

La idea con el análisis que llevamos es poder entender a través de la escala macro de los gatos como esta segmentado el mercado y que grupos de empresas son las que suplen la mayoría de las necesidad que tiene el animal.

Al analizar cada organización de una manera holística, entendiendo brevemente el sistema del producto o servicio ofrecido, podemos generar posibles estrategias que sean generadoras de valor dentro de las categorías y a la vez las diferencien de la competencia. Complementado con la pinza del bottom up entender que anhelos existen desde el usuario para así acertadamente poder tomar decisiones de proyecto que apunten a un nicho especifico con objetivos puntuales.

Objetivos que deben verse reflejados en todos los procesos de producción para que funcionen como una cadena de valor en la cual desde la materia prima pasando por el proceso de transformación, comunicación y el consumo se le vayan agregando elementos diferenciales que hagan mas contundente la propuesta de una empresa.

Teniendo en cuenta que lo que se modifique en uno de estos afectara la forma en que deberían funcionar el resto. Y al mismo tiempo dándonos la libertad de identificar las posibilidades de intervencion en una o mas de las etapas de producción ya sea producto o servicio

Todo esto en paralelo a un entendimiento de las tendencias locales, nacionales y mundiales para ver que tan relevantes son los procesos que se están llevando actualmente y ver con ayuda del bottom up que tan factible es en el mercado local apropiarse de tendencias mundiales y/o desde lo nacional generar propuestas de exportación. Mediante la identificación y explotación de los nichos del mercado.



El proceso se logro mediante la recolección de información, a través de diversas fuentes ya fueran primarias, secundarias o terciarias, de los diversos grupos que consideramos se ven involucrados en las oportunidades o problemas que generan y tienen los gatos como animal domestico en nuestra sociedad, específicamente Bogotá.

Información con la cual, guiándonos de unos esquemas creados por centro metropolitano de diseño de Buenos Aires, fue fragmentada en los diferentes niveles dentro de la cadena de valor de cada empresa (material, transformación, comunicación y consumo) para entender como funcionan cada una por separado y en conjunto para la creación del producto o el servicio ofrecido.

En una segunda parte se intentaron identificar los agentes que están involucrados desde la creación del producto hasta el consumo del mismo, dándonos así un mapa de los stakeholders y su posible grado de afectación dentro de una nueva estrategia para la compañía. Y la forma en que esta estrategia va a ser comunicada para ser finalmente consumida por el usuario, en nuestro caso el gato.

Por ultimo decidimos incluir la variable de las tendencias y su carácter geo-referencial para saber que se estaba haciendo en el mundo, en que posición se encuentra lo que se esta desarrollando localmente y cuales son las posibilidades de implementar o exportar tendencias del mercado extranjero.

# COMO LO HICIMOS?



cursos



# talleres









# Medicos veterinarios, Especialistas, zootecnia, Etologos

# universidades



# UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA SEDE BOGOTÀ

Entidades privadas

ADA: Asociación Defensora de Animales y del Ambiente es una organización no gubernamental

# Asociación de protectores de

fauna de Colombia y del medio ambiente

de animales

APROFAC : entidad creada para defender los derechos reconocidos para los animales y su entorno

SPAC: Organización sin animo de lucro dedicada primordialmente a la protección de animales de compañía (perros y gatos) abandonados, maltratados, heridos y enfermos.

# The International Cat Asociation Sociedad protectora

TICA: Entidad sin animo de lucro dedicada primordialmente a la protección de gatos de compania.

# Entidad publica

Sistema de identificación de Animales de Bogotá









# fundaciones























# Marcas en hipermercados



















PRECEPT

ROYAL CANIN

IAMSë

Eukanuba**ë** 

**Provet** 

Hill's

# Consultorios veterinarios









# criaderos





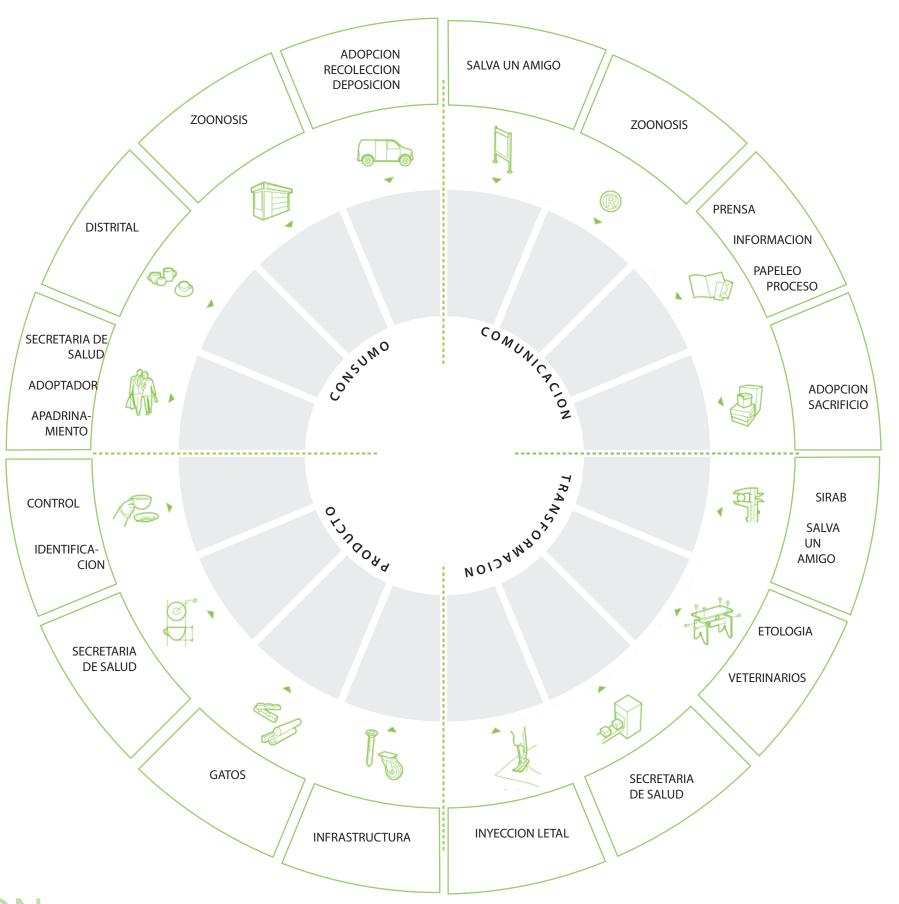








# ZOONOSIS



### Escenario de comunicación





Debido a las respuestas que genera el servicio prestado por Zoonosis, la empresa ha decidido por medio de una alianza con la fundación Salva un Amigo mostrar una cara mas amable y que de cuenta de la intención de mejorar los procesos mediante los cuales se llega a la eliminación de los perros y gatos.





Generando un amplio material de soporte grafico para explicar y transmitir la misión y visión de la empresa. Al mismo tiempo de generar una base de datos de la situación metropolitana respecto a la población animal, para su futuro control y posible adopción.

#### Escenario de consumo









Desde sus inicios zoonosis nació con el propósito de controlar la población animal sin dueño que existe en la ciudad. Se pueden diferenciar dos clientes específicos, el Gobierno representado por la secretaria de salud y la población la cual puede subdividirse en dos grupos ya sean de adopción o apadrinamiento.

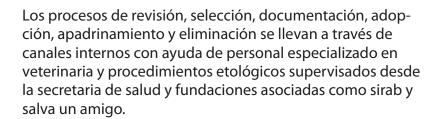
Pese a que el servicio a nivel distrital abarca la totalidad de la ciudad, el proceso de revisión, adopción, apadrinamiento y eliminación se efectúa en una única oficina generando que su posicionamiento tenga una repercusión dual ya que afecta a nivel distrital la recolección de animales pero es a nivel de un nicho especifico que se buscan alternativas al sacrificio animal.

## \_

### Escenario de la transformación









El proceso de eliminación ha sido masificado y actualizado, se dejo de lado el sacrificio por electroshock y se implementa la inyección letal aumentando los costos pero mejorando sustancialmente el costo ético.

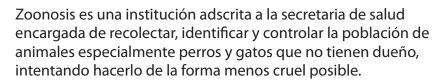


Pese a existir un programa de adopción y apadrinamiento la escala de afectación no es lo suficientemente amplia para las necesidades del programa.

