

Dispensador de Comida Remoto para Mascotas

Geraldine Cruz Cañón y Jonathan Ladino Vigoya y Samuel Felipe Peña Aguilar

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

Notas del autor

Geraldine Cruz Cañón y Jonathan Ladino Vigoya y Samuel Felipe Peña Aguilar,

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

Este proyecto ha sido financiado por los miembros del proyecto.

La correspondencia relacionada con este proyecto debe ser dirigida a Geraldine Cruz

Cañón y Jonathan Ladino Vigoya y Samuel Felipe Peña Aguilar

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

Contacto: geraldine.cruz@cun.edu.co, jonathan.ladinov@cun.edu.co,

samuel.penaa@cun.edu.co

Contenido

Introducción	1
1. PLANEACIÓN ESTRATEGICA GENERATIVA	2
1.1 Descripción:	2
1.2 Objetivos específicos:	2
1.3 Objetivos generales:	2
1.4 Identidad estratégica: (misión)	3
1.5 Futuro preferido: (visión)	3
1.6 Valores corporativos:	3
1.7 Organigrama:	4
1.8 Encuestas realizadas	4
2 Necesidades/Jobs	12
2.1 ¿Cuál es el Job/necesidad que quiere resolver/suplir?	12
2.2 ¿Qué verbo representa la acción?	12
2.3 ¿Bajo qué contexto se da?	12
3 Beneficios expectativas de resultado	12
3.1Cuál es la principal razón por la que está tratando de resolver la necesidad	12
3.2 ¿Qué metas o indicadores desea cumplir al final del ejercicio?	13
3.3 ¿Cuáles son los beneficios de desempeño o emociones que busca alcanzar?	14
4 Soluciones Actuales	14
4.1 ¿Qué soluciones compran/contratan actualmente?	14
4.2 ¿A través de que canales las/adquieren/se enteraron de la solución?	16
4.3 ¿Cuál es la razón principal/criterios por la/los que han escogido?	17
4.3. Cuánto dinero están invirtiendo en las soluciones actuales	17
5 Inconformidades/Frustraciones/Limitaciones	17
5.1 ¿Qué resulta frustrante de la soluciones actuales?	17
5.2 ¿Qué inconformidades presenta respecto a la solución o el proceso que se lleva a cabo actualmente?	18
5.3 ¿Qué es limitado de la solución actual?	18
5.4 ¿Qué es exagerado/demasiado de la solución actual?	18
6. PLAN DE MARKETING	18
6.1 Estrategia de Producto.	18
6.2 Estrategia de Precio	19

	3
6.3 Estrategia de Publicidad.	19
6.4 Logo	20
6.5 Ventaja competitiva	20
6.6 Ventaja comparativa	20
6.7 Estrategia de Promoción	20
6.8 Estrategia de Distribución	21
7 Conclusiones	21
8 Bibliografía	22

Introducción

El presente proyecto tiene como propósito mostrar un sistema tecnológico de alimentación automática y remota para mascotas, el cual se puede presentar en la negligencia de muchos amos sobre sus mascotas y la preocupación de dejar a su mascota solo sin su alimento, cuando las personas por diferentes motivos requieren salir un tiempo prolongado de sus hogares y no tienen con quien dejarlos, ni los pueden llevar con ellos.

Mostrando un mecanismo en el que se puede configurar la cantidad y el tiempo de la porción de la comida y bebida de manera automática o que por medio del celular las personas lo puedan activar cuando deseen.

1. PLANEACIÓN ESTRATEGICA GENERATIVA

1.1 Descripción:

Se desea implementar un producto que funciona de manera remota para alimentar a nuestras mascotas a las horas correctas, la cual funciona por medio de una aplicación en la que podrán activar este dispensador cuando lo activemos y nuestra mascota tendrá el alimento deseado.

1.2 Objetivos específicos:

Almacenar la comida y bebida de nuestras mascotas en dos envases y con un temporizador o desde nuestros celulares proporcionarle alimento a nuestra mascota de forma controlada y la cantidad requerida todo en el día.

El producto puede ser utilizado más que todo en zonas urbanas y zonas rurales donde deseen alimentar a sus mascotas

1.3 Objetivos generales:

Ofrecer una herramienta de conexión remota y de control automático, controlar la alimentación de los animales doméstico en los hogares cuando no queda nadie a cargo del cuidado de ellos. Permitiendo que le brinde bebida y comida constantemente o a ciertas horas del día, manteniendo así un servicio constante durante varios días.

1.4 Identidad estratégica: (misión)

Mejorar la calidad de vida de las mascotas.

Ofrecer un dispensador de que no solo trata de alimentar a nuestras mascotas si brindar una mejor calidad de vida y una optimización de tiempo para el ser humano ya que este equipos se puede utilizar desde su celular.

