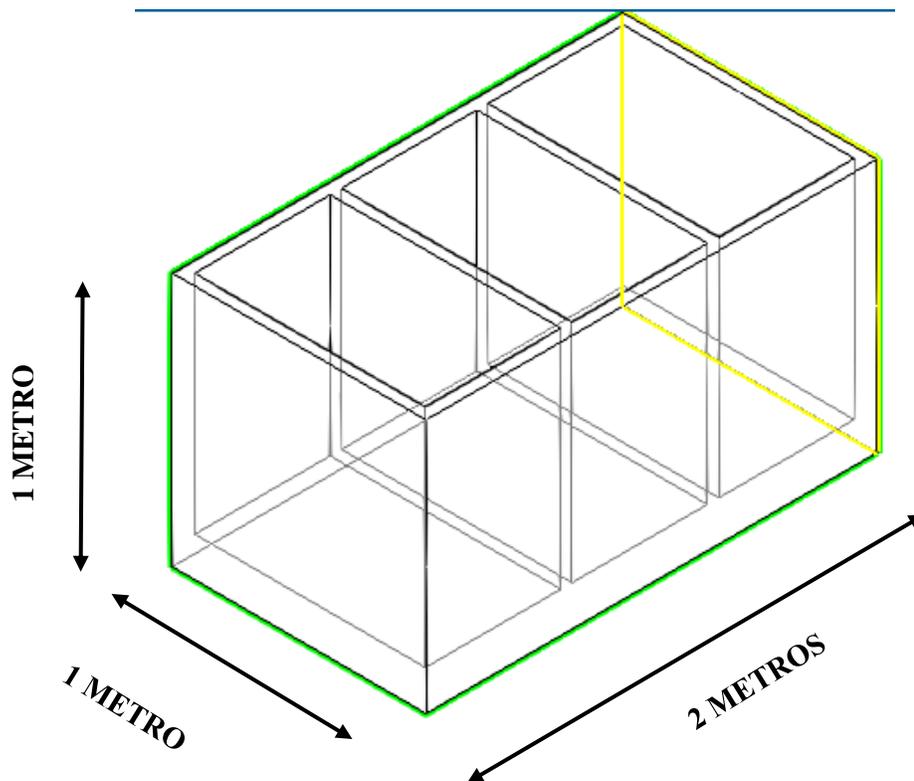


Fig. 2



Fig. 3



Fig. 4



Fig. 5



## 11. MODELO RUNNING LEAN

LIENZO LEAN CANVAS				
PROBLEMA	SOLUCIÓN	PROPOSICIÓN DE VALOR ÚNICA	VENTAJA ESPECIAL	SEGMENTO DE CLIENTES
<p><i>Poca distribución en lugares estratégicos para el buen manejo de los desechos de los animales.</i></p>	<p><i>1. Fácil acceso 2. Ayuda al medio ambiente 3. Genera conciencia en las personas sobre la responsabilidad de un ambiente sano.</i></p>	<p><i>La implementación de material reciclable para el buen manejo de los desechos de los animales, al igual que el fácil acceso de estos elementos, en puntos estratégicos.</i></p>	<p><i>La responsabilidad de saber cuidar a tu mascota ayuda a nuestro planeta.</i></p>	<p><i>Hombres, mujeres entre 20 a 40 años, estratos 2-3, ubicación en la ciudad de Bogotá en localidad como Antonio Nariño y en parques los cuales es permitido el ingreso de los animales.</i></p>
	<p><b>METRICAS CLAVES</b></p>		<p><b>CANALES</b></p>	
	<p><i>Personas que se preocupan por el medio ambiente, con sentido de responsabilidad, los animales deben hacer sus necesidades recurrentemente por tanto es una buena opción.</i></p>		<p><i>Se hará llegar en stands ubicados en parques. En puestos físicos en lugares de mayor aforo de animales. A futuro la implementación de medios digitales</i></p>	
ESTRUCTURA DE COSTES		FLUJO DE INGRESOS		
<p><i>Pagos fijos como arriendos del local y de los stands en parques, pago de personal, pago a proveedores de materia prima, pago para tratamiento de material reciclable.</i></p>		<p><i>Se gana dinero con la venta de los productos, pagarán por la facilidad de adquirir dicho producto, son precios fijos, si depende el precio dependiendo de la ubicación geográfica, y son pagos puntuales de los clientes.</i></p>		

