

DISEÑO DE APP PARA LA VENTA DE ALIMENTOS PARA MASCOTAS Y  
SERVICIOS VETERINARIOS EN BOGOTÁ

PARDO PARDO YISETH ANDREA  
PARDO RAMIREZ LIZETH ANDREA  
RIVERA SALDAÑA CAROL DANIELA

TRABAJO DE GRADO

MONOGRAFÍA

UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS COMERCIALES  
ABRIL, 2021

DISEÑO DE APP PARA LA VENTA DE ALIMENTOS PARA MASCOTAS Y  
SERVICIOS VETERINARIOS EN BOGOTÁ

PARDO PARDO YISETH ANDREA

PARDO RAMIREZ LIZETH ANDREA

RIVERA SALDAÑA CAROL DANIELA

TRABAJO DE GRADO

PRESENTADO A EDGAR M HERNÁNDEZ H

UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS COMERCIALES

ABRIL, 2021

## **Resumen**

Es sabido por todos que las mascotas se están convirtiendo en un miembro importante de la familia, por lo tanto, es un sector de la economía que crece más cada año, los dueños de mascotas buscan que sus animales se encuentren lo mejor posible, algunos incluso pagan a cuidadores, paseadores, entre otros. sin embargo, se deja de lado algo tan importante como la alimentación, el concentrado tradicional trae grandes cantidades de conservantes que a largo plazo afectan la salud del animal e incluso reducen sus años de vida.

Es por lo anterior que se realizaron 417 encuestas que dejaron como principal conclusión que los dueños de mascotas están dispuestos a pagar más por una mejor alimentación y también quieren tener una mayor comunicación asertiva con los veterinarios al momento de contratar sus servicios y mantener al día el historial médico de sus mascotas.

En conclusión, nació FOODOG, que es una APP que facilita la comercialización de alimentos saludables y es un puente entre los centros veterinarios y los propietarios.

### **Palabras Clave:**

APP, alimentación natural, veterinaria, ecommerce, marketing digital.

### **Abstract**

It is known by all that pets are becoming an important member of the family, therefore it is a sector of the economy that grows more each year, pet owners seek that their pets be the best possible, some even pay to caretakers, walkers, however, something as important as food is left aside, the traditional concentrate brings large amounts of preservatives that can affect the health of the animal and even reduce its life span.

It is because of the above that 417 surveys were carried out that left as the main conclusion that pet owners are willing to pay more for a better diet and also want to have more assertive communication with veterinarians when hiring their services and keep up to date the medical history of your pets.

In conclusion, FOODOG was born, which is an APP that facilitates the commercialization of healthy foods and is a bridge between veterinary centers and owners.

### **Keywords:**

APP, Natural food, veterinary, ecommerce, Digital Marketing.

## Tabla de Contenido

Abstract .....	4
Introducción .....	8
Justificación .....	9
Problema De Investigación .....	12
Objetivos Específicos.....	14
Marco Referencial.....	15
Marco Teórico .....	15
Marco Conceptual .....	27
Objetivos Específicos.....	33
Casos de Éxito.....	33
Comunicación a Través de la APP .....	38
Preferencias de los Clientes.....	47
Comercialización de Alimentos a través de la App .....	58
APP FOODOG.....	63
Conclusiones .....	69
Recomendaciones y/o sugerencias.....	72
Referencias.....	73
Apéndices.....	81

**Tabla de Tablas**

Tabla 1 Ficha Técnica de la Encuesta A .....	40
Tabla 2 Ficha Técnica de la Encuesta B .....	49
Tabla 3 Gastos.....	68

## Tabla de Figuras

Figura 1 Pregunta 1 - Encuesta A .....	41
Figura 2 Pregunta 2 - Encuesta A .....	42
Figura 3 Pregunta 3 - Encuesta A .....	43
Figura 4 Pregunta 4 - Encuesta A .....	44
Figura 5 Pregunta 5 - Encuesta A .....	45
Figura 6 Pregunta 6 - Encuesta A .....	46
Figura 7 Localidad Chapinero .....	47
Figura 8 Pregunta 1 - Encuesta B .....	50
Figura 9 Pregunta 2 - Encuesta B .....	51
Figura 10 Pregunta 3 - Encuesta B .....	52
Figura 11 Pregunta 4 - Encuesta B .....	53
Figura 12 Pregunta 5 - Encuesta B .....	54
Figura 13 Pregunta 6 - Encuesta B .....	55
Figura 14 Pregunta 7 - Encuesta B .....	56
Figura 15 Pregunta 8 - Encuesta B .....	57
Figura 16 Movimiento del negocio de las mascotas .....	59
Figura 17 Pagina de Facebook .....	60
Figura 18 Instagram .....	61
Figura 19 Blog FOODOG .....	62
Figura 20 Home .....	63
Figura 21 Menú .....	63
Figura 22 Marcas .....	64
Figura 23 Plataformas de Pago .....	64
Figura 24 Clientes Felices .....	65
Figura 25 Servicio al Cliente .....	65
Figura 26 Chat Box .....	66
Figura 27 Recetas .....	66
Figura 28 Blog .....	67
Figura 29 Contáctenos .....	67

## Introducción

Durante el pasar de los años, las personas van cambiando sus hábitos y adquiriendo unos nuevos que se adaptan a su modo de vida, el mundo constantemente está experimentando y pasando por avances en diversidad de temas como la economía, el ambiente y por supuesto la tecnología que durante los últimos tiempos ha trascendido a escalas inimaginables y ha propiciado grandes cambios en la sociedad, en la actualidad todo se maneja a través de diferentes canales virtuales, se han creado múltiples opciones que ayudan y facilitan la vida de las personas, por otro lado y siguiendo con el tema de avances, es muy cierto que en la cultura en la que el mundo se encuentra hoy en día muchas personas han tomado como hábito el cuidado de una mascota, mucha gente ya no piensa en cultivar una familia o en tener hijos, si no que su proyecto de vida se convierte en generar utilidades y tener como su compañía a una mascota, de hecho, este concepto ha crecido tanto que el mercado también ha tenido que actuar frente a ello y se ha visto obligado a generar más oferta de productos para animales de compañía, ahora se puede observar cómo han nacido muchos negocios dirigidos única y exclusivamente al mantenimiento y bienestar de las mascotas, pero no basta solo con ello, al mismo tiempo que se crean negocios, se identifica que muchos solamente buscan generar rentabilidad y ofrecen productos que no le hacen bien a los animales, por otro lado, se ha dejado de lado el tema del cuidado médico de las mascotas, las veterinarias pueden llegar a ser un negocio muy rentable si logran adaptar sus servicios a los medios digitales y si se acercan más a sus clientes pueden generar un impacto positivo, no solo beneficiando a las personas que tienen mascotas, si no también porque estos negocios van a generar un crecimiento y un desarrollo económico.

Es por ello que a través de esta investigación se quiere unir el ambiente tecnológico con los negocios veterinarios para brindarles múltiples beneficios que a grandes rasgos pueda simplificar su trabajo y también generar utilidades, a través del desarrollo de este trabajo se podrá visualizar e identificar los beneficios que puede traer la implementación de una aplicación dedicada a llevar un control de la salud y también se concentra en la oferta de productos saludables para las mascotas.

### **Justificación**

El sentido primordial que tiene la puesta en marcha de esta aplicación son sus múltiples beneficios y funciones que contribuirán a muchos negocios entre veterinarias, tiendas de alimentos naturales y que también propiciará un desarrollo económico, una de las funciones de la aplicación es ser el puente de comunicación entre los centros veterinarios y sus clientes, es decir a través de la App se podrá crear el perfil de cada mascota atendida en el centro médico y permitirá subir las actualizaciones de cada caso incluyendo exámenes, fotos y medicamentos suministrados.

Este puente lo que busca es que las veterinarias puedan compartir todo lo referente al estado de salud de la mascota (historia clínica, exámenes, revisiones. Medicamentos suministrados, comentarios de los médicos, etc.) en tiempo real y que pueda ser consultado por ambas partes en cualquier momento, lo que beneficiaría a todos los involucrados, a los centros veterinarios ya que tendrían su archivo digital que podría ser consultado desde cualquier dispositivo móvil y a los clientes ya que tendrían la información de su mascota en un solo sitio y se puede hacer un seguimiento detallado cuando el animal se encuentre en el centro médico.

En caso de que cambien de profesional, este podrá acceder a toda la información de la mascota lo que le dará una visión más clara del estado de salud del animal, de igual manera si el cliente cambia de centro veterinario tendrá a la mano toda la información de su historial médico.

El segundo pilar de esta aplicación es la comercialización de alimento natural para perros con algún tipo de necesidad especial bien sea en su metabolismo o en su piel, pero también va dirigido a aquellas personas que quieren cambiar el alimento de sus mascotas por algo más sano, ya que como se sabe los concentrados comunes están llenos de conservantes.

De hecho, en Reino Unido se llevo a cabo un programa televisivo el cual conto con la participación del experto en nutrición el señor Jonathan Self, en esta transmisión se acuso a las industrias de alimentos más grandes de bajar la calidad de sus productos y también propiciar la reducción de los años de vida de las mascotas que consumen estos alimentos.

De acuerdo con lo mencionado anteriormente el experto concluye diciendo que “la industria de alimentos para perros esta comercializando productos procesados que no son aptos para el consumo de ningún ser” afirma el señor Self.

Durante los últimos años se ha hecho evidente que las mascotas son cada vez más importantes dentro del núcleo familiar, incluso algunos estudios demuestran que algunos jóvenes están optando por tener mascotas y no hijos, razón por la cual buscan que sus mascotas tengan la mejor calidad de vida posible, es por lo anterior que con la implementación de esta aplicación se quiere contribuir a entregar a sus clientes una alimentación balanceada y la posibilidad de hacer seguimiento continuo a la salud de sus mascotas.

### **Causas de la investigación**

Esta investigación se realizó para identificar la problemática que tienen hoy en día tanto los dueños de las mascotas quienes en muchas ocasiones no saben cómo llevar el control médico de sus mascotas, como los dueños de las veterinarias a quienes se busca beneficiar con este proyecto y que puedan entablar una relación más cercana con sus clientes por medio de una aplicación, mejoren sus procesos, y puedan incrementar sus clientes y participación en el mercado, de otro modo se investigó acerca de los beneficios que ofrece la comida natural para las mascotas y como el mercado en esta categoría está creciendo y puede contribuir también con la funcionalidad de la App.

### **Propósito de la investigación**

Diseñar una aplicación con múltiples beneficios que contenga toda la información médica de las mascotas y contribuya con el mejoramiento de los procesos en las veterinarias, simplifique y facilite obtener la información en línea para sus usuarios y brindar una integralidad ofreciendo alimentos naturales para las mascotas.

### **Beneficios de la investigación**

Con esta investigación se pondrá en práctica los conocimientos obtenidos en el pregrado “Administración de Empresas comerciales”

### **Beneficiados**

La investigación tiene como fin el beneficio tanto de los dueños de las mascotas brindándoles de manera sencilla y oportuna toda la información de sus animales y también se verán beneficiadas las veterinarias quienes al usar la aplicación podrán interactuar de una

forma más sencilla, obtener información en línea, aumentar sus utilidades, hacerse más visibles, mejorar sus procesos y obtener utilidades.

### **Problema De Investigación**

De unos años a la actualidad, invertir en el bienestar de los animales (mascotas) se ha transformado en una tendencia a nivel mundial, de hecho, la industria de los animales en el país a crecido cinco veces, pasando de mover \$60 millones de dólares en el año 2000 a \$300 millones de dólares durante el año 2018, según cifras indicadas por Fenalco.

La generación de los llamados Millenials se han destacado por su gran empatía a los animales, De acuerdo con un estudio realizado por el Mintel (entidad americana de investigaciones) se identificó que en promedio la mitad de los millennials a los cuales se les realizó la encuesta tenían gatos, y tres de cuatro participantes tenían perros.

Es por lo anterior que se puede evidenciar el aumento constante de las clínicas veterinarias en la ciudad de Bogotá, donde el 43% de las familias poseen una mascota. Cuando se adquiere una mascota se adquieren muchas responsabilidades como su vacunación, alimentación y socorrer servicios veterinarios cuando se necesiten, sin embargo, a pesar de contar con muchos centros de atención médico veterinario en la ciudad se hace difícil la comunicación entre los médicos y los dueños de las mascotas.

Generalmente cuando una mascota es atendida por primera vez en una clínica veterinaria, lo más usual o lo que se hace es generarle una historia clínica y entregarle al dueño un documento que hace a su vez de carnet de vacunación, sin embargo, para el último

no es posible acceder a la historia clínica y exámenes de su mascota cuando lo requiera, en caso de cambiar de centro veterinario se repite el proceso y se abre una nueva historia clínica.

Los documentos y resultados de las mascotas algunas veces son enviados vía correo electrónico, lo que es dispendioso y poco práctico para el centro veterinario.

Las veterinarias además de prestar servicios de medicina hacen a su vez de comercializadores de productos alimenticios y todo tipo accesorios para los animales

En el mercado existen múltiples tipos de productos alimenticios para mascotas, existen muchas marcas y variedad de sabores, algunos dueños eventualmente cambian de marca para dar variedad al alimento de su perro, sin embargo, continúan utilizando el tradicional concentrado.

Los aditivos son sustancias que le agregan a la comida procesada para perros, esto se hace con el objetivo de igualar sus características, conservarla, procesarla y producir. Es decir, usualmente los aditivos no contienen ningún valor nutricional para los animales (mascotas), el hacer este tipo de productos contribuye a que disminuyan los costos de producción, permite mejorar el aspecto de las comidas y aumenta de manera considerable su conservación, los aditivos son ingredientes muy relevantes para la industria de alimentos para mascotas.

Es por lo anterior que los expertos veterinarios recomiendan que las mascotas lleven una alimentación basada en alimentos naturales es decir carne, verduras, huesos, pero crudos ya que solo se le dará la porción del alimento recomendada y no contiene ninguno de los conservantes anteriormente mencionados. Lo que a largo plazo hará que la vida de la mascota y su salud se vean altamente beneficiadas.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Diseñar una APP que permita a los centros veterinarios compartir información referente a las mascotas con los dueños y que a su vez comercialice alimentos naturales y saludables para todo tipo de perros en la ciudad de Bogotá.

### **Objetivos Específicos**

1. Realizar una investigación que permita demostrar la factibilidad de crear una APP para los centros veterinarios y la comercialización de comida natural y saludable para mascotas (perros).
2. Facilitar la comunicación entre los centros veterinarios y los dueños de las mascotas a través de una APP que permita compartir información en tiempo real.
3. Identificar la preferencia de los clientes al elegir la compra de comida natural para sus mascotas y así disminuir sus problemas de salud
4. Aumentar la comercialización de alimentos naturales, saludables y beneficiosos para las mascotas (perros) en la ciudad de Bogotá D.C, por medio de una APP.

## **Marco Referencial**

Los antecedentes de esta investigación se han realizado con base en la evolución de los alimentos para perros, comida saludable, servicios veterinarios, evolución tecnológica en cuanto a las aplicaciones (APPS), demanda de productos saludables para perros y orientación a la innovación y desarrollo de una nueva aplicación que beneficie a los animales, generar convenios con las veterinarias y así generar utilidades.

