

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



ANIMAL LOVERS COMIDA NATURAL PARA MASCOTAS

Trabajo de Grado

Gabriela Chávez Rico

Sara Castiblanco Monguí

Bogotá D.C

2022

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



ANIMAL LOVERS COMIDA NATURAL PARA MASCOTAS

Trabajo de grado

Gabriela Chávez Rico

Sara Castiblanco Monguí

Viviana Carolina Romero Peralta

Administración de empresas

Bogotá D.C

2022

Tabla de contenido

<i>Glosario</i>	5
<i>Resumen</i>	6
<i>Palabras clave</i>	6
<i>Abstract</i>	7
<i>Key Words</i>	7
1. Objetivos	8
1.1. Objetivo General	8
1.2. Objetivo Específico	8
2. Presentación de Producto	9
2.2. Concepto del Producto	9
2.3. Cuadros de Planeación Estratégica del Producto	9
3. Análisis Digital de la Competencia	10
4. Definición del Buyer de Persona	12
5. Líneas de Contenido para la Estrategia Digital	14
5.1. Objetivos de la Estrategia de Contenidos	14
5.2. Mix de la Estrategia de Contenidos	15
5.2.1.Estrategia de Contenido de Comunidad	16
5.2.2.Estrategia de Contenido Constitucional	17
5.2.3.Estrategia de Contenido Marketing	17
5.2.4.Estrategia de Contenido de Interacción	18
6. Posicionamiento SEO	18
6.1. Listado de Keywords que las Personas Utilizan para Encontrar el Producto	18
6.2. Selección de una Keyword Primaria y Realización de un Listado del Contenido que Se creara en Torno a esa Palabra Clave.	19
6.3. Optimización del Contenido en Torno a la Keyword Primaria Seccionada.	19
7. Anuncio de Pago SEM	20
8. Página Web	23

8.1. Pasarela de Compra	25
8.2 Menú de Navegación.	26
8.3 Newsletters	26
9. <i>Estrategia Redes Sociales</i>	29
10. <i>Email Marketing</i>	33
11. <i>Conclusiones</i>	35
12. <i>Referencias</i>	35

Glosario

Alimentación saludable: Es aquella que proporciona los nutrientes que el cuerpo necesita para mantener el buen funcionamiento del organismo, conservar o restablecer la salud, minimizar el riesgo de enfermedades, garantizar la reproducción, gestación, lactancia, desarrollo y crecimiento adecuado. (que es la alimentacion saludable, 2014).

Barf: Es una forma de alimentación en animales domésticos que se basa en la ingesta de alimentos crudos. Este tipo de alimentación se compone en un 80% de proteína de origen animal y en un 20% de frutas y verduras, aproximadamente. (Escuela de postgrado de veterinaria , 2020).

Pet Friendly: En vista de que los perros o gatos acompañan a las familias a donde sea que vayan, la mayoría de negocios ha adoptado la cultura pet friendly, es decir, dejar que las mascotas ingresen sin problemas a los espacios e, incluso, ofrecerles zonas para su bienestar y entretenimiento. (Cultura Pet friendly, 2021).

Salud animal: Bienestar físico de un animal, el comportamiento de los animales no sólo remite a la presencia o ausencia de enfermedades infecciosas, sino que comprende también a las enfermedades no infecciosas, al hacinamiento, al stress, el cansancio, la nutrición. (Tollet, 2001).

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo desarrollar un proyecto sostenible de alimentación saludable para los animales, con este proyecto queremos invitar e incentivar a comprar comida saludable para sus mascotas y poderles enseñar que ellos también necesitan una sana alimentación la cual les permitirá mayores años de vida con la alimentación presentada por el proyecto ANIMAL LOVERS.

En el objetivo general y específico se busca generar conciencia en los hogares colombianos de lo importante que es tener alimentos saludables para sus mascotas y lo que se quiere lograr con estos objetivos es proteger la salud de los animales con buena alimentación, pero también nos enfocamos en la protección del planeta, usando alimentos 100% sostenibles y empaques que sean totalmente biodegradables, ya que es un proyecto enfocado a los animales y al planeta. Estos productos serán accesibles a todos puesto que los precios serán económicos, la calidad del producto será alta y de la mejor calidad contribuyendo a no generar contaminantes en el medio ambiente.

Palabras clave: Comida saludable para mascotas, comida barf, alimentación, salud animal.

Abstract

The objective of this work is to develop a sustainable project of healthy feeding for animals, with this project we want to invite and encourage them to buy healthy food for their pets and be able to teach them that they also need a healthy diet which will allow them to live longer with the food presented by the ANIMAL LOVERS project.

The general and specific objective seeks to generate awareness in Colombian homes of how important it is to have healthy food for their pets and what is to be achieved with these objectives is to protect the health of animals with good nutrition, but we also focus on the protection of the planet, using 100% sustainable food and packaging that is totally biodegradable, since it is a project focused on animals and the planet. These products will be accessible to all since the prices will be cheap, the quality of the product will be high and of the best quality, contributing to not generating contaminants in the environment.

Key Words: Healthy pet food, barf food, healthy nutrition pets, animal health

1. Objetivos

1.1.Objetivo General

Implementar una estrategia de marketing digital basada en los objetivos de acción y atracción principalmente, con el fin de conectar con el consumidor mediante recursos digitales para lograr tener alto impacto en posicionamiento de marca, atracción de clientes y mayor alcance con el público objetivo.

1.2.Objetivo Específico

Atraer clientes y seguidores potenciales para nuestra marca, brindando información de su interés, usando diferentes formatos de interacción, como historias y post en redes sociales con información del producto, sus beneficios, promociones de nuestros productos y así generar mayor demanda en nuestros canales de información.

