



GPS Mascotas
Una Alternativa tecnológica para perros y gatos

AUTOR

FELIPE ROBLEDO RUEDA

DIRECTOR DEL PROYECTO

TOMAS LOMBANA BEDOYA

UNIVERSIDAD ICESI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2015

Tabla de Contenido

RESUMEN

1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN
 2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN
 3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN
 - 3.1 OBJETIVO GENERAL
 - 3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS
 4. JUSTIFICACION DE LA INVESTOGACION DE MERCADOS
 5. MARCO TEORICO
 - 5.1 ANALISIS DEL MERCADO
 - 5.2 ANALISIS DEL SECTOR:
 - 5.2.1 SITUCACION SOCIO CULTURAL
 - 5.2.2 SITUACION ECONOMICA
 - 5.2.3 TECNOLOGIA
 - 5.2.4 PRODUCTOS Y SERVICIOS
 - 5.2.5 CLIENTES
 - 5.2.5.1 CLIENTES POR SEGMENTO GENERAL
 - 5.2.5.2 CLIENTES POR SEGMENTO INDIVIDUAL
 - 5.3 TAMAÑO DEL MERCADO
 - 5.3.1 TAMAÑO Y FRACCION DEL MERCADO
 - 5.3.2 TAMAÑO DE MI MERCADO
 - 5.4 COMPETENCIA
 6. METODOLOGÍA.
 7. FICHA TÉCNICA
 8. ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN
 9. CONCLUSIONES
 10. ANEXOS
 - 10.1 ENCUESTA
 - 10.2 CENSO ZONOSIS
- BIBLIOGRAFIA

RESUMEN

Entendiendo el crecimiento continuo que tiene la tecnología sumado a las clínicas veterinarias, debido al gran auge de mascotas en la ciudad y en el país, aparecen diversas ideas y elementos que se pueden aplicar en este mercado, una de ellas es la implantación de un dispositivo no solo de identificación también de rastreo satelital, más conocido como GPS, lo que permitirá al usuario o propietario, conocer en tiempo real información de su mascota y su posición, recorridos o movimientos, enriqueciendo totalmente el ambiente familiar, ya que no solo genera seguridad sino un sinfín de información que permitirá al propietario tener cada vez en mejor estado a su mascota.

Palabras claves: Investigación de mercados, métodos de recolección de datos, Investigación descriptiva y cuantitativa. GPS, mascotas, clínicas veterinarias.

ABSTRACT

Understanding the technology's continuous growth in addition to the veterinary clinics, due to the boom of pets in the city and country, gives origin to diverse ideas and elements that can be applied to this market, one of them is the implementation of a device that not only can provide identification but also satellite tracking, more known as GPS, which gives the user or owner real time information about their pet and its position, routes or movements, by enriching the family environment, because it doesn't only generates security but endless information that will enable the owners to keep their pets in better conditions.

Keywords: Market research, data collection methods, descriptive and quantitative investigation, GPS, pets, veterinary clinics.

1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

“Investigación de Mercados para la Viabilidad de Implementación de uso de dispositivo GPS para Mascotas”

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Atendiendo un mercado en crecimiento como lo es el de las mascotas, se encuentra la necesidad de buscar productos o servicios que ayuden a establecer beneficios para este sector, problemas cotidianos como robo o pérdida de las mascotas, falta de conocimiento sobre su recorrido o información básica de su historial clínico que se pierde y es requerido para su constante crecimiento, a partir de estas premisas se encuentra o se abre una posibilidad enorme para buscar la viabilidad de poder implementar un servicio donde se ofrezca la implantación de un chip que no solo permita brindarle al propietario información de su mascota, sino que a la vez genere en tiempo real su ubicación a través de un geo posicionamiento (GPS).

3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 OBJETIVO GENERAL

Conocer el estado de la demanda que hay en el mercado caleño sobre la necesidad o deseo de tener un seguimiento permanente (GPS) para las mascotas.

3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar que tanto conocimiento tienen los propietarios sobre el recorrido que realizan sus mascotas a diario.
- Conocer qué tipo de herramientas de monitoreo conocen los propietarios.
- Indagar la aceptación que existe por parte de los propietarios para implantar el chip.
- Conocer un promedio del gasto mensual que genera la mascota.
- Saber si el propietario tomaría el servicio.
- Identificar cuáles serían los mejores canales para brindar la información a los propietarios.

4. JUSTIFICACION DE LA INVESTOGACION DE MERCADOS

La idea de negocio es la implantación de un microchip “**GPS MASCOTAS**” el cual servirá para mantener ubicada a la mascota en todo momento y tener toda la información de su registro medico actualizado cada que tenga visita al veterinario, así usted no tendrá que preocuparse nunca más de la información. El microchip se venderá solo en los puntos de ventas controladas por la organización, en un comienzo y como prueba piloto todo el proceso se llevara a cabo en las instalaciones de la clínica veterinaria “Petmour” sede norte.

En muchas ocasiones los propietarios de las mascotas no tienen el tiempo suficiente para sacarlas a dar una vuelta o para llevarlas al veterinario, es ahí donde algunos deciden contratar a un paseador que se encargue de atenderles esta necesidad y logren tener a las mascotas felices; Entonces surge la duda: ¿Sabe usted a donde llevan a su mascota o si verdaderamente le aplicaron las vacunas en el medico o que pasaría si se lo roban? Cuando usted no estuvo presente en ese momento por falta de tiempo por otros compromisos y puede que le estén mintiendo y verdaderamente no estén haciendo las cosas correctamente y no satisfagan las necesidades de su mascota. Por todo esto presentamos la siguiente propuesta:

Se presentará la idea de traer el microchip implantable GPS MASCOTAS, el cual servirá para saber siempre donde se encuentra su mascota, saber que vacunas le aplicaron, cuales le hacen falta y demás información del animal, todo esto en una aplicación que se adquiere junto con el dispositivo.

Es importante recalcar que este tipo de idea de negocio es algo innovador que no se ha presentado en Colombia ni en el mundo, lo único que se puede encontrar con frecuencia son los microchips de identificación, por ende todo aquel que tenga una mascota con microchip se verá tentando a adquirir este producto, ya que satisfará una necesidad que nadie ha logrado abarcar.

5. MARCO TEORICO

Se realiza una investigación cuantitativa descriptiva, por medio de encuestas con preguntas abiertas y cerradas a los clientes de la veterinaria “Petmour” quienes son el foco principal para esta investigación.

La encuesta es uno de los métodos más utilizados en la investigación de mercados porque permite obtener amplia información de fuentes primarias sobre gustos y preferencias. Incluye un cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que está diseñado para obtener información específica.

5.1 ANALISIS DEL MERCADO

Se realizará la propuesta inicial y la prueba piloto en la clínica veterinaria “Petmour”, donde se recopilara la información necesaria para seguir con el proyecto:

Actualmente la ciudad de Cali cuenta con más de 222 veterinarias registradas en cámara y comercio de la ciudad, no todas con los certificados adecuados y las normas de calidad e higiene que la ley enfatiza, pero todos ellos serían nuestros canales de información hacia nuestros clientes, los propietarios de mascotas.

El mercado está en crecimiento y por ende necesitará algo que pueda permitir a los dueños sentirse seguro y saber en dónde se encuentra su mascota, como también tener a la mano siempre la información médica de su animal. Es ahí en donde “GPS MASCOTAS” entrará a tomar ese mercado.

En términos de producto, el microchip que se ofrecerá será el producto más innovador hasta la fecha en identificación y búsqueda de mascotas en Colombia, pues aunque existen collares con GPS incorporados, estos tienen algunas limitaciones como lo son el tamaño y el peso.

