



# NEGOCIOS INTERNACIONALES

**Proyecto Previo a la Obtención del Título de Licenciado en Negocios Internacionales.**

**AUTORES:**

ESTHEFANY ALEJANDRA GRANDA RAMIREZ  
GABRIELA JULIANA GUTIERREZ VACA  
DOMENICA DANIELA MOROCHO BARVA  
JOSSELYN MAGALY RODRIGUEZ GAONA  
LUIS DAVID REALPE HERNANDEZ

**TUTOR:**

MSC. ANDREA CAROLINA SOTOMAYOR  
FEIJOO

Plan de Negocios para la internacionalización de Petharmony un aplicativo móvil de servicios personalizados de mascotas a Colombia.

## CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Esthefany Alejandra Granda Ramirez declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, Reglamento y Leyes.

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Esthefany Granda Ramirez', written in a cursive style.

---

FIRMA AUTOR

## CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Gabriela Juliana Gutierrez Vaca declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, Reglamento y Leyes.

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'G. Gutierrez Vaca', written in a cursive style.

---

FIRMA AUTOR

## CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Domenica Daniela Morocho Barva declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, Reglamento y Leyes.

A black and white photograph of a handwritten signature in dark ink on a light-colored surface. The signature is highly stylized and cursive, with the name 'Domenica Daniela' clearly legible in the center. The signature is written over a horizontal line.

FIRMA AUTOR

## **CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA**

Yo, Josselyn Magaly Rodriguez Gaona declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, Reglamento y Leyes.



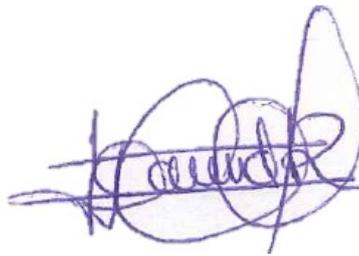
---

FIRMA AUTOR

## CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Luis David Realpe Hernandez declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, Reglamento y Leyes.

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Luis David Realpe Hernandez', written in a cursive style.

---

FIRMA AUTOR

## APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo Mgs. Andrea Carolina Sotomayor Feijoo, certifico que conozco a los autores del presente trabajo de titulación “Plan de Negocios para el cuidado de mascotas personalizado, para el Año 2024”, Alejandra Granda, Gabriela Gutiérrez, Doménica Morocho, Josselyn Rodríguez y David Realpe, siendo los responsables exclusivos tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.

A handwritten signature in black ink that reads "Andrea Sotomayor". The signature is written in a cursive style and is enclosed within a rectangular box that has been drawn around it.

.....  
Ing. Andrea Sotomayor

## **Resumen Ejecutivo**

El tema del proyecto es el "Plan de Negocios para el cuidado de mascotas personalizado, para el Año 2024". El objetivo general es desarrollar un plan de negocios que posicione a la empresa como líder global en este mercado para el 2024. La empresa ofrece tres tipos de servicios: suscripciones premium, que representan el 54% de los ingresos; suscripciones estándar, que aportan el 31%; y servicios profesionales, con un 15% de participación en los ingresos. Los resultados financieros más importantes incluyen una TIR del 35%, un valor actual neto (VAN) de \$261,653.68, y un periodo de recuperación de 3.6 años. Estos datos demuestran que el modelo de negocio es rentable y sostenible a largo plazo. Además, la empresa planea expandirse a Colombia, adoptando la forma jurídica S.A.S. para simplificar su establecimiento y cumpliendo con las normativas locales de bienestar animal, lo que asegura un crecimiento regulado y eficiente.

**Palabras clave:** internacionalización, mascotas, leyes, aplicación móvil.

## **Abstract**

The project focuses on the "Business Plan for Personalized Pet Care for the Year 2024." The general objective is to develop a business plan that positions the company as a global market leader by 2024. The company offers three types of services: premium subscriptions, representing 54% of revenue; standard subscriptions, contributing 31%; and professional services, accounting for 15% of income. Key financial results include an internal rate of return (IRR) of 35%, a net present value (NPV) of \$261,653.68, and a payback period of 3.6 years. These figures highlight that the business model is profitable and sustainable in the long term. Additionally, the company plans to expand into Colombia, adopting the S.A.S. legal structure to simplify its establishment process while complying with local animal welfare regulations, ensuring a regulated and efficient growth trajectory.

**Keywords:** internationalization, pets, laws, mobile application.

## **Dedicatoria**

Dedico este trabajo a todos los que han creído en mí y me han apoyado en cada paso de este camino.

**Alejandra Granda**

Quiero dedicar mi tesis a mi padre, por ser mi mayor apoyo y ejemplo a seguir. Gracias por tu amor, esfuerzo y por creer siempre en mí. Este logro es también tuyo, sé que desde el cielo me das siempre tu apoyo.

**Gabriela Gutiérrez**

A mi familia, en especial a mis padres, hermanos, abuelos y a mi novio, quienes me han acompañado a lo largo de estos años, brindándome su apoyo incondicional en cada paso del camino. Gracias por enseñarme a no rendirme ante las dificultades, por creer siempre en mí y por hacer este proceso más llevadero, siendo mi mayor fuente de motivación.

**Doménica Morocho**

El presente trabajo se lo dedico a mis padres, quienes con su apoyo y amor incondicional me han alentado cada día para terminar esta carrera, a mi hija quien pacientemente me acompañó en cada noche de estudio y a todas aquellas personas que me han animado a seguir y cumplir mis metas.

**Josselyn Rodríguez**

Este proyecto de titulación va dedicado especialmente a la memoria de mi abuelita, que en paz descansa, ella fue el principal motor que impulso mis ganas de terminar mi carrera desde el inicio fue la luz de mi vida y mi camino. Hoy que la tengo muy lejos le agradezco por cada lección de vida y por su amor incondicional. Esto nuevo logro es por Ti y Para Ti.

**David Realpe**

## **Agradecimiento**

Al culminar esta etapa tan importante de mi formación académica, me gustaría expresar mi más sincero agradecimiento a todas aquellas personas que, de una u otra forma, contribuyeron a que este proyecto fuera posible, agradezco a Dios por guiar mis pasos en este camino, agradezco a mis padres y hermanos por su apoyo incondicional, su amor y por ser siempre mi fuente de inspiración y fortaleza y en general a todas las personas que, de alguna manera, siempre estuvieron para mí. ¡muchas gracias!

**Alejandra Granda**

Agradezco, en primer lugar a Dios por guiar mi camino en cada momento difícil, a mis padres, a mi abuelita, a mi hermana y a Andrea Sotomayor por ser una excelente guía y tutora de tesis. Gracias a todos por formar parte de este logro.

**Gabriela Gutiérrez**

A Dios, en primer lugar, por haberme dado la fortaleza y la guía para llegar hasta este momento. Agradezco a mi familia por ser parte de este proceso y ayudarme a culminar una de las etapas más importantes de mi vida y a todas las personas que estuvieron que han estado para mí.

**Doménica Morocho**

Primero, agradezco a Dios por darme la fortaleza para afrontar cada inconveniente presentado, también extendiendo mis más sinceros agradecimientos a toda mi familia quienes han permitido que curse esta carrera y me han animado a no rendirme nunca. A mi hija por ser mi fuerza y motor para acabar cada meta propuesta.

**Josselyn Rodríguez**

A mis padres y a mi incondicional esposa, por su amor incondicional, su apoyo constante y por enseñarme a nunca rendirme. Gracias por ser mi inspiración diaria, por creer en mí incluso en los momentos más difíciles y por guiarme con paciencia y sabiduría. Este logro es tan suyo como mío.

**David Realpe**

También extendemos nuestros agradecimientos a nuestra tutora Andrea Sotomayor, quien pacientemente ha estado en todo este proceso guiándonos y esforzándose para acabar

este gran proyecto junto a nosotros y, a la Universidad Internacional del Ecuador especialmente a sus docentes de la carrera de Negocios Internacionales quienes han estado prestos estos años para resolver nuestras dudas y guiarnos en nuestra vida profesional.

## Índice de Contenido

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>19</b>
<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>23</b>
<b>IDENTIFICACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA.....</b>	<b>36</b>
<b>IDEA DE NEGOCIO- MATRIZ PROBLEM-SOLUTION FI.....</b>	<b>45</b>
<b>VALIDACIÓN DE FACTIBILIDAD - VIABILIDAD - DESEABILIDAD.....</b>	<b>76</b>
<b>ESTUDIO TÉCNICO Y MODELO DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL .....</b>	<b>97</b>
<b>PLAN DE MARKETING .....</b>	<b>111</b>
<b>EVALUACIÓN FINANCIERA.....</b>	<b>126</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>162</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>165</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>177</b>

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1</b> Leyes sobre protección animal en países de América Latina, Europa y Asia .....	23
<b>Tabla 2</b> Matriz y selección de mercado .....	35
<b>Tabla 3</b> Matriz FODA .....	72
<b>Tabla 4</b> Matriz cruzada FODA.....	73
<b>Tabla 5</b> Análisis de Pestel de Ecuador .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>Tabla 6</b> Análisis de Pestel de Colombia.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>Tabla 7</b> Mercado Objetivo .....	77
<b>Tabla 8</b> Participación en el mercado según el tipo de servicio .....	97
<b>Tabla 9</b> Localización check de Ecuador .....	98
<b>Tabla 10</b> Localización check de Colombia .....	98
<b>Tabla 11</b> Marketing Mix aplicado a la empresa.....	119
<b>Tabla 12</b> Objetivos y estrategias de producto nicho .....	121
<b>Tabla 13</b> Presupuesto de marketing .....	123
<b>Tabla 14</b> Detalle de los objetivos mensuales .....	123
<b>Tabla 15</b> Inversión inicial .....	126
<b>Tabla 16</b> Presupuesto de ventas por retenciones.....	128
<b>Tabla 17</b> Presupuesto de ventas por suscripciones premium.....	129
<b>Tabla 18</b> Presupuesto de ventas por suscripciones estándar .....	131
<b>Tabla 19</b> Proyección de Ingresos a 5 Años .....	132
<b>Tabla 20</b> Tabla de costos por retención- escenario normal.....	139
<b>Tabla 21</b> Tabla de costos por suscripción estándar.....	141
<b>Tabla 22</b> Tabla de costos por suscripción premium.....	143
<b>Tabla 23</b> Tabla de costos por retención .....	145
<b>Tabla 24</b> Tabla de costos por suscripción estándar.....	146
<b>Tabla 25</b> Tabla de costos por suscripción premium.....	147
<b>Tabla 26</b> Tabla de costos por retención .....	148
<b>Tabla 27</b> Tabla de costos por suscripción estándar.....	149
<b>Tabla 28</b> Tabla de costos por suscripción premium.....	150
<b>Tabla 29</b> Estado de Pérdidas y Ganancias escenario normal .....	151
<b>Tabla 30</b> Estado de Pérdidas y Ganancias escenario pesimista .....	153
<b>Tabla 31</b> Estado de Pérdidas y Ganancias escenario optimista .....	154
<b>Tabla 32</b> Flujo de caja financiero escenario normal .....	155

<b>Tabla 33</b> Flujo de caja financiero escenario pesimista .....	157
<b>Tabla 34</b> Flujo de caja financiero escenario optimista.....	158
<b>Tabla 35</b> (-VAN - TIR - Período de recuperación).....	159
<b>Tabla 36</b> Indicadores Financieros .....	160
<b>Tabla 37</b> Análisis de Pestel de Suiza .....	181
<b>Tabla 38</b> Análisis de Pestel de Colombia.....	184
<b>Tabla 39</b> Análisis de Pestel de España.....	188

## Índice de Figuras

<b>Figura 1</b> Buyer Persona-Ecuador .....	29
<b>Figura 2</b> Buyer Persona-Colombia .....	29
<b>Figura 3</b> Mapa de Empatía-Ecuador .....	32
<b>Figura 4</b> Mapa de Empatía-Colombia.....	33
<b>Figura 5</b> Mapa de actores.....	33
<b>Figura 6</b> Árbol de problemas .....	40
<b>Figura 7</b> Idea de Negocio- Matriz Problem-Solution Fi.....	45
<b>Figura 8</b> Lienzo de la propuesta de valor.....	46
<b>Figura 9</b> Aplicación móvil .....	47
<b>Figura 10</b> Lean Canvas .....	56
<b>Figura 11</b> Cinco fuerzas de Porter para Ecuador .....	67
<b>Figura 12</b> Cinco fuerzas de Porter para Colombia.....	71
<b>Figura 13</b> PMV Canvas.....	94
<b>Figura 14</b> Mapa de procesos .....	100
<b>Figura 15</b> Flujograma.....	101
<b>Figura 16</b> Diseño organizacional .....	103



## Índice de ilustraciones

<b>Ilustración 1</b> Edad de los encuestados .....	79
<b>Ilustración 2</b> ¿A qué grupo pertenece principalmente? .....	80
<b>Ilustración 3</b> ¿Qué aspectos considera más importantes al elegir un servicio de cuidado de mascotas? .....	81
<b>Ilustración 4</b> ¿Cómo prefiere recibir información sobre los servicios de cuidado de mascotas? .....	82
<b>Ilustración 5</b> ¿Qué nivel de importancia le da a la comunicación transparente con los cuidadores de tu mascota? .....	82
<b>Ilustración 6</b> ¿Estarías dispuesto a pagar más por servicios premium que garantizan un alto estándar de bienestar para tu mascota? .....	83
<b>Ilustración 7</b> ¿Qué factor considera crucial para la calidad del servicio de cuidado de mascotas? .....	84
<b>Ilustración 8</b> ¿Qué tipo de actividades cree que deben ofrecerse durante el cuidado de mascotas? .....	84
<b>Ilustración 9</b> ¿Qué tipo de colaboraciones valorarías en un servicio de cuidado de mascotas? .....	85
<b>Ilustración 10</b> ¿Qué tan dispuesto estarías a pagar por servicios de cuidado de mascotas dentro de su hogar? .....	85
<b>Ilustración 11</b> ¿Considerarías utilizar un servicio de cuidado de mascotas que esté adaptado a las normativas internacionales si te mudas al extranjero? .....	86
<b>Ilustración 12</b> ¿Qué tipo de promociones o descuentos te gustaría ver en un servicio de cuidado de mascotas? .....	87

## Introducción

El cuidado de las mascotas es crucial para su salud física y emocional. Los animales, especialmente los perros, requieren atención regular, buena nutrición, ejercicio y estimulación mental para mantenerse saludables. Las investigaciones demuestran que los animales bien cuidados viven vidas más largas y saludables (Asociación Americana de Medicina Veterinaria, 2020).

Un problema común que enfrentan los perros cuando sus dueños no están, es la ansiedad por separación. Según Konok et al. (2020) los perros muestran signos de estrés cuando se les deja solos, lo que puede provocar comportamientos destructivos y problemas de salud. Un servicio dedicado al cuidado de mascotas puede aliviar estos efectos, proporcionando un ambiente cómodo y familiar que reduce el estrés y mejora la salud general del animal.

A pesar del aumento en el número de animales, existe una grave falta de servicios humanos que satisfagan las necesidades específicas de cada animal. La mayoría de los servicios de cuidado son generales y no abordan las características individuales de cada mascota, como su dieta específica, necesidades de ejercicio y estilo de vida. Según Monteiro et al. (2022) los servicios especializados reducen significativamente los problemas en los animales y mejoran su calidad de vida.

Cuando los dueños de mascotas deben viajar, a menudo tienen dificultades para encontrar atención médica confiable. La falta de servicios adecuados puede llevar a decisiones difíciles, como dejar a los animales en instalaciones que no proporcionan un entorno natural, lo que puede aumentar los problemas de salud y comportamiento.

Combinar los servicios de limpieza con el cuidado de mascotas agrega un gran valor para los propietarios. Un hogar limpio es importante para la salud tanto de las mascotas como de sus dueños, especialmente para reducir alérgenos y virus. Según Pimental et al. (2020) los hogares que reciben servicios profesionales de limpieza experimentan una disminución significativa de los niveles de alérgenos, lo que beneficia la salud respiratoria y general.

El mercado de servicios para mascotas ha mostrado un crecimiento constante en las últimas décadas. Según un informe de Pet Care Market (2020), se prevé que el mercado mundial de servicios de cuidado de mascotas alcance los 28.3 mil millones de dólares para el año 2027, con una tasa de crecimiento anual compuesta del 9.5%. Este incremento se debe al aumento en la adopción de mascotas y a la disposición de los propietarios a invertir en servicios que garanticen el bienestar de sus animales.

Ofrecer un servicio personalizado de cuidado de mascotas, que incluya la limpieza del desorden causado por las mascotas, responde al crecimiento del mercado y atrae a clientes dispuestos a pagar por servicios confiables y de alta calidad

El servicio de cuidado de mascotas personalizado, junto con servicios de limpieza, aborda una necesidad auténtica y en aumento en la sociedad actual. La importancia de un cuidado adecuado para las mascotas, la detección y manejo de enfermedades comunes, y la incorporación de servicios de limpieza son elementos clave para el éxito de esta propuesta de negocio. Con una base teórica y práctica robusta, este modelo de negocio tiene el potencial de satisfacer de manera efectiva las necesidades de los dueños de mascotas, mejorando tanto su calidad de vida como la de sus animales.

La calidad del servicio de cuidado de mascotas depende en gran medida de la capacitación y experiencia de los cuidadores. Es crucial que los profesionales en este campo

tengan conocimientos sobre comportamiento animal, nutrición, primeros auxilios y manejo de emergencias. Según un estudio de la International Boarding and Pet Services Association (IBPSA) (2024) , la formación continua y la certificación de los cuidadores son vitales para garantizar un servicio de alta calidad y la seguridad de las mascotas. Además, la empatía y la habilidad para conectar con los animales son esenciales. Invertir en la capacitación de los cuidadores no solo mejora la calidad del servicio, sino que también aumenta la confianza y satisfacción de los clientes.

El avance de la tecnología ha traído innovaciones importantes al sector del cuidado de mascotas. Herramientas como cámaras de vigilancia, aplicaciones móviles y dispositivos de seguimiento GPS se pueden integrar en los servicios para ofrecer una experiencia más completa y segura para los dueños de mascotas. Según un informe de Asociación Americana de Medicina Veterinaria (2020), el uso de tecnología en el cuidado de mascotas mejora la comunicación entre los cuidadores y los dueños, permite un monitoreo constante y proporciona datos útiles sobre la salud y el comportamiento de los animales. Estas tecnologías pueden incluir reportes diarios, fotos, videos y actualizaciones en tiempo real, lo que aumenta la transparencia y brinda tranquilidad a los dueños cuando están de viaje.

El servicio de cuidado de mascotas personalizado no solo beneficia a los animales, sino que también tiene un impacto positivo en sus dueños. La ansiedad y el estrés que pueden surgir al dejar a una mascota sola o en un entorno desconocido pueden afectar significativamente el bienestar emocional de los propietarios. Según un estudio de Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal (2020) los dueños de mascotas que utilizan servicios de cuidado confiables y personalizados experimentan menores niveles de estrés y preocupación, lo que les permite disfrutar de sus viajes con mayor tranquilidad. Saber que sus mascotas están en buenas manos y en un entorno seguro y familiar es un factor crucial para el

éxito de este modelo de negocio, resaltando la importancia de un enfoque integral que aborde tanto las necesidades de las mascotas como las de sus dueños.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

- Desarrollar un plan de negocios para una empresa que ofrece servicios de cuidado de mascotas personalizados y posicionarlos como líderes en el mercado global para el año 2024.

### **Objetivos Específicos**

- Investigar las normativas vigentes sobre el cuidado de mascotas en diferentes países clave, asegurando el cumplimiento legal y regulatorio.
- Desarrollar una aplicación móvil que permita el monitoreo continuo de las mascotas durante su cuidado en el hogar, incluyendo seguimiento de salud, alimentación, actividades diarias y comunicación en tiempo real con los dueños
- Analizar el mercado internacional para identificar países y regiones con una demanda creciente de servicios de cuidado de mascotas personalizados.
- Ejecutar un plan de internacionalización, comenzando con la expansión al país de Colombia, asegurando el cumplimiento de las normas de cuidado animal y adaptando estrategias según el análisis PESTEL.

## **Marco Teórico**

### **Fase de Empatía**

A lo largo de la historia, las mascotas han desempeñado un papel fundamental para el ser humano debido a varios factores, tales como la compañía, el cuidado y el afecto que proporcionan. Entre las especies animales más destacadas como compañeros, el gato y el perro han sido especialmente emblemáticos (Forero, 2021).

Las mascotas han desempeñado un rol vital en la vida humana, siendo reconocidas por proporcionar apego. El gato y el perro han emergido como ejemplos prominentes. Esto ocurre en todo el mundo, donde les consideran a las mascotas parte de la familia.

### **Cuidado de las mascotas**

Para Alfaro et al. (2021), las mascotas necesitan atención y cuidados veterinarios debido a su susceptibilidad a diversas enfermedades presentes en el medio ambiente. Además, las mascotas pueden transmitir algunas de estas enfermedades a sus dueños. Un ejemplo de esto es la infección parasitaria, que es una preocupación de salud pública tanto para los humanos como para los animales. Por ello, Juana recomienda que se preste el cuidado necesario a las mascotas que viven dentro del hogar.

### **Leyes del cuidado a las mascotas**

Si bien es cierto que los seres humanos tienen derechos y libertades protegidos por diversas leyes, en muchas ocasiones las personas causan daños a los seres vivos más indefensos. A partir del siglo XX, la perspectiva sobre la protección de los animales ha cambiado, intensificándose la reflexión sobre el trato que se les da a otros seres vivos que sienten dolor, pero no pueden defenderse (Morales et al.,2023).

#### **Tabla 1**

*Leyes sobre protección animal en países de América Latina, Europa y Asia*

Número de Ley	Nombre de la Ley	País	Fecha de aprobación / promulgación
Ley N.º14.064	“Lei Sansao”	Brasil	Aprobada el 29/09/2020
Ley N.º 1774	Ley que sanciona el maltrato animal (modifica la Ley N°84 de 1989)	Colombia	Aprobada el 06/01/2016
Ley N.º30407	“Ley de protección y bienestar animal”	Perú	Aprobada el 10/11/2016
Ley N° 700	“Ley para la defensa de los animales contra actos de crueldad y maltrato”	Bolivia	Promulgada el 01/06/2015
Ley N.º70	“Ley de protección a los animales domésticos”.	Panamá	Aprobada el 12/10/2012
Ley N.º 154-2008	“Ley para el bienestar y la protección de los animales”.	Puerto Rico	Aprobada el 04/08/2008
Ley N.º 32/2007	“Ley para el cuidado de los animales, en su explotación, transporte, experimentación y sacrificio”	España	Promulgada el 07/11/2007
Ley N.º189	“Ley Federal de protección animal”	Suiza	Aprobada el 09/03/1978
Ley 59/1960	Ley de prevención de la crueldad contra los animales de 1960, consolidada en 1982	India	Promulgada el 26/12/1960
Ley N.º 14346	“Ley contra los malos tratos y actos de crueldad a los animales”	Argentina	Aprobada el 27/09/1954
Ley Tierschutzgesetz	“Ley para la mejora de la situación jurídica del Animal en el Derecho Civil” o “Ley Tierschutzgesetz”	Alemania	Aprobada el 24/11/1933

*Nota.* datos tomados de la Adecuación de la legislación en materia de protección animal en diversos países.

En 1978, la Organización de las Naciones Unidas proclamó la Declaración Universal de los Derechos de los Animales, reconociendo su derecho a la vida y existencia. Esta declaración establece que los animales deben recibir respeto, cuidado y protección por parte de sus dueños o cuidadores, prohibiendo explícitamente el maltrato y el sufrimiento innecesario. También menciona el abandono de las mascotas como una forma de trato cruel. Desde entonces, gracias a este decreto, se ha fomentado la responsabilidad de cuidar a los animales y la reflexión sobre el trato ético que merecen (Organización de las Naciones Unidas, 1978).

En diversos países, existen leyes que protegen a los animales, aunque las medidas varían significativamente. Algunas naciones tienen regulaciones estrictas y bien definidas, mientras que otras cuentan con leyes más moderadas o incluso nulas en ciertos casos. Por

ejemplo, Ecuador aún no ha implementado una ley específica de protección animal, dejando a muchos animales sin un marco legal que garantice su bienestar. No obstante, el 10 de agosto de 2023 entró en vigor el Código Orgánico Integral Penal (COIP), cuyo artículo 249 sanciona el maltrato animal con 50 a 100 horas de trabajo comunitario. En contraste, varios países sudamericanos ya han adoptado leyes que protegen la integridad de los animales, estableciendo normas y sanciones para prevenir el maltrato y la crueldad (Herbández & Fuentes, 2018).

Si todos los países aplicaran leyes de protección animal, se podrían observar cambios significativos en la reducción de la violencia y el maltrato hacia los animales. La implementación de estas leyes no solo serviría para sancionar comportamientos abusivos, sino también para promover una cultura de respeto y cuidado hacia los seres vivos. Además, un marco legal sólido puede fomentar la educación y concienciación sobre la importancia del bienestar animal.

## **Investigación de Campo**

Para el presente estudio se debe realizar entrevistas a los dueños de mascotas para comprender sus necesidades y expectativas cuando deben dejar a sus animales al cuidado de terceros durante períodos cortos o prolongados de ausencia.

Durante estas entrevistas, se busca obtener información directa sobre:

1. **Expectativas y Preferencias:** Entender qué tipo de servicios y cuidados específicos esperan los dueños para sus mascotas cuando no pueden cuidarlas personalmente.

2. **Experiencias Pasadas:** Conocer las experiencias previas de los dueños con servicios de cuidado de mascotas, tanto positivas como negativas, y qué aspectos valoraron más.

3. **Confianza y Seguridad:** Explorar los factores que influyen en la confianza hacia los servicios de cuidado de mascotas, como la seguridad de las instalaciones, la capacitación del personal y la calidad de la atención proporcionada.

4. **Necesidades Específicas de las Mascotas:** Identificar las necesidades particulares de cada mascota, incluyendo requerimientos médicos, dietéticos, de ejercicio y comportamiento, así como la importancia de mantener rutinas familiares para reducir el estrés animal.

5. **Comunicación y Transparencia:** Evaluar la importancia de la comunicación continua y la transparencia por parte del servicio de cuidado de mascotas, incluyendo actualizaciones regulares sobre la salud y el bienestar de los animales.

Estas entrevistas proporcionarán datos valiosos para diseñar un servicio de cuidado de mascotas personalizado que no solo satisfaga las necesidades prácticas de los animales, sino que también construya confianza y tranquilidad en los dueños, asegurando así un servicio integral y de alta calidad.

La empresa iniciará su operación en el mercado ecuatoriano ofreciendo una plataforma innovadora que permite a los clientes buscar y contratar servicios de cuidado de mascotas directamente en sus hogares. Con el objetivo de proporcionar comodidad y tranquilidad a los dueños de mascotas, la aplicación facilitará la conexión con clínicas veterinarias, profesionales veterinarios, estudiantes de carrera a fin y fundaciones.

Inicialmente centrada en Quito, la empresa se enfocará en establecer una base sólida en esta

ciudad. A medida que establece su presencia en Ecuador, la empresa tiene como meta a mediano plazo internacionalizarse, enfocando su expansión inicial en el mercado colombiano.

