

ENTREGA DE PROYECTO FINAL COPYPETS



ENTREGA DE PROYECTO FINAL COPYPETS

Angie Viviana Ibáñez Alfonso,

Ángela Liseth Rodríguez Carvajal Y

Jhon Jairo Ibarra Jurado.

Dpto. Administración de Empresas

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior – CUN

Creación de Empresas II

GRUPO: 50103

16 de noviembre de 2020

CONTENIDO

HOJA DE PRESENTACION	1
COMPROMISO DEL AUTOR	3
OBJETIVOS	3
CLAVES PARA ÉXITO	3
TEMATICA 2	4
TEMATICA 3	13
TEMATICA 4	14
TEMATICA 5	17
TEMATICA 6	23
TEMATICA 7	24
TEMATICA 8	25
TEMATICA 9	27
TEMATICA 10	29
TEMATICA 11	32
TEMATICA 12	36
TEMATICA 13	41
Referencias	43

COMPROMISO DEL AUTOR

Yo Jhon Jairo Ibarra Jurado con Cedula 1026283613, Angie Viviana Ibáñez Alfonso con Cedula 1026300685 y Angela Liseth Rodríguez Carvajal con Cedula 1012365890, estudiantes del programa de administración de empresas, declaramos ser los autores del proyecto presentado, es el resultado de una idea propia, somos responsables del contenido y de las opiniones expuestas en el trabajo, no es un plagio, ni total ni parcialmente, de ninguna fuente propia o ajena.

OBJETIVOS

En el 2022 crear nuestra empresa y establecerla totalmente, como medio para alcanzar nuestras metas, y en el 2023 contar con alianzas estratégicas que nos permitan ganar reconocimiento para llegar a más clientes; para el 2024 tenemos planeado expandirnos y llegar a más lugares de Colombia.

CLAVES PARA ÉXITO

- Creemos que nuestra clave principal de éxito es nuestra innovación al crear el primer restaurante para mascotas totalmente online.
- La tendencia del mercado nos indica que las personas invierten más en sus mascotas.
- Seremos una empresa eco amigable.
- Ofreceremos un servicio único y diferencial para mascotas.
- Alianzas estratégicas con veterinarias, spas caninos, entre otros.

TEMATICA 2

DESCRIPCION DE LA IDEA DE NEGOCIO

1. ¿Cuál es el producto o servicio?

Nuestro producto será la creación del primer restaurante para animales online por medio de una aplicación. Hoy en día el incremento de los freechild y la preferencia de los animales por estos; el incremento de la inversión de productos animales nos da una oportunidad de ofrecer un servicio totalmente innovador a la generación que se convierten en los adultos de la generación: los Milenials y los dueños de mascotas siempre quieren darle lo mejor. Siempre hemos visto los crecientes servicios para animales, como spas, veterinaria, guarderías, pero, nunca hemos visto un restaurante donde pueda los dueños puedan consentir a un animal de manera tan especial como una comida preparada para ellos o un alimento que se componga de entrada, plato fuerte y postre, por lo tanto, creemos que es una idea totalmente revolucionaria que puede cambiar la manera en la que alimentamos a nuestras mascotas.

2. ¿Quién es el cliente potencial?

Nuestros clientes potenciales son las personas dueñas de animales que sientan que su mascota es fundamental en su vida, parte de su familia y que siempre quiera darle lo mejor.

3. ¿Cuál es la necesidad?

Creemos que tenemos una oportunidad de ofrecer un servicio completamente innovador para satisfacer una necesidad básica de nuestras mascotas, siempre hemos visto restaurantes especializados para personas, pero esta vez hablamos de un restaurante para nuestros mejores amigos donde puedan compartir entre ellos, también ofreciendo una aplicación para que puedas pedir a domicilio ¿se te acaba la comida de tu animal favorito en un mal momento? No te preocupes dale una comida, desayuno o almuerzo en nuestra aplicación y llegara a ti, tú y tu animal estarán felices.

4. ¿Como?

Haremos una exhaustiva investigación de todos los alimentos que puedan comer los animalitos en general y así encontraremos la manera de preparar platillos saludables para ellos, que les encantara y tendremos diferentes versiones de sus alimentos favoritos, y simplemente empacaremos tu servicio, lo haremos llegar lo más rápido posible.

- Zona Geográfica: Bogotá y Soacha
- Se entrega el alimento en cajas (cajita feliz para animales) biodegradables y en cada caja vendría una sorpresa para tus mascotas.
- En el momento que se inscriban en la APP, se les da un obsequio.

5. ¿Por qué lo preferirán?

Seremos los pioneros en poner la APP, restaurante para animales (COPYPET´S) y estamos convencidos de que seremos arrolladores ya que es un servicio completamente nuevo ya que encontraran una nueva manera de hacer feliz a tu perro o a tu gato, entre otros. ¿Quieres dar a tu amigo un obsequio especial por ser tan especial y estar contigo en los momentos difíciles? Por qué no felicitarlo con una torta de cumpleaños que él pueda comer sin que le haga daño.



Ilustración 1[Perro en una vitrina]. (2013, 10 agosto). El primer menú para perros en un restaurante. <http://thepetcuisine.com/el-primer-menu-para-perros-en-un-restaurante/> (ilustración de la posible idea)



Ilustración 2 Cota, A. (s. f.). Pastel de cumpleaños para perros [Fotografía]. Pastel de cumpleaños para perros. <https://www.kiwilimon.com/receta/postres/pasteles/pastel-de-cumpleanos-para-perro>

LIENZO CANVAS

Tabla 1 (*Lienzo canvas para estructurar nuestra idea de negocio creado por Alexander Osterwalder*).

Segmentos de Clientes	Debe resolver problemas o satisfacer necesidades	Arquitectura del servicio
<p>Demográfica</p> <p>País: Colombia.</p> <p>Ciudad: Bogotá.</p> <p>Persona:</p> <p>Hombre o Mujer</p> <p>Edad: 18 en adelante.</p> <p>Sectores: desde Bosa hasta Santa Barbara central.</p> <p>Ingresos: SMLV en adelante.</p> <p>Educación: Cualquiera.</p> <p>Estado marital: Cualquiera.</p> <p>Poseedores de mascotas.</p>	<p>Más que satisfacer una necesidad, buscamos la manera de agregar un servicio único para nuestros mejores amigos. Es un restaurante de comidas preparadas a domicilio. Que como valor agregado tendrán un juguete o un obsequio que dará un toque especial a nuestras entregas. Estará de manera totalmente digital.</p>	<p>Los recursos necesarios para desempeñar nuestra labor serian:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capital. • Insumos. • Instalaciones. • Personal. • Patrocinadores. • Alianzas. <p>Los procesos necesarios serian:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preparación del plato. • Empacarlo. • Entregarlo.

ENTREGA DE PROYECTO FINAL COPYPETS

<p>Conductual:</p> <p>Personas interesadas en cuidarse.</p> <p>Ambientalistas.</p> <p>Animalistas.</p> <p>Milenials.</p> <p>Personas activas tecnológicos o en redes sociales.</p>		
<p>Costo y precio</p> <p>El costo ronda entre los \$15.000.000 COP-</p>	<p>Mecanismos de entrega</p> <p>Domiciliarios propios.</p>	<p>Ganancias esperadas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fondo Emprender. • Préstamos Bancarios. • Ferias de emprendimiento.
<p>Recursos</p> <p>Sera sostenible ya que usaremos todo lo que sea eco amigablemente</p>	<p>Fidelidad</p> <p>Una relación en la que nuestro primer objetivo sea la salud y el bienestar de sus mascotas</p>	<p>Cadena</p> <p>Podemos generar una gran cantidad de alianzas estratégicas que nos</p>

ENTREGA DE PROYECTO FINAL COPYPETS

posible; usando materiales de entrega que no causen daño de medio ambiente y empleando todas las herramientas que el ecomarketing puedan ofrecer.	brindando un servicio de comida no procesada, para su alimento y su diversión; servicio y calidad como principales referentes de nuestro restaurante respetando la integridad tanto del dueño como de su mejor amigo.	permitirán generar un servicio más completo o nos permitirán tener un rápido reconocimiento. Podemos tener alianzas con: <ul style="list-style-type: none">• Veterinarias.• Spas Caninos.• Guarderías.• Funerarias.• Juguetes para mascotas.• Fundaciones.
---	---	---

2.2.1. ¿Como captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

E-COMMERCE

1. Entender al consumidor para saber cuáles son sus necesidades.
2. Hacer publicidad, es fundamental para el e-commerce, además nos puede garantizar una presencia más fuerte en internet.
3. Establecer una conexión más fuerte con el cliente, podemos utilizar uno o más canales de conexión como Instagram, Facebook, Twitter, Telegram o WhatsApp, haciendo énfasis en el valor agregado de nuestro producto.