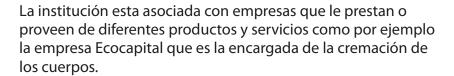
#### **Escenario Material**





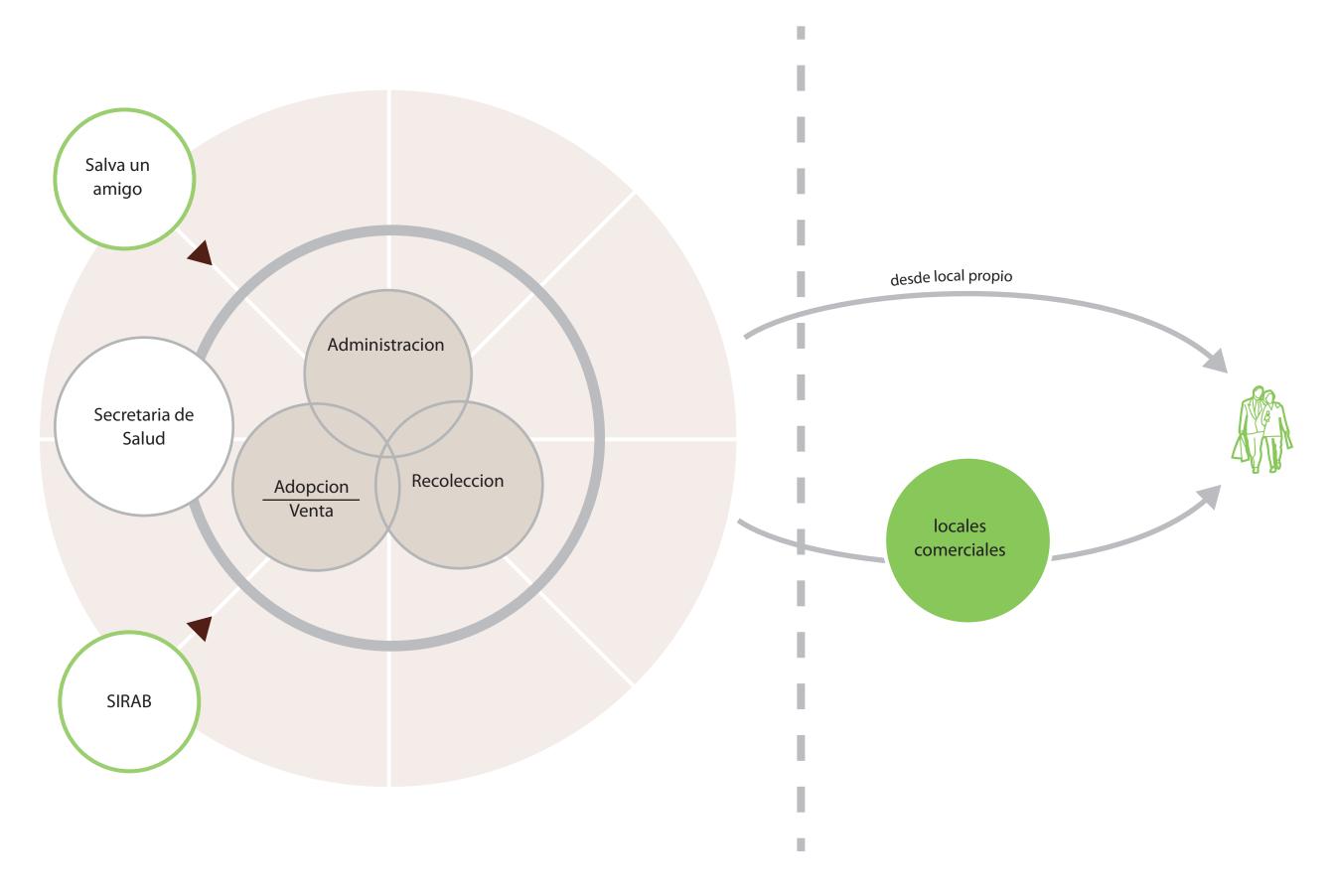








# ZOONOSIS



Para zoonosis las tendencias podrian funcionar como reservas, estas ya estan siendo implementadas en paises extranjeros, ya que en vez de matar a los animales, crean un servicio que es mas duradero para los animales, estos ayudan a preservar la fauna y la flora y animales dejados y botados a la calle.

Tambien se pueden incrementar las fundaciones y asociaciones adoptando mas gatos que llegan a zoonosis para evitar el sacrificio que se produce a estos, estos medios pueden tener un buen funcionamiento, ya que la mision de todos es salvar a los gatos abandonados y los que crecen en las calles.



# **TENDENCIAS**

# **VETERINARIOS**

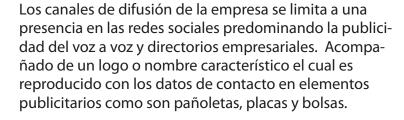


# **VETERINARIOS**

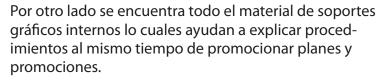
### Escenario de comunicación













### Escenario de consumo







Las Veterinarias son generalmente de escala zonal y sus servicios se dan principalmente en el local aunque posee el servicio de domicilio en algunos casos, su costo generalmente es competitivo con la competencia por lo cual esta ultima se da mas por factores de proximidad, calidad y servicio al cliente.



### Escenario de la transformación









Las veterinarias están equipadas con los equipos básico de consulta y para atender cirugías menores. El servicio es de carácter personalizado y generalmente se genera un vinculo entre los veterinarios, clientes y mascotas.