En cuanto a la evolución de los alimentos para perros se expone como fueron los inicios y como ahora los amos se preocupan cada vez más por la salud alimenticia de sus mascotas, en el apartado de comida natural se destaca a la dieta BARF, como una innovación que aporta al bienestar de los perros, y además como los servicios veterinarios han recobrado relevancia en la actualidad ya que prestan diversidad de servicios y son un aspecto determinante para mantener la buena salud de las mascotas, luego, en la temática de la evolución de las apps, se identifica su importancia en la actualidad para mostrar productos y brindar accesibilidad a diversidad de servicios, por último, se abordará lo relacionado con la demanda de productos saludables en el mercado colombiano y porque este aspecto se denota como innovador y puede traer beneficios para el diseño de una nueva APP.

## **Marco Teórico**

En la actualidad han sido muchos los cambios de pensamiento de las personas con respecto al cuidado de los animales, y esto se evidencia ya que en épocas anteriores no se tomaban en cuenta factores tan importantes como la salud, satisfacción y el bienestar de estos seres, los animales y en específico los perros que se tienen como mascotas usualmente son alimentados con la misma comida que consumen los humanos y en otras muchas ocasiones los dueños de las mascotas las alimentan con los productos que comúnmente se encuentran en

supermercados pero que pueden contener agentes dañinos para el organismo de los perros, existen muchos factores que pueden llegar a determinar por qué una mascota es alimentada con este tipo de alimentos y es que, usualmente suelen tener un costo más bajo y son mucho más fáciles de conseguir, pero, a diferencia de años anteriores donde muchos dueños no se preocupaban por sus perros y los alimentaban de manera incorrecta, hoy en día y gracias a algunos pocos estudios realizados, se han podido encontrar nuevas alternativas de alimentos sanos y naturales para mascotas que benefician en gran medida su bienestar y que gracias a avances tecnológicos son ahora un poco más fáciles de encontrar.

La seguridad de los alimentos para las mascotas ha recobrado mucha relevancia, para todos es importante tener en cuenta que ni el precio ni la accesibilidad pueden ser factores primordiales para escoger el alimento para las mascotas, en este caso perros, si los animales que se tienen en casa son considerados como parte de la familia, se tiene que considerar también que los productos que consuman sean lo más saludables y beneficios posible, actualmente el alimento común escogido por muchos amos para alimentar a sus mascotas son las croquetas, pero según estudios, este tipo de alimentos pueden traer consecuencias malignas como enfermedades y desnutrición en las mascotas, las croquetas fueron creadas en 1870 por James Spratt, las galletas fabricadas en ese momento contaban con ingredientes como harina de trigo, vegetales, remolacha y carne de res, en un principio este alimento era muy costoso pero poco a poco y luego de ir ganando más demanda este producto se convirtió en un éxito, pero lo que hace en realidad que este alimento no sea tan saludable.(Gutierrez, 2015).

En la actualidad por los procesos de industrialización y la practicidad en la producción de alimentos para perros ha generado que las grandes industrias no se preocupen por el

bienestar de estos animales, agregando químicos para su conservación pero que a largo plazo generan problemas de salud en los consumidores.

Y es que, de esos tiempos a la actualidad, se empezó a poner en las croquetas elementos como: “Los carbohidratos, el gluten y otros agregados químicos que traen los alimentos comerciales que pueden ocasionar problemas a nuestras mascotas” comentario realizado por el médico Christian Vergara a BBC.

Pero de unos años a la actualidad algunas empresas del sector de alimentos de animales se han preocupado por la sana alimentación de las mascotas y por ello invierten su tiempo en generar alimentos sanos de calidad que además de ofrecer ganancias para las empresas, ofrezcan beneficios a los animales, de hecho, se han realizado estudios que indican que la comida que suele ser de alta calidad para los humanos por sus concentración de vitaminas y minerales, suele tener muchos beneficios para los perros.

De hecho como lo nombra la universidad de Illinois en Urbana-Champaign en muchas organizaciones dedicadas a la comercialización y/o venta de alimentos para animales, se han venido desarrollando actualmente dietas muy específicas parecidas a las consumidas por humanos, en ellas se pueden encontrar ingredientes como la carne, y diversidad de vegetales que cuentan con inspecciones de calidad, según lo indica esta Universidad, se han realizado pocos estudios sobre este tipo de alimentos, hasta ahora la ciencia es escéptica en afirmar si la comida que es de alta calidad para los humanos puede serlo también para las mascotas, los investigadores de esta universidad realizaron estudios con varios alimentos para perros de una empresa que asegura tener alimentos certificados por la USDA, y que tiene ingredientes comestibles para humanos que no tienen tantos procesos químicos, para este caso se usaron; zanahorias,

brócoli, pollo, arroz, cordero y entre otros, cada dieta se perfecciona con minerales y también con vitaminas que sean calificados como sanos, completos e integrales para las mascotas, (Swanson, 2019)

De acuerdo con los estudios realizados se evidencia que la dieta BARF por su gran contenido de nutrientes favorece a las mascotas ya que es su gran mayoría son alimentos naturales, fuera de conservantes que son los químicos que afectan el organismo del animal.

Con este estudio se quería comprobar que este tipo de comida es mayormente mejor digerible y saludable que las croquetas. “cualquier alimento para perros rotulado como (completo y equilibrado) ha de cumplir con las especificaciones dietéticas para el animal”. (Swanson, 2019)

Ahora bien, si es verdad que las croquetas son dañinas para los perros, porque no ofrecer alternativas de alimentos diferentes, es decir que cumplan con los estándares de calidad, pero que también sean naturales y saludables, y que estos productos apoyados de la tecnología actual y con el diseño de una APP puedan llegar al mercado actual y ser también populares y exitosos por su costo promedio y también por ser de fácil acceso para todos, además de ello, porque no incluir como aporte a estos beneficios, el acercamiento directo con los veterinarios que también aportan su conocimiento para brindar diversos servicios que benefician a las mascotas, y apoyar a este sector de la medicina para que puedan poner su experiencia al servicio de todos.

## **Comida Saludable.**

En la actualidad se ha aumentado la preocupación de las personas que cuentan con mascotas, esto referente a la alimentación que consumen estas, ya que los identifican como un integrante más de la familia y quieren ofrecerles una vida larga y saludable, es por lo anterior que se desarrolló la comida BARF que busca que puedan tener una alimentación parecida a la que tenía los lobos en estado salvaje.

Es acá donde se puede empezar a mencionar los antecedentes de la poco conocida pero cada vez más importante dieta BARF (Biologically Appropriate Raw Food) esta dieta consiste en la alimentación para perros y gatos con comida compuesta principalmente por alimentos crudos, esta comida se ha convertido en tendencia, Ian Billingham, médico veterinario y creador de esta dieta, indica este veterinario que esta dieta basada en genoma para perros y gatos, es la única forma de alimentar a las mascotas para que obtengan una buena salud.(Billingham, 2020)

Con el acercamiento cada vez más profundo entre las mascotas y los humanos, y debido a que esto ha llevado a nuevas tendencias en la alimentación de los animales, se han creado productos con dietas similares a las dietas saludables parecidas a las que llevan las personas. “Es tan así en el de mascotas como gatos y perros, que actualmente se está cambiando la comida tradicional de estos animales (croquetas), por ingredientes como carnes, frutas, yogurt, entre otros. El sentido de esta dieta es proporcionar a las mascotas excelentes condiciones alimenticias y contribuir con su salud y calidad de vida” (Castrillón Franco, 2016).

Durante años se ha creído que los concentrados son la mejor opción en cuanto a alimentación para las mascotas se refiere, en especial para los perros que como bien sabemos son una evolución de los lobos después de que fueron domesticados, a partir de esta época se comenzó la transformación de estos animales a lo que hoy conocemos como perros.

Las razas " tal como las conocemos hoy en día" se han establecido entre los siglos XIX y XX, en el siglo XXI y siguientes, esto se dio gracias a la labor realizada por la sociedad quien fomento en estos siglos trabajos en pro de los perros. (Jaume Camps i Rabadà, 2018).

Desde la antigüedad se ha dado la cría selectiva de perros, con el objetivo de los humanos puedan animales de compañía de acuerdo con sus gustos y necesidades, lo que conlleva al cruce de diferentes razas de perros e incluso los llamados perros de laboratorio.

La cría selectiva de animales como perros ha hecho que hoy en día existan cerca de 400 razas las cuales fueron especificadas en la antigüedad para que realizaran diferentes actividades, entre las cuales se encuentra dar compañía y aumentar el estatus de las personas que las poseían bien fuera para tenerlas en sus hogares o como animales de caza. (Diaz Videla, 2017).

Sin embargo, esta no es una razón válida para cambiar la alimentación que estos animales obtienen en libertad, su alimentación estando en estado salvaje se basaba 100% en la caza, es decir una nutrición totalmente natural.

Dr. Ian Billingurst (2018) menciona en su libro la Dieta Barf que la constitución primordial de las mascotas ha venido cambiando a través del proceso de la domesticación, ya que han ocurrido cambios obvios y esplendidos en el aspecto físico

de los animales y también en su comportamiento y/o mentalidad. De hecho, los años que las mascotas han estado consumiendo comida procesada simbolizan una etapa corta de tiempo para que se extravíen los rasgos desarrollados en aproximados miles o millones de años. (Billinghurst, 2018)

Los dueños de mascotas buscan que sus animales de compañía tengan una vida saludable y feliz y es por esta razón que se han creado algunos mitos alrededor de la alimentación para estos animales, como decir que no pueden ingerir alimentos crudos o alimentos que los humanos mismo consumen ya que podría afectar su digestión o causar caída del pelo, lo que no se tiene en cuenta es que los perros a través de su proceso evolutivo han resistido muchos cambios en su alimentación dentro de los cuales se destaca el compartir su tipo de alimentación con los humanos, este es un motivo más para pensar que una dieta basada en alimentos crudos no representa un peligro para esta especie.

La investigación sobre la comida BARF indica que la alimentación de las mascotas preferiblemente debe estar compuesta de la siguiente manera:

- 60% de huesos carnosos crudos.
- 15% de ingredientes vegetales triturados.
- 10% de vísceras.
- 5% de frutas.
- El 10% restante son ingredientes que sustituyen la labor que poseen las heces y la tierra. (Billinghurst, 2018. pp 71).

## **Actualidad**

Actualmente contribuir con el bienestar de las mas mascotas se ha transformado en toda una tendencia a nivel mundial y también a nivel nacional.

“La industria en Colombia en cuanto a animales de compañía ha tenido un crecimiento durante los últimos años, pasando de mover \$60 millones de dólares en el año 2000 a \$300 millones de dólares en 2018.” (Gabrica, 2018).

La generación de los llamados Millenials han destacado por su gran empatía con los animales, Según un estudio hecho por Mintel (Entidad Americana de Investigaciones) se identificó que el 50% de los encuestados cuentan con gatos y además se encontró que tres de cuatro personas tienen perros.

De hecho, “Colombia se encuentra ubicado en el cuarto lugar en Latinoamérica de los que más participan en el mercado de mascotas, con un aumento anual de 13%, Brasil a Chile y a México son los países que lideran esta categoría”. (Euromonitor Internacional, 2016)

Es por lo anterior que se considera que este sector puede configurarse como uno de los más significativos para el desarrollo de la economía, durante el 2019 superó las ventas de artículos para bebe.

Y para entender el crecimiento de este sector es necesario hablar sobre la creciente relación humano-perro, con la generación de los millennials se puede notar el aumento de este tipo de relaciones además del llamado síndrome del nido vacío que son aquellas relaciones de pareja que prefieren no tener hijos y en su reemplazo tiene un perro o gato, es allí cuando se forja un vínculo entre el dueño de la mascota y la mascota.

Dentro de los animales elegidos para el proceso de domesticación se especifica que el perro fue una de las especies más conveniente, esto se da por varios factores, entre

ellos, por ser fácil de dominar en grupos, por que tienen un periodo extenso de cachorros y durante esta etapa crean lazos fuertes con los humanos; por su alto interés en los juegos; porque de jóvenes su comportamiento es de un ser dependiente que incita a brindarle cuidado y afecto; porque así como los humanos son de actividad diurna y suelen ser pasivos y dormir en las noches; porque las personas lo encuentran fácil de cambiar, es decir modificar comportamientos que permiten crear conexión y porque los perros son animales que pueden comunicar y cuentan con expresiones que los humanos piensan que pueden entender. (Acero Aguilar, 2017)

La nueva generación se inclina por no tener hijos ya que se han concentrado en formarse académicamente y tener una vida social amplia, por lo tanto, prefieren hacerse cargo de mascotas como perros y gatos, lo que genera que busquen darles una mejor calidad de vida.

La interacción entre humano y perro se puede definir como un proceso en el cual se hacen intercambios dentro de cuales los dueños empiezan a contemplar a los perros como seres únicos, gentiles, con mente, capaces de retribuir y seguir las normas y roles sencillos que imperan la relación. El vínculo además trae mecanismos afectivos y conductas fundamentales para el cuidado de ambos. (Diaz Videla, 2017).

### **Mejoras Tecnológicas**

Las APPS actualmente han transformado el mundo, pues proporcionan el medio perfecto para mantener conectados a todas las personas alrededor del mundo, con la creación de las aplicaciones se puede no solo dar a conocer sino también vender más productos y llegar a más clientes, el usuario promedio pasa alrededor de cinco horas conectado a su celular, y la mitad del tiempo la usa en las APPS.

Para la venta de comercialización de producto saludables de mascotas y la actualización de sus historias clínicas de parte de las veterinarias se apoya en el diseño de una APP, es por lo anterior que nos es imprescindible conocer cómo dar a conocer la APP, para ello hay un artículo de Inbound Marketing que ayuda a comprender lo que se debe tener en cuenta, teniendo en cuenta esto, hay que seguir los siguientes pasos:

1. Los consumidores viven conectados a internet

Con la globalización tecnológica, es inevitable que todas las personas estén conectadas a través de un dispositivo electrónico, es por esto que los negocios también deben crear estrategias que permitan que la publicidad de sus negocios llegue a los clientes prospectos por este medio

En la actualidad los consumidores viven en la red, están siempre conectados. Ahora más que en cualquier momento todos pueden recurrir a sus dispositivos móviles para encontrar cualquier elemento que quieran, para comprar productos, obtener servicios y por tanto esperan que las soluciones sean inmediatas. (Eneque, 2016)

2. El consumidor odia la publicidad de interrupción:

No necesariamente para atraer clientes o posibles clientes se debe llenar de información, banners o publicidad la APP, ya que esto llega a ser molesto e intrusivo y en vez de conseguir una comprase obtiene lo contrario lo cual no es una ventaja para un ecommerece.

Las aplicaciones hoy en día se encuentran plagadas de publicidad, a ninguna persona le agrada que al ingresar a una pagina web para hacer cualquier transacción le aparezca un banner que cubra lo que quiere ver, de hecho, con este tipo de medios lo

único que se logra es hacer perder tiempo al consumidor. En la aplicación YouTube también es muy complejo poder disfrutar ya que cada vez que una persona quiere oír una canción o hacer cualquier búsqueda o cambio de video debe aguantar la cantidad de banners que presentan, que en muchas ocasiones no son de interés para nadie.