### **Necesidades del segmento ecuatoriano**

En la ciudad de Quito al Norte, los dueños de mascotas están incrementando su demanda por servicios especializados que no solo aseguren el cuidado básico, sino que también satisfagan necesidades específicas como dietas personalizadas, atención médica especializada y actividades recreativas adecuadas para sus animales. A pesar de ser una zona residencial próspera, existe una percepción de acceso limitado a servicios de calidad en el cuidado de mascotas, lo que indica la necesidad de opciones que cumplan con estándares elevados de profesionalismo. Asimismo, los propietarios enfatizan la importancia de la personalización y la comunicación transparente con los cuidadores, buscando estar informados sobre el estado y las actividades diarias de sus mascotas durante su ausencia.

### **Características del Segmento en Quito Norte**

Al Norte de Quito, la comunidad está mayormente compuesta por familias jóvenes y profesionales con ingresos medios y altos, lo cual indica un potencial económico significativo para invertir en servicios premium destinados a sus mascotas. Además, existe una notable conciencia sobre el bienestar animal entre los residentes, quienes valoran altamente el trato ético y humano hacia los animales, impulsando así la demanda por servicios que garanticen y promuevan el bienestar de las mascotas. La proximidad a parques y áreas recreativas para mascotas también juega un papel crucial, ya que muchos propietarios prefieren instalaciones que ofrezcan acceso a espacios al aire libre y actividades físicas adecuadas para sus animales durante su estancia. Por último, los residentes de esta zona tienen expectativas elevadas en cuanto a la calidad de los servicios de cuidado de mascotas.

## **Necesidades del segmento colombiano**

El mercado de cuidado de mascotas en Bogotá presenta una creciente demanda por servicios que permitan a los dueños de mascotas asegurar el bienestar de sus animales mientras mantienen sus rutinas diarias. La ciudad, siendo una de las más pobladas y dinámicas de Colombia, muestra una alta concentración de hogares con mascotas, especialmente en áreas urbanas donde la accesibilidad a servicios especializados es fundamental. Los servicios personalizados que ofrecen comodidad, calidad y seguridad son altamente valorados por los consumidores bogotanos, quienes buscan opciones confiables y convenientes para atender las necesidades específicas de sus mascotas.

## **Características del Segmento en Bogotá Colombia**

En el sector sur de Bogotá, se observa una creciente tendencia hacia un estilo de vida urbano más moderno y conectado, donde los dueños de mascotas buscan soluciones innovadoras que se integren fácilmente con sus actividades diarias. La infraestructura urbana desarrollada y la alta densidad poblacional ofrecen oportunidades significativas para servicios de cuidado de mascotas a domicilio, especialmente aquellos que combinan tecnología avanzada con un enfoque personalizado y profesional. Adaptarse a las preferencias locales, como la flexibilidad horaria y la capacitación especializada del personal, será clave para captar y retener clientes en esta dinámica región de la capital colombiana.

## Buyer Person

**Figura 1**  
*Buyer Persona-Ecuador*



**Figura 2**

### CAMILA ÁLVARO



<b>EDAD</b>	28 años
<b>GÉNERO</b>	Mujer
<b>PAÍS</b>	Colombia
<b>OCUPACIÓN</b>	Doctora
<b>ESTADO CIVIL</b>	Soltera

#### Gustos y aficiones

Pasar tiempo con Max  
Ver películas  
Servicios que me brinden facilidad  
Viajar

#### Biografía

Soy Camila Álvaro, una doctora colombiana de 28 años. Vivo en Bogotá y trabajo en un hospital público, donde tengo un horario exigente que me deja poco tiempo para otras actividades. Soy apasionada por mi carrera y me dedico con entusiasmo a cuidar de mis pacientes. Vivo sola en un apartamento y tengo un perro llamado Max, que es mi compañero más fiel.

#### Motivaciones

Mi principal motivación es poder equilibrar mi vida profesional con el cuidado de mi mascota, Max. Quiero asegurarme de que él reciba la atención y el cariño que necesita, incluso cuando estoy ocupada en el hospital.

#### Objetivos

Mis objetivos incluyen proporcionar el mejor cuidado posible para Max y encontrar soluciones que me permitan manejar mi tiempo de manera eficiente. Quiero utilizar servicios que sean innovadores y confiables, para poder concentrarme en mi carrera sin sentirme culpable por dejar a mi mascota sola.

#### Personalidad

<b>Creativo</b>	<b>Metódico</b>
<b>Sentimental</b>	<b>Pensativo</b>
<b>Extrovertido</b>	<b>Introverso</b>

#### ¿Qué opina de nuestros productos?

El servicio de cuidado de mascotas a domicilio a través de la aplicación es excelente. Nunca había encontrado un servicio similar que me ofreciera tanta tranquilidad y conveniencia. Saber que Max está bien cuidado mientras estoy en el trabajo me permite enfocarme en mis responsabilidades sin preocupaciones.

#### ¿Cómo podemos ayudarlo?

Pueden ayudarme proporcionando cuidadores de mascotas confiables y capacitados, que puedan atender a Max de manera profesional y cariñosa. También aprecio las actualizaciones en tiempo real sobre su bienestar, ya que me permiten estar conectada con él a pesar de la distancia. Además, cualquier servicio adicional que facilite la logística del cuidado de mi mascota será muy valioso para mí.

## Proveedores

### Mi proveedor ideal...



## Buyer persona Ecuador



	Francisco Rodríguez
	22 años
	Estudiante de veterinaria. 6TO semestre



## Mi proveedor ideal...



**Buyer  
persona  
Colombia**



Andrea  
Pinto

23 años

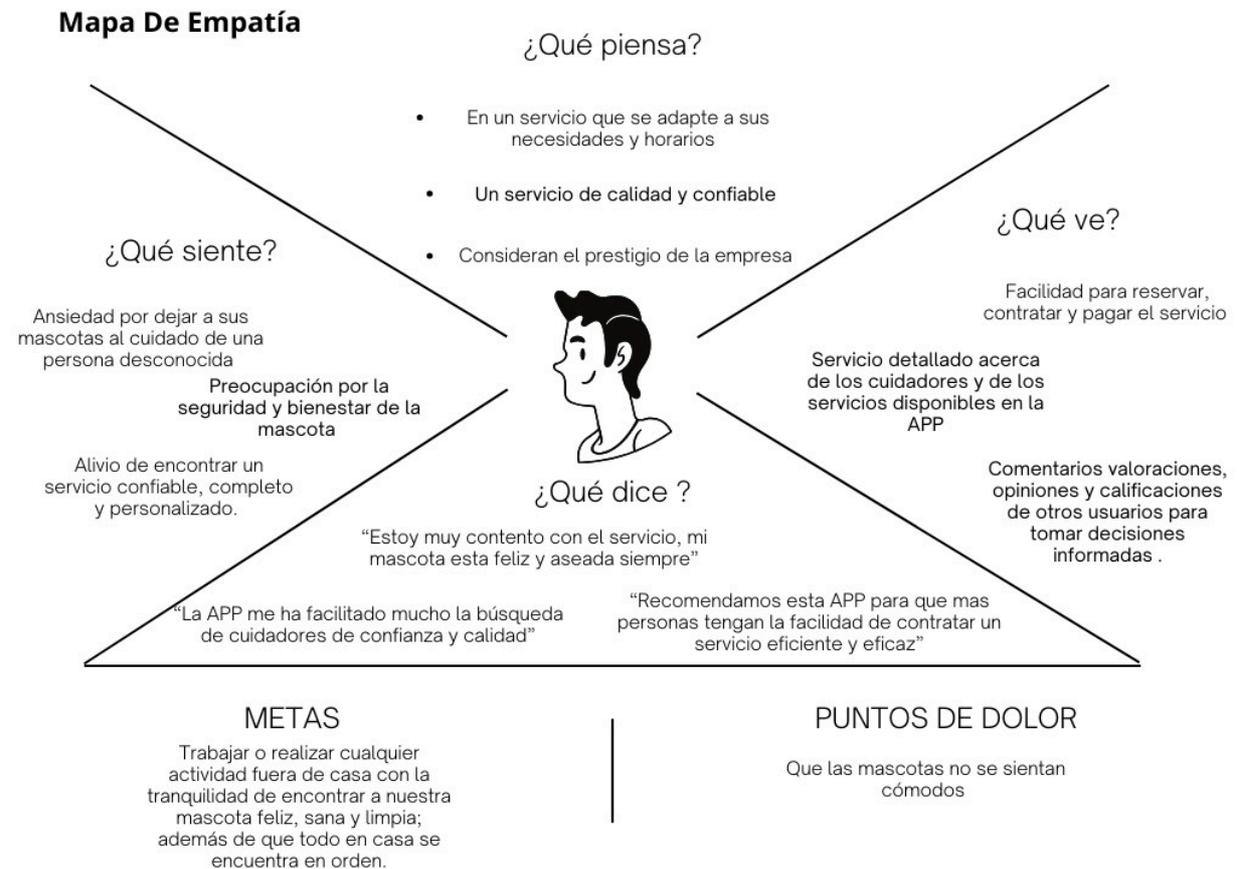
Estudiante de  
veterinaria, 4TO  
semestre



## Mapa de Empatía-Ecuador

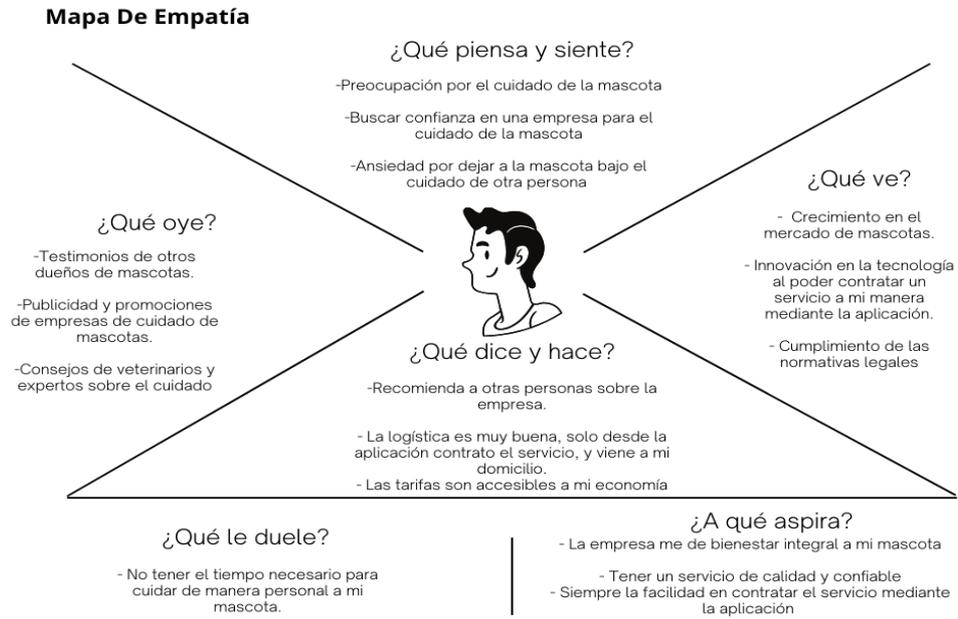
**Figura 3**

*Mapa de Empatía-Ecuador*



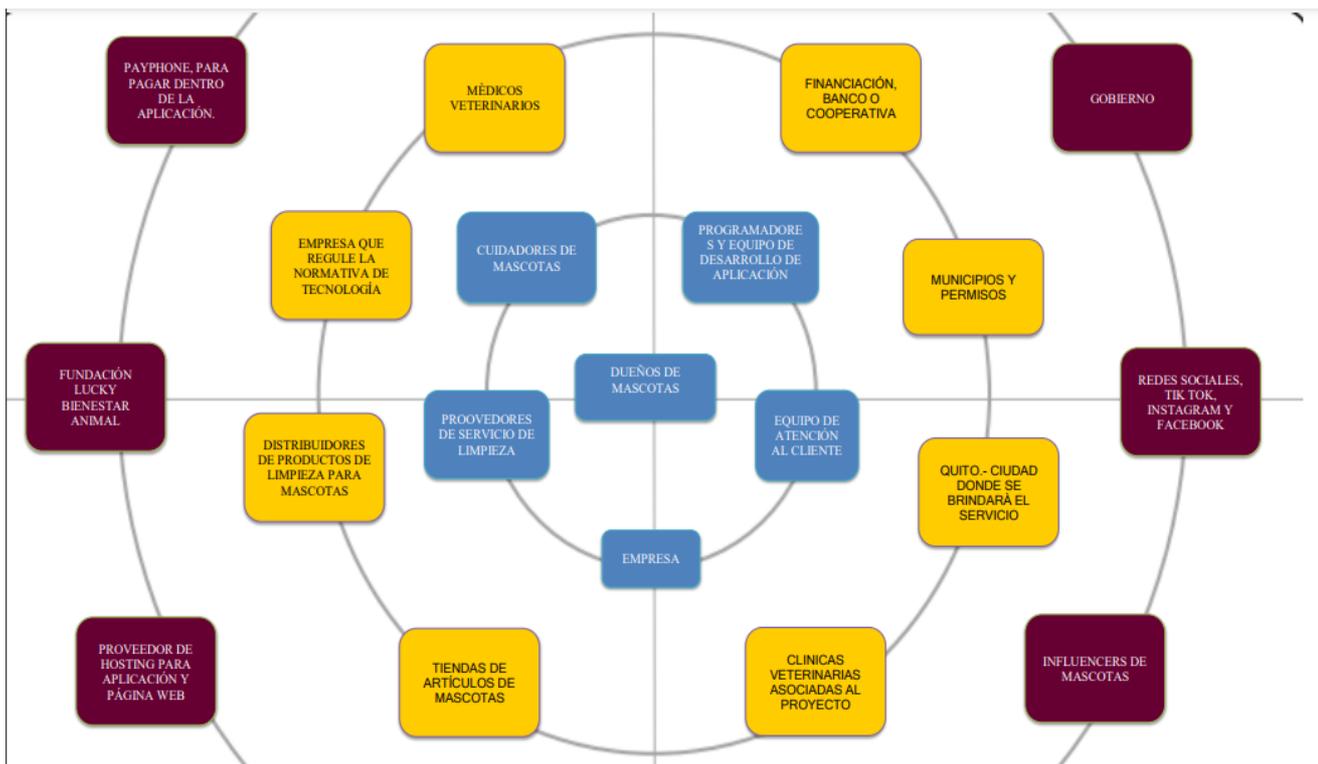
## Mapa de Empatía-Colombia

**Figura 4**  
Mapa de Empatía-Colombia



## Mapa de Actores

**Figura 5**  
Mapa de actores



Los actores directamente relacionados en el ecosistema de nuestra aplicación incluyen a diversos grupos clave. En primer lugar, los programadores y el equipo de desarrollo son responsables de la creación y el mantenimiento de la aplicación móvil, asegurando su funcionamiento óptimo y la implementación de mejoras continuas. El equipo de atención al cliente se dedica a proporcionar soporte a los usuarios, resolviendo dudas y gestionando incidencias para garantizar una experiencia satisfactoria. Los cuidadores de mascotas, ya sean profesionales o aficionados, ofrecen sus servicios para cuidar de las mascotas de los usuarios, brindando atención y compañía necesaria. Por último, las tiendas de artículos para mascotas juegan un papel esencial al suministrar productos indispensables para el cuidado y el entretenimiento de las mascotas, completando así el ciclo de servicios y productos que nuestra aplicación ofrece.

### **Matriz de selección de mercados**

Para la selección de los tres mercados objetivo en nuestro plan de internacionalización empresarial, se realizó una exhaustiva investigación que consideró las regulaciones y normativas internacionales relacionadas con el cuidado de los animales. Suiza se destacó como uno de los países europeos con los estándares más estrictos en este ámbito, seguido por España, que también cuenta con sólidas leyes de protección animal en el continente europeo. En América Latina, Colombia se distingue por tener normativas específicas que, aunque mínimas en comparación con otros países latinoamericanos, establecen una base legal significativa para el bienestar de las mascotas. Esta diferenciación en la legislación motivó la elección de estos tres países como mercados estratégicos para nuestra expansión internacional.

En Suiza, las políticas de bienestar animal no solo reflejan un alto grado de sensibilidad social hacia los derechos de los animales, sino que también promueven prácticas éticas en el cuidado y la tenencia de mascotas. Esta reputación refuerza la atracción del mercado suizo para empresas que se centran en ofrecer servicios premium y productos de calidad que cumplen con estándares rigurosos.

España, por su parte, combina un mercado creciente de servicios para mascotas con una cultura arraigada de sensibilidad hacia el bienestar animal. Las regulaciones claras y aplicadas promueven un entorno favorable para las empresas que buscan operar de manera ética y cumplir con exigentes estándares legales, aprovechando un alto porcentaje de hogares urbanos con mascotas y un incremento en el gasto dedicado a estos animales.

En el país colombiano, aunque las normativas sobre el cuidado animal están en desarrollo, representan un paso significativo hacia la protección efectiva de las mascotas. El mercado colombiano muestra un potencial considerable debido al aumento en la adopción de mascotas y a una creciente demanda por servicios especializados que garanticen el bienestar y la salud animal, ofreciendo oportunidades para innovaciones y prácticas de negocio responsables.

La combinación de estas condiciones favorables en Suiza, España y Colombia no solo respalda nuestra estrategia de expansión internacional, sino que también posiciona a nuestra empresa para liderar en mercados comprometidos con el cuidado ético y responsable de las mascotas, promoviendo el crecimiento sostenido y la aceptación de nuestras soluciones innovadoras.

## **Tabla 2**

## Matriz y selección de mercado

Factores críticos para el éxito	Ponderación	SUIZA		COLOMBIA		ESPAÑA	
		Calificación	Puntuación Ponderada	Calificación	Puntuación Ponderada	Calificación	Puntuación Ponderada
Logística y transporte	0.2	3.2	0.64	4	0.8	2.5	0.5
Crecimiento de la demanda	0.1	2.5	0.25	5	0.5	3.2	0.32
Crecimiento de la oferta local	0.1	0.9	0.09	5	0.3	0.8	0.08
Barreras de ingreso arancelarias	0.1	0.5	0.05	3	0.1	2	0.2
Barreras de ingreso no arancelarias	0.1	0.45	0.045	5	0.15	0.6	0.06
Acuerdos preferenciales de comercio	0.1	1.6	0.16	4	0.4	2	0.2
Facilidad de acceso: geografía	0.1	1.25	0.125	5	0.25	1.5	0.15
Participación y presencia de competidores	0.1	0.8	0.08	3	0.2	0.8	0.08
Concentración de la oferta	0.1	0.45	0.045	4	0.15	0.45	0,045
Crecimiento de la oferta internacional	0.1	0.9	0.09	4	0.3	1.2	0.12
	1.0		2.35		3.85		1,95

### Identificación de la Problemática

#### Problemas del Segmento

##### 1. Falta de accesos a servicios para mascotas de manera personalizada

El acceso fragmentado a servicios personalizados para mascotas es una problemática común tanto a nivel local como internacional. Los dueños de mascotas a menudo enfrentan dificultades para encontrar servicios de calidad que se adapten a las necesidades específicas de sus animales. Esta falta de servicios personalizados puede incluir desde atención veterinaria especializada hasta cuidadores capacitados y productos específicos para distintas razas y condiciones de salud. En mercados internacionales, la variabilidad en la disponibilidad y calidad de estos servicios es aún más pronunciada, lo que complica la

búsqueda de opciones adecuadas para los dueños de mascotas que viven en o se trasladan a diferentes países.

La ausencia de una plataforma integrada que centralice esta información y facilite el acceso a servicios personalizados para mascotas se traduce en una experiencia fragmentada y a menudo frustrante para los usuarios. También las empresas enfrentan el desafío adicional de adaptar sus servicios a las normativas y expectativas culturales de cada país, lo que puede ser una barrera significativa para la expansión global. Proveer una solución integral que ofrezca servicios personalizados de alta calidad no solo mejoraría la satisfacción del cliente, sino que también abriría nuevas oportunidades de mercado en diversas regiones del mundo.

## **2. Poco tiempo disponible para el cuidado de mascotas**

Un desafío significativo para muchos propietarios de mascotas es la falta de tiempo disponible para dedicar al cuidado adecuado de sus animales. En la vida moderna, las responsabilidades laborales, familiares y sociales pueden ocupar la mayor parte del día, dejando poco espacio para atender las necesidades diarias de las mascotas. Esta falta de tiempo puede resultar en una atención menos dedicada o en la incapacidad de proporcionar actividades de enriquecimiento, ejercicio adecuado y atención médica regular, afectando negativamente la calidad de vida de las mascotas.

## **3. Falta de información y educación sobre el cuidado de mascotas**

Otro desafío importante es la falta de información y educación adecuada sobre el cuidado de mascotas entre los dueños. Muchas personas que tienen mascotas pueden no estar completamente informadas sobre las mejores prácticas de cuidado, la dieta adecuada, la prevención de enfermedades y el comportamiento animal. Esta falta de conocimiento puede llevar a decisiones subóptimas en cuanto al cuidado de las mascotas, impactando negativamente en su bienestar y salud a largo plazo.

#### **4. Dificultad en la coordinación logística**

La coordinación logística es una de las principales dificultades que enfrentan los dueños de mascotas y los proveedores de servicios. Programar citas con veterinarios, estudiantes de las carreras de medicina puede ser un proceso complicado y que consume mucho tiempo. Sin una plataforma centralizada que facilite la gestión de estas tareas, los usuarios deben navegar entre diferentes proveedores y sistemas, lo que puede resultar en una experiencia fragmentada y menos eficiente. Este problema se agrava en el ámbito de negocios internacionales, donde la diferencia de horarios y la distancia geográfica añaden capas adicionales de complejidad a la coordinación logística.

#### **5. Falta de accesibilidad a servicios de emergencia para mascotas**

En muchas áreas, los servicios de emergencia para mascotas, como hospitales veterinarios y clínicas de urgencias, son limitados o no están disponibles 24/7. Esto puede ser crítico en situaciones donde una mascota necesita atención médica inmediata fuera del horario normal de las clínicas veterinarias. La ausencia de servicios de emergencia accesibles puede llevar a retrasos en el tratamiento, agravando la condición del animal y causando estrés adicional a los propietarios.

### **Selección del Problema con Mayor Oportunidad de Negocio**

#### **La falta de acceso a servicios personalizados para mascotas**

La humanización de las mascotas está en aumento, y los dueños buscan servicios que se adapten específicamente a las necesidades de sus animales. Esto incluye desde atención veterinaria especializada hasta productos y servicios diseñados para razas específicas o condiciones de salud particulares, siempre cumpliendo con las normas y permisos internacionales (Gómez & Orozco, 2018).

En el acceso a servicios personalizados crea una experiencia frustrante para los dueños de mascotas. Ofrecer una plataforma integrada que centralice esta información y facilite el acceso mejorará significativamente la satisfacción del cliente, asegurando además que todos los servicios cumplan con las normativas y permisos vigentes en cada país.

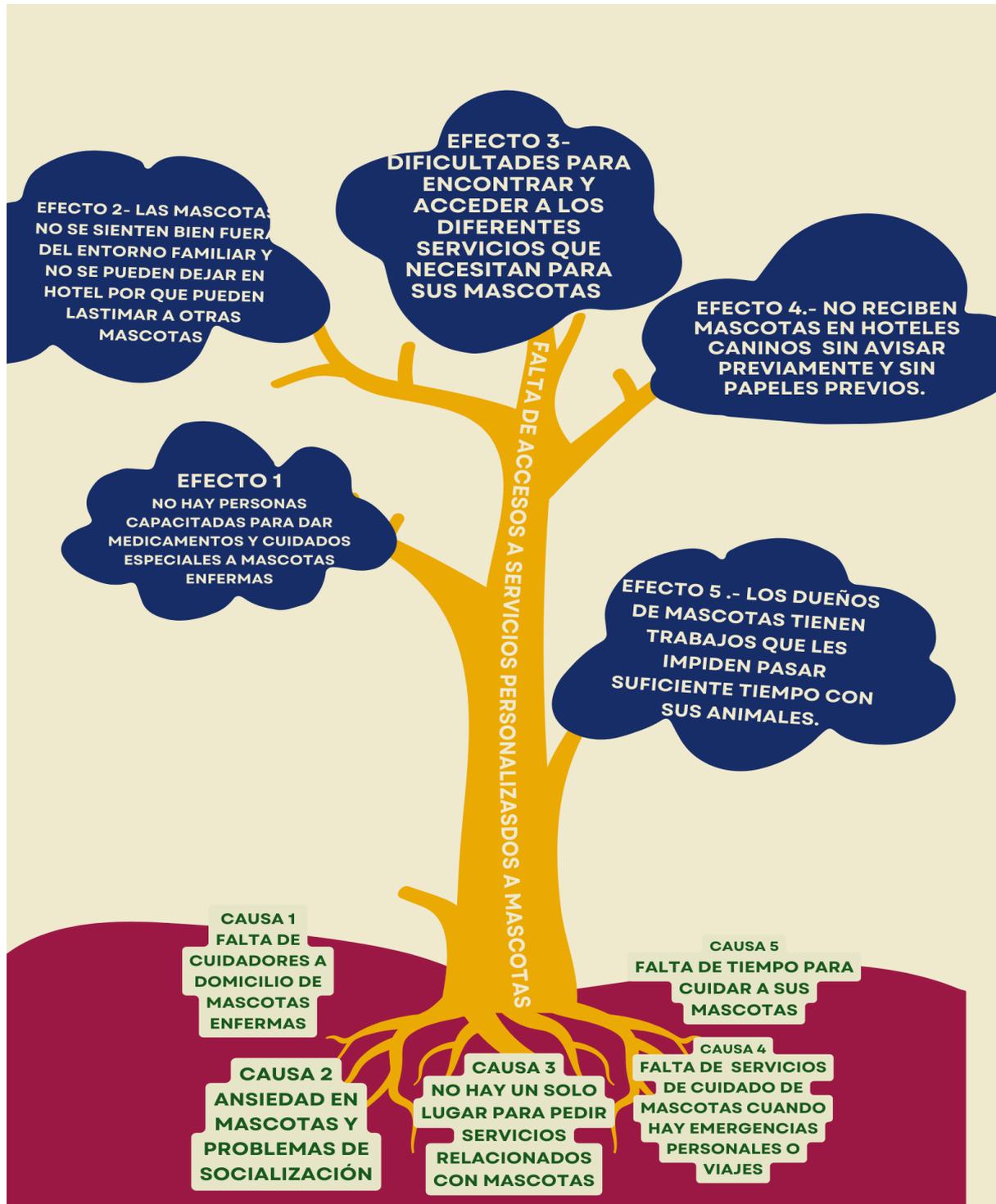
La variabilidad en la disponibilidad y calidad de servicios para mascotas a nivel internacional crea una oportunidad para una solución que pueda estandarizar y adaptar estos servicios según las normativas y expectativas culturales de cada país. Una plataforma global podría captar una amplia base de usuarios en diferentes regiones, garantizando siempre el cumplimiento de las normas y permisos internacionales.

El desarrollo de una plataforma digital que centralice y personalice los servicios para mascotas puede aprovechar tecnologías emergentes como inteligencia artificial y análisis de datos para ofrecer recomendaciones precisas y personalizadas. Esto no solo mejorará la eficiencia, sino que también proporcionará un valor añadido significativo a los usuarios, cumpliendo siempre con las regulaciones y permisos pertinentes.

Una plataforma integral puede expandirse para incluir una variedad de servicios adicionales como cuidados estéticos, seguros de salud para mascotas, entrenadores certificados y productos especializados. Esto crea múltiples fuentes de ingresos y una propuesta de valor robusta para los clientes, asegurando en todo momento que se respeten las normas y permisos internacionales.