### **Escenario Material**



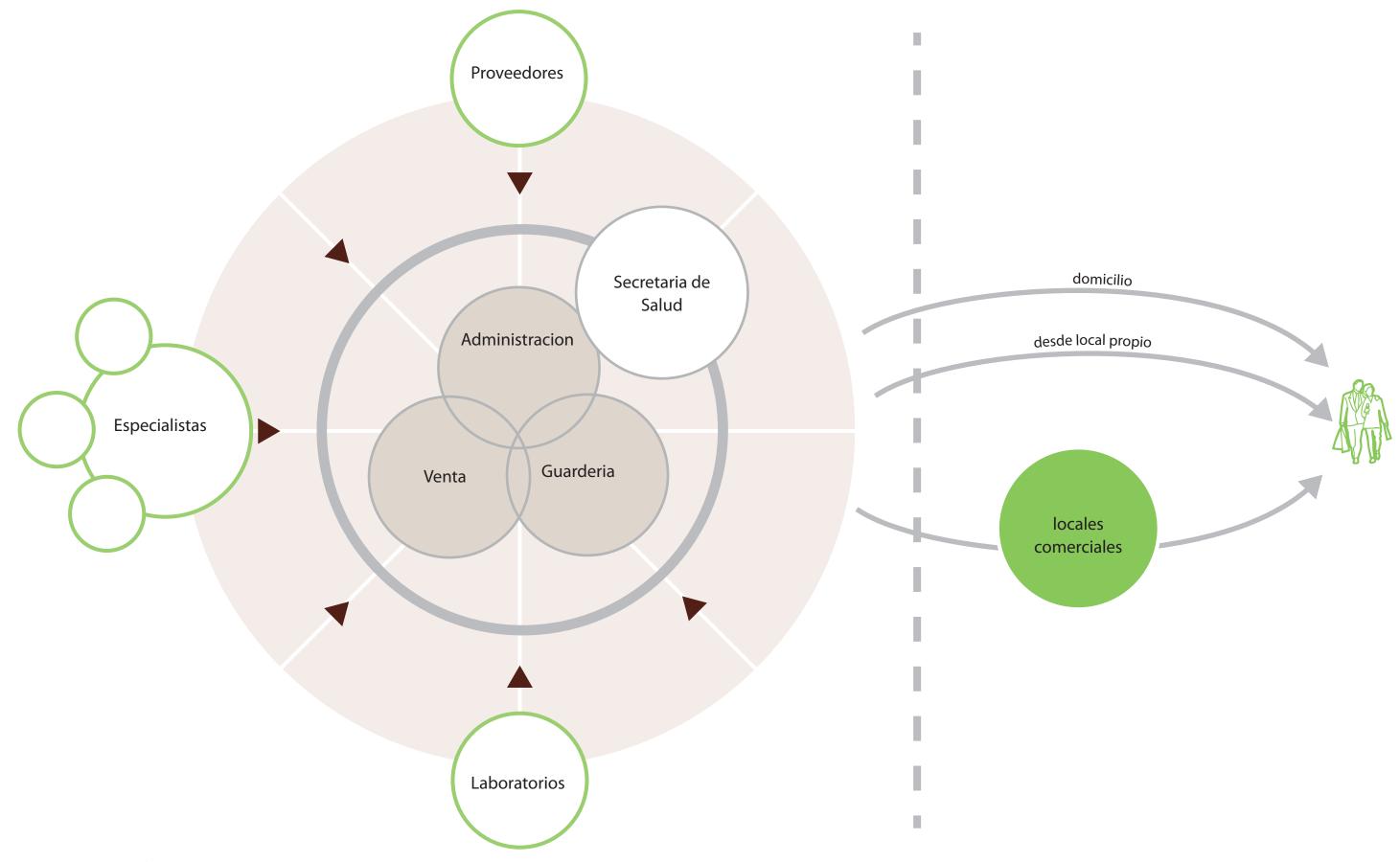






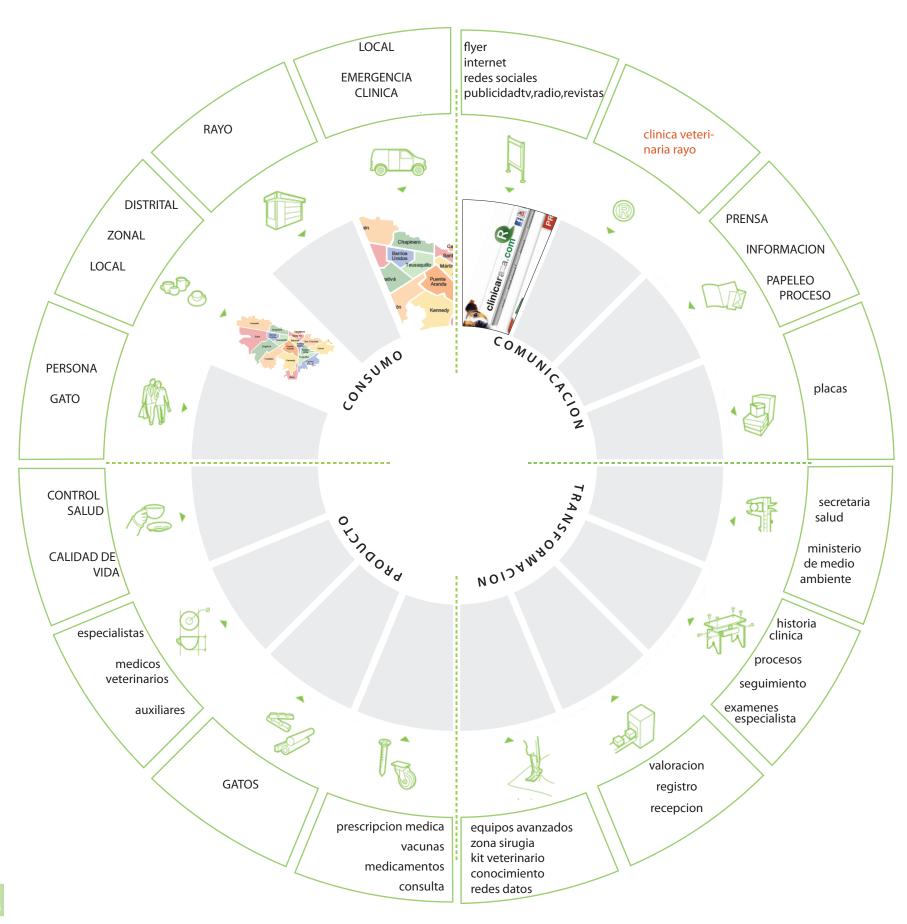
La actividad principal de la veterinaria cosiste en hacer un chequeo medico de la mascota, la aplicación de vacunas y medicamentos para controlar la salud. Como actividades secundarias se pueden observar servicios de guardería y venta de productos para la manutención y el ocio de la mascota.

# **VETERINARIOS**



**STAKEHOLDERS** 

# **CLINICA VETERINARIA**



# **CLINICA VETERINARIA**

#### Escenario de comunicación



La clínica Raza posee una presencia en las redes sociales así como una pagina web y un canal de YouTube. Su publicidad se da a través de estos medios y también con radio, revistas, periódico y eventos.



Posee un logo claro e identificable, el cual es replicado en todo el material grafico promocional y de manejo interno, los cuales ayudan a explicar procedimientos al mismo tiempo de promocionar planes y promociones.



Actualmente no existe un medio interactivo de doble vía en el cual el usuario pueda por medio de un foro dar su opinión y preguntar acerca de temas específicos.

### Escenario de consumo







Las clínicas veterinarias están ubicadas a escala distrital, sus servicios están basados a nivel veterinario mas especificados, su costo varia determinando el servicio utilizado dentro de la clínica, no tiene tanta competitividad ya que no existen muchas clínicas. Estas componen calidad y servicio al cliente.



## Escenario de la transformación









Las clínicas veterinarias están equipadas con los instrumentos para desarrollar cirugías con alta tecnología, el servicio es de carácter personalizado y generalmente se genera un vínculo entre el médico especialista, el auxiliar de veterinaria el cliente y la mascota.

