

PROYECTO PETS TO PETS SAS

LIZETH ELIANA FRADE RINCON

CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

INSTITUCION DE EDUCACION SUPERIOR

TECNOLOGIA EN GESTION DE MERCADEO

BOGOTA

2017

## Tabla de contenido

ii

<b>1.</b>	<b>Introducción</b>	<b>1</b>
<b>1.1.</b>	<b>Introducción y justificación</b>	<b>2</b>
<b>1.2.</b>	<b>Antecedentes</b>	<b>3</b>
<b>1.3.</b>	<b>Descripción Producto</b>	<b>4</b>
<b>1.4.</b>	<b>Declaración estratégica de la empresa</b>	<b>6</b>
<b>1.4.1.</b>	<b>Razón social</b>	<b>6</b>
<b>1.4.2.</b>	<b>Tipo de sociedad</b>	<b>6</b>
<b>1.4.3.</b>	<b>Misión</b>	<b>7</b>
<b>1.4.4.</b>	<b>Visión</b>	<b>7</b>
<b>1.4.5.</b>	<b>Valores</b>	<b>8</b>
<b>1.5.</b>	<b>Organización de la empresa</b>	<b>9</b>
<b>1.6.</b>	<b>Análisis del contexto</b>	<b>10</b>
<b>2.</b>	<b>Fundamento teórico</b>	<b>24</b>
<b>2.1.</b>	<b>Marco teórico y estado del arte</b>	<b>24</b>
<b>2.2.</b>	<b>Marco conceptual</b>	<b>33</b>
<b>3.</b>	<b>Investigación de Mercado</b>	<b>35</b>
<b>3.1.</b>	<b>Objetivo General de la Investigación de Mercado</b>	<b>35</b>
<b>3.2.</b>	<b>Objetivos Específicos de la Investigación de Mercado</b>	<b>35</b>
<b>3.3.</b>	<b>Diseño de la investigación</b>	<b>36</b>
<b>3.3.1.</b>	<b>Definición de metodología</b>	<b>36</b>
<b>3.3.2.</b>	<b>Muestreo</b>	<b>37</b>
<b>3.3.2.1.</b>	<b>Grupo objetivo</b>	<b>37</b>
<b>3.3.2.2.</b>	<b>Tipo de muestreo</b>	<b>38</b>
<b>3.3.2.3.</b>	<b>Tamaño de la muestra</b>	<b>39</b>
<b>3.3.3.</b>	<b>Instrumentos de recolección de información</b>	<b>39</b>
<b>3.4.</b>	<b>Resultados y análisis</b>	<b>42</b>
<b>3.5.</b>	<b>Conclusiones estratégicas en función de los objetivos de investigación</b>	<b>55</b>
<b>4.</b>	<b>Plan estratégico</b>	<b>57</b>
<b>4.1.</b>	<b>Análisis estático y dinámico</b>	<b>57</b>
<b>4.1.1.</b>	<b>Análisis situacional (Matriz DOFA)</b>	<b>57</b>
<b>4.1.2.</b>	<b>Análisis de competencia (Matriz MPC)</b>	<b>59</b>
<b>4.1.3.</b>	<b>Segmento de mercado</b>	<b>59</b>
<b>4.1.3.1.</b>	<b>Perfil y características demográficas, psicográficas y comportamentales</b>	<b>59</b>
<b>4.1.3.2.</b>	<b>Cuantificación</b>	<b>63</b>
<b>4.1.4.</b>	<b>Estimación de la demanda y proyección de mercados</b>	<b>64</b>
<b>4.2.</b>	<b>Planteamiento estratégico</b>	<b>65</b>
<b>4.2.1.</b>	<b>Análisis estratégico</b>	<b>66</b>
<b>4.2.1.1.</b>	<b>Cruces estratégicos FO,FA,DO,DA</b>	<b>66</b>
<b>4.2.1.2.</b>	<b>Matriz de Ansoff</b>	<b>68</b>
<b>4.2.2.</b>	<b>Objetivo General del Plan de Mercadeo</b>	<b>68</b>
<b>4.2.3.</b>	<b>Declaración estratégica</b>	<b>69</b>
<b>4.2.4.</b>	<b>Definición de indicadores de gestión para el plan de mercadeo</b>	<b>69</b>
<b>5.</b>	<b>Plan táctico</b>	<b>70</b>
<b>5.1.</b>	<b>Tácticas de Producto</b>	<b>70</b>

5.1.1. Propuesta de valor del producto y/o servicio.....	70 iii
5.1.2. Empaque – Mapa del servicio.....	71
5.1.3. Plan complementario de servicio y atención al cliente.....	71
5.2. Tácticas de Precio.....	71
5.2.1. Precio neto.....	71
5.2.2. Precio de venta al público.....	72
5.2.3. Estrategias de precio.....	72
5.3. Tácticas de comunicación.....	73
5.3.1. Concepto de comunicación y/o ejes Comunicativos.....	73
5.3.2. Declaración de identidad de marca.....	73
5.3.3. Publicidad.....	73
5.3.3.1. Promociones de ventas.....	75
5.3.3.2. Merchandising y gestión en punto de venta.....	75
5.3.3.3. Marketing directo.....	75
5.4. Tácticas de Plaza y distribución.....	76
5.4.1. Canales.....	76
5.4.2. Cobertura.....	77
5.4.3. Estrategias de ventas y negociaciones.....	78
6. Resultados Financieros.....	79
6.1. Punto de Equilibrio.....	79
6.2. Estado de resultados a 1 año.....	79
6.2.1. Ventas.....	79
6.2.2. Costo de ventas.....	80
6.2.3. Gastos de administración.....	80
6.2.4. Gastos de ventas.....	81
7. Referencias Bibliográficas.....	82
8. Anexos.....	87

Tabla No. 1 Ficha Técnica.....	40
Tabla No. 2 Análisis situacional (Matriz DOFA).....	57
Tabla No. 3 Análisis de competencia (Matriz MPC).....	59
Tabla No. 4 Cuantificación.....	63
Tabla No. 5 Estimación de la demanda y proyección de mercados.....	64
Tabla No. 6 Cruces estratégicos FO,FA,DO,DA.....	66
Tabla No. 7 Clientes Nuevos.....	69
Tabla No. 8 Capacitaciones.....	69
Tabla No. 9 Nivel de satisfacción del cliente.....	70
Tabla No. 10 Nivel de expectativa de los clientes.....	70
Tabla No. 11 Punto de Equilibrio.....	79

## Lista de Ilustraciones

Ilustración No. 1 Organización de la Empresa: Organigrama.....	9
Ilustración No. 2 Planteamiento Estratégico.....	65
Ilustración No. 3 Matriz de Ansoff.....	68
Ilustración No. 4 Mapa del servicio.....	71
Ilustración No. 5 Declaración de identidad de marca.....	73
Ilustración No. 6 Ubicación.....	76
Ilustración No. 7 Cobertura.....	77

## Lista de figuras

vi

Figura 1. Qué tipo de mascota tiene usted.....	42
Figura 2. Con qué frecuencia lleva usted a su mascota al veterinario.....	43
Figura 3. De sus ingresos mensuales cuanto dispone usted para su mascota.....	44
Figura 4. Le gustaría que su mascota contara con un servicio de medicina veterinaria- prepagada.....	45
Figura 5. Cuanto estaría dispuesto a pagar por el servicio de medicina veterinaria prepagada para su mascota.....	46
Figura 6. Porque lleva usted a su mascota al veterinario.....	47
Figura 7. Alguna vez ha llevado a su mascota a la veterinaria por urgencias.....	48
Figura 8. Se acuerda usted cuando tuvo que pagar por el servicio de urgencias para su mascota.....	49
Figura 9. En algún momento ha tenido que mandarle hacer exámenes a su mascota.....	50
Figura 10. Cuanto ha pagado por esos exámenes.....	51
Figura No. 11 Conoce usted alguna entidad que preste el servicio de medicina prepagada para mascotas.....	52
Figura No. 12 Le gustaría contar con un servicio de ambulancia para su mascota.....	53
Figura No. 13 Le gustaría contar con un servicio de atención domiciliaria para su mascota.....	54
Figura No. 14 Cuanto paga usted por una consulta rutinaria para su mascota.....	55

## LISTA DE ANEXOS

Anexo A Encuesta Pets to Pet

Anexo B Cotizaciones

Anexo C Resultados Financieros

## 1. Introducción

Desde tiempos anteriores la raza felina y canina se ha convertido en integrantes importantes de las todas y cada una de las familias, ofrecen a sus amos tranquilidad, alegría, compañía y seguridad, por esta misma razón es que cada familia considera actualmente a sus mascotas como un miembro más. Cabe resaltar que el tener una mascota en nuestros hogares da la estimulación de los niños el sentido de la responsabilidad que se desarrolla ayudando de igual forma a la comprensión de los niños del ciclo natural de la vida enseñándoles, el nacimiento, la procreación y la muerte, pero sobre y todo la que más importante, el significado real de la lealtad, la amistad y el amor. Por estas y muchas razones más es que consideramos nuestras mascotas como parte de la familia teniendo en cuenta sobre todo siendo muy conscientes que necesitan al igual que el hombre, cubrir sus necesidades básicas, como por ejemplo de alimentación y cuidados de salud. Es por ello que tras visualizar la necesidad actual que tienen los caninos y felinos pretendemos crear una empresa ofreciendo el servicio de medicina prepagada a precios asequibles, brindando un servicio integral de consultas generales, urgencias 24 horas, hospitalizaciones y atención domiciliario.

*PETS TO PET* está ubicado en el municipio de chía específicamente en la Cll 10 # 3-82 pero ofreceremos nuestros servicios a los municipios aledaños ya que contaremos con servicio a domicilio el cual trasladará a los usuarios desde su residencia hasta nuestra clínica según sea el caso.

## **1.1. Justificación**

En la actualidad nos hemos podido dar cuenta que las mascotas han tomado un lugar muy importante en los hogares colombianos pues con el pasar de los días ellos son han dejado de ser solo animales de compañía ahora son un miembro de la familia donde el bienestar de ellos es importante para cada uno de los que conforman el hogar.

Para nadie es un secreto que los servicios médicos veterinarios son un poco costosos pues la consulta médica veterinaria oscila entre \$ 30.000 y \$ 50.000, adicionalmente si la mascota requiere medicamentos o exámenes hay que cubrirlos de manera inmediata lo cual para muchas personas es muy difícil ya que no poseen el dinero en ese momento, por lo cual muchas veces dejan de llevar a sus mascotas al veterinario y deciden realizar remedios caseros o dejar así.

Por eso decidimos iniciar con este proyecto con el fin de facilitar a muchas personas el bienestar y salud de su mascota con un servicio de medicina veterinaria prepagada con el fin de beneficiar tanto al dueño y a la mascota, ofreciéndoles un servicio de afiliación en salud para ella, la cual está dividida en diferentes categorías donde el dueño de la mascota podrá escoger la que le parezca más adecuada a las necesidades de su mascota y lo mejor es que su mascota podrá contar mes a mes con un servicio médico cuando sea necesario.

## **1.2. Antecedentes**

*PETS TO PET* nace en el año 2015 principalmente como un proyecto estudiantil en la cual decidimos enfocarnos en un servicio de medicina prepagada para perros y gatos, ya que como usuarias y propietarias de este tipo de mascotas muchas veces hemos tenido que llevar a nuestras mascotas a una clínica veterinaria por urgencias y hemos tenido que pagar una gran cantidad de dinero; ya que se debe pagar la consulta, medicamentos o algún tipo de examen hay que cubrirlos de inmediato los cuales son un poco costosos y muchas veces no contamos con el dinero necesario para cubrirlos, por estos motivos muchas personas no llevan a su mascota al veterinario y prefieren dejarlo así o realizar remedios caseros.

*PETS TO PET* pretende brindar un servicio veterinario de medicina prepagada a un precio asequible para los propietarios de este tipo de mascotas, ofreciéndoles diferentes tipos de planes médicos los cuales serán pagados mensualmente y así podrán contar con un servicio médico cuando sea necesario lo cual facilitara el cuidado y salud de sus mascotas.

*PETS TO PET* está ubicado en el municipio de chíá específicamente en la Cll 10 # 3-82 pero ofreceremos nuestros servicios a los municipios aledaños ya que contamos con servicio a domicilio el cual trasladará a los usuarios desde su residencia hasta nuestra clínica según sea el caso.

### **1.3. Descripción Producto**

Brindaremos un servicio de medicina prepagada para caninos y felinos, radicada en el municipio de Chía y alrededores (Cota, Zipaquirá y Cajica), concientizando a sus propietarios de la importancia que tiene brindarles salud a estos, para así evitar enfermedades logrando mejor calidad de vida para las mascotas y los propietarios.

*PETS TO PET* realizará una distribución directa implementando como estrategia el servicio de 24 horas contando con una línea de call center No. 8635483 en la cual los usuarios podrán comunicarse y salir de cualquier inquietud que tengan con respecto al servicio o con su mascota, nuestros ejecutivos comerciales serán personas totalmente dispuestas a brindar la mejor información sobre los servicios que prestará logrando que las personas se afilien a nuestra clínica veterinaria.

#### **Portafolio de servicios:**

- Categoría A:
  1. Consulta general gratuita (1 mes).
  2. Urgencias 24 horas.
  3. Desparasitación y vacunación.
  4. Hospitalización por urgencias (1 día).
- Categoría B:
  1. Consulta general gratuita (3 mes).
  2. Urgencias 24 horas.

3. Desparasitación y vacunación.
  4. Hospitalización por urgencias (2 días).
  5. Consulta a domicilio gratis (1 mes).
  6. Atención VIP a perros en etapa sénior.
- Categoría C:
1. Consulta general gratuita.
  2. Urgencias 24 horas.
  3. Desparasitación y vacunación.
  4. Hospitalización (4 días).
  5. Consulta a domicilio (2 meses).
  6. Atención VIP a perros en etapa sénior

## **1.4. Declaración estratégica de la empresa**

### **1.4.1 Razón social**

La razón social es PETS TO PET S.A.S

### **1.4.2 Tipo de sociedad**

La sociedad la cual utilizaremos será Sociedades por Acciones Simplificadas (S.A.S) pues la sociedad será comercial de capital, estimulando el emprendimiento debido a las facilidades y flexibilidades que posee para constitución y funcionamientos de Petsñ To Pet como proyecto estudiantil.

La ley establecida es la 1258 de 2008, además del decreto 2020 de junio de 2009 en la antigua ley de emprendimiento (1014 de 2006).

Se constituyera por dos personas naturales, con actividades comerciales tanto civiles, con la creación de un documento privado luego de realizar el registro ante la Cámara y Comercio.

Según el artículo 5 de la ley 1258, por regla se constituyera un documento privado que conste del nombre de Pets to pet, el documento de identidad de los accionistas y dirección de residencia.

#### **1.4.4. Misión**

Brindar una nueva alternativa de salud veterinaria prepagada, la cual contara con un excelente equipo de médicos veterinarios profesionales, que cuidan la salud y el bienestar de su mascota.

