

RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN -RAI-

DESARROLLO DE UNA APLICACIÓN PARA LA BÚSQUEDA Y RESCATE DE MASCOTAS PERDIDAS EN BOGOTÁ A TRAVÉS DE UN COLLAR GPS*

*BARÓN JAIME Claudia, PALENCIA BAEZ Camilo, CASAS LANCHEROS Carolina***

PALABRAS CLAVE

Marketing, mascotas, GPS, tenencia responsable, collar, rastreo, aplicación móvil, Bogotá.

DESCRIPCIÓN

En Bogotá son muchas las personas que dentro de su núcleo familiar incorporan a sus mascotas como miembros activos de las mismas, es por esto que velar por su cuidado y seguridad se ha convertido en una prioridad para sus dueños. Teniendo en cuenta esta necesidad y basándonos en datos estadísticos, decidimos desarrollar esta investigación enfocada en cómo el marketing digital se convierte en solución frente a la problemática de mascotas perdidas en la ciudad de Bogotá. Se seleccionó una muestra de 198 habitantes de la ciudad de Bogotá, de tres estratos socioeconómicos (3, 4 y 5) a quienes se les realizó una encuesta de 9 preguntas, luego se realizaron 3 entrevistas a profundidad a diferentes expertos en el tema. A partir de esta metodología se evidenció la necesidad de implementar una herramienta que solucione el alto índice de mascotas extraviadas en la ciudad de Bogotá.

FUENTES

Se consultaron en total 15 fuentes bibliográficas, de manera digital, encontrando los siguientes temas de investigación: Apps como una posibilidad más de comunicación entre la marca y su público: un análisis basado en la valoración de los usuarios. Qué entendemos por usuario como centro del servicio. Estrategia y táctica en marketing, Investigación sobre redes sociales y emprendimiento: revisión de la literatura y agenda futura. Emprendimiento en América Latina y su impacto en la gestión de proyectos, Apoyo al emprendimiento: De la teoría a la práctica. Adolescentes y cibermedios. Una didáctica basada en aplicaciones periodísticas para smartphones. Modelo conceptual para

modelación de aplicaciones móviles sensibles al contexto. Estrategias de comercio electrónico y marketing digital para pequeñas y medianas empresas, La influencia de las mascotas en la vida humana. Ciencia y tecnología en el plan de desarrollo. Aplicación de nuevas tecnologías de la información en la enseñanza de la medicina. El uso de las redes sociales digitales como herramienta de marketing en el desempeño empresarial. Sobre población canina y felina: tendencias y nuevas perspectivas. ¿Cómo monetizar bien una app?.

CONTENIDO

La investigación se basó en las nuevas oportunidades que ofrece el mercado de las mascotas, generando emprendimientos exitosos que garantizan comodidades o facilidades a las mascotas y sus dueños. Así mismo se hace referencia al apoyo que están recibiendo actualmente los emprendimientos en Colombia y se hace un análisis sobre cómo las políticas de ciencia y tecnología han pasado a jugar un papel importante dentro del diseño de estrategias para el desarrollo del mercado. De la misma manera se hace referencia a la relación de las redes sociales con el emprendimiento y las estrategias de comercio electrónico y marketing digital. Para finalizar, se menciona la importante influencia de las mascotas en la sociedad y las aplicaciones como medio efectivo de comunicación entre la marca y su público.

METODOLOGÍA

Se tuvo en cuenta un diseño de investigación con enfoque mixto con una fase cualitativa donde se analizó la percepción de expertos en el tema, para la creación de una aplicación móvil que ayude en el rastreo, en tiempo real, de las mascotas perdidas en la ciudad de Bogotá. Como segunda medida, se realizó una fase cuantitativa que permitió conocer el interés real del consumidor ante este aplicativo, por medio de una encuesta a una muestra de 198 personas quienes cumplían con los criterios de selección para el objetivo de la investigación.

*Tesis de grado

**Escuela de Ciencias Económicas y Administrativas, Corporación Universitaria UNITEC, Especialización en Marketing Digital.

Esta encuesta se realizó de forma virtual, su difusión fue por medio de la red social WhatsApp y vía correo electrónico, contó con 9 preguntas de selección múltiple y abiertas, que se enfocaron en el conocimiento del consumidor ante una solución de la problemática en cuestión y las preferencias a la hora de usar una App.

CONCLUSIONES

Al tener diferentes fuentes de información a partir de la investigación de enfoque mixto, se concluye la viabilidad de desarrollar una herramienta de rastreo en tiempo real que brinde una solución efectiva a la problemática planteada.

A través de las encuesta de manera digital y entrevista a expertos se puede concluir que este emprendimiento tiene bases sólidas para garantizar una apertura de mercado en Bogotá, ya que se identifica la necesidad de un rastreador en tiempo real

para mascotas, así mismo se evidencia el desconocimiento del mismo, generando una oportunidad de venta.

Teniendo en cuenta las respuestas de nuestro público objetivo, lo cual nos garantiza los lineamientos que se deben tomar al momento de ejecutar el plan de marketing digital, se debe proyectar desde una aplicación móvil de fácil uso que junto con el GPS dará solución a las necesidades tecnológicas de nuestro consumidor.

De igual manera en la entrevista a expertos vislumbra que a partir de este producto se estaría generando una tenencia responsable de las mascotas en Bogotá, logrando un impacto social a través de este emprendimiento.

ANEXOS

Se anexan las entrevistas a expertos de manera audiovisual en un CD, de igual manera las transcripciones se encuentran en los resultados de la investigación.