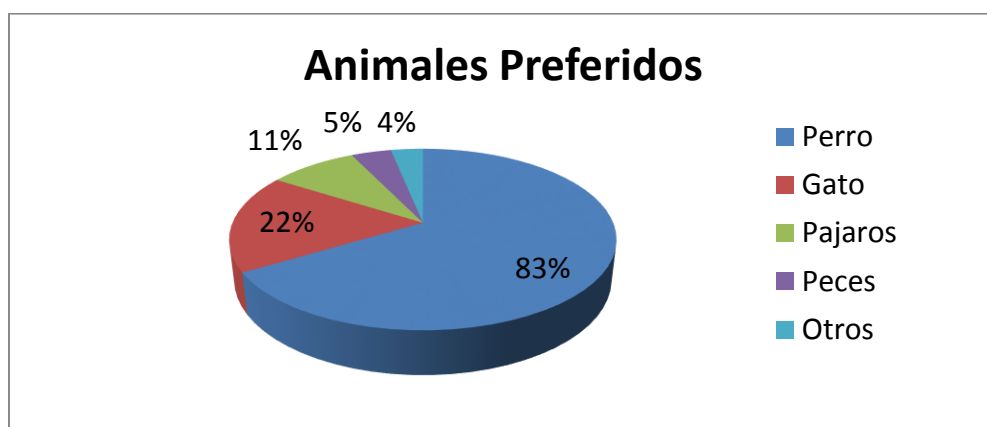
5.2 ANALISIS DEL SECTOR:

5.2.1 SITUCACION SOCIO CULTURAL

GPS Mascotas esta directamente relacionada con las clínicas veterinarias y la zootécnica; esta área se caracteriza por una constante innovación, que genera beneficios en ámbitos, como: nutrición, medicamentos, cirugías, belleza, accesorios y tecnología. Este tipo de implementaciones innovadoras están generando que las

empresas especializadas en estos sectores tengan mayores beneficios para las mascotas que atienden, obteniendo prestigio y optimizando los resultados que esperan.

Según investigaciones Latino Americanas realizadas por la firma GFK, la mascota preferida es el perro con un 83% de preferencia frente a un 22% de los felinos, seguido por los pájaros, con un 11%, los peces registran 5% y en último lugar, algún otro tipo de mascotas con 4%. Mientras que en Colombia más de la tercera parte de los hogares tienen mascotas, eso quiere decir que un 37% de los hogares cuentan con una mascota. Lo que evidencia que en las familias la mascota cumple un factor representativo.



Fuente: Firma GFK

De acuerdo a la Secretaria de Salud Pública Municipal de Santiago de Cali, existen alrededor de 201.006 mascotas registradas en el muestreo poblacional del año 2011, y las tendencias de obtener mascotas siguen en crecimiento. Según la revista Portafolio, en un artículo publicado el 19 de Agosto de 2013; el mercado crece en un 13% anual.¹

5.2.2 SITUACION ECONOMICA

El índice de crecimiento ha afectado de forma positiva al sector de las veterinarias, entre los más beneficiados han sido los distribuidores de artículos de nutrición, como también los que se encargan de vender artículos de belleza y SPA para las mascotas. Estas cifras fueron expresadas por la revista Portafolio, la cual afirma que 203.4

¹(<http://www.portafolio.co/portafolio-plus/mercado-articulos-mascotas>)

millones de dólares en el 2008 a 345 millones en el 2012, según Euromonitor, empresa dedicada a análisis de diferentes sectores.

Un artículo del diario la república afirma que las personas invierten un promedio de 200.000 pesos mensuales en sus mascotas, a su vez, Euromonitor International, muestra que la industria de alimentos para mascotas facturó en el 2013 \$473.000 millones; en venta de productos para mascotas se facturó alrededor de \$600.000 millones, y el gasto per cápita alcanzó los \$61.000. Lo que plantea un fuerte crecimiento de este mercado, y una mayor propensión a adquirir bienes y servicios para este sector.

5.2.3 TECNOLOGIA

En el área de tecnología, uno de los más importantes en la actualidad, se han incorporado prácticas como la implantación de microchips de rastreo e identificación, aparte ya han realizado propuestas en el concejo de Cali, para establecer obligatoriedad en las denominadas razas peligrosas. Según los registros de la Secretaría de Salud Municipal y el Centro de Zoonosis, entre enero y noviembre del 2005 se han notificado 2.399 casos de personas mordidas por perros y gatos de todas las razas, incluidos los perros potencialmente peligrosos y se estima que una cifra similar queda sin registro.²

Este proyecto propone crear el comité de zoonosis que se encargue de hacer que exista responsabilidad por parte de los propietarios y se eviten las enfermedades producidas por animales; la propuesta señala que se debe tramitar la licencia e identificación de cada mascota: un microchip adherido al animal que deberá llevar su nombre, edad, raza, vacunas, el nombre del propietario, dirección y otros aspectos.³ Los valores de implantación oscilan entre los 30.000 y 50.000 pesos Colombianos, una vez se tiene el chip, todo el historial médico y datos del dueño aparecerán en la base de datos del Registro Civil de Mascotas Colombia. Además la adquisición del microchip GPS ayudaría solo para la ubicación exacta de la mascota y su valor oscila entre los 200.000 y 300.000 pesos Colombianos, pero la única limitación sería que solo animales de mediana y grande estatura podrían cargarlos debido a su peso de (220 gramos), explicó Alejandra Mora de InterStore.⁴

² <http://historico.elpais.com.co/paisonline/calionline/notas/Diciembre042005/A604N1.html>

³ ESPINOSA Rafael: Mascotas de Cali a sacar cedula; Periódico el Tiempo; Enero 2010; <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-921048-27/01/2010-01:32-p.m.>

⁴ <http://www.eltiempo.com/vida-de-hoy/ecologia/microchip-para-mascotas-12887704-4>

En la actualidad no existe alguna compañía que haga la implantación de microchips con ubicación GPS, en Colombia. Todos los sistemas que se manejan son por medio de collares con GPS incorporados para la ubicación de la mascota, o en su defecto los microchips implantados, pero solo para la identificación del animal y la información de sus dueños.

Este negocio de las mascotas está en la mira de muchas empresas y sectores complementarios, aseguradoras como Liberty, Coomeva, SURA, empresas independientes y grandes industrias, las cuales ofrecen seguros contra cualquier riesgo, según investigación. Muchas empresas de tecnología, enfocadas en posicionamiento satelital prestan el servicio como una ramificación de sus productos, ninguno se ha tomado la tarea de profundizar en un mercado que crece a un ritmo desorbitante, el de las mascotas.⁵

5.2.4 PRODUCTOS Y SERVICIOS

En el estudio de mercado realizado en la ciudad de Cali, en una clínica veterinaria ubicado en un estrato 5 de la ciudad, se realizaron 100 encuestas con la finalidad de saber, que tanto conocen del producto de GPS, disposición a pagar, relación con su mascota, intereses, a su vez encontramos que la mayoría de los propietarios de mascotas coinciden en lo mismo, el temor a que su mascota se le pierda, por esta razón muchas veces no los sacan a los parques y en las fincas no les dan la libertad suficiente por miedo a que el animal salga de la propiedad, analizando un poco este aspecto se ve reflejado los enormes costos en las fincas al hacer los encierros, y vemos reflejado la limitación que tiene el animal a la hora de poder divertirse.

Otro aspecto encontrado entre los propietarios es el miedo al hurto, no muchos tienen el hábito de adoptar, así que sus mascotas son de raza, lo que los hace vulnerables frente a tanto ambicioso que busca a estos animales para sacarles cría y volverlos un negocio, afirmaron varios encuestados.

Se encontró relevante el seguimiento médico, muchos pierden las formulas, en los trasteos se embolatan, en la limpieza de la casa se bota para reciclaje, se riega algo encima, o muchas veces se la termina comiendo la mascota; son algunos factores que nos muestran los usuarios por lo cual vienen problemas como: ¿qué vacunas le he puesto?, ¿Cuándo se las coloque?, ¿Que tratamiento le efectué a mi mascota?, ¿Cuáles gotas le di?

Son aspectos cotidianos que en ocasiones se pasan por alto y son de suma importancia para el veterinario.

⁵(http://www.portafolio.co/detalle_archivo/MAM-3856245)

GPS Mascotas quiere darle solución a las necesidades de los propietarios en pro de su mascota, basando su producto y servicio en dos áreas; un Microchip y un desarrollo web, que pretende de una manera fácil y moderna darle solución a las necesidades de sus clientes, con las siguientes características:

Producto y Servicios	
GPS	PORTAL WEB
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Monitoreo satelital 24 horas ✓ Geo posicionamiento 98% preciso. ✓ Informe de movimientos, para seguimientos de los paseos o recorridos que realice. ✓ Alarmas sobre salidas del perímetro establecido. ✓ Identificación nacional (mundial). ✓ Código único. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Historia clínica dinámica. ✓ Seguimiento de vacunas, desparasitadas, controles, cirugías. ✓ Fotografías diagnósticas. ✓ Árbol genealógico. ✓ Seguimiento de rutas. ✓ Acceso a la mano.

5.2.5 CLIENTES

Teniendo en cuenta la investigación del mercado, se puede ver cómo el sector de las veterinarias y la zootécnica se encuentran en un crecimiento exponencial.