(Eneque, 2016)

### 3. El contenido es la nueva manera de hacer negocios

El inbound marketing involucra diversas funcionalidades que contribuyen y benefician a los dueños de plataformas, de hecho, gracias a esta estrategia de marketing se puede hacer de forma más sencilla que los usuarios encuentren el sitio web de búsqueda la cual se espera que visiten.

El inbound Marketing toma todo lo mencionado en cuenta y convierte toda la información en contenidos para que las personas lo encuentren fácilmente. Y como si esto fuera poco, para estimular se pone una estrategia online, “el 50% de las búsquedas móviles se hacen con la ilusión de hallar resultados locales y el 61% de esas búsquedas se convierten en una compra”. (Eneque, 2016).

### 4. Capturar mejores leads y cerrar más ventas

Además de los muchos beneficios que tiene la estrategia del inbound marketing, se puede mencionar que con la creación de formatos innovadores puestos en las páginas web o en las APPS, se ayuda a los dueños de estas a conocer más a sus usuarios y poder generar estrategias para identificar y satisfacer sus necesidades y que de esa forma tener clientes más fieles y que adquieran más productos.

Usando la herramienta del Inbound Marketing se aprenderá más acerca del mercado objetivo por medio de la creación de los clientes ideales, poder tener formularios atractivos en las páginas y continuar las pláticas que suceden en las redes sociales. Los clientes potenciales siempre están pronunciándose en estas plataformas, así que hay que fijarse de saber dónde se encuentran para que puedan oír y, eventualmente, unirse a la conversación con una oferta extraordinaria que estén buscando. (Eneque, 2016)

5. Siempre estar un paso adelante de la competencia y de los clientes.

La tecnología se ha apoderado completamente de los negocios actuales, es por ello por lo que para estar en la vanguardia se deben tener en cuenta dentro de las estrategias del negocio la generación de una página web o una APP, para interactuar de forma más cercana con los usuarios y clientes, garantizando de esta forma que se genere una experiencia de calidad que sea diferente y única y se distinga de la competencia.

Las novedades de los hábitos de consumo ayudan a los nuevos modelos de negocios adaptados al estilo de vida tecnológico de las generaciones actuales. Obliga a especular en un marketing “sin hostigar al consumidor”. Los consumidores se están moviendo fuera de lo común en el embudo de ventas, cambiando la forma en que hacen sus búsquedas y adquieren sus productos. (Eneque, 2016)

Los medios de pago que más se usa en los e-commerce es el método de pago llamado Paypal ya que es una herramienta de fácil uso, medio de pago en línea donde se puede asociar diferentes tarjetas de crédito la cual permite realizar pagos a nivel nacional e internacional preferir se quiere usar al momento de pagar el producto o servicio que se quiera.

En este segundo libro se encontró información sobre cómo efectuar un pago en línea con el objetivo de hacerlo fácil para el cliente y para la APP este libro lo escribe Jordi Ordoñez y se llama el libro negro del E-commerce por popularidad y fiabilidad se utiliza los diferentes medios de pago tales como; Paypal y tarjetas

PayPal admite la admisión y envío de dinero en la red de una manera ágil, sencilla y segura entre comprador y vendedor. Para acceder a este servicio las personas se pueden registrar gratuitamente en la pagina web de Paypal y de esta manera beneficiarse de los servicios que ofrece tales como suscripción a pagos de periódicos, hacer pagos desde una cuenta de banco o también permite poner dinero en la cuenta propia de PayPal.

El uso de esta herramienta tiene un cobro pequeño que se da en forma de cobro de comisión al comercio, el uso de PayPal es seguro y rápido porque este mecanismo no transfiere en ningún sentido la información financiera o de la tarjeta de crédito de los usuarios, además que es un servicio global, es decir, es admitido en cualquier transacción en Colombia y demás países.

### **Marco Conceptual**

A continuación, se indican conceptos sobre el mercadeo, que son necesarios identificar y comprender para el desarrollo del proyecto:

#### **Alimento:**

Proviene del latin alimentum, y se le asocia a la figura de comida, sustento, y de la asistencia que se da para el sustento, producto natural o elaborado que puede ser ingerido o digerido y cuyas características lo hacen apto para el consumo, constituido

por una serie de nutrientes que cumplen determinadas funciones en el organismo.

(fao.org, 2020)

**APP:**

“O aplicación, es un programa de software que se diseña para una función específica para los usuarios, programa generalmente pequeño usado particularmente en dispositivos móviles.” (informaticamilenium.com.mx, 2020)

**BARF:**

“La dieta BARF (alimentos crudos biológicamente apropiados) o el programa de alimentación BARF se trata de alimentar a perros y gatos con la dieta que desarrollaron para comer durante millones de años de adaptación genética”. (Billinhurs, 2020)

**Croquetas:**

“Porción de masa, generalmente redonda u ovalada, hecha con un picadillo de jamón, carne, pescado, huevo u otros ingredientes, que, ligado con besamel, se reboza en huevo y pan rallado y se fríe en aceite abundante.” (dle.rae.es, 2020).

**Dieta:**

“Mezcla de alimentos sólidos y líquidos que un individuo o grupo consume, su composición depende de la disponibilidad de los alimentos, su costo, los hábitos alimentarios y el valor cultural de los alimentos.” (fao.org, 2020)

**Diseño:**

Es una actividad creativa cuyo propósito es las cualidades multifacéticas de objetos, procesos, servicios en su ciclo de vida. el diseño es el factor principal de la humanización innovadora de las tecnologías y el factor crítico del intercambio cultural y económico. (cesfelipesecondo.com, 2020)

**Domesticación:**

“Es un proceso evolutivo en el que un ser vivo, sea animal o planta, transforma su estructura genética como consecuencia de su adaptación al entorno creado por el ser humano.” (COLVEMA, 2017).

**Estudios Humano-Animal:**

“Campo interdisciplinario que investiga los lugares que los animales ocupan en el mundo social y cultural humano, y las interacciones que los humanos tienen con ellos” (DeMello, 2012, p.4).

**Humanización:**

“Esta palabra hace referencia a una ligadura permanente, que trasciende de una relación de compartir porque se convierte en una experiencia emocional, que se queda en la recordación” (Acero Plazas, 2014)

**Investigación:**

“Una investigación sistemática (por ejemplo, recolección y análisis de información) diseñada con el fin de desarrollar o contribuir en un conocimiento generalizable.” (ori.hhs.gov, 2020).

**Mascota:**

“Persona, animal o cosa que sirve de talismán, que trae buena suerte, animal de compañía.” (dle.rae.es/mascota, 2020).

**Nutrición:**

“Proceso involuntario, autónomo, de la utilización de nutrientes en el organismo y debe ser aportado por la alimentación.” (fao.org, 2020).

**Paypal:**

Es uno de los sistemas de pago online relativamente más recientes, propiedad de la empresa norteamericana Ebay, que permite la transferencia de dinero entre usuarios que tengan correo electrónico, una alternativa al tradicional método en papel como los cheques o giros postales. PayPal también procesa peticiones de pago en comercio electrónico y otros servicios webs, por los que cobra un porcentaje. (Paypal, 2020)

**Página e-commerce o tienda en línea:**

Una tienda en línea es un sitio web en Internet, o una sección dentro de un sitio, donde los visitantes pueden revisar un catálogo electrónico para seleccionar y adquirir diversos productos usando un medio de pago que generalmente es una tarjeta de crédito o débito. (informaticamilenium,2019/)

**Plaza:**

“también conocida como la distribución, es lo que va a relacionar la producción con el consumo. Esta se va a encargar de poner el producto demandado en el mercado, lo que facilita y estimula al consumidor para adquirirlo” (Casado, 2016).

**Precio:**

No solo es lo que se paga por obtener un producto, esto también incluye el tiempo y el esfuerzo que se entregó para conseguir este mismo. El precio, aunque no se vea, refleja mucho lo que es cada producto, ya que un precio alto puede apuntar a una buena calidad (Casado, 2016).

**Producto:**

“Es cualquier cosa que puede ser ofertada al mercado para satisfacer las necesidades de quienes los compran, estos pueden ser objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas.” Según Philip Kotler

**Publicidad:**

También conocida como la comunicación o promoción, es la que nos señala de un proceso que hay de comunicación entre la empresa y el mercado, para que de este modo haya una forma de informar, recordar y persuadir, que existe tal producto y se describan sus beneficios. La forma en la que se va a notificar sobre el producto ya dependerá del mismo, y del mercado, competidores, objetivos, y estrategias que tenga cada empresa (Casado, 2016)

**Raza:**

Una subespecie (raza) es un linaje evolutivo distinto en una especie. Esta definición requiere que la subespecie sea genéticamente diferenciada debido a obstáculos en el intercambio genético que han persistido durante largos periodos de tiempo; esto es, las

subespecies deben tener una continuidad histórica además de una diferenciación genética actual. (Templenton, 1998)

**Salud:**

“Según la OMS (Organización mundial de la Salud) es un estado de completo bienestar físico, mental y social y no solamente la ausencia de una enfermedad.” (fao.org, 2020)

**Saludable:**

“Un estado de perfecto bienestar físico, mental y social, y no sólo la ausencia de enfermedad” (OMS)

**Servicio:**

“Cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra y que es básicamente intangible y no tiene como resultado la propiedad de algo” (Kottler &

**Tarjetas:**

Son Medios de pago a través del cual su poseedor, que tiene abierta una cuenta bancaria, puede disponer del dinero de dicha cuenta en efectivo en cualquier momento y adquirir bienes y servicios en los establecimientos que estén adheridos a la red de la tarjeta. Esta se emitirá siempre a favor de una persona física y será personal e intransferible. Tipos de tarjetas bancarias: Débito y Crédito. (Revista ICE, 2019).

**Venta:**

“El proceso personal o impersonal por el que el vendedor comprueba, activa y satisface las necesidades del comprador para el mutuo y continuo beneficio de ambos (del vendedor y el comprador)” (American Marketing Association)

**Veterinaria:**

Es la ciencia que se encarga de prevenir, diagnosticar y curar las enfermedades de los animales domésticos, animales silvestres y animales de producción. En la actualidad se ocupa también de la inspección y del control sanitario de los alimentos, la prevención de Zoonosis.(Revista Juventud Técnica. Enero /febrero, 2007.)

**Objetivos Específicos****Casos de Éxito**

El primer objetivo se basa en investigar los casos de éxito de las aplicaciones que ofrecen servicios y productos para mascotas en Colombia

Después de la investigación realizada para determinar cuáles son los casos de éxito en Colombia de aplicaciones que ofrecen servicios y productos para mascotas, se determinó que son 5 aplicaciones que han logrado tener gran acogida en el mercado, a continuación, se relacionan sus historias y su factor diferenciador en el mercado que le ha permitido tener éxito:

**LAIKA:** Esta aplicación busca facilitarle la vida a los dueños y sus mascotas, es un emprendimiento que nació en Colombia a partir de la idea de los hermanos que quieren continuar los pasos de los grandes de la tecnología de Silicon Valley.

Este emprendimiento fue seleccionado por el Y Combinator, una de las principales aceleradoras estadounidenses, para un programa de tres meses con algunos de los asesores para empresas de tecnología más experimentados del mundo. Laika, creada en abril de 2018, fue elegida entre más de 30.000 solicitudes del mundo (El tiempo, 2019)

Adicional a lo anterior el grupo Santo Domingo también invirtió en esta aplicación tan solo un año después de su lanzamiento, y es que Laika tiene en su portafolio más de 4.000 productos y 17 servicios, incluyendo línea de asesoría veterinaria gratuita. El producto que más se comercializa es el alimento y los servicios con mayor demanda son el veterinario y baño a domicilio. Las ventas se distribuyen, 80% en productos y 20% en servicios. Según las ventas de la plataforma, las personas con perro tienden a comprar más accesorios como collares, correas, ropa y zapatos. (Dinero, 2019)

Lo anterior demuestra el impacto que ha tenido Laika en el mercado de las mascotas colombiano, actualmente tienen más de 4.000 productos y más de 17 servicios como (medicina veterinaria prepagada, vacunación, veterinario a domicilio, baños, funeraria, entrenador, gaticuidadores, información de colegios, fundaciones, entre otros. (Laika, 2020)

Laika ha demostrado ser una de las aplicaciones más fuertes en el mercado ya que tiene cobertura en toda la ciudad y los comentarios de sus clientes son positivos, fue una de las compañías en mantenerse en funcionamiento durante la contingencia que atravesaba el mundo, esto gracias a alianzas con otros prestadores de servicios como RAPPI que le ayuda a entregar los pedidos a domicilio en los tiempos establecidos, adicional el servicio de Call Center veterinario le ha dado un plus a la aplicación ya que no tiene ningún costo para los usuarios, a todo lo anterior se puede atribuir sus casos éxito en Bogotá.

DISTRITO APPNIMAL, esta es una aplicación que lanzó la Alcaldía Mayor de Bogotá, es objetivo principal de esta plataforma es poder realizar la adopción de mascotas maltratadas o que han sido abandonadas en la ciudad. La herramienta mejorada cuenta con la alianza de Colciencia, el (MinTIC) Ministerio de tecnologías de la información y las comunicaciones, y también con el Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal (IDPYBA). La App tiene tres opciones; Comunidad solidaria, animales perdidos y encontrados y Zooaprendiendo. (Conexión Capital, 2018)

Esta app cuenta con cinco funciones principales: Modulo principal de adopciones módulo de perdidos/encontrados, modulo informativo, modulo educativo zooaprendiendo, módulo de directorio de prestadores de servicios Zoolidarios.

El objetivo de esta app es principalmente buscar hogar a todos aquellos animales que se encuentran en estado de abandono y ayudar a encontrar a las mascotas perdidas, sin embargo, no ofrece ningún producto o servicio, lo anterior por ser una app creada por el distrito de Bogotá, después de realizar un análisis de su estado en el mercado se puede evidenciar que no todos los usuarios están del todo satisfechos con el funcionamiento de la plataforma sin embargo ha sido de gran apoyo para las fundaciones que pueden usarla como medio para encontrar hogar a las mascotas.

FANDOG es una aplicación que ayuda a los usuarios a acceder fácilmente a todos los servicios para las mascotas y ayuda a encontrar los mejores proveedores.

Esta plataforma consiste en permitir a los dueños de gatos y perros buscar los negocios más cercanos a su punto de ubicación. La herramienta tiene un localizador

que permite por medio de un mapa mostrar sugerencias de los sitios. De otro modo también funciona ingresando una dirección exacta y puede establecer un rango de distancia de entre 10 a 500 km de búsqueda. (El tiempo, 2017)

“Dentro de la aplicación se puede pedir una ‘fandog box’, una caja que trae cinco productos para las mascotas, estos pueden ser alimentos, productos de higiene, aseo y juguetes, snacks, todo ello tomando en cuenta la raza del animal”. (Blu radio, 2017)

Esta aplicación es de gran provecho para las personas que tienen mascotas ya que en un solo lugar puede evaluar los servicios que puede encontrar cerca de su ubicación, también le permite comparar precios y le ayuda a tomar la mejor decisión de compra, lo anterior hace que los usuarios estén contentos con el uso de la plataforma además que sirve como plataforma para impulsar los negocios que aparecen en la app

MYWAK Esta herramienta tiene servicios, de hospedaje, compra de diferentes productos y hospedaje para mascotas.