#### **1.4.5. Visión**

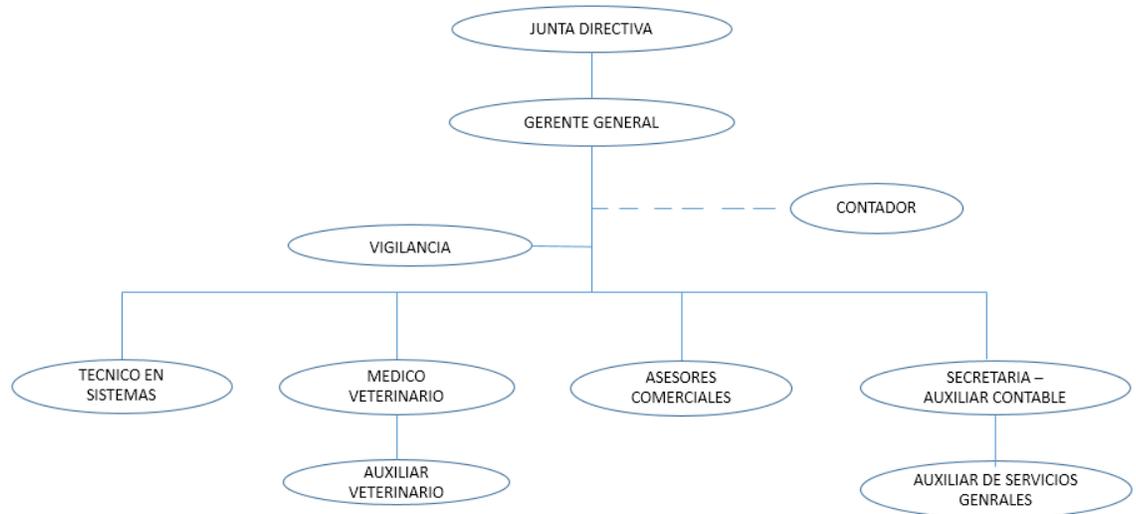
En el año 2021 seremos la empresa más reconocida prestadora de servicios de salud veterinaria prepagada en el municipio de chía y alrededores, por su alta calidad en la atención y la nueva forma de cobertura de los servicios médicos para las mascotas.

#### 1.4.5. Valores

- **Integridad:** Actuar con honestidad y el honor, sin comprometer la verdad.
- **Seguridad:** Garantizar la salud y seguridad de los empleados y de ir más allá de los requisitos legales para proporcionar un lugar de trabajo libre de accidentes
- **Propiedad:** Cuidar de la empresa y los clientes.
- **Transparencia:** Brindaremos servicios con ética.
- **Respeto hacia la vida de los animales y a la confianza depositada en nosotros por parte de sus propietarios.**
- **Confianza por la calidad de nuestros productos y servicios.** Para orientar para poner al alcance de nuestro clientes las mejores alternativas.
- **Trabajo en equipo** nuestra compañía está conformada por un equipo capacitado para trabajar entre si y brindarle bienestar a su mascota.

## 1.5. Organización de la empresa: Organigrama

Ilustración No. 1



Fuente: Autores del Proyecto

## **1.6. Análisis del contexto (Global, local, cultural, social, económico y legal)**

### **Información del sector del cuidado de mascotas en Colombia:**

*Información de la secretaría de salud de Bogotá, Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias y datos de las aseguradoras internacionales.*

#### ***La Federación Nacional de Comerciante FENALCO***

El mercado de productos alimenticios y accesorios para las mascotas cada día es más grande y las góndolas de los supermercados vienen aumentando el espacio para sostener estos bienes. Es un hecho que con el paso del tiempo los espacios para exhibir este tipo de elementos serán cada vez mayores

La Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco) realizó un estudio de la denominación de compra de los productos que se adquieren en los hogares colombianos, donde se hacía una tipificación de los productos alimenticios para sus mascotas.

Dando como resultado que, los colombianos compran en establecimientos los productos a sus mascotas ya sea alimentos o accesorios, la mayoría coincidió en afirmar que es en los súper e hipermercados a donde recurren para adquirirlos. En efecto, el **47%** de los consultados en la encuesta dijo que acude a este tipo de establecimientos, otros amantes de las mascotas prefieren ir a las tiendas de barrio o a los graneros para comprar los alimentos para sus compañeros.

El **24%** de los dueños de estos consumidores adquieren los productos en las tiendas de barrio, mientras que el **13%** lo hace en los graneros que, en la mayoría de los casos, también están ubicados en los propios barrios cerca de las casas de los propietarios.

Existe de igual manera un porcentaje de la población dueña de mascotas que no le compra concentrado u otro tipo de comida a sus animales sino que los alimenta con comida casera o sobras, situación que se presenta, en la buena parte de los casos por las pocas posibilidades que existen para adquirir los alimentos en cualquier tipo de almacén.

Los gastos para la manutención, los servicios de salud y el entrenamiento de las pequeñas mascotas es un tema que va en aumento, pero también es un hecho que se ha convertido en parte de la canasta familiar y por ello no es raro que dentro de los productos de la misma se incluyan estos elementos para estos integrantes de la familia.

Es tan movido este negocio que cada vez aparecen en las ciudades más almacenes especializados en la venta de estos productos. Lo que se evidencia con estos son las grandes posibilidades que surgen alrededor de las mascotas, es un mercado de gran tamaño y con altas posibilidades de segmentación. Son tan importantes estos consumidores que ha hasta tienen su propio canal de televisión.

- *Entorno económico*

Hoy alrededor de **551** mil caninos y aproximadamente **144.928** gatos en Bogotá, lo que corresponde a que por cada **10** habitantes de la capital del país hay un perro y por cada **50** habitantes hay un gato, es decir uno de tres hogares tiene una mascota. El propietario de un perro gastaría al sumar esos ítems **120** millones de pesos y el de un gato **71** millones de pesos, si se tiene en cuenta que para el primer caso el animal vive en promedio entre **10** y **15** años y en el segundo, **12 a 15** años.

La tercera parte de los hogares colombianos tiene mascota, es decir, el **37%** de ellos. El favorito es el perro con el 69% para el agregado, seguido, bastante lejos, por las aves o los pájaros. Las familias de clase alta es donde más se tienen este tipo de animales. Aquí el porcentaje en los hogares alcanza el 44, mientras que en los estratos más bajos éste es de **33%**.

En alimentación mensual un propietario de un perro gasta alrededor de **250.000** pesos. La gran variedad de productos alimenticios para mascotas en el mercado hace que los amos deban asumir la compra del alimento no como un gasto sino como una forma de cuidar a su mascota. En la actualidad existen alimentos creados para razas y tamaños específicos.

En una visita mensual al veterinario, el dueño de un perro o gato puede gastar una suma elevada de dinero, según el caso. Las visitas de control en las que se hace vacunación y desparasitación a las mascotas valen entre **40.000** pesos y **50.000** pesos, según el tipo de procedimiento. Una consulta en clínica veterinaria cuesta aproximadamente **60.000** pesos, en promedio, y si se agrega el costo de las ayudas que los médicos veterinarios requieren para emitir un diagnóstico acertado y

los medicamentos necesarios para el tratamiento en caso de enfermedad, son otros **110.000** pesos. Si es necesario tratamiento hospitalario el valor de ese servicio está entre los **50.000** y **60.000** pesos por día.

A veces el amo de la mascota quiere dar un entierro especial al que fue su amigo fiel y compañía durante años. Para eso se diseñaron los planes exequiales para mascotas, los cuales ofrecen hasta inhumación y cremación por valor de 500.000 pesos.

*“Ante el aumento del número de mascotas en la sociedad nace la necesidad de estimar los gastos aproximados que tendría que asumir un propietario a la hora de adquirir una mascota y velar por su bienestar durante toda su vida. Entre gastos de alimentación, servicios médicos, belleza, responsabilidad civil y gastos exequiales”, afirma García*

#### **Entorno medioambiental:**

##### ***Ministerio de Salud y Protección social MINSALUD***

Los animales son seres importantes para la humanidad y por ende para el desarrollo humano sostenible teniendo un papel relevante en el desarrollo emocional, afectivo, y psicológico del individuo, la salud pública y la seguridad alimentaria.

En este contexto, la tenencia responsable de animales de compañía y de producción, recae directamente en los propietarios y tenedores, quienes tienen la obligación de brindarles el bienestar y los cuidados necesarios para su correcto desarrollo, con el fin de mantener una adecuada relación entre el animal y el ser humano.

Para ello es preciso tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. Cuando decidimos adquirir una mascota es necesario tener conocimiento que estos dependen del ser humano y son los propietarios o tenedores quienes deben asegurar su bienestar y supervivencia; por lo que es necesario satisfacer sus necesidades básicas, a saber:

- ✓ Alimentación
- ✓ Espacio y protección de las condiciones ambientales
- ✓ Limpieza y desinfección del lugar donde habita la mascota
- ✓ Cuidados sanitarios
- ✓ Cariño y respeto

Un dueño responsable **nunca**:

- ✓ Abandona a su mascota
- ✓ Permite que deambule libremente en la calle
- ✓ Permite que se alimente de basura o desperdicio.
- ✓ Permite que se reproduzca descontroladamente

Un dueño responsable evita que su mascota pueda transformarse en un riesgo para la salud de la familia, vecinos, otros animales o el ambiente.

2. A nivel sanitario son de gran importancia los siguientes aspectos:
  - ✓ Mantener sólo el número de mascotas que pueda cuidar responsablemente
  - ✓ Vacunar a su mascota una vez al año siguiendo un esquema de vacunación certificada y dirigida por un médico veterinario
  - ✓ Desparasitar regularmente a la mascota según el criterio de un médico veterinario.
  
3. Para la tenencia de animales de producción es necesario tener en cuenta:
  - ✓ El predio debe disponer de agua a voluntad, de buena calidad y en condiciones higiénico sanitarias adecuadas.
  - ✓ Evitar maltrato, estrés, dolor y miedo de los animales, mediante un manejo adecuado.
  - ✓ No usar en el manejo de los animales, instrumentos que puedan causar lesiones o sufrimiento.
  - ✓ Las instalaciones para atención y manejo de los animales, deben ofrecer un entorno eficiente y seguro para estos y los operarios.
  - ✓ En confinamiento y estabulación, los animales deben disponer de espacio suficiente, para manifestar su comportamiento natural.

El rol del médico veterinario es crucial en la tenencia de animales, por ser el profesional competente para orientar sobre las medidas indicadas para mantener la salud,

prevenir y controlar las diferentes enfermedades presentes en los animales, que en muchos casos pueden ser un riesgo para la salud humana.

Adicionalmente, se recomienda **la no tenencia** de animales silvestres o exóticos como mascotas, debido a que se generan factores de riesgo para la transmisión de enfermedades a las personas y a otros animales. Por tal razón, las especies silvestres deben estar libres en su ambiente natural y su intervención solamente estará indicada cuando las autoridades ambientales en el tema de fauna silvestre, lo consideren necesario.

- **Entorno político**

### **LEY N° 1774 (6 DE ENERO DEL 2016)**

#### **EL CONGRESO DE COLOMBIA DECRETA**

### **ARTICULO 3°.**

#### **Principios.**

- a) **Protección al animal.**

El trato a los animales se basa en el respeto, la solidaridad, la compasión, la ética, la justicia, el cuidado, la prevención del sufrimiento, la erradicación del cautiverio y el abandono, así como de cualquier forma de abuso, maltrato, violencia, y trato cruel.

b) Bienestar animal.

En el cuidado de los animales, el responsable o tenedor de ellos asegurará como mínimo:

1. Que no sufran hambre ni sed,
2. Que no sufran injustificadamente malestar físico ni dolor;
3. Que no les sean provocadas enfermedades por negligencia o descuido: 4. Que no sean sometidos a condiciones de miedo ni estrés;
5. Que puedan manifestar su comportamiento natural;

c) Solidaridad social.

El Estado, la sociedad y sus miembros tienen la obligación de asistir y 'l proteger a los animales con acciones diligentes ante situaciones que pongan en peligro su vida, su salud o su integridad física. Asimismo, tienen la responsabilidad de tomar parte activa en la prevención y eliminación del maltrato, crueldad y violencia contra los animales; también es su deber abstenerse de cualquier acto injustificado de violencia o maltrato contra estos y denunciar aquellos infractores de las conductas señaladas de los que se tenga conocimiento.

**TITULO XI - A**

**DE LOS DELITOS CONTRA LOS ANIMALES**

## **CAPITULO ÚNICO**

Delitos contra la vida, la integridad física y emocional de los animales Artículo 339A.  
El que, por cualquier medio o procedimiento maltrate a un animal doméstico, amansado, silvestre vertebrado o exótico vertebrado, causándole la muerte o lesiones que menoscaben gravemente su salud o integridad física, incurrirá en pena de prisión de doce (12) a treinta y seis (36) meses, e inhabilidad especial de uno (1) a tres (3) años para el ejercicio de profesión, oficio, comercio o tenencia que tenga relación con los animales y multa de cinco (5) a sesenta (60) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

### **Artículo 339B.**

#### **Circunstancias de agravación punitiva.**

Las penas contempladas en el artículo anterior se aumentarán de la mitad a tres cuartas partes, si la conducta se cometiere:

- a)** Con sevicia;
- b)** Cuando una o varias de las conductas mencionadas se perpetren en vía o sitio público;
- c)** Valiéndose de inimputables o de menores de edad o en presencia de aquellos;
- d)** Cuando se cometan actos sexuales con los animales;

e) Cuando alguno de los delitos previstos en los artículos anteriores se cometiere por servidor público o quien ejerza funciones públicas.

**Parágrafo 1°.**

Quedan exceptuadas de las penas previstas en esta ley, las prácticas, en el marco de las normas vigentes, de buen manejo de los animales que tengan como objetivo el cuidado, reproducción, cría, adiestramiento, mantenimiento; las de beneficio y procesamiento relacionadas con la producción de alimentos; y las actividades de entrenamiento para competencias legalmente aceptadas.

**Parágrafo 2°.**

Quienes adelanten acciones de salubridad pública tendientes a controlar brotes epidémicos, o transmisión de enfermedades zoonóticas, no serán objeto de las penas previstas en la presente ley. Parágrafo 3°. Quienes adelanten las conductas descritas en el artículo 7° de la Ley 84 de 1989 no serán objeto de las penas previstas en la presente ley.

***Artículo 8°.***

Adicionar a la Ley 84 de 1989 un nuevo artículo del siguiente tenor: Artículo 46A. Aprehensión material preventiva. Retención Preventiva. Cuando se tenga conocimiento o indicio de la realización de conductas que constituyan maltrato contra un animal, o que de manera vulneren su bienestar físico, la Policía Nacional y las autoridades policivas

competentes podrán aprehender preventivamente en forma inmediata y sin que medie orden judicial o administrativa previa, a cualquier animal, Toda denuncia deberá ser atendida como máximo en las siguientes veinticuatro (24) horas.

Cuando se entregue en custodia el animal doméstico a las entidades de protección animal" el responsable, cuidador o tenedor estará en la obligación de garantizar los gastos de manutención y alimentación del animal sin perjuicio de las obligaciones legales que le corresponden a los entes territoriales. En caso de no cancelarse las expensas respectivas dentro de un plazo de quince (15) días calendario, la entidad de protección podrá disponer definitivamente para entregar en adopción el animal.

- **Entorno responsabilidad social**

*Responsabilidad social de la medicina de mascotas en la salud*

La tendencia de la compañía de las mascotas en los hogares, tiene un crecimiento bastante notorio de tiempo hacia la actualidad. Contribuyendo de esta manera a las múltiples funciones que realiza una mascota como es la recreación deportiva, la exhibición, claramente el sustituto familiar, entre otros.