Los propietarios diariamente se ven en la necesidad de llevar a sus mascotas a las veterinarias de confianza, para realizarles un baño, revisión de rutina, enfermedad, compra de alimentos, medicamentos o accesorios el cual es un mercado que también crece en Colombia a diario. Todo esto porque la atención que les brindan a su mascota y al cliente como tal es la más adecuada y aparte los precios se ajustan a su presupuesto.

5.2.5.1 CLIENTES POR SEGMENTO GENERAL

Los clientes de GPS Mascotas son aquellos que tengan una mascota, en este caso perro o gato, pensado como personas naturales o jurídicas, que tengan una relación de protección o prevención sobre su mascota, el cual tendrá al alcance este tipo de producto y servicio basado en su bajo costo y gran demanda. A continuación se detalla la segmentación de clientes.

Segmentación de Clientes	
Geográfico	Área Nacional: Colombia, arrancando en Cali realizando la prueba piloto en una clínica veterinaria aliada al proyecto Petmour Sede Norte
Demográfico	Número de mascotas Cali: 400.000 Número de hogares aprox. 985.000
Socio- Económico	Estrato 3-4 (medio); 5(medio alto); 6 (alto)
Psicográfico	<p>Persona Natural: basada siempre en buscar un ambiente familiar involucrando a la mascota desde algún punto de vista, en su mayoría buscando compañía o afecto, que invierten en su mascota con la mentalidad de mejorar su calidad de vida, lo que nos indica el no querer perderlos.</p> <p>Persona Jurídica: se basa en la seguridad y respaldo que la mascota le brinda en su propiedad y el respaldo a su personal, o en muchas ocasiones como mascota de la misma compañía, adoptada regularmente por los mismos empleados.</p>

5.2.5.2 CLIENTES POR SEGMENTO INDIVIDUAL

Se define una serie de características de los posibles clientes, de acuerdo a su naturaleza, o deseo de tener un animal como mascota.

	Segmento	Descripción
1	Familia	La principal razón de adquirir una mascota (perro o gato) es convertirlo o hacerlo un miembro más de la familia, y es ahí donde se vuelve parte crucial del negocio, al ser un miembro de la familia todos quieren su bienestar y tranquilidad, y que más seguridad que saber dónde está cada que uno gusta.
2	Niño	La mayoría de niños adoran a los animales, y que mejor regalo que una mascota la cual le brinde compañía.
3	Parejas	Muchas parejas no pueden tener hijos y buscan en las mascotas ese ser al cual darle su amor y cuidado, llegando al punto de volverse su hijo.
4	Soltero(a)	En esta área vemos como la soledad hace buscar una compañía idónea que este siempre con nosotros y en los cuales se pueda depositar esa responsabilidad, cariño y dedicación.
5	Adulto Mayor	En Colombia vemos una alta tendencia a ver el adulto mayor solo, esto hace enlace con los solteros, donde la mascota se vuelve ese fiel compañero que siempre está ahí en esos últimos años de vida, donde solo te va a dar amor cariño y sonrisas
6	Comunidad LGTB	Por las limitaciones físicas y legales hace que las parejas no puedan de ninguna forma optar por tener a su cargo un bebe, lo que los inclina a depositar su amor y afecto en las mascotas, haciéndolas propias de su hogar y su relación sin afectar su entorno social.
7	Empresas	Sabemos que las mascotas se volvieron parte integral de los equipos de vigilancia de las empresas, o simplemente por cariño se adopta las mascota de la organización donde todos se encargan de su cuidado, es un mercado poco observado pero bastante amplio.

5.3 TAMAÑO DEL MERCADO

5.3.1 TAMAÑO Y FRACCION DEL MERCADO

Tabla 3. Estimación de la población de caninos y felinos en la ciudad de Santiago de Cali, 2011.

COMUNA	Numero de manzanas x comuna	Promedio caninos por manzana	Total caninos por comuna	Promedio felinos por manzana	Total felinos por comuna	Total caninos y felinos por comuna
1	328	16,5	5.412	1,0	328	5.740
2	919	3,8	3.492	1,4	1.287	4.779
3	391	8,8	3.441	2,0	782	4.223
4	520	5,0	2.600	1,5	780	3.380
5	679	10,0	6.790	2,3	1.582	8.372
6	902	7,4	6.675	0,6	541	7.216
7	526	9,5	4.997	1,0	526	5.523
8	661	17,0	11.237	2,3	1.540	12.777
9	392	12,5	4.900	3,0	1.176	6.076
10	610	16,7	10.169	1,3	811	10.980
11	648	20,0	12.960	0,7	434	13.394
12	358	18,0	6.444	3,0	1.074	7.518
13	975	10,4	10.140	3,0	2.925	13.065
14	1.083	9,5	10.289	2,0	2.166	12.455
15	938	9,4	8.817	2,8	2.626	11.444
16	627	11,3	7.106	2,0	1.254	8.360
17	804	14,0	11.256	2,0	1.608	12.864
18	602	18,0	10.836	3,3	2.005	12.841
19	808	14,0	11.312	2,0	1.616	12.928
20	477	21,5	10.256	5,5	2.624	12.879
21	1.193	9,3	11.083	1,4	1.706	12.789
22	156	7,0	1.092	2,0	312	1.404
	14.597		171.303		29.703	201.006

Tabla 4. Proporción de viviendas con animales por estrato socioeconómico en Santiago de Cali, 2011.

ESTRATO	PROPORCION DE CANINOS POR ESTRATO	POBLACION CANINA POR ESTRATO	PROPORCION DE FELINOS POR ESTRATO	POBLACION FELINA POR ESTRATO
1	25,30	43.337	23,53	6.989
2	24,00	41.105	27,94	8.299
3	35,83	61.379	33,82	10.047
4	8,69	14.880	8,33	2.475
5	5,43	9.300	5,39	1.602
6	0,76	1.302	0,98	291
	100	171.303	100	29.703

5.3.2 Tamaño de mi mercado

Este proyecto tiene como plataforma una clínica veterinaria ya establecida, con 7 años de experiencia y una fidelización de clientes que hace posible tener un mercado cautivo muy prometedor.

La base de datos de la empresa cuenta con alrededor de 5000 clientes entre sus dos sedes, en la sede la cual realizaremos el proyecto es la sede norte, con una base de datos de 2000 clientes y con una antigüedad de 3 años.



De esta manera nuestro mercado costa de: todos los clientes recurrentes (1500 promedio) y visitantes (100 mensuales) de la sede norte de la clínica veterinaria.

Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ✓ La tranquilidad que busca el propietario de saber dónde se encuentra su mascota siempre. ✓ Un mercado virgen con alta demanda de soluciones a sus necesidades ✓ La creciente demanda por adquirir mascotas. ✓ El búsqueda de un producto a ayude y facilite el diario vivir de propietarios 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La normatividad de INVIMA. ➤ El crecimiento de este mercado hace crecer en la misma proporción empresas que quieran brindar soluciones. ➤ El uso inadecuado que le pueden dar algunos al GPS. ➤ Los protestantes del maltrato animal que en algún caso pueden llegar a sugerir que se está atentando contra las mascotas.

5.4 COMPETENCIA

La mayor ventaja competitiva es que en Colombia no existe competencia directa para GPS Mascotas, no hay nadie que de manera comercial y abierta promueva u ofrezca el servicio que quiere ofrecer GPS Mascotas.

Hablando de los posibles clientes que se podrían encontrar después de empezar a comercializar el producto, serían las mismas compañías que actualmente venden y comercializan productos o servicios veterinarios., las dos más grandes en Cali son:

Clínica veterinaria Zamudio	Súper mascotas
	

Por otro lado encontramos empresas muy grandes en el exterior las cuales ya ofrecen un servicio de GPS las cuales están centralizadas en mascotas (grandes) bebés, y vehículos, utilizando el ya conocido dispositivo que utilizan los reos cuando salen de la cárcel, aunque sirve y es práctico, no es el adecuado y el más estético.

