



INTRODUCCIÓN AL MERCADO CHILENO DE LA MARCA

TRACTIVE GPS PARA PERROS Y GATOS

PLAN DE MARKETING PARA OPTAR AL GRADO DE

MAGÍSTER EN MARKETING

PARTE II

Alumnos:

Ítalo Antonio Antúnez Torrejón

Profesor Guía:

Cristóbal Barra

Santiago, mayo de 2024.

Tabla de contenido

1. Resumen Ejecutivo.....	3
2. Plan de Marketing objetivo general futuro	5
A. Objetivos.....	6
B. Propuesta de Valor.....	7
C. Posicionamiento esperado.....	7
D. Segmentación.....	8
3. Estrategia del plan de marketing implementación y control.....	12
A. Desarrollo Fase 1.....	14
B. Desarrollo Fase 2.....	28
C. Modelo CANVAS.....	36
D. Carta Gantt.....	37
E. Valorización.....	37
4. Conclusiones	38
5. Bibliografía.....	40
6. Anexos.....	43

Resumen ejecutivo

Tractive es la marca líder en el mercado de dispositivos de rastreo y monitoreo para mascotas, con una reputación ya construida en Europa y Estados Unidos, lo que buscamos con el siguiente plan de marketing, es expandirnos al mercado chileno con un enfoque en la seguridad y el bienestar, entregando tranquilidad a los padres de mascotas, queriendo posicionarnos como la marca Líder.

Chile sería el primer país en Latino América que introduciría la marca Tractive, debido a que recientemente se realizó el primer estudio de población animal realizado por la CADEM en el año 2022, este nos refleja que Chile tiene una gran población de mascotas que sobrepasa los 12 millones de registros entre perros y gatos. El nivel de consciencia, empatía y cercanía con las mascotas cada vez es mayor, siendo el mercado potencial hombres y mujeres entre 27 y 43 años, debido a que el 92% de encuestados considera a su mascota como un miembro más de su familia, demostrando el gran vínculo emocional entre mascotas y sus padres humanos. Para respaldar los datos de dicha investigación se realiza una entrevista en profundidad en donde las respuestas reafirman con fuerza el vínculo emocional de los segmentos más relevantes, teniendo respuestas como: “considero a mi mascota como mi ángel, o vino a cambiar mi vida entregando felicidad”.

La estrategia de marketing buscará lograr el objetivo de posicionar a la marca como líder en la categoría rastreadores de mascotas y creará desde el comienzo una fuerte y sólida conciencia de marca con los principales atributos, entregándoles bienestar y una mejor calidad de vida a las mascotas mediante el uso de la tecnología.

Para lograr este objetivo, se desarrollarán dos fases del plan de marketing Q4 2024 y Q1 2025, con un presupuesto de 137 millones para lograr desplegar ambas fases.

Fase 1: Introducción de la marca a Chile, junto a la adquisición del dispositivo GPS.

Campañas agresivas de introducción de la marca a Chile, para posicionar con fuerza el producto, con alto nivel de concientización y consideración de la marca en todos los medios: Sitio web, redes sociales, anuncios pagados, contenido orgánico en plataformas como Facebook e Instagram, Influencers, alianzas con veterinarias de RM y alianza estratégica con SuperZoo y participación en eventos.

Fase 2: Campaña enfocada en la suscripción al plan Premium.

Fase enfocada en la suscripción del plan Premium que permite aprovechar al 100% las funcionalidades del dispositivo GPS y la aplicación, con funciones como monitorear y registrar el sueño de la mascota, su comportamiento y hábitos, además del rastreo en tiempo real con un registro de hasta 365 días. El servicio de la aplicación consta de iniciativas como: Programa de referidos, nueva estrategia comunicacional agresiva de Tractive premium en las plataformas: Sitio web, redes sociales, anuncios pagados.

La tecnología y el estilo de vida de los chilenos permitirán que Tractive logre ingresar a un mercado que aún no ha sido explotado por ninguna empresa de dispositivos GPS, si bien en la actualidad existen algunas marcas con dispositivos GPS, no están enfocadas en mascotas y mucho menos en mejorar la calidad de vida de ellas y su familia.

Plan de Marketing objetivo general futuro

Desarrollar una estrategia de introducción al mercado sólida y consistente en el tiempo que nos permita posicionar TRACTIVE como la marca líder en tecnología de seguimiento GPS para mascotas (perros y gatos) en Chile, promoviendo la conciencia de la marca en dueños de mascotas, posicionándose como líder de esta subcategoría y construyendo en un corto tiempo, una identidad fuerte en redes sociales que fomente la interacción con los dueños de mascotas con nuestros productos y valores como compañía.

El plan de marketing deberá hacerse cargo también del hito: Lanzamiento de la marca en Chile durante este año 2024, entender y vincularse con las audiencias, ser realista en cuanto al uso de los medios adecuados fijar el presupuesto concreto necesario para el desarrollo de las acciones, junto con ser acciones medibles.

A) Objetivos específicos de marketing:

1. Alcanzar un Brand Awareness de un 20% luego del primer año entre los dueños de mascotas perros y gatos en Chile.
2. Ser conocidos y reconocidos como una marca líder en bienestar y cuidado de las mascotas en Chile mediante el uso de alta tecnología de nuestros dispositivos.

Métrica: Para los objetivos antes descritos se utilizará estudios específicos de conocimiento y percepción de marca previo y post despliegue del plan con el estudio Brand Tracking de KANTAR.

3. Construir una fuerte comunidad de seguidores en rrss. Sobre 10.000 followers tanto en Instagram, Facebook y Tik Tok bajo el nombre TRACTIVE Chile. De los cuales al menos un 10% de ellos deberán interactuar con nuestra marca positivamente y de forma mensual.

Métrica: Alcance, menciones de la marca, impresiones y % de engagement general en redes sociales

4. Alcanzar 80.000 visitas anuales hacia nuestro sitio, lo que representa un 10% de nuestro segmento objetivo considerado en el plan, el tráfico web www.tractive.cl durante este año 2024 y crecer en 10% las visitas durante el 2025.

Métrica: Tráfico y visitas únicas hacia el sitio web, sesiones iniciadas, tasa de rebote, tiempos de conexión y Generación de Leads

B) Propuesta de Valor

Tractive GPS entrega tranquilidad a todos los padres de mascotas, con un producto pensado en el bienestar y la seguridad de las mascotas con la más alta tecnología, permitiéndoles a los padres monitorear el estado de salud, sus hábitos, su comportamiento y sus horas de sueño, además de localización exacta y en tiempo real. Todo desde una aplicación en tu celular, lo cual te permitirá optimizar tus tiempos para que solo te preocupes de disfrutar cada minuto adicional con tu mascota.

C) Posicionamiento esperado

Queremos ser líderes, siendo reconocidos como la marca premium en tecnología de seguimiento GPS y monitoreo de salud para mascotas. Queremos que cuando nuestros clientes y usuarios piensen en Tractive sientan tranquilidad, seguridad y una sensación de bienestar hacia sus mascotas, que sepan que en la palma de su mano manejan la información adecuada y necesaria para controlar el estado de salud de sus peludos. Si bien existen otras marcas de GPS que intentan suplir el rastreo de las mascotas, estas no logran integrar el bienestar de las mascotas, siendo el eje central de Tractive.

D) 5 valores corporativos globales que definirán el comportamiento de Tractive Chile.

Los siguientes valores corporativos que se presentan a continuación son fundamentales para entender el tono, estilo y la identidad de la marca en Chile, guiarán la forma, el tono y la personalidad de la marca a fin de lograr coherencia en lo que hacemos y en cómo lo hacemos, lo que será clave en el despliegue de todas las acciones que se detallan más adelante.

Ilustración 5 Valores



Dueños de mascotas primero

Ponemos a los padres de mascotas en primer lugar. Los clientes satisfechos son la base de nuestro éxito. Por eso los ponemos a la vanguardia de todo lo que hacemos. Cómo damos prioridad a los padres de mascotas:



Nos ayudamos unos a otros

Trabajamos como equipo y contribuimos activamente a nuestro trabajo individual que impacta el trabajo de los equipos que nos rodean.



Mantenemos las cosas eficientes.

Optimizamos constantemente nuestros procesos y flujos de trabajo para mantenernos enfocados y productivos. Hacemos más con menos y actuamos responsablemente con nuestros propios recursos y los recursos de otros.



Honestos y transparentes

La confianza es la moneda más importante y hacemos todo lo posible para ganarla. Fomentamos la comunicación abierta y la libertad de expresar ideas y opiniones entre todos y todas.



Actitud positiva

Donde otros ven un problema, nosotros vemos una solución. La positividad es contagiosa y queremos difundirla tanto como podamos. Por eso celebramos los éxitos, aprendemos de los fracasos y siempre buscamos el lado positivo de las cosas.

Fuente: Elaboración propia 2024

E) Identidad de marca



Logo 2016 -2017



Logo, Isotipo e Ícono 2017 al presente.

La marca visualmente desde el 2017²⁴ ha evolucionado, y el día de hoy ofrece una interfaz e identidad mucho más fresca, moderna y mejorada que años anteriores, lo que optimiza también toda la experiencia del usuario al interactuar con la marca en distintos dispositivos, ofreciéndoles en palabras de la misma marca un viaje nuevo y emocionante.

²⁴Tractive Press. (2017, noviembre 7). *Tractive rebrands with a fresh, new look.* Tractive. <https://tractive.com/blog/en/press/tractive-rebrands-fresh-new-look>

F) Segmentación

Variables Geográficas del segmento

Región: La región metropolitana concentra la mayor cantidad de habitantes del país según el último censo la población alcanzaba 7.112.808²⁵ habitantes. Además de ser la región con mayor cantidad de mascotas de compañía con un total de 808.903²⁶.

Variables Demográficas

Ingreso: segmentos socioeconómicos altos y medios en Chile²⁷: Clase Media a Clase Alta (AB, C1a, C1b, C2): Estos grupos tienen un mayor poder adquisitivo, siendo un 25,3% de la publicación en Chile, la gran mayoría son profesionales, con un ingreso mínimo promedio de 1.500. 774. ellos serán el grupo de interés principal, debido que son heavy consumer de elementos tecnológicos y adoptadores temprano de tecnología.

Edad: El plan se desplegará con fuerza en la Generación Millennials: Adultos jóvenes edad (27-43 años)²⁸, este grupo etario son tecnológicamente adoptadores tempranos de nuevas tecnologías, la usan a diario y están dispuestos a invertir en el cuidado de sus mascotas. La región metropolitana es la región con mayor cantidad de millennials, siendo un 51,34%²⁹ de la población.

Sexo: hombre y mujeres.