Se debe tener la salvedad de que estas actividades que practican nuestras mascotas diariamente tienen un riesgo de enfermedades, estas mismas vinculan notablemente la relación en el ser humano del cual la mascota es dueño. Estas enfermedades que vinculan

al hombre tiene como nombre zoonosis, son enfermedades tipo bacteria, viral, parasitario, entre otras.

Según la organización Mundial de Sanidad

Se estima que no menos del 60% de los patógenos humanos y 75% de las enfermedades son zoonóticas. (FAO, 2009)

Es innumerable la tipificación de enfermedades que se puede presentar por la tendencia de las mascotas hoy en día, lo que realmente hace necesario la consulta, el apoyo y la orientación de un profesional veterinario, con compromiso a la comunidad a la salud pública y el bienestar de los animales, es por ello que cada propietario de la mascota debe tener un mínimo de responsabilidad social no solo por el bienestar de su mascota si no por el suyo y de igual manera el integral de su familia, contribuyendo de igual manera al bienestar de la sociedad.

## **Necesidades del Mercado**

Cuando decidimos tener mascotas, debemos pensar en la responsabilidad que este nos va a traer, y no solamente tenemos que pensar que significa en darle comer, sacarlo a pasear o jugar con ellos, también tenemos que velar por la salud y bienestar de los mismo, en muchas ocasiones nos tomamos a la ligera la salud de las mascotas sin darnos cuenta que no solo están expuestos a diferentes enfermedades, sino que también nosotros estamos expuestos.

Las Razones por las cuales hay que llevar a nuestras mascotas al veterinario son:

- Calidad de vida para nuestras mascotas: ya que al realizar una visita periódica al veterinario nos ayuda a diagnosticar y a prevenir posibles enfermedades que hacia un futuro puede causar graves lesiones.
- Nos evita enfermedades a nosotros mismos: nos puede causar una zoonosis ya que estos están al contacto continuo con bacterias y virus en los parques, con otros perros o simplemente al contacto con agua no purificada.
- Servicio de una persona profesional: la salud de una mascota no es juego y no se puede dar fórmulas médicas sin una opinión médica ya que ellos no pueden ingerir cualquier medicamento del uso humano; por esto debemos acudir a un profesional calificado donde nos oriente y nos formule el medicamento adecuado para estos mismos.

Cuando queremos acudir a un veterinario nos damos cuenta que los precios son realmente elevados y que en muchas ocasiones no se tienen disponible los recursos en ese momento

Por estos motivos *PETS TO PET* se encargará de suplir una necesidad de salud para las mascotas con un servicio de medicina prepagada, el cual por medio de una cuota mensual dependiendo de la categoría escogida, se prestaran unos servicios especiales para la salud y el bienestar de nuestras mascotas sin la preocupación de tener que pensar en los altos costos de la atención de salud que toca pagar al ir a una veterinaria normal.

## **2. Fundamento teórico**

### **2.1. Marco teórico y estado del arte**

#### **Historia de las relaciones hombre-mascota**

Estudios realizados por la universidad de Antioquia y la revista colombiana de ciencias pecuarias sobre la influencia de las mascotas en la vida humana, la relación entre los humanos y los gatos a través de la historia ha sido enigmática. Los gatos fueron adorados por los egipcios, alcanzando inclusive condiciones de divinidad, fueron inmortalizados en el arte, la música y la literatura. Sin embargo, en otras culturas esta especie ha sido ícono de maldad, brujería, y relacionada con entidades demoníacas. Ninguna otra especie animal ha tenido una relación tan turbulenta con los seres humanos como el gato. Hoy en día, es inmenso el apogeo de esta especie como mascota, debido a su fácil tenencia, a que son buenos acompañantes, hermosos, con grandes personalidades, interesantes y divertidos de observar. El censo de 1996 de la población felina en los Estados Unidos fue de más de 59 millones, este auge ha generado que existan médicos veterinarios exclusivamente dedicados a la práctica clínica de esta especie. En general, los propietarios de gatos reportan que estos le proporcionan amor y afecto ilimitado, lealtad y dedicación incondicional; que se sienten reconfortados con su presencia, y aseguran que el hablar y jugar con ellos les permite apaciguar sentimientos de enfado y de desazón. Estas mascotas llegan inclusive a ser considerados por sus dueños como un miembro más de la familia.

Los perros en Egipto eran respetados y estaba prohibido matarlos, condenándose a la pena de muerte por este delito y el maltrato animal se penaba con castigos corporales. Los arqueólogos han encontrado perros momificados junto a la tumba de su amo, estos

no eran sacrificados en el momento de su muerte, sino que eran momificados y depositados cerca de la tumba una vez que dejaran de existir por muerte natural; se les lloraba y se llevaba luto en su honor

Los canes han sido compañeros fieles de reyes, emperadores, de la aristocracia, pero también de personas de escasos recursos económicos, no siendo esto un impedimento para la entrega de su amor y lealtad. Afortunadamente para nuestro fiel compañero, aquellos tiempos de tanta crudeza han quedado atrás; una forma de compensar y enmendar todas las desavenencias, es darle el cariño y trato que se han ganado a través de los tiempos.

### **1. Mercado de mascotas en Colombia**

Cada día son más las personas que deciden tener mascotas en sus hogares. Según uno de los últimos estudios que se han sacado del tema, Fenalco encontró que más de la tercera parte de los hogares colombianos ha optado por incluir en sus núcleos familiares a una mascota, lo que indica que aproximadamente 1 de cada 3 familias poseen alguna, sea un perro, gato, aves o peces principalmente. Esta es la principal razón por la cual el mercado de productos alimenticios y accesorios para mascotas cada día es más significativo, y las góndolas de los supermercados vienen aumentando el espacio para albergar estos productos, así como el mercadeo electrónico, y las tiendas especializadas en todo tipo de bienes y servicios para alimentación, diversión o su cuidado.

Los colombianos deciden cada vez más tener una mascota por múltiples factores; el cariño que generan, la relación de “amistad”, suplir la necesidad de brindar el afecto que

no les darán a los hijos que no se tendrán, la alta tasa de divorcios, el gusto por los animales, entre otros aspectos, generan la sensación de no estar sólo sino tener un compañero al llegar a casa, un amigo para los niños en el hogar y un camarada de juego o ejercicio. Dichos aspectos han sido algunos de los determinantes que en los últimos años han impulsado, a que más colombianos decidan tener estos nuevos integrantes en sus núcleos familiares. (Dinero junio 17, 2016)

## **2. Enfermedades más frecuentes**

El cuidado de una mascota implica una gran responsabilidad por lo que es importante conocer bien a un animal, no sólo para preservar su propia salud, sino además, para no comprometer la salud de las personas que lo rodean.

Por esa razón, hemos esquematizado a continuación, una lista con las enfermedades más comunes en perros y gatos. (<http://www.clinicaalfonsox.es/consejos/perros-y-gatos-enfermedades-mas-comunes>)

### ✓ Perros

- Filariosis canina o gusano del corazón
- Leishmaniosis canina
- Parvovirus canina
- Moquillo canino

### ✓ Gatos

- Inmunodeficiencia felina (sida felino)
- Leucemia felina
- Enfermedad del tracto urinario felino ( fus o flud).

### 3. Cuidados de mascotas en Colombia

La nueva normativa que rige desde enero de este año cataloga a los animales como “seres sintientes”. Expertos hablan sobre los deberes que tienen los humanos con el resto de especies.

Ahora, las leyes que rigen la relación animal-ciudadano han sido modificadas y se han dictado nuevas disposiciones por medio de la Ley 1774 del 6 de enero de 2016.

Con esta reforma, todos los animales que habiten en la nación son elevados a la categoría de “seres sintientes” y no pueden ser vistos como cosas. Por esta razón, deberán “recibir protección contra el sufrimiento y el dolor, en especial, el causado directa o indirectamente por los humanos”, establece la modificación.

En el artículo 3 de esta ley, el primer beneficio que deben recibir los animales de sus cuidadores es el de la alimentación.” Que no sufran ni de hambre ni de sed”

- ✓ Se deben proteger

En el punto dos del Artículo Tres de la ley a favor de los animales, se establece que ellos no deben sufrir “injustificadamente de malestar físico ni dolor”.

Que no les sean provocadas enfermedades por negligencia o descuido, y que no sean sometidos a condiciones de miedo ni estrés, son otros de los puntos anotados en dicho artículo.

- ✓ Ansiedad, aislamiento y violencia física.

El veterinario Calderón asegura que los humanos tenedores de animales están en la obligación de aprender a reconocer las emociones de ellos, sobre todo las negativas, las cuales “son serias para su salud. Por ejemplo, el miedo, la ansiedad y la rabia”, indica el experto, quien agrega que cuando las personas también aprenden a reconocer los comportamientos positivos del animal, están ayudando a su bienestar.

- ✓ Respetar su naturaleza

Que puedan manifestar libremente su comportamiento natural es el quinto punto del Artículo Tres de la norma que ahora abriga la vida animal. En este punto, la humanización de los animales vuelve a tomar partido.

El reconocido entrenador de perros César Millán se refirió al tema durante una entrevista con la revista mexicana Contenido. Para el experto en comportamiento animal, las personas no tienen en cuenta lo que necesitan sus mascotas. Por el contrario, los tratan como personas, ignorando sus necesidades físicas y psicológicas.

Los ciudadanos colombianos que violen las modificaciones de la Ley 1774 de 2016, se verán expuestos a procedimientos sancionatorios de carácter policivo y judicial. ( El Heraldo 07 de Agosto de 2016)

#### **4. El mercado de los productos para las mascotas**

No cabe duda que las mascotas son un miembro más de la familia. Y como parte de ella, tienen su propio espacio dentro de los gastos del hogar. Eso lo

evidenció un estudio de Euromonitor International, el cual indica que este segmento de mercado podría generar \$1 billón en 2016, y en cinco años, llegaría a \$1,4 billones.

Al finalizar 2016, el consumo per cápita en productos para animales se ubicará en casi \$118.000. Esta cifra es mucho mayor a lo que la población invirtió en 2015 en alimentos light (\$59.800), cigarrillos (\$36.291) o artículos de ropa como jeans (\$66.000) o tenis (\$60.000).

De hecho, según un estudio de las familias con animales gastan un 12% del presupuesto mensual en ellos. Para llegar a este resultado, se entrevistaron a 1.425 personas, de las cuales 46,2% tenía mascota.

Esta industria tiene una particularidad y es que cada vez más se diversifica. Hay productos como snacks o servicios funerarios, planes de salud, transporte o guarderías que también hacen parte de la gama de opciones para los animales.

Según María Ortiz, propietaria de Kinky, empresa dedicada a la producción de accesorios para mascotas, esto se debe a que “hay una mayor conciencia del cuidado de la vida animal”. (La Republica, agosto 12, 2016)

#### ✓ **Productos para mascotas**

El mercado ofrece una gran variedad de artículos para que las mascotas pasen un día feliz junto a sus dueños en CiudaddeMascotas.com, el portal colombiano de comercio electrónico que ofrece más de 5.000 productos

atractivos y de alta calidad para las mascotas, se pueden encontrar diferentes opciones para comprar el mejor regalo a tu perro o gato.

Normalmente los dueños de perros y gatos gastan aproximadamente \$100.000 mensuales en las compras de productos y alimentos para sus mascotas, para esta temporada el gasto se incrementa en un 50 %.

CiudaddeMascotas.com da a conocer los productos que prefieren comprar los colombianos para regalar a sus mascotas en amor y amistad. De acuerdo con la información suministrada por el portal, la tendencia de los usuarios en el país es comprar productos como ropa, collares, snacks, juguetes y muebles. (Portafolio, septiembre 20 de 2015).

## **5. Planes de salud para mascotas**

Ahora las mascotas también pueden tener un sistema de salud preventivo que les permita a sus dueños ahorrar costos a largo plazo en caso de accidente o enfermedad.

Muchos perros y gatos, en Colombia, ya son usuarios de planes de medicina prepagada para mascotas.

En el país hay varias clínicas veterinarias que ofrecen este servicio con diferentes modalidades y en diversas zonas. Entre ellas están Zoovida, que cuenta con más de 6.000 usuarios, Coovet y Zooprevenir, que manejan afiliación y hasta bonos, con un importante número de veterinarios y clínicas. Por lo general los servicios ofrecidos son médicos, quirúrgicos y hasta de belleza y según algunos

estimativos, el ahorro para los dueños en este tipo de atenciones, puede ser de hasta \$2 millones al año.

También hay seguros para mascotas que hacen desembolsos a los tenedores cuando hay urgencias y deben ser atendidos en cualquier clínica veterinaria. Otra modalidad son las pólizas para animales, que a través de empresas de seguros como Liberty y Colpatria, entre otras, cubren servicios de salud, y no de belleza. (La Republica, 2014).

### **Estado del Arte**

En el estudio realizado por la universidad del bosque en el año 2011 sobre la ética de la responsabilidad y el respeto a las mascotas cita varios autores que dan su opinión sobre las mascotas como:

Daniels & Bekoff resalta que en el binomio domesticador – domesticado, el hombre es capaz de tomar decisiones morales, la bioética de la domesticación y la calidad de vida de los animales domesticados deja de ser un asunto trivial. Esta capacidad conlleva una responsabilidad que exige el desarrollo de las las normas estrictas consistentes con principios éticos y morales que regulen nuestra relación con el resto de las especies animales. El perro es el animal con el que el hombre a llegado a intimar y establecer una relación de amistad y de compañerismo, de ahí que sea considerado el mejor amigo del hombre.

Según Catroviejo, Lysons, WSPA, Ramírez y Turner, la evolución de la convivencia hombre- animal, ha tenido diversas causas que son relevantes para la condición humana entre ellas encontramos:

- Facilitar el proceso de acercamiento e integración de las personas con el medio ambiente.
- Necesidad de los humanos de comunicarse y sentirse acompañados.
- Dependencia, por ejemplo la que pueden desarrollar los discapacitados frente a sus perros guía o lazarillos.
- El propósito de las personas de satisfacer el deseo de llevar a cabo una afición que puede concentrarse en la crianza, cuidado, educación, exposición de animales con fines de entrenamiento y recreación.
- El comportamiento afectivo de los seres humanos; el animal se convierte en un objeto de cariño y compañía en grado quizás igual o superior a una persona y al cual se le destina atención especial, cuidado y amor.

González y Carbo los describe como seres vivos sensibles y receptivos, con una gran capacidad de aprendizaje y de adaptación del entorno, facultad de aprender y de crear lazos de afecto y dependencia.

WSPA, establece que cada mascota debe ser tomada como un miembro de la familia y la comunidad (tratándolo como ser animal que es) y por ende debe ser valorada y respetada como tal, no debe ser simplemente una compra impulsiva, un juguete o un accesorio de moda, que será descartado una vez que se convierta en un problema.