Algunas de las empresas más grandes en el exterior que ofrecen sus servicios son:

Trax
<p>Sistema de localización para niños y mascotas financiado en primer lugar a través de una plataforma de crowdfunding. Este dispositivo, resistente al agua, permite crear zonas seguras o peligrosas donde, según el dispositivo se encuentre fuera o dentro de ella, genera una alerta a través de una app móvil - para iOS o Android- o mediante un SMS.</p>
<p>La primera generación se ha distribuido a través de Kickstarter y en la actualidad es posible adquirirlo en preventa a un costo de 520 mil pesos Colombianos, que incluye dos años de envío de datos gratuito en todo el mundo. Una vez pasado este tiempo, el costo es de cinco dólares al mes</p>
Tagg - ThePetTracker
<p>Collar para perros y gatos que incorpora un receptor GPS y un emisor de señales inalámbricas. También cuenta con una aplicación para móvil, disponible para iOS y Android, con el fin de configurar diferentes zonas seguras o desactivar el dispositivo cuando se saque de paseo el animal.</p>

Entre otras opciones, este rastreador permite tener un control sobre los movimientos y el ejercicio que realiza la mascota cada día. De esta forma, se puede controlar su estado de salud. En caso de no disponer de un teléfono móvil compatible con la app, se puede acceder a través de la web y configurar alertas a través de SMS.

El costo del dispositivo es de 250 mil pesos Colombianos e incluye tres meses de servicio. Después, se puede adquirir una cuenta anual de uso por 40 dólares al año.

AmberAlert

Dispositivo rastreador se compone de un localizador y una app para móviles.

Deja crear zonas de seguridad donde las mascotas pueden moverse de forma libre. En el momento que la mascota sale del área, se activa una alerta en el móvil. También desde la aplicación podemos saber en todo momento dónde se encuentra nuestro gato o perro.

AmberAlert se comercializa en paquetes que incluyen el dispositivo y un plan mensual de uso. De momento, solo está disponible en Estados Unidos y Canadá a un precio estimado de 410 mil pesos Colombianos.

Locca

Locca es de los dispositivos más pequeños que existe, financiado a través del crowdfunding.

Su sistema combina tecnologías como GPS asistido, GSM, Bluetooth 4.0 y rastreador FSK basado en frecuencias. De esta forma, su batería es capaz de tener un ciclo de hasta 30 días.

Se puede colocar en animales o en cualquier otro sitio y localizarlo a través de una aplicación disponible para iOS, Android y Windows Phone. Cuenta con dos receptores, uno de ellos denominado mini, el indicado para animales.

Este dispositivo permite crear zonas seguras, como la casa del usuario o áreas comunes, donde la mascota puede moverse sin problemas. En el momento que salga de este sector, el usuario recibirá una alerta en su teléfono móvil informando de esta situación y de la localización del animal.

El servicio se vende mediante un paquete para mascotas que incluye el dispositivo, un cargador de mesa, una funda y seis meses de servicio por 325 mil pesos Colombianos. Después de medio año, el coste mensual es de 30 mil pesos Colombianos.

6. METODOLOGÍA.

La investigación de mercados

“La investigación de mercados es un proceso sistemático. Las tareas de este proceso comprenden el diseño de métodos para recopilar información, administrar la recolección de información, analizar e interpretar los resultados para comunicarlos a quienes toman las decisiones” (Ortinau, 2010), por lo tanto es importante para el desarrollo del proyecto realizar una investigación de mercados que nos ayudará a tomar decisiones claras con respecto a la realidad.

Para esta investigación se utilizó una muestra representativa de 100 Propietarios de mascotas de la clínica veterinaria PETMOUR Sede Norte, a los cuales se le realizaron diversas preguntas enfocadas a conocer su disposición a pagar, conocimiento de GPS, afinidad con el proyecto y conocimiento general sobre que representa la mascota para ellos.

Una vez realizada la encuesta se tabularon los resultados en Excel y se graficaron, para poder analizar la información y llegar a conclusiones claras y buscar las pautas para continuar o no con el proyecto.

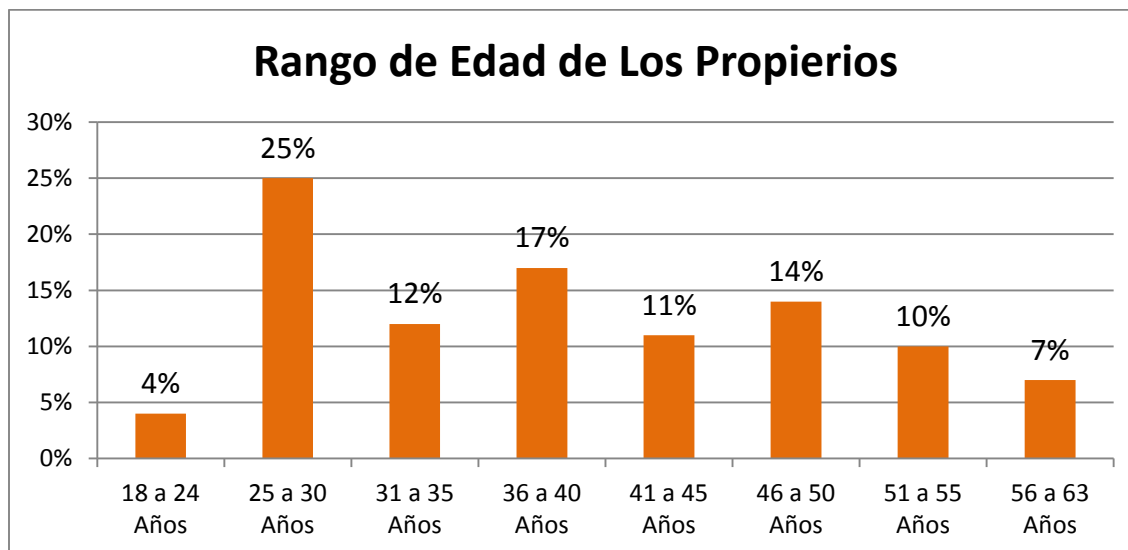
7. FICHA TÉCNICA

Ficha técnica	
Nombre del proyecto	GPS Mascotas
Responsable	Felipe Robledo
Investigación encargada por	Proyecto de grado Universidad ICESI
Tipo de investigación	Investigación cuantitativa descriptiva
Técnica de recolección	Encuesta por Internet
Tipo de instrumento	Cuestionario con preguntas Estructuradas
Población objetivo	Cientes Clinica Veterinaria PETMOUR
Tamaño de la muestra	100 Encuestados
Margen de error	10%
Nivel de confianza	95%
Fecha de realización trabajo de campo	01 de Octubre al 28 de Octubre de 2015

8. ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN

De acuerdo con los resultados encontrados en la investigación se proyecta una gran visión para el proyecto de GPS Mascotas, a continuación los gráficos de las preguntas.

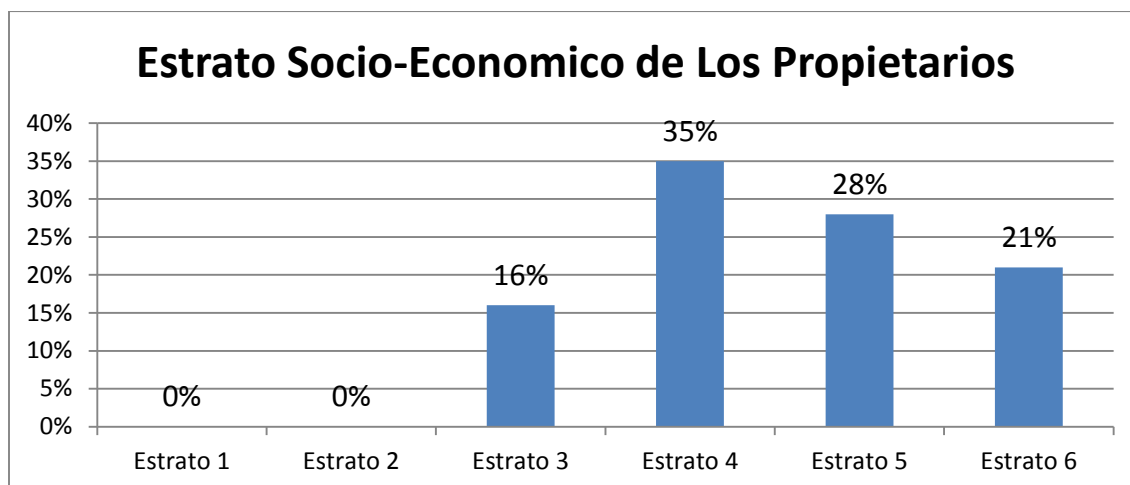
Grafico No 1 Muestra: 100 Fuente Propia



Se analiza este gráfico para ubicar los rangos de edad de los propietarios, encontrando un pico elevado indicándonos que los propietarios entre 25 y 30 años son los más comunes con un 25%, el segundo pico se encuentra en el rango de 36 a 40 años con un 17%, si analizamos los puntos más altos encontramos que nuestros clientes objetivos se encuentran en un rango de los 25 a 40 años con un 54%.