## Árbol de Problemas

Figura 6  
Árbol de problemas



## **Problema Central: Falta de acceso a servicios personalizados para mascotas**

El problema central que enfrenta la empresa, tanto en Ecuador como en Colombia, es la falta de acceso a servicios personalizados para mascotas. A pesar del creciente número de hogares con mascotas en ambos países, existe una carencia significativa de opciones que ofrezcan cuidados específicos y adaptados a las necesidades individuales de cada mascota.

### **Fragmentación en la oferta de servicios**

Diversidad y dispersión de proveedores de servicios para mascotas.

**Causa:** Falta de una plataforma integrada que centralice la información sobre servicios disponibles.

**Causa:** Dificultades para encontrar servicios especializados adecuados a las necesidades específicas de cada mascota.

### **Acceso limitado a servicios de calidad**

Disponibilidad limitada de servicios veterinarios especializados.

**Causa:** Carencia de establecimientos veterinarios con capacidad para atender necesidades específicas (como terapia física, dietas especializadas, etc.).

**Causa:** Altos costos asociados a servicios personalizados de salud para mascotas.

### **Complejidad en la coordinación logística**

Dificultad para programar y coordinar citas y servicios diversos.

**Causa:** Falta de una plataforma que facilite la gestión integral de citas y servicios.

**Causa:** Diferencias en horarios y disponibilidad de proveedores de servicios para mascotas.

### **Desafíos en la expansión internacional**

Adaptación a normativas y regulaciones locales.

**Causa:** Variabilidad en normativas sobre bienestar animal y prácticas veterinarias entre países.

**Causa:** Complejidad en la internacionalización de servicios debido a diferencias culturales y regulatorias.

### **Barreras tecnológicas y de acceso**

Limitaciones en el uso de tecnologías emergentes para mejorar servicios.

**Causa:** Falta de inversión en desarrollo de plataformas digitales adaptadas a las necesidades del mercado de mascotas.

**Causa:** Dificultades en la adopción de herramientas tecnológicas por parte de los proveedores de servicios para mascotas.

Este árbol de problemas ayuda a visualizar los diferentes aspectos que contribuyen a la falta de acceso a servicios personalizados para mascotas, desde la fragmentación en la oferta de servicios hasta los desafíos tecnológicos y regulatorios asociados con la expansión internacional. Cada subproblema y causa identificado puede servir como punto de partida para desarrollar estrategias y soluciones efectivas que aborden estas dificultades.

### **Propuesta Inicial (Ideación – Innovación e Impacto Social)**

La propuesta inicial se centra en la creación de una plataforma digital integral dedicada al cuidado de mascotas, diseñada para resolver la falta de acceso a servicios personalizados a nivel global. Esta plataforma no solo centralizará la oferta de servicios, sino que también innovará en la forma en que los dueños de mascotas pueden acceder y gestionar el cuidado de sus animales, asegurando un impacto social positivo en la comunidad de amantes de mascotas.

**Centralización de servicios:** Desarrollar una plataforma que integre una amplia gama de servicios para mascotas, desde atención veterinaria especializada hasta cuidados estéticos y productos específicos, facilitando así el acceso a opciones personalizadas y de calidad.

**Mejora de la experiencia del usuario:** Crear una interfaz simple para que los usuarios encuentren y reserven servicios de manera fácil y rápida.

**Innovación tecnológica:** Implementar tecnologías avanzadas como inteligencia artificial y análisis de datos para ofrecer recomendaciones personalizadas basadas en las necesidades individuales de cada mascota, mejorando la eficiencia y precisión de los servicios.

**Cumplimiento normativo internacional:** Adaptar la plataforma para cumplir con las normativas y regulaciones locales e internacionales sobre bienestar animal, protección de datos y prácticas veterinarias, facilitando así la expansión global y la confianza del cliente.

**Impacto social:** Promover el bienestar animal y la conciencia sobre la importancia de un cuidado adecuado mediante educación continua y colaboraciones con organizaciones dedicadas al rescate y protección de animales.

### *Estrategias Clave*

**Desarrollo tecnológico:** Invertir en el desarrollo de una plataforma robusta y escalable que soporte múltiples idiomas, monedas y regulaciones, asegurando una experiencia consistente y confiable para usuarios internacionales.

**Colaboraciones estratégicas:** Establecer alianzas con clínicas veterinarias, proveedores de productos para mascotas y organizaciones sin fines de lucro para ampliar la oferta de servicios y garantizar altos estándares de calidad y ética.

**Educación y sensibilización:** Implementar programas educativos dirigidos a dueños de mascotas y profesionales del sector sobre prácticas óptimas de cuidado animal y uso efectivo de la plataforma.

### ***Resultados Esperados***

**Mejora en la calidad de vida de las mascotas:** Proporcionar acceso fácil y rápido a servicios especializados que mejoren la salud y bienestar de los animales.

**Crecimiento de la plataforma:** Expandir la presencia y operaciones a nivel internacional, captando un mercado diverso y ampliando el alcance de los servicios ofrecidos.

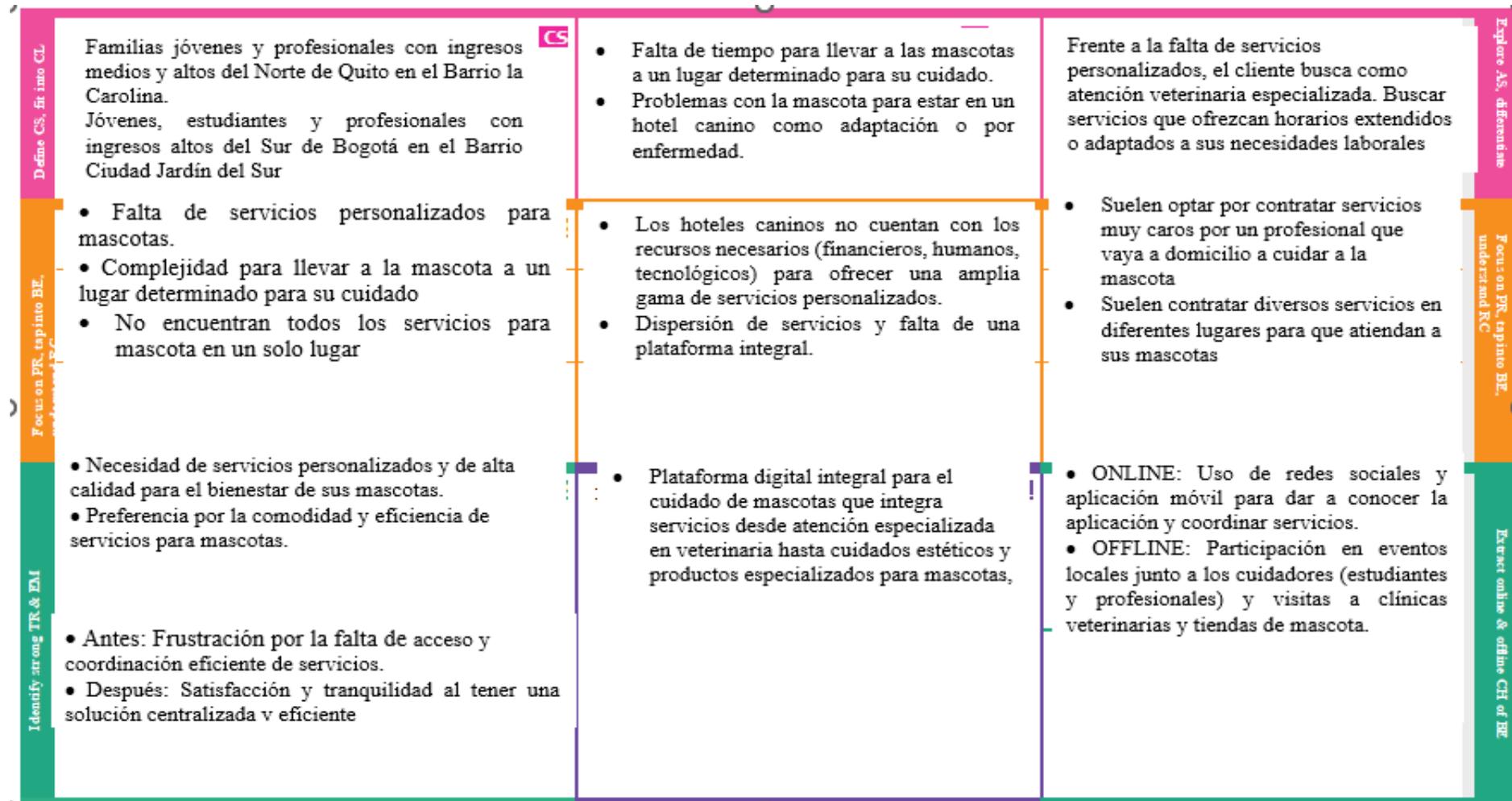
**Contribución al impacto social:** Fomentar una cultura de cuidado responsable de mascotas y apoyar iniciativas de rescate y protección animal a través de colaboraciones estratégicas y acciones directas.

Esta propuesta inicial representa un compromiso con la innovación, la eficiencia operativa y el impacto social positivo en el sector del cuidado de mascotas, posicionando nuestra plataforma como líder en la entrega de servicios personalizados y de alta calidad a nivel internacional.

## Idea de Negocio- Matriz Problem-Solution Fi

Figura 7

Idea de Negocio- Matriz Problem-Solution Fi



## Propuesta de Valor Específica (Lienzo de PV)

**Figura 8**  
Lienzo de la propuesta de valor



### Campaña Social.

La campaña social "Tu mascota en las mejores manos" busca no solo proporcionar tranquilidad a los dueños al permitirles observar a sus mascotas en tiempo real mediante cámaras dentro del hogar, sino también promover la adopción responsable y mejorar la calidad de vida de los animales. En asociación con la Fundación Lucky, la empresa se compromete a sensibilizar sobre la importancia de adoptar mascotas en lugar de comprarlas, enfatizando el amor y los cuidados que estos seres merecen.

A través de esta colaboración, se llevarán a cabo diversas actividades, como eventos de adopción, campañas de concienciación en redes sociales y jornadas educativas en comunidades locales. La meta es crear un impacto positivo y duradero en la vida de las mascotas, asegurándoles un entorno seguro y amoroso en el que puedan prosperar.

La plataforma ofrece un valor agregado significativo al brindar seguridad a los dueños de mascotas. Con la instalación de cámaras, los propietarios pueden observar a sus mascotas en tiempo real desde cualquier lugar, eliminando la preocupación de no saber cómo están mientras están fuera de casa. Además, la aplicación incluye un chatbot que guía a los usuarios hacia especialistas en caso de emergencia o consulta, proporcionando una atención rápida y especializada para garantizar el bienestar de las mascotas en todo momento.

### ***Prototipaje 1.0***

Primer prototipo

**Figura 9**  
*Aplicación móvil*

El prototipo muestra dos pantallas de una aplicación móvil. La pantalla de la izquierda, titulada "Especificaciones para contrato de servicio", contiene los siguientes campos de entrada: "FECHA DESDE" y "FECHA HASTA" (ambos con formatos de fecha / /), "Horario para alimentación", "EDAD" y "GÉNERO", "CORREO ELECTRÓNICO" y "CUIDADOS ESPECIALES". La pantalla de la derecha, titulada "Ingresa tu mascota DATOS", incluye un ícono de un perro con un signo "+" encima, y los campos: "NOMBRE", "ESPECIE", "SEXO", "RAZA", "FECHA DE NACIMIENTO" y "ESPECIFICACIONES ADICIONALES (enfermedades)".

Desarrollar una aplicación móvil que facilite el cuidado integral de las mascotas dentro del hogar, ofreciendo funciones de monitoreo en tiempo real, gestión de citas veterinarias y apoyo social para promover la adopción responsable.

### **Características Clave:**

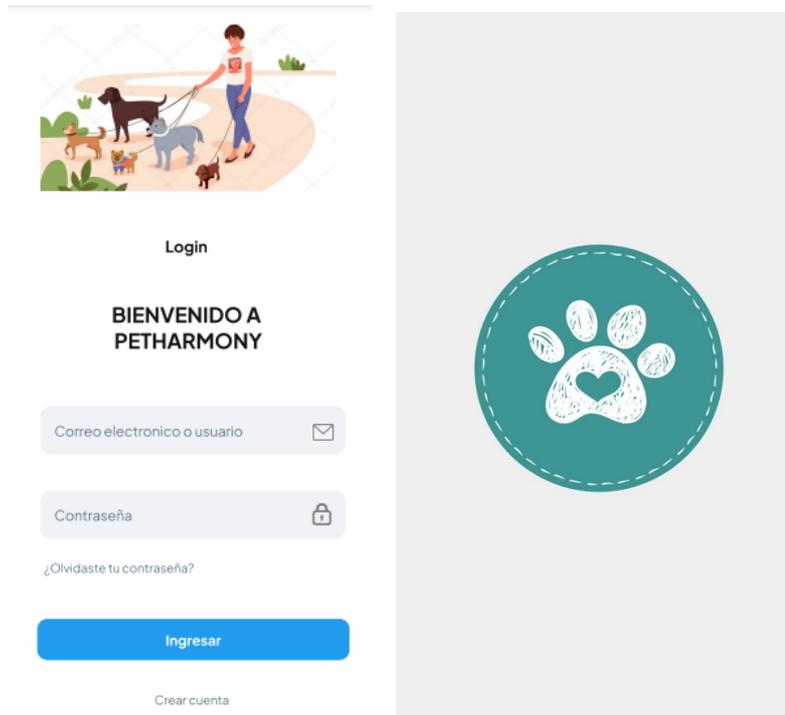
1. **Monitoreo en Tiempo Real:** Permite a los dueños observar a sus mascotas en vivo mediante cámaras instaladas en el hogar, proporcionando tranquilidad al verificar su bienestar y comportamiento desde cualquier ubicación.
2. **Gestión de Cuidados Domésticos:** Permite programar y gestionar servicios como visitas veterinarias, cuidados estéticos y administración de medicamentos, asegurando que todas las necesidades de las mascotas sean atendidas de manera organizada y eficiente.
3. **Apoyo a la Adopción Responsable:** Integración con organizaciones como la Fundación Lucky para promover la adopción responsable de mascotas a través de campañas educativas, eventos de adopción y facilitando la conexión entre dueños potenciales y animales en busca de hogar.
4. **Comunidad y Soporte Social:** Facilita la interacción entre dueños de mascotas mediante grupos de apoyo, foros de discusión y acceso a consejos de expertos, creando una comunidad comprometida con el bienestar animal.

#### **Objetivos de Evaluación:**

- **Facilidad de Uso y Funcionalidad:** Evaluar la experiencia del usuario en la navegación y uso de las funciones ofrecidas por la aplicación.
- **Impacto Social y Adopción:** Medir la efectividad de las campañas sociales integradas y la disposición de los usuarios para adoptar mascotas de forma responsable.
- **Satisfacción del Usuario:** Obtener retroalimentación sobre la utilidad percibida de las herramientas de monitoreo y soporte proporcionadas.

Link Prototipo 1.0: <https://youtu.be/sV4CKEN2mU0>

## Segundo prototipo



Implementar un servicio de consulta virtual donde los usuarios puedan obtener asesoramiento y diagnósticos preliminares de veterinarios certificados a través de la plataforma móvil.

### Características Clave:

- 1. Videoconsultas:** Facilita consultas en tiempo real con veterinarios especializados, permitiendo a los usuarios obtener asesoramiento personalizado desde la comodidad de su hogar.



2. **Historial de Consultas:** Mantiene un registro digital de todas las consultas realizadas, incluyendo recomendaciones y tratamientos prescritos para un seguimiento adecuado de la salud de la mascota.

3. **Acceso 24/7:** Disponibilidad constante para consultas de emergencia y no urgentes, garantizando atención veterinaria rápida y eficiente cuando sea necesario mediante un chatbot.



### Objetivos de Evaluación:

1. **Conveniencia y Calidad del Servicio:** Evaluar la eficacia y satisfacción del usuario con respecto a la calidad de las consultas virtuales y la conveniencia del acceso a especialistas.

2. **Demanda del Usuario:** Determinar la disposición de los usuarios para utilizar servicios de consulta veterinaria en línea y su disposición a adoptar este tipo de soluciones.

Estos prototipos buscan ofrecer soluciones innovadoras que mejoren el cuidado y bienestar de las mascotas, tanto en el ámbito doméstico como en la provisión de atención veterinaria especializada a través de tecnología accesible y eficiente.

Link Prototipo 2.0:

<https://youtu.be/WxwkCYIwHIg>

## Lean Canvas

La empresa iniciará sus operaciones en Quito, pero se internacionalizará a Colombia, específicamente a la ciudad de Bogotá. Este plan estratégico se enmarca en el modelo Lean Canvas, permitiendo una adaptación rápida y eficiente a las necesidades del mercado ecuatoriano y colombiano.

- ✓ **Segmento del Mercado:** Nuestro enfoque se centra en atender a propietarios de mascotas que buscan soluciones integrales y seguras para el cuidado de sus animales mientras están ausentes. Este segmento incluye tanto a dueños de perros y gatos como a aquellos con mascotas exóticas, quienes valoran altamente la calidad del servicio y la tranquilidad de saber que sus compañeros están bien cuidados. Nos dirigimos a clientes que buscan comodidad y confianza en la gestión de la atención a sus mascotas, ofreciendo servicios personalizados que abarcan desde cuidado básico hasta atención especializada según las necesidades individuales de cada animal.
- ✓ **Propuesta de Valor:** Nuestra ventaja competitiva radica en la combinación única de cuidado a domicilio y monitoreo en tiempo real mediante nuestra aplicación móvil. Esto no solo diferencia nuestro servicio de la competencia, sino que también refuerza nuestro compromiso social mediante la promoción activa de la adopción responsable y colaboraciones con organizaciones como la Fundación Lucky. Además de ofrecer tranquilidad a los propietarios al visualizar a sus mascotas en tiempo real, nos comprometemos a mejorar la calidad de vida de las mascotas en general, estableciendo así un estándar elevado en el cuidado animal y fortaleciendo nuestra posición en el mercado como líderes en innovación y responsabilidad social.
- ✓ **Canal de Ventas:** Nuestra estrategia de ventas se apoya principalmente en una presencia dinámica en redes sociales como TikTok, Instagram y Facebook, donde planeamos captar el 50%, 30% y 20% de nuestra base de clientes respectivamente.

Estas plataformas no solo nos permiten conectar directamente con nuestro público objetivo, sino que también facilitan la difusión de contenido educativo y testimonios de clientes satisfechos. Además, nuestra página web oficial servirá como un centro de información integral y un canal para gestionar reservas y consultas de manera eficiente.

- ✓ **Relación con el Cliente:** Para atraer y retener clientes, implementaremos estrategias de marketing digital que incluyen campañas dirigidas a segmentos específicos de mercado y la creación de contenido relevante y educativo en nuestras redes sociales. La interacción activa a través de mensajes directos y respuestas rápidas a consultas garantizará una relación cercana y de confianza con nuestros clientes. Además, ofreceremos descuentos y promociones periódicas, así como programas de fidelización para premiar a clientes recurrentes y fortalecer aún más nuestra relación con ellos.
- ✓ **Fuentes de Ingreso:** El precio de los servicios será transparente y competitivo. Se ofrecerán suscripciones para el cuidado personalizado de mascotas en Ecuador: Premium a \$19.99 al año y Estándar a \$13.99 por uso ocasional. Además, para la plataforma sobre el cuidado personalizado de mascotas, el cobro será de \$30 por día, con una retención del 25%. Los ingresos netos derivados de las retenciones asegurarán que los servicios sean accesibles y competitivos en el mercado.

Para el mercado colombiano, las fuentes de ingreso incluirán suscripciones en distintas categorías: Premium a \$80,000 COP al año y Estándar a \$56,000 COP por uso ocasional. Además, para la plataforma de clínicas veterinarias, el cobro será de \$120,000 COP por hora, con una retención del 25%.

- ✓ **Actividades Clave:** Para llevar a cabo nuestra idea, será crucial establecer alianzas con proveedores de servicios veterinarios y capacitar a nuestro personal en técnicas avanzadas de cuidado animal. Además, el desarrollo y mantenimiento de nuestra aplicación móvil para monitoreo en tiempo real será una actividad clave.
- ✓ **Recursos Clave:** Los recursos clave incluyen permisos legales para operar, un equipo humano capacitado y motivado, así como inversiones financieras en tecnología y marketing digital.
- ✓ **Estructura de Costos:** Para mantener precios competitivos, exploraremos opciones como la optimización de procesos operativos, negociaciones efectivas con proveedores y la utilización eficiente de recursos tecnológicos. Además, invertiremos en programas de formación continua para nuestro equipo y estrategias de marketing digital orientadas al retorno de inversión.
- ✓ **Socios clave en Ecuador:** incluyen hospitales veterinarios como Dogtors Cat Hospital, Hospital Veterinario Medipet, y Vet 365. Además, colaboramos con universidades reconocidas como la Universidad Técnica Equinoccial, la Universidad Central del Ecuador, la Universidad San Francisco de Quito y la Universidad de las Américas. Egresados de carreras de veterinaria y colaboradores de fundaciones como la Fundación Lucky son esenciales para mantener la calidad y confianza en los servicios.

**Socios clave para Colombia** incluyen clínicas veterinarias prominentes como la Clínica Veterinaria Mi Mascota Feliz, Clínica Veterinaria PetCare, Clínica Veterinaria Animal Doctors, Clínica Veterinaria San Francisco y Clínica Veterinaria VetCare. Estas clínicas nos proporcionan acceso a profesionales y permitirá ofrecer servicios veterinarios de alta calidad.

Además, contaremos con profesionales de universidades reconocidas como la Universidad de Antioquia, la Universidad de Ciencias Aplicadas y Ambientales, y la Universidad CES. Egresados de la carrera de veterinaria de estas universidades serán esenciales para mantener la calidad y confianza en nuestros servicios.

La colaboración con estas universidades fortalece nuestra credibilidad, además de abrir oportunidades para la formación continua de nuestro personal y el desarrollo de nuevas soluciones en el cuidado de mascotas.

Además, la Fundación Lucky es otro socio clave en nuestra estrategia. A través de esta colaboración, no solo fomentamos la adopción responsable y la mejora del bienestar animal, sino que también ampliamos nuestro alcance comunitario y participamos activamente en iniciativas sociales que benefician a las mascotas necesitadas. Proporcionará recursos y conocimientos especializados en el manejo de situaciones delicadas relacionadas con el cuidado y la adopción de animales, reforzando así nuestro compromiso con la responsabilidad social y el impacto positivo en nuestra comunidad.

**Figura 10**

*Lean Canvas*

**Socios clave**

- Estudiantes de las universidades de Ecuador y Colombia
- Clínicas veterinaria
- Profesionales veterinarios
- colaboradores de la fundación luky



**Actividades clave**

- Establecer alianzas con proveedores de servicios veterinarios y
- Capacitar a nuestro personal en técnicas avanzadas de cuidado animal.
- Desarrollo y mantenimiento de nuestra aplicación móvil para monitoreo en tiempo real será una actividad clave

**Recursos clave**

- Los recursos clave incluyen permisos legales para operar,
- Un equipo humano capacitado y motivado
- Inversiones financieras en tecnología y marketing digital

**Propuestas de valor**

- Ventaja competitiva radica en ofrecer un servicio integral que combina cuidado a domicilio
- Monitoreo en tiempo real a través de nuestra aplicación móvil.
- Refuerza nuestro compromiso social



**Relación con clientes**

- Implementar estrategias de marketing digital –
- Campañas dirigidas a públicos específicos.
- La interacción proactiva a través de mensajes directos y respuestas rápidas

**Canales**

A través de nuestras redes sociales activas como TikTok, Instagram y Facebook, donde planeamos alcanzar el 50%, 30% y 20% de nuestros clientes respectivamente. Además, nuestra página web oficial será crucial para ofrecer información detallada y funcionalidades de reserva.

**Alianzas clave**

- Certificaciones
- Cumplir Con las leyes | normativa del País



**Estructura de costos**

- Optimización de procesos operativos
- Negociaciones efectivas con proveedores
- La utilización eficiente de recursos tecnológicos. Además, invertiremos en programas de formación continua para nuestro equipo y estrategias de marketing digital orientadas al retorno de inversión.