“El objetivo es ofrecer a los usuarios la posibilidad de solicitar el cuidado de su perro, a un clic, ya sea para un paseo por una o dos horas, una estadía en la casa de un cuidador fin de semana”. (El tiempo, 2017)

Los usuarios tienen la posibilidad de escoger varias opciones: un paquete de 8 o 12 paseos o un servicio mensual, semanal o diario

El costo de los paseos varía de entre 8.000 y 30.000 pesos la hora y los propietarios pueden ver en tiempo real la ubicación de la mascota, el número de necesidades que ha hecho, recibir fotos y chatear con el paseador.

Los servicios de hotel cuestan cerca de 25.000 pesos y el pago se puede realizar a través de tarjeta de crédito, efectivo y puntos Baloto. Una vez el usuario ha adquirido alguno de estos servicios, va acumulando ‘wakpuntos’, que luego podrá redimir en productos que la misma aplicación ofrece como alimento, artículos de aseo, diversión o entretenimiento.

Mywak, esta es una aplicación muy innovadora que busca satisfacer un servicio que hasta ahora no había sido muy apreciado por los dueños de mascotas, resulta que esta app busca convertirse en el servicio de recorrido para mascotas es decir un Uber para sus perros, también ayuda a los dueños a encontrar hospedaje en los hoteles para las mascotas, esta es una app que ha tenido éxito y ha logrado ayudar a muchos dueños, además es una aplicación fácil de usar

PETICLOUD “es una empresa colombiana, que tiene como objetivo servir de enlace entre las mascotas, sus dueños y los terceros que prestan servicios para animales. La herramienta permite buscar peluquerías, veterinarios, guarderías, paseadores y demás negocios registrados a conveniencia del usuario”. (Fayerwayer, 2018)

Lo que mas de resalta es que Peticloud ofrece como beneficios el buscar servicios teniendo en cuenta las necesidades de las mascotas.

Esta plataforma se lanzó en el 2016 y a la fecha cuenta con 8392 suscriptores lo que da cuenta de su éxito en el mercado y a su vez impulsa los negocios asociados como proveedores.

En conclusión, se puede evidenciar que las aplicaciones destinadas a ofrecer productos y servicios para mascotas tienen una gran acogida en el mercado, adicional las personas cada vez se interesan más por el bienestar de sus animales de compañía lo que los

vuelve en compradores potenciales para FOODOG y nos da una perspectiva positiva para el lanzamiento de la APP. adicional a ello en los últimos años los fabricantes, distribuidores y tiendas que han optado por distribuir los productos y servicios por medios digitales ya que el mercado de mascotas ha incrementado en los últimos años, un artículo de la república habla de la proyección que tuvo el año 2020 “Proyecciones de Euromonitor calculan que se moverá US\$1.184,5 millones e indica una aumento del 63% en los últimos 5 años en el gasto de “pet care” que integra diferentes productos como (suplementos, salud, bienestar, accesorios, entre otros)

### **Comunicación a Través de la APP**

Facilitar la comunicación entre los centros veterinarios y los dueños de las mascotas a través de una APP que permita compartir información en tiempo real.

La investigación se realizó con las empresas de comercio que se rigen con el código CIU 4759, relacionado con el comercio al por menor de animales domésticos y alimentos concentrados para los mismos, en establecimientos especializados.

También tiene en cuenta las actividades propias de los negocios que comercializan suministros y accesorios para mascotas y establecimiento registrados con el código CIU 9609 que se relaciona con los servicios de cuidado de animales domésticos, como residencias y peluquerías para animales, el aseo, la sesión de formación y adiestramiento de mascotas. (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2019).

Adicional la población de esta investigación correspondió a la localidad de Chapinero en Bogotá que cuenta como 308 establecimientos registrados con los códigos CIU anteriormente mencionados, en esta localidad se aplicaran encuestas con el objetivo de conocer como las veterinarias llevan el registro del ingreso y procedimientos realizados a sus

pacientes y como comparten esta información con los dueños de las mascotas, esto nos ayudara a determinar el posible acogimiento de la App ya que beneficiaría a las veterinarias para que cuenten con un sistema de registro completo.

Se estableció el margen de error del (5%) del tamaño de muestra tomado, el cual se determinó de un margen pequeño para que fuera más exactos los resultados de las encuestas, este hace referencia a la cantidad del error de muestreo aleatorio producido de la elaboración de las encuestas que se realizaron y gracias a este se define el nivel de confianza del 90%.

$$Z=90\%$$

$$P=50$$

$$Q=50$$

$$E=5\%$$

$$N = \frac{(0,90-0,90)*0,5*0,5*308}{0,05(308-1)+(0,90-0,90)*0,5*0,5} = 145$$

Tabla 1

## Ficha Técnica de la Encuesta A

<b>FICHA TECNICA DE LA ENCUESTA</b>	
<b>UNIVERSO</b>	Veterinarias ubicadas en la localidad Chapinero
<b>OBJETIVO DEL ESTUDIO</b>	Facilitar la comunicación entre los centros veterinarios y los dueños de las mascotas a través de una APP que permita compartir información en tiempo real.
<b>TIPO DE MUESTRA</b>	Aleatoria Simple
<b>TIEMPO DE REALIZACIÓN DE TRABAJO DE CAMPO</b>	El trabajo de campo se realizó en ocho días
<b>TECNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS</b>	Encuesta vía Google Forms
<b>TAMAÑO DE LA MUESTRA Y TIPO DE ENTREVISTA</b>	Se realizaron 147 encuestas de manera Virtual y se realizaron a las veterinarias ubicadas en la localidad de Chapinero
<b>NIVEL DE CONFIANZA</b>	90%
<b>MARGEN DE ERROR</b>	5%
<b>ENCUESTA REALIZADA POR</b>	Andrea Pardo Pardo - Andrea Pardo Ramirez - Carol Rivera
<b>PREGUNTAS DEL FORMULARIO</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nombre de la Veterinaria</li> <li>2. ¿Cuántos años tiene en la industria su veterinaria?</li> <li>3. ¿En promedio cuantas consultas realiza al día?</li> <li>4. ¿Cuál es marca de Alimento más vendida en su establecimiento?</li> <li>5. ¿Cómo lleva el registro de las historias clínicas de las mascotas que atiende?</li> <li>6. ¿Le gustaría adquirir una APP donde pueda llevar los registros clínicos de las mascotas y que a su vez sus clientes puedan tener acceso a esta información?</li> <li>7. ¿Considera usted que a sus clientes les gustaría tener acceso a la historia clínica de sus mascotas?</li> </ol>
<b>FECHA DE TRABAJO DE CAMPO</b>	31 de octubre al 07 de noviembre

Nota. Fuente propia

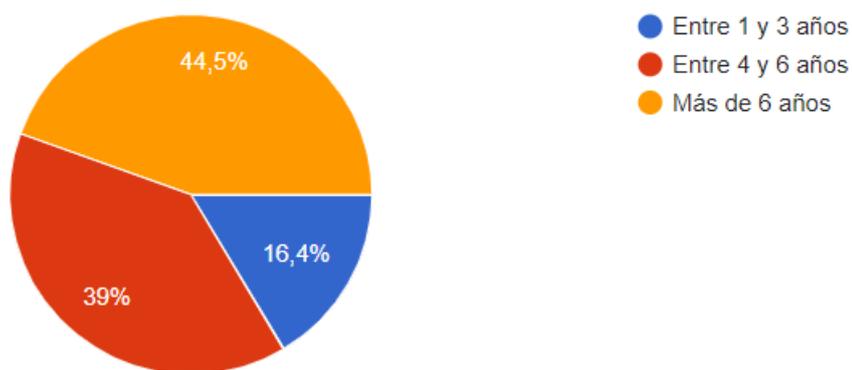
## Análisis de las encuestas

Pregunta 1: ¿Cuántos años tiene en la industria su veterinaria?

**Figura 1**

*Pregunta 1 - Encuesta A*

¿Cuántos años tiene en la industria su veterinaria?



Nota. Fuente propia

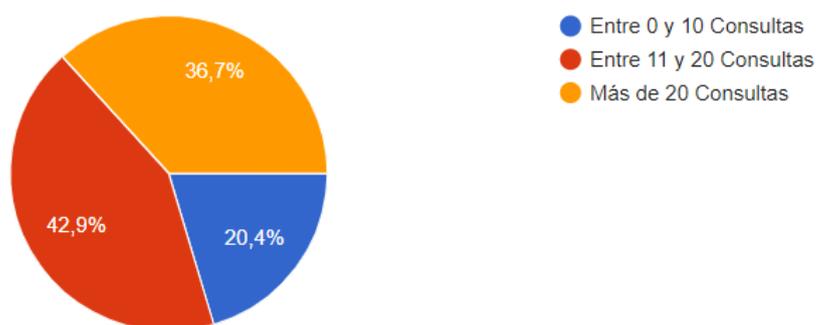
El 83.5 de las veterinarias encuestadas lleva más de 4 años en funcionamiento, esto quiere decir que son negocios consolidados y que ya cuentan con una clientela, lo que favorece a FOODOG ya que tanto la veterinaria como sus clientes pueden descargar la APP y utilizar sus servicios.

Pregunta 2: ¿En promedio cuantas consultas realiza al día?

**Figura 2**

**Pregunta 2 - Encuesta A**

¿En promedio cuantas consultas realiza al día?



Nota. Fuente propia

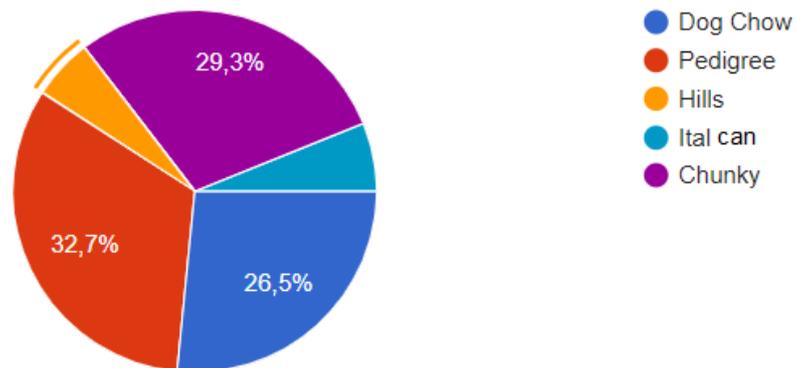
A esta pregunta el 42.9% de los encuestados respondió que realizan entre 11 y 20 consultas diarias, lo anterior beneficia a la aplicación ya que representaría 20 nuevos usuarios si son consulta por primera vez o la actualización de historias clínicas ya existentes, para medir lo anterior se usó el KPI llamado uso de la app p flujo de pantalla que permite determinar la cantidad de tiempo que pasan los usuarios navegando en la APP.

Pregunta 3: ¿Cuál es marca de Alimento más vendida en su establecimiento?

**Figura 3**

*Pregunta 3 - Encuesta A*

¿Cuál es marca de Alimento mas vendida en su establecimiento?



Nota. Fuente propia

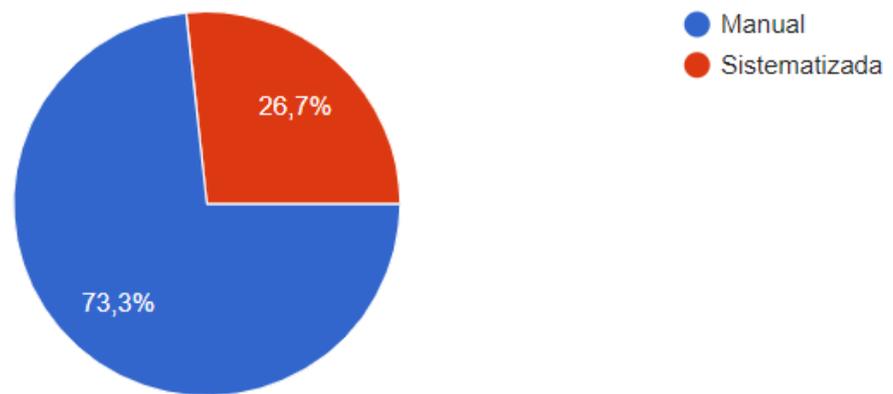
Esta pregunta se realizó con el objetivo de conocer las preferencias del mercado y de esta manera ofrecer todas las opciones posibles en la compra de alimento a través de FOODOG, además de conocer las marcas con las cuales se buscarán convenios de compra al por mayor. Se puede evidenciar que Chunky, Pedigree y Dog Chow son las más vendidas por las veterinarias de Chapinero.

Pregunta 4: ¿Cómo lleva el registro de las historias clínicas de las mascotas que atiende?

**Figura 4**

*Pregunta 4 - Encuesta A*

¿Cómo lleva el registro de las historias clínicas de las mascotas que atiende?



Nota. Fuente propia

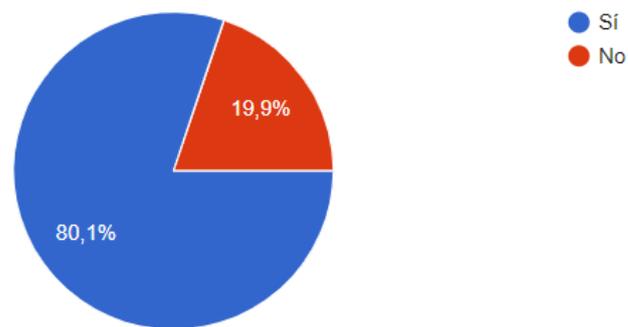
Con esta pregunta pretendíamos saber cómo llevan las veterinarias sus sistemas para tener un orden en sus historias clínicas, pudimos constatar que el 73% llevan estas historias clínicas a través de herramientas como Excel o hojas de cálculo para que las puedan ver varios colaboradores a tiempo, sin embargo, estas herramientas no permiten adjuntar imágenes o ser compartido con el usuario. Lo anterior representa una ventaja para FOODOG ya que es una herramienta nueva en el mercado, fácil de usar y las veterinarias podrán guardar todos sus archivos en ella.

Pregunta 5: ¿Le gustaría adquirir una APP donde pueda llevar los registros clínicos de las mascotas y que a su vez sus clientes puedan tener acceso a esta información?

**Figura 5**

*Pregunta 5 - Encuesta A*

¿Le gustaría adquirir una APP donde pueda llevar los registros clínicos de las mascotas y que a su vez sus clientes puedan tener acceso a esta información?