ENTREGA DE PROYECTO FINAL COPYPETS

5. Recordación de la marca, dejar una huella importante en nuestros clientes para ser reconocidos y recomienden nuestro producto.

2.2.2. ¿Como y que alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

1. Para captar a nuestros clientes ofreceremos una alternativa de suscripción por Telegram, donde podrá conocer nuestros diferentes servicios, y así podremos conocer a nuestros consumidores; dando así un servicio más personalizado.

PREGUNTAS

1.1) ¿Tienes mascotas?

1.2) ¿Qué mascotas tienes?

1.3) ¿Qué servicio buscas para tu mascota?

2. Se daría un mes de membresía en donde tendrían habilitado algunas opciones de nuestros servicios, si requieren acceso a otros servicios exclusivos tendría un costo adicional dependiendo el requerido.

2.2.3. ¿Como cerrara la venta por Internet y cuales podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?

1. Satisfacer la necesidad del cliente.

2. Ofrecerle beneficios y garantías.

ENTREGA DE PROYECTO FINAL COPYPETS


3. Precios accesibles.
4. Entrega rápida del producto adquirido.
5. Acceso fácil a la aplicación para elegir el servicio deseado.
6. Por la primera compra se le daría un obsequio (bonos 10% o 20%).
7. Se les ofrecería a las alianzas realizar publicidad para aumentar sus ventas.
8. Crear alianzas con los proveedores para ofrecer obsequios a los clientes.

METODOS DE PAGO

- Tarjeta de crédito o débito.
- Nequi.
- Daviplata.
- PSE.
- Transferencia bancaria.
- Efecty.
- Baloto.
- Corresponsales bancarios.

TEMATICA 3

Tabla 2 (Tabla de procesos para la realización de actividades eco amigable)

	AGUA	ENERGIA	MATERIAS PRIMAS	EMISIONES	RESIDUOS
<p>Producto o servicio</p> <p>¿El producto tiene un ecodiseño?</p>	<p>Realizar anuncios publicitarios por nuestras redes sociales referente al uso adecuado del agua</p>	<p>Realizar anuncios publicitarios y/o campañas donde se explicará sobre el ahorro de la energía tanto en sus casas como en sus sitios de trabajo.</p>	<p>Realizar un afiche donde muestra algunos tips o los beneficios al momento de realizar el reciclaje.</p>	<p>Realizar una campaña donde se muestra los beneficios de la reducción de emisiones.</p>	<p>Realizar caminatas ecológicas con sus mascotas, teniendo en cuenta la preservación del medio ambiente y realizar campañas relacionadas con el control de residuos.</p>
<p>Marketing</p> <p>¿Realiza</p>		<p>*Bicicleta</p> <p>*Moto</p>	<p>*Cajitas felices (biodegradables)</p>		

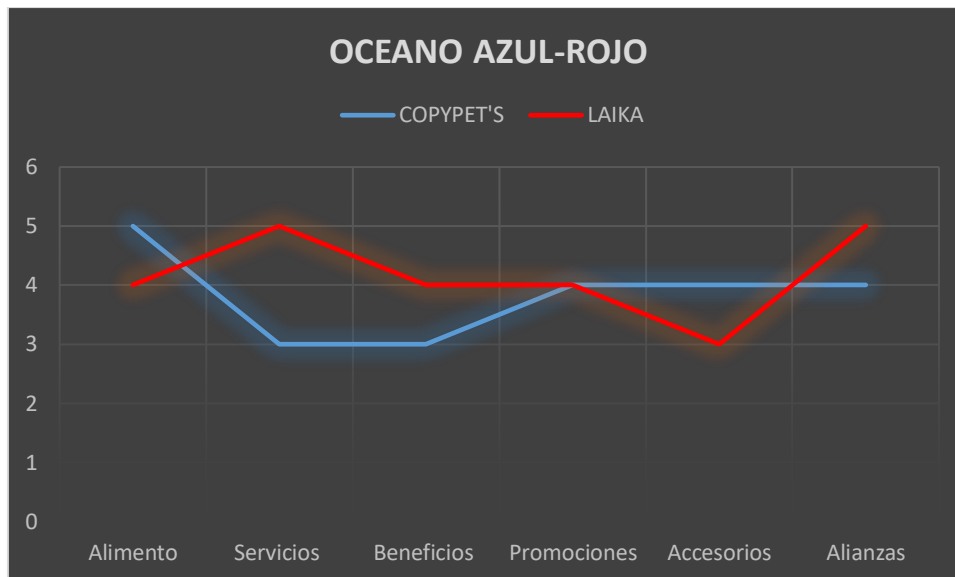
ENTREGA DE PROYECTO FINAL COPYPETS

algún tipo de campaña que favorezca al medio ambiente?			*Bolsas ecológicas		
--	--	--	--------------------	--	--

TEMATICA 4

Tabla 3 (Tabla de esquema océano azul creado por W. Chan Kim y Renée Mauborgne)

VARIABLES	Alimento	Servicios	Beneficios	Promociones	Accesorios	Alianzas
COPYPETS	5	3	3	4	4	4
LAIKA	4	5	4	4	3	5
	Incremento	Reducción	Reducción	Mantener	Incremento	Reducción



Grafica correspondiente al océano azul

FUERZAS DE PORTER

Poder de negociación con los clientes: Nos encontramos con una fuerza disminuida, ya que nuestro restaurante online de comida para mascotas es un mercado poco explorado y nuestros competidores ofrecen otros servicios. Nuestro objetivo es totalmente diferente y tenemos un enorme mercado de compradores dispuestos a explorar cosas nuevas. Los restaurantes online pet friendly; es un nuevo concepto para explorar y tiene varias ideas aplicables para explotar por lo tanto el poder de la negociación con los clientes es alta ya que al ser los pioneros de este nicho de mercado podremos establecer nuestras propias reglas.

Poder de negociación con los proveedores: Al ser un restaurante tendremos un mundo de posibilidades para encontrar proveedores de alta calidad e incluso encontrándonos, negociando directamente con campesinos. Ya que uno de nuestros

ENTREGA DE PROYECTO FINAL COPYPETS

objetivos es buscar alimentos que las mascotas puedan consumir y degustar cuidando su salud, el incremento de nuevos ingredientes para el consumo de nuestros amigos nos amplían los proveedores, las alianzas estratégicas para nuestros productos son innumerables ya que los servicios para mascotas son variados y perfectamente aplicables a nuestra idea de negocio.

Amenaza de productos sustitutos: La fuerza de productos sustitutos es alta ya que el concepto de dar comida preparada a las mascotas tal vez tenga una resistencia al aceptar cambiar la dieta nuestros amigos, los nuevos alimentos gourmet para ellos han tomado mucha fuerza, pero tenemos la convicción de que nuestra solución diferente podrá hacer un lugar irremplazable para los estómagos de nuestros amigos. En la fuerza de negociación con los clientes, tenemos la ventaja de establecer las reglas del juego e incluir un nuevo tipo de conceptos diferentes en lo que sería calidad y servicio. En nuestro plan de marketing nuestro foco principal es cambiar el chip de las personas para impulsarlas a probar la innovación en la comida que Copypets ofrece.

Amenaza de productos entrantes: Es alta debido a que en la industria alimenticia para animales nos encontramos con una amplia variedad de razas y dietas que se puedan elaborar, dado a esto para nosotros la fidelización del cliente es lo más importante no solo en la calidad de nuestro producto, priorizar la disminución de factores que entren en comparación entre nuestros competidores y nosotros para ser la primera elección de nuestros consumidores. También el compromiso para el cliente y su mascota, proporcionándole nuevos servicios, la facilidad en sus compras por los

ENTREGA DE PROYECTO FINAL COPYPETS

distintos canales de venta, aumentando la calidad de nuestro servicio, reducir precios o más accesibles al bolsillo del cliente

Rivalidad entre competidores: La fuerza de competidores es alta y más cuando ofrecen productos similares a los nuestros, debemos tener en cuenta el crecimiento de los participantes, los costos fijos, lo que nos hace diferente a nuestro rival en cuanto al producto o servicio brindado, dando prioridad a que la calidad de nuestros productos sean mejor, nuestro incremento en la capacidad de respuesta de hacer entrega los domicilios a nuestros clientes, hacerlos sentir únicos, debemos fijar nuestros compromisos estratégicas, un enfoque y una conducta gerencial.