Desarrollar estrategias de publicidad por medio de Google ads que permitan un mayor alcance al público mediante la redes sociales y añadir en nuestros canales de atención contenido de valor con descuentos y promociones agresivas las cuales mejoren los números de conversiones

2. Presentación de Producto

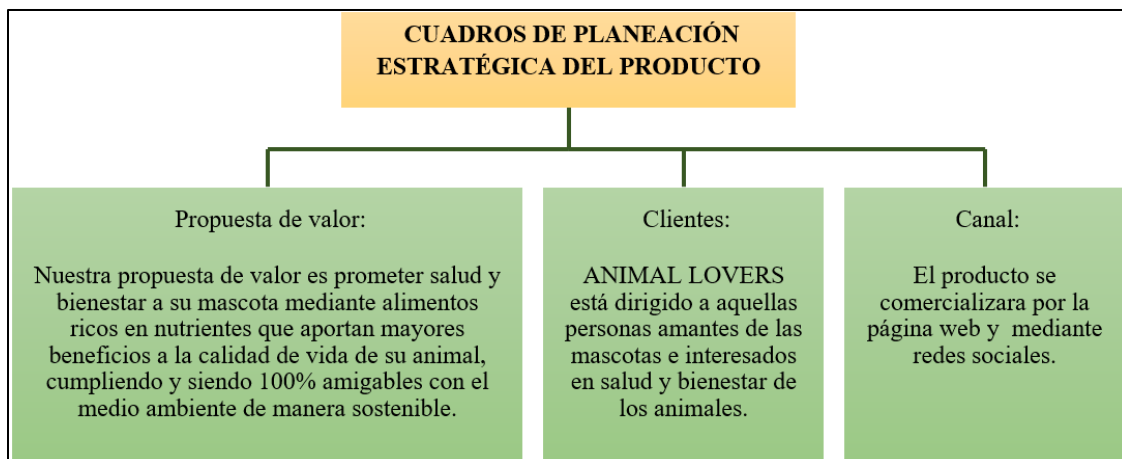
2.2. Concepto del Producto

Es un alimento saludable para mascotas llamado BARF el cual consta de ingredientes 100% naturales para suplir las necesidades nutricionales de la mascota. Contiene proteína deshidratada y cruda de origen vegetal y animal, vegetal, fruta, vitamina E, vitamina C cereal, lácteo, huevo y entre otros ingredientes a gusto del cliente. Es un producto que contribuirá a la salud y bienestar de la mascota siendo este un suplemento para los productos ultra procesados ya que no generan los mismos nutrientes que los alimentos naturales. Maneja distintos tipos de presentación ya que cada animal cuenta con una dieta específica acorde a su peso y su edad.

2.3. Cuadros de Planeación Estratégica del Producto

Figura 1.

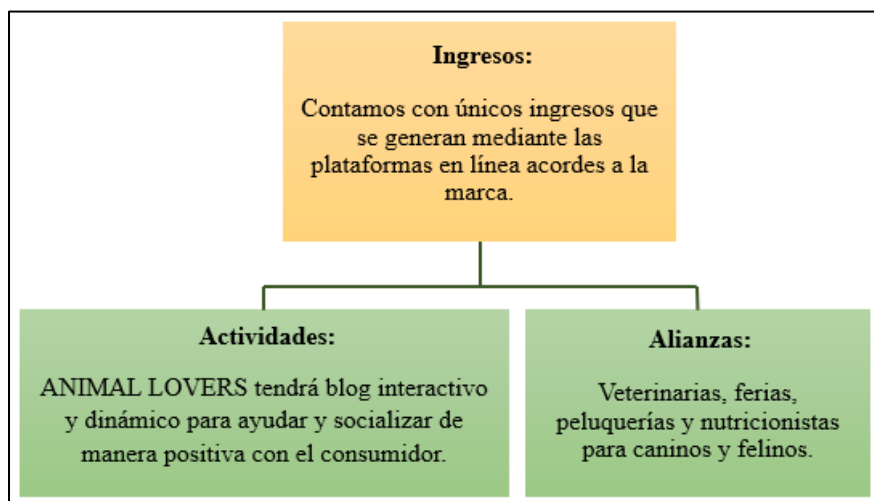
Planeación estratégica del producto animal lovers.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 2.

Planeación estratégica del producto animal lovers.



Fuente: Elaboración propia.

3. Análisis Digital de la Competencia

Tabla 1.

Análisis de competencia digital.

Métrica	Laika	Pixie
Sitio web	https://laika.com.co/	https://pixie.net.co/
# Visitas	707.5	6.1
Promedio duración	1.58	1.47
# Pag. Vistas	2.69	3.32
Rebote	2.49%	39.61%
Tráfico por países	COL-98,38% - USA- 0,25% - ECUADOR 0,23%	NA
Fuente de Tráfico		
Directo		
Referidos		
Buscadores	Google, Yahoo, Safari, Mozilla firefox	Google, Yahoo, Safari, Mozilla firefox
Redes Sociales	IG: Laikamascotas, Fb: Laika mascotas, Twt: #Laika	IG: Pixie pet , Fb: Pixie pet , Yb: Pixie pet
Emailing	servicioclientes@laika.com.co	CONTACTO@PIXIE.PET
Display		
Diagnostico SEO		
Desempeño	4/30 (website grader)	4/30 (website grader)
Móvil	20/30 (website grader)	20/30 (website grader)
Seo	30/30 (website grader)	25/30 (website grader)
Seguridad	5/10	5/10
Presencia en Internet		
Sitio Web	https://laika.com.co/	https://pixie.net.co/
Publicidad	Anuncios en redes sociales, publicidad	Anuncios en redes sociales, publicidad

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2.

Análisis de competencia digital.

Redes Sociales		
Variables cuantitativas RRSS Seguidores – seguidores actuales y nuevos seguidores mensuales Frecuencia de publicaciones – publicaciones semanales Tipo de contenido – foto, vídeo, texto, infografía y audio, en el caso de vídeos (informativos y promocionales) Engagement semanal – replies, menciones, rts, favoritos, me gusta, comentarios, share, +1, y repins	Instagram: 146K , Facebook: 43.132, Youtube: 2.330 suscriptores, twitter:183 seguidores. Esta marca realiza publicaciones diaria mediante todas las redes sociales, publica contenido de valor para mascotas, se encarga de todo para tu peludo, junto con influencia fuerte mediante famosos. Productos, servicios y membresia	Instagram: 81,8K , Facebook: 6756, Youtube: 385 suscriptores. Esta marca realiza publicaciones mediante todas las redes sociales, publica contenido de valor para mascotas, hace live con influencers para responder todo acerca de los peludos.
Variables cualitativas RRSS Social Customer Service – ¿responden o no a los seguidores?, tiempo de respuesta, cantidad de respuestas, sentimiento positivo y negativo Tipo de promociones – cupones, descuentos, concursos o sorteos	Youtube, WhatsApp, Facebook, Instagram y Twitter	Youtube, WhatsApp, Facebook, Instagram.
Emailing (frecuencia, tipo de contenidos)	Email para notificación judicial y para contacto al	Email para contacto
Marketing Móvil (App, responsive, markeing de aproximación, promociones...)	Da excelente uso a su APP MOBILE, el trafico crece rapidamente por la experiencia que brindan al consumidor.	No tiene App mobile, punto por mejorar para atraer clientes potenciales a la marca.

Fuente: Elaboración propia.