Es importante apuntar a un mercado profesional, con ingresos y trabajo estable, lo que les permite responsabilizarse por la mascota.

Grafico No 2 Muestra: 100 Fuente Propia

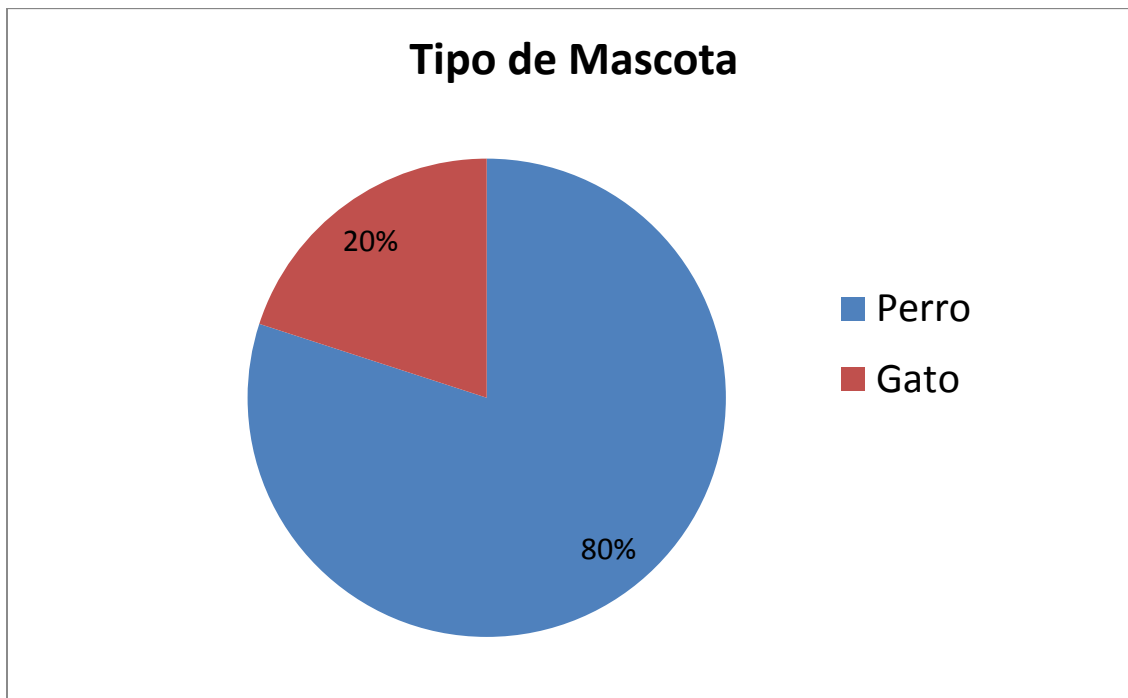


Es representativo conocer el estrato socio económico donde se mueven los propietarios de las mascotas, para ello se encontró que:

En la muestra no se encontraron propietarios de estratos 1 y 2, consistente con la ubicación y enfoque de la clínica.

Se encontraron dos picos, en el estrato 4 con un 35% y estrato 5 con el 28% lo que nos indica que la población objetivo con un 63% se encuentra en el estrato 4 y 5; con una tendencia a estrato 6 con un 21%.

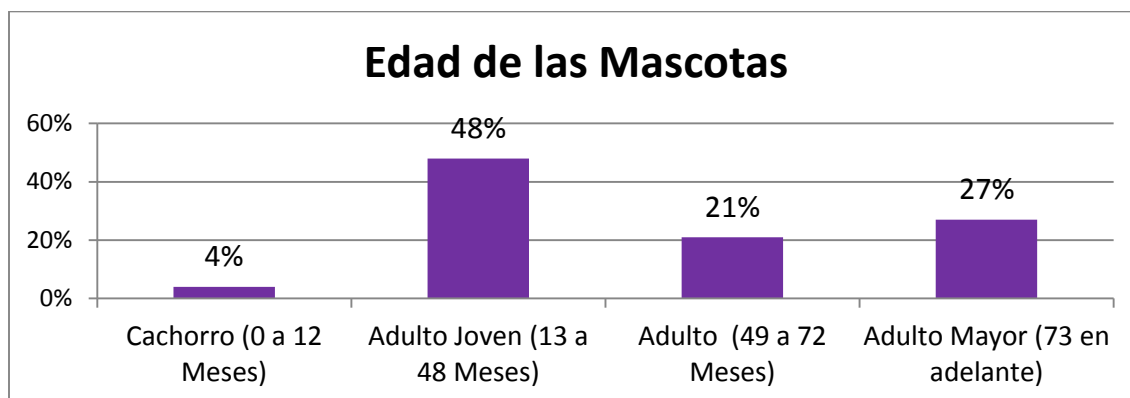
Grafico No 3 Muestra: 100 Fuente Propia



Para tener un panorama del tipo de mascota que tienen los propietarios, se encontró que el 80% de los propietarios tienen un perro y el 20% de los propietarios tienen un gato.

Basados en lo que se conoce normalmente sabemos que hay más perros que gatos en los hogares, pero debido a logran reproducción de los gatos y a las ventajas como la independencia felina, hace que allá una tendencia alta para el crecimiento de la demanda al tener un gato como mascota.

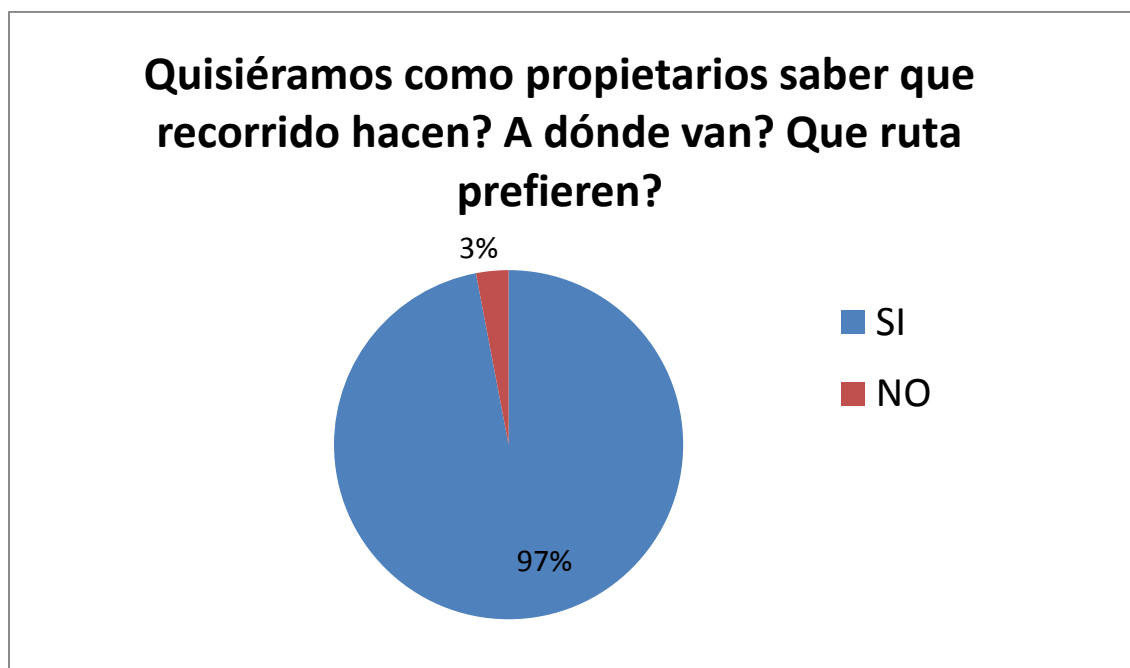
Grafico No 4 Muestra: 100 Fuente Propia



El relevante para esta investigación conocer la edad de las mascotas que asisten a la clínica veterinaria, lo que nos indica a partir de qué edad inician su seguimiento médico y cuál es la etapa de la mascota donde más seguimiento se hace.