Nota. Fuente propia

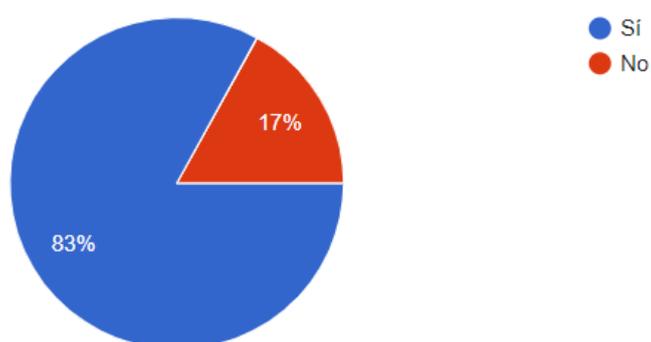
Como se puede evidenciar en la gráfica el 80,1% están dispuestos a adquirir una app que le permita llevar el registro de las historias clínicas de sus pacientes, lo que nos indica que pueden estar dispuestos a utilizar nuestra app.

Pregunta 6: ¿Considera usted que a sus clientes les gustaría tener acceso a la historia clínica de sus mascotas?

**Figura 6**

*Pregunta 6 - Encuesta A*

¿Considera usted que a sus clientes les gustaría tener acceso a la historia clínica de sus mascotas?



Nota. Fuente propia

El 83% de las veterinarias indica que a sus clientes les agradaría ver la historia clínica de sus mascotas, lo que nos indica que también estarían dispuestos a descargar FOODOG para consultar la información de sus mascotas y comprar productos.

De la encuesta aplicada anteriormente podemos deducir que la APP de FOODOG puede suplir las necesidades tanto de los centros veterinarios como de los clientes de estos centros, brinda una buena percepción de la acogida que puede llegar a tener esta aplicación.

## **Preferencias de los Clientes**

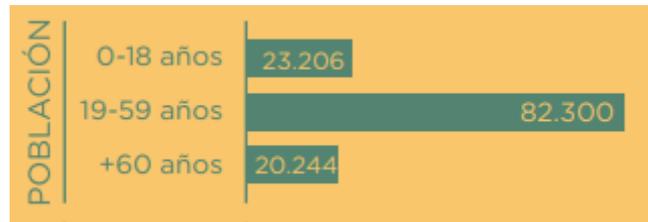
Con el tercer objetivo se busca identificar la preferencia de los clientes al elegir la compra de comida natural para sus mascotas y así disminuir sus problemas de salud.

Con el fin de llevar a cabo este objetivo, se realizará una encuesta a los dueños de mascotas también ubicados en la localidad de Chapinero, este permite conocer las preferencias de compra en cuanto a alimentación y accesorios que generalmente utilizan sus mascotas.

Adicional también se podrá determinar la percepción que tienen los dueños de la mascota referente a los servicios veterinarios que han recibido, y como ha sido la comunicación de estos establecimientos a la hora de informar el estado de salud y procedimientos practicados a la mascota.

De acuerdo con la secretaria distrital de habitat de Bogotá, D.C. en chapinero hay 82.300 personas mayores de 18 años, teniendo en cuenta esto, se tomó esta cifra como población para calcular la cifra de la muestra y así aplicar las encuestas.

**Figura 7**  
*Localidad Chapinero*



Nota. Tomado de secretaria del Hábitat. (2021). Habitatbogota.gov.co

Se determinó el margen de error del (5%) del tamaño de muestra tomado, el cual se determinó de un margen pequeño para que fuera más exactos los resultados de las encuestas, este hace referencia a la cantidad del error de muestreo aleatorio resultado de la elaboración de las encuestas que se realizaron y gracias a este se define el nivel de confianza del 90%.

Z=90%  
P=50  
Q=50  
E=5%

$$N = \frac{(0,90-0,90)*0,5*0,5*82300}{0,05(82300-1)+(0,90-0,90)*0,5*0,5} = 272$$

$$0,05(82300-1)+(0,90-0,90)*0,5*0,5$$

Tabla 2

## Ficha Técnica de la Encuesta B

<b>FICHA TECNICA DE LA ENCUESTA</b>	
<b>UNIVERSO</b>	Personas mayores de 18 años que tengan mascotas y estén ubicados en la localidad de Chapinero
<b>OBJETIVO DEL ESTUDIO</b>	Identificar la preferencia de los clientes al elegir la compra de comida natural para sus mascotas y así disminuir sus problemas de salud.
<b>TIPO DE MUESTRA</b>	Aleatoria Simple
<b>TIEMPO DE REALIZACIÓN DE TRABAJO DE CAMPO</b>	El trabajo de campo se realizó en ocho días
<b>TECNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS</b>	Encuesta vía Google Forms
<b>TAMAÑO DE LA MUESTRA Y TIPO DE ENTREVISTA</b>	Se realizaron 272 encuestas de manera Virtual y se realizaron a personas mayores de 18 años que tengan mascotas y estén ubicados en la localidad de Chapinero
<b>NIVEL DE CONFIANZA</b>	90%
<b>MARGEN DE ERROR</b>	5%
<b>ENCUESTA REALIZADA POR</b>	Andrea Pardo Pardo - Andrea Pardo Ramirez - Carol Rivera
<b>PREGUNTAS DEL FORMULARIO</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Usted tiene mascota?</li> <li>2. ¿Cuántas mascotas tiene?</li> <li>3. ¿Qué clase de mascota tiene?</li> <li>4. ¿Cuál es la raza de su(s) mascota?</li> <li>5. ¿Qué tipo de alimentos le da a su(s) mascota?</li> <li>6. ¿Qué marca de alimento consume su mascota?</li> <li>7. ¿Usted le compra accesorios a su mascota?</li> <li>8. ¿Le gustaría descargar una APP donde pueda ver la historia clínica de sus mascotas?</li> <li>9. ¿Qué otro servicio le gustaría que se ofreciera en la APP?</li> </ol>
<b>FECHA DE TRABAJO DE CAMPO</b>	31 de octubre al 07 de noviembre

Nota. Fuente propia

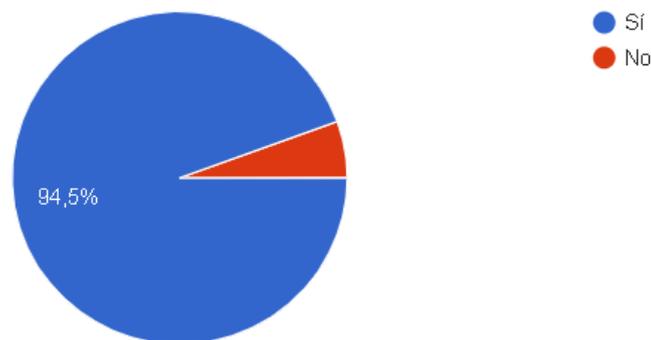
## Análisis de la encuesta

Pregunta 1: ¿Usted tiene mascota?

**Figura 8**

*Pregunta 1 - Encuesta B*

¿Usted tiene mascota?



Fuente: Creación propia

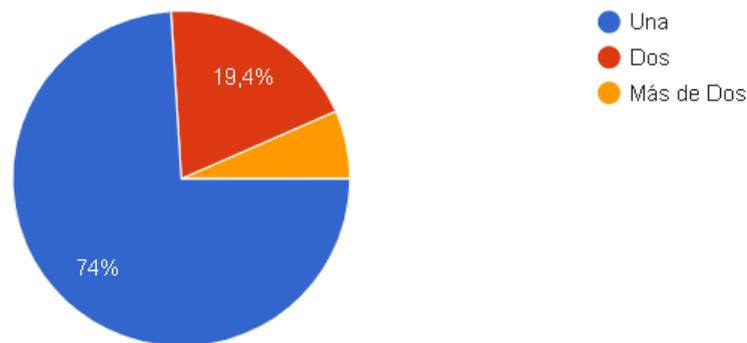
Como se evidencia, en la encuesta realizada el 94,5% de los encuestados en la localidad de chapinero tienen mascota, con este resultado se pueden identificar diferentes variables a destacar, una de ellas es que como se identificó en las investigación realizada, la mayoría de las personas actualmente se encuentran muy inclinadas por tener una mascota en sus hogares, lo que indica que existe una gran oportunidad para aplicar la APP en esta localidad y alcanzar un gran número de suscriptores que se beneficien de los servicios ofrecidos, se identifica con las respuestas dadas a esta pregunta que en estos tiempos la mayoría de las personas eligen tener una mascota como compañía y esto trae consigo grandes posibilidades de negocio que permiten satisfacer las necesidades de todas estas personas que buscan un beneficio para sus mascotas.

Pregunta 2: ¿Cuántas mascotas tiene?

**Figura 9**

*Pregunta 2 - Encuesta B*

¿Cuántas mascotas tiene?



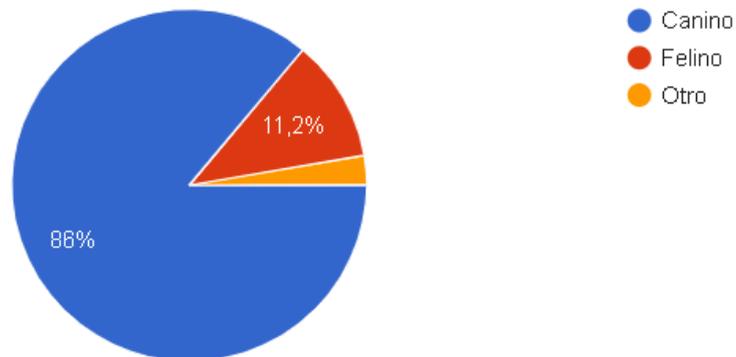
Fuente: Creación propia

Dentro de las variables que traía consigo esta pregunta, la respuesta más seleccionada fue que el 74% de las personas cuentan con mínimo una mascota, lo que valida aún más la necesidad que tienen la mayoría de personas porque se ponga en marcha una aplicaciones que les ayude a llevar el control de la salud de sus mascotas, hay un hecho muy importante y es que casi el 20% de los encuestados indican tener dos animales de compañía, esto quiere decir que la demanda cada vez más está aumentando y que existe una gran oportunidad para crear un aplicación innovadora que satisfaga las necesidades alimenticias, de salud y bienestar de las mascotas, con esto se identifica una alta probabilidad de factibilidad para aplicar la APP en esta localidad y que tenga un alto porcentaje de suscriptores que se beneficien de las misma.

Pregunta 3: ¿Qué clase de mascota tiene?

**Figura 10****Pregunta 3 - Encuesta B**

¿Qué clase de mascota tiene?



Fuente: Creación propia

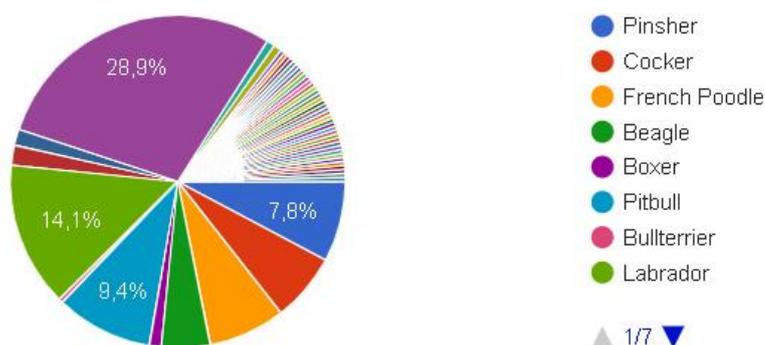
Como se puede visualizar en la gráfica, el 86% de las personas encuestadas tiene un canino como mascota, con esta pregunta no solo se evidencia la preferencia de las personas por tener este tipo de animales, si no, que también fundamenta la razón principal por la cual la aplicación solamente estará en funcionamiento para caninos. Teniendo en cuenta esta variable, se hace apropiado que la aplicación solamente se centre en atender a este gran mercado y que los dueños de las mascotas puedan acceder de una manera más sencilla al uso de una aplicación que atienda todas las necesidades de sus animales.

Pregunta 4: ¿Cuál es la raza de su(s) mascota (s)?

### Figura 11

Pregunta 4 - Encuesta B

¿Cuál es la raza de su(s) mascota?



Fuente: Creación propia

En esta pregunta se tuvieron en cuenta las diferentes razas de caninos, en esta oportunidad se determina la variedad en la selección de estos animales de compañía, se destaca dentro de las respuestas que un 7,4% de los encuestados cuenta con caninos criollos, y que mediante la gran variedad de razas se deben ofrecer servicios variados ya que cada animal requiere de un cuidado especial.

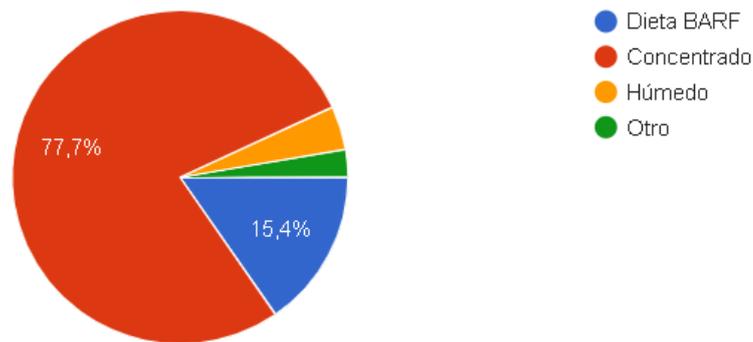
Acá se puede tener en cuenta un nuevo segmento del mercado y es el aporte que hacen las personas al bienestar de las mascotas sin hogar, de hecho, actualmente cada vez más personas se encuentran dispuestas adoptar un canino de la calle y adaptarlo a sus hogares, esto lo que genera es un aumento de consumidores que se pueden beneficiar con el uso de esta aplicación

Pregunta 5: ¿Qué tipo de alimentos le da a su(s) mascota (s)?

**Figura 12**

*Pregunta 5 - Encuesta B*

¿Qué tipo de alimentos le da a su(s) mascota?



Fuente: Creación propia

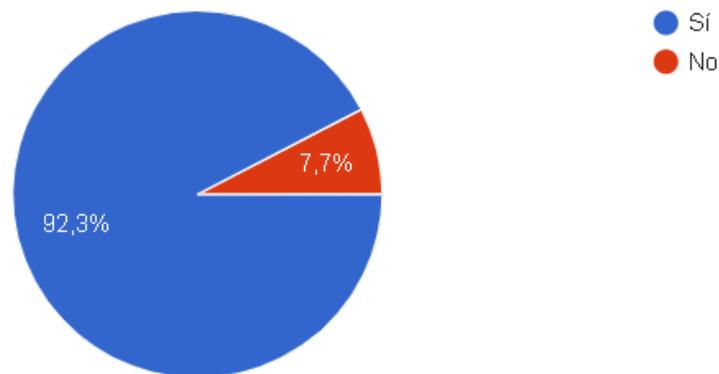
Como se evidencia en la encuesta realizada, el 77,7% de las personas alimenta a sus mascota con concentrado, y existen muchas variables para que se elija este tipo de alimentos, la primera y la más importante es que este tipo de alimentos es muy comercial, tienen mucha variedad y marcas y no suelen ser tan costosas, sin embargo esto también abre una oportunidad para FOODOG para mostrar otro tipo de alimento que es saludable para la mascota como lo es la comida natural, hacer recomendaciones y que las personas conozcan una opción que puede traer más beneficios que la comida concentrada.

Pregunta 6: ¿Usted le compra accesorios a su mascota?

