

Key Partners



Aseores especializados en tratamientos y conocimiento de los perros

Proveedores de servicio domiciliario

Refugios de adopción de perros

Profesional en en veterinaria para perros

Padres o familias con uno o más perros en la ciudad de Bogotá D.C.

Key Activities



Enunciar los beneficios del de las asesorías o tutorías en el desarrollo de las diferentes etapas en los perros

Venta de actividades personalizadas para comprender y entender a los perros

Utilizar estrategias de marketing digital para tener un mayor alcance y que puedan conocer esta idea innovadora.

Mantener contacto con el cliente, mantenerlo informado, fidelizarlo.

Key Resources



Adjuntar todo el conocimiento y experiencia en la página web y aplicación móvil

Aseores especializados y veterinarios con experiencia en perros

Especialistas que hayan tenido una capacitación en manejar perros recién nacidos o hasta los 6 años de edad

Tienda física, virtual y aplicación móvil donde puedan tener la misma experiencia

Value Propositions



Aplicación para facilitar acceso y ahorro de tiempo

Contenido actualizado en la página web y aplicación. Ahorrar tiempo a las familias o personas brindando asesorías virtuales

Video tutoriales explicando los consejos, advertencias, actitudes de cada perro (personalizado)

Generar calidad de vida en sus mascotas

Customer Relationships



Servicio post-venta (Garantías, devoluciones, satisfacciones del servicio).

Tener contacto con los clientes mediante redes sociales.

Hacer seguimiento, encuestas de satisfacción, Talleres en donde los perros puedan tener contacto con sus dueños y demuestren la efectividad de las asesorías.

Experiencia al cliente mediante asesoramiento personalizado en punto de venta.

Channels



Medios de comunicación (Noticias, Canales de emprendimientos, etc)

Voz a VOZ

Redes sociales (Instagram, Facebook, Pinterest) para promocionar el servicio y tener un acercamiento directo con el cliente

Tienda web, física y aplicación móvil

Customer Segments



Personas y/o Familias de estratos 4, 5 y 6 en la ciudad de Bogotá - Colombia.

Donde se encuentren uno o más perros adoptados, recién nacidos a 6 años de edad.

Cost Structure



Publicidad y Marketing

Veterinarios y especialistas

Personal en tienda, capacitaciones, producción de video tutoriales, atención post-venta, garantías

Página web, aplicación móvil y tienda física

Revenue Streams



Programa de fidelización en donde se pague una cuota semestral y le llegara al cliente un taller especial junto con juguetes o alimento para el perro

Talleres para personas o familias

Guardería para la mascota

¿Cómo testeo mi modelo?

Creemos que _____

Las personas o familias que adoptan a perros, y no tienen experiencia en mascotas, no comprenderías muy bien la importancia de cuidar una nueva vida en sus hogares

No existen veterinarios o especialistas que acompañen a las familias o personas en el conocimiento y cuidado del perro

Para probar esto vamos a _____

Crear una tienda física, virtual y aplicación móvil; donde las personas o familias puedan encontrar los diferentes talleres para entender a sus mascotas

Y medir _____

Medir la efectividad del servicio mediante encuestas a los clientes, pruebas del servicio, experiencias y testimonios.