Una de las grandes marcas con las cuales se genera una competencia en el mercado es la marca LAIKA (marketplace), basada en una compañía de productos y servicios para mascotas que atiende a domicilio. En su portafolio de productos tiene más de 4.000 referencias entre ellas las marcas más reconocidas del mercado desde las tradicionales hasta las nuevas tendencias como dietas naturales (comida cruda, deshidratados, horneados naturales, entre otras), snacks, medicinas, accesorios. (PORTAFOLIO, 2019).

4. Definición del Buyer de Persona

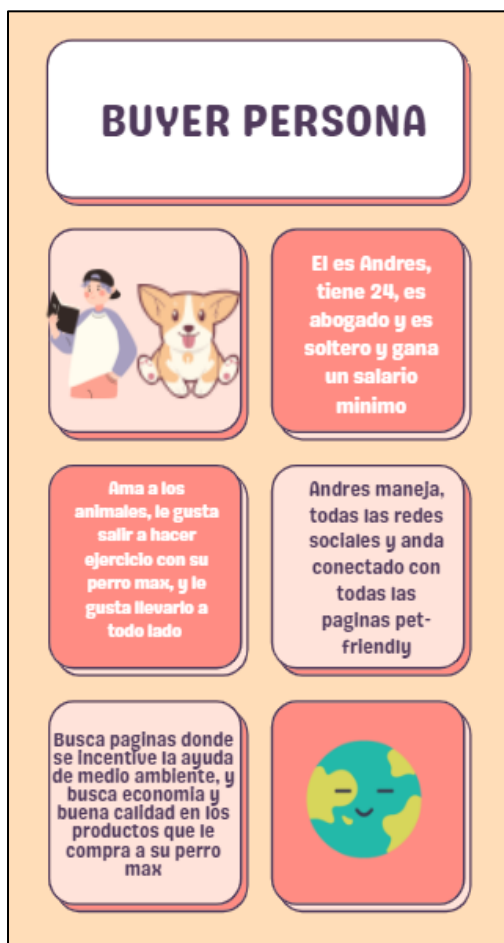
Andrés el cual tiene 24 años, es abogado, es soltero, gana un salario mínimo, ama a los animales, le gusta salir a hacer ejercicio con su perro Max, le gusta salir con él a todo lado y divertirse mucho con él.

Andrés está conectado con todas las redes sociales y le gusta buscar páginas pet-friendly el cual les permite llegar a todas las páginas que le aparezcan con facilidad y poder investigar más de ellas.

Busca páginas que le gusten e incentiven la ayuda del medio ambiente con los productos que compre para max y busca mejores productos, económicos y beneficios que sean para su mascotas.

Figura 3.

Buyer persona Andrés amantes de las mascotas.



Fuente: Elaboración propia.

5. Líneas de Contenido para la Estrategia Digital

5.1.Objetivos de la Estrategia de Contenidos

En este objetivo en general nos basamos en el Marketing Digital que es buscar la manera de llegar al público con los medios digitales disponibles y esto permite una mayor influencia en la marca y también, aumentar sus compras diariamente haya una mejora en adquirir los productos fácilmente y eficiente.

El no atender correctamente a las necesidades nutricionales a la hora de comprar la comida para la mascota puede traer consecuencias en su salud. En el mercado hay un amplio portafolio de marcas de comida para perros lo que nos lleva muchas veces a no saber muy bien cual elegir, por eso como lo decíamos anteriormente debemos revisar las características de nuestra mascota ya sea su tamaño, edad o su condición física. Sabemos que para todas las etapas de la vida hay un alimento especial que cumple con las condiciones que se requieran en el momento. En Animals Lovers nutricionales, características y beneficios, información que facilita saber cuál es el alimento ideal para cualquiera que quiera adquirir estos productos.

5.2.Mix de la Estrategia de Contenidos

Tabla 3

Matriz de contenidos.

MATRIZ DE CONTENIDOS	
COMMUNITY	MARKETING
<ul style="list-style-type: none"> ● Qué beneficios tiene hacer dieta en tu mascota. ● Aprende cómo alimentar a tu mascota de manera correcta ● Cuida la salud y bienestar de tu peludo 	<ul style="list-style-type: none"> ● Un Barf 100% natural para tu mascota con ingredientes que generan beneficios en alimentación nutritiva, salud y bienestar para ellos. ● Mejora la apariencia física de tu peludo. ● Animal Lovers cuenta con variedad de productos los cuales se diferencian por sus ingredientes y proteína a elección, alimentos naturales ricos en nutrientes.
INSTITUCIONAL	INTERACCIÓN

<ul style="list-style-type: none"> ● Logra beneficios en su salud y calidad de vida para tu mascota. ● Animal Lovers es una marca 100% responsable con el medio ambiente. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Participación en eventos tales como, ferias de animales, jornadas de vacunación para mascotas. ● Giveaway mediante redes sociales.
---	---

Fuente: Elaboración propia.

5.2.1.Estrategia de Contenido de Comunidad

El Buyer persona fue creado acorde a los intereses que ofrece la marca sobre la sostenibilidad, la calidad y la variedad que contienen los alimentos ofrecidos para las mascotas. Es protector de los animales y busca la mejor alimentación para ellos, ya que nos basamos en los intereses que quiere para su mascota y el objetivo de esta empresa es contribuir a la salud y bienestar de las mascotas y familias. La marca está enfocada en brindar una excelente atención al cliente y satisfacer las necesidades del consumidor. Por esto el buyer persona es amigable con el medio ambiente y centra sus intereses en lugares y páginas Pet Friendly para atraer público de manera oportuna con sus publicaciones en redes sociales.

5.2.2.Estrategia de Contenido Constitucional

En ANIMAL LOVERS hacemos énfasis en que la marca trabaje con materiales biodegradables para su empaque, convirtiéndose en una marca 100% responsable con el medio ambiente, trabajando también de la mano con alimentos naturales, logrando un gran impacto positivo. Por ejemplo, los huesos carnosos son importantes para mantener una boca sana, una musculatura mandibular potente y dientes más limpios libres de sarro.

5.2.3.Estrategia de Contenido Marketing

Con la estrategia de marketing queremos brindar información a nuestro público objetivo acerca de los beneficios y las insignias que tiene la marca. Por esto, Animal Lovers cuenta con variedad de productos los cuales se diferencian por sus ingredientes y proteína a elección, siendo alimentos 100% naturales ricos en nutrientes. Además, mediante las diferentes plataformas de comunicación y redes sociales, se encuentra toda la información pertinente a horarios de atención, incluyendo asesoría personalizada vía WhatsApp para asegurar cual es el producto de mayor beneficio para su mascota, para luego tener y completar un proceso de compra totalmente exitoso.