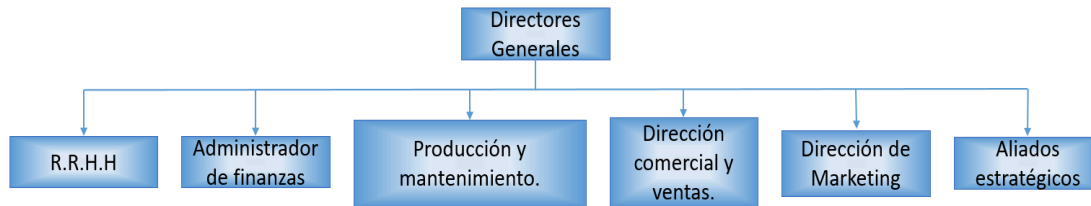
1.5 Futuro preferido: (visión)

Producto líder en el mercado que incentive a nuestros clientes a que le brinden un espacio a sus mascotas en su casa y en su corazón, el cual se pueda adaptar en cualquier sitio, siempre pensando en la innovación.

1.6 Valores corporativos:

1. Honestidad con todos nuestros clientes.
2. Respeto de nuestro servicio al cliente.
3. Tolerancia todas las críticas y observaciones serán recibida y analizadas para el cambio.
4. Amabilidad.
5. Satisfacer las necesidades del cliente con eficiencia y excelencia profesional.

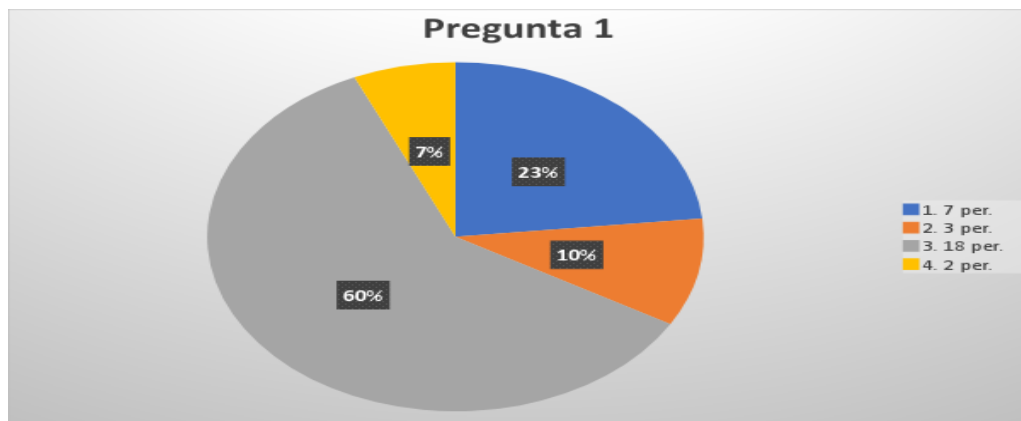
1.7 Organigrama:



1.8 Encuestas realizadas

¿Con que frecuencia su mascota queda sola en su casa?

- 1. Todos los días.
- 2. Fines de semana.
- 3. De Lunes a Viernes.
- 4. Una vez a la semana.



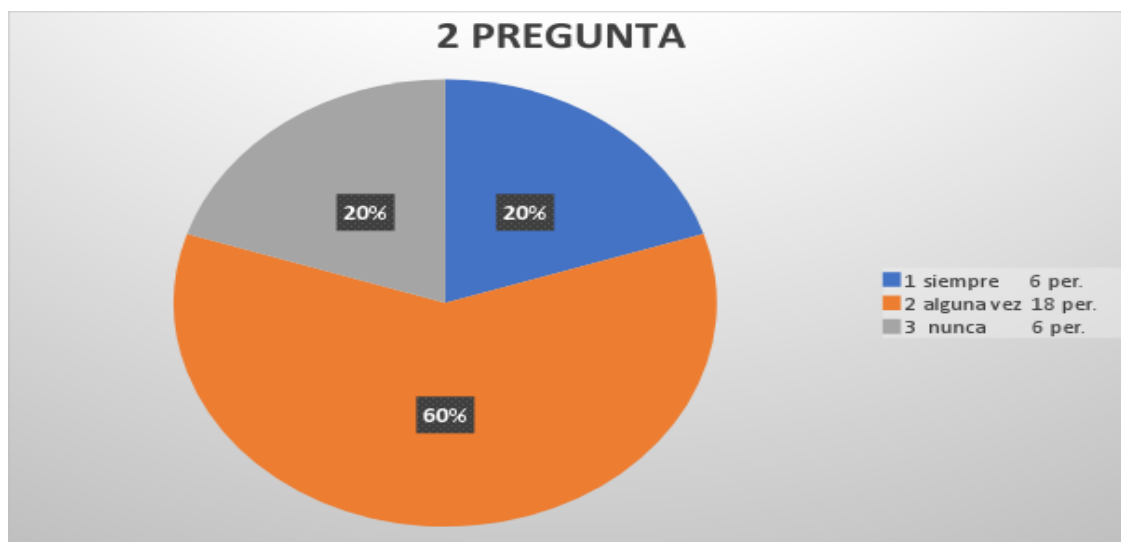
Conclusión:

La mayoría de las personas encuestadas indican que dejan en sus casas solas a sus mascotas de Lunes a Viernes lo que nos indica que la mayor parte del tiempo quedan solos

en el hogar, lo cual en este tipo de casos les puede ser útil un mecanismo que alimente a sus mascotas mientras ellos no se encuentran en el hogar.

¿Por motivos laborales o personales no ha podido llegar a su casa a la hora deseada?

- Siempre.
- Algunas veces.
- Nunca.

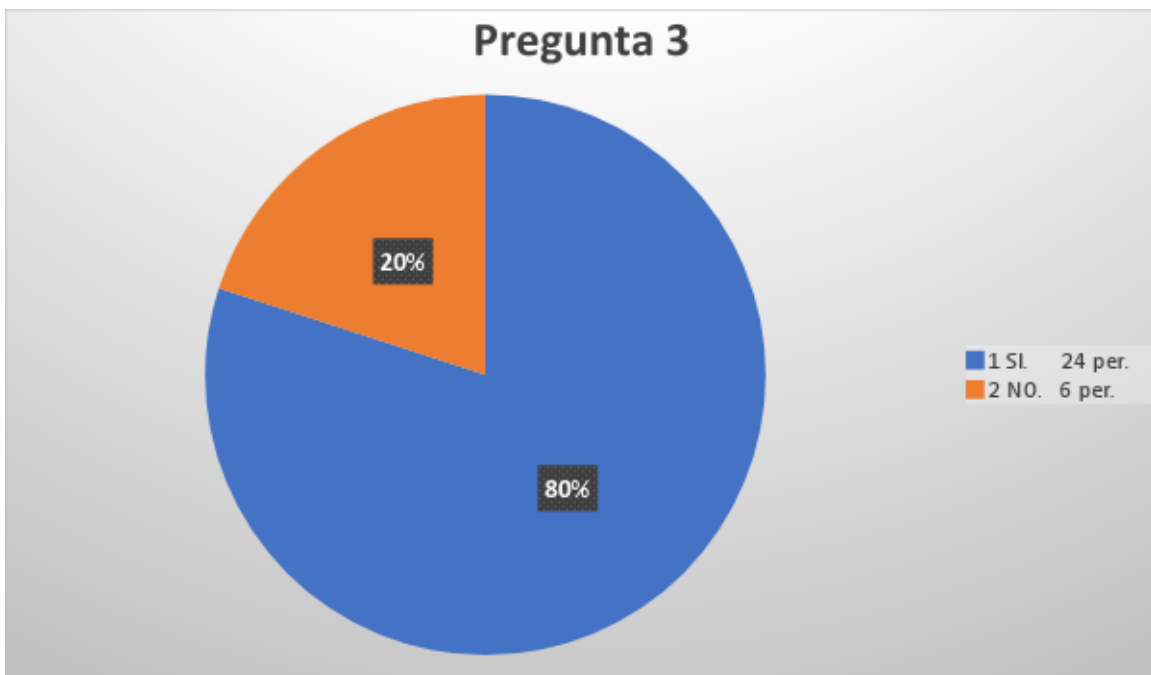


Conclusión:

Analizando la pregunta la mayoría de los encuestados ha llegado tarde a su casa por diferentes motivos, dejando sin comida a sus mascotas lo que puede causar una descompensación alimenticia del animal, por lo que en este tipo de casos también puede beneficiar al dueño como a la mascota de tener un mecanismo automático que realice esta labor por ellos.

¿Se ha quedado su mascota sola en su hogar y sin comida?

- Si.
- No.