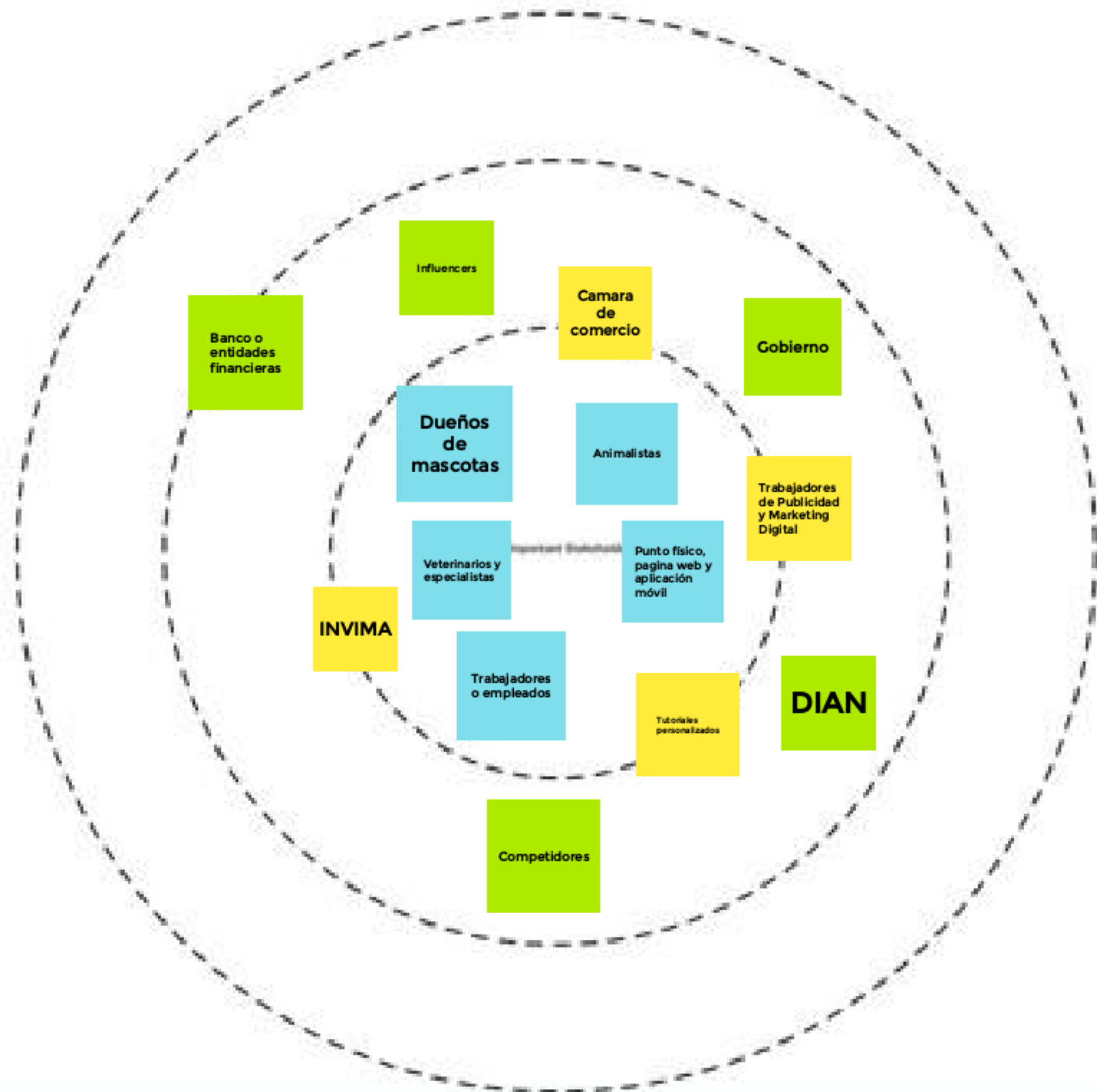
Esto se va a ir reflejando mediante van creciendo el numero de clientes.