5.2.4.Estrategia de Contenido de Interacción

Con el fin de generar afinidad y fidelización con el cliente, Animal lovers a través de códigos promocionales, bonos en fechas especiales, descuentos agresivos, participación en Give Away y ferias en relación a las mascotas, logrará llegar a más clientes los cuales tengan interés en la marca y en lo que esta ofrece. Con el fin de conectar realmente con la familia de la mascota para interactuar de manera dinámica en los Blogs que ofrecemos, conocernos y conocer más acerca de los beneficios y tips que tenemos para tus peludos.

6. Posicionamiento SEO

Mediante la página web se buscan técnicas que se aplican para lograr llegar con el objetivo específico de mejorar su posición y su visibilidad en los motores de búsqueda de los principales navegadores, el cual permitirá el mejor manejo de la página web con los clientes.

6.1.Listado de Keywords que las Personas Utilizan para Encontrar el Producto

- Keyword: Comida natural para mascotas, Barf, Alimentación saludable, salud animal.

6.2. Selección de una Keyword Primaria y Realización de un Listado del Contenido que Se creara en Torno a esa Palabra Clave.

- Keyword: Comida saludable para mascotas.
- Formato: Fotos, videos, página web y redes sociales
- Temas: Beneficios

6.3. Optimización del Contenido en Torno a la Keyword Primaria Seccionada.

- Alimento para mascotas

6.4. PÁGINA

- URL: www.animallovers.com.co

- **Meta Descripción:** ANIMAL LOVERS- Aquí encontrarás la comida natural para tu mascota (Barf) rica en nutrientes que ayudarán a contribuir con su bienestar y salud animal. Te ayudaremos a cuidar tu peludo con una alimentación saludable la cual beneficia desde su organismo hasta su pelaje, uñas y piel de manera única. Demostrando que una alimentación saludable hace la felicidad de tu mascota.
- **Título de la página:** ANIMAL LOVERS
- **Título del contenido:** ANIMAL LOVERS- LA COMIDA FAVORITA DE TU MASCOTA.
- **Hipervínculo de keywords:** Alimento saludable para mascotas.

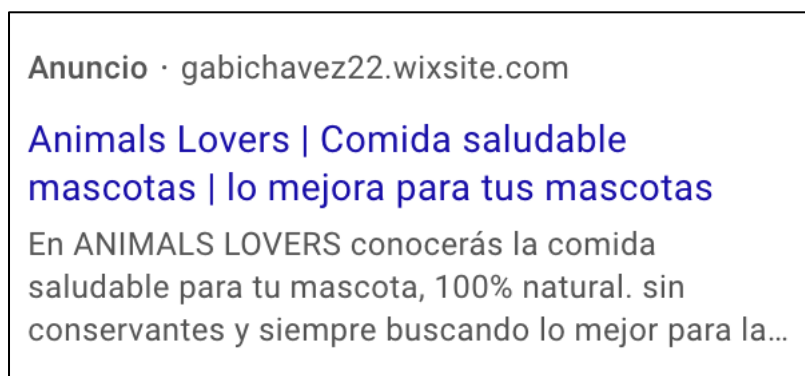
7. Anuncio de Pago SEM

El anuncio de pago SEM se creó por medio de Google Adwords y tiene como objetivo generar atracción en los clientes, con el fin de darles a conocer los productos de alimentos para mascotas, invitándoles a entrar al sitio página web, interactuar en este, seguirnos en las diferentes redes sociales viviendo una buena experiencia de compra, logrando satisfacer a sus mascotas con un producto único.

Mediante seo se puede dirigir el acercamiento a la página web y se realizará por medio de palabras claves que sea de utilidad, para poder encontrar la página fácilmente y de acuerdo a esto se tiene en cuenta que el SEM se refiere a la promoción de una web mediante el aumento de su visibilidad en motores de búsqueda. Incluye técnicas SEO y la publicidad en buscadores. Sin embargo, se suele utilizar el término SEM para referirse a este último. Es decir, a la obtención de tráfico mediante el pago de anuncios.

Figura 4.

Anuncio de pago SEM



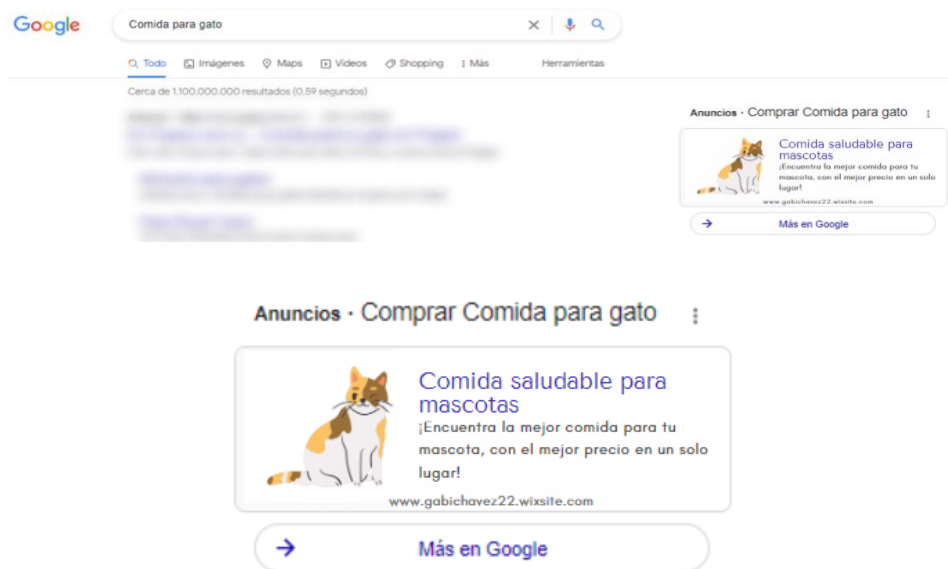
Fuente: elaboración propia.

Figura 5.**Anuncio de pago SEM para móvil**

Fuente: elaboración propia.