- La tendencia responsable de las mascotas se define como la condición bajo la cual una persona acepta y se compromete a asumir una serie de derechos, deberes y obligaciones, enfocadas en la satisfacción de las necesidades físicas, psicológicas y ambientales de su mascota; así como la prevención del riesgo (potencial de

agresión, transmisión de enfermedades o daños a terceros), bajo el marco jurídico de la legislación pertinente. (OPS y WSPA). *(Primera reunión de expertos en tenencia responsable de mascotas y control de poblaciones Río de Janeiro, Brasil, 1 al 3 de Septiembre de 2003).*

## **2.2. Marco conceptual (Glosario de términos desarrollados en el trabajo)**

- ✓ Antígenos: Suele ser una molécula tóxica para el cuerpo.
- ✓ Bacteriana: Es una vacuna a base de células inactivadas la cual utiliza numerosas proteínas y cuenta con una vida de larga duración.
- ✓ Ectoparásitos: Es un parásito que vive en la superficie de otro organismo parasitado (huésped).
- ✓ Edad geriátrica: Enfermedades en personas de la tercera edad.
- ✓ Endoparásito: Es un parásito que vive en el interior de otro parasito. Existen endoparásitos que atacan plantas o animales .
- ✓ Esquiladoras: Maquina profesional para la peluquería canina.
- ✓ Etapa Senior: Es la categoría de edad entre los 6 o 7 años al resto de la vida del perro.
- ✓ Lazarillo: Persona o animal especialmente es un perro que acompaña a un ciego para guiarlo.
- ✓ Lector Homologado: Es una cápsula que se inyecta bajo la piel del animal con ayuda de una jeringa especial, a la altura de la nuca, donde queda localizado.

- ✓ Longevidad: En general tiene que ver con la duración de vida de un ser humano o de un organismo biológico y se utiliza con más frecuencia en referencia a la ancianidad o la edad de un ser vivo.
- ✓ Parvovirus: Es una enfermedad viral que afecta principalmente a los cachorros de perros y se manifiesta con vómitos muy frecuentes, decaimiento y diarreas severas
- ✓ Reiki: Es una técnica de canalización y transmisión de energía vital a través de la fricción de las manos, que se utiliza para obtener paz y equilibrio en todos los niveles: Físico: mejoría en dolencias, lesiones, metabolismo, etc.
- ✓ Taxidermia: Es el arte de disecar animales para conservarlos con apariencia de vivos y facilitar así su exposición, estudio y conservación.
- ✓ Toxoides: Es una toxina de bacterias la cual ha sido suprimida por un producto químico (formol) o por efectos del calor, mientras que se mantienen otras propiedades de la misma.
- ✓ VIP: Es un acrónimo que procede de la lengua inglesa y se refiere a persona muy importante.
- ✓ Zoonosis: Es una enfermedad que se desarrolla directamente en los animales que contiene alta probabilidad de contagio a las personas.

### **3. Investigación de Mercado**

#### **3.1. Objetivo General**

Identificar la viabilidad de aceptación que podría tener el servicio veterinario como medicina prepagada para mascotas (caninos y felinos) en el municipio de chía, mediante la obtención de información que nos permita conocer las variables del mercado como.

#### **3.2. Objetivos específicos**

1. Identificar la frecuencia con la cual el cliente lleva a su mascota al veterinario.
2. Conocer el estilo de vida que le dan a las mascotas los posibles clientes partiendo de la inversión económica que destinan para ellas de sus ingresos económicos, al momento de llegar a requerir un servicio médico.
3. Establecer el precio adecuado para el servicio canino y felino,
4. Identificar qué servicios les gustaría que prestara nuestra clínica veterinaria prepagada y determinar su relevancia para ellos.
5. Conocer el perfil de los hogares que tienen mascotas en la actualidad, para así satisfacer de la mejor manera posible las necesidades de los usuarios.

### **3.3. Diseño de la investigación**

#### **3.3.1 Definición de metodología (cualitativa, cuantitativa, mixta)**

**Cuantitativo**, el método cuantitativo de acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2010) manifiestan que usan la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías, además señalan que este enfoque es secuencial y probatorio, cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar o eludir” pasos, el orden es riguroso, aunque desde luego, podemos redefinir alguna fase y parte de una idea, que va acotándose y, una delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se desarrolló un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas (con frecuencia utilizando métodos estadísticos), y se establece una una serie de conclusiones respecto de las hipótesis. (Hernández, Fernández y Baptista 2010)

#### **Alcance y diseño de investigación**

El alcance de la investigación será descriptivo el cual busca especificar propiedades, características y rasgo importantes de cualquier fenómeno que se analice. Los estudios descriptivos miden de manera más bien independientemente los conceptos o variables a los que refieren y se centran en medir con la mayor precisión posible. (Hernández, Fernández y Baptista, 2003)

Así mismo, el estudio tiene un enfoque cuantitativo ya que es necesario para poder analizar los resultados de las encuestas que se aplicaran.

### **3.3.2. Muestreo**

#### 3.3.2.1. Grupo objetivo

##### Segmentación y Mercado Meta

Nuestro servicio va dirigido a mujeres y hombres que tengan amor hacia las mascotas, con ingresos económicos a partir de 2 salarios mínimos legales vigentes, ubicados en el municipio de Chía y sus alrededores. Estas personas tienen que tener un amor hacia sus mascotas, los deben considerar una parte esencial en su núcleo familiar, ya que el servicio que nosotros prestamos es en base a la salud de las mascotas y al afiliarse con nosotros estará garantizando el bienestar de sus mascotas.

La atención veterinaria es cada vez más costosa, sobre todo las opciones más sofisticadas disponibles para los animales. Por ejemplo, los precios en las veterinarias son muy altos y el pago tiene que ser inmediatamente, por eso nuestro servicio puede ayudar

a los dueños de las mascotas asegurándose de que siempre tendrán la mejor atención médica disponible 24 horas del día.

Según el Colegio Americano, los animales domésticos son queridos por sus dueños pero pueden hacerse daño, presentarse una enfermedad o dolencia en su mascota en cualquier momento. Las mascotas también se enferman al igual que los humanos, de hecho cada año 6 millones de perros y gatos son diagnosticados con cáncer. (Colegio Americano de Medicina Interna Veterinaria, 2005).

Por eso Pets to Pet quiere prestarle un servicio de medicina prepagada en el cual sus mascotas podrán disponer de una atención prioritaria al momento de necesitarla, sin tener que preocuparse por los costos. Ya que adquiriendo nuestros planes realizan un pago mensual el cual cubrirá todo tipo de procedimiento que se le tanga que realizar a la mascota.

#### 3.3.2.2. Tipo de muestreo

##### NO PROBABILÍSTICO

“las muestras no probabilísticas, también llamadas muestras dirigidas, suponen un procedimiento de selección informal. Se utilizan en muchas investigaciones, y a partir de ellas, se hacen inferencias sobre la población” (Hernández, et al, 2003, p.326)

Por conveniencia:

“En el muestro por conveniencia, el elemento se autoselecciona o se ha seleccionado debido a su fácil disponibilidad” (kinnear y Taylor, 1998, p. 405).

- porque son accesibles para el investigador.
- Los sujetos son elegidos simplemente porque son fáciles de reclutar.
- Esta técnica es considerada la más fácil, la más barata y la que menos tiempo lleva.
- Tamaño de la muestra: 100 encuestados

<b><u>Marco muestral</u></b>	Dueños de mascotas que están inscritos en el colegio canino piter can.
------------------------------	--

### 3.3.3. Instrumentos de recolección de información

#### CUESTIONARIO

Al respecto, Mayntz et al., (1976:133) citados por Díaz de Rada (2001:13), describen a la encuesta como la búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que desea obtener, y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados.

Para ello, el cuestionario de la encuesta debe contener una serie de preguntas o ítems respecto a una o más variables a medir. Gómez, (2006:127-128) refiere que

básicamente se consideran dos tipos de preguntas: cerradas y abiertas.

— Las preguntas cerradas contienen categorías fijas de respuesta que han sido delimitadas, las respuestas incluyen dos posibilidades (dicotómicas) o incluir varias alternativas. Este tipo de preguntas permite facilitar previamente la codificación (valores numéricos) de las respuestas de los sujetos.

— Las preguntas abiertas no delimitan de antemano las alternativas de respuesta, se utiliza cuando no se tiene información sobre las posibles respuestas. Estas preguntas no permiten precodificar las respuestas, la codificación se efectúa después que se tienen las respuestas.

Tabla No. 1 Ficha Técnica

<p>1. Definición de los objetivos de la investigación.</p>	<p>Identificar la viabilidad de aceptación que podría tener el servicio veterinario como medicina prepagada para mascotas (caninos y felinos) en el municipio de chía, mediante la obtención de información que nos permita conocer las variables del mercado como, el perfil de los hogares que tienen mascotas en la actualidad, para así satisfacer de la mejor manera posible las necesidades de los usuarios.</p>
--	--

<p>2. Enfoque y alcance de la investigación</p>	<p>Enfoque Cuantitativo: recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías, además señalan que este enfoque es secuencial y probatorio.</p> <p>Investigación Descriptiva: Identifica características del universo de investigación, señala formas de conducta y actitudes del universo investigado, establece comportamientos concretos, descubre y comprueba la asociación entre variables de investigación</p>
<p>3. Metodología de selección de la muestra.</p>	<p>Cuestionario: compuesto por 14 preguntas</p>
<p>4. Tamaño muestral.</p>	<p>Dueños de mascotas que están inscritos en el colegio canino piter can.</p>
<p>5. Margen de confianza y margen de error con el que se presentan los resultados.</p>	<p>No probabilístico</p> <p>Por conveniencia</p>
<p>6. Técnica aplicada para realizar el</p>	<p>Encuesta</p>

trabajo de campo	
7. Período de recogida de la información.	15 al 29 de mayo de 2015

Fuente: Autores del Proyecto

### 3.4. Resultados y análisis

**Recuento de 1. Qué tipo de mascota tiene usted.**

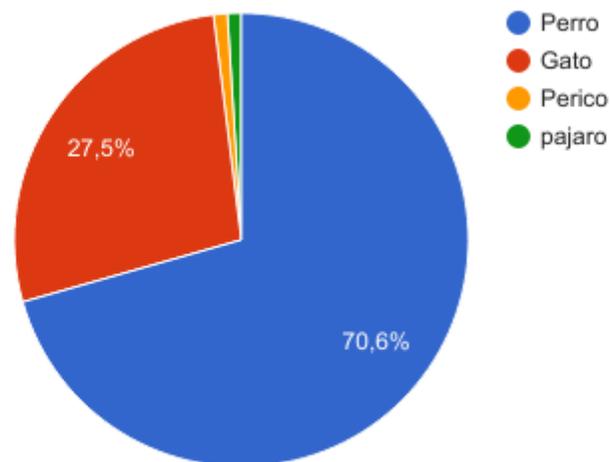


Figura No.1

Como resultado de a la pregunta podemos evidenciar que el perro es el animal preferido por las personas con un 70.6%, seguido por el gato con un 27,5% lo cual es muy positivo para la idea de negocio que tenemos y que nuestro servicio va dirigido para perro y gatos.

**Recuento de 2. Con que frecuencia lleva usted a su mascota al veterinario.**

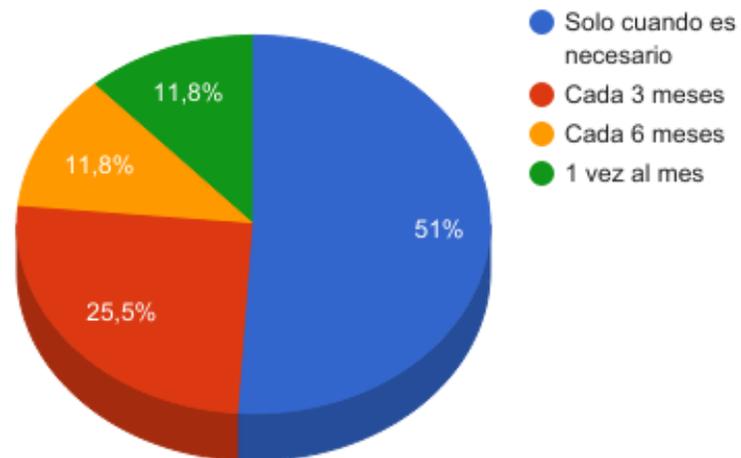


Figura No. 2

En esta pregunta nos podemos dar cuenta que las personas llevan a su mascota con más frecuencia cuando es necesario, para ellos no es prioridad llevarlo al veterinario hacer chequeos rutinarios.

### Recuento de 3. De sus ingresos mensuales cuanto dispone usted para su mascota.

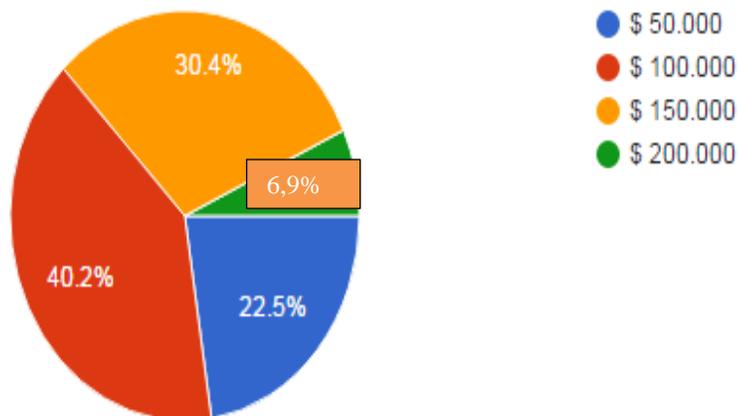


Figura No. 3

Los resultados arrojados son positivos ya que podemos dar cuenta que los dueños de mascotas disponen un valor alto de sus ingresos para el cuidado de ellos ya que para ellos no son simples animales sino son parte de su familia y saben que ellos necesitan cuidados para que tengan un estado de salud positivo.

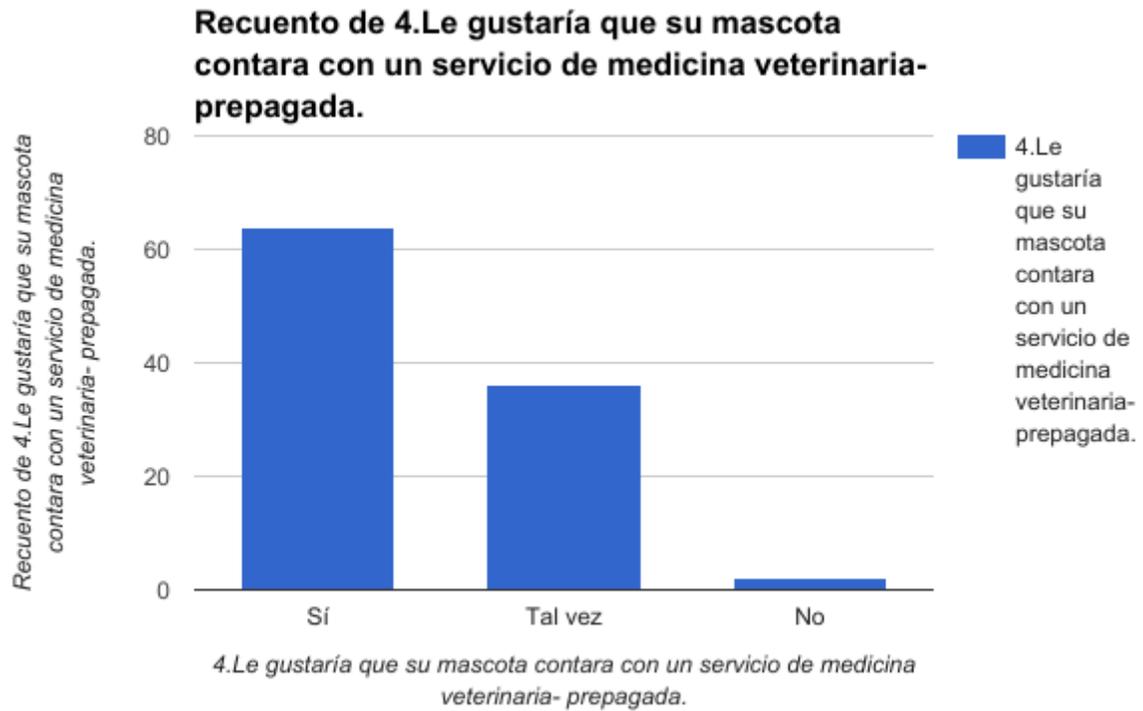


Figura No. 4

El 62.7% de los encuestados les gustaría que sus mascotas contaran con un servicio de medicina veterinaria prepagada, lo cual para el proyecto es algo positivo ya que al momento de ingresar en el mercado tendríamos la aceptación esperada.