Tendremos razón si _____

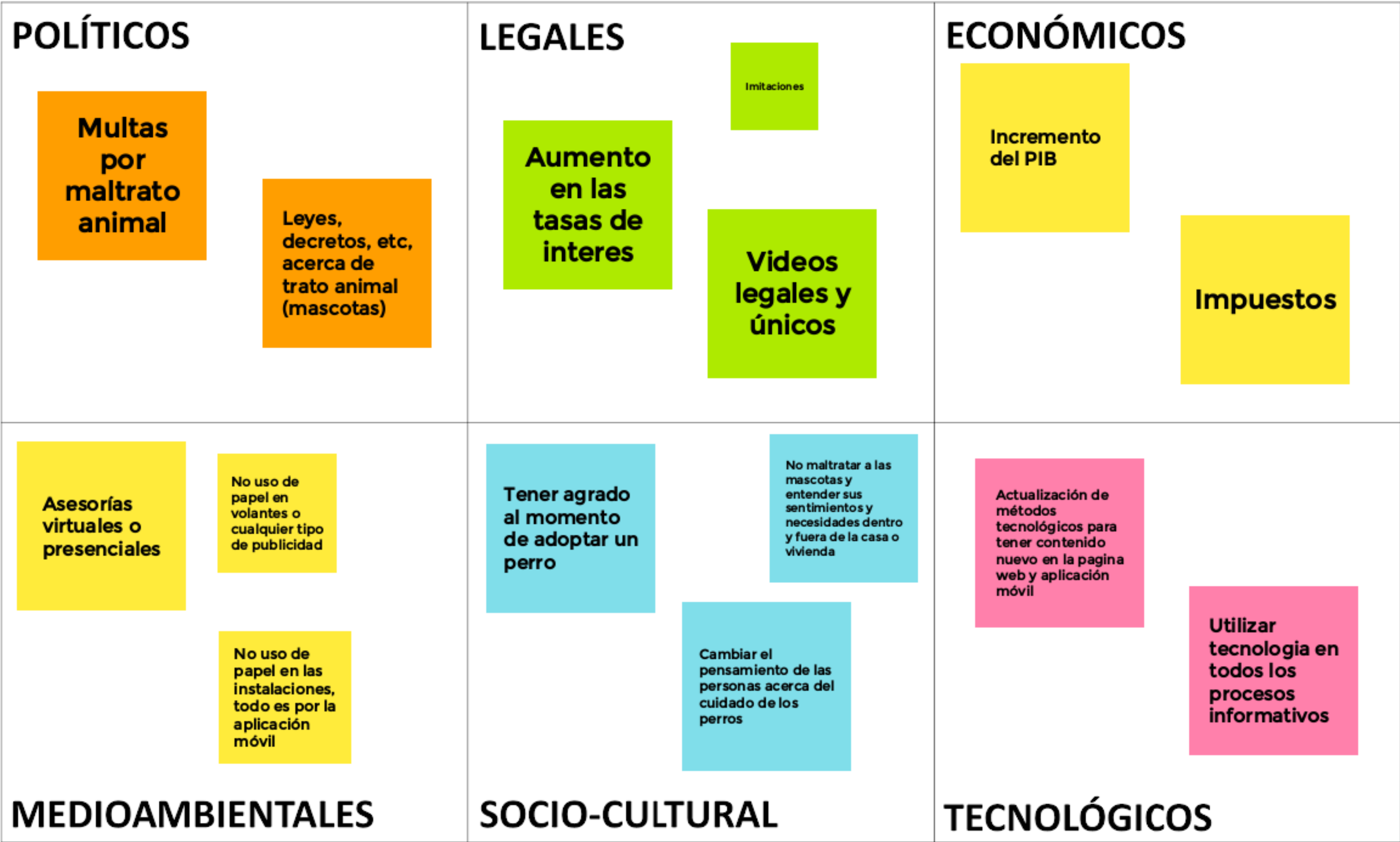
Si los clientes quieren generar mas conciencia y promueven el servicio por medio del voz a voz.

Si generamos conciencia en los clientes y satisfacción al usar nuestro servicio

¿Qué Impacto? (Resolución)