## **Escenario Material**





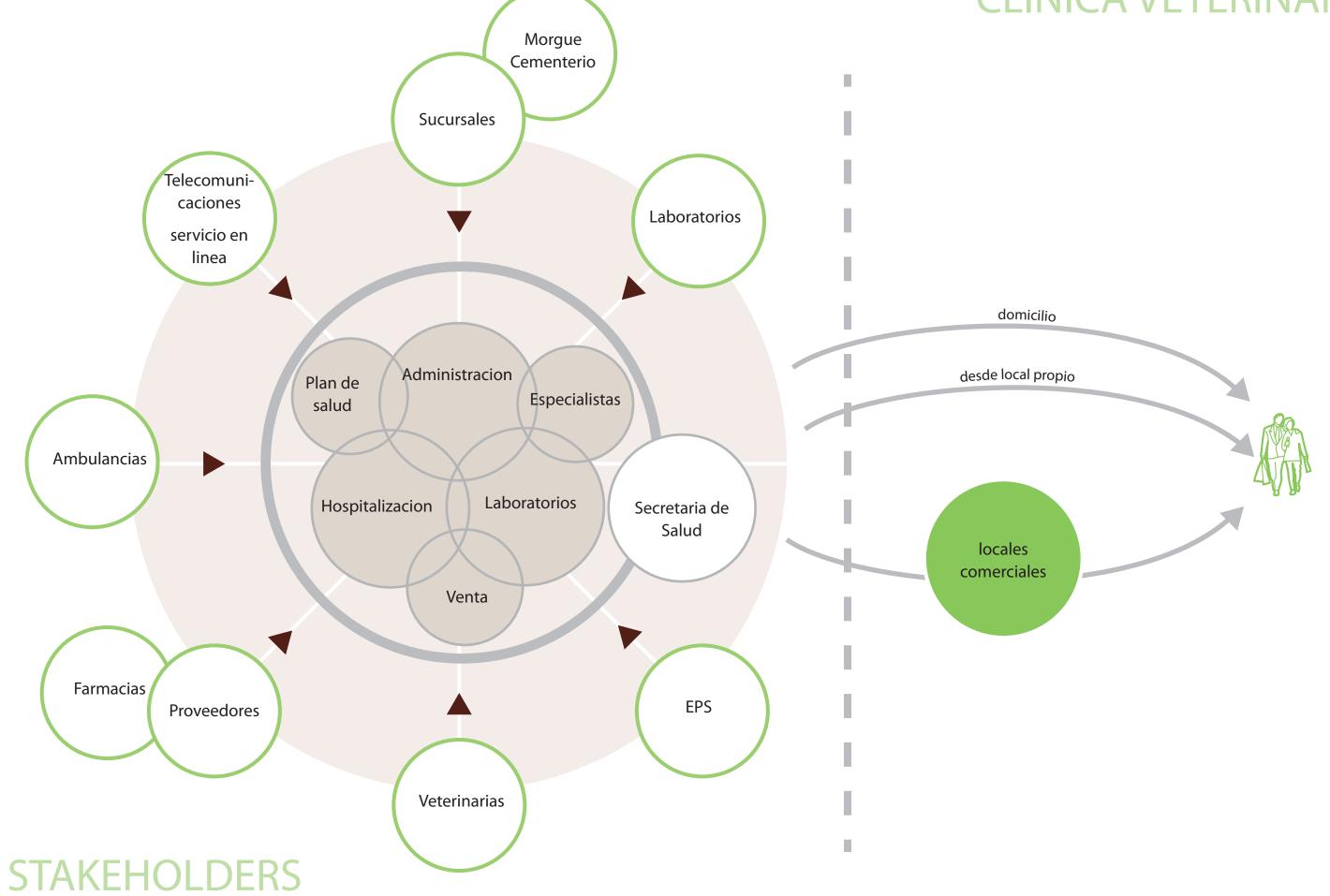




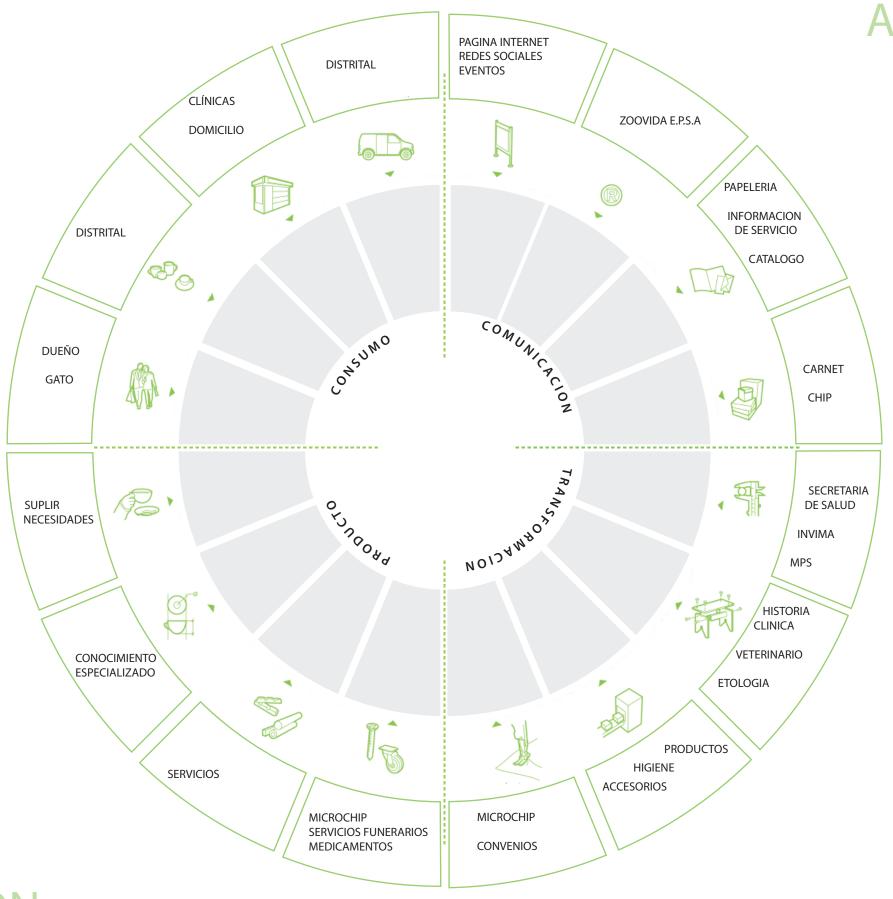
Las clínicas consisten en hacer un chequeo primario como lo hacen las , se realizar cirugías de todo tipo, se aplican vacunas y medicamentos para el control de la salud del animal. Dentro de estas las clínicas cuentas con servicio de recuperación y servicios exclusivos para el animal. Dentro de las clínicas también se encuentran ventas de productos para la manutención y el ocio de la mascota.



# **CLINICA VETERINARIA**



# ASEGURADORAS



# EPS ASEGURADORAS

#### Escenario de comunicación



La eps y aseguradoras poseen una presencia en una pagina web y medio de distribución pública.



Posee un logo que es identificable, el cual es replicado en tdo el material grafico promocional en donde se encuentra la descripción de los servicios que esta posee.



Al mismo tiempo se crea un promotor que explica todos los servicios que se incluyen.



Actualmente solo existen dos eps y aseguradoras, Zoovida, Aprofac y el servicio de Sirab a nivel de salud distrital. Estos cuentan con foro de opinión y preguntas frecuentes acerca de

los temas específicos que el usuario desee



#### Escenario de consumo



Estas eps y aseguradoras están ubicadas a escala nacional, sus servicios están basados frente a las necesidades de los animales, buscan su bienestar y salud integral de la mascota, cuentan con un servicio especializado, su consumo está determinado frente a una cobertura de servicio creado para ellos mismos.



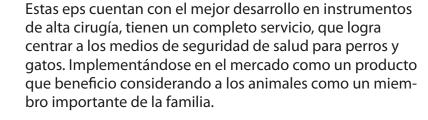
Servicios innovadores de alta calidad, con responsabilidad social y personal calificado para asegurar la total satisfacción y tranquilidad a nuestros clientes contando con instituciones propias y alianzas estratégicas.



## Escenario de la transformación









Para zoovida es importante las mascotas, sería bueno que ellos tuvieran un segmento de recolección de mascotas de la calle, así ayudarían más a la prevención de sacrificarlos, creando un servicio incluido dentro del plan que sea apadrinamiento de recursos básicos para estas mascotas. Defendiendo aun mas a los animales que están desamparados.



#### **Escenario Material**

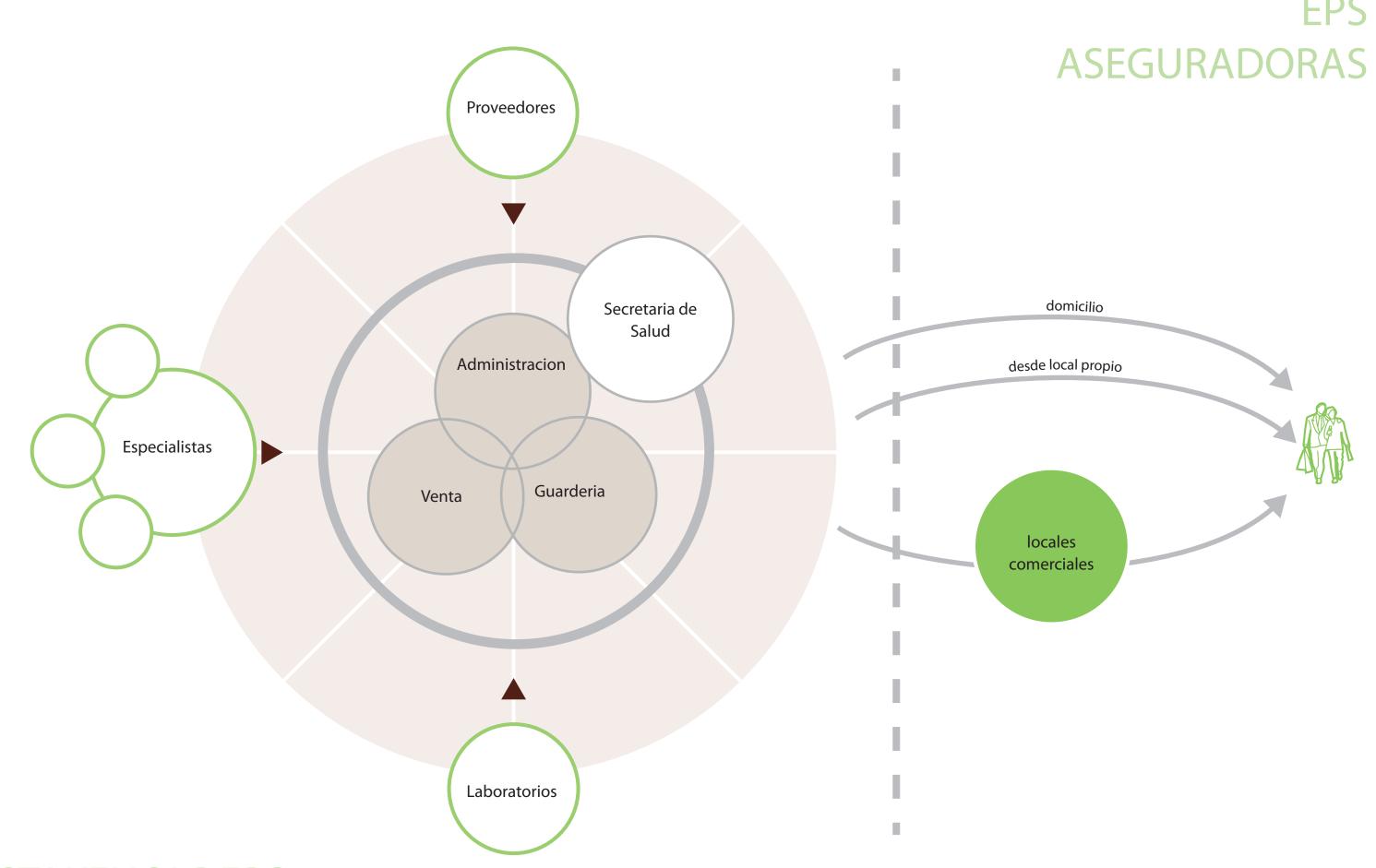








A partir de un chequeo general los veterinarios remiten a los animales a las necesidades que tengan contando con una gama amplia de servicios para el desarrollo de la mascota. Cuenta con un sistema de seguridad para mascotas lo cual es un beneficio para el dueño de la mascota. Cuenta con farmacia ventas de alimentos y accesorios, una capilla de paz, servicio funerarios, y medicina y medicamentos alternativos.