**Recuento de 5. Cuanto estaría dispuesto a pagar por el servicio de medicina veterinaria prepagada para su mascota.**

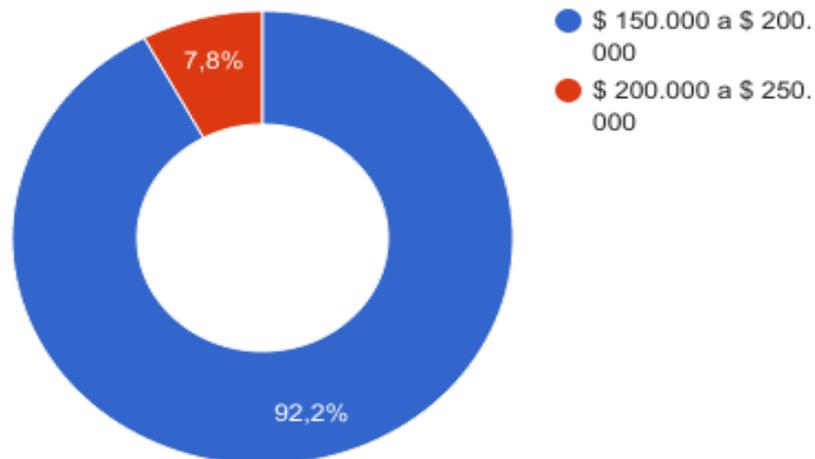


Figura No. 5

En los resultados obtenidos podemos dar cuenta que el 92,2% de los usuarios estarían dispuestos a pagar por el servicio de \$ 150.000 a \$ 200.000, lo cual nos da una idea del precio que debemos poner a nuestro servicio para tener una aceptación positiva dentro del mercado que queremos llegar a impactar.

**Recuento de 6. Porque lleva usted a su mascota al veterinario.**

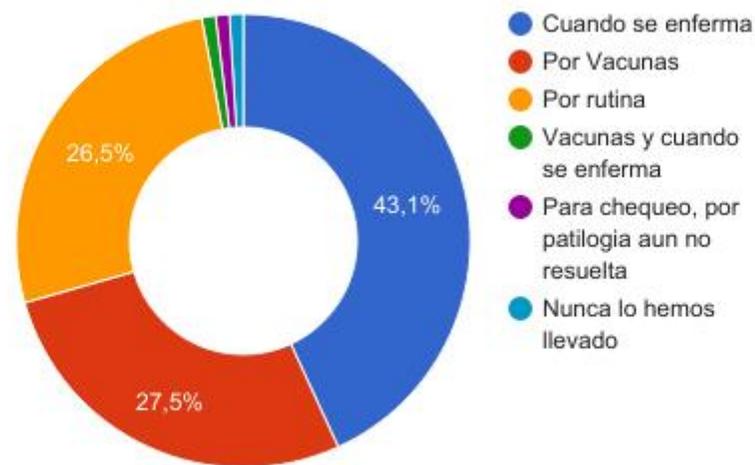


Figura No. 6

Nos podemos dar cuenta que el 43.1% de las personas llevan a su mascota al veterinario cuando se enferma, seguido por visita para vacunas con un 27,5% y el 26,5% por rutina, lo cual guía para saber que debemos incluir en los planes que ofrecerá nuestra empresa.

**Recuento de 7. Alguna vez ha llevado a su mascota a la veterinaria por urgencias.**

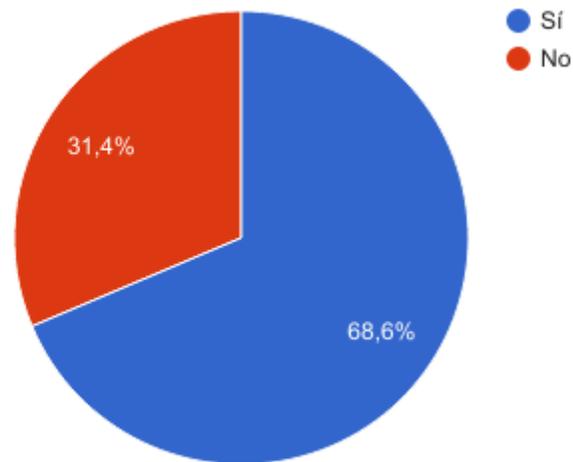
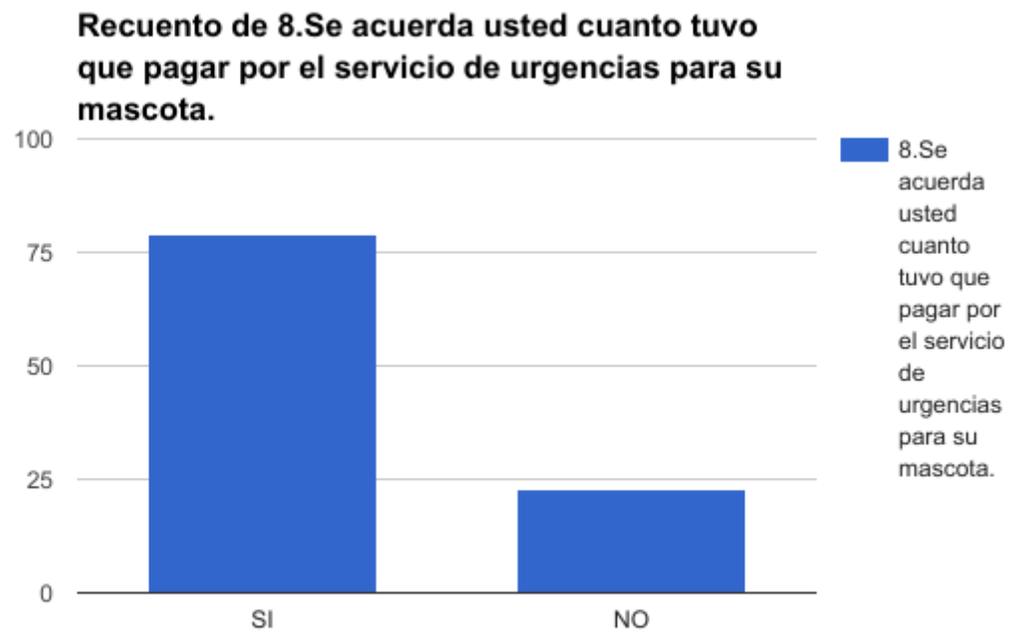


Figura No. 7

La mayoría de los encuestados han tenido que llevar a sus mascotas por urgencias lo cual acarrea un gastos altos dependiendo lo que le tengan que hacer a la mascota, lo cual nuestra empresa quiere minimizar ya que para los usuarios es complicado tener que pagar una suma muy alta de manera inmediata para que puedan atender a su mascota.



---

Figura No 8.

Nos podemos dar cuenta que el 67,6% han tenido que tomarle exámenes a su mascota los cuales en algunas ocasiones son muy costosos y las personas no tienen el dinero suficiente para cubrirlos lo que hace que algunas veces decidan no hacerlos por presupuesto.

**Recuento de 9. En algún momento ha tenido que mandarle hacer exámenes a su mascota.**

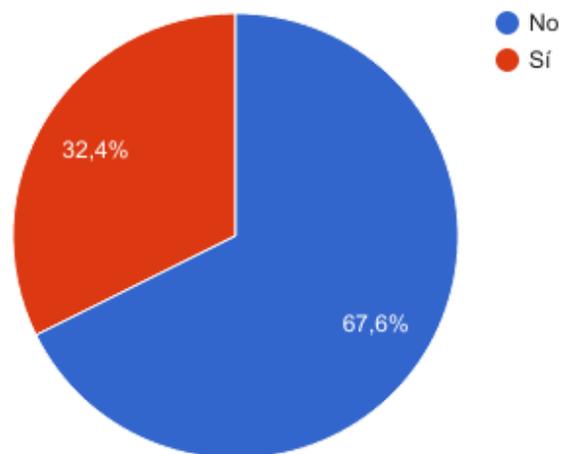


Figura No. 9

Nos podemos dar cuenta que el 67,6% han tenido que tomarle exámenes a su mascota los cuales en algunas ocasiones son muy costosos y las personas no tienen el dinero suficiente para cubrirlos lo que hace que algunas veces decidan no hacerlos por presupuesto.

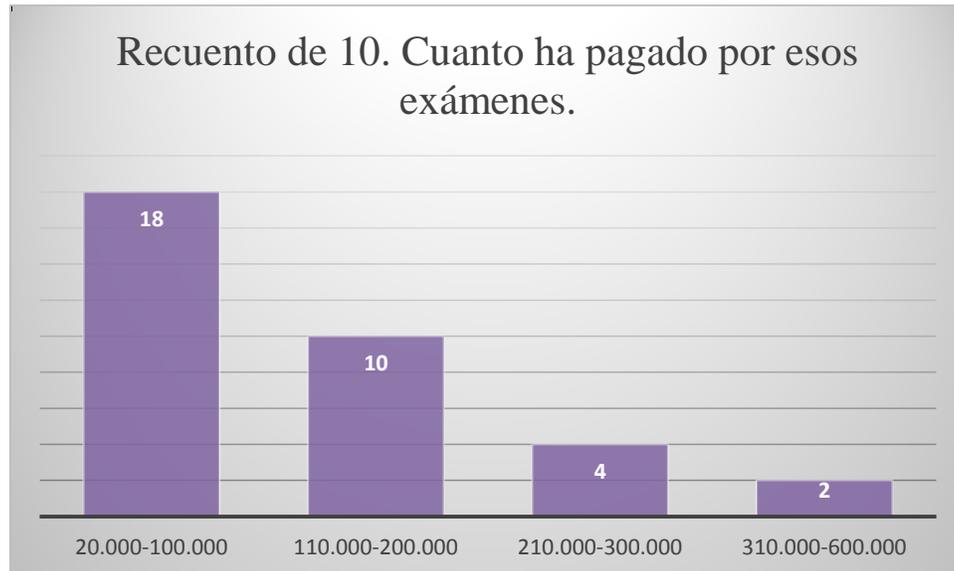


Figura No.10

Podemos evidenciar que las personas han llegado a pagar precios elevados para cubrir los exámenes que le tengan que hacer a su mascota, teniendo en cuenta que han tenido que pagar de contado esos procedimientos.

**Recuento de 11. Conoce usted alguna entidad que preste el servicio de medicina pregada para mascotas.**

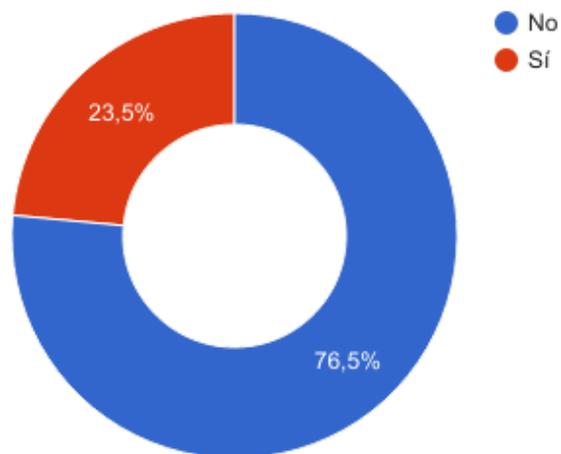


Figura No. 11

El 23,5% de las personas encuestadas conocen alguna entidad que ofrezca este tipo de servicio y el 76,5% no tienen conocimiento de este tipo de entidades lo cual para nosotros es un punto de provecho ya que podemos hacer campañas publicitarias para dar a conocer nuestros servicios.

**Recuento de 12. Le gustaría contar con un servicio de ambulancia para su mascota.**

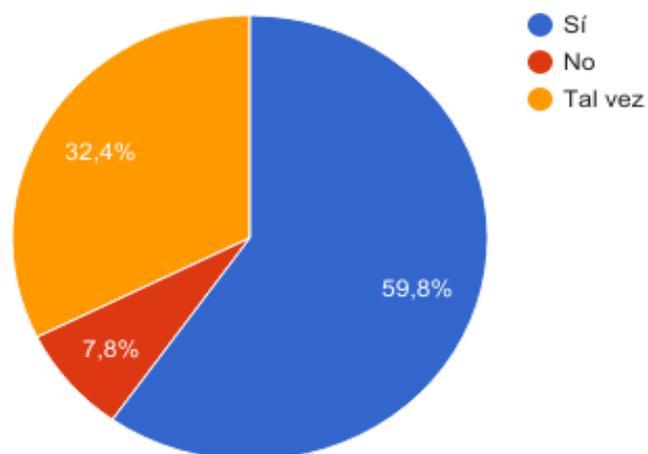


Figura No. 12

El 59,8% de las personas encuestadas les gustaría que sus mascotas contaran con este tipo de servicio, ya que quizás algunas personas no cuenta con un medio de transporte para llevar a sus mascotas cuando lo necesitan, y sabemos que es muy difícil conseguir un medio de transporte público que lleve a las mascotas ya sea por su tamaño u otros tipo de circunstancias.

**Recuento de 13. Le gustaría contar con un servicio de atención domiciliaria para su mascota.**

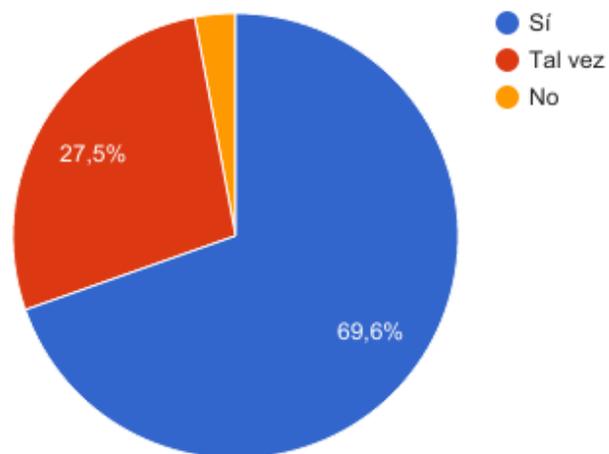


Figura No. 13

El 69,6% aceptaría tener un servicio de atención domiciliaria ya que para muchos de ellos es difícil llevar a sus mascotas a la clínica veterinaria por diferentes circunstancias ya sea por transporte, porque viven en lugares retirados y allá no consiguen este tipo de servicios.