TEMATICA 5

5.1 Estrategia de producto para clientes

Núcleo: Alimentos no procesados e ingredientes naturales como: queso, arroz, verduras, frutas, carnes, pescados entre otros.

Calidad: Nos basaremos en los estándares propuestos para la preparación de comidas para mascotas e investigaremos todos los alimentos que estos puedan consumir para respetar la integridad y salud de nuestros mejores amigos, innovando en nuevas formas de alimentarlos, con seguridad y calidad como referentes.

ENTREGA DE PROYECTO FINAL COPYPETS

Envase: Un empaque biodegradable que se desarme y se convierta en el plato de tu mascota; que tenga mensajes como, por ejemplo: no olvides recoger el regalo de tu mascota, alegremente decorada para darle un toque divertido a su comida.

Diseño: El logo de la empresa grande, en la tapa de la caja con diseños de huesitos y huellitas, con una frase que acompañe la comida de tu mejor amigo.

Servicio: Una comida caliente rápida y hogareña estará dispuesta para tu mejor amigo al momento de pedir.

5.5.1 Portafolio

Tabla 4 (Portafolio de servicio)

Rol	Huellitas de Ensueño	Cool Huellitas	Kitchen Huellitas
Donde Juego	<ul style="list-style-type: none"> • Placa dorada con nombre. • Descuentos con nuestros aliados estratégicos. (15%) • Foto para el muro de la fama de mascotas. • Happy Hour dominicales. • Postres semanalmente gratis. • Menús Exclusivos. • Atracciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Placa plateada con nombre. • Foto para el muro de la fama de mascotas. • Descuentos con aliados estratégicos. (10%) • Postres semanalmente gratis. • Atracciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Placa bronce con nombre. • Descuentos aliados-estratégicos. (5%) • Postres semanalmente gratis. • Atracciones.

ENTREGA DE PROYECTO FINAL COPYPETS

Cuál es el Juego	Personas que les gusta compartir un espacio de diversión o dedicar sus tiempos libres a sus mascotas. (Jóvenes, adultos y adultos mayores)	Personas que les gusta compartir un espacio de diversión o dedicar sus tiempos libres a sus mascotas. (Jóvenes, adultos y adultos mayores)	Personas que les gusta compartir un espacio de diversión o dedicar sus tiempos libres a sus mascotas. (Jóvenes, adultos, adultos mayores y niños acompañados financieramente de un adulto responsable)
Consumidores	>18 años	>18 - 45	<17 años - > 65 años

5.5.2 Estrategias de Precio

Fijación de precios basado en los costos:

COSTO UNITARIO DE MATERIALES	\$ 400.000
COSTO UNITARIO DE MANO DE OBRA	\$ 27.600
COSTOS UNITARIO DE CIF (costos indirectos de fabricación)	\$ 250.000
VALOR TOTAL	\$ 677.600
VALOR UNITARIO	\$ 9.680

5.5.3 Estrategia de Distribución

El canal de Marketing que utilizaremos será directo ya que nuestra Página WEB estará a disposición del cliente y por este medio daremos a conocer todas las alternativas de entrega para su producto, también por nuestros diferentes canales como WhatsApp, Telegram, y la app estaremos en contacto con el cliente para darle a conocer el estado de su pedido.

5.5.4 Estrategia de Comunicación.

Diseño Web: En nuestra estrategia de comunicación Online la página Web va a ser la principal herramienta para captar clientes, debido que en ella encontrara toda la información y contenidos de nuestros servicios y productos.

Redes Sociales con Contenidos: La estrategia social media será fundamental para conseguir visibilidad y posicionamiento, de tal manera que será una herramienta de ayuda para conseguir nuestros objetivos, como reputación, confianza de marca, fidelización, conocer a nuestro consumidor e incluso poder realizar procesos de ventas.

Marketing de Afiliación (Hotmart): Mediante el Marketing de afiliación daremos a conocer nuestra aplicación y con ayuda de esta herramienta promocionar nuestros productos y servicios, también es un medio de divulgación para incrementar nuestras ventas, es una oportunidad de ingreso para las personas ya que nos pueden ayudar a promocionar nuestro producto a cambio de una comisión.

ENTREGA DE PROYECTO FINAL COPYPETS

Video Marketing Mediante esta herramienta podemos realizar una estrategia de lanzamiento como primer impacto para dar a conocer nuestro negocio, tener mayor visibilidad, generar confianza y ser reconocidos en el mercado digital. También realizar videos publicitarios al cuidado del medio ambiente.

MARKETING MIX

Tabla 5 (Estrategia de marketing mix creado por E. Jerome McCarthy)

MARKETING MIX					
ESTRATEGIA	Objetivo Smart	como (describa como llegara al objetivo)	Quien (con que medios o personas se apoyara)	Donde (defina específicamente el lugar donde lo realizara)	Valor (aproximacion al costo)
PRODUCTO	Implementar un material mas solido en 50 unidades de nuestras cajitas felices para las mascotas de raza grande, asi incrementamos las ventas en un 15% en el primer semestre del año.	Fabricando 50 unidades de cajitas felices en otro material reciclable el cual seria solido o resistente como (tablas de carton, cajas, y/o productos biodegradables)	En nuestra area de produccion y/o fabricacion	Bogota D.C y/o Soacha	\$1.500.000(COP)
PRECIO	Aumentar el numero de ventas en la aplicación de nuestros productos en un 20%, mejorando la calificación en el Lead Scoring, con el fin de conseguir mayor visibilidad de nuestros clientes en los últimos tres meses del año.	Realizando un seguimiento y actualizando nuestra aplicación constantemente para ajustarla, teniendo en cuenta las opiniones de los clientes.	En nuestra de area de tecnologia	Bogota D.C y/o Soacha	\$200.000 a \$500.000 (COP)
PROMOCION Y COMUNICACION	Incrementar el numero de visitas en nuestra pagina web en un 30%,utilizando la estrategia de videomarketing, para el lanzamiento de nuevos productos en los próximos tres meses del año.	Con publicidad y testimonios de nuestros clientes.	En nuestra area de mercadeo	Bogota D.C y/o Soacha	\$300.000(COP)
DISTRIBUCIÓN	Expandir la cobertura de nuestros servicios y/o productos para los municipios mas cercanos en un largo plazo	Realizando entregas en los municipios cerca a Bogota D.C y Soacha, realizando alianzas estrategicas con los servicios de domicilios como Rappi, Uber Cat, Glovo	En nuestra area de Distribución	Bogota D.C y/o Soacha	\$3.000.000(COP)

TEMATICA 6

Tabla 6 (*Diagnostico de mercado*)

Nombre de la idea: Copypet´s

PASOS	OBJETIVOS	RESULTADO
PRIMER PASO: Diagnostico del mercado	A. Identificación del sector	Terciario
	B. Identificar marcas en competencias	Laika
	C. Soluciones principales y alternativas	Ofrecen servicios y productos de buena calidad y su estrategia de alianzas son fuertes.
	D. Tendencias del mercado	El amor por las mascotas les dio una oportunidad de ofrecer un servicio totalmente innovador a la generación de los Milenials y los dueños de mascotas los cuales siempre quieren darle lo mejor a su mejor amigo
	E. Arquetipo de Marca	Creador, innovación, liberación
SEGUNDO PASO: Realidad psicologica de la marca	A. Percepción de las marca de la competencia	Tiene buen posicionamiento en el mercado lo cual le permite dejar una huella en el cliente.
	B. Identificar variables del neuromarketing	Colores, imágenes del producto, cadena de beneficios.
TERCER PASO: Posicionamiento	A. Identificar Top of mind	Lo primero en lo que piensas para el beneficio de tu mascota (juguetes, ropa, accesorios)
	B. Identificar Top of heart	La disponibilidad de los servicios que ofrece Laika
CUARTO PASO: Material de la marca	A. Traducir nuestra propuesta de valor en la marca	Ofrecer cajitas felices para las mascotas, donde aparte de su porcion de comida se le dara algun obsequio en el contenido de la caja.
	B. Arquetipo de Marca	Creador, innovación
QUINTO PASO: Estrategia de comunicación	Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que esten ligadas a la medición tecnología y de redes sociales	Diseño Web, Redes sociales con Contenidos , Marketing de Afiliación , Video Marketing

TEMATICA 7

Se realiza una Landing page.

