



**AUTÓNOMA DEL CARIBE**

— LA UNIVERSIDAD —

**COMPORTAMIENTO DE COMPRA DEL CONSUMIDOR DE  
PRODUCTOS PARA MASCOTAS EN LATINOAMÉRICA**

**Cenaida Coll Blanco**

**Sandra De La Rosa Blanco**

[WWW.UAC.EDU.CO](http://WWW.UAC.EDU.CO)



**AUTÓNOMA DEL CARIBE**

— LA UNIVERSIDAD —

## **PREGUNTA PROBLEMA**

¿Cuál es el comportamiento de compra del consumidor de productos para mascotas en Latinoamérica?

# OBJETIVOS

## Objetivo General:

Indagar sobre el comportamiento del consumidor de productos para mascotas en Latinoamérica.

## Objetivos Específicos:

Analizar a través de una revisión bibliográfica los aportes teóricos y conceptuales que enmarcan el comportamiento del consumidor.

Establecer los diferentes factores que influyen en la conducta de compra de los individuos (culturales, sociales, personales y psicológicos).

Realizar una compilación de datos estadísticos que permitieron explorar los hábitos de compra de dueños de mascotas (perros y gatos) en Latinoamérica y específicamente en México, Ecuador y Colombia.

## **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Se realizó una compilación de datos estadísticos que permitieron explorar los hábitos de compra de dueños de mascotas (perros y gatos) en Latinoamérica y específicamente en México, Ecuador y Colombia.

## **TIPO DE INVESTIGACION**

El tipo de investigación utilizado para el presente artículo de revisión bibliográfica fue de corte descriptivo y compilativo, debido a la recolección de información, posterior análisis y transcripción de los datos; estos documentos aportan a la construcción de una temática amplia acerca del tema de estudio.

## RESULTADOS DEL ARTICULO DE INVESTIGACION

Respecto al mercado de mascotas, se pudo observar que es una industria con un gran potencial de crecimiento en Latinoamérica y a nivel mundial, principalmente en Mexico, asimismo en este proceso intervienen diferentes factores que influyen en la decisión de compra de las personas, como son los factores culturales, sociales, personales y psicológicos.

Antes de lanzar al mercado un nuevo producto o servicio se debe realizar una investigación previa para estimar el posible comportamiento y actitudes de compras de los consumidores, el uso de las tecnologías de la información y comunicación, como son los cuestionarios en líneas, las redes sociales, la segmentación que ofrece plataforma con Facebook e Instagram son de gran utilidad para el ejercicio de la investigación de mercados y facilitara llegar cada vez mas de manera directa a los clientes potenciales.