**DESARROLLO DE UNA APLICACIÓN PARA LA BÚSQUEDA Y RESCATE DE
MASCOTAS PERDIDAS EN BOGOTÁ A TRAVÉS DE UN COLLAR GPS**

CLAUDIA LILIANA BARON

CAMILO PALENCIA BAEZ

CAROLINA CASAS

AUTORES

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA UNITEC

ESCUELA DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ESPECIALIZACIÓN EN MARKETING DIGITAL

BOGOTÁ D.C, ENERO DE 2020



**DESARROLLO DE UNA APLICACIÓN PARA LA BÚSQUEDA Y RESCATE
DE MASCOTAS PERDIDAS EN BOGOTÁ A TRAVÉS DE UN COLLAR GPS**

LUISA BETANCOURT

DIRECTOR

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA UNITEC

ESCUELA DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ESPECIALIZACIÓN EN MARKETING DIGITAL

BOGOTÁ D.C, DE ENERO DE 2020

Tabla de contenido

RESUMEN	7
PALABRAS CLAVE.....	7
ABSTRACT	7
KEYWORDS.....	8
INTRODUCCIÓN	8
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	8
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	9
SUBPREGUNTAS	9
OBJETIVO GENERAL.....	9
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
JUSTIFICACIÓN.....	10
MARCO TEÓRICO	11
ANÁLISIS DE RESULTADOS	23

RESUMEN

En Bogotá son muchas las personas que dentro de su núcleo familiar incorporan a sus mascotas como miembros activos de las mismas, es por esto que velar por su cuidado y seguridad se ha convertido en una prioridad para sus dueños. Teniendo en cuenta esta necesidad y basándonos en datos estadísticos, decidimos desarrollar esta investigación enfocada en cómo el marketing digital se convierte en solución frente a la problemática de mascotas perdidas en la ciudad de Bogotá. Se seleccionó una muestra de 198 habitantes de la ciudad de Bogotá, de tres estratos socioeconómicos (3, 4 y 5) a quienes se les realizó una encuesta de 9 preguntas, luego se realizaron 3 entrevistas a profundidad a diferentes expertos en el tema. A partir de esta metodología se evidenció la necesidad de implementar una herramienta que solucione el alto índice de mascotas extraviadas en la ciudad de Bogotá.

PALABRAS CLAVE

Marketing, mascotas, GPS, tenencia responsable, collar, rastreo, aplicación móvil, Bogotá.

ABSTRACT

In Bogotá, there are many people who incorporate their pets into their family nucleus as active members of them, this is why ensuring their care and safety has become a priority for their owners. Taking this need into account and based on statistical data, We decided to develop this research focused on how digital marketing

becomes a solution to the problem of lost pets in the city of Bogotá. A sample of 198 inhabitants of the city of Bogotá was selected from three socioeconomic strata (3, 4, and 5) who were surveyed with 9 questions, followed by 3 in-depth interviews with different experts in the field. From this methodology the need to implement a tool that solves the high rate of lost pets in the city of Bogotá was evidenced.

KEYWORDS

Marketing, pets, GPS, responsible care, necklace, tracking, mobile app, Bogota.

INTRODUCCIÓN

Planteamiento del problema

Según los indicadores de Bogotá, la tenencia de mascotas ha aumentado en los últimos 5 años, todo esto debido a los cambios de comportamiento en las familias, donde 6 de cada 10 hogares tiene mascota y en el país hay 3,5 millones de hogares que han establecido que hacen parte de su familia, en su mayoría perros y gatos.

Esto representa una oportunidad de mercado donde un porcentaje significativo de los gastos en el núcleo familiar van dirigidos a la tenencia de las mascotas, y el consumo ha cambiado, por esto hoy en día se ven seguros de mascotas logrando entrar a segmentos donde antes no estaban.

Por ser un miembro más de la familia, se identifica a través de la investigación las actitudes y los cuidados que las personas tienen frente a la pérdida de su mascota y cómo evitarlas.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿De qué manera el marketing digital se convierte en solución de las mascotas perdidas en la ciudad de Bogotá, a través de la creación de una aplicación para su búsqueda y rescate?

SUBPREGUNTAS

¿Por qué una persona estaría dispuesta a mantener una aplicación de mascotas perdidas en su dispositivo móvil?

¿Existen casos de éxito para app de mascotas perdidas en el mundo?

¿Las empresas con énfasis en bienestar animal, estarían dispuestas a financiar o invertir en esta app?

¿Las alianzas estratégicas pueden generar un diferencial en esta app?

¿Cuál es el valor diferencial de esta aplicación?

Objetivo general

Determinar cómo el marketing digital se convierte en solución de las mascotas perdidas, en la ciudad de Bogotá, a través de la creación de una aplicación para su búsqueda y rescate.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Identificar cómo buscan actualmente las personas a sus mascotas perdidas

Desarrollar estrategias de marketing para captar 1000 usuarios en los primeros 3 meses salida la aplicación.

Buscar la manera de que los usuarios estén dispuestos a mantener la aplicación de mascotas perdidas en su dispositivo móvil

Conseguir alianzas estratégicas con empresas en énfasis en bienestar animal, que

estén dispuestas a financiar o invertir en la app

Generar un valor diferencial de responsabilidad social en la app

Incentivar a los dueños de mascotas a publicar la foto de sus animales perdidos en nuestra app

JUSTIFICACIÓN

Actualmente las mascotas se ha convertido en un integrante más de las familias bogotanas y su bienestar hace parte de la responsabilidad que tienen sus dueños. A partir de esto nace huellitas como una herramienta digital que entiende la importancia de las mascotas en el hogar y donde a través del marketing digital, que se convierte en un aliado estratégico a la hora de buscar mascotas perdidas, se centraliza en la búsqueda de animales y la autogestión como valor diferencial que el usuario tendrá al poder rastrear en tiempo real la ubicación de su mascota.

Una de las principales dificultades a las que se enfrenta actualmente la sociedad es la sobrepoblación animal que durante años ha sido un tema de fuertes controversias, a partir de esta problemática social huellitas busca mitigar un poco su incremento ya que muchas veces el paso siguiente cuando se pierde una mascota es reemplazarla, pero además esta app contribuirá a reparar aquellas emociones generadas al momento que se pierde una mascota y su familia logra localizarla, nuestro proyecto se convertirá en aquella herramienta que dará visibilidad a casos de mascotas perdidas y hará de los usuarios un grupo de voluntarios animalistas donde a través del marketing digital se facilite la búsqueda, control y tenencia responsable de mascotas.

Finalmente huellitas logrará posicionarse en el imaginario bogotano como una app colaborativa, con alto sentido emocional, responsabilidad social y en una segunda fase

como aquella herramienta digital que facilitará la compra de los artículos necesarios para el bienestar.