### Recuento de 14. Cuánto paga usted por una consulta rutinaria para su mascota.

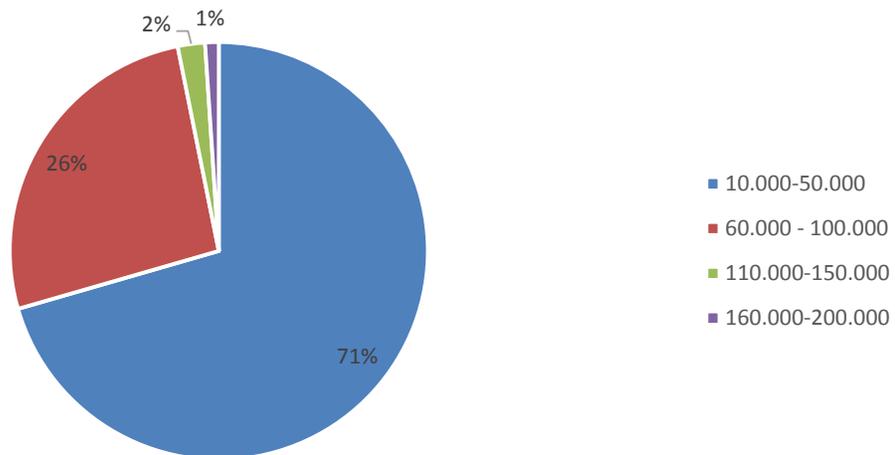


Figura No. 14

El 71% de las personas pagan entre un rango de 10.000 – 50.000 y el 26% paga entre un rango de 60.000 a 100.000 dependiendo de las cosas que realicen en esa visita rutinaria.

### 3.5. Conclusiones

- Una vez realizado los estudios nos podemos dar cuenta que el proyecto a realizar puede tener una viabilidad positiva ya que las personas encuestadas les gustaría que sus mascotas contaran con este servicio de medicina veterinaria prepagada.
- Las mascotas mas comunes que tienen las personas encuestadas son el perro y gato para los cuales va dirigido nuestro servicio.

- Nos pudimos dar cuánto dinero disponen las personas para los gastos de sus mascotas, lo cual no ayudara a escoger el precio adecuado para el servicio.
- Los propietarios de las mascotas solo las llevan al veterinario cuando es necesario o si llegan a tener algún tipo de urgencia.
- A las personas encuestadas le gustaría que sus mascotas contaran con los servicios ofrecidos por nuestra clínica.

#### 4. Plan estratégico

##### 4.1.1. Análisis situacional (Matriz DOFA )

Tabla No. 2

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Poco reconocimiento de la empresa en el mercado.</li> <li>2. Pocos recursos financieros.</li> <li>3. Morosidad por parte de nuestros clientes.</li> <li>4. Solo se ofrecerán servicio clínico veterinario.</li> <li>5. No se ofrecerá servicio de pet-shop y belleza.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La inclusión de los perros y gatos en el núcleo familiar.</li> <li>2. El crecimiento de las familias unipersonales.</li> <li>3. La preocupación de los dueños de mascotas por el bienestar de ellos.</li> <li>4. Crecimiento de la adopción de animales.</li> <li>5. Las leyes de protección animal que rigen actualmente en Colombia.</li> <li>6. Aumento de la demanda en el sector canino.</li> <li>7. El aumento del E- commerce como herramienta principal para llegar a posibles clientes.</li> </ol>
FORTALEZAS	AMENAZAS

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Personal altamente capacitado para la prestación del servicio veterinario.</li> <li>2. Contamos con servicio de ambulancia 24 horas.</li> <li>3. Adquisición de un plan de servicios para las mascotas lo cual hará que las consultas veterinarias sean de bajo costo.</li> <li>4. Call Center 24 horas.</li> <li>5. Asignación de citas por medio de la página web.</li> <li>6. Contratación de practicantes de medicina veterinaria para reducir costos legales.</li> <li>7. Excelente servicio al cliente.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Alto número de establecimientos veterinarios.</li> <li>2. Nos encontramos a las afueras de la ciudad.</li> <li>3. Competencia muy bien posicionada en el mercado.</li> <li>4. Altos costos de maquinaria.</li> <li>5. Creación de nuevas empresas en el mercado.</li> <li>6. Guerra de precios.</li> <li>7. Rechazo de clientes ya que es una empresa nueva.</li> <li>8. Otros negocios análogos como son las pet-shops, peluquerías, boutiques.</li> </ol>
--	---

Fuente: Autores del Proyecto

### 4.1.2. Análisis de competencia (Matriz MPC)

Tabla No. 3

INDICADORES	PETS TO PET			ZOOVIDA			PETPLAN			Wix eps		
	Peso	Calificación	Peso Ponderado	Peso	Calificación	Peso Ponderado	Peso	Calificación	Peso Ponderado	Peso	Calificación	Peso ponderado
Participación en el mercado	0.20	1	0.2	0.20	4	0.8	0.20	3	0.6	0.20	3	0.6
Competitividad de precios	0.02	3	0.06	0.02	3	0.06	0.02	4	0.08	0.02	2	0.16
Posición financiera	0.40	2	0.8	0.40	3	1.2	0.40	3	1.2	0.40	3	1.2
Calidad del producto	0.10	3	0.3	0.10	4	0.4	0.10	4	0.4	0.10	3	0.3
Lealtad del cliente	0.10	2	0.2	0.10	3	0.3	0.10	3	0.3	0.10	3	0.3
<b>Total</b>	<b>1.00</b>		<b>1.56</b>			<b>2.76</b>			<b>2.58</b>			<b>2.56</b>

Fuente: Autores del proyecto

### 4.1.3. Segmento de mercado

#### 4.1.3.1. Perfil

Nuestro servicio va dirigido a mujeres y hombres que tengan amor hacia las mascotas, con ingresos económicos a partir de 2 salarios mínimos legales vigentes,

Ubicados en el municipio de Chía y sus alrededores. Estas personas tienen que tener un amor hacia sus mascotas, los deben considerar una parte esencial en su núcleo familiar, ya que el servicio que nosotros prestamos es en base a la salud de las mascotas y al afiliarse con nosotros estará garantizando el bienestar de sus mascotas.

La atención veterinaria es cada vez más costosa, sobre todo las opciones más sofisticadas disponibles para los animales. Por ejemplo, los precios en las veterinarias son muy altos y el pago tiene que ser inmediatamente, por eso nuestro servicio puede ayudar

a los dueños de las mascotas asegurándose de que siempre tendrán la mejor atención medica disponible 24 horas del día.

Según el Colegio Americano, los animales domésticos son queridos por sus dueños pero pueden hacerse daño, presentarse una enfermedad o dolencia en su mascota en cualquier momento. Las mascotas también se enferman al igual que los humanos, de hecho cada año 6 millones de perros y gatos son diagnosticados con cáncer. (Colegio Americano de Medicina Interna Veterinaria, 2005).

Por eso Pets to Pet quiere prestarle un servicio de medicina prepagada en el cual sus mascotas podrán disponer de una atención prioritaria al momento de necesitarla, sin tener que preocuparse por los costos. Ya que adquiriendo nuestros planes realizan un pago mensual el cual cubrirá todo tipo de procedimiento que se le tanga que realizar a la mascota.

➤ *Factores Demográficos*

- **Sexo:** mujeres y hombres poseedores de mascotas los cuales los consideren como un miembro de la familia y vele por el bienestar y salud de ellos.
- **Escolaridad:** según la Revista de Investigaciones Veterinaria El 90% de las personas había alcanzado un nivel de escolaridad medio o superior.
- **Estrato:** de 4 en adelante ya que no todos pueden adquirir nuestro servicio por los precios y porque según un estudio realizado por Fenalco en el 2013 dice que en las familias de clase alta es donde más se tiene este tipo de animales con un

porcentaje del 44%, mientras que en los estratos más bajos son del 33%. Por este motivo nuestro servicio va dirigido a personas de estrato 4 en adelante.

- Ingresos: desde 2 salarios mínimos legales vigentes (\$1.378.908) ya que según un artículo del Portafolio del 2010 nos dice que Hoy en día se encuentran alrededor de 551 mil caninos y aproximadamente 144.928 gatos en Bogotá, lo que corresponde a que por cada 10 habitantes de la capital del país hay un perro y por cada 50 habitantes hay un gato; es decir uno de tres hogares tiene una mascota. Una consulta en clínica veterinaria cuesta aproximadamente \$60.000, en promedio, y si se agrega el costo de las ayudas que los médicos veterinarios requieren para emitir un diagnóstico acertado y los medicamentos necesarios para el tratamiento en caso de enfermedad, son otros \$110.000. Si es necesario tratamiento hospitalario el valor de ese servicio está entre los \$50.000 y \$60.000 pesos por día.

#### ➤ *Factores Psicográficos*

Las personas que tienen mascotas o quieren adquirir una tienen que tener un estilo de vida económicamente estable, que posea tiempo para ellos ya que tener un perro o un gato no es solamente darles de comer o sacarlo hacer sus necesidades, ellos también requieren diferentes cuidados como por ejemplo sacarlos a pasear, ejercitarlos, consentirlos y sobre todo estar pendiente de su plan vacunal.

Cuando las personas tienen mucho tiempo es mucho más fácil cuidar de ella; el 70% de las personas se encuentran en este dilema, tienen tiempo pero no demasiado porque sus actividades cotidianas no se lo permiten (trabajo, escuela, bebe pequeño en casa etc.) pero desean tener una mascota quien los reciba cuando llegan a casa y más si estas personas viven solas.

A la hora del espacio según una investigación de El Tiempo (2014) afirma que es recomendable que tengan un hogar grande, ya que puedes tener cualquier tipo de mascota, y el espacio no va ser problema para que se desenvuelvan y tengan donde jugar, si has elegido tener un perro, tampoco tendrás problema en elegir uno pequeño o grande, lo que debes tomar en cuenta es si el lugar donde dormirá y jugará (generalmente son patios) sean grandes y estén adaptados para que tu mascota viva segura y dignamente.

➤ *Factores Conductuales*

Actualmente los hombres como las mujeres prefieren a los perros como mascota; ellos tienen una mayor empatía con los gatos, mientras que ellas son más abiertas a tener otro tipo de animales como gatos, peces, conejos y tortugas.

Así lo muestra un estudio que realizó la empresa Radar (2015) en cinco ciudades de Colombia –Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cali y Cartagena–, en las que consultó a 1.200 personas.

Con estos datos el mundo de las mascotas es un pilar importante para una idea de negocio ya que si uno tiene un animal a su cuidado está dispuesto a gastar en él, no solo en la comida sino también en su salud y entretenimiento.

De hecho, de acuerdo con otro estudio sobre gasto promedio en el 2012 los colombianos gastaron, solo en comida, 563,7 millones de pesos, mientras que en el 2007, fueron 384,5 millones. Y en su cuidado invirtieron 632,4 millones de pesos en el 2012. Los colombianos están aumentando su gasto a través de Internet. Y es que, en promedio, un hogar nacional invierte hoy en día un \$60.000 de su salario, juguetes y accesorios que permitan el sano desarrollo y entretenimiento de su fiel amigo.

Al igual las compras están lideradas por alimentación, seguidas por gastos médicos (veterinarios), accesorios, productos de aseo para las mascotas e inclusive objetos para las fiestas de animales, en donde se incluyen tortas y hasta sorpresas para los invitados.

La frecuencia de visita al veterinario varía si es un perro sano la visitas al veterinario serán más o menos frecuentes. Así de cachorro son más frecuentes, adaptándose al intervalo del plan vacunal escogido para poder hacer un correcto control de su crecimiento. Cuando los perros son adultos y están sanos las visitas pueden ser de una o dos veces al año, cuando los perros llegan edad geriátrica, en dependencia de la raza, esta etapa puede empezar a partir de los cinco años, se recomiendan visitas más frecuentes, como mucho cada seis meses y siendo lo ideal cada 3 meses.( Veterinaria.org, 2010)

#### 4.1.3.2. Cuantificación

Tabla No. 4

<b>CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA</b>	
<b>Parámetro</b>	<b>Población Estimada</b>
Población	6.353

30% Posibles compradores	1.906
Características	
Pregunta 4. Le gustaría que su mascota contara con un servicio de medicina veterinaria-prepagada.	1.195
Pregunta 5. Cuanto estaría dispuesto a pagar por el servicio de medicina veterinaria prepagada para su mascota	1.102
Pregunta 7. Alguna vez ha llevado a su mascota a la veterinaria por urgencias.	756
Demanda	756

Fuente: Autores del Proyecto

#### 4.1.4. Estimación de la demanda y proyección de mercados

La estimación de la demanda para el proyecto se describe con respecto a la población de perros y gatos en el municipio de Chía, la cual es de 6353 información que nos da la secretaria de salud, de la cual decimos que el 30% corresponde a perros y gatos que tienen hogar (1906), también tuvimos en cuenta la respuestas de las encuestas realizadas a la población objetivo.

Conociendo nuestro mercado potencial que corresponde a se puede decir que la demanda en unidades es:

Tabla No. 5 Estimación de la demanda y Proyección de mercados

<b>ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA</b>	
<b>Parámetro</b>	<b>Población Estimada</b>
Población	6.353
30% Posibles compradores	1.906
Características	

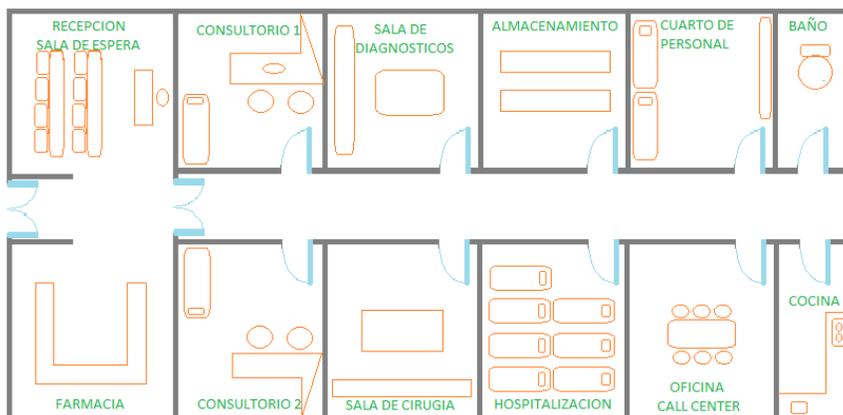
Pregunta 4. Le gustaría que su mascota contara con un servicio de medicina veterinaria- prepagada.	1.195
Pregunta 5. Cuanto estaría dispuesto a pagar por el servicio de medicina veterinaria prepagada para su mascota	1.102
Pregunta 7. Alguna vez ha llevado a su mascota a la veterinaria por urgencias.	756
Proyección Unidades Mensual	63
Proyección Unidades Diaria	3

PROYECCIÓN DE VENTAS A 1 AÑO EN PROMEDIO			
UNIDADES A VENDER	PRECIO PROMEDIO DE VENTAS	VALOR VENTAS MENSUALES	VALOR VENTAS ANUALES
63	\$ 1.002.348	\$63.133.515	\$757.775.088

