

Capítulo 7

Salvando vidas

Saving Lives



Slendy Mariel Pulido Muñoz
spulido@poligran.edu.co

Juana Daniela Naranjo Alipio
junaranjo8@poligran.edu.co

Edwar Erasmo Herrera Molano
eeherrera@poligran.edu.co

Concepto del modelo de negocios

Representa la propuesta de la actividad desde el punto de vista empresarial, el planteamiento de la idea. Se define el producto o el servicio que se ofrecerá al mercado y de qué manera se hará. Su estructura determinará el valor de esta.

1. Identificación del problema: el abandono y maltrato de animales es un problema común en todo el mundo, lo que les causa un gran sufrimiento a los animales y a menudo conlleva a enfermedades y una vida corta y miserable. Por lo tanto, la necesidad de una solución efectiva y sencilla para proteger a estos animales es esencial.
2. Definición de la solución: se propone desarrollar una aplicación móvil que conecte a las personas con animales en adopción y con los refugios que los albergan, con el fin de ayudar a encontrar hogares permanentes para estos animales y fomentar la adopción de mascotas.
3. Propuesta de valor: la aplicación será fácil de usar y de acceso gratuito para los usuarios, y proporcionará una plataforma segura y conveniente para encontrar mascotas en adopción. Además, la aplicación incluirá información sobre el cuidado de los animales y la posibilidad de hacer donaciones a los refugios que participan.
4. Modelo de negocio: se les ofrecerá la aplicación de forma gratuita a los usuarios, pero se generará ingresos mediante la venta de publicidad para empresas y servicios relacionados con el cuidado de mascotas.
5. Estructura organizacional: se establecerá una empresa que se encargue del desarrollo y mantenimiento de la aplicación, así como de la gestión de las relaciones con los refugios y empresas asociadas.
6. Estrategia de marketing: se utilizarán diversas estrategias de marketing digital para promocionar la aplicación, incluyendo publicidad en redes sociales, campañas de correo electrónico y colaboraciones con *influencers* y organizaciones de protección animal.
7. Plan de ejecución: se seguirá un plan detallado de desarrollo y lanzamiento de la aplicación, con pruebas beta y retroalimentación de los usuarios para mejorar la funcionalidad y la experiencia del usuario. También se establecerá una estrategia de expansión a nivel regional y global en el futuro.

Quiénes son los clientes potenciales

Definir para quién es la oferta de productos o servicios propuestos, la población a la cual está dirigida la propuesta (población objetivo).

1. Familias que buscan una mascota: la aplicación sería atractiva para familias que buscan un nuevo miembro para su hogar y estén interesadas en adoptar una mascota en lugar de comprar una en una tienda de mascotas.
2. Personas solas: la aplicación también podría atraer a personas que viven solas y buscan una compañía amorosa. La adopción de una mascota puede brindar una sensación de amor y compañía que no se puede encontrar en otras actividades.
3. Jóvenes adultos: los jóvenes adultos que están comenzando a independizarse y buscan una mascota para su hogar pueden ser un público objetivo atractivo.
4. Personas mayores: las personas mayores también podrían estar interesadas en adoptar una mascota para compañía y una nueva forma de vida activa.
5. Amantes de los animales: la aplicación podría ser una opción popular para aquellos que aman a los animales y desean ayudar a aquellos que están en condición de abandono.
6. Grupos de protección animal: también podrían ser un público objetivo, ya que la aplicación podría ser una forma de conectarse con refugios y organizaciones de protección animal y ayudar a crear conciencia sobre el problema del abandono y maltrato de animales.