Enlace:

<https://jhonibarra52.wixsite.com/misitio>



Ilustración 3 Landing page Copypets

TEMATICA 8



ENTREGA DE PROYECTO FINAL COPYPETS



TEMATICA 9

The screenshot shows the Instagram profile for 'coppets.colombia'. The profile name is 'COPYPETS', a restaurant. It has 1 publication, 18 followers, and 0 accounts it follows. The bio includes 'Restaurante Online para mascotas', 'Eco-Marketing', and 'Pet Friendly'. There are buttons for 'Editar perfil', 'Promociones', and 'Estadísticas'. Below the profile are two posts: one with a plus sign and another titled 'Lyon'. A story is visible at the bottom with the text 'Somos el primer restaurante Pet Friendly. en el que tu mejor amigo puede'.

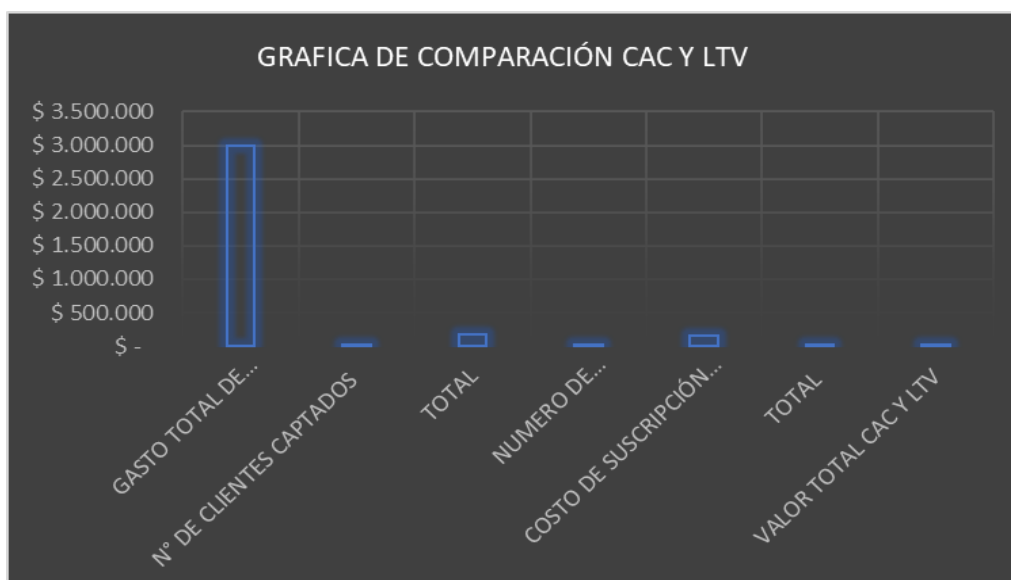
The screenshot shows the 'ALCANCE' (Reach) statistics for the last 7 days. The title is 'Cuentas alcanzadas' (Accounts reached) with a total of 14 accounts. A bar chart shows the daily reach: Dom (0), Lun (0), Mar (0), Mié (14), Jue (0), Vie (0), and Sáb (0). Below the chart is a table of account activity.

Metric	Value
Impresiones	31
Actividad de la cuenta	39
Visitas al perfil	38
Toques en el sitio web	1
Toques en el botón "Correo"	0
Toques en "Cómo llegar"	0
Toques en el botón "Llamar"	0

CALCULO CAC y LTV

Tabla 7 (Tabla de operaciones de los medidores de las estrategias de marketing)

CAC	
GASTO TOTAL DE CAPTACIÓN	\$ 3.000.000
N° DE CLIENTES CAPTADOS	18
TOTAL	\$ 166.667
LTV	
NUMERO DE MENSUALIDADES	5
COSTO DE SUSCRIPCIÓN ANUAL	\$ 150.000
TOTAL	\$ 30.000
VALOR TOTAL CAC Y LTV	5,555555556



ANALISIS CAC y LTV

Viendo los resultados arrojados por los análisis propuestos y discriminando el dinero invertidos podemos ver que la inversión no ha sido fructífera para la adquisición de clientes ya que tuvo un costo de casi medio millón y solo a larga tuvimos un retorno de ganancias muy poco solvente por lo tanto podemos analizar que debemos reestructurar una campaña inicial para aplicar planes de mejora que nos permitan ser más

ENTREGA DE PROYECTO FINAL COPYPETS

contundente al aplicarse y desarrollar una mayor efectividad para afianzar los clientes conquistados.

TEMATICA 10

1. Defina en una cuartilla (hoja de Word) la ubicación o localización del proyecto (empresa), teniendo en cuenta los conceptos de macro localización y micro localización.



Ilustración 4 Mapa de localidades Bogotá. (s. f.). [Ilustración]. <https://puzzlefactory.pl>.

<https://puzzlefactory.pl/es/puzzle/jugar/gente/249778-mapa-de-ciudad-de-bogota>

Teniendo en cuenta todos los aspectos relacionados con nuestra idea de negocio determinamos que el punto crucial de localización es la localidad número siete Bosa, donde haciendo un estudio de mercado en cuanto aspectos económicos nos

ENTREGA DE PROYECTO FINAL COPYPETS

encontramos con que los costos del inmueble rondan desde el 1.000.000 a 2.000.000 COP lo cual para un local pensamos que es un precio asequible. También vimos la tendencia de incrementos en los hogares de mascotas propuestas en localidades aledañas como Engativá, Teusaquillo, pero también Kennedy es una localidad que esta entre la que más tiene parques, si nuestra localidad foco seria barrios unidos para un futuro nos consideramos oportunos al encontrar el punto central entre Bogotá y el municipio de Soacha donde tenemos planteado como parte de nuestro mercado. Y ya para una micro localización comprendemos que Bosa Porvenir es el sector más adecuado para nuestro servicio ya que es la más cercana a los barrios limítrofes teniendo en cuenta la nuestros barrios objetivos y también la adquisición de insumos a buen precio será primordial para nuestro funcionamiento al tener costos reducidos podremos también dar un precio bastante aceptable para ser atractivos para nuestros clientes.



ENTREGA DE PROYECTO FINAL COPYPETS

Ilustración 5 Mapa Bosa. (2014, 19 abril). [Ilustración].

<http://helencuevas.blogspot.com>.

<http://helencuevas.blogspot.com/2014/04/localidad-de-bosa.html>

2. Desarrolle la siguiente tabla de requerimientos de operación.

Tabla 8 (Tabla de requerimientos)

TIPO DE ACTIVO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO*	REQUISITOS TÉCNICOS
Infraestructura - Adecuaciones	Lote: Local	1	\$ 3.000.000	El contrato con el nombre y los datos del arrendatario y arrendador y con la ubicación de donde sera el local
	Adecuación del area de operación como, bodega, implementos de cocina a utilizar para realizar la elaboración de los alimentos, empaque, inventario	1	\$ 10.000.000	Realizar el diseño de la cocina, verificar iluminación y ventilación, pisos paredes, contratar a alguien con experiencia para realizar la cocina
Maquinaria y equipo	Licudadora	1	\$ 150.000	Tener el capital para realizar la compra de las maquinas y equipos necesarios para el restaurante
	Procesadora de alimentos	1	\$ 150.000	
	Equipos de lavado	1	\$ 240.000	
	Equipos de seguridad	1	\$ 1.500.000	
	Transporte	1	\$ 3.000.000	
	Elementos del baño	2	\$ 250.000	
	Horno microondas	1	\$ 200.000	
	Congeladores	1	\$ 2.000.000	
	Nevera industrial	1	\$ 2.500.000	
	Picadora	1	\$ 125.000	
	Cocina Industrial y campana extractora	1	\$ 500.000	
Utensilios y complementos varios	1	\$ 300.000		
Equipo de comunicación y computación	Computador portatil	1	\$ 1.700.000	Realizar la compra de los equipos de comunicación para que nuestros clientes se puedan contactar con nosotros para realizar su compra o realizar un pedido
	Datafono	1	\$ 300.000	
	Impresora	1	\$ 150.000	
	Telefono corporativo	1	\$ 300.000	
Muebles, Enseres y otros	Mobiliario (Sillas, mesas, etc)	1	\$ 250.000	Realizar la compra de los muebles necesarios para el restaurante y para la oficina
	Archivador	1	\$ 280.000	
	Mesa tipo escritorio	1	\$ 200.000	
	Silla tipo escritorio	1	\$ 140.000	
Otros (Incluidos Herramientas)				
Gastos Pre-operativos	Apertura	1	\$ 1.000.000	Realizar el registro en el RUT, Camara de comercio, debe tener las licencias de funcionamiento de la secretaria de salud
	Gastos administrativos	1	\$ 1.000.000	
	Gastos de marketing y promoción	1	\$ 1.000.000	
	Gastos por servicios (Servicios publicos)	1	\$ 2.000.000	