**Figura 13**

*Pregunta 6 - Encuesta B*

¿Usted le compra accesorios a su mascota?



Fuente: Creación propia

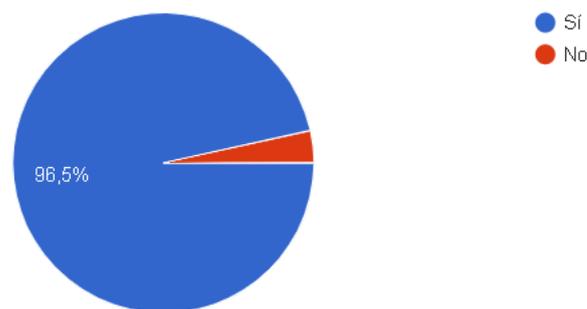
El 92,3 % de los encuestados indica que si le compra accesorios a sus mascotas, esto es un factor que aporta a esta investigación y da un vistazo a la apertura de un nuevo eje en el uso de la aplicación y es tener la posibilidad no solo de involucrar la salud y el alimento de las mascotas, si no también abrirse a la posibilidad de integrar más utilidades en la aplicación y así poder incrementar los beneficios tanto para los clientes como los consumidores haciendo que encuentren todo un paquete de servicios en un mismo lugar y que se puedan adquirir de forma ágil y sencilla.

Pregunta 7: ¿Le gustaría descargar una APP donde pueda ver la historia clínica de sus mascotas?

**Figura 14**

*Pregunta 7 - Encuesta B*

¿Le gustaría descargar una APP donde pueda ver la historia clínica de sus mascotas?



Fuente: Creación propia

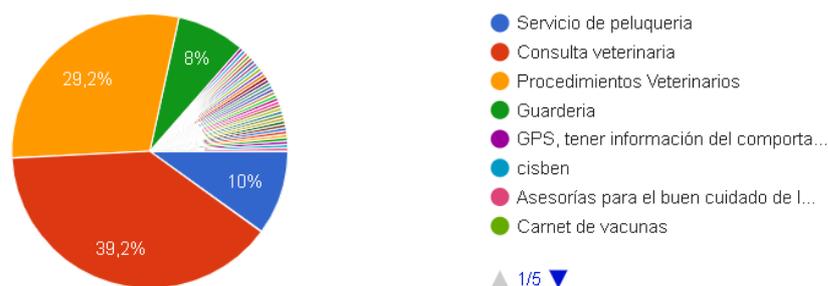
Actualmente y para muchos dueños de mascotas es difícil encontrar todo para sus mascotas en un solo lugar, cada servicio está separado, conseguir alimento, comprar accesorios, sacar una consulta con un veterinario, hacer seguimiento a la salud de sus mascotas, por ello se destaca que la gran mayoría de amos tienen la necesidad de tener una aplicación que les brinde la información clínica de sus animales ya que con esto podrían hacer un control cada vez que lo deseen, saber de primera mano acerca de la salud de sus mascotas y brindarles una mejor calidad de vida.

Pregunta 8: Que otro servicio le gustaría que se ofreciera en la APP?

### Figura 15

#### Pregunta 8 - Encuesta B

¿Qué otro servicio le gustaría que se ofreciera en la APP?



Fuente: Creación propia

Dentro de la cantidad de opciones reflejadas por los encuestados, se destaca que el 39,2% le gustaría que la APP contara con el servicio de consulta veterinaria, seguido del 29,2% que indica que preferiría que la APP contara con el servicio de Procedimientos veterinarios, de estas respuestas se acentúa que un grupo significativo de las personas están buscando más que comodidad, el bienestar y salud de sus animales y requieren justo lo que les brinda esta nueva APP, que más que nada busca que los dueños de las mascotas puedan llevar un control y una visualización de las historias clínicas de sus mascotas y también que los caninos lleven una vida más saludable.

### **Comercialización de Alimentos a través de la App**

Aumentar la comercialización de comida natural y saludable para las mascotas (perros) en la ciudad de Bogotá D.C, por medio de una APP.

De acuerdo con estudio realizado por el instituto de desarrollo económico, el animal preferido por las personas para tenerlo como mascota es el perro, esta preferencia está muy marcada con un 72% de los encuestados, en segundo lugar, se encuentran los gatos con un 20%, las aves con un porcentaje de 5% y también los hámsteres y los peces presentes con un 1,5%. En total se realizaron 402 encuestas. (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2019).

Esto deja ver que un gran porcentaje de los Bogotanos tiene una mascota en casa o piensan adquirir una al corto plazo, y esto se da por varias razones, primero porque las personas buscan una compañía, segundo porque en la actualidad las personas prefieren tener mascotas y no hijos ya que implican menos gastos. Lo anterior representa una ventaja para el proyecto ya que implica que los productos tendrán una demanda constante y pueden seguir en aumento.

Del total de las familias colombianas censadas por el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE) el 62% incluyen en sus mercados semanales el alimento de sus mascotas. 14 millones de perros y gatos domésticos son alimentados con concentrados diariamente. Se identifica que el 56% de las personas que tienen animales de compañía adquieren el alimento en supermercados y grandes superficies; el 17 % en tiendas; el 14 % en almacenes especializados para mascotas; el 13 % en graneros; y el 1 % le da comida casera. (*La Economía alrededor de las mascotas en Bogotá*, 2019) vacunación

Según el gerente de mercadeo del grupo Bios, el señor Camilo Andrés Jaramillo González, las generaciones actuales no consideran la posibilidad de tener hijos, es más, las personas prefieren estar solas, o contar solamente con la compañía de sus parejas, es por ello por lo que la probabilidad de tener una mascota aumenta considerablemente.

### Figura 16

#### Movimiento del negocio de las mascotas



Nota: Tomado de Fernanda, L. (2018, September 13). *Las iniciativas sostenibles que adelantan las empresas de mascotas*. Fuente: Larepublica.Co; Diario La república.

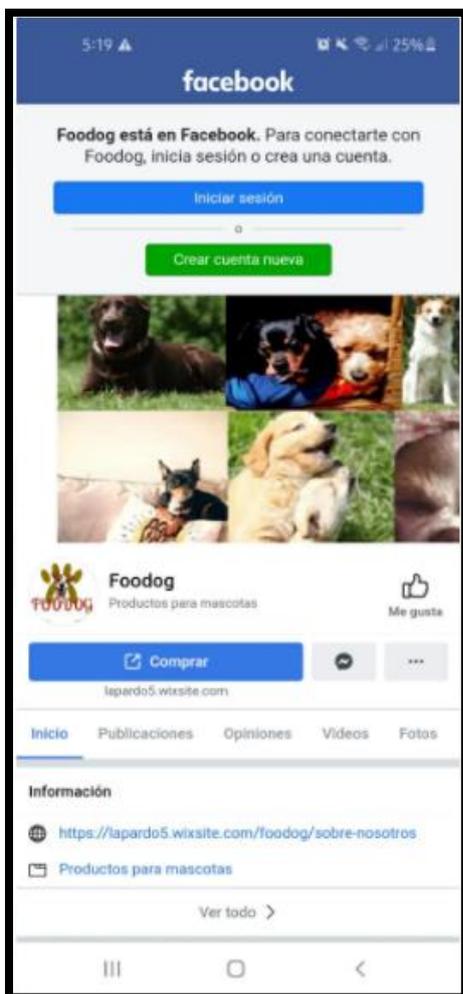
Es por lo anterior que desde FOODOG implementaremos una estrategia para incentivar la compra de alimento para mascotas desde la app, esto se realizara con diferentes promociones y explicando los beneficios de la comida BARF en un blog al que se podrá acceder desde la misma app, es este blog se publicara semanalmente una receta para preparar en casa snacks saludables para la mascotas y se crearan challenge para atraer nuevos prospectos a la aplicación, lo anterior se apoyara también en las páginas de Facebook e Instagram.

A continuación, se muestra el diseño del Blog mencionado anteriormente y las páginas de redes sociales de FOODOG

**Facebook:** Gracias a la popularidad de esta red social nos enfocaremos en la publicidad de contenido de interés para nuestros clientes y futuros compradores, compartiendo información relacionada con nuestros productos a través de publicaciones e historias, así mismo mantendremos un índice de respuesta no superior a las 3 horas en lo relacionado a las inquietudes de nuestros seguidores.

### Figura 17

Página de Facebook

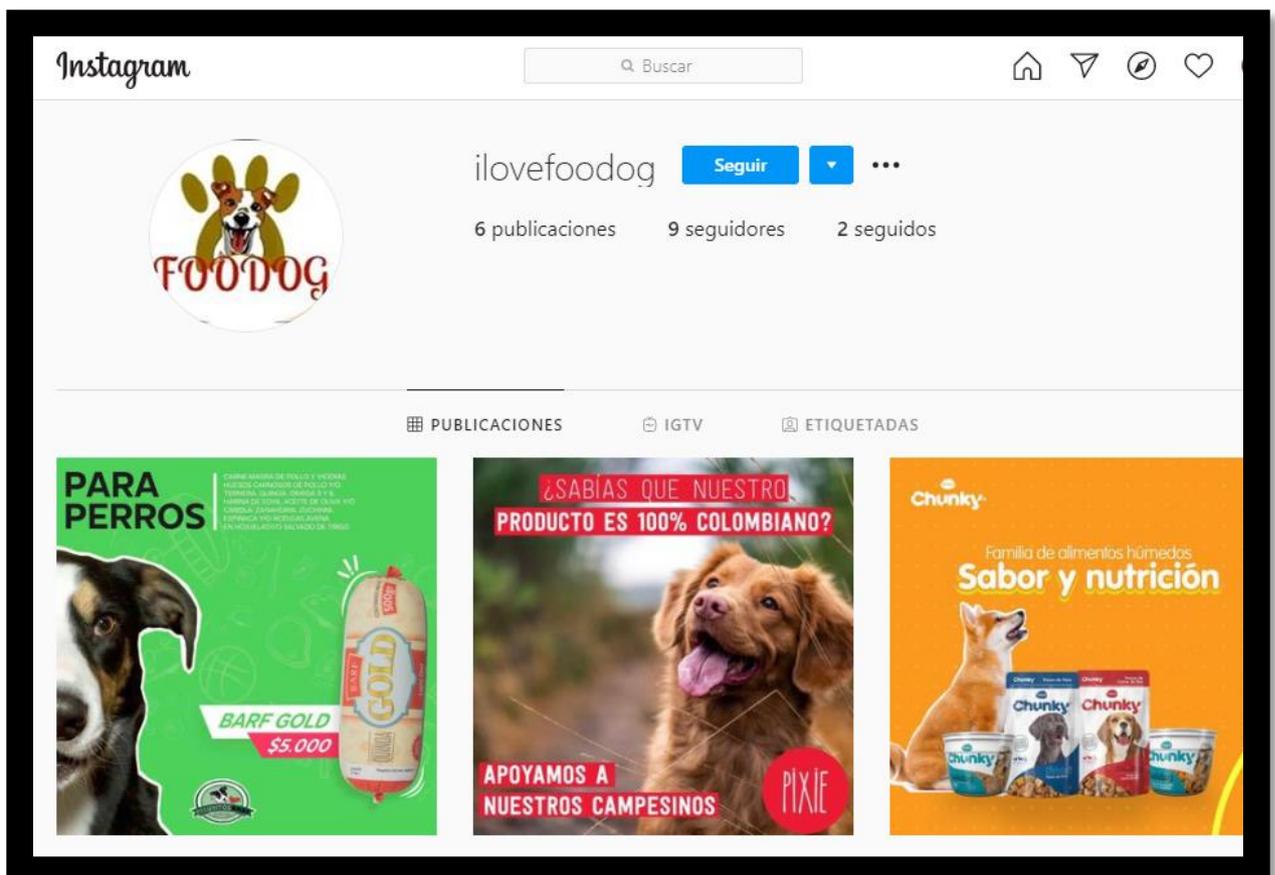


Fuente: Creación propia

**Instagram:** Por medio de esta red social haremos una estrategia de comercialización basándonos en imágenes compartidas por nuestros clientes, en el proceso de alimentación a sus mascotas, de este modo aplicaremos un método de publicidad colectiva con nuestros clientes.

### Figura

#### 18 Instagram

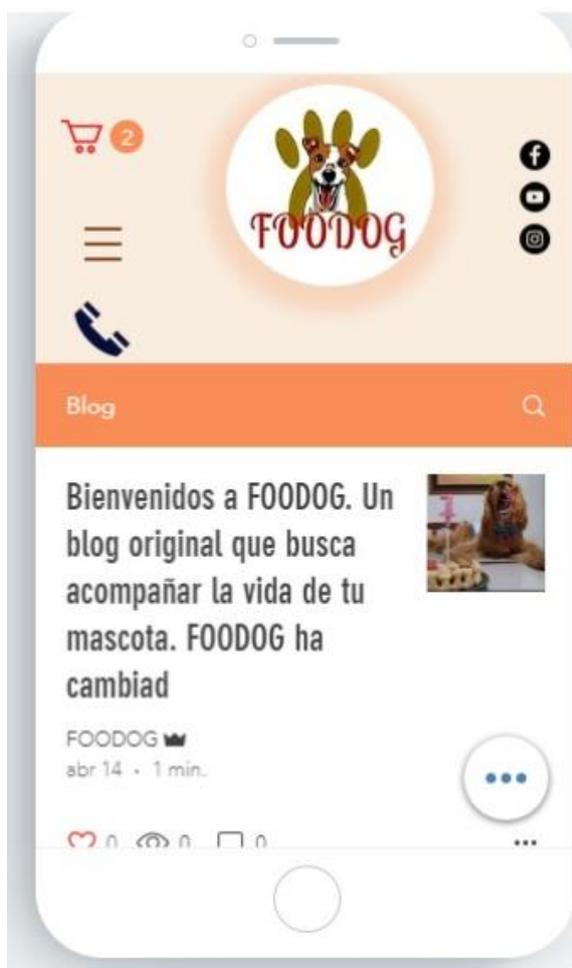


Fuente: Creación propia

**Blog en la APP de FOODOG:** Por medio del blog se incentivar  la adquisición de alimento para mascotas, como se comentaba anteriormente se harán dos publicaciones semanales con datos curiosos y retos para que los participantes se sientan atraídos hacia la app, los o las ganadoras de estos retos obtendrán premios con los cuales también se harán marketing digital para ganar más seguidores.

**Figura 19**

*Blog FOODOG*



Fuente: Creación propia

## APP FOODOG

Diseñar una APP que permita a los centros veterinarios compartir información referente a las mascotas con los dueños y que a su vez comercialice alimentos naturales y saludables para todo tipo de perros en la ciudad de Bogotá.

**Figura 20 Home**



Home:

En esta pestaña sera lo primero que vea el usuario al descargar y abrir la aplicación, encontraran en carrito de compras, las redes sociales y el número de contacto de FOODOG.

Fuente: Creación propia

**Figura 21 Menú**



Menú:

En esta pestaña de la App el usuario podrá desplegar el menú donde se podrá redirigir a las demás partes de la APP para navegar o comprar.