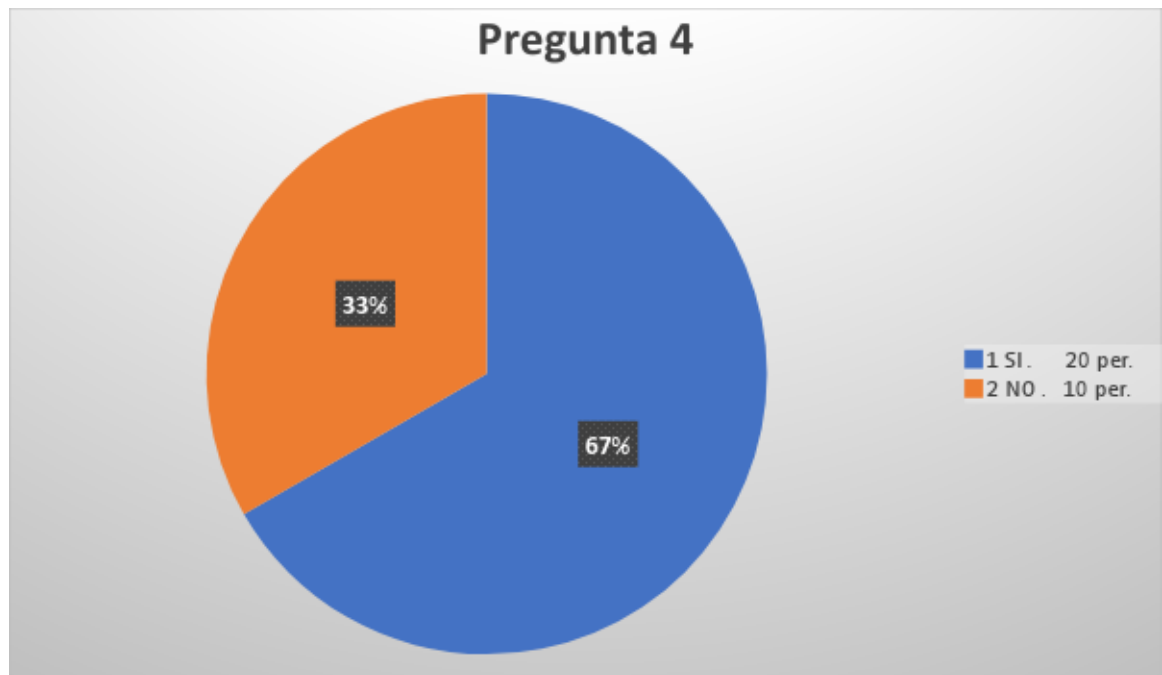


Conclusión:

Validando las respuestas de las personas, la mayoría por descuido ha dejado a sus mascotas sin alimento por tiempos indefinidos de los cuales indicaron que las mascotas se descontrolaban causando daños en los hogares, lo cual les ayudaría tener un mecanismo el cual puedan activar desde cualquier lugar para que alimenten a su mascota.

¿Por no tener con quien dejar a su mascota no ha podido salir de su casa por un tiempo prolongado?

- Si.
- No.

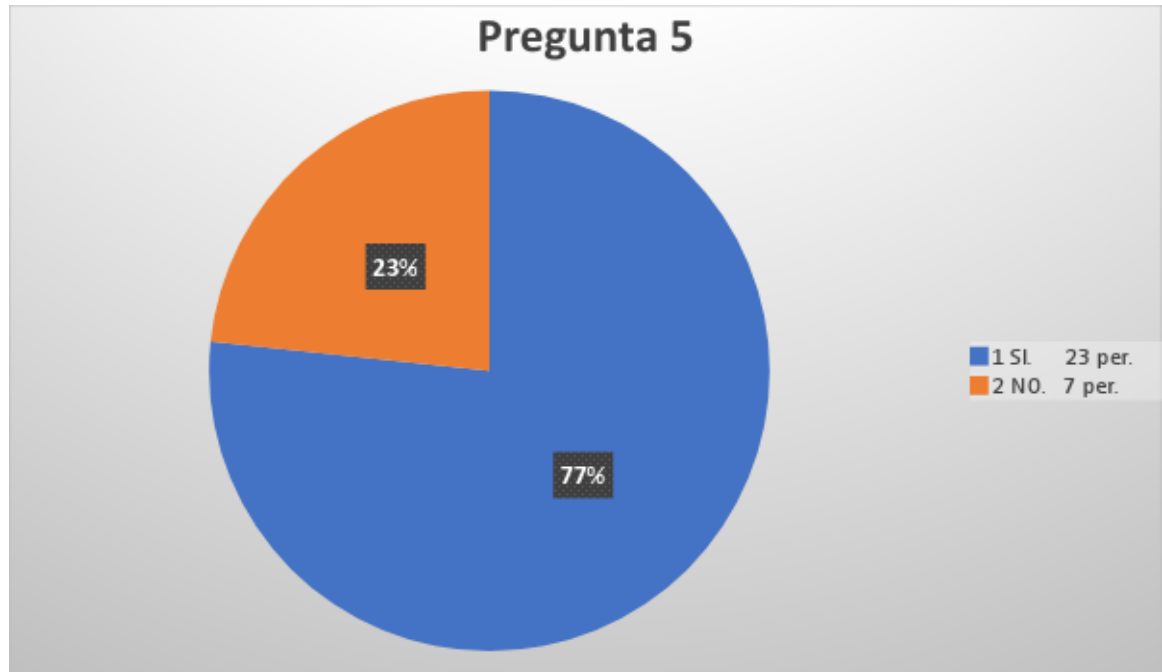


Conclusión:

Las encuestas nos indican que por dificultades para viajar con sus mascotas no han podido realizar viajes por tiempos prolongados por no tener con quien dejar a sus mascotas, por lo que el proyecto les puede ser muy útil para que puedan realizar sus viajes con tranquilidad.