**STAKEHOLDERS** 





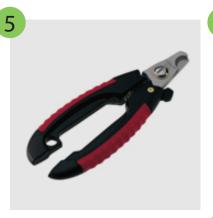




- 1. PELUQUERIA
- 2. SPA
- 3. KATTOS
- 4. HEALTH AND WELLNESS CENTER



NACIONAL











Tear Sta









- 1. DESMANCHA LAGRIMAS
- 2. DESENREDANTE
- 3. TIJERAS
- 4. PEINE CON DIENTES GIRATORIO
- 5. ALICATE CORTAUÑAS
- 6. COLONIA
- 7. PEINA ANTIPULGAS
- 8. CEPILLO DENTAL
- 9. BAÑO SIN AGUA
- 10. PEINE ANTIPULGAS

# **SALUD**

# NACIONAL











- ZOOVIDA
- JORNADAS DE VACUNACION 2.
- 3. AMBULANCIA
- 4. FOROS ONLINE
- MEDICINA HOMEOPATICA

# INTERNACIONAL











- **CAT HEALTH** WALTHAM 2.
- MEOW MOBILE
- Pet Sitters international
  - CAT WHISPERER
- 5. MEDICINA HOMEOPATICA
  - **CAT SITTING**

4.

# **PRODUCTOS**





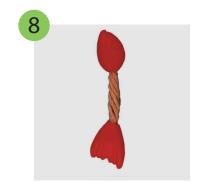










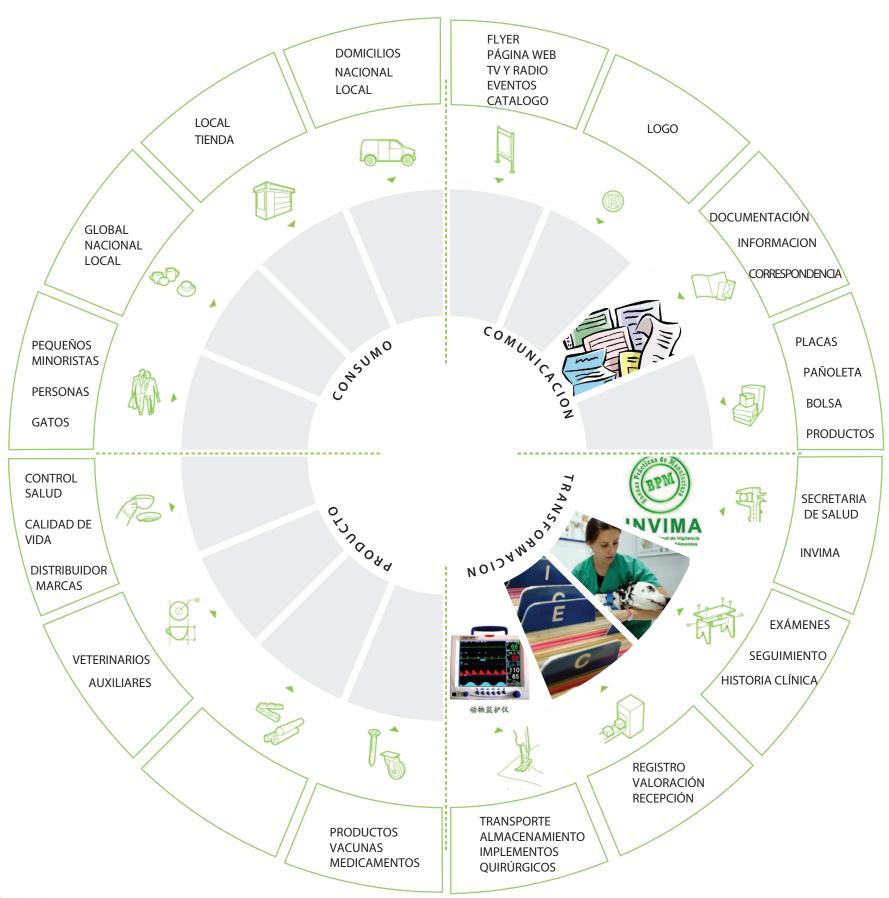






- CEPILLO LIMPIAPELO 2. QUITAPULGAS
- 3. LIMPIA OREJAS
- 4. **DENTALE CARE** OLOR Y DESMANCHADOR
- HAIRBALL REMEDY 6. 7. PARTE PASTILLAS
- 8. JUGUETE PARA DIENTES
- 9. **BAÑO SECO** 10.
  - TOALLAS LIMPIADORAS

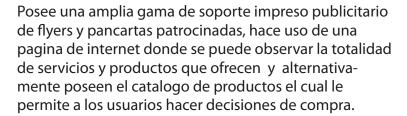
# **HIPERMERCADOS**



# **HIPERMERCADO**

#### Escenario de comunicación







Por ultimo tenemos toda la parte grafica en bolsas, placas y otros productos que funcionan como publicidad pasiva, luego de efectuar la compra o recibir un servicio.



Encontramos que existe la posibilidad de generar una comunicación mas flexible en la cual el usuario pueda seleccionar lo que quiere ver, al mismo tiempo de irle generando una base de datos a Agrocampo (mas personalizada que la actual), con la cual puede ser mas especifico a la hora de generar promociones o promocionar nuevos productos.



#### Escenario de consumo



Agrocampo es una empresa con una amplia oferta de productos enfocada a dos segmentos diferentes, por un lado se encuentra el usuario que compra al por mayor productos agropecuarios a costos competitivos y por el otro lado esta el mercado para amos de mascotas de estratos 4, 5 y 6 que consiguen todo en un lugar pero a precio aunque competitivos elevados comparado a otros establecimientos.



Posee un único local de gran escala ubicado en la avenida caracas con 73 en Bogotá lugar central e identificado como una zona de animales dentro de la ciudad lo cual les permite recibir una gran cantidad de clientes al mismo tiempo que poseen un servicio de domicilio para aumentar la cobertura.







#### Escenario de la transformación









Agrocampo se encarga de lograr concentrar en un punto de venta una gran variedad de productos veterinarios para un amplio rango de animales. Los productos y servicios ofrecidos en el hipermercado son asesorados directamente por personal calificado en el área veterinaria lo cual permite asesorar e impulsar a la compra de ciertos productos teniendo el cuenta la raza y el fin con el cual se van a usar.

A esto le debemos sumar la incorporación que hacen de servicios de veterinaria y grooming el cual complementa su ya amplia oferta.

Vemos que aunque el servicio y oferta es bueno esta enfocado al cliente mas no al usuario por lo cual se podría experimentar en los animales mas domésticos (perro, gato), una modalidad de compra en la que el animal pase a ser un ente activo y decisorio al escoger los productos.