Fuente: Creación propia

**Figura 22 Marcas**

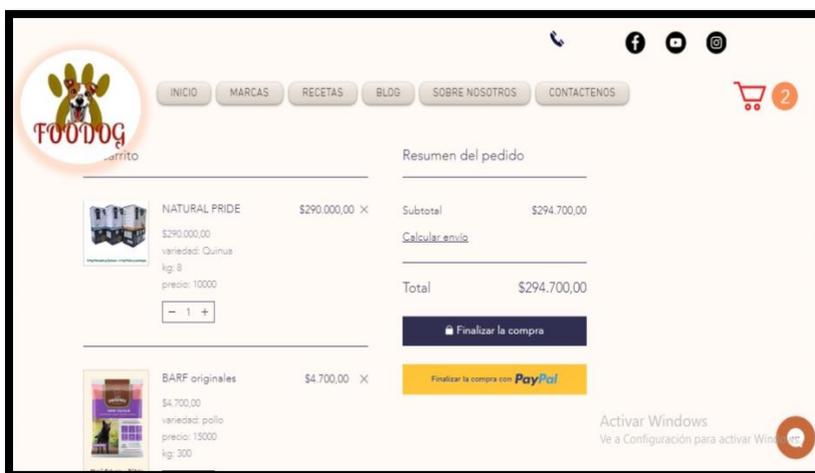


Marcas:

En esta pestaña el usuario encontrara todas las marcas de alimento ofertadas por FOODOG, una vez de clic sobre la marca seleccionada vera los productos de dicha marca y realizar su pedido según su necesidad (gramaje, sabor, cantidad, y la forma de pago)

Fuente: Creación propia

**Figura 23 Plataformas de Pago**

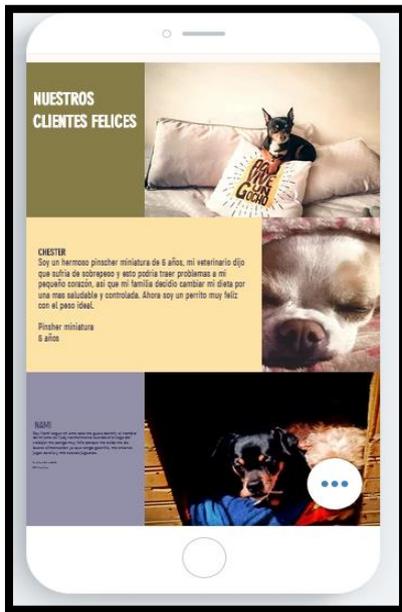


Plataformas de Pago

Aquí encontrara el paso a paso de como comprar el producto seleccionado.

Fuente: Creación propia

**Figura 24 Clientes Felices**



Clientes Felices:

La aplicación contará con un espacio para que los clientes puedan expresar su experiencia con los productos y servicios que presta la APP.

Fuente: Creación propia

**Figura 25 Servicio al Cliente**

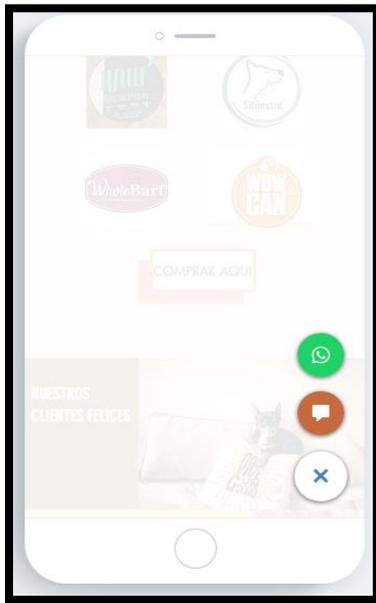


Servicio al Cliente:

El cliente encontrará las redes sociales, correo y la ruta para suscribirse.

Fuente: Creación propia

**Figura 26** Chat Box



Chat Box:

Por este medio los usuarios podrán contactarse con el personal de FOODOG para tener una asesoría mas personalizada.

Fuente: Creación propia

**Figura 27** Recetas

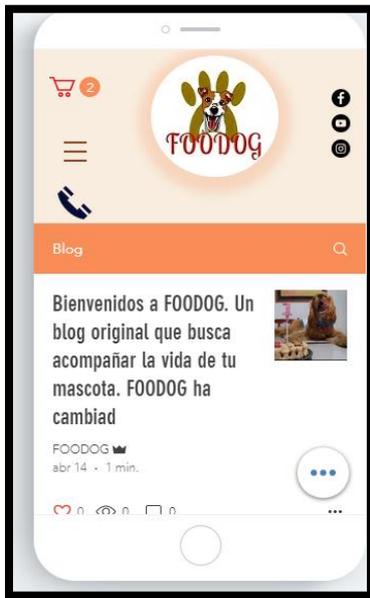


Recetas:

En esta parte de la APP el usuario podrá encontrar recetas para preparar en casa diferentes snacks saludables para su mascota acompañado de videos indicando el paso a paso.

Fuente: Creación propia

**Figura 28** Blog

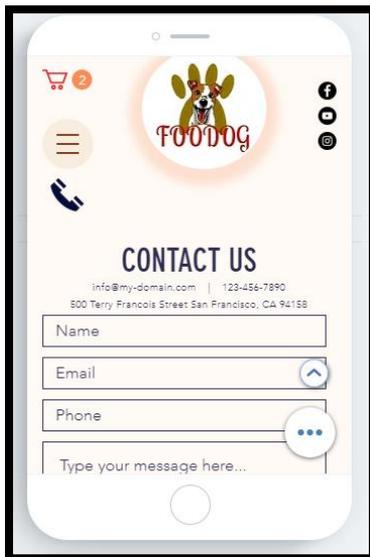


Blog:

En el Blog se publicarán datos curiosos e información relevante sobre la alimentación de las mascotas.

Fuente: Creación propia

**Figura 29** Contáctenos



Contáctenos:

El usuario podrá encontrar un formulario para dejar sus datos e inquietudes sobre los productos o servicios de FOODOG.

Fuente: Creación propia

Para el diseño de la APP de FOODOG se realizó un presupuesto inicial donde se especifican los gastos iniciales en los que se deben incurrir para el funcionamiento de la aplicación durante los primeros tres meses.

*Tabla 3*

*Gastos*

<b>GASTOS</b>	<b>MES 1</b>	<b>MES 2</b>	<b>MES 3</b>	<b>TRIMESTRE</b>
<b>Dominio e email marketing</b>	87.032	87.032	87.032	261.096
<b>Hosting</b>	67.500	67.500	67.500	202.500
<b>SEO</b>	200.000	200.000	200.000	600.000
<b>Plataformas de medio de pago (PSE, PAYPAL)</b>	102.000	170.000	408.000	680.000

Nota. Fuente Propia

## Conclusiones

La investigación realizada recoge diversidad de información muy relevante que fue hallada gracias a la dedicación y análisis de diversidad de variables que fueron indispensables para el logro de los objetivos propuestos, de hecho con el estudio realizado se logró identificar como en la actualidad las tendencias y hábitos humanos se han transformado a través del tiempo y como ahora las generaciones actuales tienen tan presente el cuidado de los animales, se preocupan por su salud y bienestar tanto o más de lo que se preocupan por cualquier miembro de su familia, se destaca también como el mercado de la industria de alimentos ha sabido aprovechar esta “tendencia” y ha aumentado considerablemente la oferta de productos alimenticios, accesorios para mascotas y se han generado diversidad de servicios complementarios que integran todo un paquete de beneficios para mascotas, bien sea perros o gatos.

Debido a lo mencionado anteriormente, se identifica que actualmente existen muchos estudios que demuestran que grandes organizaciones productoras de alimentos para perros no buscan el bienestar de las mascotas, si no, que por mantener costos de producción bajos y sacar alta cantidad de productos solamente crean alimentos con preservantes y conservantes que como se pudo evidenciar en el desarrollo del proyecto, solamente traen problemas para la salud de los animales, teniendo en cuenta lo anterior y buscando una solución a esta problemática se logró encontrar estudios que demuestran que la comida natural cruda para perros es beneficiosa para su salud si se usa en la forma y cantidad adecuada, se propone el uso de la dieta BARF, pero la pregunta es ¿cómo hacer para que las personas que tienen mascotas (para este caso perros) conozcan este tipo de alimentos y los adopten dentro de la dieta de sus compañeros de vida?

De hecho, dentro de las encuestas realizadas se evidencia que aun hoy en día muchas personas siguen prefiriendo adquirir comida procesada para sus mascotas, y lo hacen por diferentes variables, entre ellas el precio, el reconocimiento de las marcas comerciales, la facilidad para encontrar comida procesada, pues esta se consigue hasta en los supermercados o tiendas de barrio y son muchas más las variables por las cuales no se tienen en cuenta los alimentos naturales, de este punto surge la necesidad de acercar el alimento a los dueños de las mascotas y por ello surge la idea de diseñar una APP, en la cual se encuentre este tipo de comida y que beneficie a las mascotas y a los dueños de las mismas.

Teniendo en cuenta lo anterior y para brindar una total integralidad en la aplicación se identifica que también existe otra problemática y es que actualmente, aunque durante los últimos años se han abierto muchas clínicas veterinarias en Colombia y más específicamente en Bogotá, D.C, también es cierto que este tipo de entidades tienen muchos aspectos por mejorar, entre ellos; aumentar el reconocimiento por parte de las personas que tienen mascotas, añadir a sus procesos y servicios el uso de plataformas digitales que les ayude y simplifique mantener actualizada y en línea la historia clínica de los animales que atienden, pues muchos dueños de mascotas al ver que sus animales de compañía están enfermos y que muchos no tienen conocimiento de un sitio seguro a donde recurrir suelen llevar a sus mascotas a uno o varios lugares pero no llevan un control específico que les brinde seguridad y el conocimiento de la salud de sus animales de compañía.

Dentro de los resultados obtenidos a través de las encuestas realizadas se puede evidenciar que en promedio las clínicas veterinarias atienden diariamente un promedio de 11 a 20 mascotas, por lo tanto se identifica que existe una alta demanda de usuarios que pueden adquirir y usar la APP propuesta, también se ve que es factible el diseño de la APP, ya que esto facilitaría la gestión de las veterinarias ya que actualmente la mayoría de ellas llevan la

información de sus usuarios en bases de datos de Excel y no tienen como compartirla a los dueños de las mascotas.

Dejando también evidencia del desarrollo que ha tenido el mundo a través de los años, también se investigo acerca del uso de las plataformas digitales en la actualidad, y es que, en estos últimos años, gracias a la globalización y a la creación de la internet las personas ahora se encuentran mas conectadas que antes, las personas están tan conectadas a la red, a tal punto de que hoy en día muchos piensan que es imposible pasar una hora sin su celular. Ahora si se le suma la problemática actual con la pandemia que cambio completamente la forma de vida de todo el mundo y viendo que actualmente muchas personas han tenido que cambiar también su modalidad de trabajo, la forma en la que hacen actividades como salir a comprar, salir a hacer transacciones bancarias, etc., ahora todo lo hacen desde casa y muchas empresas han tenido que reinventarse para poder subsistir y la forma en que lo han hecho es montando una App que les asegure mantener la cercanía con sus clientes, tener información al día y permitir a sus usuarios hacer compras de manera fácil y sencilla sin tener que salir de casa.

Las aplicaciones se han convertido en las plataformas de uso mas frecuente por lo que el mercado exige su creación para ofrecer la mayoría de los productos o servicios, de acuerdo con la investigación realizada se puede evidenciar que es muy acertado diseñar una aplicación para la comercialización de alimentos naturales para las mascotas, en este caso perros, y complementándola añadiendo todo el tema de la comunicación entre las clínicas veterinarias y los dueños de las mascotas, para lleven un control de la historia clínica de sus clientes, también para que las personas conozcan en que momento deben asistir a controles, en que momento se debe dar los medicamentos a sus mascotas, ver citas próximas, entre otros servicios.

### **Recomendaciones y/o sugerencias**

La primera recomendación y que es fundamental para el uso de la aplicación es crear el vínculo con las veterinarias estudiadas de la localidad de Chapinero, se debe contar con la suscripción de estos establecimientos para iniciar con el proceso de generar la información de las mascotas que atiendan.

De otro modo también se debe empezar a realizar estrategias para poner que más personas conozcan la App e inicien a disfrutar de sus beneficios, es decir se suscriban y puedan empezar a visualizar y llevar un control efectivo de la historia clínica de sus mascotas.

Teniendo en cuenta que la mayoría de las veterinarias encuestadas indicaron que, si quisieran adquirir la APP, y luego de establecer el vínculo se debe hacer una campaña de capacitación del uso adecuado de la aplicación y que de esta forma tanto los dueños de las mascotas como las veterinarias puedan conocer y entender el uso y beneficios que ofrece la plataforma.

Para el caso de la aplicación como tal, se recomienda y sugiere que esta se mantenga actualizada en cuanto a información y con contenido interesante que atraiga a más usuarios y también que se varíe o incremente la variedad de productos naturales ofrecidos.

También se sugiere que se creen más espacios interactivos dentro de la App que permita a los usuarios mantener un contacto frecuente con la plataforma, es decir, se sugiere mostrar contenido como información relevante de la vida de las mascotas, vivencias, recetas naturales, premios, ofertas, descuentos, que por medio de la App se pueda conocer los servicios y los precios que ofrecen las veterinarias, y así también las personas nuevas que se suscriban puedan identificar la clínica más adecuada para llevar a su mascota.

## Referencias

*Achieving Science with CubeSats*. (2016). National Academies Press.

<https://doi.org/10.17226/23503>

AHUJA, V. (2004). The economic rationale of public and private sector roles in the provision of animal health services. *Revue Scientifique et Technique de L'OIE*, 23(1), 33–45.

<https://doi.org/10.20506/rst.23.1.1464>

Billinghurst, I. (2020). drianbillinghurst.com. Recuperado el 30 de Agosto de 2020, de

drianbillinghurst.com: <https://drianbillinghurst.com/barf/>

Billinghurst, I. (2020). drianbillinghurst.com. Recuperado el 20 de Agosto de 2020, de

drianbillinghurst.com: <https://drianbillinghurst.com/>

*Biologically Appropriate Raw Food (BARF) for Adult Dogs, Raw Diet Types*. (2019, January 14). Perfectly Rawsome. [https://perfectlyrawsome.com/raw-feeding-](https://perfectlyrawsome.com/raw-feeding-knowledgebase/biologically-appropriate-raw-food-barf-adult-dogs/)

[knowledgebase/biologically-appropriate-raw-food-barf-adult-dogs/](https://perfectlyrawsome.com/raw-feeding-knowledgebase/biologically-appropriate-raw-food-barf-adult-dogs/)

Blair, I. (2021, January 4). *Mobile App Download and Usage Statistics (2021)*. BuildFire;

BuildFire. <https://buildfire.com/app-statistics/#>

Cambridge Dictionary. (2021, April 7). *app*. @CambridgeWords.

<https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/app?q=APP>

Cambridge Dictionary. (2021, April 7). *croquette*. @CambridgeWords.

<https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/croquette?q=CROQUETTE>

Cambridge Dictionary. (2021). *pet*. @CambridgeWords.