Ventaja competitiva diferenciadora del producto/servicio ofrecido

Cuáles son los elementos diferenciadores y definirlos; en este punto es necesario apoyar la propuesta desde perspectivas teóricas que sustenten la diferenciación del modelo propuesto, puede ser en otros contextos. Los elementos diferenciadores de la aplicación propuesta podrían ser los siguientes:

1. Enfoque en la protección animal: la aplicación estaría enfocada en la protección animal y la adopción de mascotas en lugar de ser simplemente una plataforma para la compra y venta de mascotas. Esto podría ayudar a crear conciencia sobre el problema del abandono y maltrato de animales y fomentar la adopción de mascotas.
2. Conveniencia: la aplicación sería fácil de usar y les permitiría a los usuarios encontrar y adoptar mascotas de manera rápida y sencilla. Además, la aplicación proporcionaría información sobre el cuidado de las mascotas y la posibilidad de hacer donaciones a los refugios.
3. Red de refugios: la aplicación tendría una red de refugios y organizaciones de protección animal que ofrecerían mascotas en adopción. Esto les permitiría a los usuarios encontrar una gran variedad de mascotas para adoptar y les ayudaría a los refugios a encontrar hogares permanentes para los animales que albergan.
4. Sin costo para el usuario: la aplicación sería gratuita para los usuarios, lo que la haría accesible para una amplia audiencia. Esto podría atraer a personas, quienes, de otra manera, no considerarían adoptar una mascota debido a los costos asociados con la compra de una mascota de un criador o tienda de mascotas.

Desde una perspectiva teórica, se podría utilizar el modelo de las cinco fuerzas de Porter para sustentar la diferenciación de la aplicación propuesta. Este modelo analiza las fuerzas que influyen en la competitividad de un mercado y cómo afectan a una empresa. En el caso de la aplicación propuesta, se podrían identificar las siguientes fuerzas:

1. Rivalidad entre competidores: la aplicación propuesta tendría pocos competidores directos que ofrecen un enfoque similar en la protección animal y la adopción de mascotas.
2. Amenaza de nuevos entrantes: la barrera de entrada para la creación de una aplicación similar podría ser baja, pero la red de refugios y organizaciones de protección animal de la aplicación propuesta podría ser un diferenciador clave.
3. Amenaza de productos o servicios sustitutos: es posible que los usuarios consideren la compra de una mascota de una tienda de mascotas o de un criador en lugar de adoptar una mascota a través de la aplicación, pero el enfoque en la protección animal y la adopción

de mascotas podría hacer que la aplicación sea más atractiva para algunos usuarios.

4. Poder de negociación de los proveedores: la red de refugios y organizaciones de protección animal de la aplicación podría tener un cierto poder de negociación debido a la demanda de mascotas en adopción.
5. Poder de negociación de los clientes: la gratuidad de la aplicación podría aumentar el poder de negociación de los clientes, ya que tienen la opción de elegir entre varias aplicaciones similares.

Estrategia de distribución y comercialización

De qué manera se van a desarrollar las actividades de distribución y comercialización, así como cuáles serían los aliados y las rutas por seguir para llegar a la población objetivo. En cuanto a la distribución y la comercialización de la aplicación para la protección de animales en condición de abandono, se pueden considerar las siguientes estrategias:

1. Alianzas con refugios y organizaciones de protección animal: la aplicación podría establecer alianzas con refugios y organizaciones de protección animal en diferentes regiones para promover la adopción de mascotas a través de la aplicación. Estas alianzas podrían incluir la promoción de la aplicación a través de los sitios web y redes sociales de los refugios, así como la integración de la aplicación en los procesos de adopción de los refugios.
2. Publicidad en línea: la aplicación podría anunciarse en línea a través de anuncios pagados en motores de búsqueda y redes sociales. Esto podría ayudar a llegar a un público más amplio y aumentar la visibilidad de la aplicación.
3. Eventos y ferias de adopción de mascotas: la aplicación podría participar en eventos y ferias de adopción de mascotas en diferentes regiones para promover la adopción de mascotas a través de la aplicación. Esto podría ayudar a llegar a un público interesado en la adopción de mascotas y crear conciencia sobre la aplicación.
4. Campañas de concienciación: la aplicación podría lanzar campañas de concienciación en línea y fuera de línea para promover la adopción de mascotas y la protección animal. Esto podría ayudar a generar interés en la aplicación y aumentar la visibilidad de la marca.