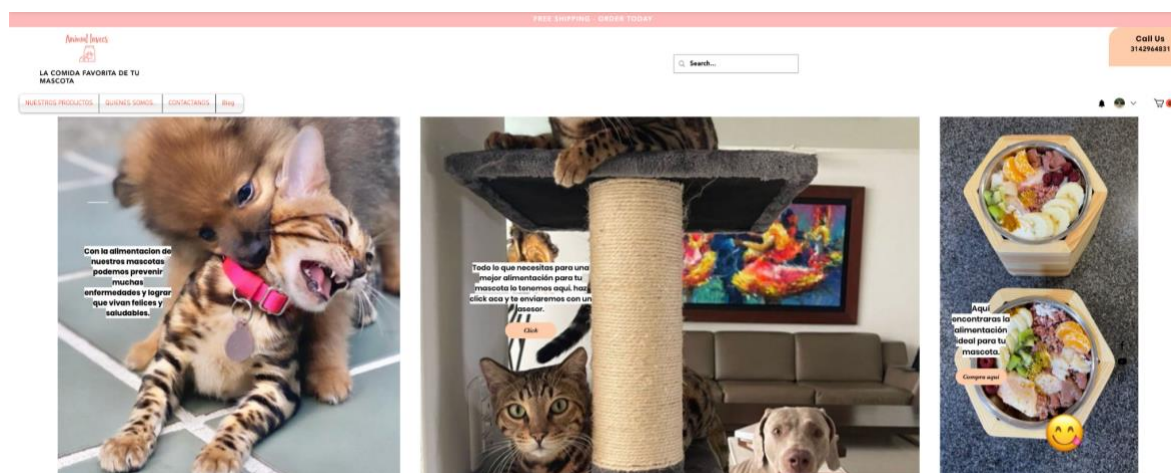
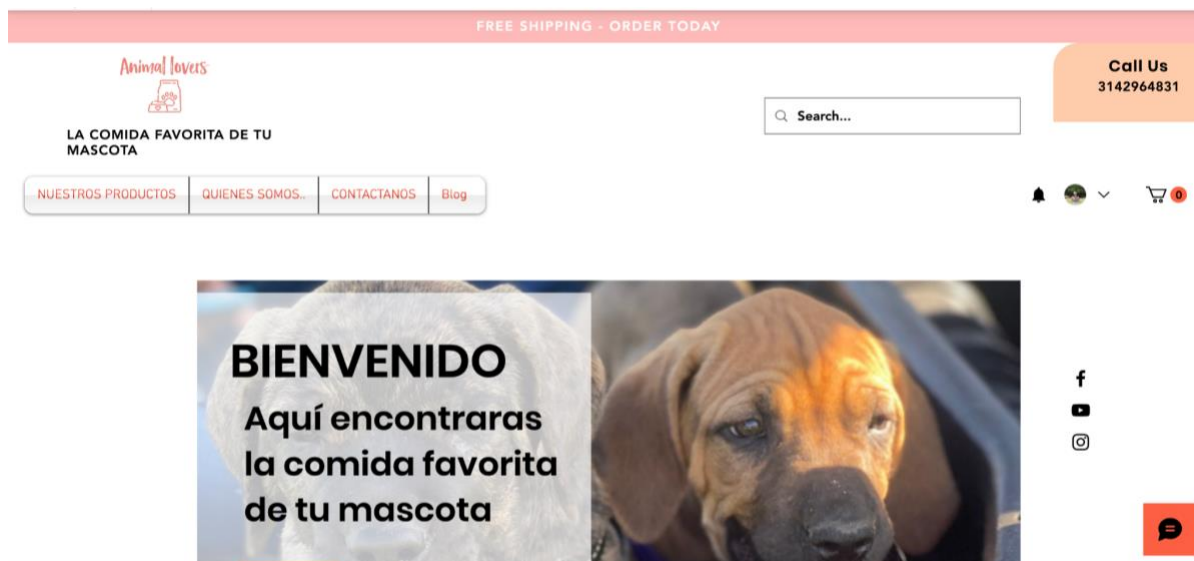
Figura 6.**Anuncio de pago SEM para ordenadores**

Fuente: Elaboración propia

Figura 7.**Anuncio de pago SEM en los sitios web de partner de Google para ordenadores**

Fuente: Elaboración propia

8. Página Web**Figura 8****Página web- pestaña principal**



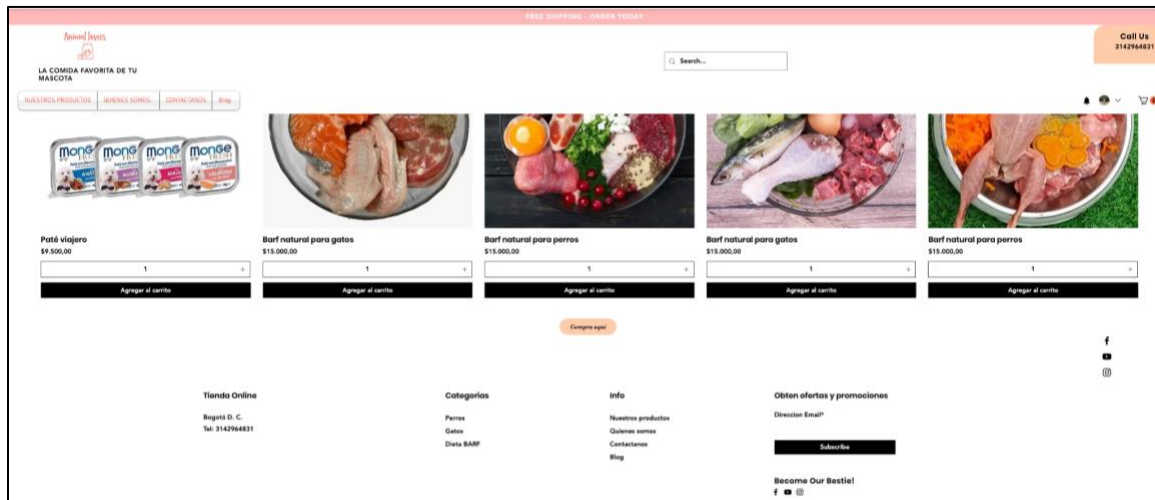
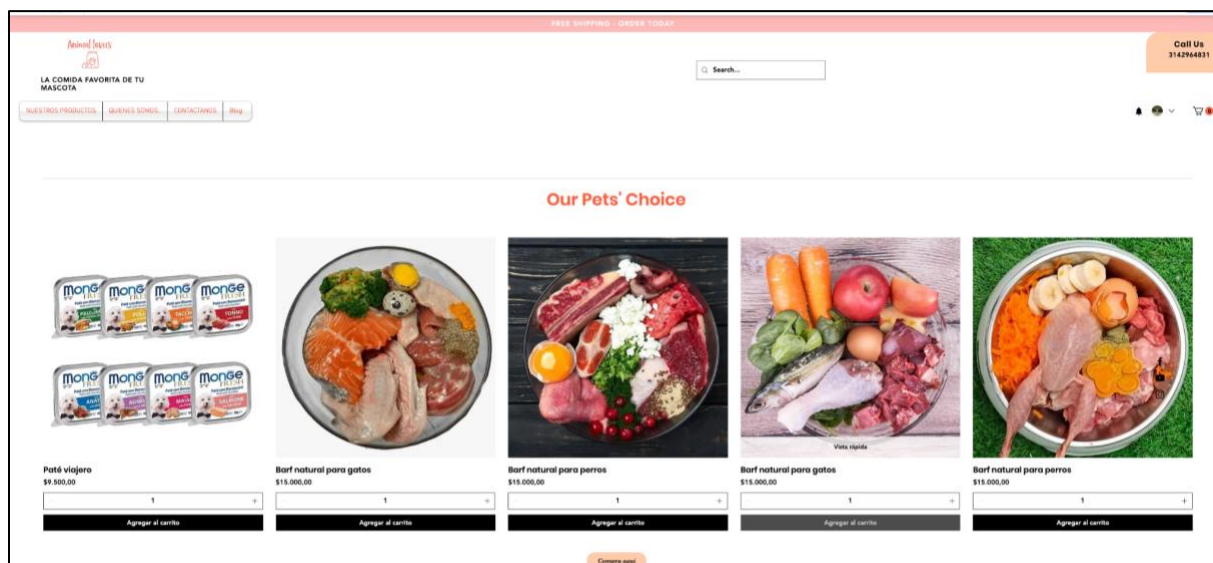
Fuente: Elaboración propia