²⁵Biblioteca del Congreso Nacional. SIIT. (2005, enero 11). *Región metropolitana de Santiago*. Bcn.Cl. <https://www.bcn.cl/siit/nuestropais/nuestropais/region13/>

²⁶24horas. (s. f.). *Mascotas: Arica y Parinacota es la región con menos animales registrados*. 24horas. Recuperado 7 de abril de 2024, de <https://www.24horas.cl/tendencias/mascotas/mascotas-arica-y-parinacota-region-menos-registros>

²⁷Acuña, G. (2021, noviembre 24). *Los grupos socioeconómicos en Chile*. Percepciones Económicas. <https://www.percepcioneseconomicas.cl/desarrollo-economico/los-grupos-socioeconomicos-en-chile>

²⁸ *Proyecciones de Población*. (s. f.). Default. Recuperado 7 de abril de 2024, de <https://www.ine.gob.cl/estadisticas/sociales/demografia-y-vitales/proyecciones-de-poblacion>

²⁹ Santiago es la comuna con más millennials en el país. (2018, febrero 3). *La Tercera*. <https://www.latercera.com/tendencias/noticia/santiago-la-comuna-mas-millennials-pais/55658/>

Variables Psicográficas

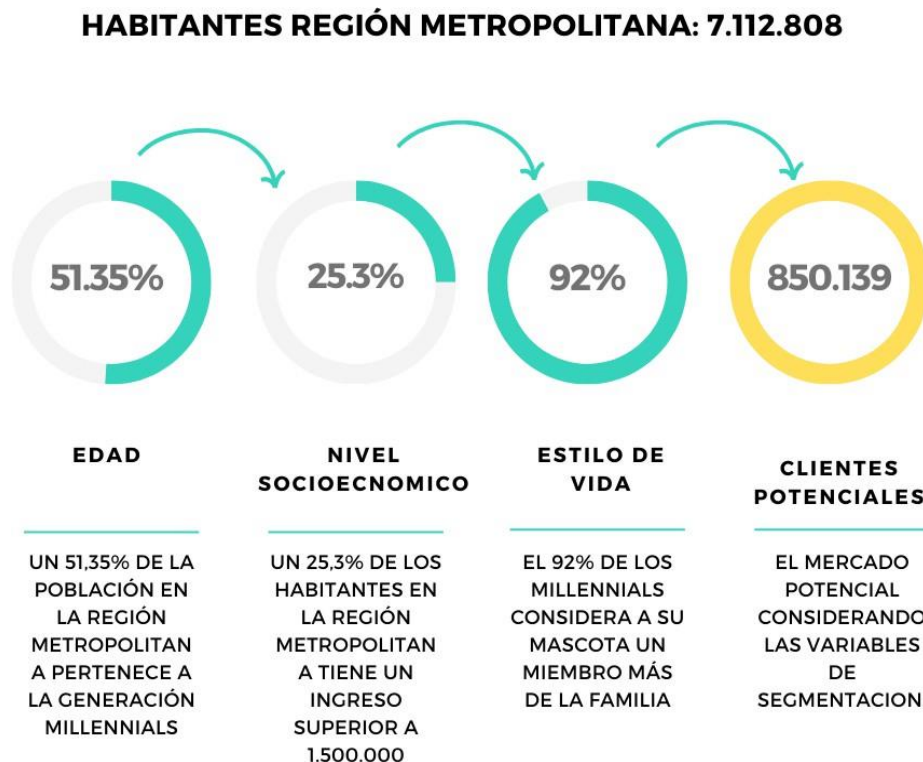
Personalidad: personas responsables, con el cuidado de sus mascotas. Personas empáticas con la crianza responsable de sus mascotas.

Estilo de vida: personas amantes de las mascotas que los consideran como parte de su familia³⁰, invierten tiempo y dinero en ellos, entregándoles las mejores condiciones de vida. Están interesadas en la tecnología, que en su día a día la utilizan y siempre están en búsqueda de innovación que les permita mejorar su estilo de vida.

Al considerar las variables analizadas, podemos decir que el segmento objetivo estará enfocado en la región metropolitana, personas entre los 27 y los 43 años, con un ingreso mínimo de 1.500.000 que sean amantes de las mascotas y adeptos a la tecnología.

Cuantificación del segmento objetivo:

Ilustración 5 Segmento objetivo



Fuente: Elaboración propia 2024

³⁰ (S. f.-c). Cadem.cl. Recuperado 7 de abril de 2024, de <https://cadem.cl/wp-content/uploads/2022/05/Informe-Chile-que-Viene-Mar-2022-Mascotas.pdf>

Arquetipos

Ilustración 6 Arquetipo 1



El cuidador tecnológico

- Nombre: Vicente Arancibia
- Edad: 35 años
- Ubicación: Las Condes, Santiago, Chile
- Nivel socioeconómico: Clase media - alta
- Ocupación: Ingeniero civil en informática
- Ingreso: 2.300.000

Descripción: Vicente es un profesional sin hijos, amante de los perros, valora la tecnología y la utiliza para mejorar su vida y la de su mascota. Es consciente de la salud, cuidados y bienestar de su fiel amigo, destina todos los meses un porcentaje de sus ingresos en productos que le ayudan a cuidar a su amigo de cuatro patas. Le gusta estar al tanto de las últimas innovaciones tecnológicas y no duda en probar nuevos productos que mejoren la calidad de vida de su mascota.

Comportamiento: Vicente utiliza habitualmente su celular y su smart watch para monitorear su salud y quisiera tener un dispositivo similar con el cual pueda monitorear la salud de su amigo peludo, además de un sistema de rastreo, ya que salen habitualmente de paseo a cerros y parques.

Fuente: Elaboración propia 2024

Ilustración 7 Arquetipo 2



La independiente moderna

- Nombre: Susana Martinez
- Edad: 29 años
- Ubicación: Providencia, Santiago, Chile
- Nivel socioeconómico: Clase media - alta
- Ocupación: Abogada
- Ingreso: 2.450.000

Descripción: Susi es una persona que disfruta su soltería e independencia económica, le gusta participar en talleres deportivos, ir al cine y decorar su departamento con plantas de interior. Vive con 2 gatos, Pelusa y Tom, que son sus hijos peludos, ambos tienen 5 años y han sido sus compañeros de estudio, aventuras y de regaloneo. Sus “michis” cuentan con toda la comodidad, zonas de juego, camas, rascador, comida especializada y diferentes tipos de juguetes para cuando están solos.

Comportamiento: Susi siempre está muy ocupada con su trabajo y reuniones con clientes, por lo que la tecnología es su mejor aliado, para cocinar, limpiar y monitorear sus actividades deportivas y rendimiento. Por lo que siempre busca nuevas innovaciones para apoyar sus actividades diarias.

Fuente: Elaboración propia 2024

Estrategia del plan de marketing implementación y control

Dado al objetivo que hemos fijado para este plan, el cuál es introducir la marca a Chile y ser líder de la categoría accesorios GPS para mascotas (perros y gatos), hemos desarrolla una estrategia de introducción agresiva pero realista que en corto tiempo nos asegure alta visibilidad, reconocimiento, tráfico y usuarios de nuestro producto y servicios.

Como hemos visto Tractive no solo se trata del dispositivo que usa y viste la mascota sino que el modelo de negocios está basado con fuerza en lograr la suscripción por el mayor tiempo posible de los clientes, lo que se traduce en que nuestros “productos” son complementarios el uno con el otro, uno es el dispositivo tangible , que es el collar que utilizará el perro o gato, pero además, esté funciona con una aplicación la cual el usuario debe estar suscrito ya sea a un plan básico con ciertas funcionales o un plan premium con todo el set de herramientas y beneficios que tiene la marca, la cual permite rastrear, monitorear y registrar el comportamiento de la mascota. Por esta razón, es que nuestra estrategia se va a desarrollar en dos fases:

Fase 1 lanzamiento Tractive Chile. Esta fase se desplegará con fuerza durante el último Q4 de 2024 con los hitos:

- Tractive llega a Chile
- Clínicas de mascotas con Tractive
- Eventos corporativos de mascotas
- Lanzamiento de las RR. SS chilenas de la marca y las acciones con influencers en Tik Tok e Instagram.
- Lanzamiento sitio web Tractive.cl
- Alianza estratégica Super Zoo + 30% OFF preventa exclusiva.
- Cyber Monday octubre, Black Friday noviembre y Navidad.

Fase 2 Suscripción Tractive Premium. Esta fase se desarrolla con fuerza durante el Q1 de 2025, con los hitos:

- Influencers en Tik Tok e Instagram destacando las suscripciones a Tractive, reforzando la estacionalidad (verano) y lo conveniente de pagar anualmente.
- Campaña comunicación agresiva Suscríbete.
- Campaña de referidos.
- Participación en eventos al aire libre entre mascotas y padres de mascotas, destacando la aplicación y las funcionalidades de estar suscrito.

Resumen del Marketing Mix 4 P's FASE 1

A continuación, se detalla resumidamente el marketing Mix que considera la primera fase, dónde en las siguientes páginas desglosamos una por una los diferentes ámbitos que aborda esta fase inicial del plan.

Ilustración 8 Marketing Mix 4P



Fuente: Elaboración propia 2024

Desglose del mix del marketing FASE 1.

<p>Producto</p>	<p>La estrategia en esta variable a utilizar será de mostrar en la máxima cantidad de espacios, gráfica y audiovisualmente los distintos dispositivos Tractive, reforzando en su puesta en escena que se trata de dispositivos líderes de la categoría y tecnológicamente superior a cualquier competencia, destacando la tranquilidad que los dueños ahora podrán tener junto a sus mascotas, al tener: GPS en línea en tiempo real, alertas de salud, monitoreo de las horas de sueño, las actividades de tu mascota, entre otras.</p> <p>Sobre el dispositivo las versiones que se venderán en Chile serán las mismas que en EE. UU. que son: 100% Waterproof, los dispositivos Tractive no tienen aberturas para tarjetas SIM ni puertos USB y, por lo tanto, no sólo están protegidos contra salpicaduras de agua, sino que también son totalmente impermeables (hasta 1 metro de profundidad, 30 minutos), cumpliendo con los estándares IPX7. Estos dispositivos además son adecuados para mascotas amantes del agua y pueden usarse bajo la lluvia. Nuestros dispositivos cuentan con 2 tamaños diferentes para la versión perros, que son: estándar y Dog XL. Mientras que en las tallas para gatos podrías encontrar el dispositivo Mini y estándar El dispositivo incluye: el rastreador, una funda, cable de carga y el clip de goma para engancharlo en el collar de la mascota.</p> <p>Diseño y packaging:</p> <p>Tractive se enfoca en GPS para perros y gatos, es por esto por lo que en la actualidad tiene diseños diferenciados por tipo de mascota inclusive el peso. En el caso de Tractive Dog, existen dos diseños disponibles con un peso promedio de 35 gramos, uno para perros desde los 4 kilos, con alternativas de 3 colores a elección y otro dispositivo enfocado en perros grandes sobre 22 kilos, sólo disponible en 1 color. El Packaging de ambos productos es visualmente atractivo, simple y destaca a las mascotas portando nuestros productos, buscando ser minimalista y dejando en claro a simple vista el diseño de nuestro dispositivo y el beneficio principal del producto.</p>
------------------------	--

Packaging, mix de productos y accesorios que comercializa Tractive



*Elaboración propia.

<p>Precio</p>	<p>La estrategia de precios de Tractive está basada en el valor agregado, si bien existen muchos competidores que venden GPS, Tractive se especializa en mascotas, entregando una propuesta de valor con su sistema que permite monitorear el estado de salud, sus hábitos, su comportamiento y sus horas de sueño, además de localización exacta y en tiempo real.</p> <p>El precio de nuestro dispositivo es más alto que la competencia, pero se justifica por la tecnología y las prestaciones adicionales que posee en comparación también a la competencia. De todas formas, con nuestra alianza con Super Zoo ofreceremos un 30% OFF exclusivo mediante este canal.</p> <table border="1" data-bbox="571 857 1066 1137"> <thead> <tr> <th>Marca</th> <th>Precio Dispositivo GPS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Tractive</td> <td>79.990</td> </tr> <tr> <td>Invoxia</td> <td>49.990</td> </tr> <tr> <td>Smart Pet</td> <td>34.990</td> </tr> <tr> <td>Smart Tag</td> <td>29.990</td> </tr> <tr> <td>Air Tag</td> <td>29.990</td> </tr> <tr> <td>Genéricos</td> <td>9.990</td> </tr> </tbody> </table>	Marca	Precio Dispositivo GPS	Tractive	79.990	Invoxia	49.990	Smart Pet	34.990	Smart Tag	29.990	Air Tag	29.990	Genéricos	9.990
Marca	Precio Dispositivo GPS														
Tractive	79.990														
Invoxia	49.990														
Smart Pet	34.990														
Smart Tag	29.990														
Air Tag	29.990														
Genéricos	9.990														
<p>Plaza</p>	<p>Dos canales de venta tendrán nuestros dispositivos en esta primera fase:</p> <p>Directo 100% online en el sitio www.tractive.cl, con el medio de pago a través de mercado pago y con entrega dentro de Santiago con flota propia, que se encargará de entregar los pedidos en 24 horas hábiles. Los envíos a regiones serán a través de Bluexpress.</p> <p>Mediante un tercero, en este caso en alianza con Súper Zoo la cadena de tiendas de mascotas más grande de Chile, con más de 50 tiendas a lo largo del país, nos permitirá estar visible físicamente con el producto en las tiendas, dándonos la oportunidad de crear una experiencia que conecte con los atributos: Alta tecnología, tranquilidad para los padres de mascotas y todo desde el celular. Esta alianza nos permitirá también sumar un canal más de comunicación al plan.</p>														