En cuanto a la distribución de la aplicación, esta podría estar disponible para su descarga gratuita en las tiendas de aplicaciones (App Store y Google Play). La aplicación también podría estar disponible en el sitio web de la organización o en el sitio web de los refugios asociados. Para llegar a la población objetivo, la aplicación podría dirigirse a las siguientes rutas:

1. Usuarios interesados en adoptar mascotas: la aplicación podría dirigirse a personas que estén interesadas en adoptar mascotas y que busquen una manera fácil y conveniente de hacerlo.
2. Personas interesadas en la protección animal: la aplicación también podría dirigirse a personas interesadas en la protección animal y que deseen contribuir a esta causa a través de la adopción de mascotas.
3. Organizaciones y empresas: la aplicación podría dirigirse a organizaciones y empresas que deseen promover la adopción de mascotas y la protección animal a través de alianzas y colaboraciones.

En conclusión, las actividades de distribución y comercialización de la aplicación para la protección de animales en condición de abandono se centrarían en establecer alianzas con refugios y organizaciones de protección animal, publicidad en línea, eventos y ferias de adopción de mascotas y campañas de concienciación. La distribución se llevaría a cabo a través de las tiendas de aplicaciones y los sitios web asociados. La aplicación se dirigiría a personas interesadas en adoptar mascotas y en la protección animal, así como a organizaciones y empresas interesadas en colaborar con la aplicación.

Servicios brindados antes durante y después de la venta del producto/servicio

Cuáles serán las estrategias por desarrollar para el acompañamiento al cliente/usuario en todo el proceso antes durante y después de la experiencia. Para asegurar una buena experiencia del usuario durante todo el proceso de adopción y cuidado de su mascota, la aplicación podría implementar las siguientes estrategias de acompañamiento al cliente/usuario:

1. Tutoriales y guías: la aplicación podría incluir tutoriales y guías que ayuden al usuario a familiarizarse con la aplicación y sus funciones. Además, podría ofrecer guías sobre la adopción de mascotas, los cuidados que necesitan, consejos para la adaptación del animal a su nuevo hogar, entre otros temas importantes.

2. Chat en línea y soporte técnico: la aplicación podría ofrecer un chat en línea o soporte técnico para que los usuarios puedan obtener ayuda en caso de tener problemas técnicos o dudas sobre el uso de la aplicación. Esto les permitiría resolver rápidamente cualquier problema que pudieran tener y mejorar su experiencia con la aplicación.
3. Recordatorios y alertas: la aplicación podría enviar recordatorios y alertas al usuario sobre citas con el veterinario, la fecha de vacunación de su mascota, el suministro de alimentos, entre otras cosas importantes, para el cuidado de su mascota. Esto les permitiría tener un mejor control de la salud de su mascota y evitar olvidar citas importantes.
4. Red social de usuarios: la aplicación podría crear una red social de usuarios en los cuales los dueños de mascotas puedan compartir sus experiencias, fotos y consejos con otros usuarios de la aplicación. Esto les permitiría conectarse con otros dueños de mascotas y recibir apoyo y consejos de la comunidad.
5. Encuestas y retroalimentación: la aplicación podría solicitar comentarios y retroalimentación de los usuarios para conocer sus opiniones y sugerencias para mejorar la aplicación. Esto les permitiría identificar áreas de mejora y ajustar la aplicación a las necesidades y deseos de los usuarios.

En resumen, las estrategias de acompañamiento al cliente/usuario de la aplicación para la protección de animales en condición de abandono incluirían tutoriales y guías, chat en línea y soporte técnico, recordatorios y alertas, una red social de usuarios y encuestas, así como retroalimentación. Estas estrategias permitirían ofrecerle un mejor servicio y experiencia al usuario, lo que contribuiría a su fidelización y a la reputación positiva de la aplicación.

Fuentes de financiamiento

La propuesta de la aplicación para la protección de animales en condición de abandono podría contar con varias fuentes de financiamiento. A continuación, se presentan algunas de las posibles fuentes de financiamiento que podrían ser consideradas:

1. Inversores privados: la aplicación podría buscar inversionistas privados interesados en apoyar una iniciativa con un enfoque social como esta. Los inversores podrían recibir una participación en el negocio a cambio de su inversión y podrían ofrecer experiencia y conocimientos que podrían ser de gran valor para la aplicación.