3. Realizar plano.

<https://lucid.app/invitations/accept/62ca851b-1423-4224-a677-f2edf21e698e>

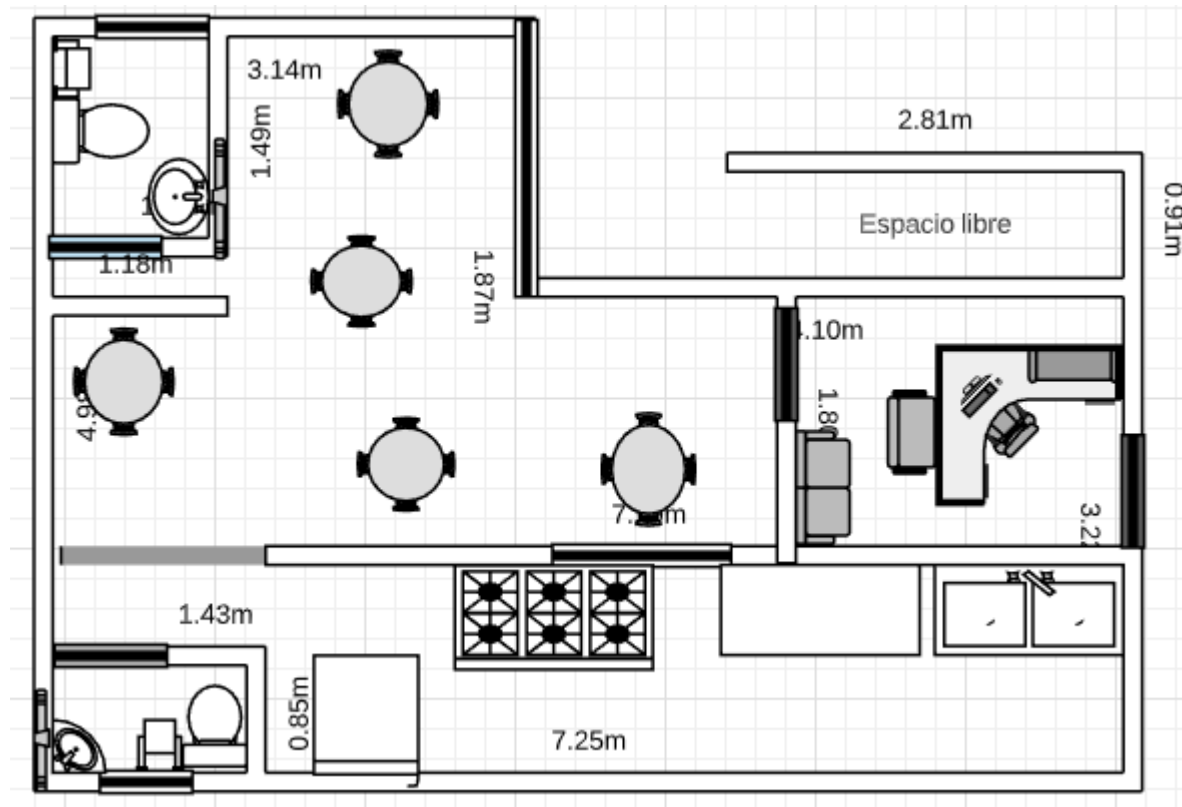


Ilustración 6 Mapa del restaurante físico

TEMATICA 11

1. Teniendo en cuenta el proceso de producción u operación de su producto o servicio, responda la siguiente pregunta y elabore el flujograma respectivo.
 - ¿Cuál es el proceso que se debe seguir para la producción del bien o prestación de servicio?
 - Empezaríamos con la compra de los insumos o materia prima y de la compra de los suministros.

ENTREGA DE PROYECTO FINAL COPYPETS

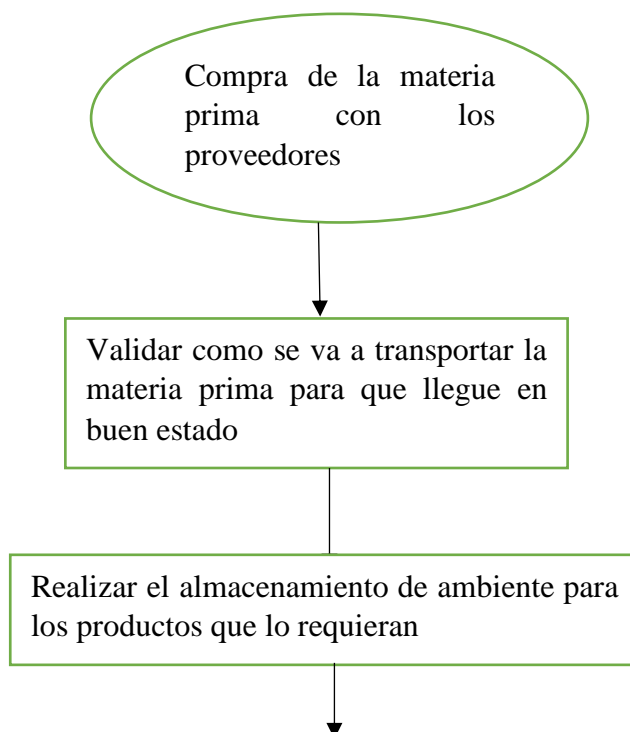
- Después empezaremos con el proceso de transformar nuestra materia prima en el producto final, se elabora un plan de marketing ya que el procura que la salida del proceso de transformación se transforme en ventas lo cual se convierte automáticamente en rendimiento para la empresa y además que por otro lado también verificamos las finanzas es la que busca garantizar la disponibilidad de los recursos financieros para así poder obtener nuestros insumos o materias primas y por ultimo verificamos la productividad de nuestro producto para verificar la elaboración que se tuvo a cabo.
- Cuando verifiquemos nuestro producto final debemos confirmar que se halla tenido en cuenta cada proceso para realizar una adecuada elaboración, verificar los residuos y/o desechos para realizar un adecuado reciclaje de esos productos para ayudar al medio ambiente

CUADRO

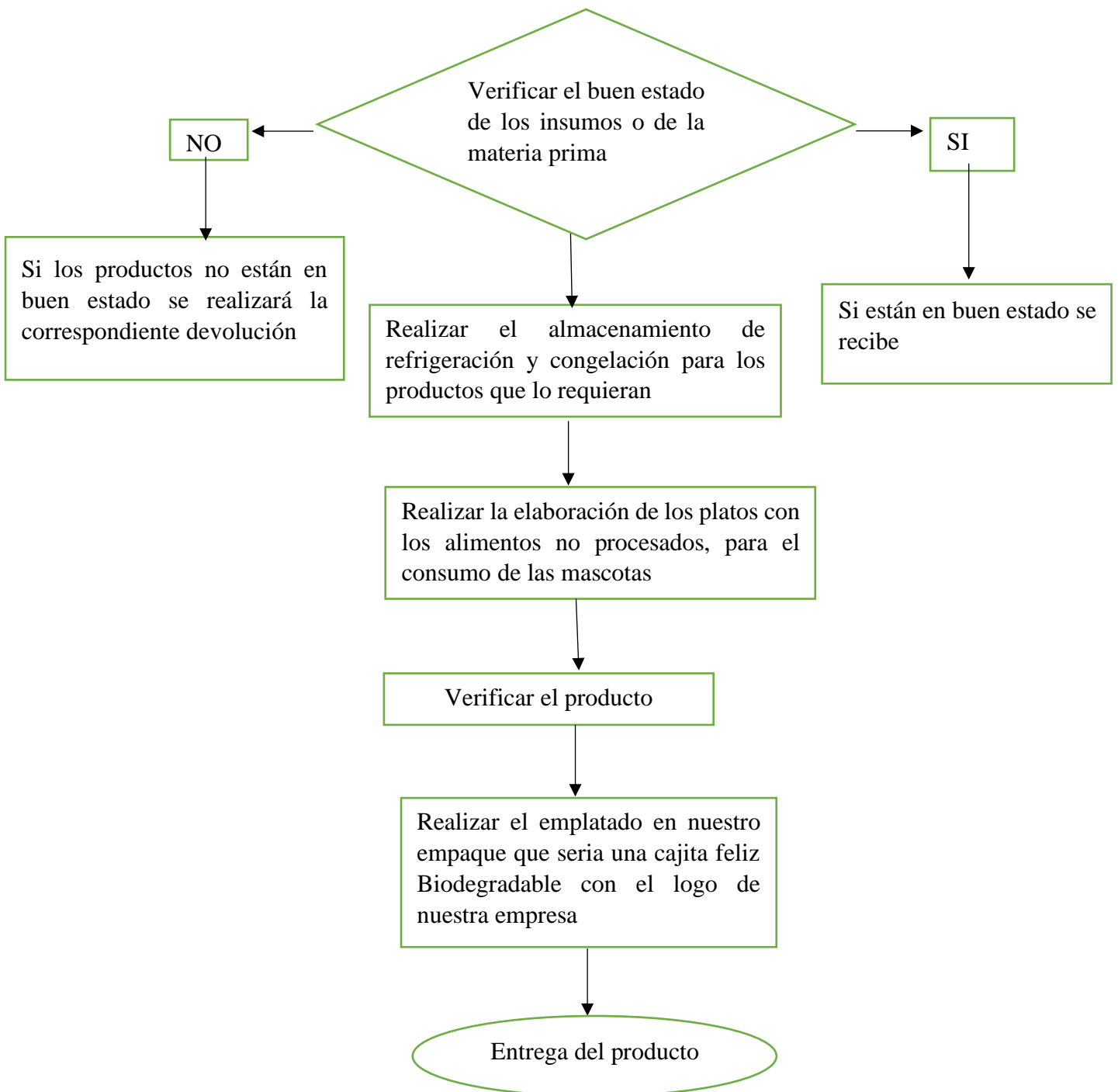
Tabla 9 (Cuadro de operaciones de Copypets)