Promoción	<p>La promoción y comunicación de Tractive Chile concentra la mayor parte de nuestros esfuerzos en la fase 1 dónde la estrategia comunicacional será destacar los principales atributos de Tractive hacia el segmento objetivo, dónde realizan acciones para plasmar en cada uno de los contactos los atributos de la marca como: seguridad para los dueños de mascotas, alta tecnología y preocupación real de nuestra marca por el bienestar de la mascota serán claves.</p> <p>En esta fase y en esta variable veremos piezas comunicacionales que apuntan en esta dirección y también acá las mascotas siempre tendrán un rol activo y estarán haciendo actividades cotidianas con sus familias, actividades al aire libre y paseos, para lograr así plasmar la cercanía que permite tener la aplicación con cada uno de los padres de mascotas.</p> <p>Dentro de esta variable se despliegan las acciones:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Alianzas con clínicas veterinarias de Santiago.2. La participación Expo Mascota 2024, Expo Petcare 2024, Expo Canina y eventos no menos de 10 eventos municipales enfocado en mascotas en las comunas de Ñuñoa, Providencia, Las Condes, Vitacura, Lo Barnechea y La Reina.3. Estrategia de contenidos Influencers en las plataformas; Instagram y Tik Tok.4. Publicidad pagada en Redes Sociales:5. Lanzamiento sitio web: www.tractive.cl y acciones SEO y SEM que apuntan a posicionar rápidamente el sitio.6. Alianza estratégica con Super Zoo que nos permitirá estar presente en sus tiendas de la región metropolitana. Sumando un nuevo punto de contacto entre los clientes con nuestra marca y un nuevo canal de comunicación.7. Cyber Monday octubre, Black Friday noviembre y Navidad Tractive.
------------------	---



*Packaging producto



*Piezas pensadas para rr.ss.

DESGLOSE DE LAS ACTIVIDADES FASE 1- Lanzamiento Tractive llega a Chile.

Para aumentar el conocimiento de la marca Tractive entre los dueños de mascotas en Chile, se consideran las siguientes acciones tácticas.

1. Colaboraciones con clínicas veterinarias: Se estima que en Chile existen más de 3.200 veterinarias distribuidas en todo Chile³¹ por lo mismo vamos a seleccionar las 10 veterinarias de la región metropolitana más importante de la ciudad, buscando que sean nuestros embajadores de marca.

- **Estrategia:** Haremos entrega de nuestro producto Tractive para monitorear paciente hospitalizado a las 10 veterinarias más reconocidas de Santiago para que estos a su vez puedan desde su vereda monitorear a sus pacientes.

Esta colaboración permitirá a las clínicas estar a la vanguardia tecnológicamente respecto a otros especialmente con pacientes complejos que requieren cuidados especiales en casa y por el lado de Tractive nos permitirá vincularnos con el mundo de la salud desde adentro.

- **Táctica 1:** Las veterinarias podrán entregar un código promocional a todos los pacientes que hayan sido monitoreados con Tractive, para que estos puedan comprar en la página Web.

³¹ (S. f.-d). Forbes.cl. Recuperado 7 de abril de 2024, de <https://forbes.cl/negocios/2023-09-07/un-mercado-cada-vez-mas-human-friendly-el-boom-de-la-industria-de-cuidados-de-mascotas-en-chile>

- **Táctica 2:** Se realizará una alianza de Co-marketing, Tractive entregará material POP de nuestros productos para incorporar dentro de las veterinarias y por nuestra parte comunicaremos en redes sociales y nuestra Web el nombre de las veterinarias que utilizan Tractive.
- **Métrica:** Cantidad de compras realizadas bajo el código de Veterinarias.

2. Evento de Mascotas:

- **Estrategia:** Participaremos en los eventos más relevantes de mascotas en Chile, en este punto la **Expo Mascota 2024** es un imperdible para nuestra marca y nos permitirá llegar a 25.000³² dueños de mascotas en Chile. También seremos parte de la **Expo Petcare, Expo Canina** y de los diferentes eventos municipales enfocado en mascotas en las comunas de Ñuñoa, Providencia, Las Condes, Vitacura, Lo Barnechea y La Reina³³.
- **Táctica 1:** Stand de la marca donde los dueños de mascotas puedan probar Tractive y aprender más sobre sus características y beneficios, siendo registrados en la base de datos-
- **Táctica 2:** Experto de la marca que hable sobre la llegada de Tractive a Chile y las nuevas funcionalidades que se ofrecen.
- **Métrica:** Registro de participantes del evento inscritos en la newsletter de Tractive.

3. Estrategia de Redes Sociales

Estrategia: Construir una fuerte presencia en redes sociales de Tractive en Chile, con un tono comunicacional y un estilo diferenciado para cada RR.SS. dónde el foco será la llegada de Tractive a Chile y la apertura de estas nuevas RR.SS. con ese sello más local, se crean las cuentas con el apellido Chile @Tractive_chile.

Táctica 1: Publicar contenido que sea relevante y atractivo para los dueños de mascotas de Chile, en las plataformas Tik Tok, Instagram y Facebook. Cada contenido se deberá conectar de forma única con los potenciales clientes y deberá ser diferenciado entre cada plataforma. El tono, estilo y las respuestas tendrán una personalidad única por plataforma, dónde se

³² Expo Mascotas y Animales. (2021, septiembre 20). Expo Mascotas y Animales. <https://www.expomascotasyanimales.com/>

³³ Acuña, G. (2021, noviembre 24). *Los grupos socioeconómicos en Chile*. Percepciones Económicas. <https://www.percepcioneseconomicas.cl/desarrollo-economico/los-grupos-socioeconomicos-en-chile>

trabjará los atributos de la propuesta de valor como la tranquilidad, bienestar, seguridad y siempre atento a la contingencia nacional en torno a las mascotas.

Táctica 2: Generación de contenido sobre historias de clientes y sus mascotas, trends, reels, consejos de expertos para el cuidado de mascotas, content creator creativos, actualizaciones sobre nuevas características o mejoras del producto, videos, entrevistas, unboxing, entre otros.

Táctica 3: Crear anuncios pagados atractivos que destacan las características y beneficios de Tractive, de forma segmentada para llegar a la audiencia segmentada.

Métricas: Tasa de crecimiento de seguidores, engagement, CTR y tráfico al sitio desde redes sociales.

$$Tasa\ de\ crecimiento = \frac{Seguidores\ nuevos}{Número\ de\ seguidores} \times 100$$

$$Publicaciones = \frac{Me\ gusta + comentarios}{Número\ de\ seguidores} \times 100$$

$$Historias = \frac{Visualizaciones + comentarios}{Número\ de\ seguidores} \times 100$$

$$Videos = \frac{Visualizaciones + Me\ gusta + comentarios}{Número\ de\ seguidores} \times 100$$

$$CTR = \frac{Clics}{Impresiones} \times 100$$

4. Influencers:

- **Estrategia:** Co-creación con influencers y con las personalidades más influyentes de Chile para la generación contenido atractivo y de valor para nuestra marca, dónde el principal requisito será que estas personas tengan una genuina vinculación con su mascota.
- **Táctica:** Agresivas campañas de colaboración o patrocinio con estos influencers y micro influencers para el lanzamiento de la marca en Chile.
- **Métrica:** Engagement sobre un 3%

$$\text{Publicaciones} = \frac{\text{Me gusta} + \text{comentarios}}{\text{Número de seguidores}} \times 100$$

$$\text{Historias} = \frac{\text{Visualizaciones} + \text{comentarios}}{\text{Número de seguidores}} \times 100$$

$$\text{Videos} = \frac{\text{Visualizaciones} + \text{Me gusta} + \text{comentarios}}{\text{Número de seguidores}} \times 100$$

Influencers TIK TOK e Instagram: Los siguientes perfiles son altamente vistos por dueños de perros y gatos en Chile, la gran fortaleza de ellos pese a que no son masivamente conocidos por la opinión pública en general, si son percibidos como referentes y líderes en sus comunidades y grupos.

A continuación, los nombres y perfiles con los que trabajaremos.



michibimbo10

Michi Bimbo 🌈

Seguir

122 Siguiendo 51.7K Seguidores 983.1K Me gusta

Hola! Soy Bimbo 🐾 A veces soy catador de snacks y catmodel ✨



oyarzuns

gabriela

Seguir

!99 Siguiendo 3760 Seguidores 60.8K Me gusta

J: @g_oyarzuns



josieeflor

Josiee Flores

Seguir

238 Siguiendo 373 Seguidores 254.7K Me gusta

Estoy haciendo lo mejor que puedo



polo_shihtzu

Instagram: @Polo_shihtzu 😊

Seguir

56 Siguiendo 2740 Seguidores 8898 Me gusta

Instagram:

📍 @polo_shihtzu

📍 Santiago, Chile

VOTA POR POLO 🗳️

🌐 www.clubdeperrosygatos.cl/a...



karinatinga10

Karina♥tingafiu 📍

Seguir

1127 Siguiendo 1588 Seguidores 137.7K Me gusta

Madre de Tiko 🐾



brida_tony_lili

BRIDA_TONY_LILI

Seguir

1528 Siguiendo 15.1K Seguidores 827.5K Me gusta

CLECCO



chile_iggy

Chile, Luna y Lorenzo

Seguir

87 Siguiendo 176.7K Seguidores 9.1M Me gusta

Un galgo, gatos, cuervos y urracas 🐾

También en Instagram



sr_rokuu

Sr_roku 🐶

Seguir

1146 Siguiendo 20.8K Seguidores 314.4K Me gusta

Soy roku 🐶 3 añitos 🐾

Me gustan las manzanas 🍏

En IG: @sr_roku

Chileno CL



tinihuskysiberianoficial

🐶 Tini Husky Siberiano 🐾🐾

Seguir

8 Siguiendo 239.6K Seguidores 667.4K Me gusta

SOY LA PRINCESA TINI CARLOTTA 🐶👑🐾

📍 CL SIGUEME 🐾
📍 Siguiendo 247.4K Seguidores 4.7M Me gusta

Hola, me llamo simba como el rey leon 🐾👑

Ig: Golden_simba25

← **thor_el.dog**



627 publicaci... 13.7 mil seguidores 7,097 seguidos

⚡🐾 THOR el DOG 🐾🔨

Bloguero(a)

MESTIZO 🇨🇱

VIKING

Amo las bandanas 🧢

Guía espiritual de mi humana

@la_rosita_rodriguez 💕🐾

Ver traducción



8,774 posts 1.7M followers 612 following

★ Michis Chilean ★

-Michis que encontramos por ahí 🐾
 -Michis para alegrarte el día 😊
 -Publicidad y Aportes al DM 📩🏠👤❤️
 -Cuenta secundaria @animalitos_chilean 📧
 🌐 www.tiktok.com/@michis_chilean

Followed by lorenatognia.estilista, alelinaresff, pauvaldiv + 32 more

← soyunagema 🐾 ⋮



240 **14.2 mil** **38**
 publicaci... seguidores seguidos

Gema 💎🐾
 Bloguero(a)

Soy una Gema del infinito 🐾
 De Chile 🇨🇱 pal mundo 🌍🐾
 ~ Viña del mar, Chile 🇨🇱📍
 ~ 1 año 🐾
 ~ Comida 🍖❤️
 ~ Peluches de patos 🦆❤️
 Ver traducción

← brunis_poplin 🐾 ⋮



456 **10.7 mil** **7,218**
 publicaci... seguidores seguidos

Bruno 🐾

Figura pública

🏠Extremadamente regalón 😊

Embajador @colitasfelices_Is @cachorreiros_oficial
 @braku_pet

❤️Integrante de @altercan.chile 🐾

5. Lanzamiento sitio web y acciones SEO y SEM

Estrategia: Aumentar las visitas de nuestra web de forma orgánica y pagada.