MARCO TEÓRICO

Reinventar nuevas oportunidades para las mascotas está brindando la posibilidad a muchas personas y empresas de abrir toda diversas clases de negocios, de emprender nuevos proyectos que generen impacto y que garanticen comodidades o facilidades a los dueños de las mascotas y a los animales. Es por ello que en los últimos tiempos han surgido en el mercado nuevos espacios dedicados y especializados en el bienestar y buen desarrollo de nuestras mascotas, como centros de quimioterapia, peluquerías, centros de belleza, residencias de animales, tiendas de mascotas, pastelerías, etcétera. Cabe resaltar que cada día son más las personas que deciden aumentar la familia con una mascota, y en estas familias el afecto y atención especial a los animales crece cada día más, abriendo un nicho verdaderamente importante para emprender nuevas oportunidades de negocios.

Cuando de emprendimiento se trata, buscamos que la actividad seleccionada nos apasione, por aquello de poder dedicarnos a una ocupación que nos llene completamente y con la esperanza de que no nos haga sentir que en realidad estamos trabajando. Sin duda alguna, si tu pasión son los animales, emprender un negocio dedicado a ellos y a su bienestar pueden ser una oportunidad para combinar tu amor a las mascotas con una actividad verdaderamente rentable. Según Sparano Rada. (2014).“El Emprendimiento es un proceso que con el transcurso del tiempo, ha venido causando en América latina un impacto positivo en la creación de empresas, fenómeno que ayuda a la generación de empleos, mejorando su eficiencia en la productividad y lograr un nivel de

competitividad en mercados nacionales e internacionales.”, en el caso de las mascotas sucede lo mismo, ha venido en crecimiento y con mucha creatividad e innovación.

Para realizar este análisis estratégico se utilizó la herramienta PESTEL la cual analiza los factores sociales, económicos, políticos, tecnológicos, ecológicos y legales que afectan la problemática objetivo de esta investigación.

Con el transcurso del tiempo, la globalización y las tendencias sociales, se ha logrado dar visibilidad a temáticas que anteriormente no eran tan importantes para los gobiernos colombianos. Entre ellas está la protección animal, la cual se encuentra actualmente constituida bajo un marco legal y público que protege los derechos de los animales, como lo expresa la ley 1774 de 2016 decretada en el gobierno del ex presidente Juan Manuel Santos. Desde el concejo de Bogotá se han establecido diferentes acuerdos que aseguran el bienestar animal, la alcaldía mayor de Bogotá y la secretaría de ambiente estipulan que la Política Pública de Protección y Bienestar Animal para el Distrito Capital 2014-2038 (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2014 <http://ambientebogota.gov.co/bg/politica-de-bienestar-animal>), mediante el desarrollo de un trabajo conjunto entre instituciones, académicos, actores comunitarios y organizaciones sociales, se formuló esta política pública como instrumento que orienta el desarrollo de las acciones a implementar, con el principal objetivo de “otorgar a los animales escenarios de vida óptimos, teniendo en cuenta sus necesidades, a partir de la apropiación de una cultura ciudadana e institucional comprometida con la protección y el bienestar integral de los animales y la convivencia ciudadana en torno a su existencia.”

Colombia desde el año 2009 ha tenido un cambio drástico en los productos que

componen su canasta familiar. Según el DANE actualmente la tendencia cultural es brindarles derechos a las mascotas. En nuestro país, se está considerando a las mascotas como un miembro más de la familia y se evidencia en los comportamientos que adquieren las personas con sus mascotas. 10 años atrás los hogares no consideraban la posibilidad de invertir en alimento y servicios de salud para sus mascotas, en la actualidad se habla de casi tres millones de hogares invierten en productos y bienestar de sus animales domésticos. (El Espectador, 26 de agosto de 2018, <https://www.elespectador.com/economia/con-corrientazo-y-mascotas-asi-es-la-nueva-canasta-familiar-en-colombia-articulo-808414>)

Adicional, las nuevas familias colombianas cada vez se conforman más por una o varias mascotas y no es para menos estos animales se convierten en una compañía única y en un miembro más de sus familias. Más allá de tener un impacto positivo en las personas, las mascotas están trayendo un gran crecimiento económico para este sector. Según Rafael España director de la oficina de Asuntos Económicos de Fenalco, el mercado de las mascotas en el año 2000 movía 60 millones de dólares, dos décadas después esta cifra aumentó, pasó a mover 300 millones de dólares. “Esto demuestra un dinamismo muy grande y representa un reto para los negocios, ya que quien no esté en este tren de la modernidad pierde clientela puesto que las personas que tengan mascotas preferirán ir a donde sí reciben con los brazos abiertos a sus animalitos”, resaltó.” (Portafolio 12 de diciembre de 2018 <https://www.portafolio.co/negocios/las-mascotas-mueven-casi-un-billon-de-pesos-de-la-economia-del-pais-524357>)

La influencia de las mascotas en el bienestar de las personas es conocida y comprende los aspectos terapéutico, psicológico, fisiológico y psicosocial. Por lo

anterior cada día son muchas más las familias que deciden tener un perro o gato que además de ser su mascota sea parte de su familia. Según la firma de consultoría Kantar World Panel señala que “en Colombia hay 3,5 millones de hogares con mascotas: 67% son perros, 18% gatos y 16% afirma tener ambos” (revista colombiana de ciencias pecuarias <http://www.scielo.org.co/pdf/rccp/v20n3/v20n3a16.pdf>)

El actual gobierno del presidente Iván Duque ha introducido el concepto de la economía naranja en nuestro país, este concepto abarca al “conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales”, según una definición del Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (Lideres, 26 de septiembre de 2018 <https://www.revistalideres.ec/lideres/economia-naranja-oportunidades-emprendedor-negocios.html>)

La ley 1774 de 2016 asegura que los animales son seres que sienten y no son cosas, así mismo advierte que recibirán protección contra el maltrato y el dolor, sobretodo, el causado de manera directa o indirecta por los humanos. el dueño de la mascota debe garantizar: que no sufra y la mascota debe permanecer en las mejores condiciones con esto las mascota puede tener libertad de expresión. (El tiempo 29 de agosto de 2018 <https://www.eltiempo.com/justicia/delitos/ley-contra-el-maltrato-animal-en-colombia-261944>)

Los clientes serán las personas que estén en la búsqueda del bienestar y protección de su mascota, con los proveedores se generarán alianzas de valor por medio de veterinarias, fundaciones, voluntarios y animalistas que compartan nuestra causa y nos ayuden a difundir nuestra herramienta.