Mejorar la alimentación de las mascotas y mejorar el pedigree, pero también se tiene en cuenta el medio ambiente, el cual se basa en el envase que se puede reutilizar y los alimentos y productos que se utilizan para hacer el alimento.

Ofrecer los mejores precios e ingredientes en el cual se basan nuestros productos, por ello la meta de nuestra empresa es ofrecer un producto de calidad a un excelente precio.

8.1.Pasarela de Compra

Figura 9. Interfaz de compras.



Fuente: Elaboración propia

La compra comienza desde el momento en el que ingresa y hace click en NUESTROS PRODUCTOS, ahí encontrarán los diferentes sabores y presentaciones de los productos que

nosotros vendemos, luego se indica qué producto se quiere comprar, lo llevan hacia el carrito de compras y una vez esté listo para proceder al pago, la página le indicará qué método de pago quiere utilizar y sus diferentes opciones de entrega, después pedirá su dirección a la cual quiere llegar su pedido y al finalizar su compra, automáticamente llegará un correo a su correo electrónico que indicará que su pedido ha sido exitoso y se estará entregando en los próximos días hábiles dependiendo de su localidad y destino.

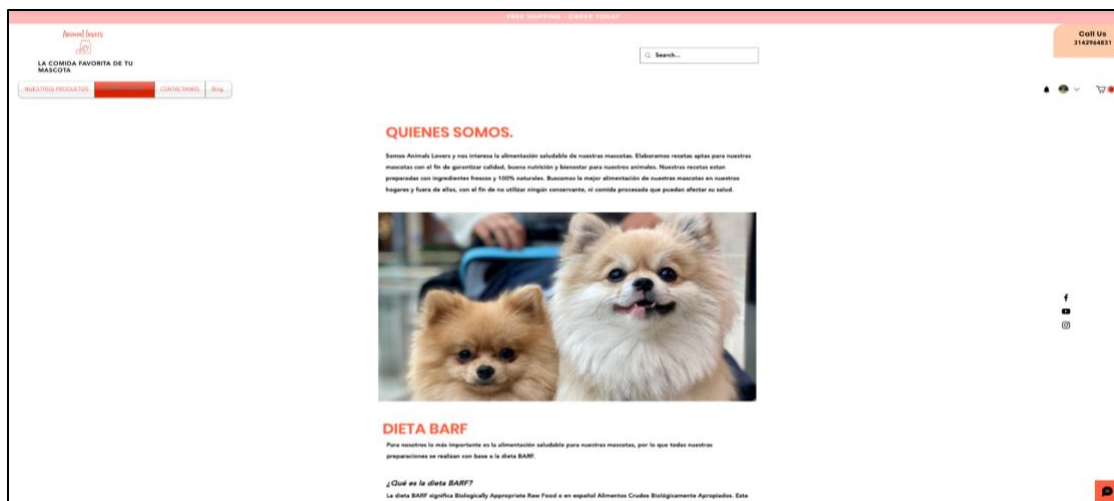
8.2 Menú de Navegación.

Este menú busca que la navegación de nuestro cliente sea amigable y genere confiabilidad en el proceso, por eso la ubicamos en la parte superior para dar visibilidad. Este permite que el usuario seleccione o busque los temas que son de su interés, bien sea para acceder a contenido en la página web o para efectuar una compra.

8.3 Newsletters

Figura 10.

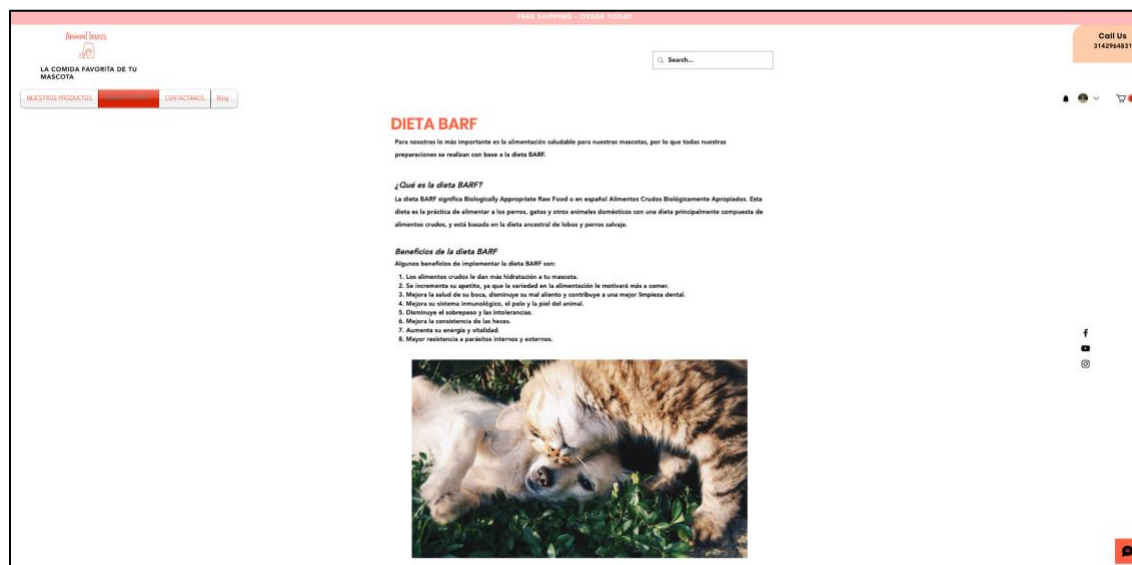
Página web-quiénes somos.