**Fuente de ingresos**

- Suscripciones premium \$ 19.99
- Suscripciones estándar \$ 13.99
- Valor por retenciones 25% de cada servicio

**Tabla 3***Análisis de Pestel de Ecuador*

Aspecto	Variable	Impacto				Amenaza	Oportunidad
		Muy positivo	positivo	Muy negativo	Negativo		
Político – Legal	<b>Legislación de protección animal:</b> Disposiciones legales como el Código Orgánico Integral Penal (COIP) que penalizan el maltrato animal. legislación clara que protege a los animales (Ley No. 18471), normativas sobre tenencia responsable y sanción del maltrato animal (Ley Orgánica de Bienestar Animal, 2018).				X		X
	<b>Falta de una ley específica de protección animal:</b> La ausencia de una ley específica de protección animal como en otros países presenta desafíos en términos de regulación y estándares, afectando la implementación de prácticas uniformes de bienestar animal (Cantero, 2024).			X		X	
	<b>Retos en términos de regulación y estándares:</b> Incluyen la necesidad de cumplir con normativas específicas sobre bienestar animal, la obtención de licencias y permisos, y la adaptación a estándares de calidad que aseguren el trato ético y responsable de los animales (Villamar, 2023).		X			X	

Económico	<p><b>Economía en Desarrollo y Mercado Emergente</b> En Ecuador, con un PIB per cápita de aproximadamente \$6,500 USD en 2023 y un crecimiento económico proyectado del 2.5%, la economía en desarrollo ofrece un mercado emergente para servicios de cuidado de mascotas. Se estima que el mercado de productos y servicios para mascotas crece anualmente a un ritmo del 10%. Esto presenta tanto desafíos como oportunidades para empresas que buscan introducir servicios éticos y de alta calidad en un país donde el 39% de los hogares tienen mascotas. (Founds society, 2024).</p>	X			X	
	<p><b>Conciencia y Sensibilidad hacia el Bienestar Animal:</b> En Ecuador, la creciente conciencia sobre el bienestar animal se refleja en la demanda de servicios que mejoren la calidad de vida de las mascotas. Según estudios recientes, el 39% de los hogares ecuatorianos tiene mascotas, y el mercado de productos y servicios para mascotas está creciendo a un ritmo anual del 10%. Este incremento está impulsado por un aumento en el gasto promedio anual por mascota, que se estima en aproximadamente \$400 USD. Estas cifras crean un mercado receptivo a innovaciones en el sector del cuidado de mascotas (Moyano et al., 2024).</p>	X				X

	<p><b>Potencial de mercado emergente para servicios de alta calidad y éticos:</b> Impulsado por una creciente conciencia sobre el bienestar animal y una demanda en aumento de propietarios que buscan servicios especializados. El 65% de ecuatorianos deciden adoptar mascotas (ANFAAC, 2024).</p>		X				X
Social	<p><b>Variabilidad en Prácticas y Estándares de Cuidado:</b> Existe una variabilidad en las prácticas y estándares de cuidado animal en Ecuador apenas el 35% del mercado ecuatoriano tiene este tipo de empresas, lo que representa un desafío para las empresas que buscan ofrecer servicios uniformemente éticos y de alta calidad (González M. , 2023).</p>		X				X
	<p><b>Potencial de Crecimiento Sostenido del Mercado de Mascotas:</b> El mercado de mascotas en Ecuador tiene un potencial significativo para crecimiento sostenido, impulsado por factores como la urbanización y los cambios en los estilos de vida que favorecen la tenencia de mascotas (Portal veterinaria, 2022).</p>		X				X
	<p><b>Familias deciden adoptar:</b> En Ecuador la adopción responsable ha crecido. EL 65% de personas adoptan y ya han dejado de comprar perros y gatos (Quija, 2020)</p>		X				X
Tecnológico	<p><b>Adopción de Tecnología en el Cuidado de Mascotas:</b> La adopción de tecnología está en aumento, facilitando la implementación de soluciones avanzadas en el cuidado de mascotas. Aplicaciones móviles para el monitoreo y</p>		X				X

	comunicación con los dueños de mascotas están ganando popularidad, mejorando la eficiencia operativa y la experiencia del cliente (Asobanca, 2023).						
	<b>Implementación de soluciones avanzadas en el cuidado de mascotas:</b> El 15% de mascotas cuentan con un registro por microchip en el Ecuador, aún les falta a los ecuatorianos concientizar sobre el cuidado animal (Arias & Etcheverry, 2024).		X				X

**Tabla 4**  
*Análisis de Pestel de Colombia*

Aspecto	Variable	Impacto				Amenaza	Oportunidad
		Muy Positivo	positivo	Muy negativo	Negativo		
Político – Legal	<b>Legislación clara que protege a los animales</b> (Ley No. 18471), normativas sobre tenencia responsable y sanción del maltrato animal. Esta ley establece normativas claras sobre la tenencia responsable de mascotas y sanciona el maltrato animal. La existencia de este marco legal proporciona estabilidad y seguridad jurídica para operar en el sector de servicios de cuidado de mascotas en el país (Villafañe et al., 2020).		X				X
	<b>Operación Ética y Cumplimiento Normativo:</b> La legislación vigente asegura estándares éticos elevados y regula las prácticas de cuidado animal. Esto no solo protege los derechos de los animales, sino que también garantiza que las empresas operen de manera ética y responsable, cumpliendo con las exigencias		X			X	X

	legales y contribuyendo al bienestar animal en Colombia (Gobierno de Colombia, 2022).						
Económico	<b>Mercados en Cuidado de Mascotas:</b> El mercado colombiano de servicios de cuidado de mascotas está en crecimiento del 84.9%, impulsado por una creciente urbanización y la adopción de mascotas como parte de la vida familiar. Esta tendencia crea oportunidades para empresas que pueden ofrecer servicios diferenciados y de alta calidad, adaptados a las necesidades y expectativas del mercado local (Barbosa et al., 2023).		X				X
	<b>Economía y Crecimiento de la Clase Media:</b> Colombia es una economía emergente con un crecimiento significativo de la clase media que tienen la capacidad financiera para invertir en servicios que mejoren la calidad de vida de sus mascotas, el mercado de alimentos para mascotas pasó de US\$60 millones a US\$300 millones (Rocío, 2021).		X				X
	<b>Potencial de Crecimiento Sostenido del Mercado de Mascotas:</b> El mercado colombiano de mascotas ha mostrado un crecimiento sostenido en los últimos años, impulsado por factores como el aumento en la urbanización y cambios en los estilos de vida que favorecen la tenencia de mascotas. Este crecimiento continuo no solo refleja una mayor adopción de mascotas en los hogares colombianos, sino también una disposición creciente de los propietarios a invertir en servicios especializados y de calidad para el cuidado de sus animales. Las estadísticas muestran que aproximadamente el 60% de los hogares en Colombia tienen al menos una mascota, lo que subraya el potencial significativo de mercado para empresas en el sector de cuidado de mascotas (brf ingredients, 2020).	X					X
Social	<b>Conciencia y Sensibilidad hacia el Bienestar Animal:</b> En Colombia, hay un aumento de conciencia sobre el bienestar animal, reflejada en la demanda creciente por servicios que promuevan el bienestar y la calidad de vida de las mascotas. Los	X					X

	dueños de mascotas están cada vez más interesados en prácticas de cuidado (Moreno & Agudelo, 2023) .						
	<b>Demanda por Servicios Éticos y Respetuosos:</b> La preferencia por prácticas de cuidado éticas está en aumento entre los dueños de mascotas colombianos. Existe una demanda creciente por servicios que no solo satisfagan las necesidades básicas de los animales, como alimentación y salud, sino que también promuevan su bienestar integral. Las empresas que pueden demostrar un compromiso genuino con el cuidado ético y responsable de las mascotas están bien posicionadas para ganar la confianza y lealtad de los clientes.		X				X
	<b>Demanda por Cuidado Ético:</b> La sensibilidad hacia prácticas de cuidado ético está en aumento, impulsando la preferencia por servicios que no solo cubran las necesidades básicas de las mascotas, sino que también promuevan su bienestar integral. Esta tendencia crea un mercado receptivo para innovaciones en el sector de cuidado de mascotas que priorizan el respeto y la calidad de vida animal (Arboleada & Restrepo, 2020).		X				X
Tecnológico	<b>Adopción de Tecnología en Cuidado de Mascotas:</b> Aunque Colombia no se considera líder mundial en innovación tecnológica, ha experimentado un aumento significativo en la adopción de tecnología en diversos sectores, incluido el cuidado de mascotas. La penetración creciente de teléfonos inteligentes y el acceso a Internet han facilitado la implementación de soluciones tecnológicas en servicios de cuidado animal, como aplicaciones móviles para monitoreo y comunicación con los dueños de mascotas (Great Place to Work, 2023).			X			X
	<b>Innovaciones:</b> A medida que la tecnología se convierte en una parte integral de la vida cotidiana en Colombia, las empresas de cuidado de mascotas tienen la oportunidad de innovar y mejorar la experiencia del cliente. Por ejemplo, aplicaciones que permiten a los dueños de mascotas verificar el estado y el bienestar de sus animales en tiempo real están ganando		X				X

	popularidad. Estas innovaciones no solo mejoran la eficiencia operativa, sino que también fortalecen la relación entre el proveedor de servicios y los clientes (García M. , 2023).						
--	---	--	--	--	--	--	--

## **Análisis del Microentorno para Ecuador – 5 Fuerzas de Porter**

Se realiza un análisis del microentorno aplicando las 5 Fuerzas de Porter, centrado únicamente en el mercado ecuatoriano. Este estudio ayudará a comprender las dinámicas competitivas y las oportunidades estratégicas propias de Ecuador.

### **1. Entrada de Nuevos Competidores**

La entrada de nuevos competidores en el mercado de servicios para mascotas en Ecuador presenta varias oportunidades y desafíos:

- **Oportunidades:** Aunque la demanda de servicios para mascotas está en crecimiento, el mercado está en desarrollo. Empresas como Petbackers, y Paseaperros ya operan, pero no están completamente consolidadas, lo que abre oportunidades para nuevos participantes con servicios innovadores o de mayor calidad.
- **Desafíos:** La falta de leyes claras sobre el cuidado de mascotas y la existencia de sanciones solo para el maltrato animal crean un entorno regulatorio incierto. Sin embargo, esta misma falta de consolidación en las empresas actuales puede facilitar la entrada de nuevos competidores que ofrezcan servicios diferenciados.

### **2. Rivalidad entre Competidores**

La rivalidad entre competidores en el mercado de servicios para mascotas en Ecuador es moderada:

- **Petbackers:** Proporciona servicios básicos de paseo y cuidado de mascotas, con una cuota de mercado aproximada del 40%.
- **Paseaperros:** Se enfoca principalmente en paseos y actividades al aire libre para mascotas, con una cuota de mercado del 30%.

- **Otros competidores pequeños y particulares:** Representan el 30% restante del mercado.

### 3. Poder de Negociación con Proveedores

El poder de negociación con los proveedores es relativamente alto debido a la dependencia de servicios veterinarios y profesionales cualificados:

- **Proveedores Clave:** Incluyen hospitales veterinarios como
  - ❖ Dogtors Cat Hospital,
  - ❖ Hospital Veterinario Medipet,
  - ❖ Vet 365.
- **Universidades Reconocidas:** Universidad Técnica Equinoccial, Universidad Central del Ecuador, Universidad San Francisco de Quito, y Universidad de las Américas.
- **Egresados y Colaboradores:** Egresados de carreras de veterinaria y colaboradores de fundaciones como la Fundación Lucky son esenciales para mantener la calidad y confianza en los servicios.
- **Regulaciones y Calidad:** La calidad de los servicios veterinarios es crucial para cumplir con regulaciones locales y mantener la confianza del cliente.

### 4. Poder de Negociación con los Clientes

El poder de negociación con los clientes se considera bajo para la empresa de servicios de cuidado de mascotas que opera mediante una aplicación móvil:

- **Factores:** La falta de una amplia gama de proveedores consolidados y la creciente demanda de servicios de calidad y conveniencia reducen el poder de negociación de

los clientes. Esto es especialmente relevante en un mercado en desarrollo como el de Ecuador.

- **Preferencias:** Los clientes buscan servicios confiables y de alta calidad, y esta empresa ofrece precisamente eso. La atención personalizada y profesional en el domicilio del cliente a través de la aplicación móvil cubre una necesidad importante, ya que los clientes quieren asegurar el bienestar de sus mascotas sin complicaciones.
- **Aplicación Móvil:** La facilidad de contratar servicios de cuidado de mascotas a través de una aplicación móvil aumenta la conveniencia para los clientes, permitiéndoles coordinar el cuidado de sus mascotas de manera accesible y fácil. La aplicación ofrece varias funcionalidades, como:
  - ❖ **Reserva y Coordinación:** Permite a los clientes reservar servicios de cuidado de mascotas y coordinar detalles específicos como horarios y requerimientos especiales.
  - ❖ **Actualizaciones en Tiempo Real:** Proporciona actualizaciones en tiempo real sobre el estado y bienestar de las mascotas, lo que da tranquilidad a los dueños mientras están fuera.
  - ❖ **Calificaciones y Opiniones:** Los clientes pueden ver calificaciones y opiniones de otros usuarios, lo que ayuda a construir confianza en la calidad del servicio.

## 5. Productos y Servicios Sustitutos

Los productos y servicios sustitutos en este mercado incluyen:

- **Cuidadores Particulares No Profesionales:** Alternativas más económicas, pero menos confiables.

- **Tiendas de Mascotas con Servicios Limitados:** Ofrecen algunos servicios, pero no cubren todas las necesidades de cuidado de mascotas.
- **Cuidado Personal por Parte de los Propios Dueños:** Los dueños de mascotas pueden optar por cuidar a sus mascotas ellos mismos, aunque esto no siempre es práctico.
- **Innovaciones Tecnológicas:** Aplicaciones móviles para monitoreo remoto y cuidado a domicilio podrían reducir la amenaza de sustitutos directos al proporcionar conveniencia y seguridad adicionales para los dueños de mascotas.

**Figura 11**  
*Cinco fuerzas de Porter para Ecuador*

## LAS CINCO FUERZAS DE **PORTER - ECUADOR**



### **Amenaza de nuevos competidores entrantes**

- Empresas como Petbackers, Usamebpo, y Paseaperros ya operan.
- La falta de leyes claras sobre el cuidado de mascotas y la existencia de sanciones solo para el maltrato animal crean un entorno regulatorio



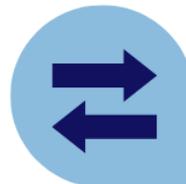
### **Poder de negociación de los proveedores**

- Dogtors Cat Hospital,
- vHospital Veterinario Medipet,
- vVet 365.
- Universidad Técnica Equinoccial,
- Universidad Central del Ecuador
- Universidad San Francisco de Quito, y Universidad de las Américas.



### **Poder de negociación de los clientes**

- Aplicación Móvil: La facilidad de contratar servicios de cuidado de mascotas a través de una aplicación móvil aumenta la conveniencia para los clientes



### **Amenaza de nuevos productos sustitutos**

- Cuidadores Particulares No Profesionales.
- Tiendas de Mascotas con Servicios Limitados.
- Cuidado Personal por Parte de los Propios Dueños



### **Rivalidad entre los competidores**

- Petbackers: Proporciona servicios básicos de paseo y cuidado de mascotas, con una cuota de mercado aproximada del 30%.
- Usamebpo: Ofrece servicios de cuidado y adiestramiento de mascotas, con una cuota de mercado del 25%.
- Paseaperros: Se enfoca principalmente en paseos y actividades al aire libre para mascotas, con una cuota de mercado del 20%.

## **Análisis del Microentorno para Colombia – 5 Fuerzas de Porter**

A continuación, se presenta un análisis del microentorno utilizando las 5 Fuerzas de

Porter, enfocado exclusivamente en el mercado colombiano. Este análisis nos permitirá identificar las dinámicas competitivas y las oportunidades estratégicas específicas del país.

## **1. Entrada de Nuevos Competidores**

La entrada de nuevos competidores en el mercado de servicios para mascotas en Colombia presenta ciertas barreras significativas. Aunque existe una demanda creciente y variada en este sector, la presencia de algunas empresas como Petplus, Animals, Paraíso de la Mascota, Petbacker y Petcrew indica que el mercado está en desarrollo.

Sin embargo, estas empresas no están completamente consolidadas, lo que ofrece oportunidades para nuevos participantes. Las barreras legales, como las regulaciones que limitan el tiempo que las mascotas pueden estar solas, y las barreras de entrada en términos de capital inicial para establecer tecnología avanzada para el monitoreo en tiempo real, actúan como obstáculos significativos para nuevos participantes. Sin embargo, la falta de consolidación de las empresas actuales puede facilitar la entrada de nuevos competidores que ofrezcan servicios innovadores o de mayor calidad.

Por lo tanto, aunque existen desafíos en términos de competencia y regulaciones, el mercado colombiano de servicios para mascotas presenta oportunidades para nuevos actores debido a la falta de empresas totalmente consolidadas.

## **2. Rivalidad entre Competidores**

En el dinámico mercado colombiano de servicios para mascotas, diversos competidores ofrecen una amplia gama de servicios especializados para satisfacer las variadas necesidades de los dueños de mascotas. Además de suscripciones para perros, plataformas de adopción, alojamiento y servicios a domicilio. Cada competidor implementa estrategias de precios diferenciadas basadas en la calidad del servicio y la exclusividad de sus productos.

PetBacker domina el mercado con un 30%, se distingue por su plataforma que facilita la contratación gratuita de cuidadores de animales y paseadores de perros, simplificando así la búsqueda de servicios profesionales para mascotas en Colombia. Por otro lado, PetCrew representa un 19%, no ofrece servicios directos de cuidado de mascotas, sino que recluta cuidadores certificados que demuestran un profundo amor por los animales y han sido evaluados rigurosamente para garantizar su idoneidad en el cuidado de mascotas en el país.

En el ámbito de la salud preventiva, PetPlus con un 25% del mercado se especializa en consultas médicas periódicas, chequeos generales cada 3-6 meses, vacunación y control de parásitos internos, proporcionando tranquilidad a los dueños preocupados por el bienestar de sus animales en Colombia.

Paraíso de la Mascota se encuentra en el mercado con un 16%, se dedica a ofrecer alimentos naturales para perros y gatos, además de servicios como visitas domiciliarias para mascotas enfermas y apoyo durante tratamientos veterinarios, garantizando una atención integral que abarca desde la alimentación hasta el cuidado médico en el mercado colombiano.

Animals con el 10% del mercado, se destaca por su compromiso con la salud y nutrición de las mascotas, ofreciendo una amplia variedad de alimentos especializados para perros y gatos. Además, brindan servicios complementarios como farmacia y hotel canino, asegurando un cuidado completo y personalizado para cada mascota dentro de los hogares colombianos.

### **3. Poder de Negociación con Proveedores**

Los proveedores clave en este mercado incluyen:

- ✓ Clínica Veterinaria Mi Mascota Feliz
- Clínica Veterinaria PetCare
- Clínica Veterinaria Animal Doctors

Clínica Veterinaria San Francisco

Clínica Veterinaria VetCare

- ✓ Profesionales de universidades reconocidas como la Universidad de Antioquia, Universidad de Ciencias Aplicadas y Ambientales, Universidad CES.
- ✓ Egresados de la carrera de veterinaria de las universidades ya mencionadas
- ✓ Los colaboradores de fundaciones como la Fundación Lucky también son parte integral de la red de proveedores en este mercado. La calidad de los servicios veterinarios es crucial para mantener la confianza del cliente y cumplir con las estrictas regulaciones locales.

#### **4. Poder de Negociación con los Clientes**

El poder de negociación con los clientes se considera bajo en comparación con otras industrias debido a la naturaleza emotiva y especializada de los servicios para mascotas. La aplicación móvil para el monitoreo en tiempo real y el cuidado personalizado dentro del hogar ofrecen un valor agregado significativo que puede ayudar a retener clientes. Sin embargo, la lealtad del cliente puede verse afectada por la disponibilidad de servicios sustitutos y la percepción de calidad y cuidado hacia sus mascotas.

#### **5. Productos y Servicios Sustitutos**

Los productos y servicios sustitutos en este mercado incluyen alternativas como:

- ✓ Cuidadores particulares no profesionales.
- ✓ Tiendas de mascotas con servicios limitados.
- ✓ El cuidado personal por parte de los propios dueños. Potencialmente, servicios innovadores como aplicaciones móviles para monitoreo remoto y cuidado a

domicilio podrían reducir la amenaza de sustitutos directos al proporcionar conveniencia y seguridad adicionales para los dueños de mascotas.

**Figura 12**  
*Cinco fuerzas de Porter para Colombia*

# LAS CINCO FUERZAS DE PORTER-COLOMBIA



## Matriz FODA (EFI- EFE)

El análisis FODA proporciona una visión integral del entorno empresarial, destacando sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Esta metodología permite a las empresas desarrollar estrategias que capitalicen sus puntos fuertes y aprovechen las oportunidades disponibles, mientras abordan eficazmente sus debilidades y enfrentan las amenazas del mercado. Es una herramienta clave para que las empresas comprendan profundamente su posición competitiva y puedan tomar decisiones informadas para mejorar su desempeño y alcanzar sus objetivos estratégicos (Dilmar, 2023).

**Tabla 5**  
*Matriz FODA*

<b>Fortalezas (F)</b>	<b>Oportunidades (O)</b>
Crecente conciencia sobre el bienestar animal Código Orgánico Integral Penal	Mercado en crecimiento de servicios premium Avance en tecnología para mejorar servicios
Experiencia en la implementación de servicios personalizados	Aumento en la adopción de aplicaciones móviles
<b>Debilidades (D)</b>	<b>Amenazas (A)</b>
Competencia intensa en áreas urbanas	Falta de regulaciones específicas para el sector
Variabilidad en la calidad de los servicios	Cambios económicos que afecten el poder adquisitivo
Dependencia de proveedores específicos	Poder de negociación de clientes

**Tabla 6***Matriz cruzada FODA*

	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<b>Oportunidades</b>	<p><b>Estrategia FO1:</b> Desarrollar y promover servicios premium que enfatizen el bienestar animal, capitalizando la creciente demanda por productos y servicios éticos y de alta calidad.</p> <p><b>Estrategia FO2:</b> Implementar programas de fidelización y ofertas especiales para clientes que valoren el bienestar animal, atrayendo así a un segmento de mercado dispuesto a pagar más por servicios diferenciados.</p> <p><b>Estrategia FO3:</b> Establecer alianzas estratégicas con marcas reconocidas por su compromiso con el bienestar animal para ampliar la oferta de servicios y fortalecer la reputación de la empresa en el mercado.</p>	<p><b>Estrategia DO1:</b> Diferenciar la oferta mediante la creación de experiencias únicas y personalizadas para mascotas y sus dueños en entornos urbanos, capturando así la atención de clientes dispuestos a pagar más por servicios exclusivos.</p> <p><b>Estrategia DO2:</b> Implementar una estrategia de marketing enfocada en la calidad superior y el valor agregado de los servicios premium, destacando la experiencia y la satisfacción del cliente como diferenciadores clave.</p> <p><b>Estrategia DO3:</b> Expandir la presencia en mercados urbanos mediante la apertura de nuevas ubicaciones estratégicas que maximicen la visibilidad y accesibilidad de los servicios premium ofrecidos.</p>

---

**Amenazas**

**Estrategia FA1:** Participar activamente en la formulación de nuevas regulaciones y normativas que promuevan el bienestar animal y estandaricen las prácticas éticas en el sector de servicios para mascotas.

**Estrategia FA2:** Colaborar con organizaciones gubernamentales y no gubernamentales para influir en la creación de políticas públicas que respalden y promuevan la implementación del Código Orgánico Integral Penal en todos los niveles.

**Estrategia FA3:** Educar a los clientes y al público en general sobre los beneficios y el impacto positivo del cumplimiento del Código Orgánico Integral Penal, fortaleciendo así la percepción de la empresa como líder en estándares éticos y legales.

**Estrategia DA1:** Implementar un sistema de gestión de calidad robusto que asegure estándares consistentemente altos, independientemente de las fluctuaciones económicas que puedan afectar el poder adquisitivo de los clientes.

**Estrategia DA2:** Diversificar proveedores y recursos para mitigar el riesgo de dependencia de factores económicos externos, garantizando así la estabilidad operativa y la continuidad del negocio.

**Estrategia DA3:** Ofrecer opciones de precios flexibles y paquetes personalizables que se ajusten a diferentes presupuestos, manteniendo la accesibilidad de los servicios frente a cambios económicos adversos.

---

El mercado colombiano y ecuatoriano presenta un mercado emergente para servicios de cuidado de mascotas, impulsado por un aumento en la sensibilidad hacia el bienestar animal y una creciente adopción de mascotas en los hogares. No obstante, el avance tecnológico limitado en la adopción de servicios puede restringir el desarrollo de soluciones innovadoras y eficientes para la industria. La falta de regulaciones específicas para el sector también representa un desafío, creando incertidumbre en términos de estándares y prácticas aceptables.

Además, el poder de negociación de los clientes puede influir en las decisiones comerciales y estratégicas de las empresas, requiriendo un enfoque cuidadoso en la gestión de relaciones y la satisfacción del cliente.

Ecuador y Colombia presentan una mezcla de oportunidades y desafíos para el sector de servicios de cuidado de mascotas. Aprovechar la creciente conciencia sobre el bienestar animal y la demanda por servicios personalizados son áreas clave para capitalizar, mientras que superar las limitaciones en regulaciones y tecnología, así como abordar las debilidades internas como la competencia variable y la dependencia de proveedores, son imperativos para enfrentar las amenazas externas y fortalecer la competitividad en el mercado local.

## **Validación de Factibilidad - Viabilidad - Deseabilidad**

### **Investigación de Mercado**

En Ecuador, específicamente en el segmento de Quito Norte, los dueños de mascotas están aumentando la demanda por servicios especializados que vayan más allá del cuidado básico. Esto incluye dietas personalizadas de atención, médica especializada y actividades recreativas adecuadas para sus animales. Además, valoran profundamente el bienestar integral de sus mascotas y buscan instalaciones que proporcionen un entorno seguro, limpio y cómodo durante su ausencia. Aunque es una zona residencial próspera, existe una percepción de acceso limitado a servicios de calidad en el cuidado de mascotas, lo que destaca la necesidad de opciones que cumplan con estándares elevados de profesionalismo.

Las disposiciones legales están evolucionando con la inclusión de sanciones por maltrato animal en el Código Orgánico Integral Penal, las empresas pueden aprovechar esta creciente conciencia y demanda por servicios de alta calidad y éticos. Adaptarse a estas normativas emergentes y promover prácticas de cuidado responsables serán puntos clave para ganar la confianza y lealtad de los clientes locales.

En Colombia, la adaptación a las regulaciones locales es fundamental, especialmente en un mercado donde la protección animal y las normativas legales son cada vez más estrictas, la Ley No. 18471 establece normativas claras sobre la tenencia responsable de mascotas y sanciona el maltrato animal, proporcionando un marco legal sólido que garantiza estabilidad y seguridad jurídica para operar en el sector de servicios de cuidado de mascotas. En mercados como Suiza son reconocidos por sus altos estándares éticos y legislación avanzada en bienestar animal. Las empresas deben ajustar sus prácticas de negocio para cumplir con estas normativas rigurosas, asegurando la transparencia en la comunicación con los clientes.

### ***Población (mercado objetivo)***

El mercado objetivo para la investigación es el barrio La Carolina, ubicado al norte de la ciudad de Quito, en la parroquia de Iñaquito (Cordinación Nacional Técnica de Procesos Electorales, 2020).

- ✓ En Quito, la población total es de aproximadamente 1,619.146 habitantes.
- ✓ Al segmentar el mercado, nos enfocamos en la distribución por edades: de 30 a 65 años hay un total de 895,567 habitantes.
- ✓ Dentro de la ciudad de Quito, el estudio se enfocará al Norte, con un total de 587,139 habitantes.
- ✓ La parroquia Iñaquito ubicada al Norte de la ciudad con un total de 42,822 habitantes.
- ✓ El mercado objetivo es el barrio La Merced, con una población de 1 957 habitantes (Quija, 2020).
- ✓ Existe 17 Universidades en el Ecuador que ofrecen la carrera de medicina-veterinaria, contando con un promedio de 95400 estudiantes (Edusuperior, 2024)

**Tabla 7**  
*Mercado Objetivo*

<b>Característica</b>	<b>Población</b>
Quito	1,619.146
Grupo entre 30 a 65 años	895,567
Norte de Quito	587,139
Parroquia Iñaquito	42,822
Barrio la Carolina	1.957

### ***Muestra***

Para definir la muestra de estudio, se aplicará la siguiente formula.

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{e^2 \cdot (N - 1)Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}$$

Donde:

- n= es el tamaño de la muestra necesario.

- N= es el tamaño de la población total (1,957 en este caso).
- Z = es el valor crítico de la distribución normal estándar para el nivel de confianza del 95%, que es aproximadamente 1.96.
- p = es la proporción estimada de la población que posee mascotas.
- e= es el margen de error deseado (5% en términos decimales es 0.05).

$$n = \frac{1957 \cdot (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot (1 - 0.5)}{(0.05)^2 \cdot (8392 - 1) + (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot (1 - 0.5)}$$

$$n = 322$$

Por lo tanto, se necesitaría una muestra de aproximadamente 322 hogares en el barrio La Carolina de Quito para obtener una estimación confiable de la proporción de hogares con mascotas, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

### ***Instrumento de Recolección de Información***

Para realizar un análisis detallado de las necesidades y preferencias de los dueños de mascotas al Norte de Quito, barrio La Carolina, se empleará un instrumento de recolección de información estructurado que es la encuesta.

El propósito principal de esta encuesta será identificar las preferencias específicas de los consumidores en cuanto a servicios especializados. También se explorará la importancia que los dueños de mascotas atribuyen al bienestar integral de sus animales, buscando instalaciones seguras, limpias y confortables durante su ausencia. Asimismo, se indagará sobre la percepción de acceso limitado a servicios de calidad en el cuidado de mascotas en la zona, indicando la necesidad de opciones que cumplan con estándares elevados.

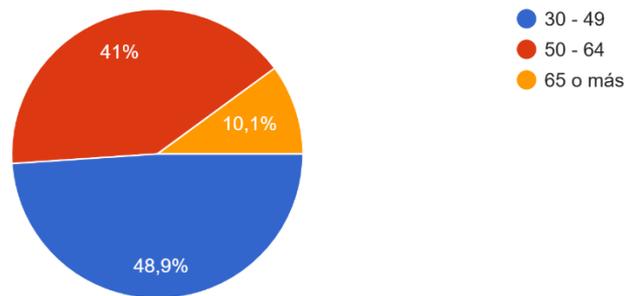
Con esta metodología, se espera recopilar datos detallados que guían la estrategia en el mercado de cuidado de mascota (anexo 1).