PESTLE



CANVAS AMBIENTAL



Cualidades /talentos

Ciudadano de las mascotas

Asesorías personalizadas

Talleres y entrenamientos para cada tipo de mascota

Propósito

Lograr que los dueños amen, comprendan, cuiden y respeten a sus mascotas

Respetar y cuidar a cada tipo de mascota

Tendencias

Adopciones

Buscar compañía con alguna mascota

Mercado exterior

Veterinarias y colegios

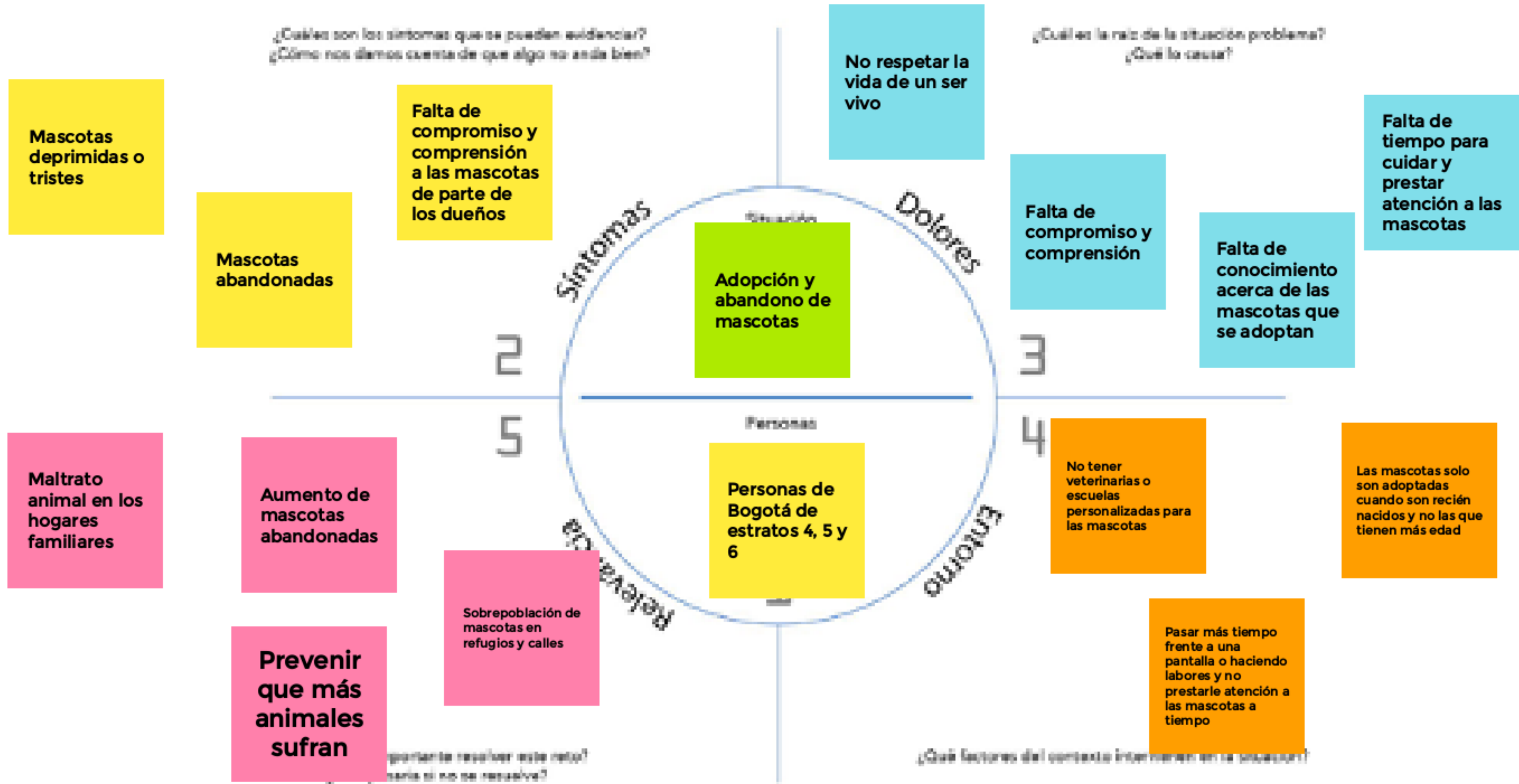
Cursos de entrenamiento y adiestramiento

PROBLEMAS

Falta de tiempo de los dueños para cuidar a sus mascotas

Mascotas dejadas en la calle

Desinterés en entender a las mascotas



VALIDACIÓN DE USUARIO

¿ A CUÁNTOS ENTREVISTÉ?

14

¿ QUÉ MÁS APRENDÍ?

Las personas o familias adoptan para cuidar y amar

Las mascotas adoptadas son recién nacidas o de edad muy joven

Las mascotas más adultas no salen tanto tiempo al parque y no les prestan mucha atención

Los hijos son los que sacan con mayor regularidad a las mascotas para que ello también interactúen con la mascota y salgan al parque

Solo sacan a las mascotas 3 veces al día para hacer sus necesidades, pero no para jugar o disfrutar el día

¿QUÉ LE PREGUNTÉ?

01

¿ Por qué adopto a su mascota ?

02

¿ Ha tenido mascotas anteriormente ?

03

¿ Sabe como cuidar a su mascota ?