Para los emprendedores no todo es fácil, según el autor los nuevos empresarios se

enfrentan obstáculos de diferente tipo, “siendo algunas de ellas la falta de apoyo real en la consecución de recursos financieros a nivel de préstamos blandos, patrocinio para la generación de escenarios reales de coincidencia con posibles inversionistas, etc.” Hay una gran dificultad también a la hora de buscar apoyo en el ámbito financiero y en la búsqueda de asesorías para emprender un nuevo negocio.

En el caso de Colombia, se han venido implementando nuevas estrategias a nivel estatal que favorecen el surgimiento y fortalecimiento de nuevos proyectos con énfasis tecnológico. (Rev. esc.adm.neg. No. 76 Enero-Junio Bogotá, Pp. 128-143)

“Las políticas de ciencia y tecnología han pasado a ocupar un papel fundamental dentro del diseño de estrategias para el desarrollo, al punto que en muchos países han reemplazado la formulación de política industrial. Esto, por cuanto se considera que la ciencia y la tecnología son transversales a toda la economía y abarcan todos los sectores productivos de bienes y servicios, en un modelo tecno-económico que se basa en la permanente innovación y el avance del conocimiento como fuente de la competencia económica y la inserción exitosa de los países en un mundo interconectado”

Es de resaltar que estos nuevos emprendimientos tienen formas de comunicación muy innovadoras y que le dan mayor relevancia a los contenidos atractivos, con un especial énfasis en los usuarios.(Cuad. Econ. vol.22 no.39 Bogotá July/Dec. 2003)

En la actualidad, las redes sociales se han convertido, sin duda alguna, en uno de los mejores medios para la comunicación para la difusión de la publicidad, en especial para las pequeñas y emprendedoras empresas.

En la era digital, las plataformas como Instagram y Facebook tienen un impacto

muy importante y cada día son más relevantes en el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas, al punto de crear departamentos de medios digitales, especializados para los negocios online.

Lo mismo sucede con las personas que están en el proceso de diseñar sus nuevos negocios, para los emprendimientos las redes sociales se han convertido en un óptimo apalancamiento para el crecimiento, a través de las redes sociales se conecta la audiencia de manera emocional y racional con esto se logra tener un mayor alcance para lograr los objetivos propuestos.

“La comunicación móvil, además de ser uno de los sectores más dinámicos de la economía global, está transformando diferentes aspectos de la vida social, desde las formas de relacionarse hasta los procesos de producción, distribución y consumo cultural” (Scolari, Navarro, Pardo, García y Soriano, 2009).

Como eje de investigación se proyecta el relacionamiento hombre – mascota, los hombres han sido el componente más significativo en la evolución de los perros. por lo tanto “los perros han sido parte de la dinámica social humana, por ejemplo, han encarado problemas de la sociedad contemporánea asociados con el aislamiento y los temores de la vida urbana” se resalta de este artículo la importancia que existe en la relación humano – mascota, y cómo se genera esta sobrepoblación lo cual crea un mercado potencial que podemos capitalizar. (Rev. Med. Vet. Zoot. 2011. 58(1):45-53)

Las aplicaciones deben tener calidad en cuanto a software como lo indica la revista “Las propiedades de calidad muestran el grado con el cual el software es capaz de proporcionar y mantener dichos servicios. Por esto, de acuerdo a la caracterización

del dominio de aplicaciones móviles sensibles al contexto”, al momento de realizar una aplicación se debe tener en cuenta factores tecnológicos y de desarrollo para poder cumplir la expectativas del usuario. ((Rev. Fac. Ing. UCV v.24 n.2 Caracas jun. 2009)

Monetizar a través de app es un reto la diversidad que se encuentra en el mercado de aplicaciones genera un reto, pero que se puede superar teniendo un Buyer persona identificado y un objetivo claro. La apps deben ser consecuentes a la marcas y a la estrategia, brindar un claro contexto del comportamiento de las aplicaciones y su valor para el consumidor, se deben crear aplicaciones “que apoyen la forma en que los públicos ven la marca y que sean coherentes con su estrategia” la aplicaciones debe tener un objetivo y este debe ser parte de la estrategia, no se debe crear por una falsa innovación. (González Romo, Zahaira Fabiola ; Contreras, Ruth S. (Ruth Sofhía) ;2012)

Se identificaron en el mercado los siguientes competidores de la aplicación, los cuales se deben tener en observación para ejecutar acciones inmediatas en torno al marketing digital.

Distrito AppNimal: Es la aplicación para adopción y reporte de mascotas perdidas, esta aplicación fue desarrollada por la alcaldía mayor de Bogotá y se encuentra disponible para descargar en google play. Distrito animal solo cuenta con un perfil en Instagram el cual solo cuenta con 29 seguidores y su última publicación fue el 25 de septiembre de 2018. No registra web site ni otra red social.

Animalitos perdidos en Colombia: Es un web site en el que las personas pueden publicar la foto de su mascota perdida y tiene servicio de adopción también, actualmente.



Figura 1: logo *Huellitas*

El logo utiliza elementos visuales fácil de identificar (GPS y Huella) logrando conectar y dar a entender la razón de ser de Huellitas: rastreo en tiempo real de tu mascota.

Animalitos perdidos en Colombia: Es un web site en el que las personas pueden publicar la foto de su mascota perdida y tiene servicio de adopción también, actualmente.

MARCO METODOLÓGICO

Tipo de estudio

Para esta investigación se seleccionó a nivel cualitativa las encuestas como método, se aplicó al grupo objetivo a través de Whatsapp y correo electrónico, por medio de estas preguntas identificamos su percepción de nuestro producto, rastreador en tiempo real, sus comportamientos y el precio que estarían dispuesto a pagar.

MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

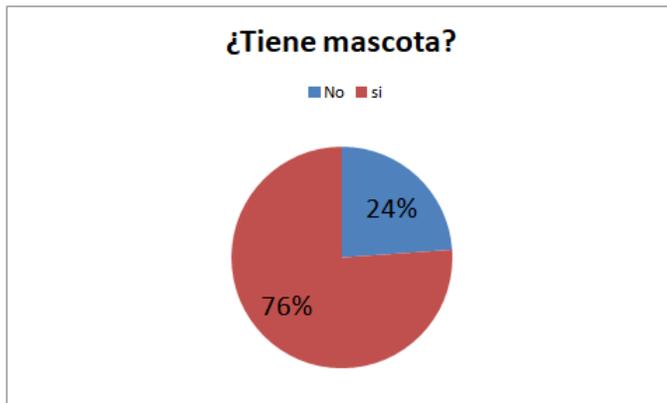
Fase cualitativa

Resultados de la encuesta

A través del análisis cualitativo que se desarrolló por medio de una encuesta con 9 preguntas que identifica las principales necesidades de nuestro público objetivo difundida por medios digitales, la cual alcanzó un total de 198 resultados pudimos identificar las siguientes respuestas.

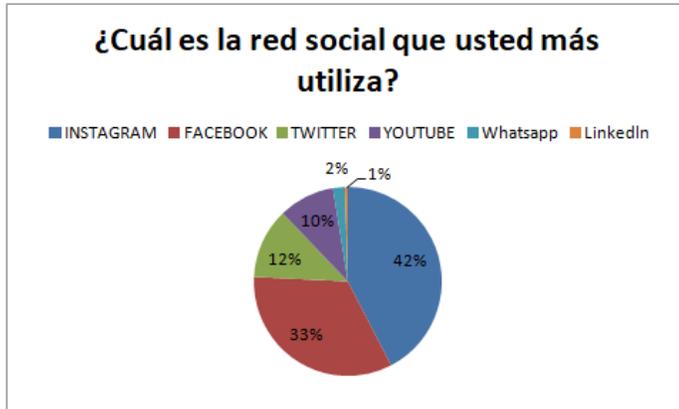
¿Tiene mascota?

La encuesta parte de una pregunta de filtro la cual identifica si la persona encuestada tiene o no mascota, 76% tiene mascota dando validez a la siguiente respuestas.



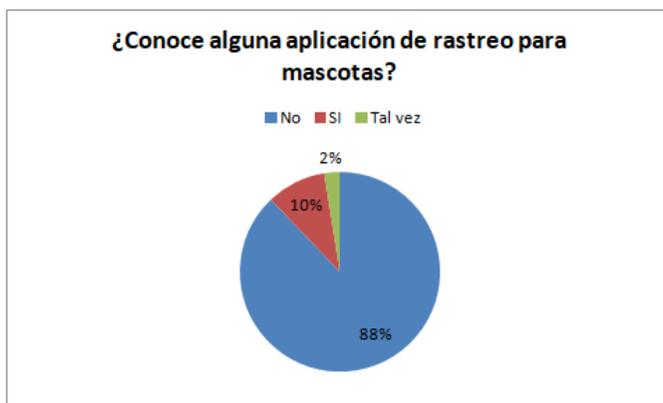
¿Cuál es la red social que usted más utiliza?

Con esta pregunta se define el canal principal de la comunicación, ya que ese será el medio más efectivo para conectar con nuestra audiencia, Instagram con un 42% y Facebook con el 33% respectivamente serán las principales redes.



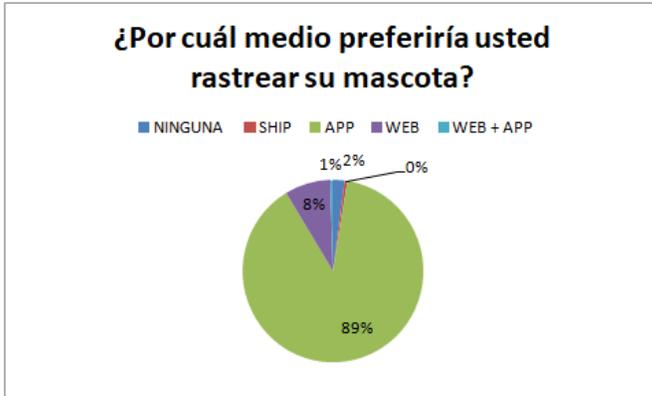
¿Conoce alguna aplicación de rastreo para mascotas?

El 88% de las personas con mascotas no tienen conocimiento de una app de rastreo, es un dato fundamental para el éxito del emprendimiento, se crea una oportunidad de negocio.



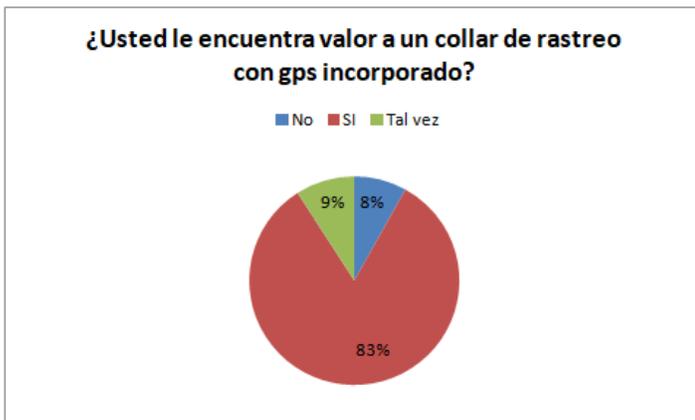
¿Por cuál medio preferiría usted rastrear su mascota?

El 89% de las personas prefieren rastrear a su mascota por una aplicación móvil, con esta respuesta se genera eficiencia en los recursos que se deben utilizar e implementar en este caso una app que nuestro consumidor está dispuesta a tener en el dispositivo.