## 12. VALIDACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO

Objetivo de la Investigación: Principalmente con esta investigación podemos clasificar la información de nuestros futuros clientes a nivel externo conociendo más sus comportamientos y brindar datos más exactos con relación a el manejo que tienen las personas con los desechos de sus animales, así inicialmente un muestreo con cierta cantidad de personas las cuales cuentan con una característica en común, tienen perros.

### Tipo de investigación:

Se va realizar una investigación cuantitativa, encuestas a un grupo determinado de personas, en el cual utilizamos la técnica para determinar intencional.

### Formato de la encuesta:

Entrevista, el cual nos permite realizar preguntas cerradas, con una única opción de respuesta. Como se muestra a continuación:

A continuación encontrará un formulario el cual nos ayudara a determinar el tratamiento de desechos de su mascota en lugares públicos, le solicitamos contestar con sinceridad a todas las preguntas. Gracias

1. ¿Su mascota hace los desechos en la calle?  
Si No
2. ¿Usted recoge los desechos de su mascota?  
Si No
3. ¿Para recoger los desechos de su mascota usted utiliza?:
  - Bolsas que encuentra en casa
  - Compra bolsas especiales para este tipo de desechos.
  - Con lo que encuentre en la calle
  - Ninguna
4. ¿Con que frecuencia saca hacer las necesidades a su mascota?
  - 1, 2 veces al día
  - 2,3 veces al día
  - 3 veces al día
  - Más de 4 veces al día

5. ¿Cuándo usted se encuentra con desechos de otros animales como se siente?:

- Le agrada
- Le molesta
- Le es indiferente

6. ¿Cuenta usted con facilidad para adquirir productos (Bolsas) para el tratamiento de los desechos de su mascota?

Si No

7. ¿A identificado en lugares como parques la venta de bolsas para recoger los desechos de su mascota?

Si No

8. ¿Apoyaría la venta de implementos de aseo para mascota en las zonas públicas , especialmente zonas verdes?

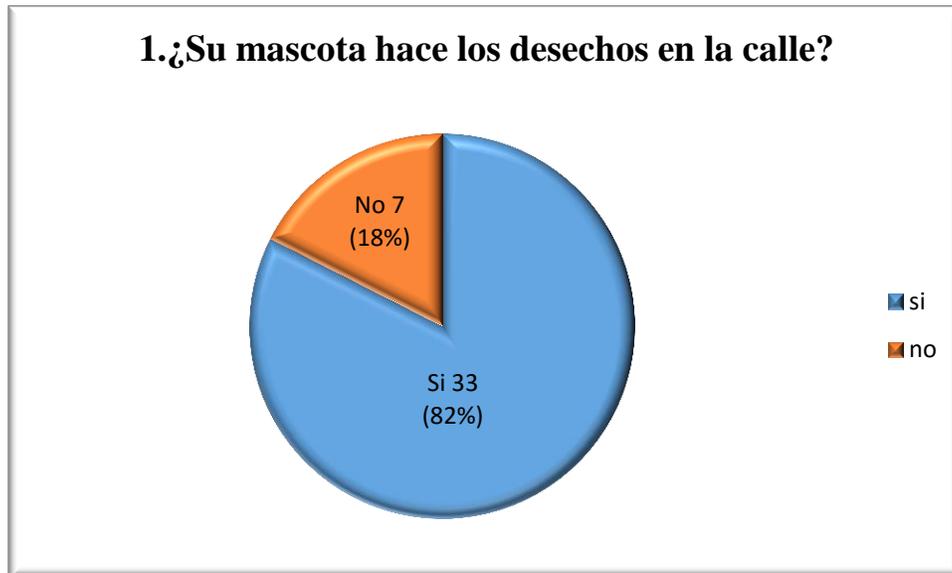
Si No

Agregamos Link de la encuesta: [https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSd0hTae4rfPrBKr\\_o58-AB2nUf1ThyYx2Vs00-hnAJ9eQ4wvA/viewform?usp=sf\\_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSd0hTae4rfPrBKr_o58-AB2nUf1ThyYx2Vs00-hnAJ9eQ4wvA/viewform?usp=sf_link)