Fuente: Autores del proyecto

#### 4.2. Planteamiento estratégico

Ilustración No.2



Fuente: Autores del Proyecto

### 4.2.1. Análisis estratégico

#### 4.2.1.1. Cruces estratégicos FO,FA,DO,DA

Tabla No. 6

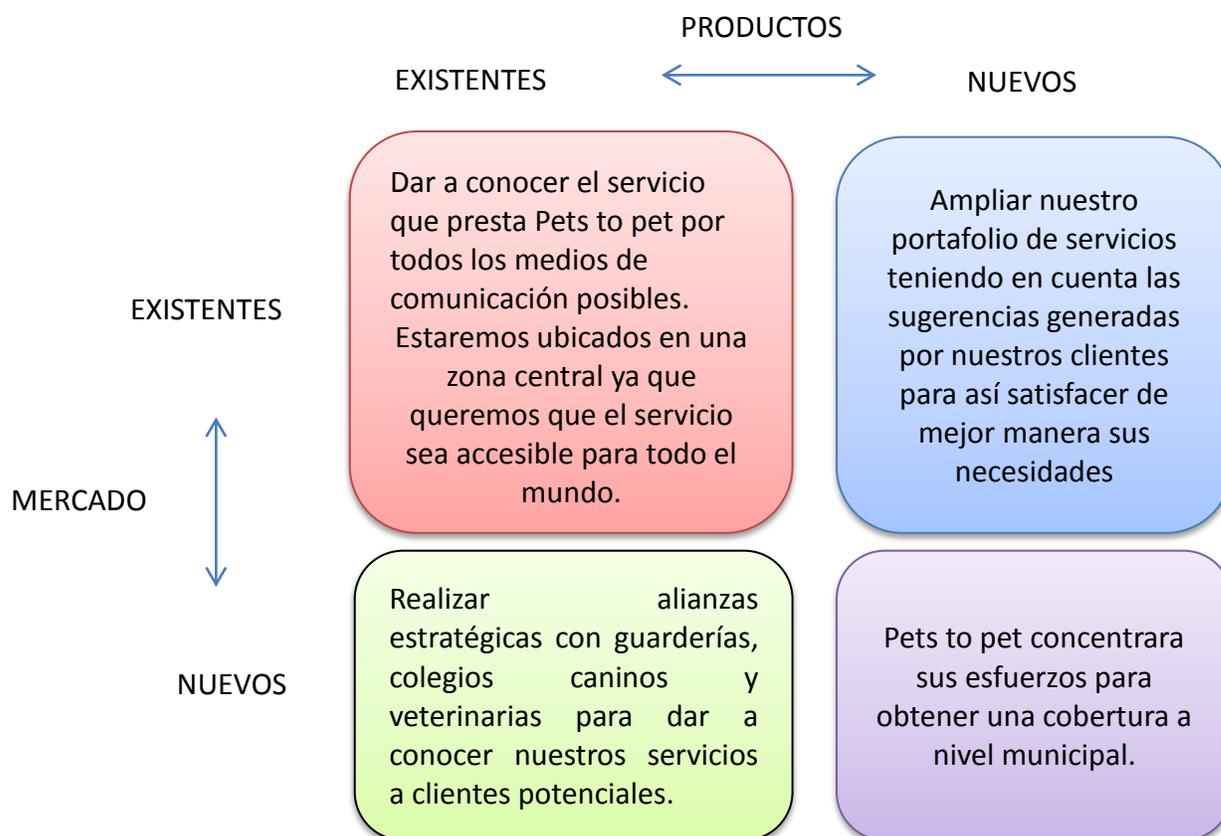
	<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Personal altamente capacitado para la prestación del servicio veterinario.</li> <li>2. Contamos con servicio de ambulancia 24 horas.</li> <li>3. Adquisición de un plan de servicios para las mascotas lo cual hará que las consultas veterinarias sean de bajo costo.</li> <li>4. Call Center 24 horas.</li> <li>5. Asignación de citas por medio de la página web.</li> <li>6. Contratación de practicantes de medicina veterinaria para reducir costos legales.</li> <li>7. Excelente servicio al cliente.</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Poco reconocimiento de la empresa en el mercado.</li> <li>2. Pocos recursos financieros.</li> <li>3. Morosidad por parte de los clientes.</li> <li>4. Solo se ofrecerá servicio clínico veterinario especializado.</li> <li>5. No se ofrecerá servicio de pet shop y belleza.</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La inclusión de los perros y gatos en el núcleo familiar.</li> <li>2. El crecimiento de las familias unipersonales.</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIAS FO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Implementar nuevas herramientas que conduzcan a la empresa a ser más eficiente</li> <li>2. Realizar un proceso de retroalimentación al cliente que conduzca al proceso de mejoramiento continuo.</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIAS DO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realizar campañas publicitarias para dar a conocer nuestros servicios aprovechando las redes sociales.</li> <li>2. Implementar control de los recursos económicos de la organización</li> </ol>

<p>3. La preocupación de los dueños de mascotas por el bienestar de ellos.</p> <p>4. Crecimiento de la adopción de animales.</p> <p>5. Las leyes de protección animal que rigen actualmente en Colombia.</p> <p>6. Aumento de la demanda en el sector canino.</p> <p>7. El aumento del E- commerce como herramienta principal para llegar a posibles clientes.</p>	<p>3. Charlas y capacitaciones para los dueños de las mascotas donde se divulgue la importancia del cuidado de las mascotas.</p> <p>4. Ofrecer a los colaboradores espacios de capacitaciones y especialización en sus áreas de desempeño.</p>	<p>3. Establecer formas de pago.</p> <p>4. Crear para el mercado y clientes nuevos servicios</p>
<b>AMENAZAS</b>	<b>ESTRATEGIAS FA</b>	<b>ESTRATEGIAS DA</b>
<p>1. Alto número de establecimientos veterinarios.</p> <p>2. Nos encontramos a las afueras de la ciudad.</p> <p>3. Competencia muy bien posicionada en el mercado.</p> <p>4. Altos costos de maquinaria.</p> <p>5. Creación de nuevas empresas en el mercado.</p> <p>6. Guerra de precios.</p> <p>7. Rechazo de clientes ya que es una empresa nueva.</p> <p>8. Otros negocios análogos como son las pet-shops, peluquerías, boutiques.</p>	<p>1. Implementar labores de mercadeo que den a conocer los servicios de la organización.</p> <p>2. Atención domiciliaria y servicio de ambulancia.</p> <p>3. Darle a conocer todos los beneficios que obtendrán adquiriendo los servicios de la organización.</p>	<p>1. Realizar alianzas estratégicas con colegios y guarderías caninas que conduzcan una mayor rentabilidad para la organización.</p> <p>2. Posicionar los servicios que brinda la organización.</p> <p>3. Realizar un análisis de la estrategia de la organización</p>

Fuente: Autores del Proyecto

#### 4.2.1.2. Matriz de Ansoff

Ilustración No. 3



Fuente: Autores del Proyecto

#### 4.2.2. Objetivo General del Plan de Mercadeo

Elaborar un plan comercial para la introducción y lanzamiento de Pets to Pet en el municipio de chía y alrededores.

### 4.2.3. Declaración estratégica

Pets to pet pretende brindar una nueva alternativa de salud veterinaria prepagada, la cual contara con un excelente equipo de médicos veterinarios profesionales, que cuidan la salud y el bienestar de su mascota.

### 4.2.4. Definición de indicadores de gestión para el plan de mercadeo

✓ Clientes Nuevos

Tabla No. 7

<b>INDICADOR</b>	CLIENTES NUEVOS
<b>OBJETIVO</b>	Ampliar la base de datos
<b>TIEMPO</b>	Semestral
<b>FORMULA</b>	Numero de clientes nuevos al final del periodo numero de clientes al inicio del periodo
<b>RESULTADOS</b>	AUMENTO DE CLIENTES DESMINUCION DE CLIENTES NO CAMBIOS

Fuente: Autores del Proyecto

✓ Capacitaciones

Tabla No.8

<b>INDICADOR</b>	CAPACITACIONES
<b>OBJETIVO</b>	Mejorar la aptitud y actitud de los asesores comerciales y medicos veterinarios
<b>TIEMPO</b>	Trimestral
<b>FORMULA</b>	Numero de capacitaciones en que participo total de capacitaciones
<b>RESULTADOS</b>	Asesores actualizados Asesores no actualizados

Fuente: Autores del Proyecto

✓ Nivel de satisfacción del cliente

Tabla No. 9

<b>INDICADOR</b>	NIVEL DE SATISFACCION DEL CLIENTE
<b>OBJETIVO</b>	MEDIR LA EFECTIVIDAD Y EFICACIA DE LA GESTION DE PETS TO PET
<b>TIEMPO</b>	Mensual
<b>FORMULA</b>	# de PQR solucionados total de PQR
<b>RESULTADOS</b>	Asesores no estan actualizados Asesores estan actualizados

Fuente: Autores del Proyecto

#### 4. Nivel de expectativa de los clientes

Tabla No. 10

<b>INDICADOR</b>	NIVEL DE EXPECTATIVA DE LOS CLIENTES
<b>OBJETIVO</b>	Mejorar los procesos de la empresa para ser competitivos en el mercado
<b>TIEMPO</b>	Anual
<b>FORMULA</b>	Encuestas
<b>RESULTADOS</b>	Medir las fortalezas y debilidades de la gestion de los clientes de pets to pet

Fuente: Autores del Proyecto

## 5. Plan táctico

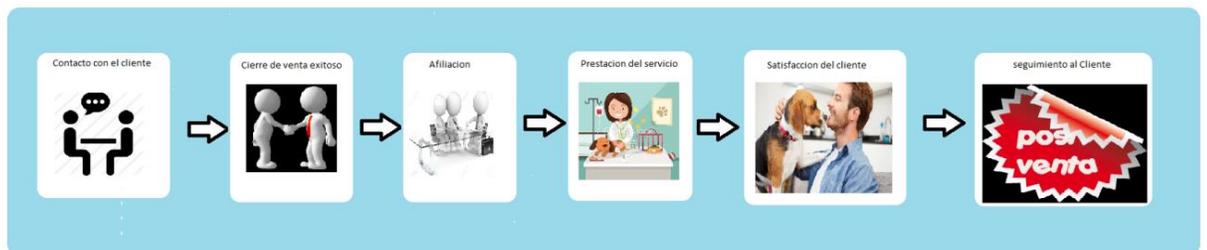
### 5.1. Tácticas de Producto

#### 5.1.1. Propuesta de valor del producto y/o servicio

Pets to pet ofrecerá a todos sus afiliados un servicio de ambulancia y atención domiciliaria.

### 5.1.2. Empaque – Mapa del servicio

Ilustración No. 4



Fuente: Autores del Proyecto

### 5.1.3. Plan complementario de servicio y atención al cliente

Nuestros planes de servicio incluirán el servicio de ambulancia y atención domiciliaria 24 horas.

## 5.2. Tácticas de Precio

### 5.2.1. Precio neto

El Precio de los servicios que prestara Pets to pet se determina de acuerdo al análisis de la competencia directa.

### 5.2.2. Precio de venta al público

- *Categoría A:* \$ 83.529
  1. Consulta general gratuita (1 mes).
  2. Urgencias 24 horas.
  3. Desparasitación y vacunación.

4. Hospitalización por urgencias (1 día).
- *Categoría B: \$ 126.250*
    1. Consulta general gratuita (3mes).
    2. Urgencias 24 horas.
    3. Desparasitación y vacunación.
    4. Hospitalización por urgencias (2 días).
    5. Consulta a domicilio gratis (1 mes).
    6. Atención VIP a perros en etapa sénior.
  
  - *Categoría C: \$ 157.500*
    1. Consulta general gratuita.
    2. Urgencias 24 horas.
    3. Desparasitación y vacunación.
    4. Hospitalización (4 días).
    5. Consulta a domicilio (2 meses).
    6. Atención VIP a perros en etapa sénior

### **5.2.3. Estrategias de precio**

Para la fijación de precios de los planes se tendrán en cuenta los siguientes parámetros:

- Se tuvo en cuenta los precios de los planes de la competencia.

- El precio también se determinó de acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta realizada.
- Contaremos con facilidades de pago recibiendo tarjetas de crédito o débito.
- Se cobrara impuesto IVA

### **5.3. Tácticas de comunicación**

#### **5.3.1. Concepto de comunicación y/o ejes Comunicativos**

Según Idalberto Chiavenato, comunicación es "el intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje o una información. Constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social"

#### **5.3.2. Declaración de identidad de marca**

Ilustración No. 5



*SALUD Y BIENESTAR PARA TU MASCOTA*

Fuente: Autores del Proyecto

#### **5.3.3. Publicidad**

Dar a conocer los servicios de salud que PETS TO PET prestará a través de medios publicitarios con el fin de atraer usuarios

- Relaciones Públicas:
  - ✓ Realizaremos publicidad por radio, como en la emisora principal de Chía.
  - ✓ Entregaremos volantes en los parques principales, en las veredas y en las principales salidas del municipio dando a conocer nuestros servicios.
  - ✓ Enviaremos mailings.
  - ✓ Utilizaremos las redes sociales más conocidas como Facebook, Instagram y Twitter.
  - ✓ Contaremos con una página web donde los usuarios podrán encontrar toda la información necesaria de nuestra clínica veterinaria.
  - ✓ Se repartirán plegables con información de nuestros servicios.
  - ✓ Se realizará una publicación en las páginas amarillas del directorio telefónico.
  - ✓ Las instalaciones tendrá un aviso en la entrada el cual tendrá el nombre, y dentro de ella se colocarán pendones con una breve información de nuestros servicios.
  - ✓ Se publicará un clasificado cada mes durante los 4 primeros meses de funcionamiento.
  
- Eventos y Experiencias:

- ✓ Haremos campañas de desparasitación, salud oral y consulta general para que los usuarios conozca nuestro servicio y las instalaciones de nuestra clínica veterinaria.
- ✓ Tendremos campañas de vacunación para mascotas en las veredas del municipio.
- ✓ Se realizará el lanzamiento con invitados especiales los cuales nos brindarán información sobre la importancia de que nuestras mascotas cuenten con un seguro de clínica veterinaria.

#### **5.3.3.1. Promociones de ventas**

- Todos los meses realizaremos diferentes descuentos en los planes que ofrece nuestra clínica veterinaria.
- Entrega de cupones
- Premios a la fidelidad
- Concursos

#### **5.3.3.2 Merchandising y gestión en punto de venta**

- Haremos 500 brochure.
- Entregaremos por cada compra llaveros con el nombre de la mascota.
- Entregaremos botilitos de agua tanto para la mascota como para el dueño.
- En las campañas de vacunación se entregara imanes para la nevera.
- Se brindaran pelotas plásticas de juguete con la visita a nuestra clínica.

### 5.3.3.3. Marketing directo

Se enviarán mailings a las bases de datos que tenemos donde daremos información de nuestra clínica como nuestros servicios, promociones con el fin de despertar el interés de las personas en conocernos.