- **Táctica 1 SEO:** Establece un calendario de contenido para nuestro sitio web dónde estén presente los principales hitos del año.
- **Táctica 2 SEM:** Identificar las KeyWord más adecuadas para la marca enfocada en los atributos de Tractive, para diseñar landing page y campañas de google. Ejemplo: GPS, rastreadores, bienestar animal, etc.
- **Métricas:** Tráfico orgánico, CTR, Costo por clic

$$CPC = \frac{\text{Costo del anuncio}}{\text{Número de Clics}}$$

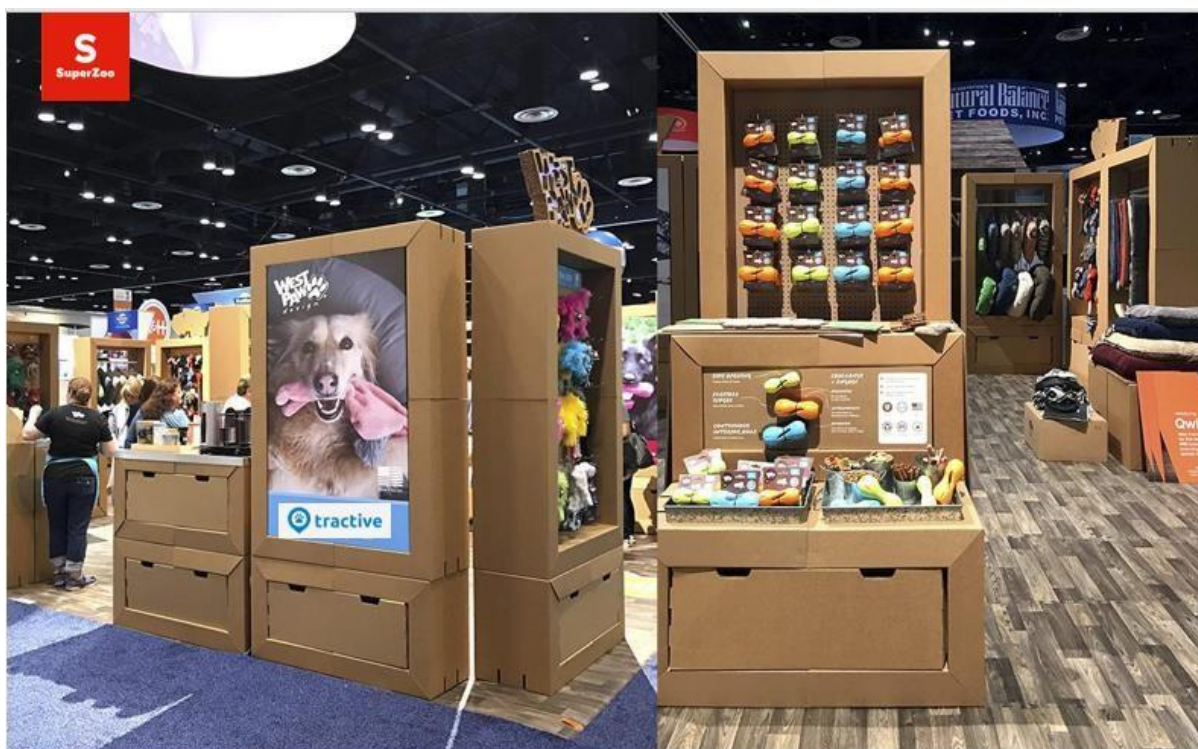
$$CTR = \frac{\text{Clics}}{\text{Impresiones}} \times 100$$

6. Alianza estratégica Super ZOO:

- **Estrategia:** Super Zoo es la marca con la mayor cantidad de tiendas físicas de mascotas, para el 2023 cuentan con 50 en todo Chile³⁴ con un target orientado a segmentos medios y altos, por lo mismo realizaremos una alianza exclusiva con ellos para que estemos presente en sus tiendas con un córner.
- Ventaja para Super ZOO alianza con la marca más moderna de rastreo de mascotas, visibilidad de super Zoo en las comunicaciones de Tractive Chile. Descuento exclusivo al comprar el dispositivo mediante la cadena Super Zoo, 30% OFF.
- Ventajas para Tractive Chile, contar físicamente con una cadena a nivel nacional, acercar la marca y los atributos a los clientes de forma presencial, dándole la posibilidad a clientes más indecisos de ver el producto, tocarlo y despejar posibles dudas antes de comprarlo.
- **Táctica:** Se realizará la comunicación oficial de Super ZOO contando sobre este lanzamiento en sus canales oficiales de comunicación y también en el punto de venta de las 15 tiendas en la comuna de Ñuñoa, Providencia, Las Condes, Vitacura, Lo Barnechea y La Reina. Contaremos con una góndola o córner atractivo que presente la marca y nuestros principales atributos.



³⁴ (S. f.-e). Www.df.cl. Recuperado 7 de abril de 2024, de <https://www.df.cl/empresas/industria/superzoo-apunta-a-triplicar-sus-tiendas-de-mascotas-en-chile-con-plan>



*imágenes referenciales interior Super Zoo.

7. Cyber Monday octubre, Black Friday noviembre y Navidad Tractive.

- **Estrategia:** Durante el último Q del 2024 octubre, noviembre y diciembre, desplegamos con fuerza la campaña **Regala Tractive** la que tendrá mensajes alusivos al bienestar de las mascotas y la tranquilidad que los dueños tendrán con el dispositivo, dónde vestiremos principalmente nuestros espacios digitales de esta iniciativa, medios pagados y haremos que los dueños de mascotas vean a Tractive como el regalo ideal para su mascota. Volviendo el producto altamente aspiracional y deseable en el grupo objetivo.
- **Táctica 1:** 40 % de la inversión mensual en redes sociales, estará enfocado en la semana del evento, con contenido dirigido.
- **Táctica 2:** vestir el sitio completamente con una propuesta de diseño diferenciada que logre plasmar la identidad del evento. (hay que considerar que no seremos tienda oficial de la cámara de comercio, por lo que tendremos que ser creativos en nombre del evento dentro de nuestro sitio.)

Ilustración 9 Fecha Campañas

Evento	Mes	Fecha campaña
Cyber Monday	Octubre	Primera semana del mes
Black Friday	Noviembre	Última semana del mes
Navidad	Diciembre	Dos primeras semanas del mes

Fuente: Elaboración propia 2024

- **Métrica:** Impresiones CPM, CTR y CPC.

$$CPM = \frac{\text{Costo}}{\text{Impresiones}} \times 1000$$

$$CPC = \frac{\text{Costo del anuncio}}{\text{Número de Clics}}$$

$$CTR = \frac{\text{Clics}}{\text{Impresiones}} \times 100$$

FASE 2 Suscripción Tractive premium

La siguiente fase se desarrollará los meses de enero, febrero y marzo de 2025, dónde por un lado centramos nuestros esfuerzos ahora en empujar por todos nuestros canales la suscripción al plan premium, para que de esta forma los potenciales clientes sean persuadidos por las funcionalidades de nuestro producto y servicio, para esto, en esta fase se desarrollan 7 P's de marketing realizando esfuerzos en cada uno de los ámbitos, y por otra parte esta fase también contempla una serie de actividades comunicacionales que se detallan en las siguientes páginas para el logro de los objetivos fijados.

Resumen de las principales acciones del mix de marketing en esta fase 7P's

Ilustración 11 Marketing Mix 7P



Fuente: Elaboración propia 2024

Desglose de las acciones del mix de marketing fase 2 considerando las 7P's

<p>Producto</p>	<p>En esta fase se potenciará ya no el producto físico, sino que la suscripción de Tractive la que se maneja mediante una aplicación en el celular Android o iOS, la cual permite hacer uso de funcionalidades únicas que ninguno de nuestros competidores posee, como, por ejemplo: Monitorear la salud de tu mascota, crear cercos virtuales, seguimiento ante posibles cambios en el sueño, como también el seguimiento de la actividad y descanso de la mascota.</p> <p>Al potenciar la aplicación y la suscripción a nuestro servicio premium en esta fase, se destacará en los consumidores los siguientes atributos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Live Tractive ilimitado, recibes actualizaciones en tiempo real cada 2 – 3 segundos. • Puedes configurar zonas delimitadas que al ser sobrepasadas te genera una alerta anti-fuga para evitar que se pierda. • Registro de actividad y sueño, con funciones especializadas en el bienestar de la mascota, informando cambios de sueño o cambios en la actividad habitual de tu peludo. • Compartir la información con tus familiares para que todos puedan seguir los pasos de tu mascota. • Cobertura mundial, lo cual te permite viajar con tu mascota a otros 175 países y aun así poder seguir monitoreando su estado de salud y paseos. • Se lleva un registro de 365 días del historial de ubicaciones.
<p>Precio</p>	<p>En este ámbito se cuenta con un set de precios de suscripción para las distintas realidades de los clientes, los precios de la suscripción Tractive están disponible tanto para planes básicos \$12.990 mensual o \$6.990 anual, con 3 de los principales atributos (ver infografía) mientras que la</p>

versión premium anual \$7.990 o \$6.990 pagando 2 años, te entrega acceso a todas las funcionalidades diferenciadores de Tractive (ver infografía). Si analizamos los precios, indudablemente nos parecerá que pagar la versión básica nos limita con cuantas funcionalidades por lo que termina siendo precio señuelo apropiado para que los clientes vean como una oportunidad pagar la suscripción premium que incluye más funcionalidades,



*Infografía precios actualizada Tractive Chile

Plaza

En esta fase y como hemos explicado el foco será la suscripción a Tractive premium, por supuesto sin dejar de lado la venta del producto, pero con foco 80% en la suscripción, para acceder a Premium el cliente podrá realizarlo mediante las distintas plataformas digitales como Google Play y APP store, acá cobra alta relevancia las mismas recomendaciones y evaluaciones que han hecho otros usuarios,

Adicionalmente el canal físico que nos entrega la alianza con Super Zoo y sus 50 tiendas a nivel nacional, nos permitirá vestir las góndolas con comunicación que resalte más que nunca la compra del producto atada a la suscripción. Ejemplo comunicación: Suscríbete a Tractive y ten la tranquilidad para ti y tu mascota.

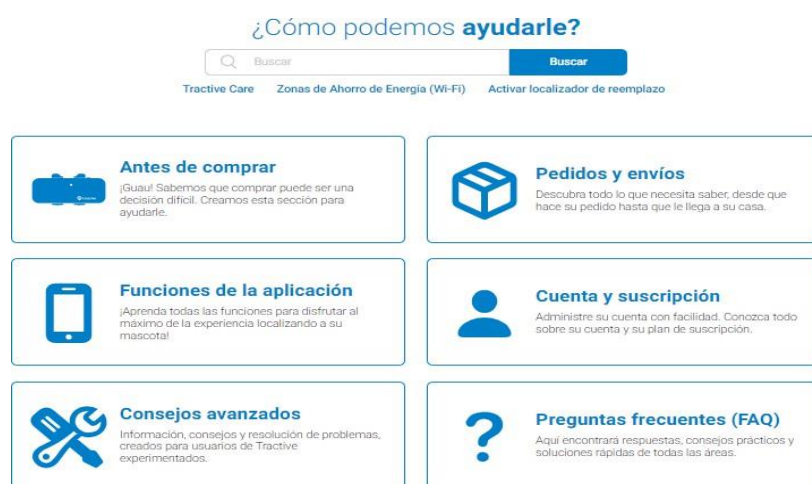
<p>Promoción</p>	<p>La promoción tendrá un foco 90% sobre las ventajas de estar suscrito a Premium con los atributos antes mencionados.</p> <p>El tono y estilo comunicacional será destacar los principales atributos de Tractive premium, además de los valores basados en la seguridad, confianza y cercanía entre las mascotas y sus padres humanos.</p> <p>Dado a la estacionalidad verano 2025 la comunicación y la construcción piezas digitales deberá tener el rol de mostrar a las mascotas haciendo actividades cotidianas con sus familias, actividad física, entre otras, para lograr plasmar la cercanía que permite tener la aplicación con cada uno de los padres de mascotas.</p> <p>El mix de medios de comunicación de Tractive Chile contempla:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medios digitales como Google performance, Facebook, Ads y display e Influencers. • Tik, Tok, Instagram, Facebook, Sitio web, Email Marketing. • Campaña de referidos, refiere a tus amigos y obtendrán 30% de descuento en la compra del producto y tú que refieres tendrás 2 meses gratis de Tractive Premium. • Campaña comunicación agresiva ¡Suscríbete a premium! • Super Zoo campaña en las 50 tiendas incentivando la compra del producto y suscribiendo Tractive Premium. • Participación en eventos claves mascotas Q1 2025 con foco en la creación de experiencias demostrativas de nuestros productos, mostrando en vivo las funcionalidades de Tractive Premium.
<p>Personas</p>	<p>Para el lanzamiento de la marca en Chile, se hace vital contar con un equipo totalmente capacitado en cada punto de contacto con el potencial cliente y con los clientes que vamos a conseguir, por lo mismo se establecen la siguiente estructura de proveedores externos que responderá a cada necesidad de forma específica: Agencia creativa: Agencia que nos proveerá de todo el material creativo, piezas para todas las plataformas incluido emails, adaptaciones, contenido de marca, acciones disruptivas y que nos</p>

acompañará en ambas fases, también se hace cargo de todo los influencers que se describen en este plan.