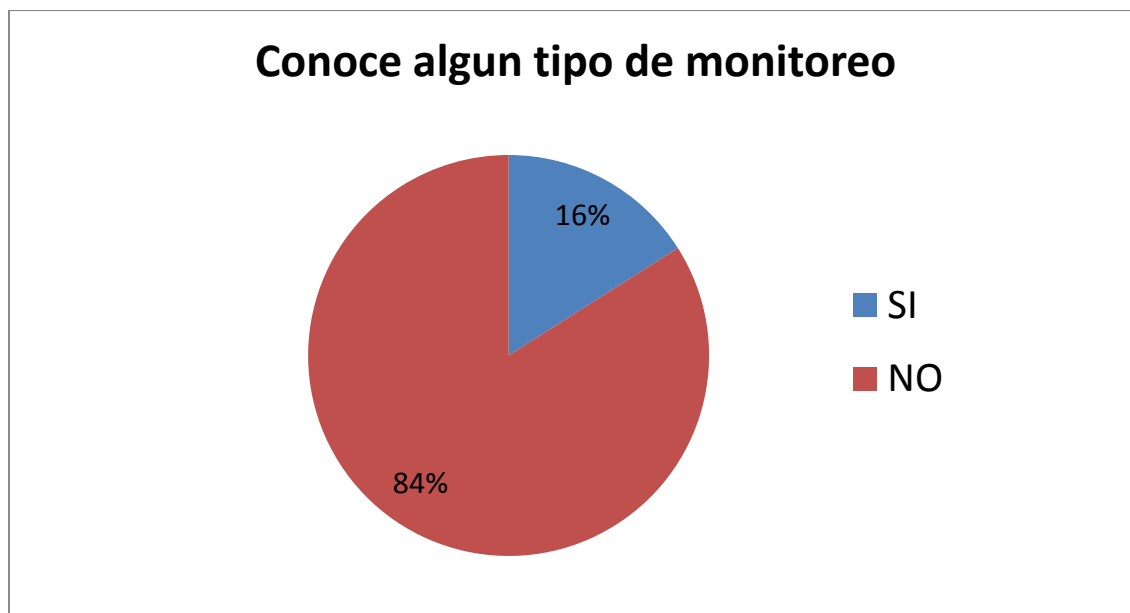
Se encontró que la mascota Adulto Joven en un rango de (13 a 48 Meses de edad) son las que mas visitan la clínica, con un 48% de la muestra, encontrando así, que las mascotas empiezan a llegar a la clínica veterinaria a partir del año de nacidos.

Grafico No 5 Muestra: 100 Fuente Propia



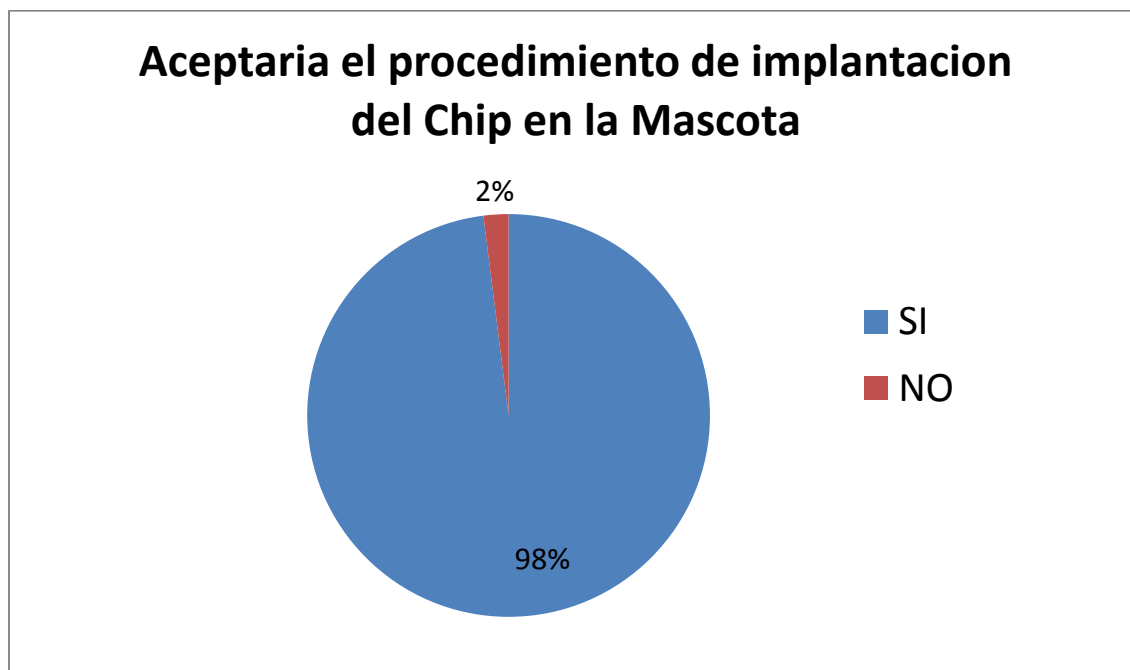
Por sondear la muestra se indaga si el propietario desea tener conocimiento de la ubicación constante de su mascota, a lo que encontramos una posición contundente de un SI con el 97% de la muestra

Grafico No 6 Muestra: 100 Fuente Propia



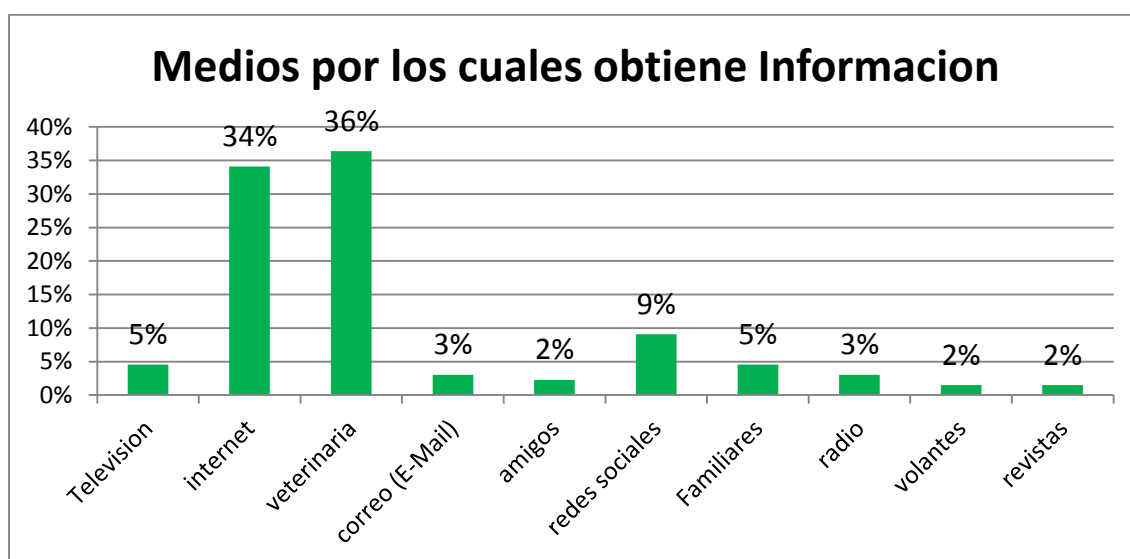
Es relevante para la investigación conocer que tanto saben las personas sobre monitoreo satelital, se encuentra que el 84% de la muestra tiene desconocimiento total de este tipo de sistemas y solo el 16% conoce o maneja información de algún sistema.

Grafico No 7 Muestra: 100 Fuente Propia



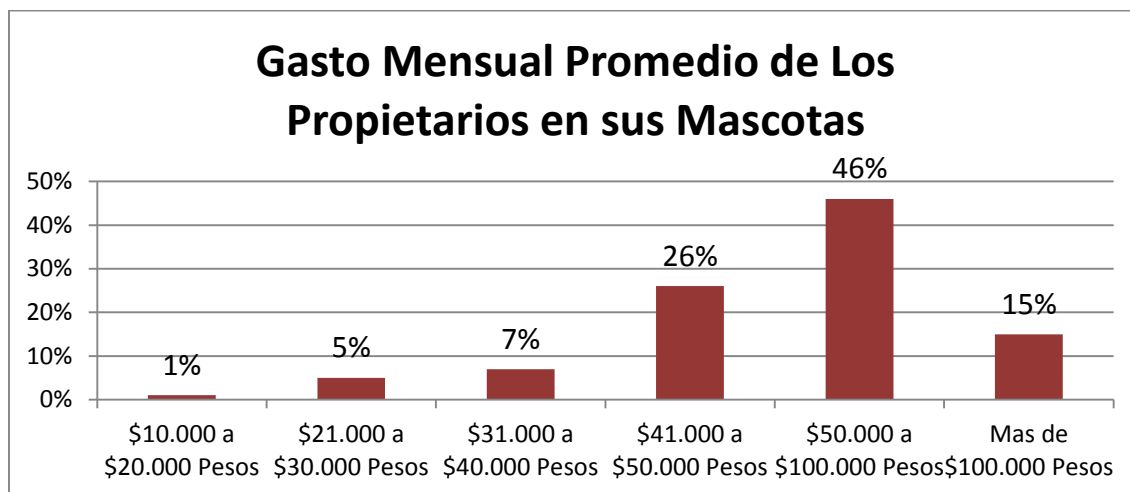
Una de las preguntas más relevantes es la de conocer si el propietario de las mascotas estaría o no dispuesto a realizar el procedimiento de implantación del chip, se encontró que el 98% de la muestra aceptaría este procedimiento.

