

Macapaboo

Macapaboo

Karen Dayana Sánchez Vergel

Nathalia López zambrano

Trabajo de grado

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

BOGOTA DC

TABLA DE CONTENIDO

Introducción.....	4
Pregunta de investigación	5
Objetivos.....	5
justificación.....	6
competencia directa e indirecta.....	7
Marco teórico.....	9
Discusión y conclusiones.....	11
Referencias	12

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Marco Teorio.....	9
Tabla 2. Marco teorico.....	10

RESUMEN

Macapaboo es una marca de ropa para animales y humanos que quiere innovar en el mercado, para ello tuvimos que investigar cual es la importancia de los animales en la vida de las mascotas y por varios estudios se ha podido comprobar que se tiene una relación muy estrecha entre los humanos y mascotas, de hecho, también las mascotas son consideradas como una terapia para los humanos, entonces es muy positivo para nuestra marca porque en nuestra tienda sentirán que amamos su mascota igual que ellos, podrán compartir una nueva experiencia con sus mascotas que es ir de compras, estaríamos creando una nueva moda donde nuestros clientes pueden combinar sus trajes con sus mascotas, eso los haría muy feliz y a nuestra marca le daría un valor diferenciador en cuanto a las otra competencia. Durante la investigación podemos concluir que las mascotas son un buen comercio porque en la actualidad las personas invierten mucho en sus animales.

ABSTRACT

Macapaboo is a clothing brand for animals and humans that wants to innovate in the market, for this we had to investigate the importance of animals in the lives of pets and several studies have shown that there is a very close relationship between humans and pets, in fact, pets are also considered a therapy for humans, so it is very positive for our brand because in our store they will feel that we love their pet just as they do, they will be able to share a new experience with their pets that is to go shopping, we would be creating a new fashion where our customers can combine their suits with their pets, that would make them very happy and give our brand a differentiating value in terms of other competition. During the investigation we can conclude that pets are a good business because today people invest a lot in their animals.

PALABRAS CLAVE:

Amigo fiel, Animales, comercio, hijos gatunos, hijos perrunos, mascotas, Negocios, ropa.

KEYWORDS:

Faithful friend, Animals, commerce, cat children, dog children, pets, Business, clothes.

INTRODUCCIÓN

Macapaboo es una marca de ropa para humanos y perros, por medio de esta marca queremos generar una conexión y nueva moda entre amo y mascota, hasta el momento no hemos visto una idea de negocio igual, pero si hay muchas parecido, es por ello que durante el desarrollo de este trabajo investigaremos cual es la posibilidad de que nuestra marca Macapaboo pueda incursionar en el mercado, haremos un análisis de la competencia directa e indirecta, realizaremos una investigación de los emprendimientos en la actualidad que tengan una idea similar a la de nuestra marca, identificaremos cuáles son sus fortalezas y debilidades para poder crear una ventaja y estrategia competitiva para lanzarnos al mercado. También, nos interesa por medio de este trabajo identificar cual es la verdadera necesidad del cliente y cómo podemos hacer para llegar a ellos. Por medio del análisis pretendemos identificar las oportunidades de mejora en otras compañías y aplicarlas en nuestra marca para ser innovadores.

Pregunta de Investigación

¿Cuál es la competencia directa e indirecta que puede tener la marca Macapaboo? ¿Cómo podemos incursionar en el mercado como marca nueva?

Preguntas de sistematización

- ¿Cuáles empresas son la competencia directa de nuestra marca?
- ¿Cómo podemos crear una ventaja competitiva en el mercado?

OBJETIVOS

Objetivo general

El objetivo de esta investigación es poder identificar nuestros clientes directos e indirectos, hacer un análisis de cuáles son las fortalezas y debilidades de estas empresas para nosotros crear una estrategia creativa para el lanzamiento de nuestra marca

Objetivos Específicos

- Identificar cuáles son las oportunidades y fortalezas mas relevantes de la competencia
- Identificar cual es la verdadera necesidad del cliente y porque comprarían nuestra marca
- Sondear si a las personas que tienen mascotas les gustaría tener una tienda en común de ropa para humanos y sus mascotas

Para dar inicio, hablaremos que tanta importancia tiene las mascotas en sus amos, encontramos esta información “Según la teoría de la biofilia, elaborada por el biólogo americano Edward O. Wilson, los humanos desarrollamos una afinidad innata por todos los seres vivos y existen parámetros fisiológicos que indican los beneficios del contacto entre personas y animales. Por ejemplo, en presencia de perros y gatos liberamos oxitocina, una hormona relacionada con el placer, a la vez que baja el nivel de cortisol en sangre, un indicador del estrés” (El poder de las mascotas: unas grandes aliadas para alcanzar el bienestar, 2022)