2. *Crowdfunding*: la aplicación podría considerar la posibilidad de utilizar plataformas de *crowdfunding* para obtener financiamiento. El *crowdfunding* les permite a las personas contribuir con pequeñas cantidades de dinero para apoyar proyectos en los que creen. Además, proporciona financiamiento y ayuda a aumentar la visibilidad y el alcance de la aplicación.
3. Subvenciones y ayudas públicas: la aplicación podría buscar subvenciones y ayudas públicas ofrecidas por organizaciones gubernamentales o no gubernamentales que apoyen iniciativas sociales. Estas subvenciones podrían proporcionar una fuente de financiamiento importante para la aplicación, así como apoyo y visibilidad.
4. Modelos de negocio: la aplicación podría implementar un modelo de negocio que permita generar ingresos a través de la venta de servicios y productos relacionados con la protección de animales en condición de abandono. Por ejemplo, podría ofrecer servicios de adopción o servicios de cuidado de mascotas, que podrían generar ingresos y ayudar a financiar la aplicación.
5. Patrocinios y alianzas: la aplicación podría buscar patrocinios y alianzas con organizaciones y empresas que compartan sus valores y objetivos. Estas organizaciones podrían proporcionar financiamiento, apoyo y visibilidad, a cambio de la promoción de sus productos y servicios en la aplicación.

Recursos necesarios para el desarrollo del modelo de negocios

Detallar todos los recursos involucrados en la propuesta, tecnológicos, humanos, financieros, infraestructura, entre otros.

Recursos tecnológicos

- Desarrollo de la aplicación: se requerirán recursos tecnológicos para el desarrollo de la aplicación, tales como servidores, plataformas de desarrollo, herramientas de programación y diseño, entre otros.
- Mantenimiento y actualización: una vez desarrollada la aplicación, se requerirán recursos para el mantenimiento y la actualización de esta, que incluyen el monitoreo de la seguridad, la corrección de errores y la incorporación de nuevas funcionalidades.

Recursos humanos

- Desarrolladores: se necesitará un equipo con experiencia en el desarrollo de aplicaciones móviles para trabajar en el diseño y el desarrollo de la aplicación.
- Personal de atención al cliente: se requerirá personal que pueda responder a las preguntas y los comentarios de los usuarios, y que pueda ofrecer soporte técnico en caso de problemas.
- Especialistas en marketing, para promocionar la aplicación y llegar a la población objetivo.
- Expertos en protección animal, para proporcionar información y recursos para la aplicación.

Recursos financieros

- Capital inicial: se requerirá capital para financiar el desarrollo inicial de la aplicación y cubrir los gastos operativos iniciales.
- Gastos operativos: se necesitarán recursos para cubrir los gastos operativos continuos, como el alojamiento de servidores, el mantenimiento y la actualización de la aplicación, el personal y el marketing.
- Fuentes de financiamiento, para obtener capital adicional para la aplicación.

Recursos de infraestructura

- Servidores: se requerirá infraestructura para alojar los servidores necesarios para el funcionamiento de la aplicación.
- Conexión a internet estable y de alta velocidad para garantizar el funcionamiento de la aplicación y la comunicación con los usuarios.
- Oficina: si se establece una oficina, se necesitarán recursos para alquilar o comprar el espacio de oficina y equiparla con los elementos necesarios.

Otros recursos

- Alianzas y colaboraciones: la aplicación puede requerir la colaboración y alianzas con otras organizaciones para mejorar su alcance y su capacidad de ofrecer servicios.

- **Propiedad intelectual:** se requerirán recursos para proteger la propiedad intelectual de la aplicación, incluyendo la marca registrada y la patente de las innovaciones tecnológicas.
- **Comunidad de usuarios:** la aplicación requerirá una comunidad de usuarios activa que proporcione retroalimentación y que pueda ser una fuente de apoyo para la aplicación.