04

¿ Qué lo motivo a adoptar a su mascota ?

05

¿ Conoce y comprende las necesidades que su mascota necesita ?

06

¿ Conoce las necesidades de la raza de mascota que adopto ?

07

¿ Abandonaría a su mascota si llega a portarse mal, no tener tiempo para cuidarla o falta de amor ?

VALIDACIÓN DE USUARIO

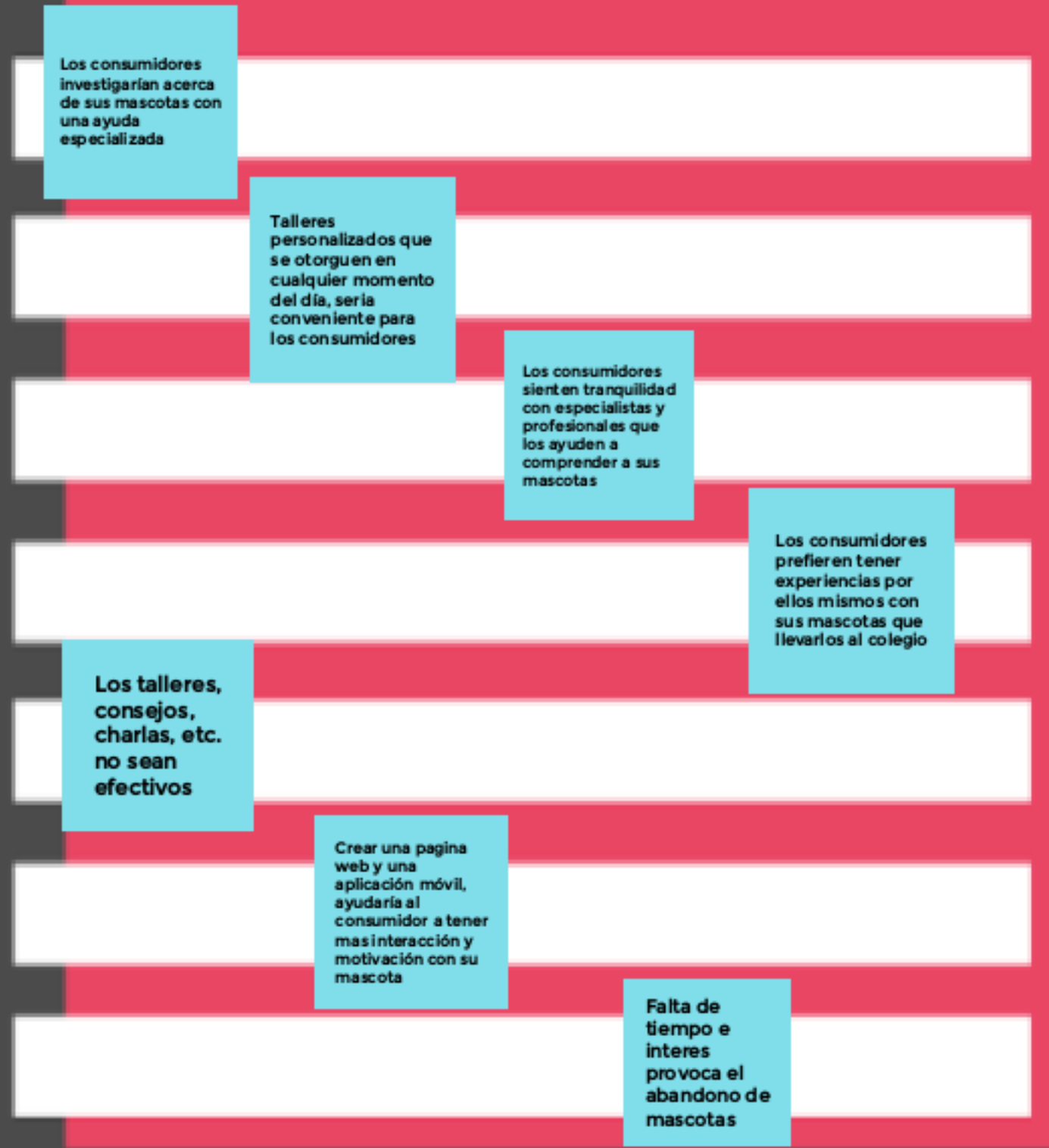