¿Usted tiene horarios establecidos para alimentar a si mascota?

- Si.
- No.

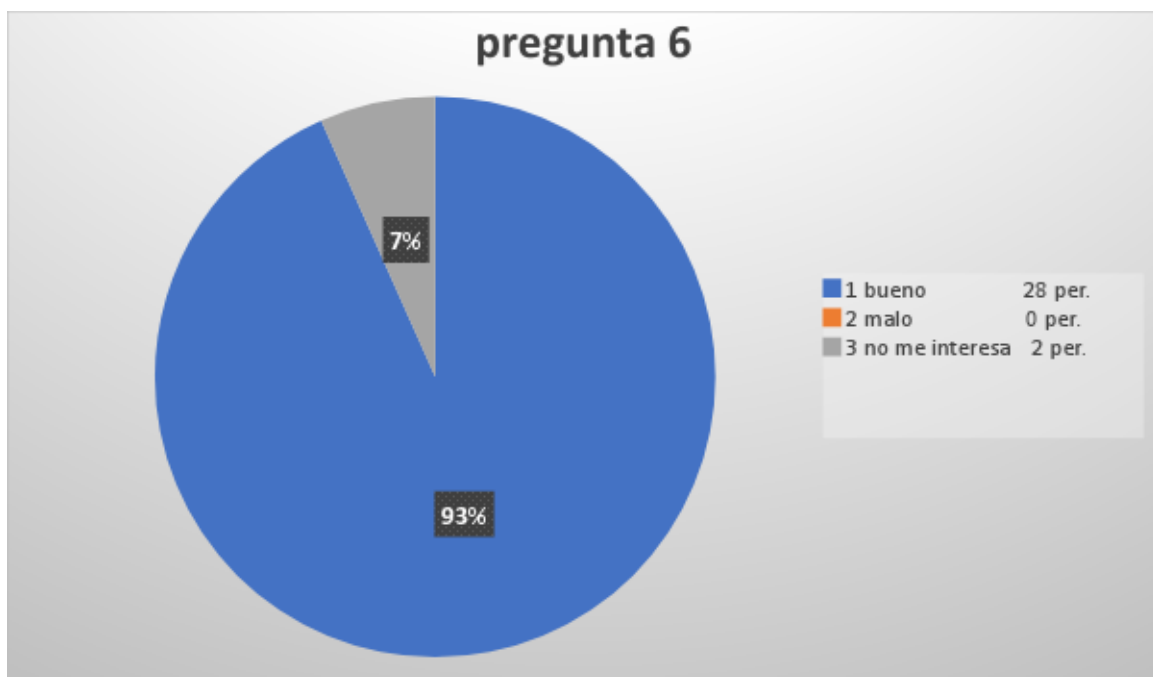


Conclusión:

La mayoría de las personas indicaron que si alimentan a sus mascotas en un horario estándar o definido, donde se puede poner en uso el mecanismo automático.

¿Qué le parece poder alimentar a su mascota desde su celular la hora y el día que quiera?

- Bueno.
- Malo.
- No me interesa.

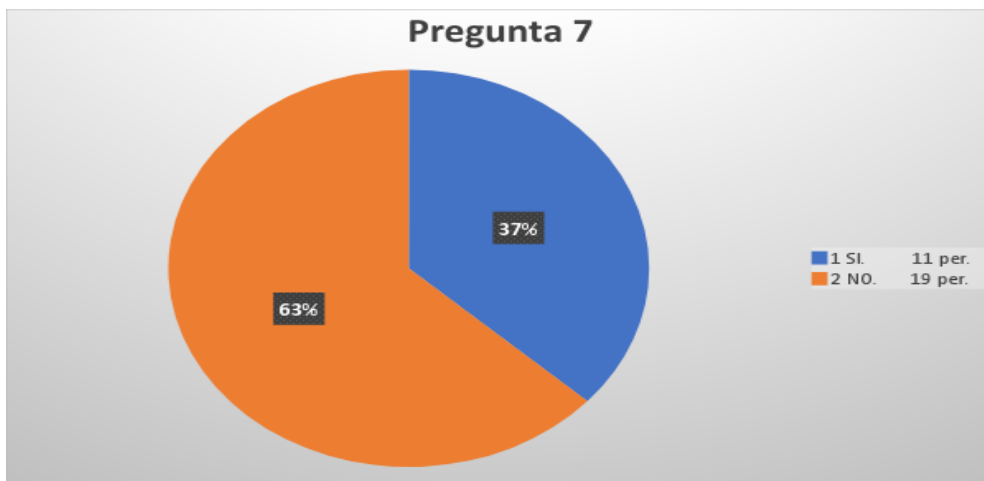


Conclusión:

El proyecto a la mayoría de personas les pareció bueno ya que utilizan con frecuencia sus equipos móviles, facilitándoles una de sus tareas, aunque las personas que no utilizan este tipo de tecnología no les interesa porque no sabrían como manipular un equipo como estos.