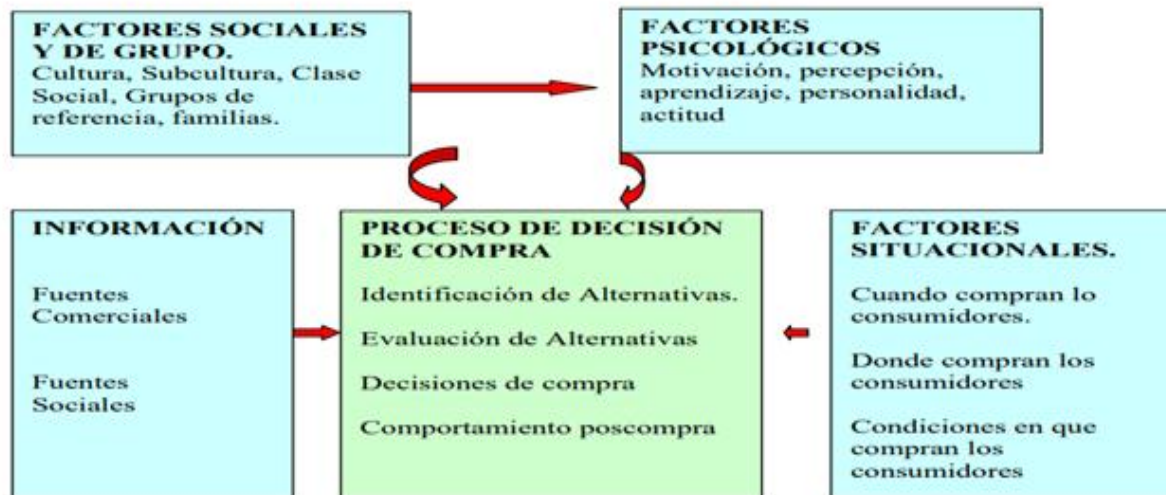
# ANEXOS

## Factores culturales, sociales, personales y psicológicos

Tabla 1. Modelo de los factores que influyen sobre la conducta

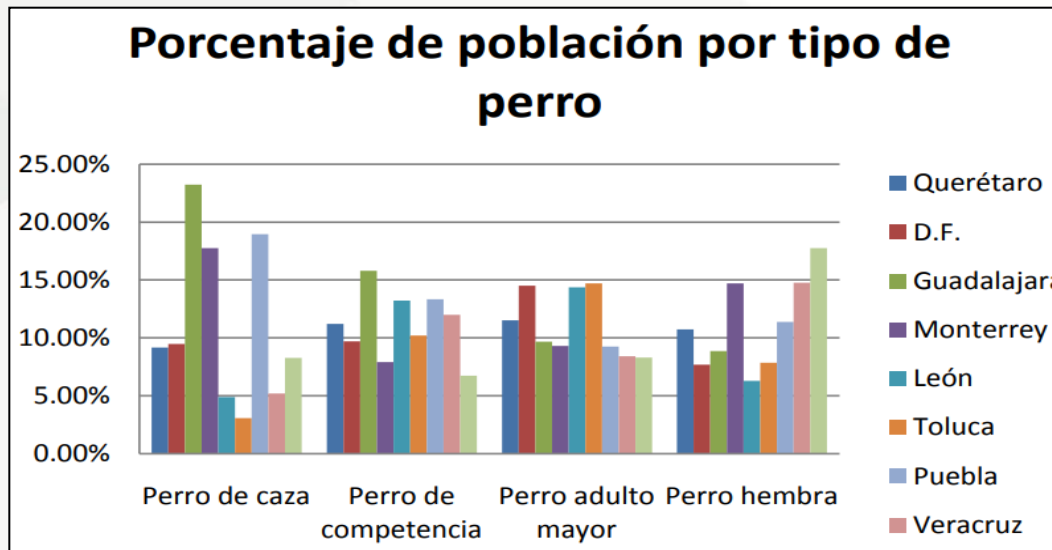
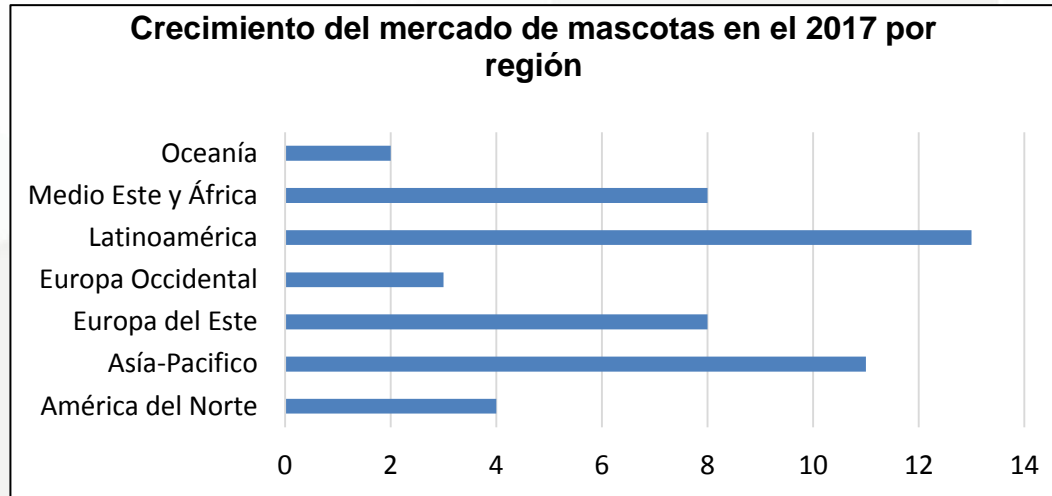
Cultural	Social	Personal	Psicológico
Cultura	Grupos de referencia	Edad y etapas del ciclo de vida	Motivación
Subcultura	Familia	Ocupación Circunstancias económicas	Percepción
Clase social	Función y condición	Estilos de vida	Aprendizaje
		Personalidad y concepto de si mismo	Creencias y actitudes