HALLAZGOS



01
02
03
04
05
06
07

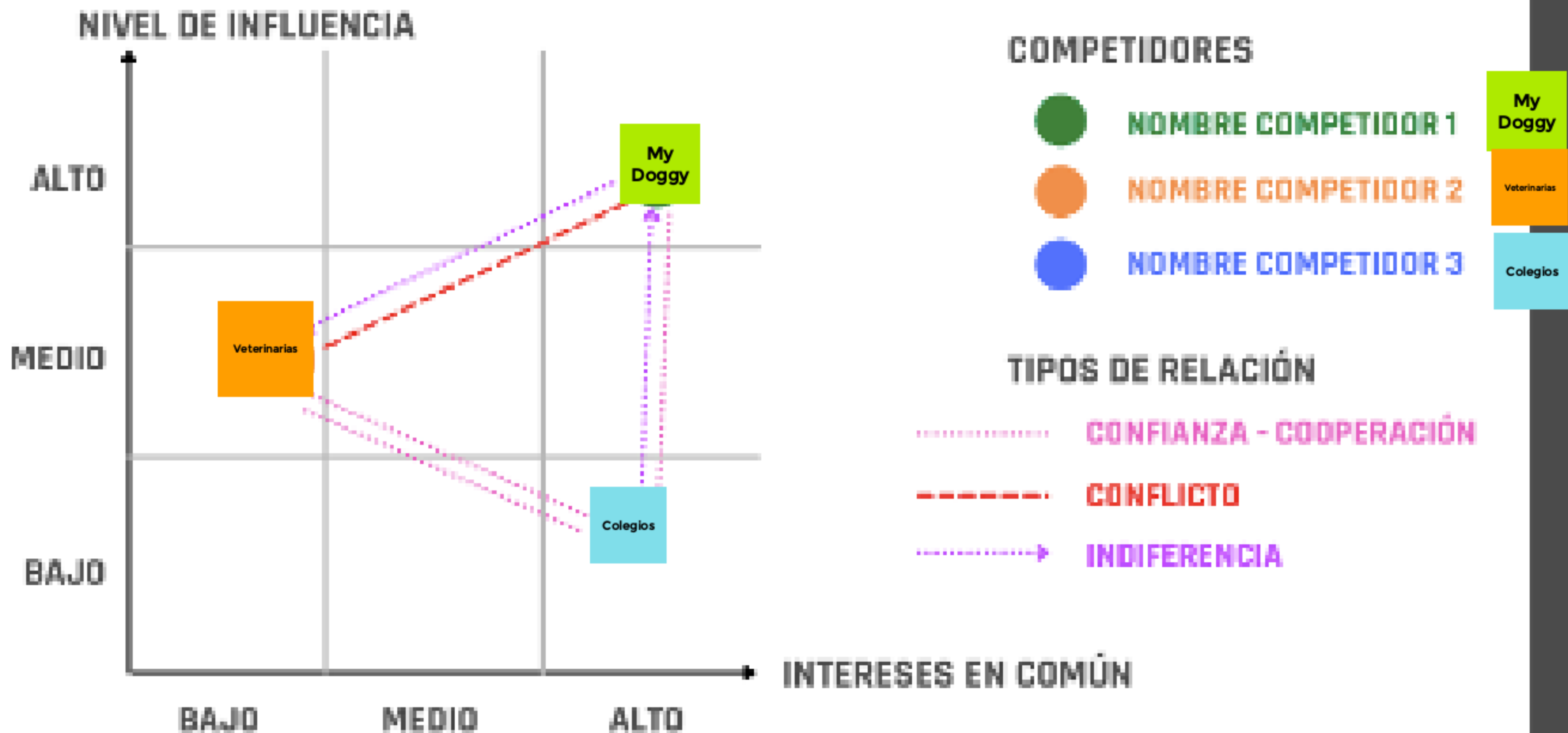
HIPÓTESIS



01
02
03
04
05
06
07



MAPA DE COMPETIDORES





CONCEPTO DE NEGOCIO

/Idea de negocio

HOJA DE DECISIÓN

v1.1.1

Qué hacer

Una cosa es tener una idea genial, pero explícita de manera persuasiva a clientes, usuarios finales, socios y bancos es otra.