¿Su mascota ha presentado problemas de alimentación o de salud como obesidad o desnutrición?

- Si.
- No.

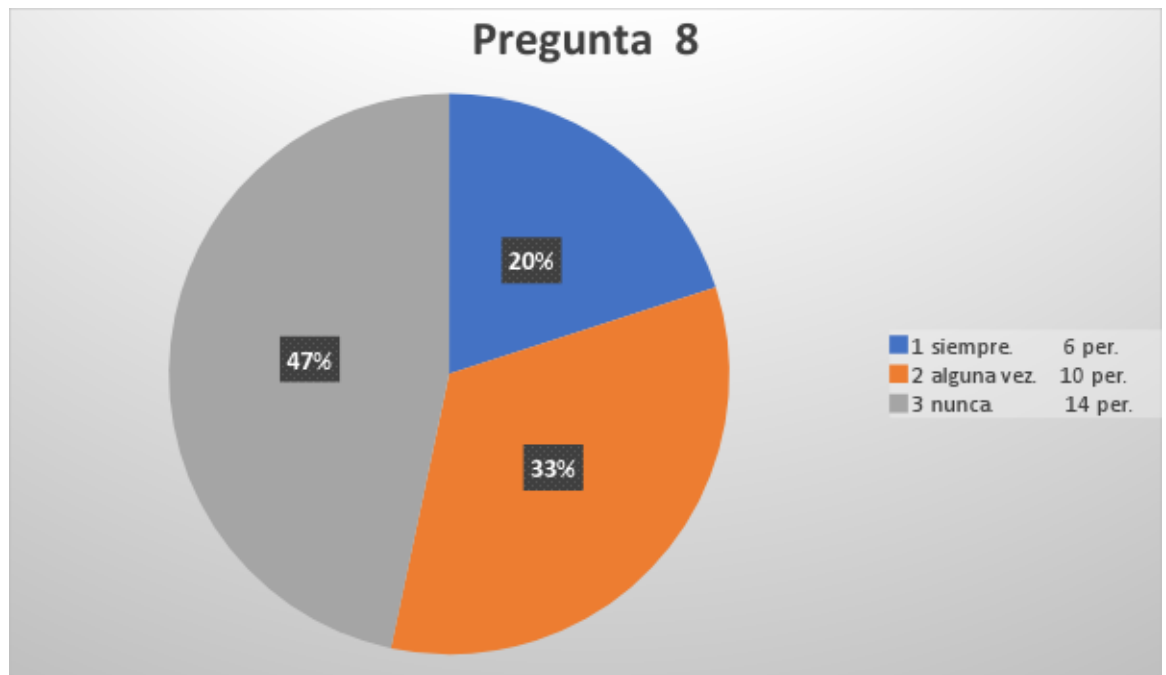


Conclusión:

Con esta respuesta podemos concluir que la mayoría de animales de las personas encuestadas no han presentado problemas de salud alimenticios, pero una cantidad considerable ha presentado algún problema de salud a causa de una mala alimentación, los cuales les sería favorable tener un mecanismo para regular la alimentación de sus mascotas.

¿Cuándo sale de viaje lleva a su mascota?

- Siempre.
- Algunas veces.
- Nunca.

***Conclusión:***

Validando las gráficas de las encuestas realizadas la mayoría no lleva a sus mascotas de viaje por diferentes motivos, a los cuales se les puede ofrecer un mecanismo que alimente a sus mascotas mientras ellos no se encuentran y de igual forma a lo que dejan algunas veces a sus mascotas en su hogar.

2 Necesidades/Jobs

2.1 ¿Cuál es el Job/necesidad que quiere resolver/suplir?

Alimentar a nuestras mascotas desde cualquier lugar del mundo 24 horas.

2.2 ¿Qué verbo representa la acción?

Controlar, vigilar, agilizar y alimentar.

2.3 ¿Bajo qué contexto se da?

Cuando las personas no se encuentran en casa, con el dispensador usted no tiene que pensar quien alimentara a su mascota, solo por medio de una aplicación usted lo podrá hacer.