Tractive HELP: Proveedores web que nos permitirán dar ayuda en línea a distintos problemas técnicos y específicos que tengan los clientes, desde la configuración hasta problemas con el pago de nuestra suscripción, si bien es un servicio web el equipo podrá dar seguimiento y establecer mejoras en las respuestas de los clientes e ir evaluando los casos con más alta repitencia.


Community manager: Este rol es vital ya que tendrá que hacerse cargo de la mensajería de redes sociales y abordar y resolver todas las preguntas y preocupaciones de los padres de mascotas puedan tener. En este punto no estará solo o sola y trabajará con un equipo técnico a quién podrá derivar los casos más complejos con un máximo de 2 días hábiles de respuesta ante los requerimientos.


Productora BTL: La puesta de escena de nuestra marca en los eventos y punto de contacto con los clientes debe ser impecable, para eso contrataremos una productora que tenga experiencia moderada pero hartas ganas de hacer cosas nuevas en las distintas acciones y que hayan trabajado previamente con mascotas. La productora se hará cargo de la audición de anfitriones, enseñará el proceso de onboarding y de contar con materiales físicos en cada evento.




*Help web Tractive 24/7

<p>Proceso</p>	<p>El proceso de compra y de uso del producto y aplicación de Tractive son sencillos y en simples pasos, se ha construido para que cualquier usuario pueda tanto descargar la APP y configurar el dispositivo. El sitio web y los procesos de onboarding de la plataforma, están pensados con una lógica intuitiva y simple, desde la navegación en el sitio, el acceso a la información, formas de pago seguras y los tiempos cortos de despacho. Todo esto en conjunto siempre cuidando la experiencia del usuario y el viaje del cliente en todo el proceso, entregando seguridad en todo el proceso.</p>															
<p>Evidencia física</p>	<p>Tractive es una marca de gran reconocimiento en el continente Europa y Norteamérica, que destaca por las características propias del producto y el uso de la aplicación, cuenta con acceso en más de 175 países.</p> <p>Su evaluación en las opiniones de los usuarios es de 4,6 estrellas en un máximo de 5.</p> <div data-bbox="432 1059 1366 1431" style="border: 1px solid #ccc; padding: 10px; margin: 10px 0;"> <p>Opiniones ★ 4,6 19.692 en total</p> <table border="0"> <tr> <td><input type="checkbox"/> 5 estrellas</td> <td><div style="width: 75%; background-color: black;"></div></td> <td>75 %</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 4 estrellas</td> <td><div style="width: 15%; background-color: black;"></div></td> <td>15 %</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 3 estrellas</td> <td><div style="width: 3%; background-color: black;"></div></td> <td>3 %</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 2 estrellas</td> <td><div style="width: 2%; background-color: black;"></div></td> <td>2 %</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 1 estrella</td> <td><div style="width: 5%; background-color: black;"></div></td> <td>5 %</td> </tr> </table> </div>	<input type="checkbox"/> 5 estrellas	<div style="width: 75%; background-color: black;"></div>	75 %	<input type="checkbox"/> 4 estrellas	<div style="width: 15%; background-color: black;"></div>	15 %	<input type="checkbox"/> 3 estrellas	<div style="width: 3%; background-color: black;"></div>	3 %	<input type="checkbox"/> 2 estrellas	<div style="width: 2%; background-color: black;"></div>	2 %	<input type="checkbox"/> 1 estrella	<div style="width: 5%; background-color: black;"></div>	5 %
<input type="checkbox"/> 5 estrellas	<div style="width: 75%; background-color: black;"></div>	75 %														
<input type="checkbox"/> 4 estrellas	<div style="width: 15%; background-color: black;"></div>	15 %														
<input type="checkbox"/> 3 estrellas	<div style="width: 3%; background-color: black;"></div>	3 %														
<input type="checkbox"/> 2 estrellas	<div style="width: 2%; background-color: black;"></div>	2 %														
<input type="checkbox"/> 1 estrella	<div style="width: 5%; background-color: black;"></div>	5 %														

Excelente 


En base a 19.692 opiniones en 

 Por invitación

Sonia Matamoros Lopez, 4 febrero

Con Tractive estoy mucho mas tranquila...

Con Tractive estoy mucho mas tranquila porque en cualquier momento puedo saber donde estan mis compañeros de cuatro patas. Una persona que conozco perdió a su perrito y nunca volvió a saber de él. Han sufrido mucho esta pérdida. Si hubieran tenido a Tractive lo hubieran podido encontrar.



Axi, 4 diciembre

Producto recomendable. Igual que la marca.

Estamos contentos con el dispositivo Tractive. Al de pocos días de tener a nuestro perro se escapó y aunque apareció al de dos noches el susto fue enorme. A raíz de aquello nos recomendaron esta marca y ha sido todo un acierto. El dispositivo cumple con nuestras expectativas y el servicio de atención al cliente es estupendo. Nos resolvieron nuestro problema en muy poco tiempo. Recomendamos esta marca al 100%.

**Opiniones de la APP Tractive basada en 19.692 usuarios*

DESGLOSE DE LAS ACTIVIDADES FASE 2- Suscripción Premium.

Tal como lo hemos definido como parte del plan, esta fase presenta acciones específicas que nos permita dar fuerza y potenciar el servicio Tractive premium, por lo mismo las siguientes acciones nos conducen hacia ese camino con acciones concretas que complementan la primera fase.

- 1) Acción en RR. SS: Influencer Tractive destacando la suscripción anual a Tractive

Estrategia: Sumar la mayor cantidad de influencers que creen contenido que potencie la suscripción a Tractive de forma anual con incentivos para los influencers para así asegurarnos un alto alcance y conversión de estas acciones.

Táctica: Crear códigos diferenciados por influencer, que permita suscribirse en base a su código que comunique en los contenidos en las diferentes redes sociales.

Métrica: Engagement sobre un 3%

$$Publicaciones = \frac{Me\ gusta + comentarios}{Número\ de\ seguidores} \times 100$$

$$Historias = \frac{Visualizaciones + comentarios}{Número\ de\ seguidores} \times 100$$

$$Videos = \frac{Visualizaciones + Me\ gusta + comentarios}{Número\ de\ seguidores} \times 100$$

2) Campaña ¡Suscríbete!

Estrategia: Creación de distintos contenidos diferenciados que ayuden a los dueños de mascotas (perros y gatos) a entender las distintas formas de uso que tiene el dispositivo mediante la suscripción.

Táctica 1: Crearemos, distintos videos y otros un set de contenido diferenciada tanto para perros y gatos, Mientras que para el gato será full cuidado y salud, para el perro será de exteriores, aire libre, aventura y contacto con la naturaleza, impulsados con la inversión en Meta.

Táctica 2: Videos testimoniales de usuarios comunes que explicará cómo Tractive los ha ayudado a ellos como padres de mascotas a cuidarlos mejor.

Métricas: Alcance, engagement, interacciones.

$$Publicaciones = \frac{Me\ gusta + comentarios}{Número\ de\ seguidores} \times 100$$

$$Historias = \frac{Visualizaciones + comentarios}{Número\ de\ seguidores} \times 100$$

$$Videos = \frac{Visualizaciones + Me\ gusta + comentarios}{Número\ de\ seguidores} \times 100$$

3) Campaña referidos:

Estrategia: Durante el primer Q1 de 2025 incentivamos que los propios usuarios inviten a otros usuarios, obteniendo un 30% para la persona que compre el dispositivo, mientras que el ya cliente activo nuestro recibirá dos meses gratis de servicio premium.

Táctica: Principalmente por email y sitio WEB nuestros ya clientes recibirán esta campaña con refuerzo durante todo este periodo, con mensajes alusivos a aprovechar a ser parte de esta campaña. Para esto también construiremos una landing especial en nuestro sitio web.

Métrica: Visita al landing, nuevos leds, nuevos clientes, apertura de Emailing.

$$Tasa\ apertura = \frac{Correos\ abiertos}{Correos\ enviados} \times 100$$

$$CTR = \frac{Clicks}{Impresiones} \times 100$$

Recomiéndenos: ¡30% de descuento para sus amigos en la compra del localizador Tractive GPS!

**Ejemplo promoción referidos.*

4) Participación en eventos mascotas Q1 2025

Estrategia: participar en diferentes actividades recreativas que sean Pet Friendly, aprovechando la estación del año del Q1 de 2025.

Táctica: Realizar demostraciones con las mascotas en vivo, entregando información relevante sobre los cuidados y registrando a los padres de mascota al Newsletter de Tractive Chile.

Métrica: Cantidad de nuevos usuarios para nuestra base de datos.

Modelo CANVAS

Resumen modelo de negocios TRACTIVE en modelo CANVAS y su llegada a Chile con las actividades de Marketing previstas en este plan.

Ilustración 13 Modelo CANVAS



Fuente: Elaboración propia 2024

Carta Gantt de las acciones fase 1 y fase 2 2024 y 2025

Ilustración 14 Carta Gantt

Acciones	Soportes	FASE 1												FASE 2																
		Octubre					Noviembre					Diciembre		Enero					Febrero				Marzo							
		S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S5	
Digital	Google (SEM - Ads y Display)	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█															
	Meta (Ads y Display)	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█															
Influencer	Creación de contenido para Instagram, Tik Tok y Facebook.															█	█	█	█	█	█	█	█	█	█					
Super Zoo	Elemento POP y gráficas publicitarias.															█	█	█	█	█										
Eventos	Productora BTL, Stand, merchandising y promotores																													
Sitio Web	Mantenimiento (medios de pagos, transporte, sitio)	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█															
Recurso externo	Agencia creativa	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█															
	Community Manager	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█															
Digital	Soporte técnico	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█															
	Google (SEM - Ads y Display)															█	█	█	█	█	█	█	█	█	█					
	Meta (Ads y Display)															█	█	█	█	█	█	█	█	█	█					
Mailing	Campañas Mailing Referidos																													

Fuente: Elaboración propia 2024

Valorización

Se valorizan las distintas iniciativas tanto de la Fase 1 y Fase 2 de este plan con una valorización total de \$137.000.000 CLP que nos permitirá desplegar ambas fases de este plan, a continuación, presentamos el detalle:

Ilustración 15 Valorización

Inversión	Soportes	Objetivo	FASE 2															Presupuesto					
			Enero					Febrero					Marzo										
			S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5						
Digital	Google (SEM - Ads y Display)	Awareness	█	█	█	█	█																\$8.000.000
	Meta (Ads y Display)	Awareness + conversión	█	█	█	█	█																\$12.000.000
Influencer	Creación de contenido para Instagram, Tik Tok y Facebook.	Awareness																					\$7.000.000
Eventos	Productora BTL, Stand, merchandising y promotores	Awareness																					\$25.000.000
Mailing	Campañas Mailing Referidos		█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█						\$4.500.000
Recurso externo	Agencia creativa		█	█	█	█	█																\$9.000.000
	Community Manager		█	█	█	█	█																\$4.500.000
	Soporte técnico		█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█						\$4.500.000
																		\$74.500.000					

Inversión	Soportes	Objetivo	FASE 1												Presupuesto							
			Octubre					Noviembre					Diciembre									
			S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4						
Digital	Google (SEM - Ads y Display)	Awareness	█	█	█	█	█															\$10.000.000
	Meta (Ads y Display)	Awareness + conversión	█	█	█	█	█															\$6.000.000
Influencer	Creación de contenido para Instagram, Tik Tok y Facebook.	Awareness																				\$5.000.000
Super Zoo	Elemento POP y gráficas publicitarias.	Conversión																				\$10.000.000
Eventos	Productora BTL, Stand, merchandising y promotores	Awareness																				\$12.000.000
Sitio Web	Mantenimiento (medios de pagos, transporte, sitio)	Performance	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█						\$6.000.000
Recurso externo	Agencia creativa	Performance	█	█	█	█	█															\$9.000.000
	Community Manager	Performance	█	█	█	█	█															\$4.500.000
															\$62.500.000							

Fuente: Elaboración propia 2024

Conclusión

Como hemos visto, en este plan de marketing se busca introducir la marca Tractive GPS al mercado chileno, marca que es líder en el rastreo y monitoreo de salud en mascotas en Europa y que cuenta con una gran trayectoria y reconocimiento por parte de los usuarios.