PRODUCTO	PRIMER PROCESO	SEGUNDO PROCESO	TERCER PROCESO
COMIDA (Platos)	Compra de la materia prima	Realizar el proceso de transformacion de la materia prima en el producto	Verificar la elaboración de nuestro producto final
POSTRES	Compra de la materia prima	Realizar el proceso de transformacion de la materia prima en el producto	Verificar la elaboración de nuestro producto final
BEBIDA	Compra de la materia prima	Realizar el proceso de transformacion de la materia prima en el producto	Verificar la elaboración de nuestro producto final

DIAGRAMA DE FLUJO



ENTREGA DE PROYECTO FINAL COPYPETS



- ¿Qué materias primas o insumos necesita para la elaboración del producto? Haga un listado con cantidad y precios.

ENTREGA DE PROYECTO FINAL COPYPETS

MATERIA PRIMA	CANTIDAD	PRECIO TOTAL
ZANAHORIA	6 LBS	\$ 3.600
COCO	2 UNDS	\$ 4.500
ARANDANOS	3 LBS	\$ 3.000
MIEL	1 FRASCO	\$ 5.000
AZUCAR	2 KLS	\$ 3.500
VISCERAS DE POLLO	3 LBS	\$ 3.000
PECHUGA DE POLLO	2 UNDS	\$ 8.000
APIO	1 LB	\$ 1.200
BROCOLI	2 UNDS	\$ 3.000
ESPINACA	2 LBS	\$ 3.000
ARVEJAS	2 LBS	\$ 8.000
CHAMPIÑONES	2 BANDEJAS	\$ 6.000
ZAPALLO COREANO	2 UNDS	\$ 5.000
CALABAZA	2 UNDS	\$ 3.000
BATATA	3 LBS	\$ 4.000
PASTA	3 PAQUETES DE A LIBRA	\$ 5.000
PESCADO CONGELADO	3 LBS	\$ 10.000
PALITOS DE CANGREJO	3 LBS	\$ 10.000
MANZANAS	4 LBS	\$ 7.000
ARROZ	5 KLS	\$ 8.000
PATATAS	3 LBS	\$ 6.000
SARDINAS (SIN ESPINA)	3 LATAS	\$ 8.000
PAPAYA	3 UNDS	\$ 5.000
SANDIA	3 UNDS	\$ 5.000
BANANOS	20 UNDS	\$ 10.000
MELON	3 UNDS	\$ 6.000
ATUN CONSERVADO	3 LATAS	\$ 7.000
ACEITE DE OLIVA	2 FRASCOS	\$ 10.000
LEGUMBRES	4 LBS	\$ 9.000
POLLO	2 UNDS	\$ 12.000
LENTEJAS	4 LBS	\$ 5.000
TOFU	4 LBS	\$ 6.000
PATE	4 LBS	\$ 5.000
TOMATE	3 LBS	\$ 4.000
MACARRONES	3 PAQUETES DE A LIBRA	\$ 4.000
CARNE	1 KILO	\$ 6.000
HUEVOS	2 CUBETAS	\$ 18.000
CARNE PICADA (TERNERA, POLLO, C	6 LBS	\$ 15.000
QUESO	3 LBS	\$ 15.000
LECHUGA	2 UNDS VERDES	\$ 5.000
ANCHOAS	3 LBS	\$ 5.000
HARINA	2 PAQUETES	\$ 2.400
PLATANO	5 UNDS	\$ 3.000
AVENA	3 PAQUETES	\$ 6.000
MANTEQUILLA	3 CUARTOS	\$ 4.500
EXTRACTO DE VAINILLA	2 FRASCOS	\$ 6.000
RALLADURA DE LIMÓN	2 FRASCOS	\$ 8.000
FRESA	3 LBS	\$ 10.000
MANGO	4 UNDS	\$ 5.000
CACAHUATE	3 LBS	\$ 5.000
REMOLACHA	4 LBS	\$ 4.000
PERA	3 LBS	\$ 4.000
FRAMBUESA	3 LBS	\$ 5.000
MERLUZA	4 LBS	\$ 25.000
PEREJIL	2 LBS	\$ 2.000
AJO EN POLVO	2 PAQUETES	\$ 4.000
SAL	2 PAQUETES DE A LIBRA	\$ 4.000
MIGA DE PAN (PAN RALLADO)	2 PAQUETES DE A LIBRA	\$ 25.000

Tabla 10 (Tabla de insumos necesarios para el desarrollo de los platos)

ENTREGA DE PROYECTO FINAL COPYPETS

2. Desarrolle la siguiente tabla de requerimientos de operación en el proceso de producción de su empresa. Para el aspecto de "Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina (Cantidad de producto/ unidad de tiempo)", (Columna 5 de la tabla); Tenga en cuenta la guía en PDF llamada "Capacidad de producción" la cual encuentra en la etiqueta contenidos, correspondiente a esta unidad.

Tabla 11 (*Capacidad de producción de Copypets*)

Bien/ Servicio	Restaurante - online				
Unidades a producir	8 platos por día				
Actividad del proceso	Tiempo estimado de realizacion (Minutos)	Cargos que participan en la actividad	Numero de personas que intervienen por cargo	Equipos y maquinas que se utilizan. Capacidad produccion por maquina(Cantidad de producto/unidad de tiempo)	Produccion
Toma pedidos	5	Mesero Virtual	1	Aplicación(8hrs)	96
Preparacion de pedidos	20	Cocinero	2	Estufas (8hrs)	24
Empacar	10	Empacador	1	N/A(8hrs)	48
Domicilio	30	Domiciliario	1	Moto (8hrs)	16
Total	65		5	8	8

TEMATICA 12

FICHA TECNICA (PRODUCTO)

	COPYPET'S		
	CODIGO	VERSION	FECHA
FICHA TECNICA DEL PRODUCTO			
A. NOMBRE DEL PRODUCTO (Defina el nombre tecnico del producto)			
MENU DOG & CAT'S ENTRADAS PLATILLOS POSTRES BEBIDAS HELADOS CAJITA FELIZ			