#### **Escenario Material**





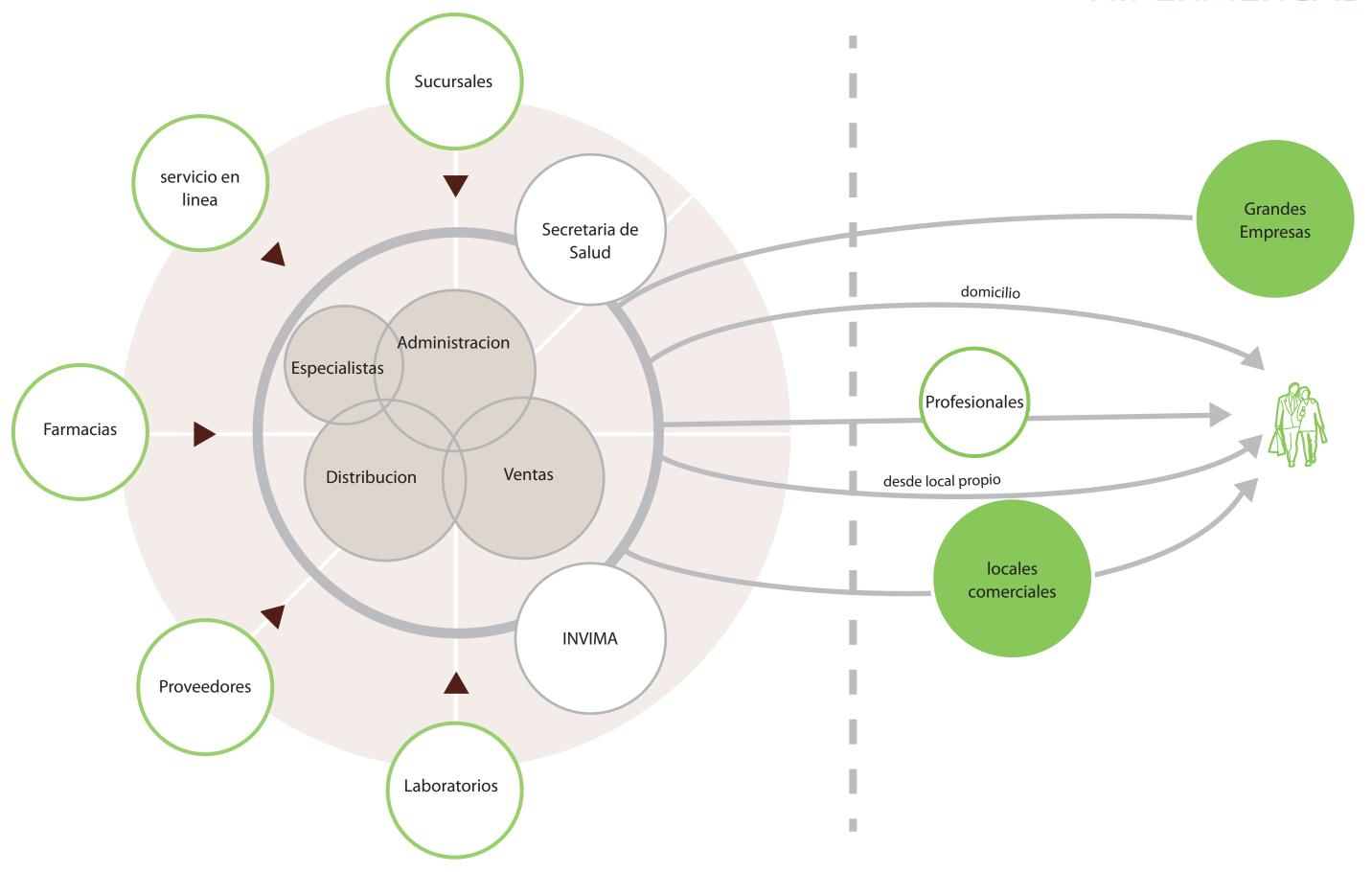




Nace con la idea de unificar en un solo lugar una variedad de productos nacionales e internacionales que suplan las necesidades de los animales mascotas y de producción en un recinto urbano de gran escala donde se puede ingresar con animales. Al mismo tiempo que ofrecen una cantidad de servicios anexos para de esta forma encontrar todo lo necesario en un solo lugar.

La empresa se podría denominar como una comercializadora con servicios integrados la cual recibe los productos elaborados de un numero de proveedores y se encarga de generar las condiciones para poder generar un ambiente propicio para la compra.

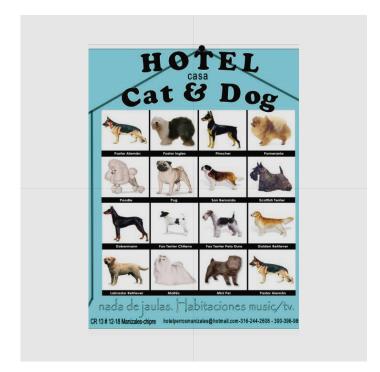
# **HIPERMERCADOS**



**STAKEHOLDERS** 

# **MOBILIARIO**

- GUARDERIAS
- HOTELES









PRO DUC TOS

**PRO** 



















- CAT FEEDER
- CAMAS
- ENTRENAMIENTO ( NO SOFAS)
- SCRATCHERS
- CASAS PARA GATOS



- ARBOLES
- BEBEDEROS
- COMEDEROS
- GIMNASIO



# **TENDENCIAS**

# RECREACION









3.

4. 5.



BOTAS SACOS

CORREA COLLARES

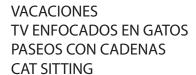
SOMBREROS PAÑOLETAS



2.3.







3.

5.

6.

7.

8.

IPAD LASER TOY

CATNIP PELOTAS

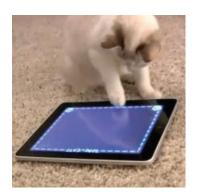
**RATONES** 

RESORTES

TOY BOX

**JUGUETES EN GANCHO** 

SMART CAT PEEK PLAY

















# **TENDENCIAS**

# RECREACION













## MARCAS DE JUGUETES NACIONALES:

- CANAMOR
- SICO LTDA
- PELUCHITO LTDA
- DIMA JUGUETES LTDA
- DOGGY ACCESORIOS CANINOS
- MASCOLANDIA
- DOG TOYS
- ERIKA GOMEZ ROPA Y ACCESORIOS

### MARCAS DE JUGUETES INTERNACIONALES

- TIANJIN HAIREN INTERNATIONAL TRADE ( CHINA)
- XIAMEN CHELY COMMERCIAL (CHINA)
- SHENGINDA GROUP (HONG KONG)
- WEN ZHOU LOWEL PET PRODUCT CO.



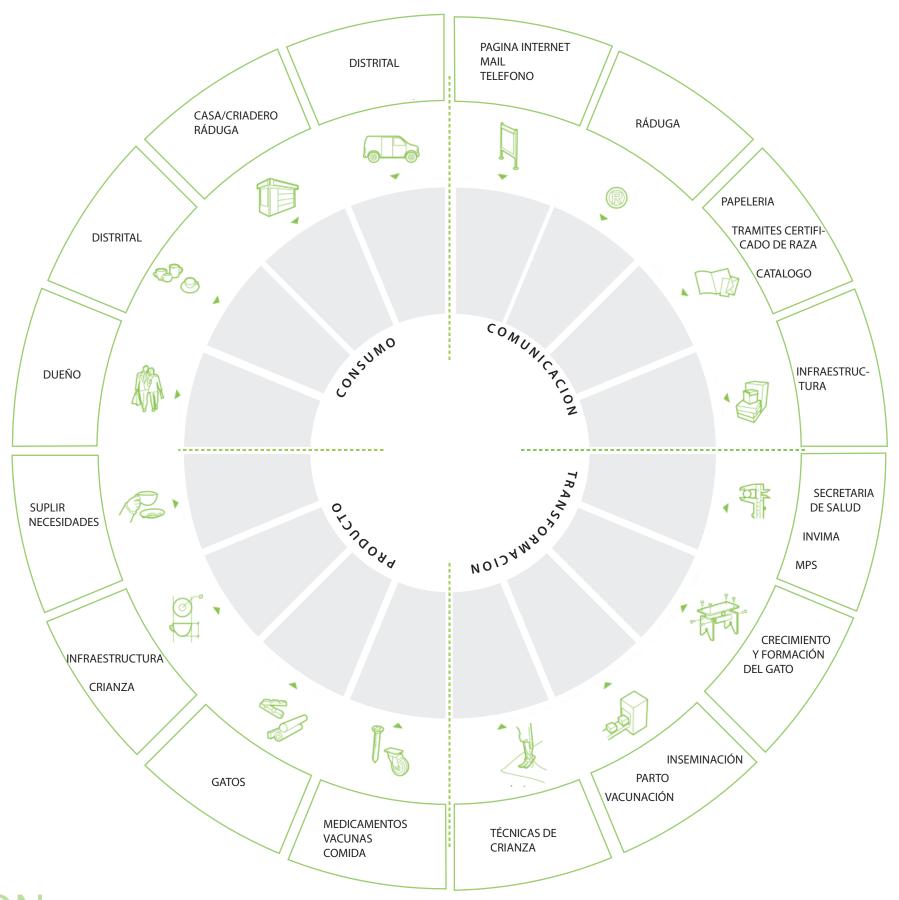






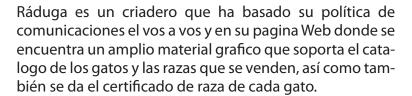
## **PROVEEDORES**

# **CRIADEROS**

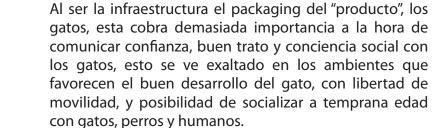


### Escenario de comunicación







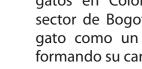






#### Escenario de consumo











Ráduga nace como respuesta a un problema de crianza de gatos en Colombia, abarcando mas específicamente el sector de Bogota. el problema radicaba en el manejo del gato como un producto y no como un animal que va formando su carácter desde temprana edad.