3 Beneficios expectativas de resultado

3.1Cuál es la principal razón por la que está tratando de resolver la necesidad

Cuando se desea salir de viaje o por diferentes razones ya sean laborales o personales no tiene con quien dejar a sus mascotas para que le brinden alimento, se pensó en este proyecto para estar tranquilo y tener la seguridad de que las mascotas no van a quedar desprotegidas durante el tiempo que no se encuentre alguien a su lado y reciba su alimentación y bebida precisa.

Tomando una publicación de un periódico reconocido del país, indica que los trámites para transportar los animales domésticos son muy largos, costosos y requiere diferentes tipos de permisos, lo que obliga a dejar a las mascotas en el hogar.

“Los tortuosos y costosos trámites para viajar en avión con mascotas.

La normatividad internacional y de aerolíneas exige certificados y trámites que preocupan a dueños.

Viajar con las mascotas, desde y hacia Colombia –al igual que a cualquier otro destino en el mundo– no es tan sencillo como muchas veces creen sus dueños. Las aerolíneas tienen estrictas políticas de manejo de animales a bordo que, con frecuencia, ponen en aprietos y angustias a los dueños, sobre todo, de perros. A los trámites y certificados que hay que diligenciar para salir del país e ingresar a otro, se suman los costos que, dependiendo del caso, pueden llegar a ser similares al tiquete de un pasajero. Aunque, vale aclarar, estos desplazamientos y requisitos están regulados por normas sanitarias internacionales que buscan garantizar la salud de las personas y el bienestar de los animales.” (El Tiempo, 2014)

3.2 ¿Qué metas o indicadores desea cumplir al final del ejercicio?

- 1- Desarrollar una herramienta para validar mi mercado objetivo.
- 2- Examinar el mejor mecanismo para ofrecer mi proyecto a la comunidad.
- 3- Reconocer aliados estratégicos para incrementar y fortalecer el proyecto.

- 4- Distinguir las debilidades del proyecto para fortalecerlas.
5. Ubicar los sectores para distribuir y ofrecer el producto.}
6. Ofrecer un producto innovador en el mercado.
7. Manejar los recursos económicos y calcular los gastos del proyecto.
8. incentivar a las personas que tengan mascotas.

3.3 ¿Cuáles son los beneficios de desempeño o emociones que busca alcanzar?

Los beneficios son económicos por lo que se relató anteriormente porque se ahorran los trámites y costos que conlleva transportar a una mascota, también la seguridad y comodidad que se le brinda al animal.

4 Soluciones Actuales

4.1 ¿Qué soluciones compran/contratan actualmente?

Se encontraron las siguientes soluciones brindadas en la actualidad parecidas a la ofrecida.

“Precio 35.000 Pesos COP”



(OLX, 2017)

“Precio: \$ 200.000 Pesos COP”



(M., 2017)

“Una máquina que premia el reciclaje de botellas, con comida para perros de la calle”



(mensajeros urbanos, 2014)

“Precio: 529.092 Pesos COP”



(Hoison gearbest , 2017)

“Precio: 54.990 Pesos COP”



(easy, 2017)

4.2 ¿A través de que canales las/adquieren/se enteraron de la solución?

Se realizaron diferentes búsquedas y donde más ofrecen productos parecidos al presentado por nosotros son vía web porque no todas las veterinarias o tiendas de mascotas ofrecen este artículo.

Nos enteramos de otras soluciones poco tiempo de haber tenido la idea, a diferencia que las brindadas son de manera automática y no se encontraron mecanismos que se pudieran manejar de nuestros celulares.

4.3 ¿Cuál es la razón principal/criterios por la/los que han escogido?

Por economía, comodidad e innovación, ya que se busca conectar un mecanismo utilizado en la actualidad que son los equipos móviles por medio de una aplicación, y un mecanismo para alimentar a nuestras mascotas.

4.3. Cuánto dinero están invirtiendo en las soluciones actuales

Se encuentran soluciones desde el solo plato sencillo que en el mercado se consigue por \$ 5.000 Pesos COP, hasta equipos con tecnología avanzada de \$ 350.000 Pesos COP o más como el que inventaron para premiar el reciclaje y de una hacer una labor social y alimentar animales de la calle, o equipos con paneles solares.

5 Inconformidades/Frustraciones/Limitaciones

5.1 ¿Qué resulta frustrante de la soluciones actuales?

Las soluciones son un poco frustrantes de manera que no se han dado a conocer mucho y grandes empresas no han invertido sobre este tipo de proyectos, tampoco han tratado de conectar estas herramientas con los equipos móviles, además las ventas son muy bajas con su costo y accesibilidad.

5.2 ¿Qué inconformidades presenta respecto a la solución o el proceso que se lleva a cabo actualmente?