ENTREGA DE PROYECTO FINAL COPYPETS

B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE

ENSALADAS	
ENSALADA PASTA Y MAR	Pasta, Pescado congelado, palitos de cangrejo, Espinacas, zanahoria manzanas
ENSALADA CON ARROZ CON VEGETALES VARIADOS	Arroz, brocoli , zanahoria, espinaca, agua y patatas
ENSALADA DE SARDINAS Y VERDURAS SALTEADAS	Patatas, Zanahoria , sardinas (sin espina), apio, arroz, agua
ENSALADA DE FRUTAS	Papaya, Sandía, Bnanas, Manzana , melon,
ENSALADA DE ATUN Y VERDURAS	Lata de atún,apio, zanahorias, patatas, cucharadita de aceite de oliva.
PLATILLOS	
POLLO CON ARROZ	Arroz, pollo
PURE DE VERDURAS	Legumbres, lentejas, Tofu
BOCADITOS DE ATÚN	Atún , Paté , tomate
MACARRONES PARA EL CAN	Macarrones,carne, huevo
CARNE ESPECIAL	Carne picada (ternera, pollo,cerdo) ,atún,manzana ,zanahoria, arroz, queso, lechuga, huevo
PESCADO ESPECIAL	Atún conservado, sardinas, Anchoas, Carne picada, Manzana,zanahoria, queso, patata.
POSTRES	
GALLETAS DE CALABAZA	Harina, Huevo, leche , pure de calabaza,
GALLETAS DE LA CASA	Cacahuete, miel, zanahoria, platano
BOLITAS DE PLATANO Y MANZANA	Platano, manzana
PANQUESITO DE AVENA	Avena, Mantequilla, extracto de vainilla , ralladura de limon.
PASTELES DE FRUTAS	Fresa, mango
ENTRADAS	
CALDO DE POLLO CALDO VEGETERIANO	Apio, zanahoria, brócoli, espinaca, arvejas y champiñones,zapallo coreano (o anco), calabaza, batata o zapallito
CALDO PESCADO	Huesos de pescado, cascara.
CAJITAS FELICES	
HAMBURGUESAS DE MERLUZA (GATOS)	Merluza, perejil, Ajo en polvo, sal(muy poca), pan rallado, huevo harina
HAMBURGUESAS DE CARNE O POLLO (PERROS)	Carne o pollo , perejil, Ajo en polvo, sal(muy poca), pan rallado, huevo harina
BEBIDAS	
JUGO PRINTS	Zanahoria alimento cargado de vitamina A, C, D, E, K, agua,
AGUA DE COCO	Coco.
JUGO HAIRY	Arandanos, Miel o azucar , agua
JUGO LEGS	Sandias sin pepas, Azúcar en polvo o miel al gusto, agua
HELADOS	
HELADO TUTI FRUTTI	Banano,Fresa,pera, sandia,melon,frambuesa
HELADO ZANAHORIA	Zanahoria

C. PRESENTACIONES COMERCIALES

BEBIDAS : En el envase tendra el nombre del sabor del jugo,Imágenes alusivas a la naturaleza , animales, al arte, fecha de lote, fecha de vencimiento , tabla de valores nutritivos, indicaciones para abrir el envase, etiqueta envase renovable.

COMIDAS : (Entradas, Ensaladas, platillos, Postres) Carta de menu online donde se mostrara los precios y la variedad de productos, la comida estara sobre una base rigida (carton y plastico) sera de varias formas (Hondo , pando , circular , etc) de acuerdo a la comida que vayamos a empacar, tendra como caracteristic as atractiva , el material conserve los alimentos y no se estropeen cuando se trasporten.



CAJITAS FELICES : El empaque tendra el logo ,imagenes alusivas a la naturaleza animales, arte y una frase, los datos del negocio , en el interior ira un obsequio.

ENTREGA DE PROYECTO FINAL COPYPETS

D. TIPO DE ENVASE Y MATERIAL

BEBIDAS : Envase en carton rígido , tamaño (grande y mediano), tipo de envase de 500 ML , 1L, versatilidad de formas y dimensiones ,degradables y reciclables Permeables a gases y aromas,facilidad de impresión y decoración,ligereza Higroscopicidad.



COMIDAS : sopas , entradas utilizaremos contenedores de bambu , dimensiones 8.8 cm y / 10 cm, diametro 9.3 0 7.3 cm , peso 4.8 kg 6.5 kg 4,8 kg , color natural , tipo de envase de 12 , 26, 32 onzas, resistente a la grasa y humedad .



Imagen tomada de <http://2.bp.blogspot.com/>-

Ensaladas y postres utilizaremos envase plasticos optimos para la refrigeración , tendremos solo 3 tamaños de empaque con lo muestra la imagen (1) ,tambien utilizaremos envases visagra de material PLA, plastico renovable, compostable y biodegradable Medidas: 20x20x7,5 cm Sólo apto para alimentos fríos imagen (2)



(1) Imagen tomada de: <http://2.bp.blogspot.com/>-

(2) Imagen tomada https://www.magasa.es/web.php?seccion=Eco%20Products&subf=Envases_bio&cod_art=

platicos Utilizaremos Tereftalato de polietileno en diferentes tamaños 250 cc. , 370 cc., hasta 2.800 cc. en color negro o transparente



Imagen tomada <https://www.arapack.com/>

Cajitas felices material bioaegrables (papel , carton) nosotros mismo las elaboraremos .

E. EMBALAJE

Los envases estaran se llados en [Película Termoencogible Poliolefina](#) ya que es resistente y versatil , Su caja dispensadora la hace muy práctica de utilizar y su sierra metálica facilita el corte

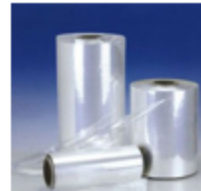


Imagen tomada <https://www.google.com/search?q=pe%C3%ADcula+de+poliolefina&hl>

El reempaque utilizaremos cajas y cinta para sellar para que en el momento de transportar el producto se faciliten la manipulacion para la entrega y se personalizable.

F. CONDICIONES DE CONSERVACION

1. COPYPETS solo estará obligado sólo estará obligado a aceptar cambios o devoluciones de productos, cuando en el momento de la entrega del respectivo producto se determine que no se encuentra averiado, en mala calidad o que al momento de la venta haya superado su fecha de caducidad.
2. COPYPETS procederá a realizar los cambios y a aceptar las devoluciones de los productos y/o servicios, de acuerdo a los parámetros de las garantías conferidas por el respectivo productor, de acuerdo con los términos de la normatividad vigente o de la presente política.
3. Se harán cambios máximo 24 horas después de realizada la compra del producto. Los productos deben conservar las características originales con su empaque original sin destapar, con las etiquetas, sellos de seguridad, y contar con todas sus partes y/o accesorios. No abolladuras, no rayones, no roturas, no manchas, no falla de funcionamiento, si tiene celofán debe estar en perfecto estado, apto para la venta. Los productos que presenten avería por mala manipulación del cliente no tendrán cambio por ningún motivo.
4. No tienen devolución o cambio frutas y verduras, productos refrigerados, congelados, que cuente señales de uso, productos en Promoción o aquéllos en que por su naturaleza no sean viable su cambio y/o próximos a vencerse.
5. Al realizar la venta de productos refrigerados y Envasado al vacío después del momento en que haya sido entregado el pedido al cliente, COPYPETS no se hace responsable por la mala manipulación que el cliente le dé al producto, si el pedido contiene productos que sean altamente perecederos y que requieren de refrigeración, el cliente deberá consumir lo antes posible el producto o garantizar la continuidad de la cadena de frío, para que así se conserve la calidad del producto y de esta manera evitar la contaminación de éste.
6. COPYPETS advierte el peligro sanitario que el rompimiento de la cadena de frío puede generar y la responsabilidad de quien lo recibe para evitar algún daño en el producto
7. Para todos los cambios se debe presentar la factura de compra y/ o pantallazo de la transferencia cuando esta no fue registrada en el sistema con el número de documento del cliente.