Teniendo en cuenta esta información y varios estudios que se han realizado hemos podido identificar que las personas son mas felices con los animales y en la actualidad hemos visto como están humanizando a las mascotas, ya existen helados para mascotas, zapatos, ropa,

accesorios, etc, es un comercio muy grande en la actualidad, las personas prefieren tener mascotas y no hijos, son una compañía agradable y fieles a las personas, es por eso que consideramos que si podríamos innovar y llamar la atención en el mercado, porque nuestros clientes podrían ir de compras con sus mascotas y eso los impulsaría a comprar más.

Realizando la investigación, podemos evidenciar que no existe en Colombia una marca que maneje línea para mascotas y personas la misma vez, solo existen por separado, competencia directa como tal, pero si hay muchas tiendas que se dedican al comercio de mascotas y que tienen muchos accesorios, a continuación, les mostraremos cuáles son esas tiendas y sus fortalezas y debilidades;



figura 1: competencia indirecta



Figura 2: competencia indirecta

Cada vez son más las familias conformadas por humanos e ‘hijos perrunos o gatunos’.

Euromonitor International señala que en los últimos 5 años los colombianos invirtieron alrededor de \$3 billones en sus mascotas, tanto en alimento como en productos y servicios específicos. La proyección a 2023 es que la cifra supere los \$5 billones. (Bernal, 2022).

Hemos podido identificar que son muchas las personas que están invirtiendo en los animales, porque los consideran parte de la familia, cada vez los humanizamos más, en Halloween se puede evidenciar como las personas sacan a sus mascotas luciendo un disfraz porque si son

considerados como un hijo, cada vez las personas invierten más y más en sus mascotas lo cual es muy beneficioso para nosotros y para nuestra marca, porque podríamos incursionar con innovación y crear un vínculo y una actividad más en común como ir de compras.

Numerosos son los estudios que han demostrado como las mascotas influyen de manera positiva en la salud y en el bienestar humanos (18, 27, 28). Las investigaciones científicas han clasificado estos efectos en cuatro áreas específicas: terapéuticos, fisiológicos, psicológicos y sicosociales (27). (Gómez, MV, Clin, Atehortua y Orozco, 2022)

A las personas les agrada compartir con sus mascotas porque los hace sentir mas felices, pero también, las mascotas pueden influir en la vida de una persona, de hecho en algunos países las mascotas ya son recetadas como una cura o terapia a muchas enfermedades, entonces es bueno que el humano pueda compartir tiempo de calidad con su mascota porque lo hará sentir mucho más feliz y más saludable.

CONCLUSIONES

De acuerdo con la información investigada podemos decir que nuestra marca tiene mucha oportunidad de incursionar en el mercado, porque hemos podido identificar que el mercado de las mascotas se mueve mucho en la actualidad, puesto que estamos humanizando a los animales, los disfrazamos, les compramos ropa y accesorios, los llevamos a peluquería, etc, pero hay una cosa que aún no se comparte con los animales que es ir de compras , es por ello que consideramos que nuestra marca sería una innovación porque sería una nueva moda a lucir o identificarte con tu mascota cuando estés comprando ropa, también, sabemos que hay personas que se sienten mal cuando no permiten el ingreso de su mascota a una tienda por diferentes razones, nosotros acabaríamos con ese tabú e implementaríamos una estrategia para que todo sea muy ordenado y limpio, podemos concluir que nuestra marca si tiene una oportunidad en el mercado y podemos tener una ventaja competitiva con nuestra competencia.

REFERENCIAS

1. *El poder de las mascotas: unas grandes aliadas para alcanzar el bienestar.* (2022).
Obtenido de <https://www.iberdrola.com/compromiso-social/beneficios-de-tener-mascotas>
2. Flórez, C. D. (18 de agosto de 2018). *CONOZCA CINCO TIENDAS QUE SE ESPECIALIZAN EN MODA PARA LAS MASCOTAS.* Obtenido de <https://www.agronegocios.co/mascotas/conozca-cinco-tiendas-que-se-especializan-en-moda-para-las-mascotas-2760747>
3. Angulo FJ, Glaser CA, Juranek DD, Lappin MR, Regmery RL. Caring for pets of immunocompromised persons. *J Am Vet Med Assoc* 1994; 205:1711-1718.
4. Ávila EG. Historia de la evolución y domesticación del perro [fecha de consulta: 30 de abril de 2007] URL: <http://tavet.com/modules.php?names=News&file=article &sid=10>
5. Backer LC, Grindem CB, Corbett WT, Cullins L, Hunter JL. Pet dogs as sentinels for environmental contamination. *Sci Total Environ* 2001; 274:161-169.