## *Análisis de Resultados*

Al aplicar la encuesta de 10 preguntas al mercado objetivo, se obtuvieron los siguientes resultados para el presente estudio.

### **Ilustración 1**

*Edad de los encuestados*



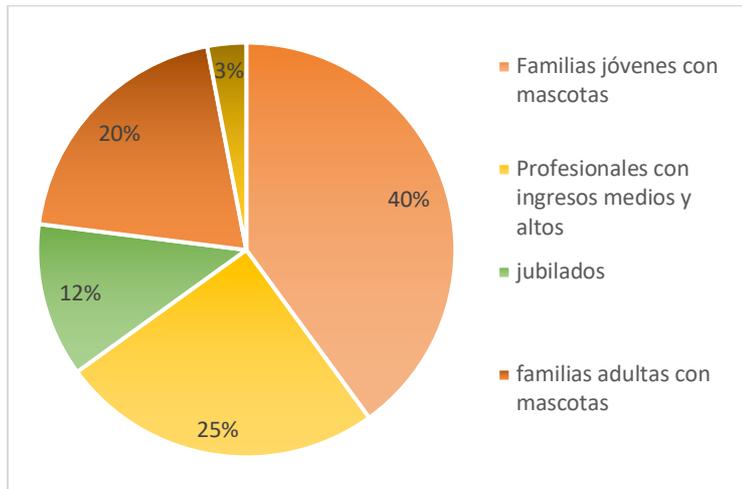
La encuesta reveló que la mayoría de los encuestados se encuentran en el rango de edad de 30 a 49 años, representando el 48,9% del total. Este grupo etario muestra un interés significativo en los servicios personalizados para el cuidado de sus mascotas. El siguiente grupo más grande corresponde a personas de entre 50 y 64 años, quienes constituyen el 41% de los encuestados. Este segmento también demuestra una considerable demanda por servicios de cuidado de mascotas, posiblemente debido a la estabilidad económica y el mayor tiempo libre disponible. Finalmente, el 10,1% de los encuestados tiene 65 años o más.

Aunque este grupo es el más pequeño, sigue siendo relevante y puede representar un mercado nicho con necesidades específicas y potenciales oportunidades para servicios especializados.

Estos resultados proporcionan datos importantes para adaptar y personalizar el plan de negocios, asegurando que se aborden las necesidades y preferencias de los distintos segmentos de edad en el mercado objetivo.

## Ilustración 2

*¿A qué grupo pertenece principalmente?*



### Análisis

Según los resultados para un plan de negocios de cuidado personalizado de mascotas está compuesto por familias jóvenes con mascotas, representando un 40% de los encuestados. Este dato sugiere que este segmento podría ser el principal enfoque de las estrategias de marketing y desarrollo de servicios, ya que las familias jóvenes tienden a tener un estilo de vida activo. Los profesionales con ingresos medios y altos constituyen el 25% de los encuestados, representando un segmento significativo. Los jubilados, que representan el 12% de los encuestados, aunque no son el segmento mayoritario, también ofrecen oportunidades de negocio. Las familias adultas con mascotas, que conforman el 20% de los encuestados, también son un grupo relevante. Las familias sin mascotas, que representan el 3% de los encuestados, no son un segmento principal para el negocio.

### Ilustración 3

*¿Qué aspectos considera más importantes al elegir un servicio de cuidado de mascotas?*

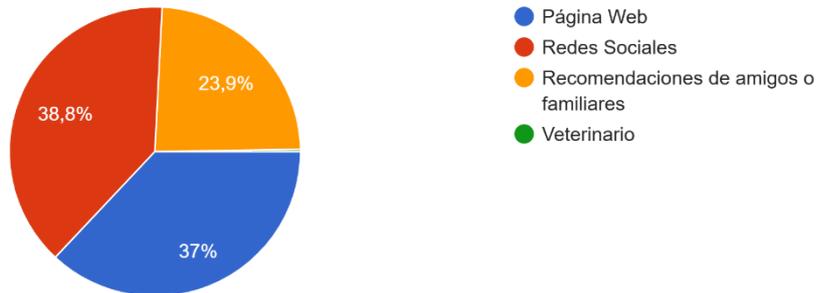


### Análisis

Al elegir un servicio de cuidado de mascotas, los encuestados valoran principalmente la variedad en dietas personalizadas, con un 45.2%, seguido de cerca por la atención médica especializada, con un 23.9%. Además, un 10.1% considera importante disponer de actividades recreativas adaptadas para las mascotas, mientras que un significativo 20.7% opina que todos estos aspectos son igualmente cruciales para tomar su decisión. Estos datos resaltan la importancia de ofrecer un servicio integral que abarque desde la nutrición personalizada hasta el cuidado médico avanzado y las actividades recreativas, para satisfacer las diversas necesidades y expectativas de los dueños de mascotas.

#### Ilustración 4

*¿Cómo prefiere recibir información sobre los servicios de cuidado de mascotas?*

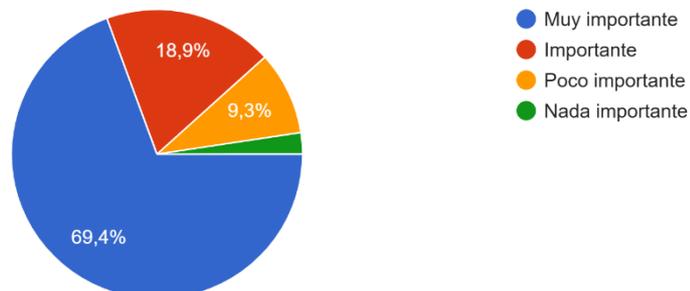


#### Análisis

La mayoría de los encuestados prefieren recibir información sobre los servicios de cuidado de mascotas a través de redes sociales, con un 38,8%. Esto sugiere que plataformas como Facebook, Instagram, y otras redes son canales efectivos para alcanzar a clientes potenciales interesados en estos servicios. La página web también es una opción popular, seleccionada por el 37% de los encuestados, destacando la importancia de tener una presencia online bien estructurada y accesible. Las recomendaciones de amigos o familiares, aunque menos predominantes con un 23,9%, siguen siendo una fuente significativa de confianza y referencia para los consumidores en este sector.

#### Ilustración 5

*¿Qué nivel de importancia le da a la comunicación transparente con los cuidadores de tu mascota?*

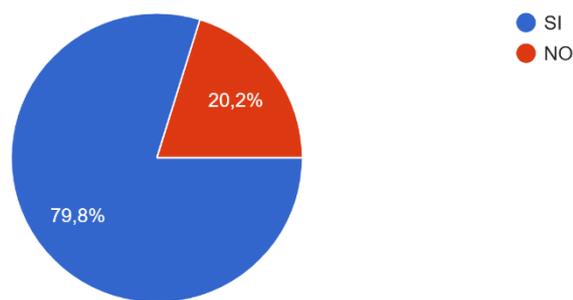


## Análisis

Los encuestados dan a la comunicación transparente con los cuidadores de mascotas, un significativo 69.4% la considera "muy importante". Además, el 18.9% la clasifica como "importante", indicando una preocupación extendida por mantener una comunicación clara y abierta. Por otro lado, un 9.3% la percibe como "poco importante", mientras que un minoritario 2.4% la cataloga como "nada importante". Estos resultados indican la alta prioridad que los dueños de mascotas asignan a la transparencia y comunicación efectiva con los proveedores de servicios de cuidado animal.

## Ilustración 6

*¿Estarías dispuesto a pagar más por servicios premium que garantizan un alto estándar de bienestar para tu mascota?*

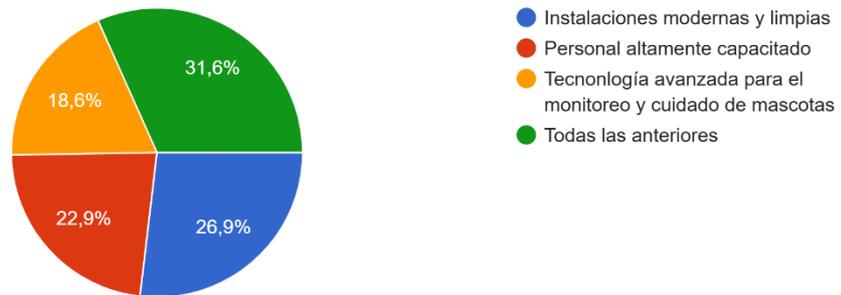


## Análisis

El 79.8% de los encuestados están dispuestos a pagar más por servicios premium que aseguren un alto estándar de bienestar para sus mascotas. Esto refleja una fuerte disposición del mercado a invertir en la calidad y el confort de sus animales, destacando la importancia de ofrecer servicios que cumplan con expectativas elevadas de cuidado y atención. Por otro lado, un 20.2% indicó que no estaría dispuesto a pagar más por estos servicios, lo cual subraya la necesidad de equilibrar la oferta para diferentes segmentos de clientes.

### Ilustración 7

*¿Qué factor considera crucial para la calidad del servicio de cuidado de mascotas?*

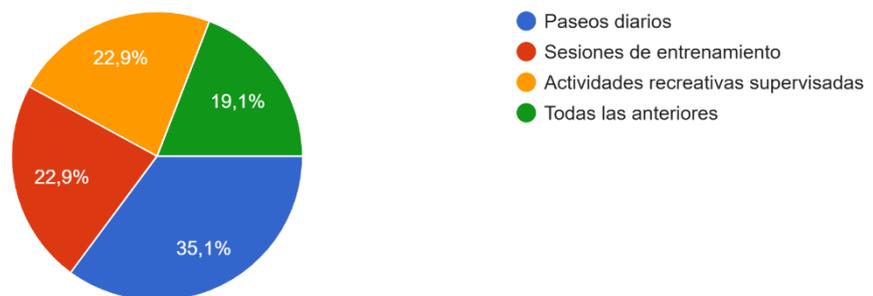


### Análisis

Un 31.6% de los encuestados considera que todas las opciones son cruciales para la calidad del servicio de cuidado de mascotas. Esto sugiere una preferencia por un enfoque integral que incluya instalaciones modernas y limpias, personal altamente capacitado, y tecnología avanzada para el monitoreo y cuidado de las mascotas. Por otro lado, un 26.9% valora principalmente las instalaciones modernas y limpias, mientras que un 22.9% destaca la importancia del personal altamente capacitado. La tecnología avanzada para el monitoreo y cuidado de mascotas también es significativa para un 18.6% de los encuestados, indicando una variedad de prioridades que pueden influir en la elección de servicios de cuidado de mascotas.

### Ilustración 8

*¿Qué tipo de actividades cree que deben ofrecerse durante el cuidado de mascotas?*

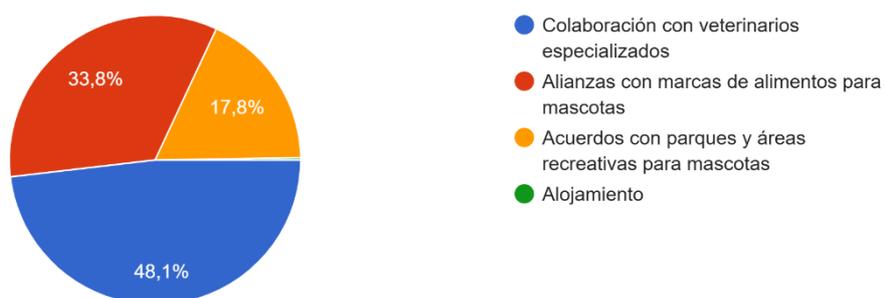


## Análisis

El 35.1% de los encuestados considera que los paseos diarios son cruciales durante el cuidado de mascotas. Además, un 22.9% cree que las sesiones de entrenamiento y las actividades recreativas supervisadas también son esenciales. Un 19.1% opina que todas estas opciones deben estar disponibles durante el cuidado de mascotas. Esto indica que hay una demanda diversa por actividades que mantengan a las mascotas activas, saludables y entretenidas durante su estadía en servicios de cuidado profesional.

## Ilustración 9

*¿Qué tipo de colaboraciones valorarías en un servicio de cuidado de mascotas?*



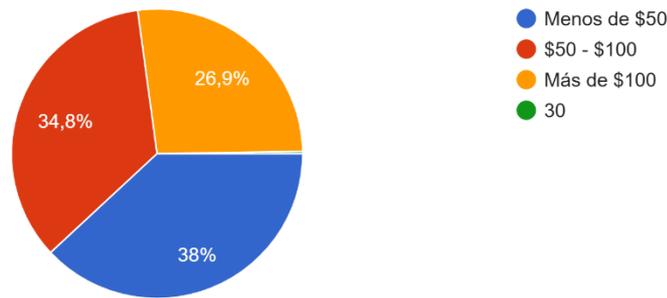
## Análisis

Los encuestados valoran diferentes tipos de colaboraciones en un servicio de cuidado de mascotas. La colaboración con veterinarios especializados es la más valorada, con un 48.1% de los encuestados prefiriéndola. Le sigue la alianza con marcas de alimentos para mascotas, seleccionada por el 33.8% de los encuestados. Por último, un 17.8% considera importante los acuerdos con parques y áreas recreativas para mascotas. Estas colaboraciones son vistas como estratégicas para enriquecer la oferta de servicios y garantizar un cuidado integral y de calidad para las mascotas.

## Ilustración 10

*¿Qué tan dispuesto estarías a pagar por servicios de cuidado de mascotas dentro de su*

hogar?

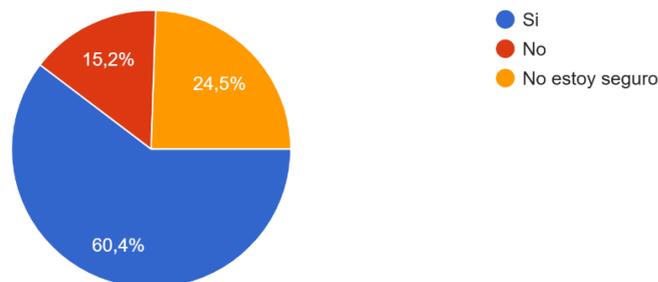


### Análisis

La disposición a pagar por servicios de cuidado de mascotas dentro del hogar varía significativamente entre los encuestados. Un 38% estaría dispuesto a pagar menos de \$50 por estos servicios, mientras que un 34.8% considera pagar entre \$50 y \$100. Por otro lado, un 26.9% estaría dispuesto a pagar más de \$100. Estos resultados muestran una diversidad en las expectativas de costo, sugiriendo que la oferta de servicios debe ser flexible y adaptarse a diferentes presupuestos de los dueños de mascotas.

### Ilustración 11

*¿Considerarías utilizar un servicio de cuidado de mascotas que esté adaptado a las normativas internacionales si te mudas al extranjero?*



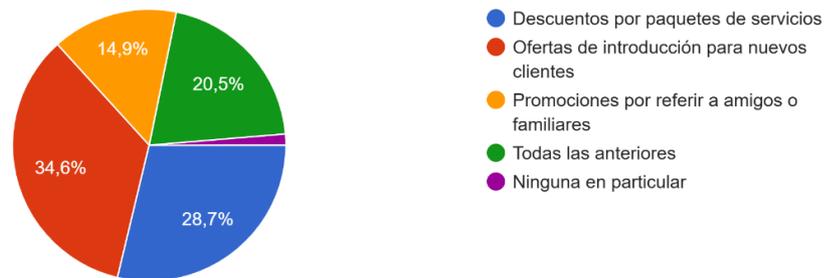
### Análisis

Un 60.4% de los encuestados consideraría utilizar un servicio de cuidado de mascotas que esté adaptado a las normativas internacionales si se mudan al extranjero. Esto indica una predisposición significativa hacia la elección de servicios que cumplan con estándares reconocidos globalmente, garantizando así la calidad y seguridad en el cuidado de sus

mascotas. Por otro lado, un 15.2% indicó que no consideraría esta opción, mientras que un 24.5% se mostró indeciso al respecto.

### **Ilustración 12**

*¿Qué tipo de promociones o descuentos te gustaría ver en un servicio de cuidado de mascotas?*



### **Análisis**

Los encuestados tienen diversas preferencias sobre el tipo de promociones o descuentos que les gustaría ver en un servicio de cuidado de mascotas. Un 34.6% prefiere ofertas de introducción para nuevos clientes, mientras que un 28.7% valoraría descuentos por paquetes de servicios. Además, un 14.9% estaría interesado en promociones por referir a amigos o familiares. Un 20.5% considera que todas estas opciones son importantes.

### ***Modelo de monetización y plan estratégico para el cuidado personalizado de mascotas***

La empresa cuenta con un modelo de monetización diversificado que incluye tres tipos principales de ingresos: suscripciones premium para propietarios de mascotas, suscripciones estándar y retenciones por servicios prestados. A continuación, se detallan las formas en que se generan los ingresos:

## Suscripciones para Propietarios de Mascotas

Para ofrecer una experiencia más enriquecedora y exclusiva, los propietarios de mascotas pueden optar por dos tipos de suscripciones:

### 1. **Suscripción Premium: \$19.99 anuales**

- **Visibilidad Mejorada:** Acceso prioritario en la búsqueda de servicios, destacando el perfil del propietario en la aplicación.
- **Ofertas Exclusivas:** Recibe promociones y descuentos especiales para servicios y productos relacionados con el cuidado de mascotas.

### 2. **Suscripción Estándar: \$13.99 semestrales**

- **Acceso Básico:** Posicionamiento estándar en la búsqueda de servicios y acceso a ofertas generales de la plataforma.

### 3. **Retenciones por Servicios Prestados**

La empresa retiene un porcentaje de las tarifas cobradas por los servicios prestados a través de la plataforma, garantizando ingresos netos provenientes del uso de la aplicación:

- Se cobrará una tarifa de \$30 por 24 horas de cuidado de la mascota, de la cual la empresa retendrá el 25%

Este modelo de monetización no solo busca diversificar las fuentes de ingresos, sino también proporcionar un valor significativo tanto a los propietarios de mascotas como a los cuidadores y proveedores de servicios. Al ofrecer una variedad de opciones de suscripción y beneficios adicionales, la empresa busca mejorar la experiencia del usuario y asegurar un crecimiento sostenible.

## **Validación con el Segmento de Mercado-Testing**

**Análisis Demográfico:** el segmento mayoritario se encuentra en el rango de edad de 30 a 49 años, seguido por personas de 50 a 64 años y mayores de 65 años. Es importante confirmar que estos grupos no solo muestran interés en los servicios de cuidado de mascotas, sino que también están dispuestos a pagar por ellos.

**Preferencias y Necesidades:** confirma que las preferencias identificadas, como el cuidado de la mascota, la demanda de dietas personalizadas, atención médica especializada y actividades recreativas, son consistentes en diferentes subgrupos dentro de los segmentos de edad identificados.

**Canales de Comunicación:** verifique que los canales preferidos para obtener información sobre servicios de cuidado de mascotas (redes sociales y páginas web) sean efectivos para alcanzar y convertir a clientes potenciales en cada grupo demográfico.

**Disposición a Pagar:** comprueba si la alta disposición a pagar más por servicios premium se mantiene constante en todos los segmentos de edad identificados, lo cual indicaría un mercado dispuesto a invertir en la calidad del cuidado de sus mascotas.

**Colaboraciones Estratégicas:** Evalúa la receptividad hacia colaboraciones con veterinarios, marcas de alimentos para mascotas y otras entidades relevantes en cada grupo demográfico. Asegúrese de que estas asociaciones sean percibidas como valor agregado por los clientes potenciales.

**Expectativas de Servicio y Costo:** confirma que las expectativas de calidad del servicio como: comunicación transparente, instalaciones modernas, personal altamente

capacitado y las expectativas de costo (dispuestos a pagar menos de \$50, entre \$50 y \$100, o más de \$100) están alineadas con las ofertas. (Anexo 2)

### Encaje de la Propuesta de Valor con Perfil del Cliente (Product-Market Fit)

<b>CUSTOMER SEGMENT</b>	<b>PRODUCT OR SERVICE</b>
<p><b>Characteristics &amp; jobs to be done</b> El cliente típico para este servicio de cuidado de mascotas es un dueño de mascotas que valora el cuidado de alta calidad y personalizado para sus animales. Está buscando soluciones que aseguren que sus mascotas reciban dietas adaptadas, atención médica especializada y actividades recreativas adecuadas durante su ausencia o necesidades específicas de cuidado.</p>	<p>◁ <b>Alternatives</b> Los clientes actualmente pueden recurrir a diversas alternativas para el cuidado de sus mascotas, como dejarlas al cuidado de familiares o amigos, contratar cuidadores independientes, o utilizar instalaciones tradicionales de cuidado de mascotas. Sin embargo, estas opciones pueden no ofrecer la personalización, atención médica especializada o la comunicación transparente que buscan los clientes en este servicio específico de cuidado de mascotas.</p>
<p><b>Problems &amp; needs</b> Los clientes necesitan utilizar este servicio para asegurar el bienestar integral de sus mascotas cuando no pueden estar presentes personalmente. Esto incluye garantizar que sus animales reciban atención médica adecuada, dietas personalizadas y actividades recreativas supervisadas, necesidades que no siempre pueden ser cumplidas completamente con las opciones actuales disponibles en el mercado.</p>	<p>◁ <b>Key features</b> Las características clave de este servicio de cuidado de mascotas incluyen el cuidado, provisión de dietas personalizadas adaptadas a las necesidades individuales de cada animal, atención médica especializada garantizada por veterinarios capacitados, la organización de actividades recreativas supervisadas para mantener el entretenimiento y la salud física de las mascotas, y una comunicación transparente y frecuente con los propietarios sobre el estado y el bienestar de sus animales. Estas características son esenciales para proporcionar un servicio integral que no solo cumpla, sino que supere las expectativas de los clientes en términos de cuidado y atención para sus mascotas.</p>
<p><b>Channel</b> Los clientes adquieren estos servicios principalmente a través de canales digitales como páginas web dedicadas y redes sociales. Estos medios les permiten informarse sobre las ofertas de servicios,</p>	<p>◁ <b>Value for the channel</b> El canal obtendrá un valor significativo al ofrecer y vender este servicio de cuidado de mascotas. Al proporcionar un servicio que incluye dietas personalizadas, atención</p>

---

hacer reservas y recibir actualizaciones sobre el bienestar de sus mascotas durante su ausencia.

### **User experience**

Los clientes utilizan este servicio para asegurarse de que sus mascotas reciban cuidado personalizado y de alta calidad mientras no están disponibles para atenderlas personalmente. Esto implica confiar en que sus mascotas están recibiendo dietas adecuadas, atención médica especializada y participando en actividades recreativas supervisadas, lo cual les proporciona tranquilidad y asegura el bienestar de sus animales.

médica especializada, actividades recreativas supervisadas y comunicación transparente, el canal puede diferenciarse en un mercado competitivo. Esto no solo atraerá a clientes preocupados por el bienestar de sus mascotas, sino que también establecerá una reputación de calidad y confianza en el sector de cuidado de mascotas. Además, al ofrecer servicios adaptados a normativas internacionales, el canal puede expandir su alcance y atraer a clientes potenciales que se muden o viajen con sus mascotas, aumentando así su base de clientes y potenciando su crecimiento y posicionamiento en el mercado.



### **Key metrics**

Para evaluar si los clientes están obteniendo valor real de este servicio de cuidado de mascotas, es fundamental monitorear varias métricas clave. Primero, la tasa de satisfacción del cliente es crucial; a través de encuestas regulares y retroalimentación directa, se puede medir cómo perciben los clientes la calidad del servicio y la atención proporcionada a sus mascotas. Además, el índice de retención de clientes ofrece una visión clara de la lealtad y la satisfacción a largo plazo: cuántos clientes regresan y continúan utilizando el servicio. El número de reservas y la ocupación también son indicadores importantes de la demanda del servicio y la eficiencia en la utilización de recursos. Finalmente, el nivel de recomendación y las referencias de nuevos clientes proporcionan una medida directa de la satisfacción del cliente y la confianza en el servicio, reflejando la percepción positiva que los clientes tienen sobre la experiencia global ofrecida.

---

## **Prototipo 2.0 (Mejora del prototipo)**

Para mejorar el Prototipo 2.0 basándome en los resultados detallados de la encuesta, hay varios aspectos claves que deben abordarse para optimizar la claridad, usabilidad y atractivo de la aplicación (Anexo 3).

**Claridad y Atractivo del Video de Presentación:** El video de presentación ha sido percibido como claro y fácil de entender por el 57.1% de los usuarios, aunque un considerable 25.7% no está seguro y el 17.1% lo encontró poco claro. Es crucial revisar y mejorar la estructura narrativa del video, asegurándose de que explique de manera concisa y visualmente atractiva cómo la aplicación facilita la búsqueda de oportunidades laborales y la contratación de servicios de cuidado personalizado de mascotas a domicilio. Esto podría incluir una narrativa más enfocada en ejemplos prácticos y testimonios de usuarios, así como gráficos claros que resalten las características clave de la aplicación.

**Visualización del Perfil de las Mascotas:** El 25.7% de los encuestados expresó dificultades con la visualización de los perfiles de las mascotas en la aplicación. Para mejorar esta funcionalidad, se debe diseñar una interfaz intuitiva que permita a los usuarios ver fácilmente la información relevante sobre las mascotas, como fotos, características únicas y necesidades específicas. Esto podría lograrse mediante pestañas o secciones claras y accesibles que guían al usuario a través de los perfiles de manera ordenada y comprensible.

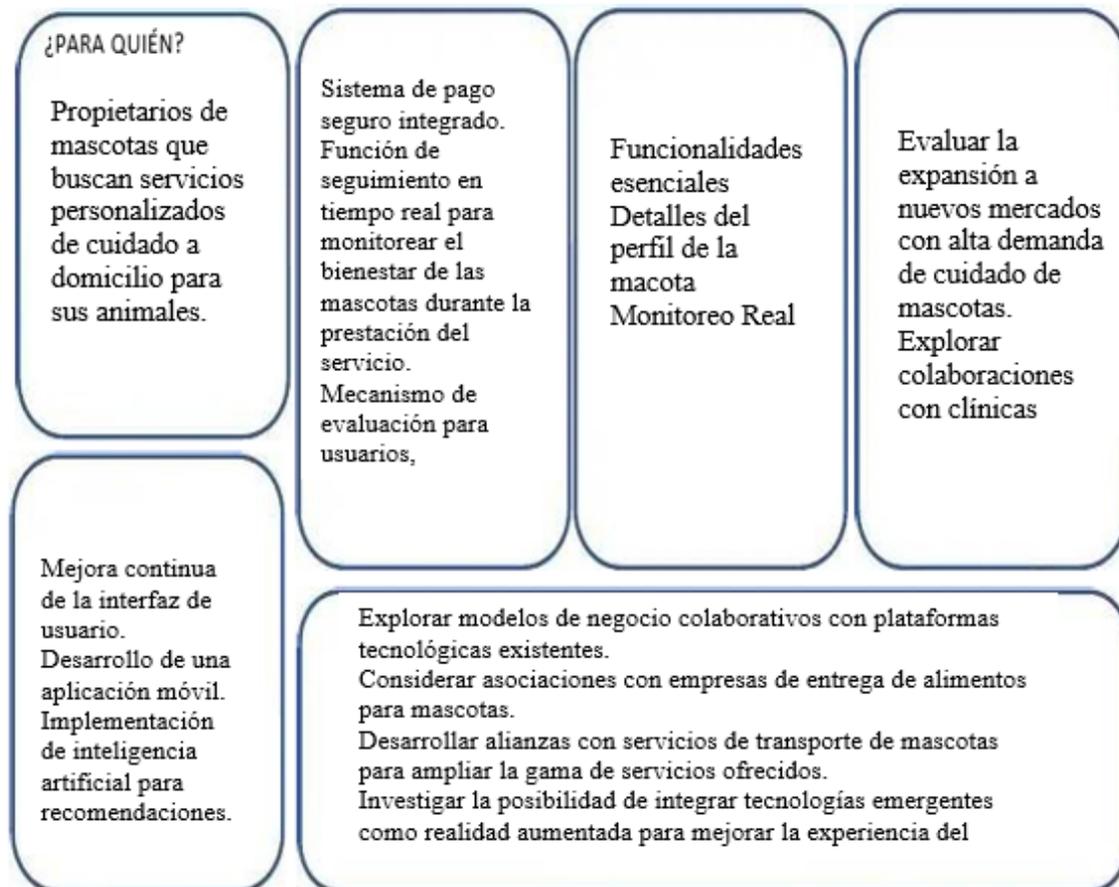
**Claridad de las Instrucciones de Uso:** Un 20% de los usuarios encontraron las instrucciones de uso poco claras. Es esencial revisar y simplificar las instrucciones para garantizar que sean comprensibles para todos los usuarios, independientemente de su nivel de experiencia tecnológica. Esto implica utilizar un lenguaje sencillo, proporcionar guías paso a paso y ofrecer soporte adicional como tutoriales integrados o asistencia en línea para resolver dudas rápidamente.