**Tamaño de muestra:**

Tamaño de la muestra 40 personas, las cuales se garantiza que tengan mascotas (Perros).

### 13: TABULACIÓN Y ANALISIS DE LA INFORMACIÓN



Podemos evidenciar que del 100% de la muestra de 40 personas en su mayoría el 82% (33 personas) sus mascotas si realizan sus desechos en la calle, a diferencia de un 18%(7 personas) que no.



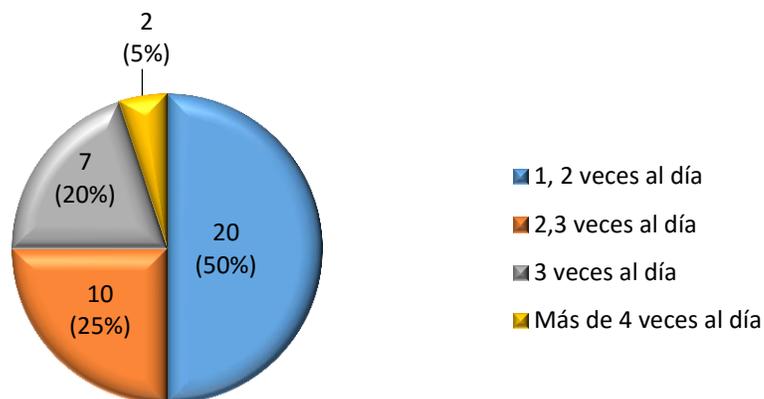
Evidenciamos que un alto porcentaje de las personas tienen sentido de responsabilidad debido a que recoge los desechos de su mascota con un porcentaje de 95%(38 Personas) de una muestra de 40 personas, solo dos personas indican no recogerlas.

### 3. ¿ Para recoger los desechos de su mascota usted utiliza?:



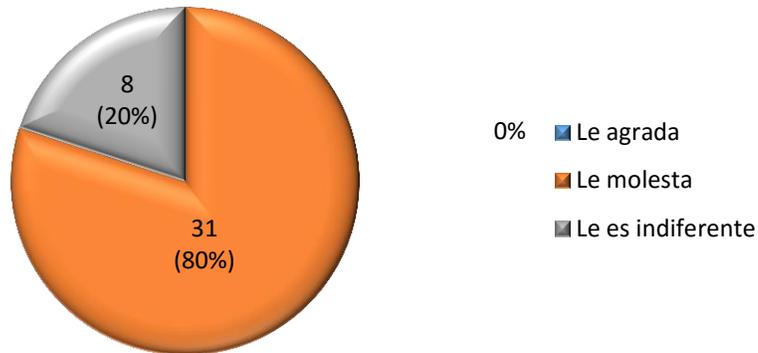
Evidenciamos que, las personas para recoger los desechos de su mascota en su mayoría utiliza las bolsas que encuentra en casa con un porcentaje de 65% (26 personas), el 25% (10 personas) compra bolsas, y con un 5% (2 personas) manifiesta con lo que encuentre en la calle o ninguna de las opciones anteriores.