ENTREGA DE PROYECTO FINAL COPYPETS

G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)

Revisar flugrama (imagen tematica 11)

H. VIDA UTIL ESTIMADA

Perecederos: deterioro microbiológico y/o enzimático, tienen una vida útil de hasta 30 días, bajo condiciones específicas de envasado y almacenamiento, deben mantenerse a temperaturas de refrigeración o congelación.
Semiperecederos: vida útil de 30 a 90 días, contienen inhibidores naturales o han recibido un tratamiento mínimo de preservación que les proporcionan tolerancia a las condiciones ambientales y al abuso durante la distribución.
Poco perecederos, estables a temperatura ambiente o de larga duración, vida útil de varios meses hasta años. Algunos alimentos "naturales" como granos de cereal y nueces o semillas, y algunos productos de confitería. Los productos procesados preservados por esterilización, métodos químicos, deshidratación, y/o envasado adecuado

I. PORCION RECOMENDADA

EDAD	PERROS			GATOS					
	Gramos al día según el peso total de adulto			PESO	Cachorro en crecimiento	Adulto Castrado	Adulto sin Castrar	Adulto Sin Sobrepeso	Adulto Obeso
	4 kg	5Kg	6 Kg						
2 Meses	80 g	95g	105g	1KG	153KC	73KC	86KC	61KC	
3-4 Meses	90-95 g	105-110g	120-130g	2KG	305KC	147KC	171KC	122KC	
5 Meses	95g	110g	130g	3KG	418KC	200KC	234KC	167KC	
6 Meses	90-85g	105-100g	125g	4KG	503KC	241KC	281KC	201KC	
7-8 Meses	80-75g	95-90g	120-115g	5KG		281KC	328KC	234KC	187KC
10-12 Meses	75g	90g	110g	6KG		318KC	371KC	265KC	212KC
				7KG		360KC	420KC	300KC	240KC
				8KG		400KC	450KC	320KC	250KC
				9KG		439KC	512KC	366KC	293KC

J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO

MESERO VIRTUAL: CARRERA Nivel académico: Educación secundaria completa (como mínimo). **CONTRATO :** Indefinido Manejo de herramientas ofimáticas **COMPETENCIAS** Buen trato al cliente, tener clara la distribución de los pedidos, Conocimiento de la oferta del local, lidiar con situaciones estresantes, adecuada gestión de recursos y tiempo. **SALARIO:** 900.000. + Prestaciones Tiempo Completo

COCINERO: CARRERA Mínimo 2 años de experiencia en el sector, Dominio de informática, Imprescindible Formación en nutrición animal, **CONTRATO :** Indefinido **FUNCIONES** Montaje de platillos, Organizar y aprovisionar las estaciones con todos los productos necesarios, Preparar comida para el servicio (p. ej. cortar verduras y carne o preparar salsas), Cocinar productos del menú en cooperación con el resto del personal de cocina

COMPETENCIAS Proactivo Trabajo bajo presión, ordenado **SALARIO :** 1.500.000 + Prestaciones Tiempo completo

EMPACADOR CARRERA Nivel académico: Educación secundaria completa (como mínimo). **Tiempo Experiencia:** Sin Experiencia **SExperiencia** requerida: Habilidad visual y manual **CONTRATO :** Indefinido **COMPETENCIAS** software de computadora, Gestión de tiempo, Manejo de maquinaria, Coordina, Solución de problemas, Planeación **FUNCIONES** Ensamble, operación de estación de trabajo en línea atendiendo la necesidades de las áreas correspondientes de producción. **SALARIO :** 1.200.000 + Prestaciones Tiempo Completo

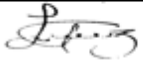
DOMICILIARIO CARRERA Nivel académico: Educación secundaria completa (como mínimo). **Tiempo Experiencia:** Sin Experiencia, **CONTRATO :** Indefinido **FUNCIONES** Entrega de pedidos en forma y tiempo tolerante, comunicación con los clientes, apoyo en oficina para diversas tareas trabajo en equipo manejo de computadora de correos. **COMPETENCIAS** Conocimiento De Las Vialidades, Servicio Al Cliente, Eficiencia, Manejo Del

ENTREGA DE PROYECTO FINAL COPYPETS

K. GRUPO POBLACIONAL

País: Colombia.
Ciudad: Bogotá.
Persona:
Hombre o Mujer
Edad: 18 en adelante.
Sectores: desde Bosa hasta Santa Barbara central.
Ingresos: SMLV en adelante.
Educación: Cualquiera.
Estado marital: Cualquiera.
Poseedores de mascotas.

Firma del responsable
del producto:



**Responsable
producto**

del

Angela Liseth Rodriguez Carvajal

Firma:



TEMATICA 13

STORY BOARD

¿Que problema estas tratando de resolver?



Hoy en día en el mercado hay un incremento inminente de servicios para mascotas, pero no un servicio que te saque de apuros donde puedas comprar comida preparada especial y diferente para sentir único a tu mejor amigo., tambien especial para cada ocasion, eventos especiales para tu mascota etc.

¿Quién es tu público objetivo?



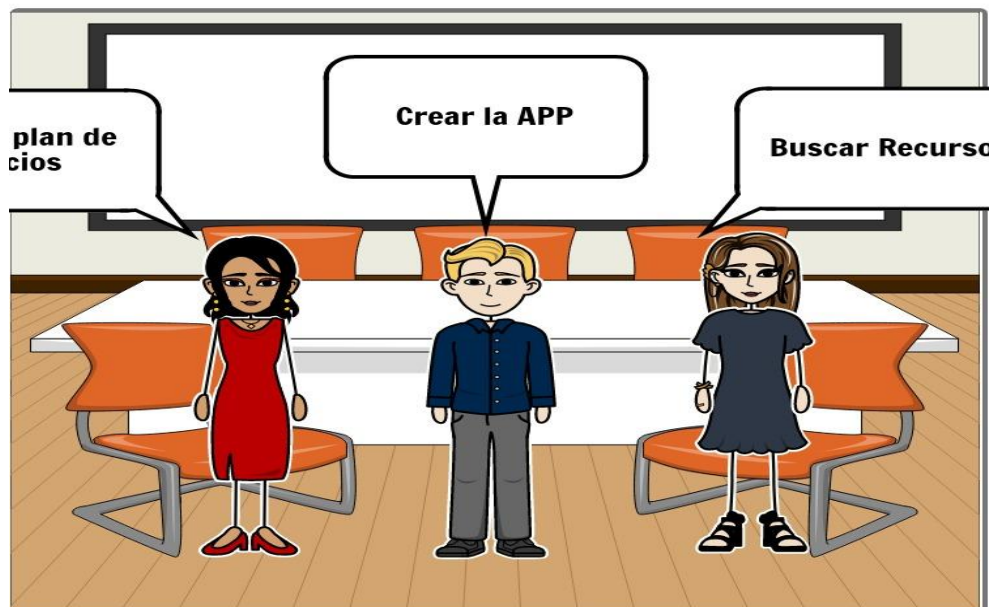
**País: Colombia.
Ciudad: Bogota.
Persona: Hombre o Mujer.
Edad: 18 en adelante.
Estrato: cualquiera.**

¿Cómo resolverás este problema?



Nuestra solución es ofrecer una aplicación la cual será un restaurante para mascotas, para que nunca dejes a tus mascotas aguantar hambre, también si quieres dar una sorpresa especial a ese amigo que siempre esta contigo.

Cuál es el primer paso?



Consideramos que nuestro primer paso es la estructuración del plan de negocios para presentarlo en capitales semilla para reunir los recursos y poder empezar a crearlo.

Referencias

Sistema de control interno eficiente: Fases para implementarlo. (2017, 21 septiembre).

Software ISO. <https://www.isotools.org/2017/09/21/fases-sistema-de-control-interno/>

Salud, C. (s. f.). *Proyectos de mejora de la calidad - CICAT-SALUD*. Slideshare. Recuperado

28 de octubre de 2020, de <https://es.slideshare.net/cicatsalud/proyectos-de-mejora-de-la-calidad-cicatsalud>

Procem Consultores. (2018, 4 septiembre). *ISO 19011:2018*. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=pHUuMDt7EMg>

Organismo Internacional de Estandarización. (2018, julio). *Norma internacional ISO 19011*.

<https://www.cecep.edu.co/documentos/calidad/norma-iso-19011-2018.pdf>

NORMA ISO 19001. (2013, 4 octubre). prezi.com. [https://prezi.com/7l8aed_znz-a/norma-iso-](https://prezi.com/7l8aed_znz-a/norma-iso-19001/)

[19001/](https://prezi.com/7l8aed_znz-a/norma-iso-19001/)

Méndez, A. (2020, 31 marzo). *Ejemplos de Diagrama de Ishikawa – Casos prácticos de*

empresas. Plan de Mejora. <https://www.plandemejora.com/ejemplos-de-diagrama-de-ishikawa/>

Mapa Bosa. (2014, 19 abril). [Ilustración]. <http://helencuevas.blogspot.com>.

<http://helencuevas.blogspot.com/2014/04/localidad-de-bosa.html>

Escuela Europea de Excelencia. (2020, 23 abril). *Publicada la nueva norma ISO 19011:2018*

– directrices para la auditoría de sistemas de gestión.

<https://www.escuelaeuropeaexcelencia.com/2018/08/publicada-la-nueva-norma-iso-19011-2018-directrices-para-la-auditoria-de-sistemas-de-gestion/>