Fuente: Tomado con fines académicos de (Rosales, 2014)



**Ilustración 1. Modelo de toma de decisiones del consumidor.** Amador & González (2008) Análisis estratégico de mercados para el desarrollo exitoso de productos (caso confecciones y diseños Amador E. U). Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

# ANEXOS



# ANEXOS

CATEGORIA	USD	PASO CATEGORIA
COMIDA	\$ 600,000.00	69%
JUGUETES	\$ 25,068.54	3%
CORREAS Y COLLARES	\$ 27,477.84	3%
PEINILLAS Y CEPILLOS	\$ 16,044.84	2%
PLATOS Y BEBEDEROS	\$ 25,336.09	3%
ROPA	\$ 23,938.20	3%
ARENA GATOS	\$ 118,958.01	14%
HIGIENE	\$ 33,691.40	4%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 870,514.93</b>	<b>100%</b>

**Tabla 2. Ventas mensuales de productos para mascotas por clasificación**

**Fuente:** Tomado con ines académicos de Torres (2014)



# ANEXOS

## ENCUESTA

En una investigación realizada en Bogotá en el 2017, donde participaron 560 dueños de mascotas, se puede observar que el consumidor de productos para mascotas, prefiere en su mayoría la tenencia de perros con un 70,6%, seguido por gatos con el 27,5%, en los cuales el 40,2% invierten en promedio \$100.000 pesos mensuales (ver ilustraciones 5 y 6). (Frade, 2017)

Recuento de 1. Qué tipo de mascota tiene usted.

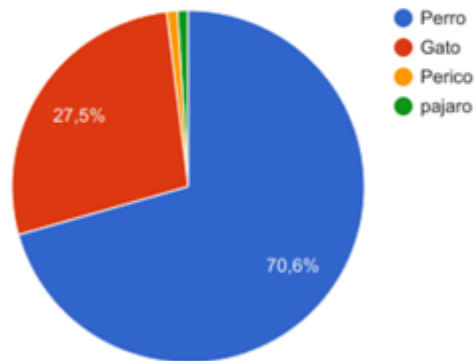


Ilustración 4. Tipos de mascotas

**Fuente:** Tomado con fines académicos de Frade (2017)

Recuento de 3. De sus ingresos mensuales cuanto dispone usted para su mascota.

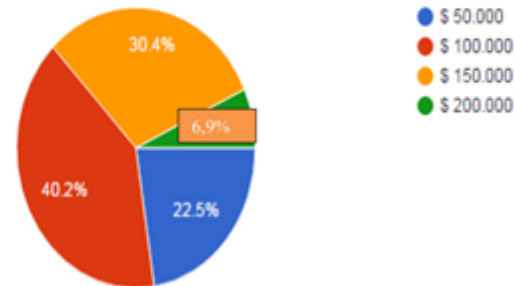


Ilustración 5. Presupuesto mensual

**Fuente:** Tomado con fines académicos de Frade (2017)

# ANEXOS

espektacular  
**Sparklers**<sup>®</sup>  
Velas Luminosas

Te presentamos la nueva línea *Sparklers Pets*, creada para celebrar con tu mascota.

La primer marca en el mercado enfocada en festejar con los mejores amigos y reyes de la casa, agradeciéndoles todo el amor que nos dan.

Llegó la hora de celebrar su cumpleaños con una increíble fiesta.

# ANEXOS



# ANEXOS