Fuente: Elaboración propia

Figura 11.

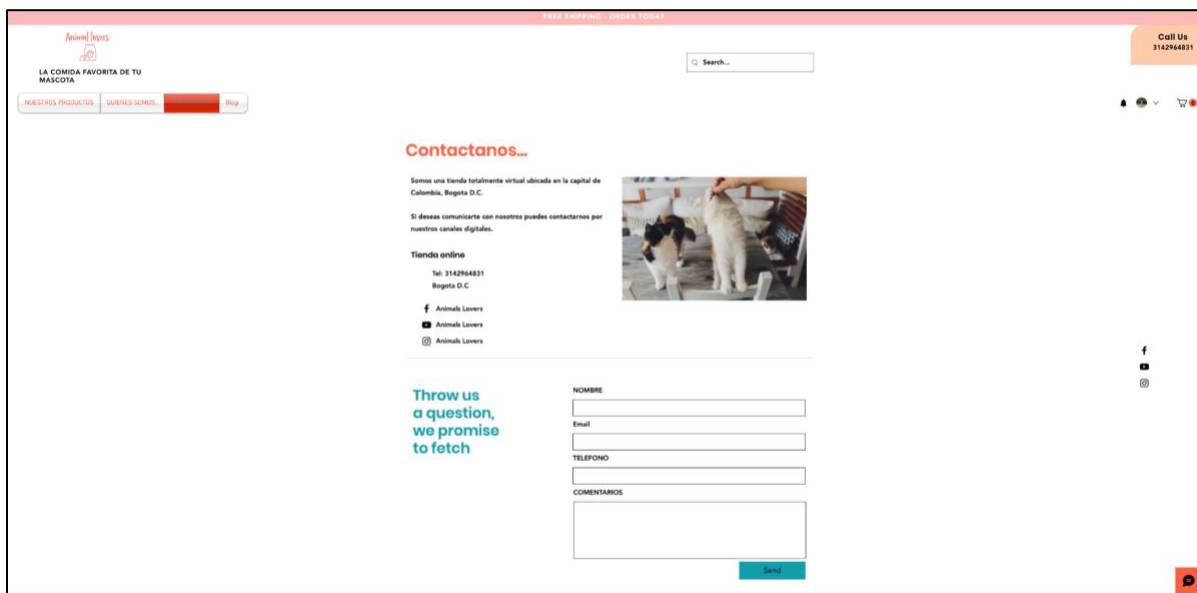
Página web- quienes somos.



Fuente: Elaboración propia

Figura 12.

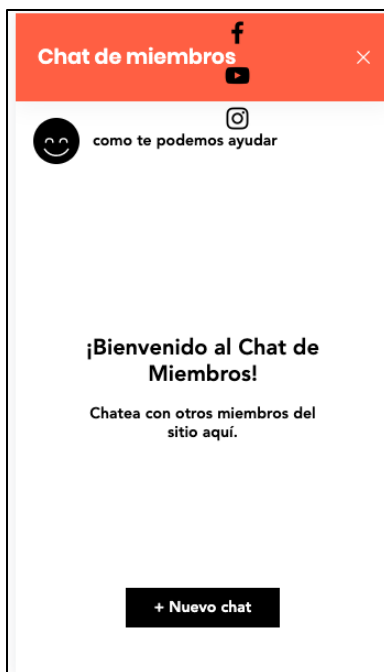
Página web- Contáctanos



Fuente: Elaboración propia

Figura 13.

Página web- Chat



Fuente: Elaboración propia

9. Estrategia Redes Sociales

Figura 14.

Página principal Instagram animal lovers.



Fuente: Elaboración propia

Figura 15.

Contenido de información historias de animal lovers.



Fuente: Elaboración propia

En nuestras historias publicamos nuestros productos y que es benéfico para ellos y sus alimentos y lo que recomendamos en la alimentación de nuestros productos y que conviene para sus mascotas.

Figura 16.

Contenido historias en Instagram de animal lovers.

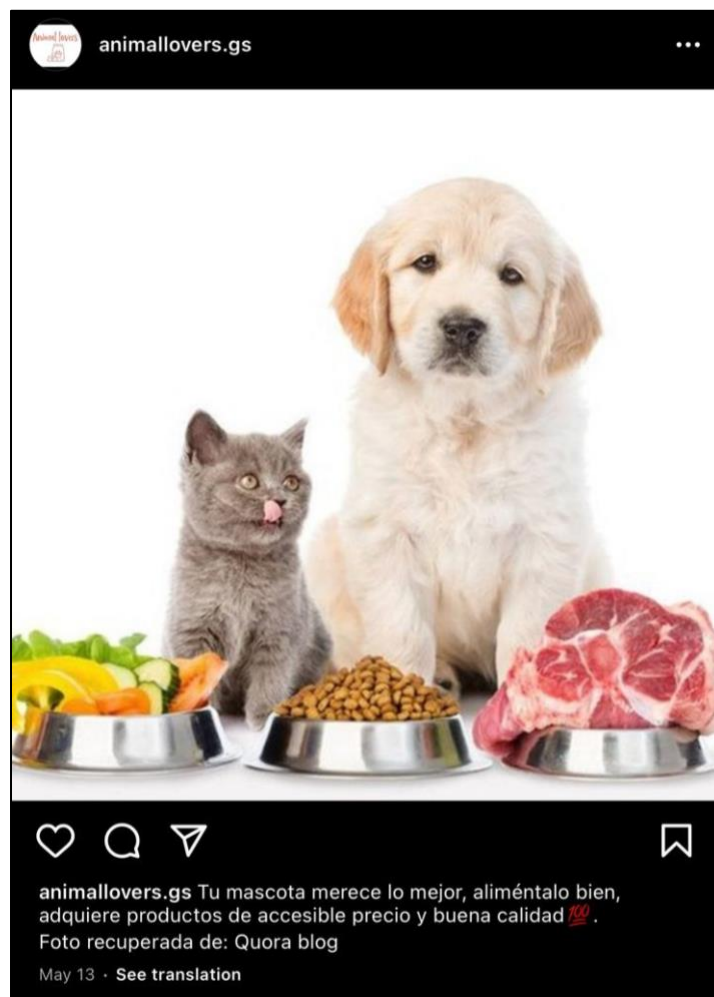


Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, nos enfocamos en nuestra visión y en que nuestros clientes nos contratan puesto que nuestros productos no solo son amigables con los animales, sino que es amigable con el medio ambiente y esto llama la atención de nuestro cliente ya que queremos brindarle mejor servicio al 100%.