¿Porque nuestro país? Dado a que la industria de las mascotas específicamente en Chile ha ido en constante crecimiento los últimos 5 años, fenómeno que sigue al alza y que la pandemia también aportó mucho en este desarrollo, con tasas de crecimiento en todas las categorías incluido; alimentos, servicios, como también los distintos accesorios que las mascotas tienen (Los dispositivos Tractive GPS se incluye dentro de esta categoría). Alza que se espera siga creciendo con ingresos de hasta 3.253. millones de dólares en 2032 en nuestro país.

Lo anterior, sumado también a que el comportamiento de las personas y sus mascotas se encuentra en uno de los puntos más alto, dónde se ve reflejado en el reciente estudio de la *CADEM Chile el país que viene*, dónde se nos brinda evidencia cuantitativa sobre el estrecho vínculo emocional de los chilenos con sus mascotas, realidad que se refleja con fuerza en los segmentos más jóvenes, siendo hoy las mascotas considerados como parte de fundamental de la familia.

Dentro de los distintos análisis, se logra identificar la baja competitividad que existe hoy en día en Chile, si bien hay marcas que tienen rastreadores GPS su finalidad no está enfocada en mascotas, ni tampoco en el monitoreo de salud, punto fundamental en la propuesta de valor de la marca, ya que su diferenciación es en el monitoreo de hábitos de salud, comportamiento y horas de sueño, datos que pueda permitir alertar alguna anomalía en las mascotas, para prevenir futuras enfermedades.

En base a lo expuesto, la posición de Chile hoy en día es favorable, las leyes de tenencia responsable, la evolución en el comportamiento de las personas con empatía y responsabilidad hacia las mascotas, la adopción tecnológica y la economía, nos hace sentido que Chile está preparado para recibir esta innovación para hacerla parte de sus vidas.

El plan de marketing con dos fases y sus distintas iniciativas que se despliegan con fuerza en 6 meses en total, nos asegurarán un sólido posicionamiento de la marca, un genuino vínculo con los padres de mascotas en Chile en los segmentos dónde nos interesa estar y apostamos a alcanzar un 20% de Brand awareness luego del primer año de introducción de la marca.

Con esto se intenta asegurar y ocupar una posición de líder de la categoría que dicte las bases para

cualquier competidor actual o futuro que quiera ingresar a esta categoría de rastreadores de mascotas en Chile.

Bibliografía

2023 fue el año con menos nacimientos en Chile en la última década. (2024, enero 23). *El Mostrador*. <https://www.elmostrador.cl/braga/2024/01/23/2023-fue-el-ano-con-menos-nacimientos-en-chile-en-la-ultima-decada/>

Deutsche Welle. (2021, septiembre 14). *Impuesto sobre perros genera recaudación récord en Alemania*. Deutsche Welle. <https://www.dw.com/es/impuesto-sobre-los-perros-genera-recaudaci%C3%B3n-r%C3%A9cord-durante-la-pandemia-en-alemania/a-59183145>

Estas son las 9 razones por las que los chilenos no quieren tener hijos. (2023, septiembre 29). *La Tercera*. <https://www.latercera.com/tendencias/noticia/estas-son-las-9-razones-por-las-que-los-chilenos-no-quieren-tener-hijos/MYVGCXS7PFFUVCUTD5Y5ZWF6EQ/>

Informe de Política Monetaria. (s. f.). Banco Central de Chile. Recuperado 7 abril de 2024, de <https://www.bcentral.cl/web/banco-central/areas/politica-monetaria/informe-de-politica-monetaria>

Ley de protección de datos en Chile: ¿En qué consiste? (s. f.). Entel Comunidad Empresas. Recuperado 7 de abril de 2024, de <https://ce.entel.cl/articulos/ley-de-proteccion-de-datos-en-chile/>

Marketresearchreports.com. (s. f.). Market Research Reports® Inc. Recuperado 7 de abril de 2024, de <https://www.marketresearchreports.com/countries/chile>

Primer estudio de población animal en Chile revela que hay 12 millones de perros y gatos con dueños y 4 millones sin supervisión. (s. f.). Gobierno de Chile. Recuperado 7 abril de 2024, de <https://www.gob.cl/noticias/primer-estudio-de-poblacion-animal-en-chile-revela-que-hay-12-millones-de-perros-y-gatos-con-duenos-y-4-millones-sin-supervision/>

Recio, E. (2021, julio 27). *Los españoles ya tienen más animales que hijos: 13 millones de mascotas duplican a los niños*. El español. https://www.elespanol.com/reportajes/20210727/espanoles-animales-hijos-millones-mascotas-duplican-ninos/599440689_0.html

Tractive DOG XL adventure edition. (s. f.). Tractive. Recuperado 7 de abril de 2024, de <https://tractive.com/es/pd/gps-tracker-dog-xl-adventure>

TVN. (s. f.). *Chilenos prefieren gatos: Registro Nacional de Mascotas reveló aumento en adopción de felinos.* TVN. Recuperado 7 de abril de 2024, de <https://www.tvn.cl/entretencion/tendencias/chilenos-prefieren-gatos-registro-nacional-de-mascotas-revelo-aumento-en-adopcion-de-felinos-5193958>

(S. f.-a). Recuperado 7 de abril de 2024, de <http://https://www.gob.cl/noticias/primer-estudio-de-poblacion-animal-en-chile-revela-que-hay-12-millones-de-perros-y-gatos-con-duenos-y-4-millones-sin-supervision/>

(S. f.-b). Sap.com. Recuperado 7 de abril de 2024, de <https://www.sap.com/latinamerica/products/artificial-intelligence/what-is-iot.html>

24horas. (s. f.). *Mascotas: Arica y Parinacota es la región con menos animales registrados.* 24horas. Recuperado 7 abril de 2024, de <https://www.24horas.cl/tendencias/mascotas/mascotas-arica-y-parinacota-region-menos-registros>

2023 fue el año con menos nacimientos en Chile en la última década. (2024, enero 23). *El Mostrador.* <https://www.elmostrador.cl/braga/2024/01/23/2023-fue-el-ano-con-menos-nacimientos-en-chile-en-la-ultima-decada/>

Acuña, G. (2021, noviembre 24). *Los grupos socioeconómicos en Chile.* Percepciones Económicas. <https://www.percepcioneseconomicas.cl/desarrollo-economico/los-grupos-socioeconomicos-en-chile>

AirTag. (s. f.). Apple (CL). Recuperado 7 de abril de 2024, de https://www.apple.com/cl/shop/buy-airtag/airtag/1-unidad?afid=p238%7CsGNWQybvX-dc_mtid_1870765e38482_pcrd_677668079420_pgrid_155559172300_pntwk_g_pchan_online_pexid_&cid=aos-cl-kwgo-pla-btb--slid---product-MX532AM%2FA-CL

Biblioteca del Congreso Nacional. SIIT. (2005, enero 11). *Región metropolitana de Santiago.* Bcn.Cl. <https://www.bcn.cl/siit/nuestropais/nuestropais/region13/>

S. f.). lebschool.com. Recuperado 7 de abril de 2024, de <marketing/#:~:text=El%20azul%20se%20usa%20para,m%C3%A1s%20asociado%20con%2>

0la%20comunicaci%C3%B3n.

(S. f.-b). Forbes.cl. Recuperado 7 de abril de 2024, de <https://forbes.cl/negocios/2023-09-07/un-mercado-cada-vez-mas-human-friendly-el-boom-de-la-industria-de-cuidados-de-mascotas-en-chile>

BibGuru. (s. f.). Bibguru.com. Recuperado 7 de abril de 2024, de <https://app.bibguru.com/p/8031cd62-cadd-485a-80a8-777898818276>

(S. f.). Procomer.go.cr. Recuperado 7 de abril de 2024, de <http://sistemas.procomer.go.cr/DocsSEM/Oportunidades%20de%20comercializacion%20de%20articulos%20para%20mascotas%20en%20Chile%20v.final.pdf>

Primer estudio de población animal en Chile revela que hay 12 millones de perros y gatos con dueños y 4 millones sin supervisión. (s. f.). Gobierno de Chile. Recuperado 7 de abril de 2024, de <https://www.gob.cl/noticias/primer-estudio-de-poblacion-animal-en-chile-revela-que-hay-12-millones-de-perros-y-gatos-con-duenos-y-4-millones-sin-supervision/>

Primer estudio de población animal en Chile revela que hay 12 millones de perros y gatos con dueños y 4 millones sin supervisión. (s. f.). Gobierno de Chile. Recuperado 7 de abril de 2024, de <https://www.gob.cl/noticias/primer-estudio-de-poblacion-animal-en-chile-revela-que-hay-12-millones-de-perros-y-gatos-con-duenos-y-4-millones-sin-supervision/>

Recio, E. (2021, julio 27). *Los españoles ya tienen más animales que hijos: 13 millones de mascotas duplican a los niños.* El Español. https://www.elespanol.com/reportajes/20210727/espanoles-animales-hijos-millones-mascotas-duplican-ninos/599440689_0.html

Deutsche Welle. (2021, septiembre 14). *Impuesto sobre perros genera recaudación récord en Alemania.* Deutsche Welle. <https://www.dw.com/es/impuesto-sobre-los-perros-genera-recaudaci%C3%B3n-r%C3%A9cord-durante-la-pandemia-en-alemania/a-59183145>

TVN. (s. f.). *Chilenos prefieren gatos: Registro Nacional de Mascotas reveló aumento en adopción de felinos.* TVN. Recuperado 7 de abril de 2024, de <https://www.tvn.cl/entretencion/tendencias/chilenos-prefieren-gatos-registro-nacional-de-mascotas-revelo-aumento-en-adopcion-de-felinos-5193958>

Tractive DOG XL adventure edition. (s. f.) Tractive. Recuperado 7 de abril de 2024, de <https://tractive.com/es/pd/gps-tracker-dog-xl-adventure>

Marketresearchreports.com. (s. f.). Market Research Reports® Inc. Recuperado 7 de abril de 2024, de <https://www.marketresearchreports.com/countries/chile>

Informe de Política Monetaria. (s. f.). Banco Central de Chile. Recuperado 7 de abril de 2024, de <https://www.bcentral.cl/web/banco-central/areas/politica-monetaria/informe-de-politica-monetaria>

2023 fue el año con menos nacimientos en Chile en la última década. (2024, enero 23). *El Mostrador*. <https://www.elmostrador.cl/braga/2024/01/23/2023-fue-el-ano-con-menos-nacimientos-en-chile-en-la-ultima-decada/>

Estas son las 9 razones por las que los chilenos no quieren tener hijos. (2023, septiembre 29). *La Tercera*. <https://www.latercera.com/tendencias/noticia/estas-son-las-9-razones-por-las-que-los-chilenos-no-quieren-tener-hijos/MYVGCXS7PFFUVCUTD5Y5ZWF6EQ/>