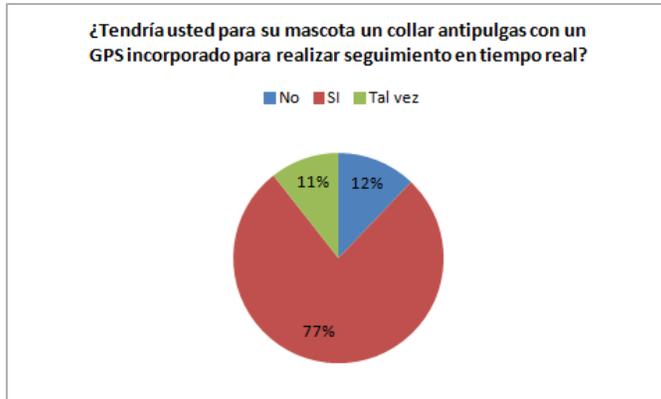
¿Usted le encuentra valor a un collar de rastreo con gps incorporado?

el 83% le encuentra valor al producto, esta respuesta junto con la pregunta 3, logra identificar y crear una necesidad para este público objetivo.



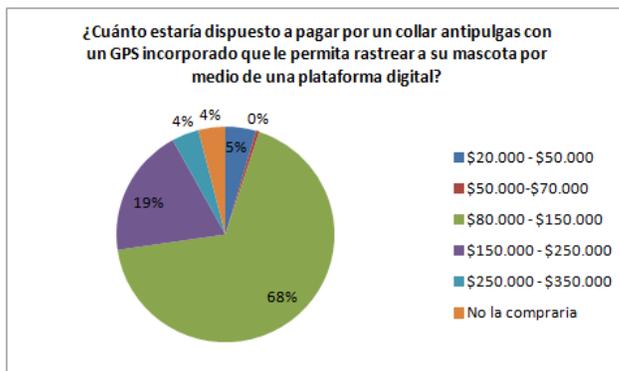
¿Tendría usted para su mascota un collar antipulgas con un GPS incorporado para realizar seguimiento en tiempo real?

Con esta pregunta se logra comprobar la intención de compra, el 77% estaría dispuesto a tener el producto.



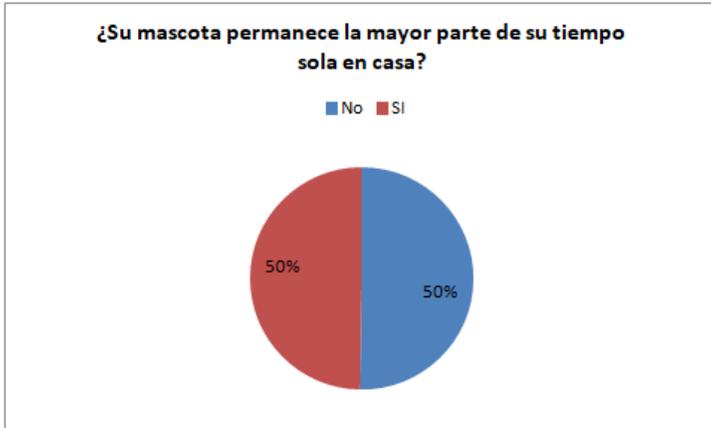
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un collar antipulgas con un GPS incorporado que le permita rastrear a su mascota por medio de una plataforma digital?

A través de esta pregunta se estable el precio que el consumidor está dispuesto a pagar por el producto, en este caso el 68% de las persona están dispuestas a pagar entre \$80.000 - \$150.000, este valor está acorde al esperado por temas de rentabilidad.



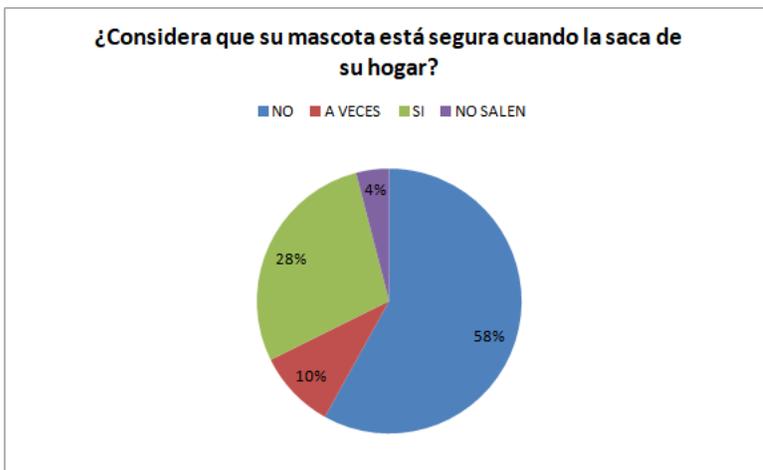
¿Su mascota permanece la mayor parte de su tiempo sola en casa?

Esta pregunta tuvo igualdad de respuestas, consideramos que cuando la mascota se encuentra sola es donde podemos tener mayor aceptación del producto.



¿Considera que su mascota está segura cuando la saca de su hogar?

El 58% de las personas no se sienten seguras, se puede percibir un lineamiento de comunicación el cual es el miedo a perder su mascota.



Análisis de resultados

Estos resultados crean diferentes oportunidades de negocio, ya que se logra identificar que no existe una herramienta, y se descubre una necesidad y consideramos el precio de compra, logrando así abarcar indicios fuertes para el éxito del emprendimiento.

ENTREVISTA A EXPERTO

Entrevista a experto 1:

Actualmente las mascotas se han convertido en un integrante más de las familias bogotanas y su bienestar hace parte de la responsabilidad que tienen sus dueños. A partir de esto nace Huellitas como una herramienta digital que entiende la importancia de las mascotas en el hogar.

Nombre: Luz Mery Guevara

Edad: 40 años

Actividad laboral: Medico Veterinario

Profesión: Cirujana

Localidad: Suba

¿Cree que la pérdida de mascotas es una problemática actual?

Sí, bastante alta.

Conoce alguna aplicación que se enfoque en la búsqueda de mascotas

No señor, ninguna.

¿Cree que los dueños de mascotas usan o usarían las plataformas digitales para encontrar a su mascota?