**Velocidad de Respuesta de la Aplicación:** La velocidad de respuesta fue señalada por el 17.1% como un área de mejora. Optimizar el rendimiento de la aplicación para garantizar tiempos de carga rápidos y operaciones fluidas es crucial. Esto podría requerir mejoras en la infraestructura técnica subyacente, como el uso de servidores más rápidos y eficientes, así como la optimización del código para reducir el tiempo de procesamiento de las solicitudes del usuario.

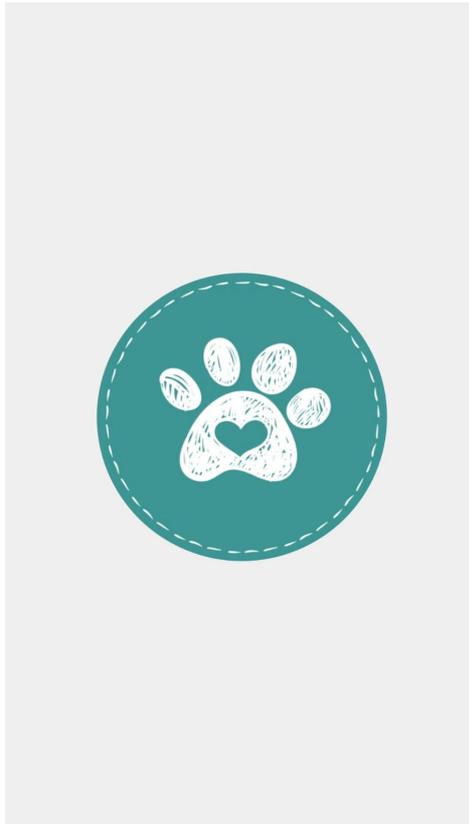
**Presentación de los Servicios Disponibles:** El 11.4% mencionó que la presentación de los servicios podría mejorarse. Es fundamental organizar los servicios de manera clara y detallada, destacando los beneficios específicos para los usuarios y sus mascotas. Esto podría incluir descripciones concisas, ejemplos visuales y opciones de filtrado que faciliten a los usuarios encontrar rápidamente los servicios que mejor se adaptan a sus necesidades.

Al abordar estos puntos en el desarrollo del Prototipo 2.0, se podrá mejorar significativamente la experiencia del usuario y aumentar la satisfacción general con la aplicación. Esto no solo fortalecerá la atracción de nuevos usuarios, sino que también fomentará la fidelidad de los usuarios existentes al proporcionar una plataforma efectiva y fácil de usar para la gestión del cuidado de mascotas a domicilio.

**Figura 13**  
*PMV Canvas*



## ***Presentación Comercial del Prototipo (Branding)***



Hemos desarrollado una aplicación que ofrece una variedad de servicios y productos para mascotas, desde cuidado para mascotas personalizado hasta música relajante. Nuestro logo, que presenta una huella con un corazón en el centro, delicadamente enmarcada en un círculo verde turquesa, transmite un sentimiento profundo de cuidado y amor por los animales. Este diseño refuerza la idea de que nuestros productos y servicios están enfocados en el bienestar y cariño hacia las mascotas y complementa nuestro lema “Amor y cuidado para cada pata.”

### ***Actualización del Modelo de Monetización***

El modelo de monetización actualizado para los servicios de cuidado de mascotas incluye una opción de suscripciones diseñadas para enriquecer la experiencia de los propietarios de mascotas, ofreciendo beneficios exclusivos y mejor acceso a los servicios. Existen dos tipos de suscripciones para los propietarios de mascotas que buscan optimizar el uso de la plataforma.

La Suscripción Premium, con un costo de \$19.99 anuales, ofrece una visibilidad mejorada en la plataforma. Los propietarios que opten por esta suscripción tendrán acceso prioritario en la búsqueda de servicios, lo que destaca su perfil frente a otros usuarios. Además, recibirán ofertas exclusivas, promociones, y descuentos especiales en servicios y productos relacionados con el cuidado de mascotas, lo que permite acceder a beneficios adicionales y optimizar la relación calidad-precio en el cuidado de sus mascotas.

Por otro lado, la Suscripción Estándar está disponible por \$13.99 semestrales y ofrece un acceso básico. Los usuarios de esta suscripción recibirán un posicionamiento estándar en la búsqueda de servicios, asegurando que puedan acceder a la plataforma de manera eficiente. También tendrán acceso a las ofertas generales que la plataforma ofrece de forma regular, aunque sin los beneficios exclusivos de la suscripción premium.

Además de las suscripciones, la empresa también genera ingresos a través de retenciones sobre las tarifas cobradas por los servicios prestados. Por cada servicio de cuidado de mascotas de 24 horas, se cobrará una tarifa de \$30 al propietario, de la cual la empresa retendrá el 25%. Esta retención asegura que la empresa mantenga un flujo de ingresos sostenido, mientras sigue ofreciendo servicios accesibles y de calidad tanto a los dueños de mascotas como a los profesionales que colaboran en la plataforma. Este esquema de retenciones garantiza la sostenibilidad del modelo de negocio y permite a la empresa continuar mejorando su oferta de servicios.

Los porcentajes representados en la tabla 8 indican la distribución de los ingresos provenientes de diferentes servicios ofrecidos por la empresa de cuidado de mascotas.

El mayor porcentaje, el 54%, proviene de las suscripciones premium. Este dato sugiere que la mayor parte de los ingresos se genera a través de este tipo de suscripción, destacando la importancia del servicio premium en la estrategia de monetización de la

empresa. La alta contribución de las suscripciones premium refleja una sólida demanda y valor percibido por los usuarios de estos servicios exclusivos.

A continuación, las suscripciones estándar contribuyen con el 31% de los ingresos totales. Este porcentaje, aunque menor que el de las suscripciones premium, sigue siendo significativo y demuestra que el servicio estándar también juega un papel importante en la generación de ingresos, ofreciendo una opción más accesible para los clientes que no optan por el nivel premium.

Los servicios profesionales tienen una participación del 15% de los ingresos. La retención de ingresos provenientes de estos servicios refleja una base sólida de clientes, pero su impacto en los ingresos totales es menos significativo.

**Tabla 8**  
*Participación en el mercado según el tipo de servicio*

<b>SERVICIOS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Servicios profesionales retención	15%
Suscripción premium	54%
Suscripción estándar	31%
TOTAL	100%

## **Estudio Técnico y Modelo de Gestión Organizacional**

### **Localización**

La localización es importante para el éxito de un negocio porque influye directamente en la accesibilidad a los clientes, la disponibilidad y costo de recursos, la eficiencia logística y la competitividad en el mercado. Una ubicación estratégica facilita la atracción de clientes potenciales, reduce costos operativos y mejora la capacidad de respuesta a las necesidades del mercado, lo que en conjunto aumenta las posibilidades de éxito del negocio.

**Tabla 9**  
*Localización check de Ecuador*

Factor relevante	Peso asignado	Quito Norte - La Carolina		Quito Centro- Villa Flora	
		Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada
Materia prima disponible	0,1	2	0,2	3	0,3
Mano de obra disponible	0,2	3	0,6	4	0,8
Costo de los insumos	0,15	3	0,45	2	0,3
Costo de la vida	0,2	4	0,8	3	0,6
Cercanía del mercado	0,15	3	0,45	4	0,6
Logística	0,2	4	0,8	3	0,6
<b>Suma</b>	<b>1</b>		<b>3,3</b>		<b>3,2</b>

La selección de Quito Norte - La Carolina como la mejor ubicación se debe a su calificación ponderada total de 3.3 frente a 3.2 de Quito Centro - Villa Flora. Factores como la disponibilidad de mano de obra, el costo de la vida y la logística jugaron un papel crucial en esta decisión. Quito Norte - La Carolina obtuvo calificaciones más altas en estos aspectos, indicando una mayor capacidad para atraer y retener personal calificado, un entorno de vida más asequible y una infraestructura logística eficiente. Estos factores son esenciales para el éxito y la eficiencia del negocio de cuidado de mascotas personalizado.

**Tabla 10**  
*Localización check de Colombia*

Factor relevante	Peso asignado	Colombia Bogotá -Sur – Ciudad Jardín		Colombia Bogotá -Centro – Chapinero	
		Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada
Materia prima disponible	0,1	3	0,6	2	0,2
Mano de obra disponible	0,2	2	0,4	3	0,6
Costo de los insumos	0,15	4	0,6	3	0,45
Costo de la vida	0,2	4	0,8	3	0,6
Cercanía del mercado	0,15	3	0,45	2	0,3
Logística	0,2	4	0,8	3	0,6
<b>Suma</b>	<b>1</b>		<b>3,65</b>		<b>2,75</b>

Para la expansión del negocio en Bogotá, se compararon los sectores de Ciudad Jardín Sur y Chapinero, teniendo en cuenta varios factores clave que afectan la operación y el éxito del negocio. En cuanto a la disponibilidad de materia prima, Ciudad Jardín Sur recibió una calificación ponderada de 0.6, superando a Chapinero, que obtuvo 0.2. La mano de obra disponible fue mejor evaluada en Chapinero, con una calificación ponderada de 0.6, frente a 0.4 en Ciudad Jardín Sur. Respecto al costo de los insumos, Ciudad Jardín Sur obtuvo una calificación ponderada de 0.6, mientras que Chapinero alcanzó 0.45. En términos del costo de vida, Ciudad Jardín Sur nuevamente superó a Chapinero, con una calificación ponderada de 0.8 frente a 0.6. La cercanía del mercado favoreció ligeramente a Ciudad Jardín Sur con una calificación ponderada de 0.45, comparada con 0.3 en Chapinero. En logística, Ciudad Jardín Sur también obtuvo una calificación más alta, con 0.8 frente a 0.6 en Chapinero. En suma, Ciudad Jardín Sur alcanzó una calificación total de 3.65, superando a Chapinero, que obtuvo 2.75, lo que indica que Ciudad Jardín Sur es la opción más favorable para la ubicación del negocio debido a su mejor desempeño en la mayoría de los factores evaluados.

## Operaciones (Mapa de procesos)

**Figura 14**

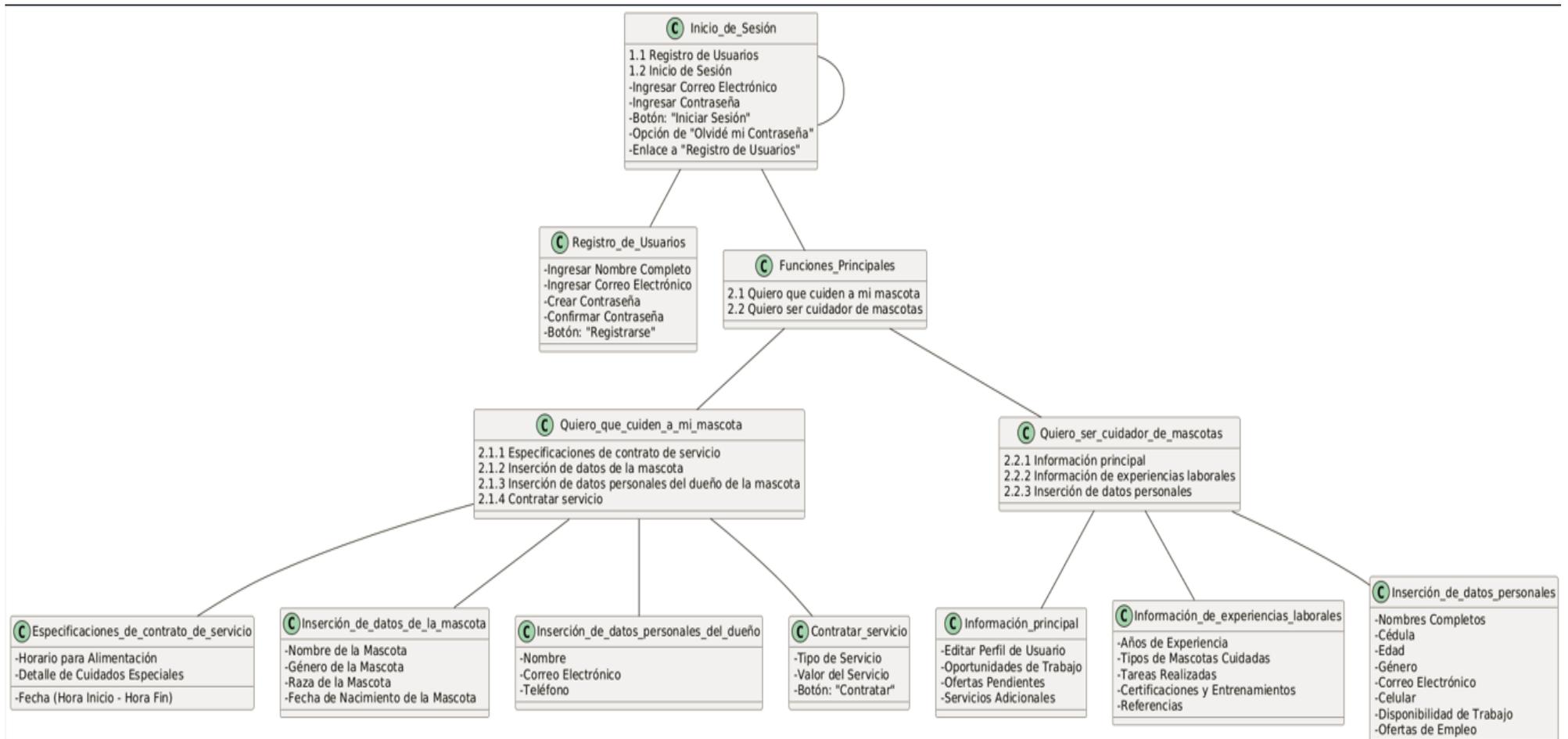
Mapa de procesos



*Nota.* La información del mapa de procesos ha sido elaborada por los autores del proyecto. La plantilla se tomó de la plataforma *MIRO* <https://miro.com/es/signup/>

## Diseño del Proceso Productivo o servicio (Flujogramas)

**Figura 15**  
Flujograma



El flujo de trabajo comienza con el inicio de sesión, donde los usuarios tienen la opción de registrarse o iniciar sesión si ya están registrados. Una vez dentro, las funciones principales se dividen en dos secciones: los usuarios que desean contratar servicios para sus mascotas y aquellos que desean ofrecer servicios como cuidadores.

Para los usuarios interesados en ser cuidadores de mascotas, tienen acceso a información principal como la capacidad de editar su perfil, visualizar oportunidades de trabajo, revisar ofertas pendientes y explorar servicios adicionales disponibles. Además, pueden detallar su experiencia laboral, incluyendo años de experiencia, tipos de mascotas cuidadas, tareas realizadas, certificaciones y entrenamientos recibidos, así como referencias.

La inserción de datos personales es crucial, permitiendo a los cuidadores proporcionar información detallada como nombres completos, número de identificación, edad, género, correo electrónico, número de teléfono celular y disponibilidad laboral. También pueden gestionar las ofertas de empleo disponibles para ellos.

Por otro lado, los usuarios que desean contratar servicios para sus mascotas pueden especificar detalles importantes del contrato de servicio, como la fecha y horario del cuidado, así como cualquier necesidad especial que requiera la mascota. También deben ingresar datos personales básicos de la mascota, como nombre, género, raza y fecha de nacimiento, así como sus propios datos personales como dueños.

Finalmente, pueden seleccionar el tipo de servicio deseado y ver el valor correspondiente antes de confirmar la contratación del servicio. Este flujo de trabajo está diseñado para facilitar tanto la contratación como la oferta de servicios de cuidado de mascotas de manera efectiva y organizada.

## Diseño Organizacional

### Figura 16

*Diseño organizacional*



### Gerente de Servicio Premium

También asumirá el rol de gerente general de la empresa, será responsable de supervisar tanto la operación global de la empresa como los servicios específicos de la categoría Premium. Este cargo tendrá bajo su dirección a la persona encargada del servicio al cliente Premium, garantizando que los usuarios de esta categoría reciban una atención prioritaria y personalizada. Entre sus funciones principales se incluyen la planificación estratégica de los servicios Premium, el control de calidad, la atención a clientes exclusivos, la implementación de mejoras continuas en la experiencia del usuario y la supervisión directa de la satisfacción del cliente Premium. Además, será responsable de diseñar y gestionar promociones y ofertas exclusivas para los suscriptores de este nivel, asegurando que estos reciban beneficios diferenciados.

### **Director de Operaciones de Servicio Estándar**

Será responsable de gestionar las operaciones relacionadas con los clientes que utilizan el servicio Estándar. Tendrá a su cargo a la persona de atención al cliente encargado de brindar soporte a los usuarios de la suscripción Estándar, asegurando que los mismos reciban un servicio eficiente y acorde a las expectativas de la empresa. Sus funciones incluirán la supervisión del correcto funcionamiento del servicio Estándar, la resolución de problemas operativos, el mantenimiento de la calidad del servicio ofrecido, y la coordinación de las tareas del equipo de atención al cliente. También será su responsabilidad proponer mejoras operativas para optimizar la experiencia de los usuarios Estándar, garantizando que la plataforma funcione de manera fluida y eficiente.

### **Director de Operaciones de Servicio de Retenciones**

Se encargará de supervisar todo el proceso relacionado con las retenciones aplicadas a las tarifas de los servicios prestados. Bajo su mando estará la persona de servicio al cliente que maneja las consultas y solicitudes relacionadas con este tema. Este director tendrá la función de garantizar que las retenciones del 25% se apliquen correctamente, de acuerdo con las políticas de la empresa, y de coordinar cualquier comunicación relacionada con el proceso de cobros y pagos tanto con los usuarios como con los proveedores de servicios. Además, su labor incluirá la optimización del flujo financiero, la supervisión de los informes de retenciones y el desarrollo de estrategias para asegurar la eficiencia en el manejo de ingresos generados a través de la plataforma.

Para internacionalizar un negocio de servicios de cuidado de mascotas desde Ecuador hacia Colombia, es fundamental constituir una compañía en Colombia. La forma jurídica más adecuada para este tipo de empresa es la Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.), debido a su flexibilidad y facilidad de constitución. El proceso para establecer una S.A.S. en Colombia implica varios pasos: primero, la redacción de un documento privado que contenga el acta constitutiva, la cual debe ser firmada por los socios fundadores. Luego, este documento debe ser inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio correspondiente, y se debe obtener el Registro Único Tributario (RUT) ante la DIAN. Este proceso es relativamente rápido y económico, permitiendo a la empresa comenzar operaciones rápidamente.

### **Conformación Legal para Ecuador**

En el plan de negocios para una empresa de servicios de cuidado de mascotas abarca varios aspectos fundamentales que aseguran su establecimiento y operación dentro de un marco legal sólido y adecuado para su expansión internacional.

En primer lugar, la elección de una Sociedad por Acciones Simplificada (SAS) en Ecuador se justifica por su flexibilidad y rapidez en la constitución. Según el Artículo 4 de la Ley de Compañías ecuatoriana, una SAS puede ser creada mediante un documento privado, simplificando el proceso inicial y permitiendo a la empresa comenzar operaciones rápidamente. Esta forma societaria también proporciona a los fundadores la ventaja de una responsabilidad limitada, lo que significa que no son personalmente responsables por las deudas y obligaciones de la empresa más allá del capital aportado, aspecto crucial para proteger sus activos personales y atraer inversión externa (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2023)

El proceso de constitución implica registrar el documento constitutivo ante la

Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, estableciendo la fecha de inicio de la vida jurídica de la empresa y asegurando su conformidad con las regulaciones locales.

Además de cumplir con los requisitos legales y regulatorios ecuatorianos, el capítulo de conformación legal también aborda consideraciones fiscales relevantes, como los impuestos corporativos y cualquier beneficio fiscal disponible para empresas de servicios.

En términos de propiedad y gestión, se detalla la estructura de propiedad y el gobierno corporativo, especificando la distribución de acciones entre los socios fundadores y estableciendo roles claros para la alta dirección, incluyendo la Directora Ejecutiva, el Director de Operaciones, la Coordinadora de Servicios Veterinarios, y el Coordinador de Colaboradores. Este enfoque asegura una gestión eficaz y una toma de decisiones ágil, fundamentales para la operación diaria y el cumplimiento de objetivos estratégicos.

Además, se enfatiza el compromiso con el cumplimiento normativo continuo, la protección de datos y privacidad de los clientes y mascotas, y se contempla la adaptación a normativas internacionales en caso de expansión global. Esta estructura legal proporciona a la empresa de cuidado de mascotas la base necesaria para operar de manera segura, cumplir con las expectativas del mercado y expandirse de manera efectiva a nivel internacional en el dinámico sector de servicios para mascotas.

Para una empresa de cuidado de mascotas con 1 año en el mercado, los requisitos para su constitución legal en Ecuador son esenciales para asegurar su establecimiento y operación conforme a la ley. A continuación, se enumeran los pasos necesarios:

1. **Reserva de denominación ante la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SCVS):** Este paso garantiza que el nombre elegido para la empresa esté disponible y cumpla con las normativas legales y comerciales relacionadas con el sector de servicios para mascotas.

2. **Acto constitutivo o contrato constitutivo:** Documento fundamental que establece las bases legales de la empresa, incluyendo su objetivo social específico de cuidado de mascotas, la estructura de propiedad, y las reglas internas de funcionamiento.
3. **Nombramiento del representante legal:** Designación formal de la persona autorizada para representar legalmente a la empresa ante terceros y autoridades, asegurando una gestión eficiente y responsable.
4. **Petición de inscripción ante la SCVS:** Proceso para registrar la información básica de la empresa en los sistemas de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, iniciando así su existencia legal.
5. **Certificado electrónico del accionista (firma electrónica):** Necesario para la autenticación electrónica en documentos legales y transacciones comerciales, garantizando la seguridad y validez de las operaciones comerciales.
6. **Copia de cédula o pasaporte de los accionistas y representantes legales:** Identificación oficial que verifica la participación y responsabilidad de los socios y directivos en la empresa.
7. **Elaboración de estatutos:** Documento interno que establece las normas y procedimientos para la toma de decisiones y operaciones diarias, asegurando el cumplimiento de las normativas legales y la eficiencia operativa.
8. **Presentación de documentos a la SCVS:** Entrega de toda la documentación requerida a la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros para su revisión y aprobación, garantizando la conformidad con las regulaciones vigentes.
9. **Obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC):** Necesario para cumplir con las obligaciones fiscales y comerciales en Ecuador, facilitando la legalidad y operación financiera de la empresa.

10. **Apertura de cuenta bancaria para la sociedad:** Establecimiento de una cuenta bancaria a nombre de la empresa para la gestión financiera y comercial, asegurando transparencia y eficiencia en las operaciones económicas.
11. **Obtención de permisos e inscripción en otras entidades regulatorias:** Registro en otras entidades según sea necesario para el cumplimiento de regulaciones específicas del sector de servicios para mascotas.
12. **Autenticación del acto constitutivo por notario público:** Proceso legal para validar la constitución de la empresa mediante la firma de los participantes en presencia de un notario, asegurando la legalidad y autenticidad del documento.
13. **Inscripción en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio:** Último paso formal que oficializa la existencia legal de la empresa, permitiéndole operar dentro del marco legal y comercial establecido en Ecuador.

### **Conformación Legal para Colombia**

Para una empresa de cuidado de mascotas que tiene la intención de establecerse en Colombia, la elección de una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S) como forma jurídica ofrece varias ventajas significativas adaptadas al ámbito colombiano. La S.A.S fue creada específicamente para simplificar la constitución y operación de empresas, lo cual es ideal para emprendedores y pequeñas empresas que buscan establecerse rápidamente y con menos complicaciones administrativas.

Una de las principales ventajas de una S.A.S en Colombia es su flexibilidad. Permite a los fundadores determinar libremente la estructura de la empresa, distribución de acciones y reglas internas, adaptándose así a las necesidades específicas del negocio de cuidado de mascotas. Esto facilita la personalización de la estructura accionaria para incluir socios estratégicos, como veterinarios, estudiantes de veterinaria y colaboradores de organizaciones

benéficas como la Fundación Lucky, tal como se contempla en el modelo de negocio propuesto.

Además, la S.A.S en Colombia ofrece un proceso de constitución ágil y económico. La posibilidad de constituir la empresa mediante documento privado reduce los costos asociados y simplifica los trámites, agilizando así el inicio de operaciones. Este aspecto es crucial para una empresa que desea ingresar rápidamente al mercado y comenzar a ofrecer servicios de cuidado de mascotas a domicilio.

Otro beneficio clave es la responsabilidad limitada de los socios. En una S.A.S, los socios no responden personalmente por las deudas y obligaciones de la empresa más allá de su aporte de capital, lo cual brinda seguridad financiera tanto a los inversionistas como a los emprendedores. Esto es especialmente relevante en un sector como el cuidado de mascotas, donde pueden surgir riesgos relacionados con la salud y bienestar de los animales.

Establecer una empresa de cuidado de mascotas bajo la forma de S.A.S en Colombia proporciona una base sólida y eficiente para su operación. Conforme a las normativas legales y aprovechando las ventajas específicas de este tipo societario, la empresa puede posicionarse de manera competitiva en el mercado colombiano, beneficiándose de un entorno favorable para la inversión y el crecimiento empresarial.

### **Empresa SAS en Colombia**

Una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.) puede ser formada tanto por un individuo como por múltiples personas. Según (Cámara de Comercio San Andres, 2022)

A. A través de un documento privado. Es indispensable autenticar las firmas de quienes forman la sociedad.

B. Mediante una Escritura Pública. La constitución por Escritura Pública es obligatoria cuando se aportan bienes inmuebles a la sociedad.

### **Requisitos del documento de constitución de una S.A.S**

El documento mediante el cual se cree la sociedad por acciones simplificada deberá contener, al menos, lo siguiente. Según (Cámara de Comercio San Andres, 2022).

Los requisitos para constituir una S.A.S. incluyen: los nombres, documentos de identidad y domicilios de los accionistas; la razón social seguida de "sociedad por acciones simplificada" o "S.A.S."; el domicilio principal de la sociedad; la duración de la misma; una descripción clara de las actividades principales; el capital autorizado, suscrito y pagado, junto con la información sobre las acciones; y la forma de administración, designando al menos un representante legal. También se deben adjuntar las cartas de aceptación de representantes legales y otros cargos en caso de nombramiento (Anexo 5).