Las inconformidades que nos presenta este dispensador seria su bajo perfil que lleva en el momento en el mercado y otra seria si versatilidad para que se pudiera utilizar el producto no solo a cierta clase de animales sino a diferentes especies.

5.3 ¿Qué es limitado de la solución actual?

De las soluciones actuales su medio de distribución que brinde diferentes accesorios que atraigan a las personas y que no sea un objeto que solo tiene cierto tipo de personas.

5.4 ¿Qué es exagerado/demasiado de la solución actual?

El precio es muy alto para ese producto, causando pocas ventas y además que consume energía eléctrica ya sea por medio de baterías recargables o directamente conectadas a la toma eléctrica.

6. PLAN DE MARKETING

6.1 Estrategia de Producto.

El producto que se desea ofrecer tiene un tamaño estándar, en el cual se pueda almacenar el alimento del animal en un lado y en el otro la bebida las cuales se podrán suministrar automáticamente con el panel superior donde podrán configurar la cantidad al tiempo deseado, también se brindara un aplicativo móvil para que los usuarios desde sus

celulares puedan estar controlando la alimentación de sus mascotas el cual trata de que sea lo más cómoda y sencilla para que la persona lo pueda manejar.

El prototipo brindado seria el siguiente:



6.2 Estrategia de Precio

El precio no se tiene definido en el momento de manera exacta ya que no se ha calculado el valor de los materiales y la mano de obra a utilizar, pero se desea ofrecer el producto lo más económico posible pero que también tenga ganancias.

6.3 Estrategia de Publicidad.

La estrategia publicitaria se desea realizar por medio de redes sociales, ofreciendo el producto en veterinarias y sitios que sean visitados con frecuencia por dueños de mascotas.

6.4 Logo



6.5 Ventaja competitiva

Una de las ventajas sobre la competencia es el de tratar de dar a conocer el producto a más usuarios para que la gente se anime a comprar el producto.

6.6 Ventaja comparativa

Una de las ventajas ofrecidas es la cantidad de herramientas con las que cuenta el sistema, que en nuestro caso es poder brindar el alimento de manera remota.

6.7 Estrategia de Promoción

Mostrar un producto económico comparándolo con otros sacados al mercado y mostrándole sus funcionalidades.

6.8 Estrategia de Distribución

Se desea distribuir por medio de una tienda central donde se encuentre el producto, donde las personas se puedan acercar para comprar la máquina y más adelante distribuirlo por envío a domicilio.

7 Conclusiones

El proyecto en la sociedad será muy útil y a la gente encuestada le interesaría obtener un producto como este, pero a un bajo costo.

Se analizó y las empresas existentes que generan competitividad no son muy grandes, no se han dado a conocer mucho y como no hay suficiente oferta la demanda es muy baja porque los productos exceden el valor presupuestal esperado por los usuarios, aunque la mayoría de las personas les gustaría tener un producto como este en sus hogares.

Se evidencio que no hay muchos productos que se puedan conectar con equipos móviles, con lo que se busca ofrecer un producto diferente en el mercado.

8 Bibliografía

- easy. (2017). *Comedero Dosificador Doble Uso*. Obtenido de easy:
http://www.easy.com.co/p/comedero-dosificador-doble-uso/?gclid=EAlaIQobChMIhPTj2or21glVwgOGCh1WFwFMEAQYASABEglfWPD_BwE
- El Tiempo. (26 de diciembre de 2014). *Los tortuosos y costosos trámites para viajar en avión con mascotas*. Obtenido de El Tiempo:
<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-15023819>
- Hoisn gearbest . (2017). *Practical Smart Pet Feeder - WHITE* . Obtenido de gearbest:
https://www.gearbest.com/home-smart-improvements/pp_238973.html?vip=1179600&gclid=EAlaIQobChMIypO5u5P21glVg0GGCh1fvw79EAAYASAAEgKM7fD_BwE
- M., J. (29 de Octubre de 2017). *Dispensador de Comida para Perro/Gato Aspenpet 24232 Timer 5 Lb Negro*. Obtenido de OLX:
<https://bogotacity.olx.com.co/dispensador-de-comida-para-perro-gato-aspenpet-24232-timer-5-lb-negro-iid-965206272>
- mensajeros urbanos. (25 de Julio de 2014). *Una maquina que premia el reciclaje de botellas, con comida para perros de la calle*. Obtenido de mensajeros urbanos:
<http://www.mensajerosurbanos.org/una-maacutequina-que-premia-el-reciclaje-de-botellas-con-comida-para-perros-abandonados.html>
- OLX. (2017). *Dispensador Comida Para Gato O Perro*. Obtenido de OLX:
<https://palmira.olx.com.co/dispensador-comida-para-gato-o-perro-iid-965633595>