Al hacer una descripción clara de la idea, será más fácil explicar y vender la idea así como recibir comentarios de ella.

Cómo hacerlo

Empiece por escribir el nombre de la idea en la que está trabajando.

Signe por tener una vista general de los diferentes componentes de la idea que quiere describir.

Luego, use la lista de revisión para encontrar otros siete elementos de la idea que también se pudieran incluir en la descripción.

Termine por pensar cuidadosamente en todos los campos describiendo la idea.

Siguiente paso

- Cree un documento final que describa la idea completa.
- Haga un taller de tests para la página web o una presentación.
- Envíe su descripción de la idea a personas que le puedan dar comentarios.

Licencia otorgada a:



Producido por:



Descripción de la Idea
Decida por componentes clave de la idea y descríbelos lo mejor posible

NOMBRE DE LA IDEA:	My Doggy		
COMPONENTES DE LA IDEA	DESCRIPCIÓN		
Resumen de la idea	Servicio que brinda a los clientes asesorías, talleres y conferencias personalizadas acerca de sus mascotas para un mejor entendimiento y conocimiento.		
Cuenta de la idea (cómo surgió)	La idea surgió debido a la gran adopción que se presentó a principios de la pandemia, para después ver que las mascotas estaban sufriendo y no les daban el tiempo requerido.		
Necesidades que ve a satisfacer la idea (preferencias, nuevas oportunidades, abstracción, etc.)	Menos abandono de mascotas debido a no entenderlos	Mejor relación entre dueño y mascota	Acompañamiento diario de la mascota con profesionales en el área
Tipos de clientes y mercados	Personas o familias de estrato 4, 5 y 6 de la ciudad de Bogotá D.C.		
Competencia y sustitutos (actuales y futuros)	Veterinarias	Colegios	
Oportunidades de venta (salir de inventario)	Talleres, conferencias, entrenamiento personalizado para cada raza		

Fecha:

Nombre:

Empresa:

✓ LISTA DE REVISIÓN: COMPONENTES ADICIONALES

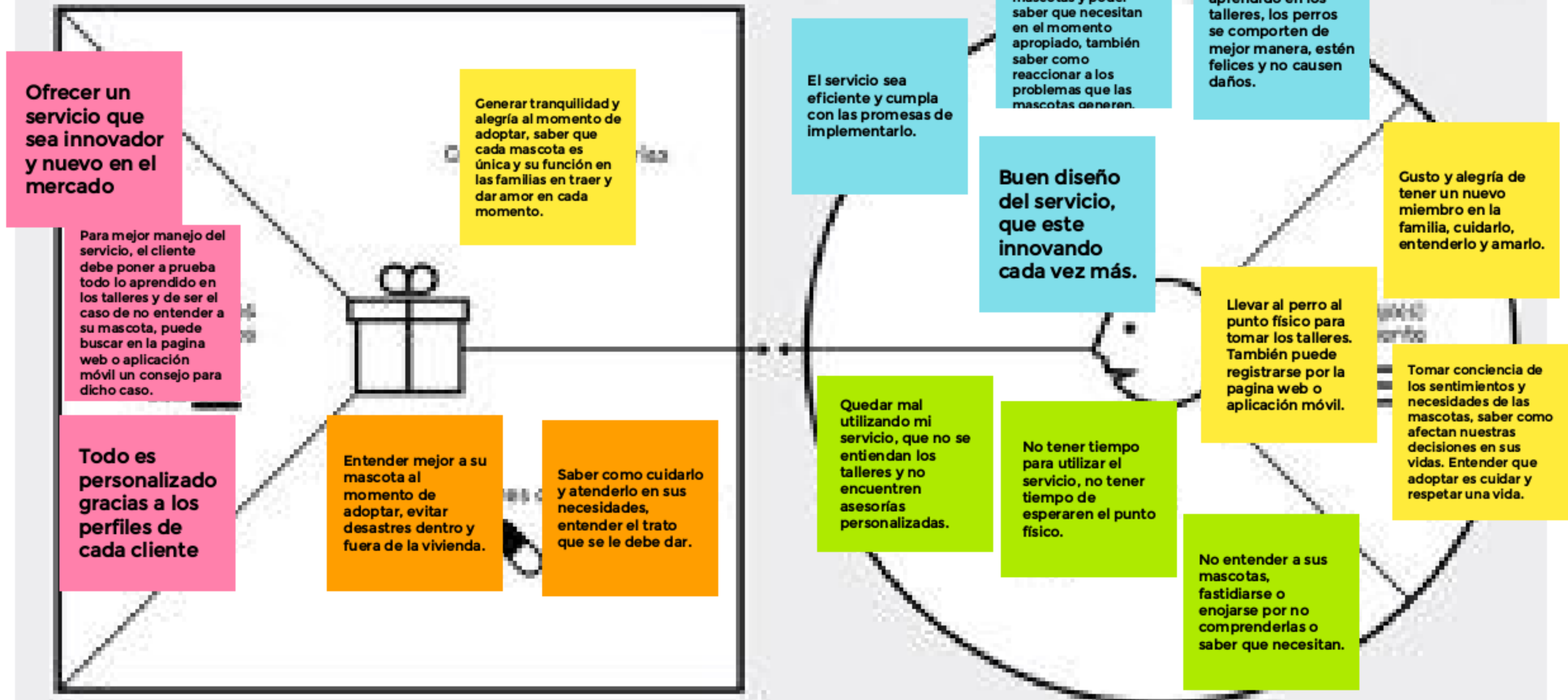
- Ambiciones personales
- Derechos a la idea
- Necesidades de competencias
- Perfiles de competidores
- Potencial del mercado
- Distribución y logística
- Empequeñado
- Envasado (agrupación de)
- Ambiciones personales