### **Control de legalidad del acto constitutivo**

Las Cámaras de Comercio tienen la responsabilidad de verificar que el acto constitutivo, los nombramientos y cualquier reforma de una sociedad cumplan con los requisitos legales. Si alguno de estos documentos no incluye todos los elementos exigidos por la ley, la Cámara de Comercio se negará a inscribirlos hasta que sean corregidos (Información legal, 2024).

### **Características del registro**

El registro de la S.A.S es fundamental, ya que una vez inscrita, la sociedad adquiere personalidad jurídica independiente de sus socios.

Si no se inscribe, una sociedad pluripersonal operará como sociedad de hecho, mientras que en el caso de una unipersonal, el accionista único responderá personalmente.

Tras el registro, el contrato o acto unilateral no podrá impugnarse salvo por la falta de elementos esenciales o el incumplimiento de requisitos sustanciales.

La existencia de la S.A.S y sus cláusulas estatutarias se prueban mediante una certificación emitida por la cámara de comercio, la cual confirmará que la sociedad no ha sido disuelta ni liquidada.

## **Plan de Marketing**

### **Establecimiento de Objetivos de Marketing**

**Objetivo de Marketing 1: Aumentar el número de usuarios en un 50% para finales de 2024**

#### **Estrategias:**

##### **1. Programas de Fidelización de Clientes:**

**Descripción:** Se implementará un programa de fidelización con el objetivo de aumentar la retención y atraer nuevos clientes. Este programa consistirá en un sistema de puntos y recompensas para usuarios frecuentes y un programa de referidos.

#### **Cómo se Implementará:**

- **Sistema de Puntos:** Los usuarios ganarán puntos por cada transacción realizada. Estos puntos se pueden canjear por descuentos en futuras reservas o por servicios gratuitos. Por ejemplo, 100 puntos equivalen a un 10% de descuento en el siguiente servicio.
- **Programa de Referidos:** Se incentivará a los usuarios actuales a referir nuevos clientes. Cada vez que un referido realice una reserva, el usuario que hizo la referencia recibirá un descuento del 15% en su próximo servicio.

Además, el nuevo usuario recibirá un descuento de bienvenida del 10%.

- **Beneficios:** La implementación de este programa busca incrementar la lealtad de los clientes actuales y atraer nuevos usuarios mediante recomendaciones personales, lo que puede reducir el costo de adquisición de nuevos clientes.

## 2. Mejora en la Experiencia del Usuario:

**Descripción:** La optimización de la interfaz de usuario y la experiencia de usuario es clave para hacer que el proceso de reserva sea más fluido y rápido.

### Cómo se Implementará:

- **Rediseño de la Aplicación:** El mismo equipo que desarrolla la aplicación se encargará de mejorarla, haciéndola más fácil de usar y reduciendo los pasos necesarios para hacer una reserva. Se añadirán filtros avanzados y se hará el diseño más claro e intuitivo para mejorar la experiencia del usuario
- **Personalización:** Los usuarios podrán guardar preferencias de servicio y recibir recomendaciones basadas en sus elecciones previas. Por ejemplo, si un usuario frecuentemente reserva servicios de cuidado diurno, la aplicación destacará estos servicios cuando inicie sesión.
- **Beneficios:** Una interfaz optimizada facilita el uso de la aplicación, reduce el tiempo necesario para hacer una reserva y mejora la satisfacción del cliente, lo que puede contribuir a un aumento en la tasa de retención y adquisición de usuarios.

## 3. Campañas de Publicidad Dirigida:

**Descripción:** Utilizar técnicas de segmentación de mercado para dirigir campañas publicitarias a audiencias específicas que son más propensas a utilizar nuestros servicios.

### Cómo se Implementará:

- **Segmentación de Audiencia:** Analizar datos de usuarios actuales y

potenciales para identificar segmentos de mercado específicos, como dueños de perros de raza grande o propietarios de gatos con necesidades especiales.

- **Publicidad Digital:** Lanzar campañas en redes sociales Facebook, Instagram, tik tok y plataformas de búsqueda utilizando anuncios dirigidos a estos segmentos. Los anuncios destacarán las características únicas del servicio y cómo resuelven problemas específicos para cada segmento.

- **Beneficios:** La publicidad dirigida asegura que los mensajes lleguen a las personas más interesadas en nuestros servicios, aumentando la eficacia de las campañas y la probabilidad de conversión.

**Objetivo de Marketing 2: Reducir el tiempo promedio de búsqueda y contratación en un 40%**

**Estrategias Detalladas:**

**1. Optimización de la Interfaz de Usuario:**

**Descripción:** Mejorar la facilidad de navegación en la aplicación para acelerar el proceso de búsqueda y contratación de servicios.

**Cómo se Implementará:**

- **Rediseño de Interfaz:** Actualizaremos la interfaz de la aplicación para que los usuarios puedan encontrar servicios de manera más eficiente. Se simplificarán los menús, y se agregarán filtros para buscar servicios por tipo, ubicación y disponibilidad.

- **Funcionalidades de Búsqueda:** Se integrarán opciones de búsqueda avanzada y sugerencias automáticas para ayudar a los usuarios a encontrar rápidamente lo que necesitan.

- **Beneficios:** Una búsqueda más rápida y fácil mejora la experiencia del usuario y reduce el tiempo de decisión, lo que puede aumentar la tasa de

conversión de usuarios interesados en contratar nuestros servicios.

## **2. Sistema de Reservas Eficiente:**

**Descripción:** Implementaremos un sistema de reservas ágil para reducir el tiempo que los usuarios necesitan para completar una reserva.

### **Cómo se Implementará:**

- **Proceso de Reserva Simplificado:** Reduciremos el número de pasos necesarios para hacer una reserva y ofreceremos opciones predefinidas basadas en la información de usuario guardada.
- **Confirmaciones Rápidas:** Introduciremos un sistema que confirme las reservas de manera instantánea, notificando a los usuarios y al personal sobre la disponibilidad y los detalles del servicio.
- **Beneficios:** Un proceso de reserva más eficiente disminuye el tiempo de espera y mejora la satisfacción del cliente, facilitando una mayor tasa de uso de la aplicación.

## **3. Integración de Tecnología:**

**Descripción:** Incorporaremos tecnología avanzada para asistir a los usuarios en el proceso de búsqueda y contratación.

### **Cómo se Implementará:**

- **Chatbot de Asistencia:** Desarrollaremos un chatbot que estará disponible 24/7 para guiar a los usuarios a través del proceso de reserva y responder a preguntas frecuentes.
- **Notificaciones Push:** Enviaremos notificaciones Push para mantener a los usuarios informados sobre el estado de sus reservas y próximas acciones necesarias.
- **Beneficios:** La asistencia tecnológica mejora la experiencia del usuario

y proporciona respuestas rápidas, lo que acelera el proceso de reserva y aumenta la satisfacción.

### **Objetivo de Marketing 3: Aumentar la participación en programas educativos mediante webinars en un 60% para finales de 2024**

#### **Estrategias Detalladas:**

##### **1. Implementación de Webinars Educativos:**

**Descripción:** La empresa llevará a cabo webinars para impulsar la participación en sus programas educativos. Estos seminarios en línea serán diseñados para ofrecer contenido relevante y atractivo, con el objetivo de incrementar la participación en un 60% para finales de 2024.

#### **Cómo se Implementará:**

- **Creación de Materiales:** Trabajar con veterinarios y expertos para desarrollar contenido educativo, incluyendo videos instructivos, artículos detallados y guías prácticas.
- **Accesibilidad:** Los materiales educativos se integrarán en la aplicación y estarán disponibles en una sección dedicada, asegurando que los usuarios puedan acceder fácilmente a ellos.
- **Beneficios:** Proveer contenido educativo de calidad fomenta el aprendizaje y la participación de los usuarios, mejorando su conocimiento y satisfacción con nuestros servicios.

##### **2. Promoción de Programas Educativos:**

**Descripción:** Ejecutaremos campañas para aumentar la visibilidad y participación en los programas educativos ofrecidos.

#### **Cómo se Implementará:**

- **Campañas Informativas:** Desarrollaremos campañas de marketing digital y

en redes sociales para informar a los usuarios sobre los programas educativos disponibles.

- **Incentivos:** Ofreceremos incentivos, como certificados de participación y premios, para motivar a los usuarios a completar los programas educativos.
- **Beneficios:** La promoción efectiva y los incentivos aumentan la participación en programas educativos, lo que puede fortalecer la relación con los usuarios y mejorar la percepción de nuestros servicios.

### 3. Colaboraciones y Patrocinios:

**Descripción:** Colaboraremos con expertos en el área de veterinaria y fundaciones como es lucky para ofrecer seminarios y talleres educativos.

#### Cómo se Implementará:

- **Colaboraciones:** Estableceremos asociaciones con veterinarios, entrenadores y organizaciones de bienestar animal para ofrecer seminarios y talleres en línea y presenciales.
- **Eventos y Webinars:** Organizaremos eventos regulares sobre temas relevantes para los propietarios de mascotas, y utilizaremos la aplicación para registrar y promover estos eventos.
- **Beneficios:** Las colaboraciones y eventos educativos aumentan la credibilidad de la aplicación y atraen a usuarios interesados en aprender más sobre el cuidado de sus mascotas.

**Objetivo de Marketing 4: Crear una landing page para promocionar el servicio premium.**

#### Estrategias Detalladas:

##### 1. Diseño Atractivo y Funcional:

**Descripción:** La empresa desarrollará una landing page con un diseño visualmente

atractivo y fácil de navegar, centrado en resaltar los beneficios del servicio premium. La página incluirá llamadas a la acción claras, testimonios de clientes, y un desglose detallado de las características exclusivas del servicio

#### **Cómo se Implementará:**

- **Implementación de Tecnología:** Se trabajará con el equipo de desarrollo web para crear un diseño que sea coherente con la marca y optimizado para conversiones. La landing page se probará en diferentes dispositivos para asegurar una experiencia de usuario fluida y se integrará con herramientas de análisis para medir su rendimiento.

- **Campañas de Publicidad Digital:**

**Descripción:** La empresa lanzará campañas de publicidad digital dirigidas a captar la atención de usuarios potenciales hacia la nueva landing page. Estas campañas incluirán anuncios en redes sociales, enfocándose en los beneficios del servicio premium y ofreciendo incentivos para registrarse

#### **Cómo se Implementará:**

Se creará un conjunto de anuncios visuales y mensajes persuasivos que dirijan a los usuarios a la landing page. Las campañas se segmentarán según datos demográficos y comportamentales para maximizar la relevancia y efectividad. Se monitorizarán los resultados para ajustar las estrategias en función de la respuesta del público.

**Objetivo de Marketing 5: Lograr que el 75% de los dueños de mascotas conozcan la aplicación a finales de 2024 mediante colaboraciones con influencers.**

#### **Estrategias Detalladas:**

1. **Colaboraciones con Influencers del Sector de Mascotas:**

**Descripción:** La empresa trabajará con influencers especializados en el cuidado de mascotas para promocionar la aplicación. Crearán contenido en sus redes sociales,

incluyendo publicaciones, historias y videos, que destacarán las ventajas y funcionalidades de la aplicación. La colaboración tiene como objetivo aumentar la visibilidad y el conocimiento de la aplicación entre los dueños de mascotas.

**Cómo se Implementará:**

Se identificarán y contratarán influencers que tengan una audiencia significativa en el ámbito de mascotas. Se diseñarán campañas de contenido en conjunto con los influencers, asegurando que el mensaje sea relevante y atractivo para la audiencia objetivo

**2. Campañas de Promoción a través de Influencers:**

**Descripción:** Se implementarán campañas de promoción donde los influencers compartirán sus experiencias con la aplicación y animarán a sus seguidores a conocerla. Estas campañas incluirán publicaciones patrocinadas, reseñas y demostraciones de la aplicación en acción.

**Cómo se Implementará:**

Se coordinarán con los influencers para crear contenido promocional que dirija a los seguidores a la aplicación. Se utilizarán herramientas analíticas para medir el éxito de estas campañas y ajustar las estrategias en función de los resultados obtenidos, asegurando que se alcance el objetivo de que el 75% de los dueños de mascotas conozcan la aplicación para finales de 2024.

**3. Eventos y Promociones:**

**Descripción:** Organizaremos y participaremos en eventos para dar a conocer la aplicación y fomentar la inscripción.

**Cómo se Implementará:**

- **Eventos Locales:** Participaremos en ferias y eventos relacionados con mascotas para interactuar directamente con los propietarios y promover la aplicación.

- **Promociones Especiales:** Ofreceremos promociones especiales, como descuentos en la primera reserva, para los nuevos usuarios que descarguen y registren en la aplicación.
- **Beneficios:** La participación en eventos y las promociones especiales fomentan la inscripción de nuevos usuarios y crean una mayor conciencia sobre la aplicación en la comunidad local.

Cada una de estas estrategias está diseñada para abordar aspectos específicos del marketing y operaciones, asegurando que el plan de negocios para el cuidado de mascotas personalizado sea efectivo en aumentar usuarios, mejorar la satisfacción y optimizar los procesos operativos.

## Marketing Mix (4Ps)

**Tabla 11**

*Marketing Mix aplicado a la empresa*

Elemento	Estrategia
<b>Producto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios personalizados para mascotas (cuidado, paseo, peluquería, atención veterinaria).</li> <li>• Contenido educativo sobre cuidado de mascotas.</li> <li>• Integración tecnológica: aplicación móvil con reservas instantáneas, recordatorios y seguimiento en tiempo real.</li> </ul>
<b>Precio</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Precios competitivos.</li> <li>2. Planes de suscripción semestrales y anuales con descuentos.</li> <li>3. Descuentos promocionales para nuevos usuarios y bonificaciones por referencias.</li> </ol> <p><b><u>Para Ecuador (dólares)</u></b></p> <p><b>Suscripción cliente Premium:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Costo:</b> \$19.99 anuales.</li> </ul> <p><b>Suscripción cliente estándar:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Costo:</b> \$13.99 semestral.</li> </ul> <p><b>Tarifas para Servicios Profesionales:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. <b>Clínicas Veterinarias:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Costo:</b> \$30 las 24 horas.</li> <li>• <b>Retención:</b> 25% de ingresos netos.</li> </ul> </li> </ol>

---

**5. Profesionales Veterinarios:**

- **Costo:** \$30 las 24 horas.
- **Retención:** 25% de ingresos netos

**6. Estudiantes de Veterinaria:**

- **Costo:** \$30 las 24 horas.
- **Retención:** 25% de ingresos netos

**Para Colombia (pesos)**

**Suscripción cliente Premium:**

- **Costo:** \$83.964 anuales.

**Suscripción cliente Básica:**

- **Costo:** \$58.593 cada seis meses.

**Tarifas para Servicios Profesionales:**

**Clínicas Veterinarias:**

- **Costo día:** \$127.000
- **Retención:** 25%

**Profesionales Veterinarios:**

- **Costo día:** \$127.000
- **Retención:** 25%

**Estudiantes de Veterinaria:**

- **Costo día:** \$127.000
- **Retención:** 25%

<b>Plaza</b>	<p>Opciones de pago flexibles: tarjetas, pagos móviles y transferencias.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Presencia en línea con sitio web y aplicación móvil accesibles 24/7.</li><li>• Empresa ubicada en el Norte de Quito.</li><li>• Expansión hacia Colombia en la ciudad de Bogotá.</li><li>• Distribución intensiva con tiendas de mascotas, clínicas veterinarias y eventos relacionados con mascotas.</li></ul>
<b>Promoción</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Marketing digital: redes sociales, marketing por correo electrónico</li><li>• Marketing de contenidos: webinars, tutoriales y artículos.</li><li>• Colaboraciones con influencers del ámbito de mascotas.</li><li>• Programas de fidelización por lealtad y testimonios de clientes.</li></ul>

---

- Publicidad en línea y medios locales.

*Nota.* Este marketing mix cubre los aspectos clave del producto, precio, plaza y promoción, abordando las estrategias necesarias para alcanzar los objetivos de marketing definidos para el cuidado personalizado de mascotas.

## Definición de Estrategias y Presupuesto de Marketing

**Tabla 12**

*Objetivos y estrategias de producto nicho*

Objetivo de Marketing	Estrategia
<b>Aumentar el número de usuarios que acceden a servicios personalizados para mascotas en un 50% para finales de 2024</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Programas de Fidelización:</b> Implementar un sistema de puntos y recompensas para usuarios frecuentes y un programa de referidos.</li> <li>• <b>Promociones Especiales:</b> Ofrecer descuentos y promociones para nuevos usuarios que se registren en la aplicación.</li> </ul>
<b>Reducir el tiempo promedio de búsqueda y contratación de servicios para mascotas en un 40%</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Optimización de la Interfaz de Usuario:</b> Simplificar la navegación y los procesos de búsqueda y contratación en la aplicación.</li> <li>• <b>Incorporación de Filtros Avanzados:</b> Añadir filtros y opciones de búsqueda para agilizar la selección de servicios.</li> </ul>
<b>Aumentar la participación en programas educativos mediante webinars en un 60% para finales de 2024</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Webinars Educativos:</b> Ofrecer webinars regulares sobre cuidado de mascotas y temas relacionados.</li> <li>• <b>Promoción y Recordatorios:</b> Utilizar correos electrónicos y notificaciones en la aplicación para recordar y promover los webinars.</li> </ul>
<b>Crear una landing page para promocionar el servicio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Diseño Atractivo:</b> Crear una página con un diseño atractivo y fácil de navegar que destaque los beneficios del servicio premium.</li> <li>• <b>Llamadas a la Acción:</b> Incluir botones y enlaces claros para que los usuarios se registren fácilmente en el servicio premium.</li> </ul>

---

**Lograr que el 75% de los dueños de mascotas conozcan la aplicación a finales de 2024 mediante colaboraciones con influencers**

- **Colaboraciones con Influencers:** Trabajar con influencers del sector de mascotas para crear contenido promocional en redes sociales.
- **Campañas de Contenido:** Realizar campañas de marketing en redes sociales utilizando el contenido generado por los influencers para aumentar la visibilidad.

---

*Nota.* Las estrategias están alineadas con los objetivos de marketing para alcanzar las metas.

**Tabla 13***Plan de marketing*

Actividad	Descripción	julio	agosto	septi	octub	novie	dicie	Presupuesto Estimado
<b>Plan de marketing</b>	Crear y lanzar la plataforma digital con funciones de búsqueda y reservas instantáneas.							\$30.583,33
<b>Creación de Contenido Educativo</b>	Desarrollar webinars, tutoriales y artículos sobre cuidado de mascotas.							\$4.000
<b>Colaboraciones con Influencers</b>	Colaborar con influencers del ámbito de mascotas para promoción y recomendación de la plataforma.							\$3.000
<b>TOTAL</b>								\$37.583,33

*Nota.* Se muestra un cronograma completo con las actividades y presupuesto de marketing.

**Tabla 14***Detalle de los objetivos mensuales*

Objetivo del Mes	Semanas	Canal Digital	Tipo de Contenido	Idea y Descripción de Contenido	Fecha de Publicación	Característica del Contenido	Objetivo del Contenido	Anotaciones	Responsable
<b>Aumentar las ventas y la cuota de mercado</b>	Julio 1-4	Redes Sociales, Google Ads	Publicidad Online	Crear anuncios segmentados destacando las características únicas de la plataforma digital.	Julio 1 - Julio 31	Anuncios gráficos y en video, segmentación específica	Incrementar la visibilidad de la plataforma en un 20%	Revisar desempeño semanalmente	Coordinadores de los tres servicios

<b>Mejorar la satisfacción del cliente y Retener clientes actuales</b>	Septiembre 1-4	Plataforma, Redes Sociales	Contenido Educativo	Desarrollar una serie de webinars y tutoriales sobre el cuidado de mascotas accesibles en la plataforma.	Septiembre 1 - Septiembre 30	Videos y artículos interactivos	Aumentar la participación en programas educativos en un 60%	Revisar participación de usuarios	Coordinadores de los tres servicios
<b>Mejorar la satisfacción del cliente</b>	Noviembre 1-2	Plataforma, Redes Sociales	Programas de Lealtad	Lanzar un programa de recompensas para usuarios frecuentes y ofrecer descuentos a nuevos clientes.	Noviembre 1 - Noviembre 15	Ofertas y promociones exclusivas	Fomentar la lealtad y retener a los clientes actuales	Evaluar feedback de usuarios	Coordinadores de los tres servicios
<b>Atraer nuevos clientes y Aumentar la presencia digital</b>	Octubre 15 - Noviembre 30	Redes Sociales	Colaboraciones con Influencers	Asociarse con influencers del sector de mascotas para promocionar la plataforma a través de sus canales.	Octubre 15 - Noviembre 30	Contenidos patrocinados y recomendaciones	Atraer nuevos clientes a través de la influencia de terceros	Seleccionar influencers relevantes	Coordinadores de los tres servicios
<b>Aumentar la visibilidad y atraer nuevos clientes</b>	Noviembre 1-4	Presencial, Redes Sociales	Eventos Presenciales	Organizar y participar en eventos relacionados con mascotas para interactuar directamente con los	Noviembre 1 - Diciembre 15	Eventos en vivo, promociones especiales	Aumentar la visibilidad y atraer nuevos clientes	Coordinar logística del evento	Coordinadores de los tres servicios

				clientes y promocionar la plataforma.					
--	--	--	--	---	--	--	--	--	--

## Evaluación Financiera

### Inversión Inicial

**Tabla 15**  
*Inversión inicial*

	Descripción	Valor	
<b>Capital de Inversión</b>	150 Cámaras	\$3.750,00	
	2 Computadoras	\$700,00	
	2 Celulares	\$350,00	
	1 Escritorio	\$200,00	
	5 Sillas	\$200,00	
	1 Impresora	\$75,00	
	Aplicación móvil	\$60.000,00	
	Hosting	\$500,00	
	Dominio	\$200,00	
	<b>Total</b>	<b>\$65.975,00</b>	
<b>Capital de Trabajo</b>	Arriendo	\$3.120,00	
	Servicio de Internet	\$360,00	
	Plan de teléfono	\$360,00	
	Publicidad	\$35.000,00	
	Colaboraciones con influencers	\$3.000,00	
		<b>Total</b>	<b>\$41.840,00</b>
<b>Trámites Legales</b>	Patente Tecnológico	\$30.000,00	
	Constitución de empresa	\$500,00	
		<b>Total</b>	<b>\$30.500,00</b>
	Imprevistos	\$2.000,00	
	<b>Total</b>	<b>\$63.000,00</b>	
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>		<b>\$170.815,00</b>	

Cinco socios han diseñado un plan de negocios para un servicio de cuidado de mascotas personalizado, proyectado para el año 2024. El presupuesto total de \$170.815,00 para la empresa de cuidado de mascotas se distribuye en varias categorías clave, cada una con una función específica en el funcionamiento y promoción del negocio. El capital de inversión, que suma \$65.975,00, se centra en la adquisición de equipos y recursos tecnológicos necesarios para la operación eficiente. La inversión en 150 cámaras y otros dispositivos tecnológicos como computadoras, celulares, y una impresora, se destina a asegurar que el personal pueda gestionar y supervisar las operaciones con la máxima eficiencia. La aplicación móvil, que representa una parte

significativa del capital de inversión con \$60.000,00, es fundamental para el servicio, ya que facilita la interacción entre los clientes y la empresa, permitiendo la reserva y gestión de servicios de cuidado de mascotas.

En cuanto al capital de trabajo, que asciende a \$41.840,00, se incluye el arriendo de oficinas, el cual es crucial para el funcionamiento administrativo, aunque no directamente relacionado con el cuidado de las mascotas. El servicio de Internet y el plan de teléfono son esenciales para la comunicación y la operatividad diaria. Además, se ha asignado una partida de \$35.000,00 para publicidad y \$3.000,00 para colaboraciones con influencers, lo que demuestra una fuerte inversión en marketing para aumentar la visibilidad y atraer clientes. Estos gastos son cruciales para construir una marca sólida y captar una base de clientes amplia.

Los trámites legales están presupuestados en \$30.500,00, que incluyen la patente tecnológica y la constitución de la empresa. Estos gastos son necesarios para garantizar que la empresa opere dentro del marco legal y pueda proteger sus innovaciones tecnológicas.

Finalmente, se ha reservado un monto de \$2.000,00 para imprevistos, proporcionando un margen de seguridad financiera para abordar cualquier gasto inesperado. En conjunto, el presupuesto refleja una planificación integral que cubre la inversión en tecnología, marketing, operatividad administrativa y cumplimiento legal, lo que es esencial para el lanzamiento y la estabilidad de la empresa de cuidado de mascotas.

### **Presupuesto de Ventas**

Según el modelo de monetización, los ingresos provendrán de las retenciones del 25% aplicadas a los cuidadores de mascotas. Este cálculo se ha basado en la población de Quito, considerado una tasa de crecimiento del país del 1.05% en esta proyección.

**Tabla 16***Presupuesto de ventas por retenciones*

<b>Periodos</b>	<b>Unidades a Vender</b>	<b>Precio de Venta</b>	<b>Ingresos Anuales</b>	<b>RETENCION 25%</b>
1	3.150	\$ 30,00	\$ 94.500,00	\$ 23.625,00
2	3.308	\$ 31,50	\$ 104.186,25	\$ 26.046,56
3	3.473	\$ 33,08	\$ 114.865,34	\$ 28.716,34
4	3.647	\$ 34,73	\$ 126.639,04	\$ 31.659,76
5	3.829	\$ 36,47	\$ 139.619,54	\$ 34.904,88

El análisis de las proyecciones de ingresos y la retención asociada revela varias tendencias significativas sobre la rentabilidad y los costos asociados a las operaciones. A medida que se aumenta el volumen de unidades vendidas y el precio de venta, se observa un crecimiento progresivo en los ingresos anuales. Sin embargo, la retención del 25% sobre estos ingresos también muestra un incremento considerable, lo que subraya la necesidad de evaluar la sostenibilidad financiera a medida que se expande el negocio.

En el primer periodo, con 3.150 unidades vendidas a \$30,00 cada una, se generan ingresos de \$94.500,00. La retención del 25% sobre estos ingresos, que equivale a \$23.625,00, representa una parte significativa de los ingresos, sugiriendo que una parte importante de los ingresos está destinada a costos que no contribuyen directamente a la rentabilidad. Esta proporción es un indicativo de la carga que la retención puede imponer sobre los márgenes de ganancia iniciales.

El segundo periodo muestra un incremento tanto en el precio de venta, que sube a \$31,50, como en el volumen de unidades vendidas, que aumenta a 3.308. Los ingresos suben a \$104.186,25, pero la retención, al ser \$26.046,56, refleja el aumento proporcional en los costos asociados a la retención. Este incremento en los costos puede empezar a impactar la rentabilidad de manera más perceptible, sugiriendo que los costos de retención podrían estar alcanzando un umbral crítico.

En el tercer periodo, el precio de venta y las unidades vendidas continúan creciendo, resultando en ingresos de \$114.865,34. La retención aumenta a \$28.716,34, lo que indica que el costo de la retención sigue una tendencia ascendente que podría erosionar los márgenes de beneficio. Este patrón es una señal clara de que, aunque los ingresos totales están en aumento, los costos asociados a la retención también están creciendo a un ritmo que podría exigir una revisión de las estrategias de fijación de precios o de reducción de costos.

Para el cuarto periodo, el precio de venta alcanza los \$34,73 y las unidades vendidas son 3.647, generando ingresos de \$126.639,04. La retención sube a \$31.659,76, lo que refleja una presión financiera cada vez mayor. Este aumento en los costos de retención, combinado con el incremento en los ingresos, sugiere que se está alcanzando un punto en el cual el equilibrio entre ingresos y costos está siendo comprometido, requiriendo una gestión más cuidadosa de los márgenes.