Grafico No 8 Muestra: 100 Fuente Propia



Para conocer cuáles son las fuentes de información que utiliza el propietario era necesario indagar cuál es su medio de consulta, encontramos dos picos principales el pico más alto con un 36% consulta al veterinario, el 34% consulta por internet y el 9% especifica que busca respuestas en redes sociales, esto nos indica que el propietario realiza un investigación en internet antes o después de consultar al veterinario.

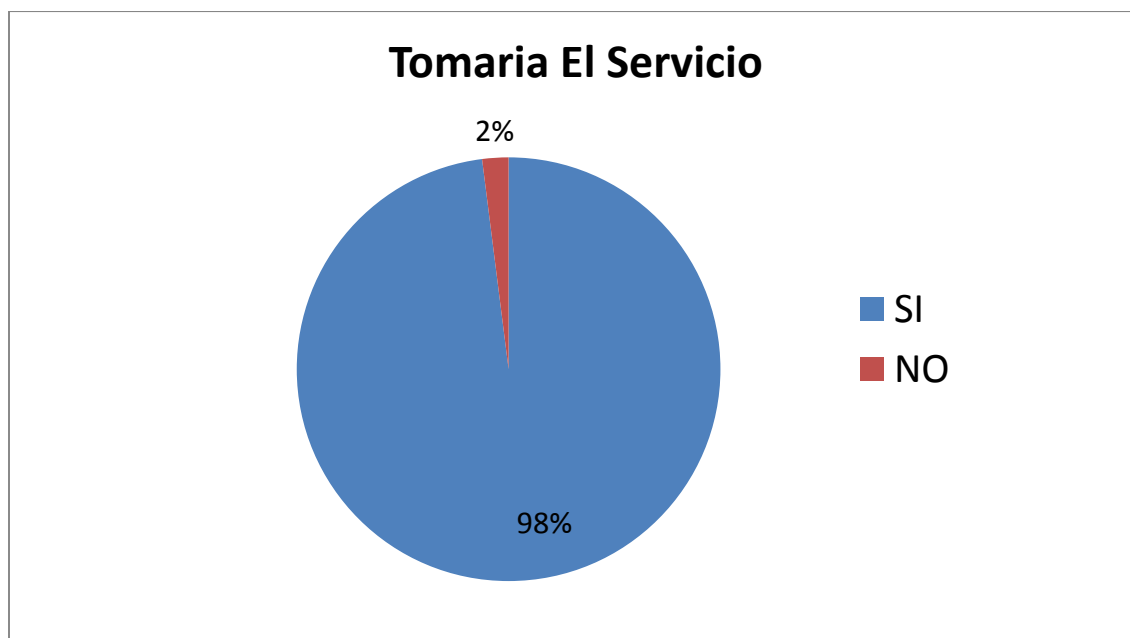
Grafico No 9 Muestra: 100 Fuente Propia



A la pregunta: Describa brevemente, que representa su mascota para usted?

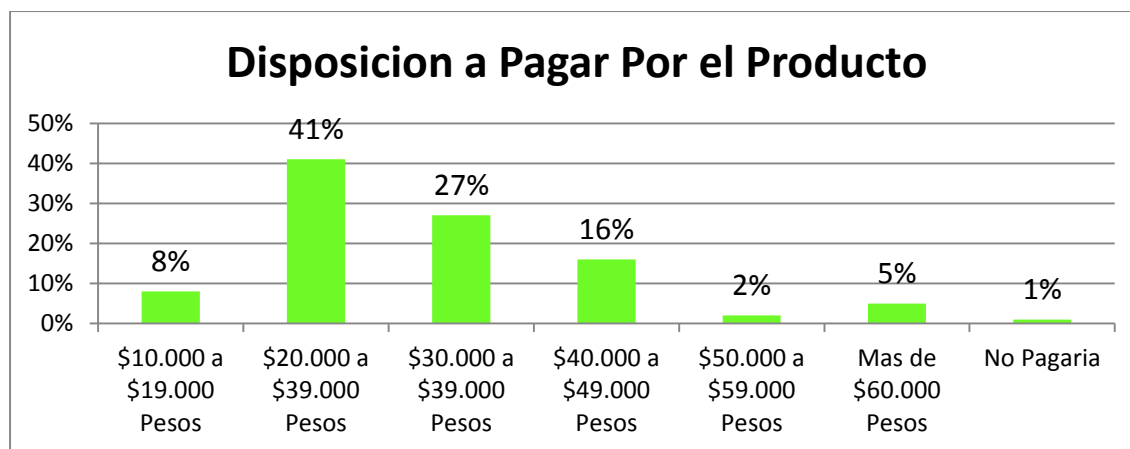
Se encontró que el 100% de los encuestados representan a su mascota como un miembro de la familia, que representa cercanía y amor, encontrando definiciones como: “Es como un hijo”, “Un miembro más de la familia”, “Es mi niño(a)” “Es la luz de la casa”, “Es Mi amigo”, “Es mi compañía”; entendiendo todas estas respuestas nos llevan a concluir que la mascota es párate activa y central del hogar, demostrando lo representativo e importante que representa para sus propietarios.

Grafico No 11 Muestra: 100 Fuente Propia



Una vez conocido el producto, es fundamental conocer si hay demanda del producto, eso quiere decir que si el usuario estaría dispuesto a tomar el servicio, los resultados nos indican que el 98% de la muestra afirma que SI tomaría el servicio.

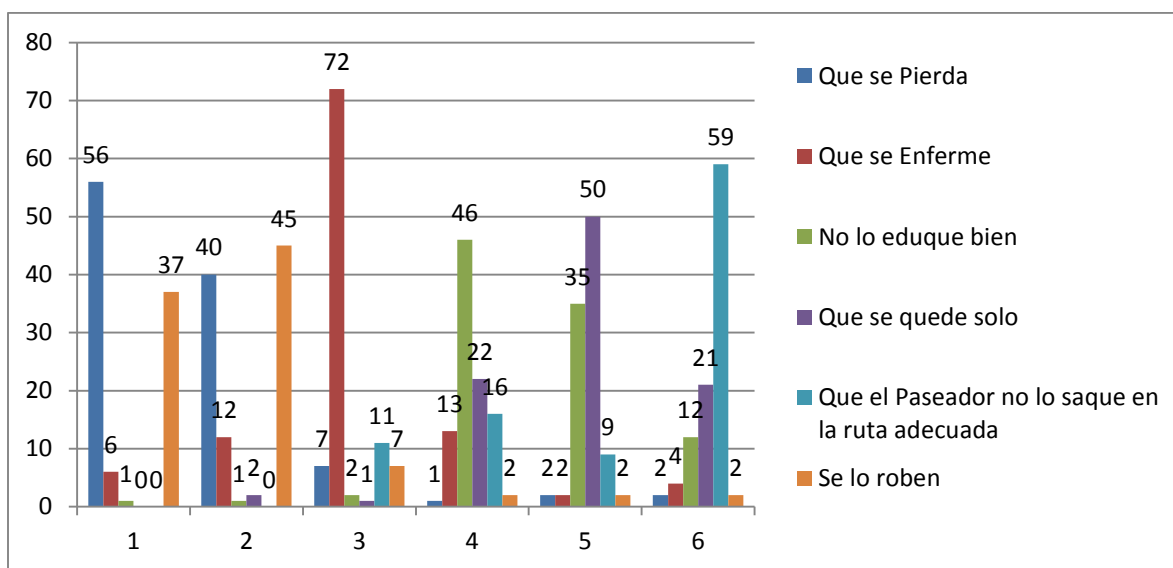
Grafico No 12 Muestra: 100 Fuente Propia



Se analiza a través de esta pregunta la disposición a pagar por el servicio que se quiere ofrecer, se muestra por rangos, encontrando 2 picos representativos, rango de 20.000 a 39.000 pesos con un 41% y el rango de 30.000 a 39.000 pesos con un pico de 27%, mostrándonos que la disposición total a pagar se encuentra en un rango amplio facilitando poder buscar un margen entre 20.000 y 39.000 pesos.