6. Bazelon DL. Fair Housing information sheet N° 6. Right to emotional support animals in “no pet” housing. Bazelon Center for mental Health Law 2006 [fecha de consulta: 28 de abril de 2006] URL: <http://www.bazelon.org/issues/housing/infosheets/fhinfosheet6.html>
7. Butler D. Thai dogs carry bird-flu virus, but will they spread it? *Nature* 2006; 439:773-773
8. Calderón-Garcidueñas L, Mora-Tiscareño A, Fordham LA, Cheng CJ, García R, et al. Canines as sentinel species for assessing chronic exposure to air pollutants: Part 1. *Respiratory Pathology. Toxicol Sci* 2001; 61:342-355.
9. Castelló R. *Enciclopedia mis amigos los perros*. 1ª ed. Barcelona: Planeta; 1994
10. Cleaveland S, Meslini FX, Breiman R. Dogs can play useful role as sentinel hosts for disease. *Nature* 2006; 440:605-605.
11. Correa J. *El Tiempo*. Un censo canino reveló que en Bogotá hay un perro por cada diez personas [fecha de consulta: 23 de julio de 2006] URL: http://www.eltiempo.com.co/bogo/2005-08-17/ARTICULO-WEB-_NOTA_INTERIOR-2186656.htm
12. Duncan AW, Correa MT, Levine JF, Breitschwerdt EB. The dog as a sentinel for human infection: prevalence of *Borrelia burgdorferi* C6 antibodies in dogs from southeastern and mid-Atlantic States. *Vector Borne Zoonotic Dis* 2005; 5:101-109
13. Fernández EL. El perro en el antiguo Egipto [fecha de consulta: 30 de abril de 2007] URL: <http://www.perros.mascotia.com/razas/historia-del-perro/el-perro-en-elantiguo-egipto.html>
14. Goossens HA, Van den Bogaard AE, Nohlmans KE. Dogs as sentinels for human Lyme borreliosis in the Netherlands. *J Clin Microbiol* 2001; 39:844-848
15. Hart LA. Methods, standards, guidelines, and considerations in selecting animals for animal-assisted therapy. In: Fine AH, editor. *Handbook on animal-assisted therapy: theoretical foundations and guidelines for practice*. Boston: Academic Press; 2000. p. 81-97.
16. Hesselmar B, Aberg N, Aberg B, Eriksson B, Bjorksten B. Does early exposure to a cat or dog protect against later allergy development? *Clin Exp Allergy* 1999; 29:611-617.
17. Kile JC, Panella NA, Komar N, Chow CC, MacNeil A, et al. Serologic survey of cats and dogs during an epidemic of West Nile virus infection in humans. *J Am Vet Med Assoc* 2005; 15:1349-1353.

18. Lang JH, LaPorte RE, Chang YF. Exposure to lead and an old way of counting. *Environ Health Perspect* 2003; 111:510-511.
19. Ley 746 de julio 19 de 2002 [fecha de consulta: 23 de julio de 2006] URL: <http://www.secretariassenado.gov.co/leyes/L0746002.htm>
20. Lynch JJ. Developing a physiology of inclusion: recognizing the health benefits of animals companions.
21. Delta Society 2006 [fecha de consulta: 27 de abril de 2006] URL: <http://www.deltasociety.org/AnimalsHealthGeneralPhysiology.htm>
22. Meer G, Toelle BG, Ng K, Tovey E, Marks GB. Presence and timing of cat ownership by age 18 and the effect on atopy and asthma at age 28. *J Allergy Clin Immunol* 2004; 113:433-438
23. . Millhouse-Flourie TJ. Physical, occupational, respiratory, speech, equine and pet therapies for mitochondrial disease. *Mitochondrion* 2004; 4:549-558.
24. . Millhouse-Flourie TJ. Physical, occupational, respiratory, speech, equine and pet therapies for mitochondrial disease. *Mitochondrion* 2004; 4:549-558.
25. Rivas A, Castro C. Orígenes y evolución del perro [fecha de consulta: 30 de abril de 2007] URL: <http://www.gorinkai.com/webppa/historia.htm>
26. Rivas A, Castro C. Orígenes y evolución del perro [fecha de consulta: 30 de abril de 2007] URL: <http://www.gorinkai.com/webppa/historia.htm>
27. Secretaria Distrital de Salud de Bogotá. Que la rabia no entre a su hogar [fecha de consulta: 23 de julio de 2006] URL: <http://www.saludcapital.gov.co/secsalud/noticias/mascotas.html>
28. Strong V, Brown SW. Should people with epilepsy has untrained dogs as pets? *Seizure* 2000; 9:427-430.
29. Wong SK, Feinstein LH, Heidmann P. Healthy pets, healthy people. *J Am Vet Med Assoc* 1999; 215:335-338.
30. Wood L, Giles-Corti B, Bulsara M. The pet connection: pets as a conduit for social capital. *Soc Sci Med* 2005; 61:1159-1173
31. Zasloff RL. A new appreciation for feline friends. *Compend Contin Educ Pract Vet* 1996; 18:4-4.