Figura 17.

Contenido de posters Instagram animal lovers.



Fuente: Elaboración propia

Nuestras publicaciones en sus descripciones, recordamos los beneficios de nuestro producto barf y cada uno de sus componentes y los resultados se verán con cada publicación de cada peludo de nuestros clientes.

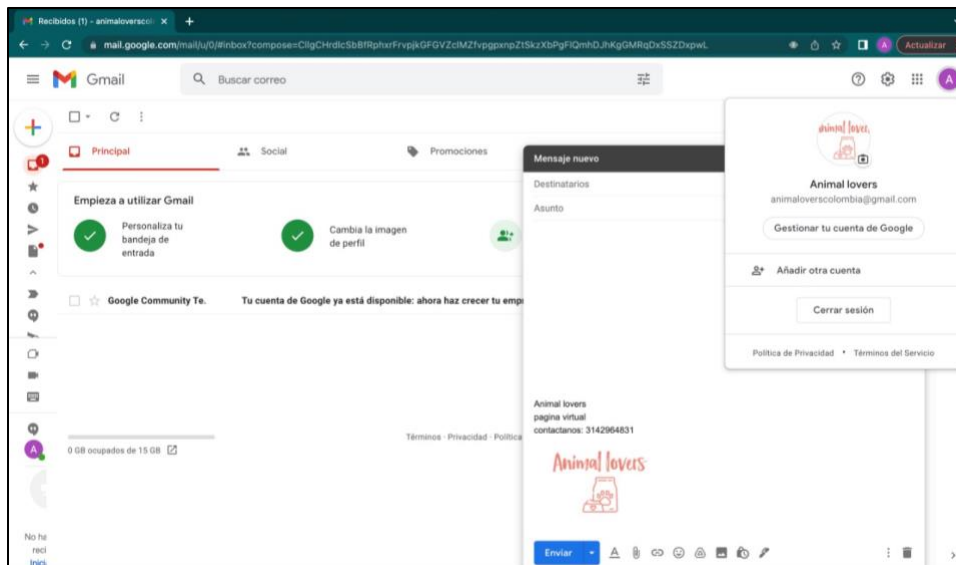
10. Email Marketing

El email marketing o mailing se enfoca en mandar un mensaje con la finalidad de adquirir nuevos clientes, desarrollar la relación con los actuales, crear lealtad, interactuar con los contactos, aumentar ventas, generar confianza hacia un servicio o producto, confirmar una orden de compra, entre otros objetivos. **ANIMALOVERCOLOMBIA@GMAIL.COM**

Este email es nuestro corporativo el cual nuestros clientes enviaran, sus quejas, sugerencias y otros adicionales que nuestros clientes tengan un contacto directo el cual se le respuesta en 15 minutos cada pregunta de ellos. Aunque en la página también está nuestro contacto telefónico y WhatsApp en donde podemos ayudar a nuestros clientes.

Figura 18.

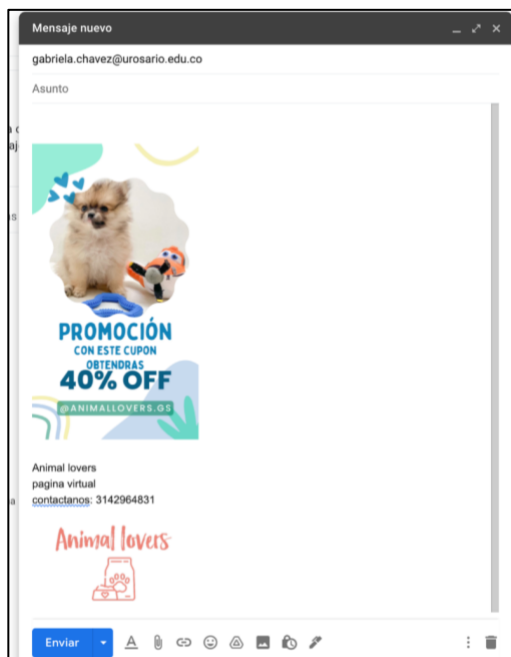
Página principal correo Animal lovers.



Fuente: Elaboración propia

Figura 19.

E-mail Animal lovers.



Fuente: Elaboración propia

11. Conclusiones

Nuestra empresa está enfocada en ser uno de los mejores productos, en la alimentación de nuestros peludos y nuestros productos están enfocados en nuestro sistema ambiental por ello queremos ser el número 1 en la alimentación enfocada en la salud y en el bienestar de cada uno de ellos.

Queremos ver la satisfacción de nuestros clientes y que nuestros prefieran en sus hogares y en mejorar la alimentación de sus mascotas, ya que es la primera marca en Colombia el cual o contiene químicos u otros ingredientes el cual se basan en lo artificial sino que todos son orgánicos y algunos son elaborados en el campo, por ello queremos satisfacer al cliente no solo en el producto sino que obtengan la confianza con nosotros al comprarlo y que se tenga en cuenta que no solo tenemos buenos alimentos sino que son asequibles al bolsillo de nuestros clientes.

12. Referencias

Agencia DPA. (06 de 03 de 2022). *Prensa Libre*. Obtenido de

<https://www.prensalibre.com/vida/salud-y-familia/como-alimentar-a-las-mascotas-de-forma-amigable-con-el-medio-ambiente/>

Besada, G. (s.f.). *Gabriel Besada*. Obtenido de <https://gabrielbesada.com/sem-ventajas-y-desventajas-del-pago-por-publicidad/#:~:text=El%20SEM%20se%20refiere%20a,mediante%20el%20pago%20de%20anuncios>

Doggys Market. (s.f.). *Doggys Market*. Obtenido de <https://www.doggysmarket.com.co/mejores-marcas-de-comida-para-perros-en-colombia/>

Mascota market. (s.f.). *mascota market*. Obtenido de <https://mascotamarket.com/marca-de-comida-para-perros/>

Pelayo, M. (30 de 10 de 2008). *Consumer.es*. Obtenido de consumer.es:
<https://www.consumer.es/seguridad-alimentaria/las-mascotas-fuente-de-contaminacion-en-cocinas.html>