Apoyos, proveedores y alianzas necesaria

Para la ejecución de la propuesta de una aplicación para la protección de animales en condición de abandono, se pueden establecer alianzas con diferentes empresas y entes que puedan apoyar la iniciativa. Algunas de estas alianzas pueden incluir:

1. **Organizaciones de protección animal:** se pueden establecer alianzas con organizaciones de protección animal tanto locales, como regionales o nacionales y que ya tengan una base de datos y experiencia en la protección animal. Estas organizaciones pueden proporcionar recursos adicionales, información y apoyo para la aplicación.
2. **Clínicas y veterinarias:** se pueden establecer alianzas con clínicas y veterinarias que trabajen con animales abandonados para proporcionar servicios y apoyo a los usuarios de la aplicación. Estas alianzas también pueden ayudar a identificar casos específicos de animales en peligro y necesidad de ayuda.
3. **Empresas de tecnología:** se pueden establecer alianzas con empresas de tecnología que puedan proporcionar recursos técnicos, financieros y humanos para el desarrollo y el mantenimiento de la aplicación.
4. **Gobiernos locales:** se pueden establecer alianzas con gobiernos locales, como alcaldías y concejos municipales, para obtener apoyo y recursos adicionales para la protección animal en la región.
5. **Empresas privadas:** se pueden establecer alianzas con empresas privadas que compartan la misma visión y preocupación por el bienestar animal. Estas empresas pueden proporcionar recursos financieros y humanos para la aplicación y también pueden utilizar la aplicación como parte de su responsabilidad social empresarial.

6. Comunidades locales: se pueden establecer alianzas con las comunidades locales para obtener información y apoyo en la protección animal. Las comunidades pueden proporcionar información sobre casos específicos de animales en peligro, así como recursos y apoyo para la iniciativa.

Inversión total requerida (estimada)

Tabla 1. Inversión estimada

Balance inicial		
Activo corriente	Debe	Haber
La aplicación	\$ 11 500 000	
Activo no corriente		
Patrocinadores	\$ 16 000 000	
Equipos de marketing	\$ 21 000 000	

Balance inicial		
Pasivo corriente	Debe	Haber
Pasivo no corriente		

Patrimonio (Activo-Pasivo)			
Presupuesto	Valor unitario	Unidades	Valor total
Inventario inicial de mercancía			
Aplicación	\$ 1 000 000	1	\$ 15 000,00
Mobiliario y equipo			
1 Computador	6 500 000	3	\$ 20 000 000
Gastos de organización			
1 Programador	\$ 3 000 000	3	\$ 9 000 000
2 Equipo de marketing	\$ 8 000 000	5	\$ 24 000 000
3 Inversores	\$ 33 500 000	2	\$ 70 000 000
Gastos de instalación			
1			
2			
3			
4			

Fuente: elaboración propia (2023).

Cronograma del desarrollo del modelo de negocios

Tabla 2. Cronograma

1	Planeación	Mayo				Junio				Julio			
		Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
1.1	Visualización de la presencia en correo electrónico												
2	Presentación proyecto inicial												
	Revisión general												
	Aprobaciones												
	Presupuesto												
	Inicio de actividades												
3	Plataforma E-Commerce												
	Diseño												
	Desarrollo												
	Enlace e integración												
	Implementación												
	Pruebas												
	Corrección de errores												
	Puesta en marcha y funcionamiento												
	Logística y servicios												
	Alquiles bodega												
	Negociación con proveedores												
	Negociación transportadora												
	Traslado de productos												

Fuente: elaboración propia (2023).

Referencias

- BBVA. (s. f.). *Financiamiento de proyectos sociales y medioambientales*. Consultado el 3 de mayo del 2023. <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/financiamiento-proyectos-sociales-medioambientales/>
- Creapreneur. (2021). *¿Qué es la propuesta de valor y cómo definirla?* Consultado el 3 de mayo del 2023. <https://www.creapreneur.es/que-es-la-propuesta-de-valor-y-como-definirla/>
- Fundación Telefónica. (s. f.). *Financiamiento para proyectos sociales*. Consultado el 3 de mayo del 2023. <https://www.fundaciontelefonica.com/noticias/financiamiento-proyectos-sociales/>
- Gestiopolis. (s. f.). *Recursos del proyecto*. Consultado el 3 de mayo del 2023. <https://www.gestiopolis.com/recursos-proyecto/>
- Salesforce. (2019). *Guía para una estrategia de experiencia del cliente exitoso*. Consultado el 3 de mayo del 2023. <https://www.salesforce.com/mx/blog/2019/07/guia-estrategia-experiencia-del-cliente.html>