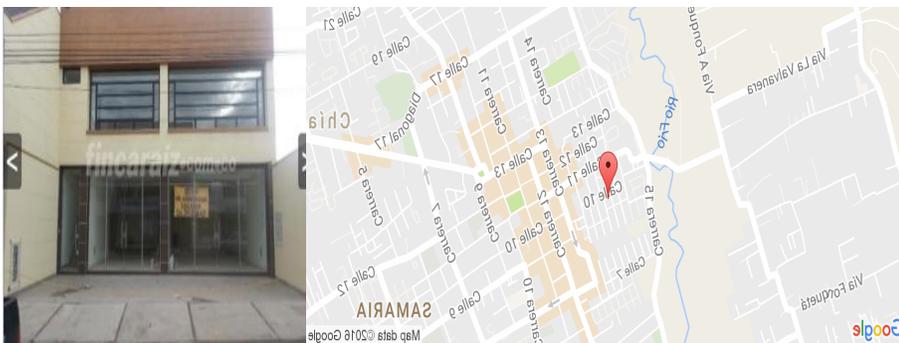
### 5.4. Tácticas de Plaza y distribución

Será una distribución directa ya que seremos nosotros directamente los cuales daremos a conocer nuestros servicios al consumidor final para llevar a cabo esta estrategia contaremos con:

- *Ubicación*

En el Centro ubicado en la Calle 10 #3-82 cuenta con un área de 200 mt<sup>2</sup> y con 16 parqueaderos aptos para nuestros clientes

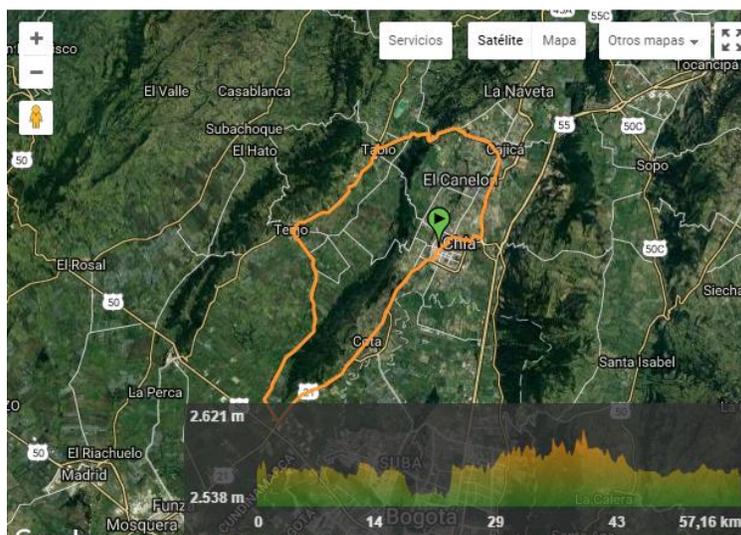
Ilustración No. 6



Fuente: [www.fincaraiz.com.co](http://www.fincaraiz.com.co)

- *Cobertura*

Ilustración No. 7



Fuente: <http://es.wikiloc.com/wikiloc/view.do?id=5929798>

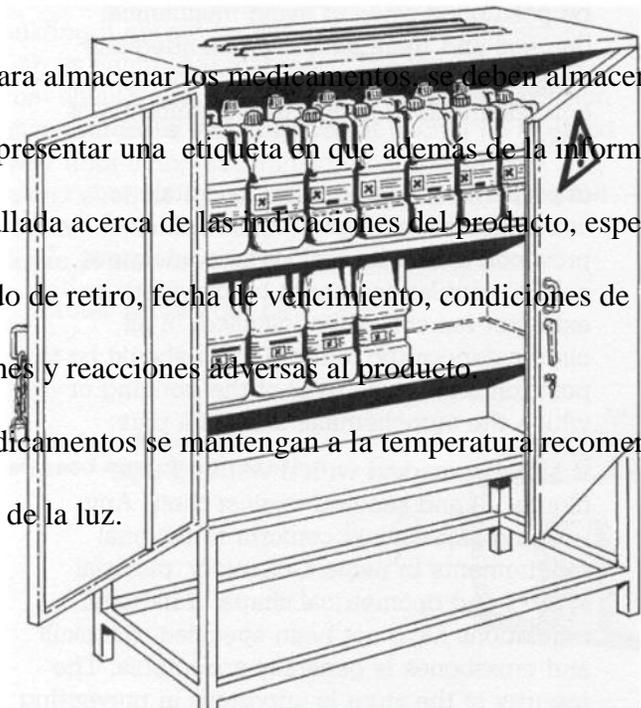
- *Transporte:*

Contaremos con 2 camionetas para la atención domiciliaria o si es el caso para llevarlas a la clínica si es necesario.

- *Inventario y Almacenamiento*

Contaremos con una bodega para almacenar los medicamentos, se deben almacenar en su envase original, el que deberá presentar una etiqueta en que además de la información básica, entregue información detallada acerca de las indicaciones del producto, especie en que puede utilizarse, dosis, periodo de retiro, fecha de vencimiento, condiciones de almacenamiento, contraindicaciones y reacciones adversas al producto.

Se debe garantizar que los medicamentos se mantengan a la temperatura recomendada (no superior a 30°C) y protegidos de la luz.



Los antisépticos, pomadas para heridas, vitaminas y minerales generalmente no presentan en su etiqueta exigencias para su almacenamiento.

Los Biológicos como vacunas, toxoides, bacterinas, antígenos, sueros, reactivos de diagnóstico, y algunos otros medicamentos requieren condiciones especiales de refrigeración entre 2 y 8°C, de acuerdo a las instrucciones de las etiquetas. Se debe mantenerlos bajo este rango de temperatura desde que salen del lugar de obtención hasta el momento en que se los va a aplicar por lo cual se almacenaran en un refrigerador de uso exclusivo para esta actividad.

#### **5.4.3. Estrategias de ventas y negociaciones**

- Línea Call Center la cual estará disponibles 24 horas para brindar cualquier información a los usuarios que se comuniquen a nuestras líneas.
- Contaremos con grupo de ejecutivos comerciales los cuales serán los encargados de buscar o concretar citas con los posibles clientes que pueden llegar a adquirir un plan de servicio de medicina veterinaria prepagada para sus mascotas.
- En nuestra clínica tendremos una recepcionista la cual estará totalmente informada para poder brindarle información a las personas que se acerque allí.
- Participación en Agroexpo y Expopet.
- Alianzas estratégicas con colegios y guarderías caninas.

## 6. Resultados Financieros

### 6.4. Punto de Equilibrio

Tabla No. 11

<b>Costos y gastos fijos</b>	<b>\$ 379.084.399</b>
<b>Costo variable Unitario</b>	<b>\$ 247.654</b>
<b>Precio de venta</b>	<b>\$ 1.002.348</b>
<b>Punto de Equilibrio</b>	<b>502</b>

Fuente: Autores del proyecto

### 6.5. Estado de resultados a 1 año

Según nuestro plan estratégico de ventas para el primer año con un solo servicio con cobertura en Chía, Cajicá, Zipaquirá, Cota y Bogotá tenemos una proyección de ingresos de \$ 757.775.088, con unos costos directos de \$ 170.802.400, unos gastos operacionales de \$ 395.508.484, para una utilidad antes de impuestos de \$ 191.464.204, dicha utilidad se basa en el estudio de mercado previo y se encuentra antes de impuestos puesto que le mismo tiende a variar según informes de retención en la fuente. **(Ver anexo C)**

#### 6.5.3. Ventas (Objetivo de ventas o general de plan de mercadeo)

Vender en el año 756 planes de afiliación a Pets to Pet

#### **6.5.4. Costo de ventas (Costos directos e indirectos de fabricación)**

Para nuestra empresa de servicios el único costo directo y real son los insumos que se compran para la prestación del mismo, las demás salidas de dinero las clasificamos como gastos operacionales, de administración y de ventas.

Nota: los gastos tanto administrativos como operacionales de ventas pueden ser variables o fijos, dichos gastos y costos fueron tomados en cuenta para el punto de equilibrio. **(Ver anexo C)**

#### **6.5.5. Gastos de administración (Gastos en estructura organizacional, nominas, equipos, infraestructura, etc)**

La empresa Pets to Pet cuenta con unos gastos administrativos que ascienden \$ 341.688.473 en su primer año comprendido en:

- Honorarios ( pago contador)
- Impuestos ica 8xmil
- Arriendo inmueble
- Arriendo vehículo
- Nomina administración
- Depreciación de activos fijos
- Elementos de aseo y cafetería
- Útiles y papelería
- Imprevistos

**Nota ver Anexo C**

#### **6.5.6. Gastos de ventas (Presupuesto del plan estratégico y táctico)**

La empresa Pets to Pet cuenta con unos gastos de ventas que ascienden a \$ \$53.820.010

en su primer año comprendido en:

- Honorarios (personal temporal)
- Propaganda y Publicidad
- Luz, agua y teléfono

**Nota: Ver Anexo C**

## Referencias

<http://estolbienestaranimal.blogspot.com.co/2011/07/primer-reunion-de-expertos-en-tenencia.html>.

[https://issuu.com/mariaalexandragonzalez/docs/1.primera\\_parte\\_inv\\_de\\_emrcados](https://issuu.com/mariaalexandragonzalez/docs/1.primera_parte_inv_de_emrcados).

[http://www.bioeticaunbosque.edu.co/Investigacion/tesis/AMBIENTE/CLAUDIA\\_ROCIO\\_MEDINA\\_BOJACA.pdf](http://www.bioeticaunbosque.edu.co/Investigacion/tesis/AMBIENTE/CLAUDIA_ROCIO_MEDINA_BOJACA.pdf).

<http://www.zoovida.com.co/>

<http://epsveterinaria.blogspot.com.co/>

<http://www.petplan.com.co/>

<https://www.civico.com/bogota/municipio/chia/categorias/servicios/mascotas/veterinarias>

<http://www.vepa.com.co/>

<https://www.grupodesppo.com.mx/almacenamiento-de-medicamentos-veterinarios/>

<http://www.euromonitor.com/pet-care-in-colombia/report>

<http://www.euromonitor.com/dog-food-in-colombia/report>

<http://www.fenalco.com.co/contenido/5868>

<https://infogr.am/Mercado-de-mascotas-en-Colombia>

[http://www.larepublica.co/el-mercado-de-los-productos-para-las-mascotas-mover%C3%A1-1-bill%C3%B3n-este-a%C3%B1o\\_409661](http://www.larepublica.co/el-mercado-de-los-productos-para-las-mascotas-mover%C3%A1-1-bill%C3%B3n-este-a%C3%B1o_409661)

[http://www.larepublica.co/los-planes-de-salud-para-mascotas-permiten-ahorros-de-hasta-2-millones\\_177886](http://www.larepublica.co/los-planes-de-salud-para-mascotas-permiten-ahorros-de-hasta-2-millones_177886)

[http://www.larepublica.co/nuevos-espacios-para-las-mascotas-en-los-hogares-colombianos\\_183286](http://www.larepublica.co/nuevos-espacios-para-las-mascotas-en-los-hogares-colombianos_183286)

<http://www.portafolio.co/>

<http://www.raddar.net/services14.html>

<http://www.saludcapital.gov.co/CZOO/Documents/Centro%20de%20Zoonosis%20-%20Portafolio%20-%20Versi%C3%B3n%202014.04.22.pdf>

<http://www.rcnradio.com/economia/mercado-de-las-mascotas-crecera-el-15-este-ano-preven-gremios/>

<http://www.bogotaemprende.com/contenido/contenido.aspx?catID=741&conID=4919&pagID=3993>

<http://materialveterinarios.com/>

[http://www.larepublica.co/el-mercado-de-los-productos-para-las-mascotas-mover%C3%A1-1-bill%C3%B3n-este-a%C3%B1o\\_409661](http://www.larepublica.co/el-mercado-de-los-productos-para-las-mascotas-mover%C3%A1-1-bill%C3%B3n-este-a%C3%B1o_409661)

[http://www.larepublica.co/los-planes-de-salud-para-mascotas-permiten-ahorros-de-hasta-2-millones\\_177886](http://www.larepublica.co/los-planes-de-salud-para-mascotas-permiten-ahorros-de-hasta-2-millones_177886)

<https://infogr.am/Mercado-de-mascotas-en-Colombia>

<http://www.euromonitor.com/dog-food-in-colombia/report>

[http://www.euromonitor.com/pet-care-in-](http://www.euromonitor.com/pet-care-in-colombia/report)

<http://www.elespectador.com/noticias/economia/seis-de-cada-10-hogares-colombianos-hay-mascotas-articulo-540449>

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

<http://www.dinero.com/opinion/columnistas/articulo/mascotas-en-colombia-carino-con-millones-por-raul-avila/224703>

<http://www.dinero.com/pais/articulo/en-colombia-los-prefieren-perros/161464>

<https://www.elheraldo.co/tendencias/los-cuidados-que-las-mascotas-mercen-segun-la-ley-276817>

<http://www.portafolio.co/tendencias/venta-productos-mascotas-incrementa-50-47226>

<http://www.clinicaalfonsox.es/consejos/perros-y-gatos-enfermedades-mas-comunes>

[https://www.easy.com.co/p/extintor-multiproposito-abc-x10lb/.](https://www.easy.com.co/p/extintor-multiproposito-abc-x10lb/)

<https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-453339781-bascula-veterinaria-digital-100-kg-max- JM>

<https://listado.mercadolibre.com.co/equipo-para-cirugia->

[veterinariahttps://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-455100595-ecografo-veterinario-portatil- JM](https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-455100595-ecografo-veterinario-portatil- JM)

<https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-457797036-maquina-de-anestesia-veterinaria- JM>

<https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-451520995-equipo-de-quimica-sanguinea-veterinaria- JM>

<https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-448781835-industrias-y-oficinas-recepcion-oficinas-modernas- JM>

<https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-454765079-sala-de-espera-para-recepcion- JM>

<https://www.linio.com.co/p/escritorio-con-archivador-maderkit-color-wengue-00046-ykmo40>

<https://www.linio.com.co/p/archivador-orion-de-4-gavetas-jsftr9>

<https://www.linio.com.co/p/silla-escritorio-gerencial-ecocuero-con-antebrazos-neumatica-qfpwyn>

[https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-449562333-tablero-acrilico-borrable-120-cm-x-160-cm-nuevo-\\_JM](https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-449562333-tablero-acrilico-borrable-120-cm-x-160-cm-nuevo-_JM)

<https://www.linio.com.co/p/impresora-multifuncional-hp-laser-jet-monocromatica-prom102w-inhalambrica-yple5>

<https://www.linio.com.co/p/papelera-plastica-con-pedal-4-5-litros-vanyplas-lgh741>

[https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-451973318-promocion-mesas-y-mesones-en-acero-inoxidable-\\_JM](https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-451973318-promocion-mesas-y-mesones-en-acero-inoxidable-_JM)

<https://www.linio.com.co/p/computador-de-escritorio-intel-pentium-dual-core-4gb-ram-1000gb-dd-20-1g-led-hd-negro-prueba-de-windows-10-regulador-multitoma-camara-web-parlantes-genius-usb-kit-de-limpieza-diadema-con-microfono-prueba-de-windows-10-como-obsequio-oqgiox>

<https://www.linio.com.co/p/telefono-conmutador-panasonic-planta-kx-t7730-ejecutivo-tpjpg3>

<https://www.linio.com.co/p/telefono-mesa-pared-alcatel-temporis-25-tono-pulso-flash-toy2xj>

<https://www.linio.com.co/p/nevera-haceb-no-frost-252-litros-asf252l-gris-ryhzkz>

<https://www.linio.com.co/p/cafetera-electrolux-easy-linea-modelo-cm100-ypw9qe>

<http://www.letrosled.co>

<https://www.printu.co/volantes/volantes.html?gclid=EAiaIQobChMI8OaVmrev1wIViY2>

[zCh2gkgTIEAAYASAAEgKdp\\_D\\_BwE](zCh2gkgTIEAAYASAAEgKdp_D_BwE)