Sí, creo que las usen, sería una parte importante para la búsqueda de sus animalitos.

¿Cuáles son los canales digitales que utiliza con sus clientes?

Tu respuesta

¿Cree que los dueños de mascotas estarían dispuestos a pagar por un localizador en tiempo real para su mascota?

Sí, y sería ventajosa.

¿Estaría dispuesto a financiar o invertir en una app de búsqueda de mascotas?

Sí, claro

¿Qué tipo de información cree que los dueños de mascotas publicarían de sus animales perdidos en una APP y cuáles no?

Su edad, su tamaño, su color, la raza. Creo que estarían dispuestos a dar la mayor cantidad de información, con tal que les apoyen para que no las pierdan.

¿Qué precio cree usted que está dispuesto a pagar el consumidor y cuánto usted para tener el servicio?

Entre 50 a 100 mil pesos

¿Cómo sería la app ideal para usted y sus clientes con el fin de dar solución a la problemática de la pérdida de las mascotas en Bogotá?

Ágil, fácil de navegar, fácil de descargar en cualquier dispositivo tecnológico, que esté al alcance durante todo el tiempo, que se pueda descargar fácilmente.

Entrevista a experto 2:

Nombre: José Rodolfo Bosa

Edad: 56 años

Actividad laboral: Medico Veterinario

Profesión: Etologo

Localidad: Usaquén

¿Cree que la pérdida de mascotas es una problemática actual?

Por supuesto que sí

Conoce alguna aplicación que se enfoque en la búsqueda de mascotas

Si, como no

¿Cree que los dueños de mascotas usan o usarían las plataformas digitales para encontrar a su mascota?

Por supuesto que sí

¿Cuáles son los canales digitales que utiliza con sus clientes?

Normalmente Whatsapp, llamadas telefónicas, el celular y correo electrónico de vez en cuando.

¿Cree que los dueños de mascotas estarían dispuestos a pagar por un localizador en tiempo real para su mascota?

Sí.

¿Estaría dispuesto a financiar o invertir en una app de búsqueda de mascotas?

Claro que Sí

¿Qué tipo de información cree que los dueños de mascotas publicarían de sus animales perdidos en una APP y cuáles no?

Normalmente lo que si se publica o publicarían, nombre, raza, el color, alguna característica especial como una mancha. Las que no, el tratamiento privado que tienen con la mascota.

¿Qué precio cree usted que está dispuesto a pagar el consumidor y cuánto usted para tener el servicio?

Depende la adoración de su propia mascota, pero creo que un precio promedio, accesible

100 mil pesos

¿Cómo sería la app ideal para usted y sus clientes con el fin de dar solución a la problemática de la pérdida de las mascotas en Bogotá?

Fácil de descargar, que sea muy intuitiva, el alcance geográfica, fácil de compartir

Entrevista a experto 3:

Nombre: Samuel Santiago Bossa

Edad: 26 años

Actividad laboral: Medico Veterinario

Profesión: Patólogo

Localidad: Usaquén

¿Cree que la pérdida de mascotas es una problemática actual?

En nuestros tiempos Sí

Conoce alguna aplicación que se enfoque en la búsqueda de mascotas

No

¿Cree que los dueños de mascotas usan o usarían las plataformas digitales para encontrar a su mascota?

Si

¿Cuáles son los canales digitales que utiliza con sus clientes?

Puras redes sociales

¿Cree que los dueños de mascotas estarían dispuestos a pagar por un localizador en tiempo real para su mascota?

En pleno siglo XXI, claro.

¿Estaría dispuesto a financiar o invertir en una app de búsqueda de mascotas?

Sí

¿Qué tipo de información cree que los dueños de mascotas publicarían de sus animales perdidos en una APP y cuáles no?

Nombre, raza, edad, carnet de vacunas, si necesitan algún medicamento

¿Qué precio cree usted que está dispuesto a pagar el consumidor y cuánto usted para tener el servicio?

Entre 150 a 350 mil pesos

¿Cómo sería la app ideal para usted y sus clientes con el fin de dar solución a la problemática de la pérdida de las mascotas en Bogotá?

Localización a tiempo real, alarma a cierta distancia del perro alejarse y señal continua.

Referencias bibliográficas

Alcaldía Mayor de Bogotá, 2014

<http://ambientebogota.gov.co/bg/politica-de-bienestar-animal>

El Espectador, 26 de agosto de 2018

<https://www.elespectador.com/economia/con-corrientazo-y-mascotas-asi-es-la-nueva-canasta-familiar-en-colombia-articulo-808414>

Portafolio 12 de diciembre de 2018 <https://www.portafolio.co/negocios/las-mascotas-mueven-casi-un-billon-de-pesos-de-la-economia-del-pais-524357>

Revista colombiana de ciencias pecuarias

<http://www.scielo.org.co/pdf/rccp/v20n3/v20n3a16.pdf>

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Lideres, 26 de septiembre de 2018

<https://www.revistalideres.ec/lideres/economia-naranja-oportunidades-emprendedor-negocios.html>

El tiempo 29 de agosto de 2018 <https://www.eltiempo.com/justicia/delitos/ley-contra-el-maltrato-animal-en-colombia-261944>)

González Romo, Zahaira Fabiola ; Contreras, Ruth S. (Ruth Sofhía) (2012) *Apps como una posibilidad más de comunicación entre la marca y su público: un análisis basado en la valoración de los usuarios*

<http://dspace.uvic.cat/handle/10854/1996>

Universidad de Sevilla, Biblioteca de la Facultad de Económicas y Empresariales,
Avda. Ramón y Cajal, 1. 41018 Sevilla, España (2015)

Qué entendemos por usuario como centro del servicio. Estrategia y táctica en marketing.
<https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/56986>

Investigación sobre redes sociales y emprendimiento: revisión de la literatura y agenda futura

Innovar [online]. 2009, vol.19, n.33, pp.19-33. ISSN 0121-5051.