(S. f.). Recuperado 7 de abril de 2024, de <http://tps://www.gob.cl/noticias/primer-estudio-de-poblacion-animal-en-chile-revela-que-hay-12-millones-de-perros-y-gatos-con-duenos-y-4-millones-sin-supervision/>

(S. f.-b) Sap.com. Recuperado 7 de abril de 2024, de <https://www.sap.com/latinamerica/products/artificial-intelligence/what-is-iot.html>

Tractive Press. (2017, noviembre 7). *Tractive rebrands with a fresh, new look*. Tractive. <https://tractive.com/blog/en/press/tractive-rebrands-fresh-new-look>

Biblioteca del Congreso Nacional. SIIT. (2005, enero 11). *Región metropolitana de Santiago*. Bcn.Cl. <https://www.bcn.cl/siit/nuestropais/nuestropais/region13/>

24horas. (s. f.). *Mascotas: Arica y Parinacota es la región con menos animales registrados*. 24horas. Recuperado 7 de abril de 2024, de <https://www.24horas.cl/tendencias/mascotas/mascotas-arica-y-parinacota-region-menos-registros>

Acuña, G. (2021, noviembre 24). *Los grupos socioeconómicos en Chile*. Percepciones Económicas. <https://www.percepcioneseconomicas.cl/desarrollo-economico/los-grupos-socioeconomicos-en-chile>

Proyecciones de Población. (s. f.). Default. Recuperado 7 de abril de 2024, de <https://www.ine.gob.cl/estadisticas/sociales/demografia-y-vitales/proyecciones-de-poblacion>

Santiago es la comuna con más millennials en el país. (2018, febrero 3). *La Tercera*. <https://www.latercera.com/tendencias/noticia/santiago-la-comuna-mas-millennials-pais/55658/>
<https://cadem.cl/wp-content/uploads/2022/05/Informe-Chile-que-Viene-Mar-2022-Mascotas.pdf>

Anexos

Tractive es un dispositivo GPS para mascotas que permite rastrear y monitorear el estado de salud, las horas de sueño, las actividades, entre otras, a continuación, explicamos las características claves de Tractive:

1. Localizador GPS: El localizador GPS de Tractive permite a los dueños de mascotas rastrear la ubicación de sus mascotas en tiempo real.
2. Avisos de Salud: Tractive envía avisos por correo electrónico si se producen cambios en los patrones de sueño o actividad de la mascota.
3. Seguimiento de Actividad: Tractive permite a los dueños de mascotas hacer un seguimiento de la actividad de sus mascotas y establecer objetivos.
4. Cobertura Global: A diferencia de otros dispositivos de rastreo, el localizador GPS de Tractive puede ubicar a tu mascota en todo el mundo, siempre que haya suficiente cobertura móvil. Los rastreadores Tractive GPS están equipados con GPS y una tarjeta SIM integrada. A diferencia de los rastreadores de radio o Bluetooth, tienen un alcance ilimitado y funcionan en más de 175 países en todo el mundo. En EE. UU., Tractive trabaja con los principales proveedores de telefonía móvil de EE. UU., incluidos Verizon, AT&T y T-Mobile.
5. Tecnología 3G: Tractive utiliza tecnología 3G, lo que permite un rastreo más preciso en áreas donde solo está disponible 3G.
6. Cercas virtuales: la aplicación que va junto al dispositivo GPS permite a sus dueños establecer y delimitar espacios virtuales y recibir notificaciones y alertas en caso de que la mascota salga de estos perímetros.
7. 100% WATERPROOF: Los dispositivos Tractive GPS no tienen aberturas para tarjetas SIM ni puertos USB y, por lo tanto, no sólo están protegidos contra salpicaduras de agua, sino que también son totalmente impermeables (hasta 1 metro de profundidad, 30 minutos), cumpliendo con los estándares IPX7. Como resultado, los dispositivos Tractive GPS son adecuados para mascotas amantes del agua y pueden usarse bajo la lluvia.
8. Servicios de suscripción: Los localizadores Tractive tienen una tarjeta SIM integrada (igual que tu teléfono) que utiliza las redes móviles disponibles para enviarte la localización. Existen dos tipos de suscripciones con diferentes atributos pensando en las necesidades de las mascotas y sus dueños, de este modo, podrás localizar a tu mascota sin límites en todo el mundo y puedes cancelar tu suscripción en cualquier

momento El paquete BÁSICO incluye rastreo GPS y rastreo LIVE ilimitado. El paquete PREMIUM tiene rastreo GPS y rastreo LIVE ilimitado, además incluye cobertura mundial, servicio al cliente premium y otras funciones.

Entrevistas en profundidad Chile 2024

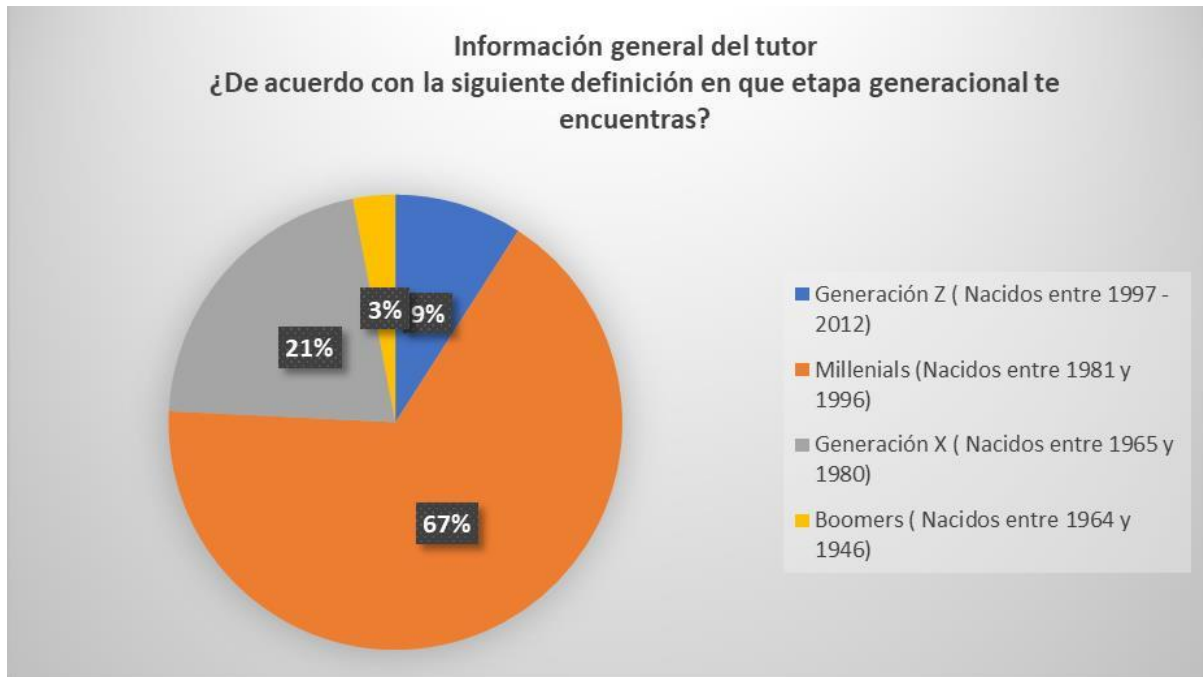
Basados en el estudio de CADEM: Chile el país que viene, se descifran varias incógnitas en torno a la relación que tienen hoy los chilenos con sus mascotas, la cantidad de personas que se declaran tutores de mascotas y lo más importante la cantidad de mascotas y su distribución perros versus gatos presente en Chile, sin embargo, al ser un estudio genérico de toda la categoría de mascotas, se nos hace imperativo investigar un poco más en los dolos de mascotas, para eso definimos realizar una entrevista en profundidad corta para saber más sobre los principales driver que mueven a estos segmentos de consumidores y sus mascotas, para así saber de primera mano: ¿Qué piensan?, ¿Qué sienten? sus miedos y anhelos, y así saber que en caso de la llegada de un producto como Tractive a Chile, qué es lo que más valorarán, por supuesto esto último sin nombrar a ninguna marca, pero será importante ya que nos permitirá tener información de primera fuente y usarla al momento de generar y desplegar nuestro plan de marketing.

Para realizar las entrevistas en profundidad invitamos a 50 personas durante el mes de marzo de 2024, la entrevista la dirigimos a dueños de mascotas (perros y gatos) y fuimos registrando y agrupando sus respuestas para luego poder usar esta información.

Las entrevistas que logramos concretar fueron 33 y aquí los principales resultados:

Pregunta 1:

Mayormente los millennials y generación X son los grupos que podemos identificar como mayoría en este ejercicio, sobre un 88% de participación.

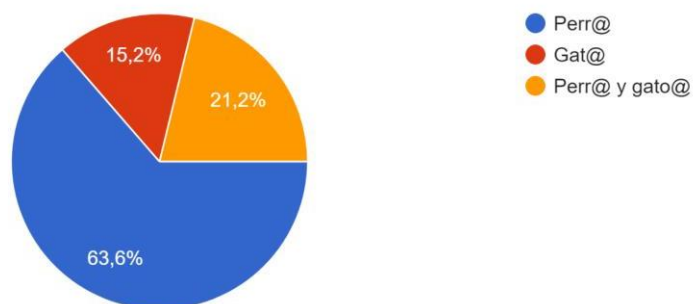


Pregunta 2:

Los perros lideran las preferencias también en estas entrevistas con un 63,6% de las preferencias.

Información general del tutor ¿Qué tipo de mascota o hij@ pelud@ tienes?

33 respuestas



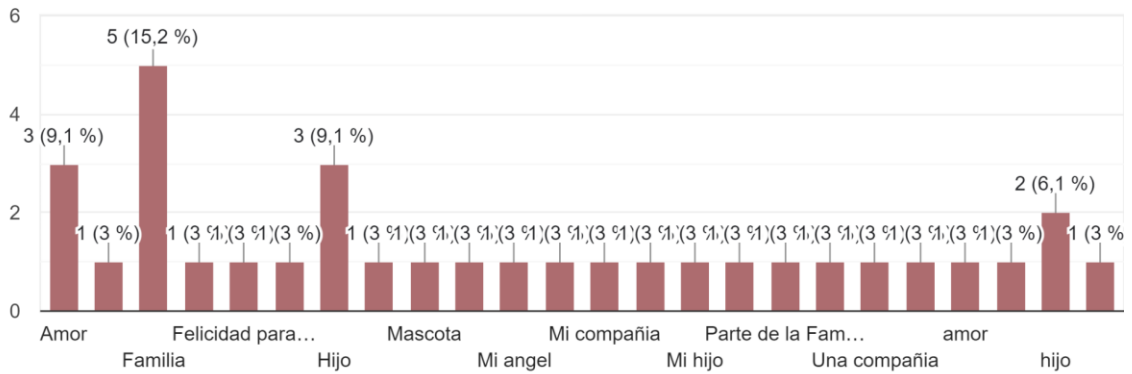
Pregunta 3: Al momento de preguntarles: ¿En una palabra que es para ti tu mascota?, Afloran automática y espontáneamente emociones profundas como; amor, felicidad y compañía, por lo mismo confirmamos que la mascota tiene un rol activo en los hogares de estos entrevistados, al mencionar familia e hijo como asociación directa. (sobre un 40% de las respuestas corresponde a esta esfera).



*Nube de palabras entrevistados marzo 2024, elaboración propia.

Información general del tutor En una palabra, ¿Qué es para ti tu mascota?

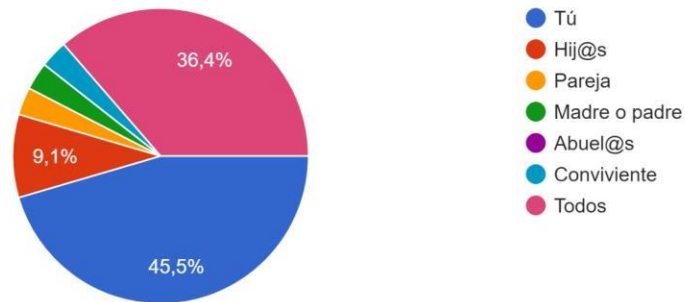
33 respuestas



Pregunta 4: ¿Quién es el más apegado a tu mascota? Pese a que es el mismo entrevistado que se define como el más apegado a la mascota, si se observa un involucramiento de toda la familia ya que es la segunda mayor preferencia con 36,4 dejando muy atrás al resto.