El lienzo de la propuesta de valor

Propuesta de valor

Segmento de mercado



CONTEXTO PARA LA SOSTENIBILIDAD

Presión

Asesorías virtuales y presenciales

Multas por maltrato animal

Crear conciencia del cuidado a las mascotas

Acompañamiento a los clientes en todo momento

DESCRIPCIÓN DE MI EMPRENDIMIENTO

Propósito

Crear conciencia a las personas y familias de la adopción animal

Enseñar a las personas y familias de como respetar y amar a sus mascotas

Respetar la vida de las mascotas

Mejor cuidado para las mascotas rescatadas y no rescatadas

¿A QUÉ O A QUIÉN IMPACTO?

Veterinarios y especialistas

Punto físico, pagina web y aplicación móvil

Familias o personas con una o más mascotas

INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN

Fidelización de los clientes en los talleres personalizados

Servicio de guardería o veterinaria

Venta de comida, juguetes, peluquería, etc., para las mascotas

IMPACTOS POSITIVOS O NEGATIVOS DE MI EMPRENDIMIENTO

Disminución de animales en las calles de la ciudad y refugios

Falta de tiempo para cuidar o poner atención a sus mascotas

Crear conciencia en las personas sobre los animales

CARACTERÍSTICAS DE MI PRODUCTO O SERVICIO

Desde lo social y ambiental

Disminución de enfermedades a causa de animales de la calle

Aumento de adopción de mascotas

Disminución de contaminación por excremento de mascotas en lugares públicos

Mayor respeto por los animales abandonados

ESTRATEGIA COMERCIAL SOSTENIBLE

Convenio con refugios para mascotas ya que podrán sugerir nuestras servicios a las personas o familias que adopten

Convenio con los colegios que cuidan a las mascotas ya que ellos podrán capacitarse para entender a las mascotas que estan cuidando y sugerir el servicio a los dueños

EMPRENDEDOR (A)

Paciencia con las mascotas

Amor por las mascotas, lo cual brinda mejor comprensión para ellos

Apoyo y comprensión para los clientes y cualquier sugerencia o reclamo que lleguen a presentar

EQUIPO DE TRABAJO

Veterinarios con experiencia en las diferentes razas y edades

Empleados que atiendan las otras áreas del punto físico como la caja o estantes para que los clientes tengan a la mano a un trabajador que los ayude

Profesionales o expertos en entender a las mascotas y sus personalidades