### 4. ¿Con que frecuencia saca hacer las necesidades a su mascota?



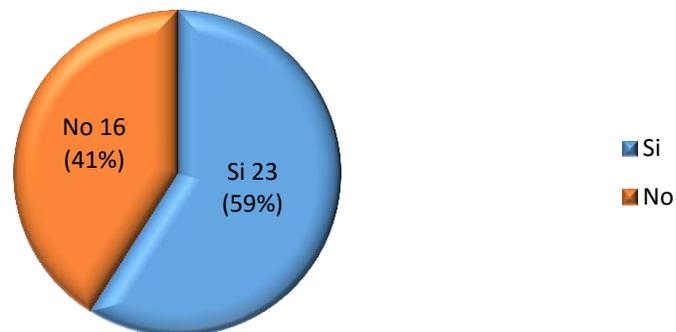
Evidenciamos que la mitad de las personas encuestadas saca a su mascota hacer sus necesidades 1, 2 veces al día, el 25% (10 personas) entre 2,3 veces al día, 7 personas con 20%, 3 veces al día y 5% dos personas más de 4 veces al día.

**5. ¿Cuándo usted se encuentra con desechos de otros animales como se siente?:**



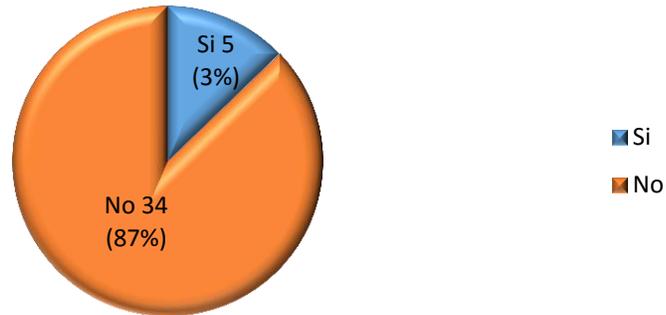
Podemos decir que a ninguna persona de la muestra de 40 personas le agrada encontrar desechos en la calle de animales, ahora bien el 80% (31 personas) le molesta lo cual representa una mayoría a diferencia de un 20% (8 personas) a las cuales les es indiferente.

**6. ¿Cuenta usted con facilidad para adquirir productos (Bolsas) para el tratamiento de los desechos de su mascota?**



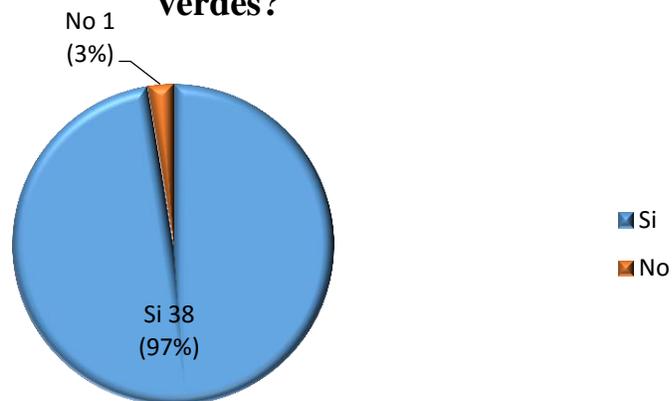
Evidenciamos que, es mayor el porcentaje de las personas cuentan con la facilidad para adquirir productos para el tratamiento de los desechos de su mascota con un 59% (23 personas), y aproximándose a la mitad del porcentaje evidenciado no cuenta con esta facilidad con una representación del 41% (16 personas).

**7. ¿A identificado en lugares como parques la venta de bolsas para recoger los desechos de su mascota?**



Evidenciamos que, en la mayoría de los parques no es fácil adquirir bolsas para la recolección de desechos de animales con una representación del 87% , en el cual nos manifiestan que solo el 3% (5 personas) a identificado esta venta de bolsas en parques.

**8. ¿Apoyaría la venta de implementos de aseo para mascota en las zonas públicas , especialmente zonas verdes?**



Decimos que, solo una persona de la muestra indica que no apoyaría la venta de implementos de aseo para mascotas en zonas públicas, pero la mayoría de personas con un porcentaje de 97%, si lo apoyaría, está de acuerdo con esta iniciativa.