Grafico No 12 Muestra: 100 Fuente Propia

Frente a la pregunta: Cuál es su mayor preocupación frente a su mascota. Señale la opción que considera más importante. Siendo 1 lo más importante y 6 la menos importante.



Opciones	+Importancia -					
	1	2	3	4	5	6
Que se Pierda	56	40	7	1	2	2
Que se Enferme	6	12	72	13	2	4
No lo eduque bien	1	1	2	46	35	12
Que se quede solo	0	2	1	22	50	21
Que el Paseador no lo saque en la ruta adecuada	0	0	11	16	9	59
Se lo roben	37	45	7	2	2	2

En esta pregunta en claro y relevante la importancia que le dan los propietarios a sus mascotas, el primer lugar se encuentra con un 56% la preocupación es que se pierda y

en segundo lugar con un 45% que se lo roben, teniendo presente los picos, pero en general, vemos que la primera opción donde indican que la mascota se pierda está representada por un 93% y en segundo lugar con un 85% la probabilidad que se roben a la mascota.

Esto nos lleva a identificar que indiferente que se roben o se pierda la mascota, el mayor temor de los propietarios es a perderla de algún modo.

9. CONCLUSIONES

- Se encuentra que hay una necesidad clara de obtener un servicio de GPS para mascotas.
- La falta de conocimiento sobre este tipo de servicio, hace que el mercado este virgen para ser atacado, mostrando una gama alta de posibilidades para obtener una gran ventaja competitiva.
- La disposición de los posibles clientes a pagar es alta.
- El deseo de los propietarios por cuidar y velar por el bienestar de la mascota en óptimas condiciones es claro.
- Este servicio debe seguir al siguiente nivel y revisar un plan de entrada al mercado.
- Se evidencia el crecimiento del mercado de las clínicas agro veterinarias, lo que representa un número representativo de posibles clientes.

10. ANEXOS

10.1 Encuesta

Por favor responder esta encuesta SOLO si se es propietario de Una Mascota (Perro o Gato).

Gracias

- Nombre del Propietario:
- Edad del Propietario:
- Estrato socioeconómico:
 - 1 – 2- -3-4- 5- 6
- Qué tipo de mascota tiene:
 - Perro
 - Gato
- Qué edad tiene su mascota? (Publicar la Edad en Meses):

- 1) Señale en orden de importancia (siendo 1 la más importante) cuál es su mayor preocupación frente a su mascota.

Cuál es su mayor preocupación frente a su mascota. Señale las dos opciones que considera más importantes.

- _____ Que se pierda
- _____ Que se Enferme
- _____ No lo eduque bien
- _____ Que se quede solo
- _____ Que el “paseador” no lo saque en una ruta adecuada
- _____ Se lo roben

- 2) Hoy en día los paseadores son una herramienta fundamental para ayudarnos en las labores con nuestras mascotas, las empleadas domésticas en su labor de pasearlos o en el caso de los gatos cuando ellos mismos salen por los tejados o por las unidades a pasear por ellos mismos. Quisiéramos como propietarios saber que recorrido hacen? A dónde van? Que ruta prefieren?

Si _____

No _____

- 3) Conoce algún tipo de sistema de monitoreo que le ofrezca la oportunidad de saber dónde se encuentra su mascota en tiempo real?

Si _____

No ____

- 4) Aceptaría el procedimiento de implantar un microchip en su mascota que le brinde la posibilidad de identificar y rastrear su posición en cualquier momento. (la implantación del chip es totalmente segura y el animal no corre ningún peligro)

_____ SI

_____ NO

- 5) Por qué medio o medios obtiene información de productos o servicios para su mascota?

▪

- 6) Cuánto dinero invierte en su mascota mensualmente? (comida, recreación, juguetes, baños, veterinario)

De 10.000 a 20.000

De 21.000 a 30.000

De 31.000 a 40.000

De 41.000 a 50.000

De 51.000 a 100.000

Mas de 100.000

- 7) Describa brevemente, que representa su mascota para usted?

- 8) Si le diéramos la opción de tomar un paquete donde le ofrecemos un seguimiento GPS de su mascota 24 horas, un sistema de identificación con chip, un portal web y una app para su Smartphone, lo tomaría?

_____ SI

_____ NO

- 9) Si la respuesta a la pregunta 8 es afirmativa que valor estaría dispuesto a pagar mensualmente:

a) 10.000 a 19.000 _____

b) 20.000 a 29.000 _____

c) 30.000 a 39.000 _____

d) 40.000 a 49.000 _____

e) 50.000 a 59.000 _____

f) Más de 60.000 _____

No pagaría por ello _____

10.2 Censo Zoonosis

4145.

Santiago de Cali, 28 de abril de 2014.

Señor

Felipe Robledo Rueda

Estudiante Universidad ICESI

feliperobledo23@hotmail.com

Asunto: Solicitud información del Centro de Zoonosis.

De acuerdo a su solicitud me permito informarle que según el muestreo poblacional realizado por la Secretaria de Salud Pública Municipal de Santiago de Cali en el año 2011, arrojo un total de 171.303 caninos y 29.703 felinos, distribuidos de la siguiente forma en la ciudad:

Tabla 3. Estimación de la población de caninos y felinos en la ciudad de Santiago de Cali, 2011.

COMUNA	Numero de manzanas x comuna	Promedio caninos por manzana	Total caninos por comuna	Promedio felinos por manzana	Total felinos por comuna	Total caninos y felinos por comuna
1	328	16,5	5.412	1,0	328	5.740
2	919	3,8	3.492	1,4	1.287	4.779
3	391	8,8	3.441	2,0	782	4.223
4	520	5,0	2.600	1,5	780	3.380
5	679	10,0	6.790	2,3	1.582	8.372
6	902	7,4	6.675	0,6	541	7.216
7	526	9,5	4.997	1,0	526	5.523
8	661	17,0	11.237	2,3	1.540	12.777
9	392	12,5	4.900	3,0	1.176	6.076
10	610	16,7	10.169	1,3	811	10.980
11	648	20,0	12.960	0,7	434	13.394
12	358	18,0	6.444	3,0	1.074	7.518
13	975	10,4	10.140	3,0	2.925	13.065
14	1.083	9,5	10.289	2,0	2.166	12.455
15	938	9,4	8.817	2,8	2.626	11.444
16	627	11,3	7.106	2,0	1.254	8.360
17	804	14,0	11.256	2,0	1.608	12.864
18	602	18,0	10.836	3,3	2.005	12.841
19	808	14,0	11.312	2,0	1.616	12.928
20	477	21,5	10.256	5,5	2.624	12.879
21	1.193	9,3	11.083	1,4	1.706	12.789
22	156	7,0	1.092	2,0	312	1.404
	14.597		171.303		29.703	201.006

Tabla 4. Proporción de viviendas con animales por estrato socioeconómico en Santiago de Cali, 2011.

ESTRATO	PROPORCION DE CANINOS POR ESTRATO	POBLACION CANINA POR ESTRATO	PROPORCION DE FELINOS POR ESTRATO	POBLACION FELINA POR ESTRATO
1	25,30	43.337	23,53	6.989
2	24,00	41.105	27,94	8.299
3	35,83	61.379	33,82	10.047
4	8,69	14.880	8,33	2.475
5	5,43	9.300	5,39	1.602
6	0,76	1.302	0,98	291
	100	171.303	100	29.703

Esperamos haberle dado una respuesta satisfactoria a su solicitud

Atentamente,

Wilmer Caicedo Barbosa

Profesional Universitario

Responsable Centro de Zoonosis

Bibliografía

Carl J McDaniel, R. G. (2011). *Investigación de Mercados*. Mexico: Cengage.

Ortinau, J. F.-R.-D. (2010). *Investigación de Mercados*. Mexico: Mc Graw Hill.

Kinnear, Tomás y James R. Taylor.
Investigación de Mercados. 6ta. Edición. Editora McGraw Hill. Colombia, 2004.

Zikmund, William. Zikmund, William. *Investigación de Mercados*. 6ta. Edición. Editora Prentice Hall.
México, 1998.

Dillon, William y otros. *La investigación de Mercados en un entorno de marketing*. 3era. Edición. 1996.

Portal web del Peridoico el Pais, www.elpais.com.co

Portal web www.portafolio.co