Información general del tutor ¿Quién del hogar es más apegado a tu mascota?

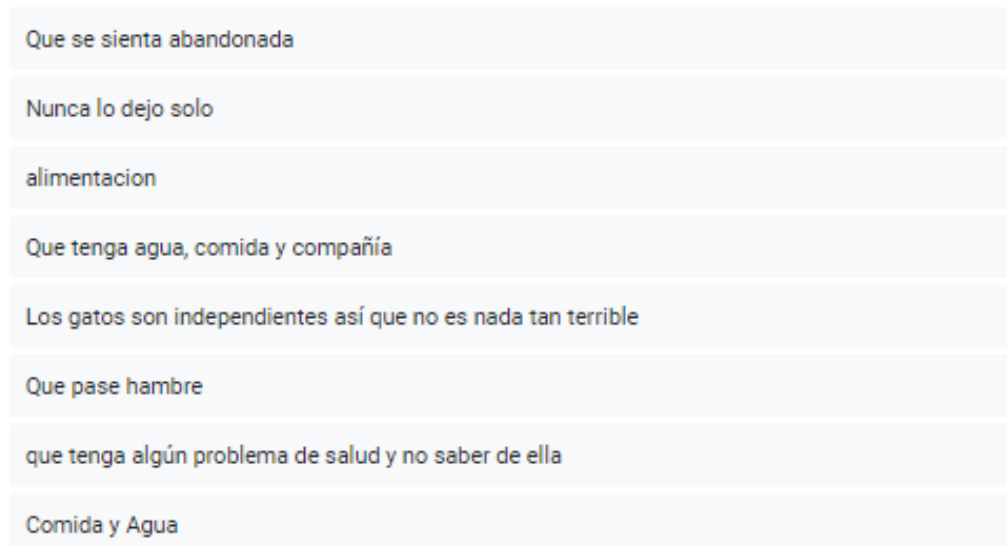
33 respuestas



Pregunta 5 cuidados: Al momento de dejar sol@ a tu mascota, ¿qué es lo que más te preocupa?

En esta respuesta podemos ver el rol preocupado de los tutores, tratando de cubrir desde las necesidades más básicas de la mascota como agua y comida, hasta aspectos psicológicos como “que mi mascota no se sienta sol@” lo que nos habla de una preocupación real de los dueños de mascotas tal como si fuera una persona extremadamente cercana que requiere atención y cuidados en todo momento.

33 respuestas

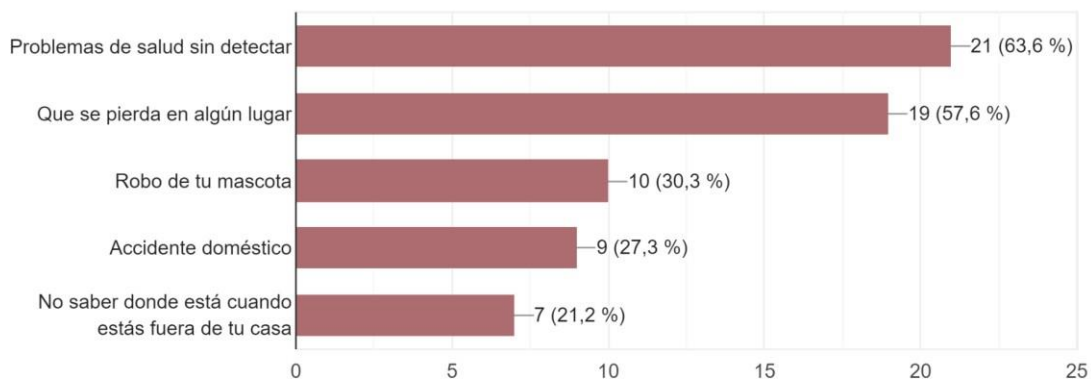


Pregunta 6 Cuidados: ¿Cuál de las siguientes opciones es la que más te aterra que le pueda pasar a tu mascota?

Al realizar esta pregunta de respuestas múltiples, queríamos saber de primera fuente el principal miedo que hoy en Chile tienen los dueños de mascotas, en la entrevista destacan 2 situaciones que concentraron las votaciones tanto problema de salud sin detectar y que se pierda la mascota, dos situaciones altamente repetidas con 21 y 19 preferencias respectivamente, la tercera preferencia también asociada a la pérdida es el robo de la mascota, que sumó 10 preferencias. lo que, si lo sumamos con la pérdida en algún lugar, se ubicaría como la principal preocupación de los dueños durante este 2024.

Cuidados ¿Cuál de las siguientes opciones es la que más te aterra que le pueda pasar a tu mascota?

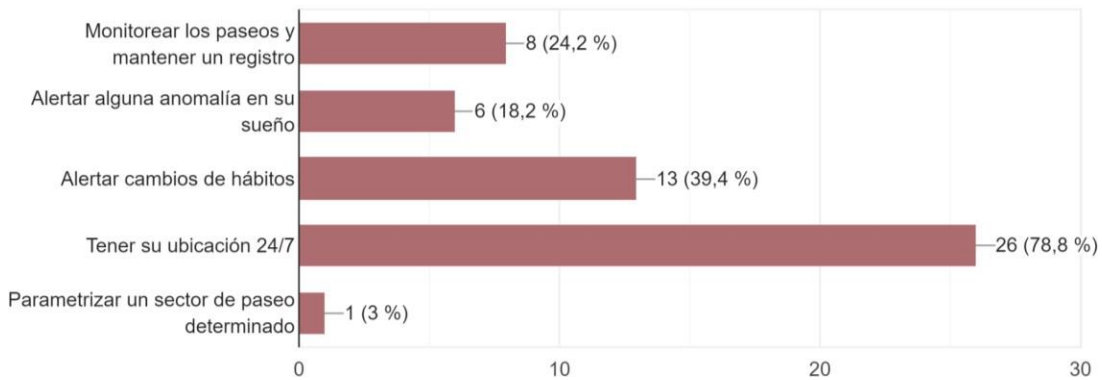
33 respuestas



Pregunta 7: Salud y bienestar, ¿Si existiera un dispositivo que permitiera monitorear a tu mascota desde tu celular, qué esperarías de este servicio?

Resulta interesante saber que los atributos ubicación en tiempo real y alertas de cambios de hábitos superan las preferencias, demostrando con esto que son atributos altamente valorados por los dueños de mascotas en Chile.

33 respuestas

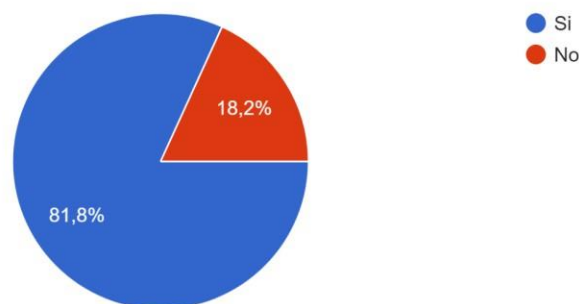


Pregunta 8: Estarías dispuesto a pagar una suscripción mensual por un servicio con estos atributos? ¿tal como lo haces con Netflix, HBO u otras plataformas de pago mensual?

Esta es la pregunta más explícita que realizamos con el fin de tantee la disposición de los propios entrevistados a pagar por algo así considerando que es un modelo totalmente nuevo y que otros competidores poseen similares funciones, pero sin costos mensuales, para nuestra sorpresa un 81,8% respondieron que, si pagaría por esto, también dejando entrever que para su mascota buscan siempre lo mejor.

Salud y Bienestar ¿Estarías dispuesto a pagar una suscripción mensual por un servicio con estos atributos? Tal como lo haces con Netflix, HBO u otras plataformas de pago mensual?

33 respuestas



Principales conclusiones de nuestra entrevista:

- Los perros lideran las preferencias incluso en nuestro ejercicio.
- Existe un amor genuino hacia las mascotas de nuestros entrevistados
- Sentimientos profundos se logran apreciar en las respuestas de las personas con un rol importantísimo dentro de la familia que tienen las mascotas.
- La preocupación que hoy tienen los dueños de mascotas que sobresale en las entrevistas es la pérdida o el robo de su mascota, seguido con que le pueda pasar algo malo relacionado a su salud.
- De todos los atributos que posee Tractive los entrevistados sin saber la marca a la que hacemos referencia, valoran mucho la función básica de producto que es ubicación precisa en tiempo real. Seguido por las alertas en los cambios de hábito de la mascota.
- Alta disposición a pagar por servicios que solucionen un problema de los entrevistados.

Valores Tractive: Ponemos a los padres de mascotas en primer lugar. Los clientes satisfechos son la base de nuestro éxito. Por eso los ponemos a la vanguardia de todo lo que hacemos.

Cómo damos prioridad a los padres de mascotas:

- Vemos a través de los ojos de nuestros clientes para entender sus necesidades.
- No existe el error del usuario, solo la oportunidad de mejorar la experiencia del usuario.
- Nos esforzamos por superar las expectativas de nuestros clientes brindándoles soporte eficiente, comunicación abierta y soluciones personalizadas.

Nos ayudamos unos a otros.

- Trabajando juntos podemos lograr más de lo que podríamos lograr solos.
- Somos proactivos. Ayudamos a nuestros compañeros de equipo y clientes antes de que nos lo pidan.
- Nos desafiamos, inspiramos y aprendemos unos de otros.
- Contribuimos activamente a nuestro trabajo individual y al trabajo de los equipos que nos rodean.
- Se valoran las diferencias. Cada miembro del equipo aporta una perspectiva, habilidad y experiencia únicas.

Mantenemos las cosas eficientes.

El tiempo es oro, ¿por qué no aprovecharlo al máximo? Un uso inteligente de los recursos nos ayuda a mantenernos eficientes y lograr el éxito.

Cómo mantenemos las cosas eficientes:

- Optimizamos constantemente nuestros procesos y flujos de trabajo para mantenernos enfocados y productivos.
- Haz más con menos. Actuamos responsablemente con nuestros propios recursos y los recursos de otros.
- Compartimos aprendizajes que impulsan la eficiencia y la eficacia.

Nos encanta una conversación honesta.

Ya sea con un cliente, un compañero de equipo o el director ejecutivo, ser abierto y transparente obtiene el mejor resultado.

Cómo somos honestos y transparentes:

- Compartimos y recibimos comentarios constructivos y prácticos.
- La confianza es la moneda más importante y hacemos todo lo posible para ganarla.
- Fomentamos la comunicación abierta y la libertad de expresar ideas y opiniones.
- hombre y mujer trabajando en computadoras hablando en una oficina
- Miramos el lado positivo.
- Creemos que una mentalidad positiva ayuda a nuestro equipo a mantenerse motivado, concentrado y feliz.

Actitud positiva

- Cuando los tiempos se ponen difíciles, los afrontamos con una sonrisa.
- Donde otros ven un problema, nosotros vemos una solución.
- La positividad es contagiosa y queremos difundirla tanto como podamos
- Celebramos los éxitos, aprendemos de los fracasos y siempre buscamos el lado positivo.

Estos valores son fundamentales y son la base del éxito de TRACTIVE. La marca ha apostado en poner a los padres de las mascotas en primer lugar, ayudarnos unos a otros a nivel corporativo, mantener las cosas eficientes, tener conversaciones honestas y mirar el lado positivo

Imágenes Tractive productos, accesorios y aplicación

Tractive DOG 4


 Para perros a partir de 4 kg
 Hasta 10 días sin cargar

Escoge un color: Blanco



Tractive DOG XL / Adventure


 Para perros a partir de 22 kg
 Hasta 1 mes sin cargar



Tractive GPS para perro y gato

4.7★ | 1M+ |  Para todos

86,9 mil reseñas | Descargas

[Descargar](#)