<https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/pet?q=PET>

cesfelipeseundo.com. (2020). [www.cesfelipeseundo.com](http://www.cesfelipeseundo.com). Recuperado el 30 de Agosto de 2020, de [www.cesfelipeseundo.com](http://www.cesfelipeseundo.com):

[http://www.cesfelipeseundo.com/titulaciones/bellasartes/temarios/Diseno\\_Grafico\\_1/Qu%C3%A9%20es%20el%20dise%C3%B1o.pdf](http://www.cesfelipeseundo.com/titulaciones/bellasartes/temarios/Diseno_Grafico_1/Qu%C3%A9%20es%20el%20dise%C3%B1o.pdf)

CoreSolutions. (2015, December 8). The Benefits of Web-based Applications.

Coresolutions.ca. <https://coresolutions.ca/blogs/core-web/the-benefits-of-web-based-applications>

dle.rae.es. (2020). [dle.rae.es](https://dle.rae.es). Recuperado el 30 de Agosto de 2020, de [dle.rae.es](https://dle.rae.es):

<https://dle.rae.es/mascota>

dle.rae.es. (2020). [dle.rae.es/croqueta](https://dle.rae.es/croqueta). Recuperado el 30 de Agosto de 2020, de

[dle.rae.es/croqueta](https://dle.rae.es/croqueta): <https://dle.rae.es/croqueta>

[dle.rae.es/mascota](https://dle.rae.es/mascota). (2020). [dle.rae.es/mascota](https://dle.rae.es/mascota). Recuperado el 30 de Agosto de 2020, de

[dle.rae.es/mascota](https://dle.rae.es/mascota): <https://dle.rae.es/mascota>

E-commerce. (2011). Google Books.

<https://books.google.com.co/books?id=MwEB8LuK0P0C&printsec=frontcover&dq=ecommerce&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwi0ipGhuIHwAhWXRDABHVliAMgQ6AEwAnoECAMQA#v=onepage&q=ecommerce&f=false>

E-Commerce. (2011). Google Books.

<https://books.google.com.co/books?id=TT8f2VFRDhYC&printsec=frontcover&dq=ecommerce&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwi0ipGhuIHwAhWXRDABHVliAMgQ6AEwBHoECAIQAg#v=onepage&q=ecommerce&f=false>

fao.org. (2020). fao.org. Recuperado el 30 de Agosto de 2020, de fao.org:

<http://www.fao.org/3/am401s/am401s07.pdf>

Garrett, J. (2005). Ajax: A New Approach to Web Applications.

[https://www.scriptol.fr/ajax/ajax\\_adaptive\\_path.pdf](https://www.scriptol.fr/ajax/ajax_adaptive_path.pdf)

Gutierrez, C. A. (2015). nutricionistadeporros.com. Recuperado el 30 de Agosto de 2020, de

[nutricionistadeporros.com: https://nutricionistadeporros.com/la-triste-historia-de-los-alimentos-comerciales-para-perros-parte-i/](https://nutricionistadeporros.com/la-triste-historia-de-los-alimentos-comerciales-para-perros-parte-i/)

Healthy Diet for Dog: Natural Dog Food Recipes. (2011). Google Books.

<https://books.google.com.co/books?id=4GkUBgAAQBAJ&pg=PT12&dq=natural+dog+food&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiRw8XNsIHwAhUaSjABHcGECd0Q6AEwCXoECAkQA#v=onepage&q=natural%20dog%20food&f=false>

informaticamilenium.com.mx. (2020). informaticamilenium.com.mx. Recuperado el 30 de Agosto de 2020, de informaticamilenium.com.mx:

<https://www.informaticamilenium.com.mx/es/temas/que-es-una-app.html>

*Internet Marketing, Web Design & e-Commerce Strategies in Mexico.* (2021).

Informaticamilenium.com.mx. <https://www.informaticamilenium.com.mx/en/>

Johnson, D. (2020, September 16). *How to check app usage stats on an Android in 3 ways.*

Business Insider; Business Insider. <https://www.businessinsider.com/how-to-check-app-usage-on-android>

Laika. (2020). Laika - Universo peludo | Productos para perros y gatos. Laika.com.Co.

[https://www.laika.com.co/?&device=c&keyword=&placement=&adgroup=109354341744&campaign=8026823913&gclid=Cj0KCQiAwMP9BRCzARIsAPWTJ\\_FnLMVv5CYYTcgBXBffLo-xaoRBtwxKU1j8t8SMt2v-RIQlZgjCdWKIaArcuEALw\\_wcB](https://www.laika.com.co/?&device=c&keyword=&placement=&adgroup=109354341744&campaign=8026823913&gclid=Cj0KCQiAwMP9BRCzARIsAPWTJ_FnLMVv5CYYTcgBXBffLo-xaoRBtwxKU1j8t8SMt2v-RIQlZgjCdWKIaArcuEALw_wcB)

La Economía alrededor de las mascotas en Bogotá. (2019, June 27). Observatorio de

Desarrollo Económico. <http://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/comercio-al-por-menor-industria-servicios/la-economia-alrededor-de-las-mascotas-en-bogota>

Lee, E. (2009, June 29). Raw Dog Food: Dietary Concerns, Benefits, and Risks. WebMD;

WebMD. <https://pets.webmd.com/dogs/guide/raw-dog-food-dietary-concerns-benefits-and-risks#1>

mundoagropecuario.com. (20 de Diciembre de 2019). mundoagropecuario.com. Recuperado el 30 de Agosto de 2020, de mundoagropecuario.com:

<https://mundoagropecuario.com/el-primer-estudio-sobre-alimentos-para-perros-de-grado-humano-dice-que-los-alimentos-enteros-y-frescos-son-altamente-digeribles/>

Natural Pet Food Benefits. (2020). Naturopetfoods.com.

<https://www.naturopetfoods.com/natural-pet-food-benefits>

*Oakland Veterinary Referral Services (OVRs)*. (2020, July 28). Oakland Veterinary Referral Services; Oakland Veterinary Referral Services (OVRs).

<https://www.ovrs.com/blog/types-of-veterinary-care/>

*OpenMind*. (2017). OpenMind. <https://www.bbvaopenmind.com/en/articles/technological-progress-and-potential-future-risks/>

ori.hhs.gov. (2020). ori.hhs.gov. Recuperado el 30 de Agosto de 2020, de ori.hhs.gov:

<https://ori.hhs.gov/m%C3%B3dulo-1-introducci%C3%B3n-%C2%BFqu%C3%A9-es-investigaci%C3%B3n>

Patiño, L. (2019, August 22). Laika, la start-up colombiana que deja huellas en Silicon

Valley. El Tiempo; El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/emprendimientos-colombianos-laika-acelerada-en-silicon-valley-403534>

Patiño, L. (2019, August 22). *Laika, the Colombian start-up that leaves its mark in Silicon Valley*. El Tiempo; El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/emprendimientos-colombianos-laika-acelerada-en-silicon-valley-403534>

PetiCloud - El mundo de tus mascotas. (2018). PetiCloud - El Mundo de Tus Mascotas. <https://peticloud.com.co/>

*PetiCloud - The world of your pets*. (2018). PetiCloud - The world of your pets. <https://peticloud.com.co/>

Raw Dog Food Diet Guide - A Healthier & Happier Life for Your Best Friend. (2011).

Google Books.

<https://books.google.com.co/books?id=VXcwDrILgGoC&pg=PT6&dq=barf+diet&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwifjvKptIHwAhUVQzABHcBYB9wQ6AEwA3oECAUQAg#v=onepage&q=barf%20diet&f=false>

Raw Feeding Calculators For Cats & Dogs. (2015, July 17). Perfectly Rawsome.

<https://perfectlyrawsome.com/pmr-barf-dog-cat-raw-feeding-calculators/>

Role and Importance of Veterinary Services: OIE - World Organisation for Animal Health.

(2021). Oie.int. <https://www.oie.int/en/solidarity/role-and-importance-of-veterinary-services/>

Santamaría, S. (2018, July 12). Distrito Appnimal, la nueva herramienta para adoptar mascotas | Conexión Capital. Conexión Capital. <https://conexioncapital.co/distrito-appnimal-app-adopcion-mascotas/>

TECNÓSFERA. (2017, November). Una app para encontrar servicios para mascotas cerca de su ubicación. El Tiempo; El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/apps/fandog-una-aplicacion-para-encontrar-servicios-para-mascotas-146976>

*Tipos de Agricultura archivos -*. (2021, April). Mundoagropecuario.com. <https://mundoagropecuario.com/category/agricultura/tipos-de-agricultura/>

Trujillo, S. (2018, May 20). Peticloud, la plataforma que vela por las necesidades de tu mascota. FayerWayer; FayerWayer. <https://www.fayerwayer.com/2018/05/peticloud-plataforma-mascotas/>

Thebalancecom. (2020). *What Is PayPal?* The Balance Small Business. <https://www.thebalancesmb.com/paypal-working-on-ebay-1140193>

The Complete Idiot's Guide to Getting And Owning A Cat. (2011). Google Books. <https://books.google.com.co/books?id=oTzarblm3LsC&pg=PT158&dq=barf+diet&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwi-jeCRtYHwAhXfSDABHWH0Asc4ChDoATAJegQIBhAC#v=onepage&q=barf%20diet&f=false>

The Raw Food Lifestyle. (2011). Google Books.

<https://books.google.com.co/books?id=hEkOVtE1SCIC&pg=PT158&dq=barf+diet&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwifjvKptIHwAhUVQzABHcBYB9wQ6AEwBHoECAYQA#v=onepage&q=barf%20diet&f=false>

Universal Design for Web Applications. (2011). Google Books.

[https://books.google.com.co/books?id=uQFhpLdSBOIC&printsec=frontcover&dq=web+applications&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj\\_06aqsoHwAhX5TDABHVvkd4Q6AEwBnoECAgQA#v=onepage&q=web%20applications&f=false](https://books.google.com.co/books?id=uQFhpLdSBOIC&printsec=frontcover&dq=web+applications&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj_06aqsoHwAhX5TDABHVvkd4Q6AEwBnoECAgQA#v=onepage&q=web%20applications&f=false)

*Veterinarias en Chapinero | Bogotá | Mascotas | Servicios | P2 | CIVICO.com.* (2021).

Civico.com.

<https://www.civico.com/bogota/localidad/chapinero/categorias/servicios/mascotas/veterinarias?page=2>

Vets4Pets. (2019, May 24). Clinical Records. Vets4Pets; Vets4Pets.

<https://www.vets4pets.com/services/clinical-records/>

*5 Types of Veterinarians and What They Do.* (2018, December 14). Veterinary Blog | St.

George's University | the SGU Pulse. <https://www.sgu.edu/blog/veterinary/types-of-veterinarians-and-what-they-do/>

7 Most Innovative Smartphone Apps From 2020 - Springwise. (2020, November 25).

Springwise. <https://www.springwise.com/innovation-snapshot/top-apps-2020>

*10. Servicios veterinarios.* (2021). Fao.org. <http://www.fao.org/3/y2006s/y2006s0e.htm>

## Apéndices

### Apéndice A: Formato Encuesta A

## Encuesta Veterinarias

Somos estudiantes de noveno semestre de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, Actualmente nos encontramos desarrollando un plan de mercados sobre un nuevo producto que se quiere sacar al mercado llamado FOODOG que es un app para mascotas, debido a ello solicitamos su colaboración para diligenciar esta encuesta. Le informamos que sus datos serán protegidos según lo establecido por la Ley 1581 del 2012 del Decreto 1377 de 2013, en donde se establece "los datos personales serán tratados en conformidad a la ley, respetando confidencialidad, el principio de finalidad, libertad, transparencia, veracidad y demás principios que cumplen con el buen manejo de su información". La información proporcionada únicamente tiene efectos académicos y se rige bajo las normas del Habeas Data y la ética estadística, ley que se encuentra regulada bajo el art. 15 de la constitución política de Colombia.

Nombre de la Veterinaria

Texto de respuesta corta

---

¿Cuántos años tiene en la industria su veterinaria?

- Entre 1 y 3 años
- Entre 4 y 6 años
- Más de 6 años

¿En promedio cuantas consultas realiza al día?

- Entre 0 y 10 Consultas
- Entre 11 y 20 Consultas
- Más de 20 Consultas

¿Cuál es marca de Alimento mas vendida en su establecimiento?

- Dog Chow
  - Pedigree
  - Hills
  - Italcán
  - Chunky
  - Otra...
- 

¿Cómo lleva el registro de las historias clínicas de las mascotas que atiende?

- Manual
  - Sistematizada
- 

¿Le gustaría adquirir una APP donde pueda llevar los registros clínicos de las mascotas y que a su vez sus clientes puedan tener acceso a esta información?

- Sí
  - No
- 

¿Considera usted que a sus clientes les gustaría tener acceso a la historia clínica de sus mascotas?

- Sí
- No

## Apéndice B: Formato Encuesta B

## ENCUESTAS DUEÑOS DE MASCOTAS

---

Somos estudiantes de noveno semestre de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, Actualmente nos encontramos desarrollando un plan de mercados sobre un nuevo producto que se quiere sacar al mercado llamado FOODOG que es un app para mascotas, debido a ello solicitamos su colaboración para diligenciar esta encuesta. Le informamos que sus datos serán protegidos según lo establecido por la Ley 1581 del 2012 del Decreto 1377 de 2013, en donde se establece "los datos personales serán tratados en conformidad a la ley, respetando confidencialidad, el principio de finalidad, libertad, transparencia, veracidad y demás principios que cumplen con el buen manejo de su información". La información proporcionada únicamente tiene efectos académicos y se rige bajo las normas del Habeas Data y la ética estadística, ley que se encuentra regulada bajo el art. 15 de la constitución política de Colombia.

---

Dirección de correo electrónico \*

Dirección de correo electrónico válida

.....

Este formulario recopila las direcciones de correo electrónico. [Cambiar configuración](#)

---

¿Usted tiene mascota?

Sí

No

¿Cuántas mascotas tiene?

Una

Dos

Más de Dos

---

¿Qué clase de mascota tiene?

Canino

Felino

Otro

---

¿Cuál es la raza de su(s) mascota?

- Pinscher
- Cocker
- French Poodle
- Beagle
- Boxer
- Pitbull
- Bullterrier
- Labrador
- Schnauzer
- Pug
- Criollo
- Otra...

¿Qué tipo de alimentos le da a su(s) mascota?

- Dieta BARF
- Concentrado
- Húmedo
- Otro

...  
¿Qué marca de alimento consume su mascota?

- Dog Chow - Cat Chow
- Chunky
- Pedigree
- Ringo
- Proplan
- Hills
- Felix
- Otra...

...  
¿Usted le compra accesorios a su mascota?

- Sí
- No

---

¿Le gustaría descargar una APP donde pueda ver la historia clínica de sus mascotas?

- Sí
- No

...  
¿Le gustaría descargar una APP donde pueda ver la historia clínica de sus mascotas?

- Sí
- No

¿Qué otro servicio le gustaría que se ofreciera en la APP?

- Servicio de peluquería
- Consulta veterinaria
- Procedimientos Veterinarios
- Guardería
- Otra...