Ahora bien, basados en los gráficos anteriores podemos decir que la mayoría de las personas tienen responsabilidad social al recoger los desechos de sus animales, teniendo en cuenta que esto les genera desagrado al encontrar dichos desechos en las calles, para ellos es más fácil utilizar bolsas encontradas en su casa, que las que venden el lugares, de igual forma identificamos que en lugares tan concurridos por mascotas como (perros) en parque se evidencia la falta de lugares en los cuales vendan bolsas para dicho propósito.

Podemos decir que, a las personas les gustaría tener un acceso fácil en parque para adquirir bolsas para tratar los desechos de sus animales de manera responsable, por tanto apoyaría la iniciativa de venta de implementos de aseo en zonas públicas especialmente en zonas verdes.

#### 14. LECCIONES APRENDIDAS Y RECOMENDACIONES

- ✓ Aprendimos que una idea de negocio es muy importante verificar los factores internos y externos, no solo debemos generar un negocio para adquirir ganancias monetarias, sino también que se vuelva en parte responsabilidad social, de igual forma generar un equilibrio entre ayudar a la sociedad, ecosistema y demás, pero no dejar al lado nuestro propósito inicial generar ganancias, crecer.
- ✓ Igualmente saber la viabilidad de un negocio, si es rentable o no si verdaderamente cubre una necesidad.
- ✓ Aprendimos a materializar nuestra idea de negocio, no solo tener datos probabilísticos e imaginarios, sino que son datos reales los cuales nos van a dar resultados reales.
- ✓ Aprendimos la complejidad de cada negocio, por pequeño que sea debe realizarse una investigación de mercado, como lo mencionaba anteriormente no dejarnos llevar por suposiciones.
- ✓ Aspectos a mejorar, tomar varias opciones de negocio enfocadas en un mismo tema o que sean similares teniendo en cuenta que las personas varían de gustos o creencias.
- ✓ Abrirnos más a extender nuestra idea de negocio incluir un poco más de innovación y así determinar cómo nos beneficiaría.

## 15. BIBLIOGRAFIA Y ANEXOS

[http://www.upme.gov.co/guia\\_ambiental/carbon/gestion/politica/normativ/normativ.htm#:~:text=Consagra%20como%20servicio%20p%C3%BAblico%20la,y%20reglamentaci%C3%B3n%20de%20los%20mismos.&text=Establece%20como%20deber%20de%20las,conservaci%C3%B3n%20de%20un%20ambiente%20sano.](http://www.upme.gov.co/guia_ambiental/carbon/gestion/politica/normativ/normativ.htm#:~:text=Consagra%20como%20servicio%20p%C3%BAblico%20la,y%20reglamentaci%C3%B3n%20de%20los%20mismos.&text=Establece%20como%20deber%20de%20las,conservaci%C3%B3n%20de%20un%20ambiente%20sano.)

<https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/educacionNuevo01dic/iejposada/textos/PROYECTO%20DE%20CIENCIAS%20NATURALES%20%20AMBIENTAL.htm#:~:text=En%20el%20art%C3%ADculo%2095%2C%20al,conservaci%C3%B3n%20de%20un%20ambiente%20sano%E2%80%9D.>

[https://www.minambiente.gov.co/images/GestionIntegraldelRecursoHidrico/pdf/normativa/Decreto\\_2811\\_de\\_1974.pdf](https://www.minambiente.gov.co/images/GestionIntegraldelRecursoHidrico/pdf/normativa/Decreto_2811_de_1974.pdf)

<http://www.cundinamarca.gov.co/wcm/connect/2a9dd7d1-d693-414a-94cd-37fe5f901e7d/PLAN+DE+DESARROLLO+VERSION+FINAL.pdf?MOD=AJPERES&CVID=1DIW39U>

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=34388>

<https://www.laspalmasgc.es/es/areas-tematicas/limpieza-y-reciclaje/informacion-y-servicios-al-ciudadano/residuos-de-animales-domesticos/>

<https://blog.properati.com.co/estas-son-las-mejores-zonas-de-bogota-para-tener-una-mascota/>