32. Bernal Torres, C. A. (2006). Metodología de la investigación : para administración, economía, humanidades y ciencias sociales (2 ed.). México: Pearson Educación.
33. Correa, J. S., & Murillo, J. (2014). Escritura e investigación académica : una guía para la elaboración del trabajo de grado. Bogotá: Colegio de Estudios Superiores de Administración.
34. Dinero, R. (s.f.). Dinero. Obtenido de <http://www.dinero.com/empresas/articulo/mercado-comidapara-perros-colombia/205854>
35. Espectador, E. (2015). Fenalco. Obtenido de Fenalco: <http://www.fenalco.com.co/contenido/5868>
36. Euromonitor. (s.f.). Euromonitor. Obtenido de Euromonitor: <http://www.portal.euromonitor.com/portal/resultslist/index>
37. republica, L. (s.f.). La Vanguardia. Obtenido de <http://www.vanguardia.com/entretenimiento/mascotas/307547-dog-friendly-la-nuevatendencia-que-se-impone-en-los-restaurantes-de>
38. Tiempo, E. (s.f.). Obtenido de El tiempo: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS13571436>
39. Wikipedia. (s.f.). Wikipedia. Obtenido de Wikipedia: <https://es.wikipedia.org/wiki/Domesticaci%C3%B3n>
40. Angulo FJ, Glaser CA, Juranek DD, Lappin MR, Regmery RL. Caring for pets of immunocompromised persons. J Am Vet Med Assoc 1994; 205:1711-1718.
41. Ávila EG. Historia de la evolución y domesticación del perro [fecha de consulta: 30 de abril de 2007]
URL: <http://tavet.com/modules.php?names=News&file=article&sid=10>
42. Backer LC, Grindem CB, Corbett WT, Cullins L, Hunter JL. Pet dogs as sentinels for environmental contamination. Sci Total Environ 2001; 274:161-169.
43. Bazelon DL. Fair Housing information sheet No. 6. Right to emotional support animals in "no pet" housing. Bazelon Center for mental Health Law 2006 [fecha de consulta: 28 de abril de 2006]
URL: <http://www.bazelon.org/issues/housing/infosheets/fhinfosheet6.html>
44. Cleaveland S, Meslini FX, Breiman R. Dogs can play useful role as sentinel hosts for disease. Nature 2006; 440:605-605.

45. Correa J. El Tiempo. Un censo canino reveló que en Bogotá hay un perro por cada diez personas [fecha de consulta: 23 de julio de 2006]
URL: http://www.eltiempo.com.co/bogo/2005-08-17/ARTICULO-WEB-_NOTA_INTERIOR-2186656.html
46. Duncan AW, Correa MT, Levine JF, Breitschwerdt EB. The dog as a sentinel for human infection: prevalence of *Borrelia burgdorferi* C6 antibodies in dogs from southeastern and mid-Atlantic States. *Vector Borne Zoonotic Dis* 2005; 5:101-109.
47. Hesselmar B, Aberg N, Aberg B, Eriksson B, Bjorksten B. Does early exposure to a cat or dog protect against later allergy development? *Clin Exp Allergy* 1999; 29:611-617.
48. Lynch JJ. Developing a physiology of inclusion: recognizing the health benefits of animals companions. *Delta Society* 2006 [fecha de consulta: 27 de abril de 2006] URL:
49. Olson PN, Hall MF, Peterson JK, Johnson GS. Using genetic technologies for promoting canine health and temperament. *Anim Reprod Sci* 2004; 82:225-230.
50. La influencia de las mascotas en la vida humana. Gómez-G LF, Atehortúa-H CG, Orozco-P SC. *Rev Col Cienc Pec* 2007; 20: 377-386.