HERRERA ECHEVERRI, Hernán.

http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0121-50512009000100003&script=sci_abstract&lng=es

EMPRENDIMIENTO EN AMÉRICA LATINA Y SU IMPACTO EN LA GESTIÓN DE PROYECTOS

Sparano, H. (2014). Emprendimiento en América Latina y su impacto en la gestión de proyectos. *Revista Dimensión Empresarial*, vol. 12, núm. 2, p. 95-106. JJEL: M1, M14, M54.

<http://www.scielo.org.co/pdf/diem/v12n2/v12n2a08.pdf>

Apoyo al emprendimiento: De la teoría a la práctica

*Gloria Isabel Rodríguez Lozano** *Álvaro Uldarico Viña Vizcaino*** *Luis Alejandro Rodríguez Ramírez*

<http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n76/n76a08.pdf>

Adolescentes y cibermedios. Una didáctica basada en aplicaciones periodísticas para smartphones

Vázquez-Cano, Estebana; Calvo-Gutiérrez, Elvirab

Estud. pedagóg. vol.41 no.2 Valdivia 2015

https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-07052015000200015

Modelo conceptual para modelación de aplicaciones móviles sensibles al contexto

Rodolfo Canelón 1, Francisca Losavio 2, Alfredo Matteo 2, Ledis Chirinos 2

Rev. Fac. Ing. UCV v.24 n.2 Caracas jun. 2009

http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0798-40652009000200010

Estrategias de comercio electrónico y marketing digital para pequeñas y medianas empresas.

Rudibel Perdigón Llanes 1, Hubert Viltres Sala 2, Ivis Rosa Madrigal Leiva 1*

Rev cuba cienc informat vol.12 no.3 La Habana jul.-set. 2018

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2227-18992018000300014

La influencia de las mascotas en la vida humana

(Recibido: 4 septiembre, 2006; aceptado: 9 agosto, 2007)

Leonardo F Gómez G1 , MV, Esp Clin; Camilo G Atehortua H1 , est de MV; Sonia C Orozco PI , MV, Esp Clin.*

<http://www.scielo.org.co/pdf/rccp/v20n3/v20n3a16.pdf>

Ciencia y tecnología en el plan de desarrollo

Cuad. Econ. vol.22 no.39 Bogotá July/Dec. 2003

Autor: Álvaro Zerda Sarmiento

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-47722003000200011

Aplicación de nuevas tecnologías de la información en la enseñanza de la medicina Salud Uninorte. Barranquilla (Col.) 2009; 25 (1): 150-171

*Autores: Saskia Agámez Luengas¹ , María Aldana Bolaño¹ , Vanessa Barreto Arcos¹ ,
Adriana Santana Goenaga¹ , Carlo V. Caballero-Uribe²*
<http://www.scielo.org.co/pdf/sun/v25n1/v25n1a13.pdf>

El uso de las redes sociales digitales como herramienta de marketing en el desempeño empresarial (Cuad. adon.ser.organ. Bogotá (Colombia), 26 (47): 205-231, julio-diciembre de 2013)

*Autores: Felipe Uribe Saavedra** Josep Rialp Criado*** Joan Llonch Andreu***
<http://www.scielo.org.co/pdf/cadm/v26n47/v26n47a09.pdf>

Sobrepoblación canina y felina: tendencias y nuevas perspectivas
(Rev. Med. Vet. Zoot. 2011. 58(1):45-53)

*C. A. Salamanca,*1 L. J. Polo,1 J. Vargas2 Artículo recibido: 15 de abril de 2010;
aprobado: 23 de marzo de 2011*
<http://www.scielo.org.co/pdf/rfmvz/v58n1/v58n1a05.pdf>

¿Cómo monetizar bien una App?

(Interactiva: Revista de la comunicación y el marketing digital, ISSN 1576-4885, N°. 177, 2016)

Autores: Javier Pérez Rey
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5665026>

Las mejores apps para viajar con mascotas

(Viajar: la primera revista española de viajes, ISSN 1139-8760, N°. 437, 2015, págs. 30-30)

Autores: Esther Rodríguez Andreu
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6265262>

Por medio de la presente y en calidad de autores titulares de la investigación que adjuntamos, bajo el título de **DESARROLLO DE UNA APLICACIÓN PARA LA BÚSQUEDA Y RESCATE DE MASCOTAS PERDIDAS EN BOGOTÁ A TRAVÉS DE UN COLLAR GPS**, es nuestro interés autorizar a la Corporación universitaria Unitec para que utilice en todas sus formas, los derechos patrimoniales de reproducción, comunicación pública, transformación y distribución (alquiler, préstamo público e importación) que nos corresponden como creadores o titulares de esta investigación.

La presente autorización se da sin restricción de tiempo, ni territorio y de manera gratuita. Entiendo que puedo solicitar a la Corporación universitaria Unitec retirar mi obra en cualquier momento tanto de los repositorios como del catálogo si así lo decido.

La presente autorización se otorga de manera no exclusiva, y la misma no implica transferencia de mis derechos patrimoniales en favor de la Corporación universitaria Unitec, por lo que podré utilizar y explotar la obra de la manera que mejor considere. La presente autorización no implica la cesión de los derechos morales y la Corporación universitaria Unitec los reconocerá y velará por el respeto a los mismos.

La presente autorización se hace extensiva no sólo a las facultades y derechos de uso sobre la obra en formato o soporte material, sino también para formato electrónico, y en general para cualquier formato conocido o por conocer. Manifiesto que la obra objeto de la presente autorización es original y la realicé sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es de mi exclusiva autoría o tengo la titularidad sobre la misma. En caso de presentarse cualquier reclamación o por acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en cuestión asumiré toda la responsabilidad, y saldré en defensa de los derechos aquí autorizados para todos los efectos la Corporación universitaria Unitec actúa como un tercero de buena fe. La sesión otorgada se ajusta a lo que establece la ley 23 de 1982.

Para constancia de lo expresado anteriormente firmamos

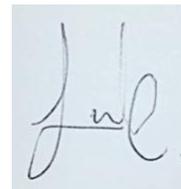
Firma



LILIANA BARÓN
C.C # 52.884.594 Btá



CAMILO PALENCIA
C.C # 1.019.036.567 Btá



CAROLINA CASAS
C.C # 1.110.513.525 Ibagué