Los compradores o futuros dueños ven como una buena opción a Ráduga ya que se le esta certificando la raza del gato y la buena crianza de este, al ofrecer gatos que no son ariscos, asustadizos, tímidos o agresivos y por el contrario se ofrecen gatos confiados y alegres.

#### Escenario de la transformación









El criadero Ráduga esta abalado por la secretaria de salud lo que le otorga un funcionamiento dentro de los parámetros legales que certifican el buen funcionamiento en los procesos de inseminación, parto, vacunación y manutención del gato.

Se hace un estudio del posible dueño del gato, esto con una visión social y con el fin de vender sus crías de gatos a un comprador que tenga el suficiente poder adquisitivo no solo para comprarlo sino tambien para mantener al gato y satisfacer las necesidades que el tenga.

Para el buen crecimiento y desarrollo del gato se le deja libremente en la casa donde comparte el espacio con otros gatos y con un perro, ademas de los dueños del criadero que viven en el mismo establecimiento, esto para asegurar la socialización de sus gatos con el entorno.

#### **Escenario Material**





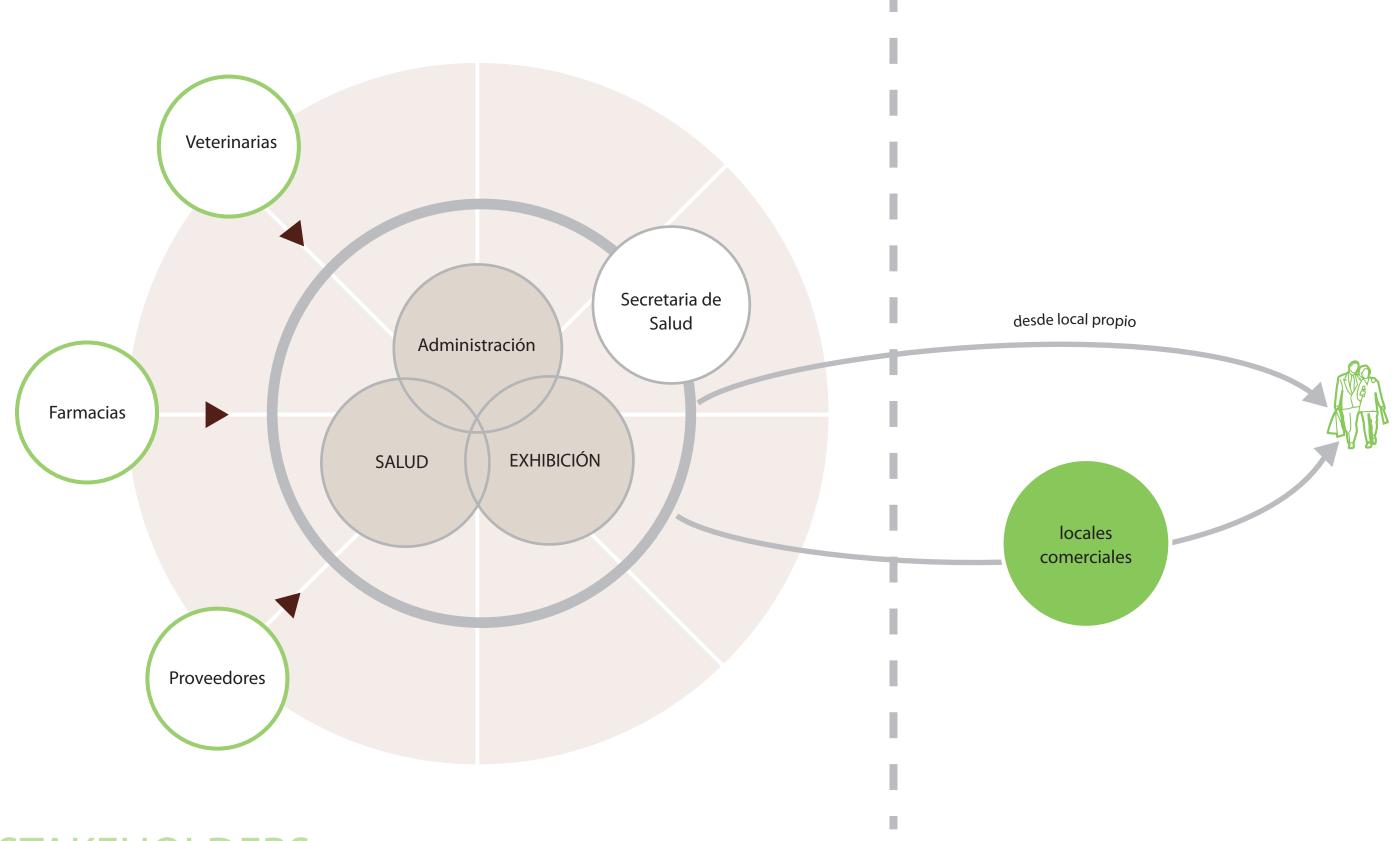




Al nacer, los gatos tiene un registro de la raza, el padre y la madre de cada uno de sus gatos, así como la clasificación de cada uno de ellos como animales de compañia, de reproduccion o de exposicion, variando el precio de cada uno de estos siendo el mas caro el de exposicion y el mas barato el de compañia.

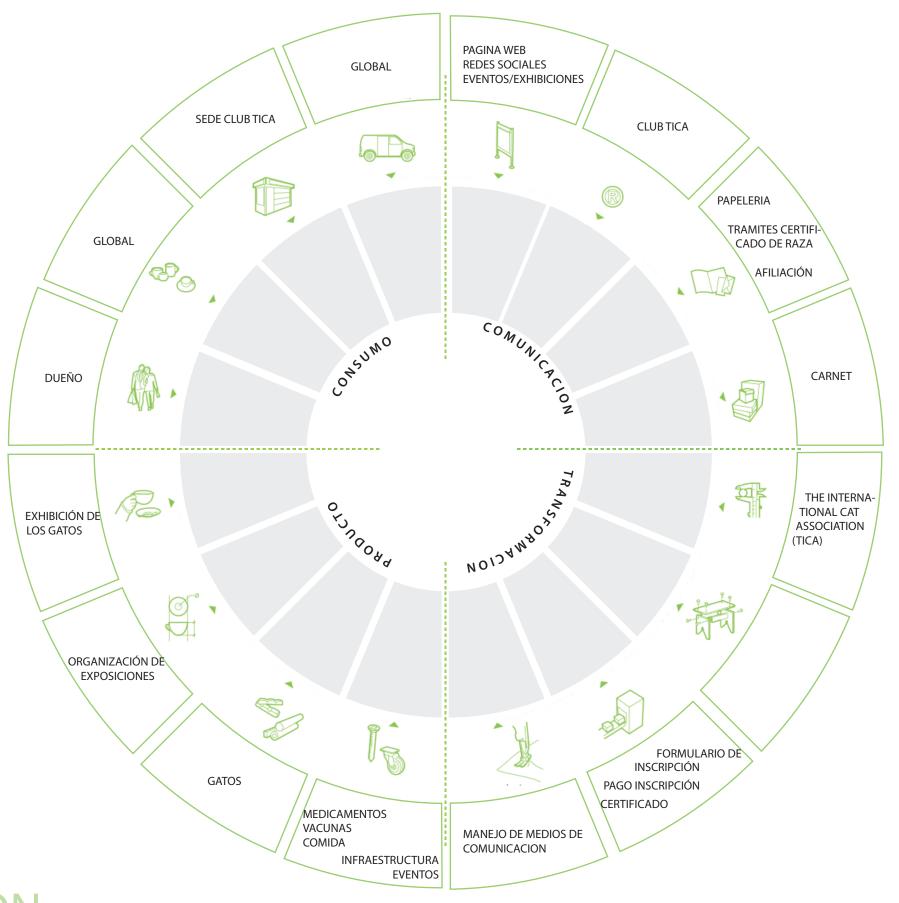
A los 2 mese de nacido se le vacuna con la triplefelina y se desparazita con Drontal gatos, y a los 3 y 4 meses de nacido se le tiene que repetir la dosis de la triplefelina. e

# **CRIADEROS**



**STAKEHOLDERS** 

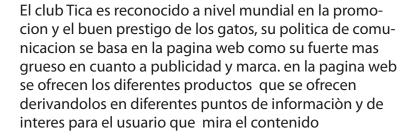
# **CLUB TICA**



### Escenario de comunicación









#### Escenario de consumo









Desde los inicios de tica, el proposito nació de un club que solo fuera acerca de gatos que existiera a nivel mundial que tuviera una cede en cada pais y cada evento tiene una participación de las personas amantes de los gatos, a nivel de consumo tica tiene criaderos de las mejores razas de gatos donde la persona compra el gato de la raza que quiera,

En los servicios de tica, encontramos diferentes maneras de interactuar con el animal. como ranking, y concursos donde se motiva al dueño a tener en las mejores conidciones a sus mascotras.

### Escenario de la transformación







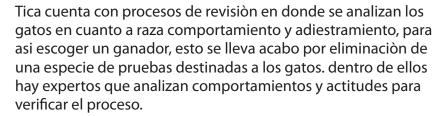


El proceso de Tica es de afiliacion a la comunidad, exposición y criaderos de los animales, quyos dueños personalizan y adecuan, estos centros buscan estimular a las personas a tener un entendimiento de familiarización con los animales. quienes son supervisados por miembros del club

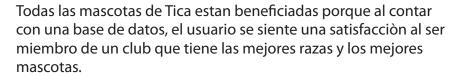
#### **Escenario Material**







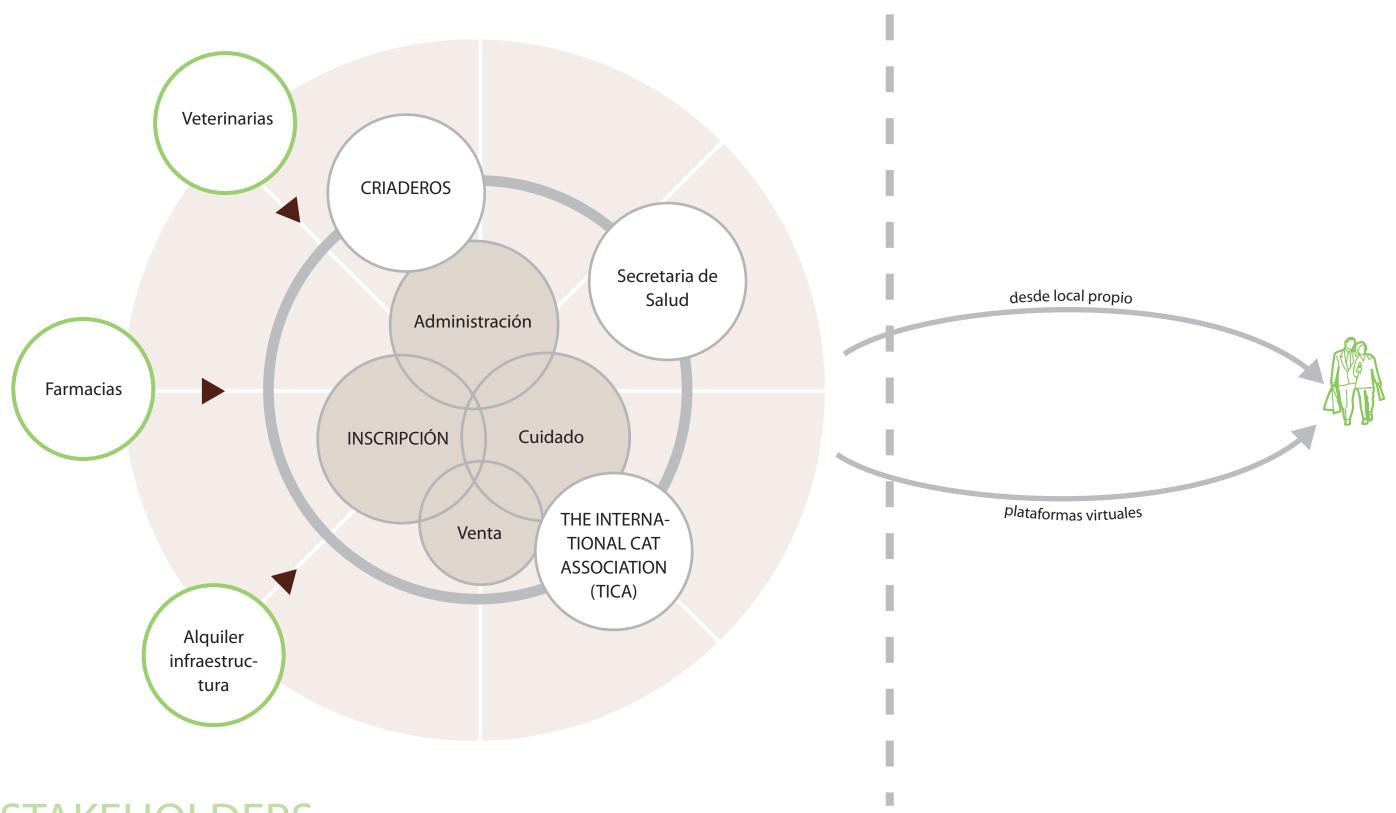






Las personas pagan una cuota moderada cada mes que le permite adquirir los beneficios que Tica ofrece a sus beneficiarios.

# **CLUB TICA**



**STAKEHOLDERS** 

# **INTERNACIONAL**

**NESTLE / PURINA** 

**RALSTON PURINA** 

**MARS** 



















































**PURINA COLOMBIA** 





Smart



















Las grandes superficies a nivel de concentrados, se destatacan nestle mars, y protect a gamble, de estas se derivan marcas de diferentes tipos de concentrados usados mundialmente para el desarrollo de las comidas para gatos, existen marcas que generalizan el producto otras que se intensifican en la salud de la mascota, en las superficies a nivel colombia encontramos una gran variedad de concentrados, estas marcas estan asociadas a comercios de poblaciones inferiores que no pueden pagar un concentrado para sus animales, aun asi son buenas empresas que se desarrollan a este nivel para distribuicion local distrital y nacional.

cada marca de concentrado define la tasa nutricional que cada mascota necesita, implementando la comida en categorias diferentes, (gatitos y adultos), estas a su vez contienen diferentes sabores para el gusto de cada mascota. a parte de estos concentrados se producen diferentes tasas nutricionales adaptandolas a las diferentes razas de gatos.

# **CONCLUSION**

Encontramos las diferencias entre las aplicaciones que hay para gatos, tanto en sector de salud, como en entretenimiento y alimentos, empezamos a mirar el potencial de crecimiento para Colombia.

El diseño que se esta generando en casi todos los aspecto de los gatos no están pensados para ellos si no están tomados de los productos que hacen para perros y están pensados también de manera en que los humanos piensan que las formas perceptuales de los gatos están en el medio que se desarrollan.

muchos productos o servicios están mas desarrollados para los humanos que en realidad para los gatos, están diseñados para satisfacer las necesidades que tengan los humanos para ofrecer un supuesto de beneficios para los gatos.

Muchas empresas se están cerrando la oportunidad en incursionar en otros medios que podrían funcionar en experiencias, solo intentan sacar una copia de los productos que ya existen.

para concluir, hay una oportunidad muy grande pues en el exterior existen muchas recursos que se puedan abarcar a nivel nacional para beneficios de nuestro país.

## **BIBLIOGRAFIA**

```
http://www.purina.com.co/productos.aspx
http://www.purina.com.co/animales.aspx?id=2&g=1
http://www.waltham.com/about6.htm
http://www.kitekat.co.uk/uk/flash.htm
http://www.whiskas.co.uk/
http://www.royalcanin.co.uk/cat-product-finder
http://www.advancedpetnutrition.com.au/product.aspx
http://www.optimumpet.com.au/Optimum-For-Cats/1-Fun-for-Cats.aspx .aspx
http://www.greenies.com/en_US/Cats/
http://www.wellbeloved.com/products/cat_food.aspx
http://www.mars.com/global/index.aspx
http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/Portals/0/archivos/documentos/
DDE/Concentrados.pdf
http://www.catsan.co.uk/indexframe.asp?intro=<%= request("intro") `
http://www.rugirpets.com/index.php?
http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/Portals/0/archivos/documentos/
DDE/Concentrados.pdf
Entorno al producto - diseño estratégico e innovación PYME en la ciudad de Buenos aires,
centro metropolitano de diseño, Paulina Becerra
```