**Tabla 17**  
*Presupuesto de ventas por suscripciones premium*

Periodos	Unidades a Vender	Precio de Venta	Ingresos Anuales
1	4.345	\$ 19,99	\$ 86.856,55
2	4.562	\$ 20,99	\$ 95.759,35
3	4.790	\$ 22,04	\$ 105.574,68
4	5.030	\$ 23,14	\$ 116.396,08
5	5.281	\$ 24,30	\$ 128.326,68

El análisis de las proyecciones de ingresos para el servicio premium de la empresa de cuidado de mascotas revela un panorama de crecimiento sólido y consistente, destacando la efectividad del modelo de negocio en capturar valor a medida que se incrementa el número de unidades vendidas y el precio de venta.

En el primer periodo, con la venta de 4.345 unidades a un precio de \$19,99, la empresa genera ingresos anuales de \$86.856,55. Este monto establece una base sólida para

evaluar el rendimiento inicial del servicio premium. El precio de venta relativamente bajo en comparación con los periodos posteriores puede indicar un enfoque de introducción en el mercado, buscando atraer a los primeros clientes con un precio competitivo.

En el segundo periodo, el aumento en el precio de venta a \$20,99 y el incremento en las unidades vendidas a 4.562 unidades resultan en ingresos de \$95.759,35. Este incremento en los ingresos refleja la capacidad de la empresa para ajustar el precio de manera efectiva sin afectar significativamente la demanda. El crecimiento en las unidades vendidas también sugiere una mayor aceptación del servicio premium por parte de los clientes.

El tercer periodo muestra una continuación del crecimiento, con un precio de venta de \$22,04 y 4.790 unidades vendidas, lo que genera ingresos de \$105.574,68. El aumento en el precio y en la cantidad vendida evidencia una sólida demanda sostenida del servicio premium, a pesar del aumento en el costo. Este crecimiento es indicativo de una percepción positiva del valor ofrecido por el servicio.

Para el cuarto periodo, el precio de venta se eleva a \$23,14 y las unidades vendidas alcanzan 5.030, resultando en ingresos de \$116.396,08. Este incremento en los ingresos refleja la capacidad de la empresa para implementar ajustes en los precios mientras mantiene una demanda robusta. El aumento en las unidades vendidas también sugiere una expansión efectiva del mercado objetivo.

En el quinto periodo, el precio de venta sube a \$24,30 con 5.281 unidades vendidas, generando ingresos de \$128.326,68. Este resultado destaca un fuerte desempeño continuo y la capacidad de la empresa para justificar aumentos de precios con un crecimiento sostenido en la venta de unidades. La estrategia de precios parece estar alineada con una mayor disposición de los clientes a pagar por los servicios premium, lo que refuerza la posición de la empresa en el mercado.

Los datos muestran un crecimiento constante en los ingresos anuales, impulsado tanto por aumentos en el precio de venta como en la cantidad de unidades vendidas. Este patrón indica que el servicio premium está ganando aceptación en el mercado, y la empresa está bien posicionada para continuar su expansión. La gestión eficaz de los precios y la demanda será crucial para mantener y potenciar este crecimiento en el futuro.

**Tabla 18**  
*Presupuesto de ventas por suscripciones estándar*

Periodos	Unidades a Vender	Precio de Venta	Ingresos Anuales
1	3.555	\$ 13,99	\$ 49.734,45
2	3.733	\$ 14,69	\$ 54.832,23
3	3.919	\$ 15,42	\$ 60.452,53
4	4.115	\$ 16,20	\$ 66.648,92
5	4.321	\$ 17,00	\$ 73.480,43

En el primer período, la empresa vende 3.555 unidades del servicio estándar a un precio de \$13,99 cada una, generando ingresos anuales de \$49.734,45. Este nivel inicial de ingresos establece un punto de partida sólido para evaluar la efectividad de la estrategia de precios y la aceptación del mercado.

A medida que la empresa avanza al segundo período, se observa un incremento en las unidades vendidas a 3.733 y un ajuste en el precio de venta a \$14,69. Estos cambios resultan en ingresos de \$54.832,23, indicando una respuesta positiva del mercado a las modificaciones en el precio y una capacidad para atraer a más clientes.

Durante el tercer período, la empresa logra vender 3.919 unidades a un precio de \$15,42, generando ingresos anuales de \$60.452,53. Este aumento en los ingresos refleja tanto un ajuste exitoso en el precio como una continua demanda del servicio estándar, sugiriendo una sólida aceptación por parte de los clientes.

En el cuarto período, con 4.115 unidades vendidas y un precio de \$16,20, los ingresos ascienden a \$66.648,92. Este incremento en los ingresos muestra que la empresa sigue fortaleciendo su presencia en el mercado, con un crecimiento sostenido en la venta de unidades y una justificación efectiva para el aumento en el precio.

Finalmente, en el quinto período, se venden 4.321 unidades a un precio de \$17,00, resultando en ingresos de \$73.480,43. Este último incremento en los ingresos evidencia un éxito continuo en la estrategia de precios y ventas. La empresa muestra una habilidad para manejar el crecimiento de manera efectiva, reflejando una sólida aceptación del servicio estándar en el mercado y consolidando su posición competitiva.

Los datos reflejan un desempeño robusto y un crecimiento constante en los ingresos del servicio estándar, impulsado por un aumento en el precio de venta y un crecimiento en las unidades vendidas. La empresa está bien posicionada para continuar expandiendo su mercado y ajustando sus estrategias para maximizar los ingresos futuros.

**Tabla 19**  
*Proyección de Ingresos a 5 Años*

<b>AÑO</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>RETENCION</b>	23,625.00	26,046.56	28,716.34	31,659.76	34,904.88
<b>SUSCRIPCION ANUAL</b>	86,856.55	95,759.35	105,574.68	116,396.08	128,326.68
<b>SUSCRIPCION SEMESTRAL</b>	49,734.45	54,832.23	60,452.53	66,648.92	73,480.43
<b>TOTAL AÑO</b>	160,216.00	176,638.14	194,743.55	214,704.76	236,712.00

En el primer año, los ingresos se desglosan en \$23,625.00 provenientes de la retención, \$86,856.55 de suscripciones anuales y \$49,734.45 de suscripciones semestrales, sumando un total de \$160,216.00. Para el segundo año, se proyecta un aumento en la retención a \$95,759.35, en suscripciones anuales a \$707,885.56 y en suscripciones semestrales a \$54,832.23, lo que resulta en un total de \$176,638.14.

En el tercer año, los ingresos esperados son \$28,716.34 en retención, \$105,574.68 en suscripciones anuales y \$60,452.53 en suscripciones semestrales, alcanzando un total de \$194,743.55 . El cuarto año muestra una previsión de \$31,659.76 en retención, \$116,396.08 en suscripciones anuales y \$66,648.92 en suscripciones semestrales, con un total de \$214,704.76. Finalmente, para el quinto año, se estima que los ingresos por retención serán de \$34,904.88, por suscripciones anuales de \$128,326.68 y por suscripciones semestrales de \$73,480.43, logrando un total de \$236,712.00.

Este análisis muestra una tendencia de crecimiento en los ingresos a lo largo de los cinco años, impulsada por el aumento en las retenciones y suscripciones en los distintos formatos.

### **Punto de Equilibrio en unidades mensuales**

#### **Margen de contribución para retenciones**

$$Mg = \frac{\text{Precio de venta unitario} - \text{costo de venta unitario}}{\text{precio de venta unitario}}$$

$$Mg = \frac{13.54}{30} * 100$$

$$Mg = 45\%$$

#### **Punto de equilibrio en unidades para la retención**

$$PE = \frac{\text{Costos fijos}}{(\text{PV UNI} - \text{COSTO VARIABLE UNIT})}$$

$$PE = \frac{28.582}{13.54}$$

$$PE = 2100,53$$

$$PE = 2100 \text{ unidades}$$

El margen de contribución del 57% indica que la empresa tiene una estructura de costos

relativamente eficiente en relación con los costos variables. Esto significa que una proporción significativa de los ingresos generados por cada unidad de venta se mantiene disponible para cubrir los costos fijos y contribuir a las ganancias. Un margen de contribución tan alto es un buen indicativo de que la empresa está en una posición favorable para gestionar sus costos variables y mantener una rentabilidad adecuada.

Por otro lado, el punto de equilibrio de 2,100 unidades representa la cantidad necesaria para cubrir todos los costos fijos de la empresa. Este umbral es crucial porque una vez que se superan estas 2100 unidades vendidas, la empresa empieza a generar ganancias adicionales. Alcanzar y superar este punto de equilibrio es esencial para garantizar que los costos fijos están cubiertos y que cada venta adicional contribuye directamente a los beneficios de la empresa.

#### **Punto de equilibrio en cantidades monetarias para la retención**

$$PE = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{margen de contribución}}$$

$$PE = \frac{28.582.38}{13.54}$$

$$PE = \$63.316$$

El análisis del punto de equilibrio en términos monetarios revela que la empresa necesita generar ingresos de aproximadamente \$63.316 para cubrir sus costos fijos relacionados con la retención. Este cálculo se basa en un margen de contribución del 45%, que refleja la proporción de los ingresos que está disponible para cubrir los costos fijos una vez descontados los costos variables.

Al alcanzar este nivel de ingresos, la empresa habrá cubierto todos los costos fijos

asociados con la retención y comenzará a obtener beneficios adicionales. Este umbral es una medida crucial para evaluar la viabilidad financiera de la empresa, ya que garantiza que todos los costos fijos están cubiertos antes de que se pueda generar una rentabilidad. La cifra de \$63.316 proporciona una meta clara y concreta para las estrategias de ventas y marketing, facilitando la planificación financiera y la evaluación del desempeño económico de la empresa.

#### **Margen de contribución para suscripciones estándar**

$$Mg = \frac{\text{Precio de venta unitario} - \text{costo de venta unitario}}{\text{precio de venta unitario}}$$

$$Mg = \frac{7.77}{13.99} * 100$$

$$Mg = 56\%$$

#### **Punto de equilibrio en unidades para suscripciones estándar**

$$PE = \frac{\text{Costos fijos}}{(PV UNI - COSTO VARIABLE UNIT)}$$

$$PE = \frac{18.029,73}{7.77}$$

$$PE = 2.319,92$$

$$PE = 2.319 \text{ unidades}$$

El margen de contribución del 56% para el servicio estándar indica que la empresa retiene casi toda la cantidad del precio de venta unitario, después de cubrir los costos variables. Este alto margen de contribución es indicativo de una estructura de costos muy favorable, permitiendo que la mayor parte de los ingresos provenientes de cada unidad vendida se destine a cubrir los costos fijos y generar beneficios.

Para alcanzar el punto de equilibrio en unidades, la empresa necesita vender aproximadamente 2.319 unidades del servicio estándar. Este cálculo se basa en un costo fijo

total de \$32.456 y un margen de contribución de \$7.77 por unidad. Vender 2.319 unidades asegura que todos los costos fijos están cubiertos, y cualquier venta adicional contribuirá a las ganancias.

El punto de equilibrio en unidades proporciona una meta clave para la empresa en términos de ventas necesarias para cubrir los costos fijos y comenzar a obtener beneficios. Este umbral también ofrece una visión clara sobre la cantidad mínima de ventas requeridas para mantener la viabilidad financiera del servicio estándar.

### **Punto de equilibrio en cantidades monetarias para la suscripción estándar**

$$PE = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{margen de contribución}}$$

$$PE = \frac{18.029,73}{7.77}$$

$$PE = 32.456$$

El punto de equilibrio en términos monetarios para la suscripción estándar, calculado en \$32.456, refleja el nivel de ingresos necesarios para cubrir todos los costos fijos de la empresa. Con un margen de contribución del 56%, esto indica que la empresa debe generar esta cantidad en ingresos para alcanzar un punto donde los ingresos cubren los costos fijos sin generar pérdidas ni ganancias.

Este valor proporciona una meta financiera clara para la empresa, permitiendo evaluar el rendimiento y ajustar las estrategias de venta según sea necesario. Al alcanzar o superar este umbral, la empresa comenzará a obtener beneficios, ya que cualquier ingreso adicional contribuirá directamente a las ganancias, dada la alta proporción de margen de contribución.

### **Margen de contribución para suscripciones premium**

$$Mg = \frac{\text{Precio de venta unitario} - \text{costo de venta unitario}}{\text{precio de venta unitario}}$$

$$Mg = \frac{17.24}{19.99} * 100$$

$$Mg = 86\%$$

### **Punto de equilibrio en unidades para suscripciones premium**

$$PE = \frac{\text{Costos fijos}}{(\text{PV UNI} - \text{COSTO VARIABLE UNIT})}$$

$$PE = \frac{56.596,64}{19.99}$$

$$PE = 3.050,01$$

$$PE = 3.050 \text{ unidades}$$

El margen de contribución del 86% para las suscripciones premium indica que, de cada dólar generado por ventas, este porcentaje logra para cubrir los costos fijos y contribuir a las ganancias, mientras que el 14% se destina a cubrir los costos variables. Este margen relativamente bajo sugiere que una mayor proporción de los ingresos se utiliza para costos variables en comparación con otros servicios, como el servicio estándar.

El punto de equilibrio en unidades, calculado en 3.050 unidades, señala el número de suscripciones premium que la empresa necesita vender para cubrir todos sus costos fijos. Alcanzar este nivel de ventas asegura que la empresa no incurrirá en pérdidas, ya que los ingresos generados serán suficientes para cubrir tanto los costos variables como los costos fijos.

### **Punto de equilibrio en cantidades monetarias para la suscripción premium**

$$PE = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{margen de contribución}}$$

$$PE = \frac{52.596,64}{17.24}$$

$$PE = 60.969,75$$

El análisis del punto de equilibrio en términos monetarios para las suscripciones premium revela que se necesitan ingresos de aproximadamente \$60.969,75 para cubrir todos los costos fijos de la empresa.

Este cálculo indica que, dado el margen de contribución del 86% para las suscripciones premium, la empresa debe alcanzar un umbral de ingresos de \$60.969 para no incurrir en pérdidas. Esto implica que el costo fijo total de la empresa es significativamente mayor en relación con el margen disponible por cada venta de suscripción premium.

La frecuencia que hemos tomado en cuenta en nuestro punto de equilibrio, tanto como para las retenciones a proveedores, para servicios estándar o servicios premium son de un servicio por cliente. Tomando en cuenta que la frecuencia puede variar aumentando su volumen en la selección de retenciones a proveedores usando cada cliente unas dos o tres veces el servicio y por ende aumentando nuestros ingresos significativamente.

### **Estados Financieros (3 escenarios, Estado de Costos - Estado de P&G - Estado Flujo de Caja)**

#### ***Escenario Normal Estado de costos***

**Tabla 20***Tabla de costos por retención- escenario normal*

<b>ESTADO DE COSTOS DE PROYECTADO RETENCIONES</b>						
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	
Mano de obra directa	\$ 15.093,64	\$ 16.908,40	\$ 18.813,89	\$ 20.814,66	\$ 22.915,47	
Costos indirectos de Fabricación	\$ 3.248,00	\$ 3.410,40	\$ 3.580,92	\$ 3.759,97	\$ 3.947,96	
<b>Costo de producción (Costo Variable)</b>	<b>\$ 18.341,64</b>	<b>\$ 19.258,72</b>	<b>\$ 20.221,66</b>	<b>\$ 21.232,74</b>	<b>\$ 22.294,38</b>	
<b>COSTO VARIABLE UNIT</b>	<b>\$ 5,82</b>					
Gastos Administrativos	\$ 194,64	\$ 204,38	\$ 214,59	\$ 225,32	\$ 236,59	
Gastos de Ventas	\$ 22.967,52	\$ 24.115,89	\$ 25.321,69	\$ 26.587,77	\$ 27.917,16	
Gastos Financieros	\$ 5.420,22	\$ 4.544,84	\$ 3.513,58	\$ 2.298,68	\$ 867,45	
<b>Gastos de Operación (Costos Fijos)</b>	<b>\$ 28.582,38</b>	<b>\$ 28.865,11</b>	<b>\$ 29.049,86</b>	<b>\$ 29.111,78</b>	<b>\$ 29.021,20</b>	
<b>Costo total</b>	<b>\$ 46.924,02</b>	<b>\$ 48.123,83</b>	<b>\$ 49.271,52</b>	<b>\$ 50.344,52</b>	<b>\$ 51.315,58</b>	
<b>Utilidad</b>	<b>\$ 14.077,21</b>	<b>\$ 9.624,77</b>	<b>\$ 17.245,03</b>	<b>\$ 20.137,81</b>	<b>\$ 20.526,23</b>	
<b>Ventas</b>	<b>\$ 61.001,23</b>	<b>\$ 57.748,59</b>	<b>\$ 66.516,55</b>	<b>\$ 70.482,32</b>	<b>\$ 71.841,81</b>	
<b>Precio de Venta Unitario</b>	<b>\$ 19,37</b>	<b>\$ 18,33</b>	<b>\$ 21,12</b>	<b>\$ 22,38</b>	<b>\$ 22,81</b>	

El análisis del estado de costos proyectado para el servicio de retenciones muestra una evolución en los costos y la utilidad a lo largo de los cinco períodos. A medida que avanzan los períodos, los costos de mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación aumentan de forma consistente, reflejando un crecimiento en la producción y la complejidad operativa. Los costos de producción variables también siguen una tendencia ascendente, aunque el costo variable unitario se mantiene constante en \$5.82, lo que indica estabilidad en los costos de producción por unidad.

Por otro lado, los gastos administrativos y de ventas presentan un crecimiento gradual, sugiriendo una expansión en las actividades de soporte y comercialización. Los gastos financieros disminuyen progresivamente, lo que podría indicar una reducción en las deudas o costos de financiamiento. Sin embargo, el total de los gastos de operación, que incluye los costos fijos, se mantiene relativamente estable, con un ligero incremento en los primeros períodos seguido de una ligera disminución.

La utilidad varía considerablemente entre los períodos, con picos notables en los primeros y últimos períodos. Esto sugiere que la empresa experimenta fluctuaciones en su rentabilidad, posiblemente debido a cambios en los ingresos y costos operativos. A pesar de estos altibajos, el estado muestra una tendencia general positiva en la utilidad, con un incremento en la mayoría de los períodos.

Las ventas también aumentan consistentemente, lo que es un signo positivo de crecimiento. Sin embargo, el precio de venta unitario muestra una ligera disminución en el segundo período, seguido por un aumento gradual en los períodos siguientes. Esta variabilidad en el precio de venta puede afectar la utilidad y debe ser monitoreada cuidadosamente para garantizar que los márgenes de contribución permanezcan sostenibles.

**Tabla 21***Tabla de costos por suscripción estándar*

<b>ESTADO DE COSTOS DE PROYECTADO (SERVICIO ESTANDAR)</b>						
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	
Mano de obra directa	\$ 11.949,77	\$ 13.365,93	\$ 14.852,90	\$ 16.414,22	\$ 18.053,60	
Costos indirectos de Fabricación	\$ 2.016,00	\$ 2.116,80	\$ 2.222,64	\$ 2.333,77	\$ 2.450,46	
<b>Costo de producción (Costo Variable)</b>	\$ 13.965,77	\$ 14.664,06	\$ 15.397,26	\$ 16.167,12	\$ 16.975,48	
<b>COSTO VARIABLE UNIT</b>	\$ <b>3,93</b>					
Gastos Administrativos	\$ 409,76	\$ 430,24	\$ 451,76	\$ 474,34	\$ 498,06	
Gastos de Ventas	\$ 14.255,70	\$ 14.968,49	\$ 15.716,91	\$ 16.502,75	\$ 17.327,89	
Gastos Financieros	\$ 3.364,27	\$ 2.820,93	\$ 2.180,84	\$ 1.426,77	\$ 538,42	
<b>Gastos de Operación (Costos Fijos)</b>	\$ <b>18.029,73</b>	\$ <b>18.219,66</b>	\$ <b>18.349,51</b>	\$ <b>18.403,87</b>	\$ <b>18.364,37</b>	
<b>Costo total</b>	\$ 31.995,50	\$ 32.883,72	\$ 33.746,77	\$ 34.570,99	\$ 35.339,85	
<b>Utilidad</b>	\$ 9.598,65	\$ 9.865,12	\$ 10.124,03	\$ 10.371,30	\$ 10.601,96	
<b>Ventas</b>	\$ 41.594,15	\$ 42.748,84	\$ 43.870,80	\$ 44.942,29	\$ 45.941,81	
<b>Precio de Venta Unitario</b>	\$ <b>11,70</b>	\$ <b>11,45</b>	\$ <b>11,19</b>	\$ <b>10,92</b>	\$ <b>10,63</b>	

El análisis del estado de costos proyectado para la suscripción estándar revela varias dinámicas clave sobre la operación de la empresa. En los cinco períodos analizados, se observa un incremento constante en la mano de obra directa, indicando un crecimiento en la producción o un aumento en la remuneración del personal. Los costos indirectos de fabricación también aumentan gradualmente, lo que sugiere una mayor inversión en recursos necesarios para la producción.

El costo de producción total, representado como costo variable, sigue una tendencia ascendente. Sin embargo, el costo variable unitario se mantiene constante en \$3.93, lo que indica una eficiencia en la producción que permite mantener los costos por unidad estables a pesar del aumento en el costo total de producción. Esta estabilidad en el costo variable unitario es positiva, ya que refleja una gestión efectiva de los costos de producción.

Los gastos administrativos y de ventas también aumentan con el tiempo, lo que puede ser un reflejo de la expansión de las operaciones o el incremento en las actividades de marketing y ventas. A pesar de este incremento en los gastos, el crecimiento en los ingresos por ventas parece ser suficiente para cubrir estos aumentos, ya que la utilidad proyectada también muestra una tendencia al alza. La utilidad crece de manera constante en cada período, lo que indica una mejora en la rentabilidad.

Los gastos financieros disminuyen significativamente a lo largo de los períodos, sugiriendo una reducción en la carga de la deuda o en los costos asociados al financiamiento. Esto es positivo, ya que reduce el impacto de los costos financieros en la rentabilidad general.

El precio de venta unitario presenta una disminución gradual, lo que podría reflejar una estrategia de precios para aumentar la competitividad o atraer más clientes. Aunque esto puede reducir temporalmente los ingresos unitarios, la creciente utilidad y el aumento en las ventas sugieren que la empresa está manejando eficazmente esta estrategia de precios.

**Tabla 22***Tabla de costos por suscripción premium*

<b>ESTADO DE COSTOS DE PROYECTADO (SERVICIO PREMIUM)</b>					
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Mano de obra directa	\$ 15.906,38	\$ 17.761,77	\$ 19.709,94	\$ 21.755,51	\$ 23.903,36
Costos indirectos para el servicio	\$ 5.936,00	\$ 6.232,80	\$ 6.544,44	\$ 6.871,66	\$ 7.215,25
<b>Costo de producción (Costo Variable)</b>	<b>\$ 21.842,38</b>	<b>\$ 22.934,50</b>	<b>\$ 24.081,22</b>	<b>\$ 25.285,29</b>	<b>\$ 26.549,55</b>
<b>COSTO VARIABLE UNIT</b>	<b>\$ 5,03</b>	<b>\$ 5,03</b>	<b>\$ 5,03</b>	<b>\$ 5,03</b>	<b>\$ 5,03</b>
Gastos Administrativos	\$ 715,60	\$ 751,38	\$ 788,95	\$ 828,40	\$ 869,82
Gastos de Ventas	\$ 41.975,12	\$ 44.073,87	\$ 46.277,57	\$ 48.591,44	\$ 51.021,02
Gastos Financieros	\$ 9.905,92	\$ 8.306,08	\$ 6.421,36	\$ 4.201,04	\$ 1.585,34
<b>Gastos de Operación (Costos Fijos)</b>	<b>\$ 52.596,64</b>	<b>\$ 53.131,33</b>	<b>\$ 53.487,88</b>	<b>\$ 53.620,88</b>	<b>\$ 53.476,17</b>
<b>Costo total</b>	<b>\$ 74.439,02</b>	<b>\$ 76.065,83</b>	<b>\$ 77.569,10</b>	<b>\$ 78.906,16</b>	<b>\$ 80.025,72</b>
<b>Utilidad</b>	<b>\$ 22.331,71</b>	<b>\$ 22.819,75</b>	<b>\$ 23.270,73</b>	<b>\$ 23.671,85</b>	<b>\$ 24.007,72</b>
<b>Ventas</b>	<b>\$ 96.770,72</b>	<b>\$ 98.885,58</b>	<b>\$ 100.839,83</b>	<b>\$ 102.578,01</b>	<b>\$ 104.033,44</b>
<b>Precio de Venta Unitario</b>	<b>\$ 22,27</b>	<b>\$ 21,67</b>	<b>\$ 21,05</b>	<b>\$ 20,39</b>	<b>\$ 19,70</b>

El análisis del estado de costos proyectado para el servicio premium revela una tendencia positiva en la rentabilidad y eficiencia operativa a lo largo de cinco períodos. A medida que avanza el tiempo, la empresa experimenta un incremento en la mano de obra directa y los costos indirectos, lo que refleja una expansión en la producción y una posible mejora en la calidad del servicio ofrecido. El costo variable unitario se mantiene constante, lo que sugiere una sólida capacidad para controlar los costos asociados a la producción del servicio premium.

Los gastos administrativos y de ventas también están en aumento, lo que indica una intensificación en las actividades de soporte y comercialización para sustentar el crecimiento. Este incremento en los gastos es un indicador de la inversión en infraestructura y marketing necesarios para captar una mayor cuota de mercado. Sin embargo, es crucial que estos aumentos se gestionen de manera eficiente para asegurar que el crecimiento en ingresos compense estos costos adicionales.

Una observación positiva es la disminución en los gastos financieros, que sugiere que la empresa está reduciendo sus costos de financiamiento y optimizando su estructura de capital. Esta reducción puede ser un reflejo de una mejora en la gestión de la deuda o una menor necesidad de financiación externa, lo que contribuye a la estabilidad financiera de la empresa.

El costo total aumenta en línea con los costos directos y los gastos operativos, pero este incremento es contrarrestado por un aumento en la utilidad. La empresa muestra una capacidad efectiva para traducir sus ventas en beneficios, a pesar de los crecientes costos. La tendencia a la baja en el precio de venta unitario podría ser una estrategia deliberada para mejorar la competitividad en el mercado, y aunque podría reducir el ingreso por unidad, la empresa sigue logrando un crecimiento general en las utilidades.

### *Escenario pesimista Estado de costos*

Este análisis se basa en un escenario pesimista derivado de una encuesta realizada a un total de 322 personas, de las cuales se extrajo una muestra representativa. Se estima que únicamente el 12% de los encuestados, es decir, 235 personas, adquirirán el servicio. Este resultado no es favorable para la empresa, ya que limita significativamente el potencial de mercado y podría impactar negativamente en la rentabilidad y viabilidad del proyecto.

**Tabla 23**

*Tabla de costos por retención*

<b>ESTADO DE COSTOS DE PROYECTADO RETENCIONES</b>						
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	
Mano de obra directa	\$ 15.093,64	\$ 16.908,40	\$ 18.813,89	\$ 20.814,66	\$ 22.915,47	
Costos indirectos de Fabricación	\$ 2.085,56	\$ 2.189,84	\$ 2.299,33	\$ 2.414,29	\$ 2.535,01	
<b>Costo de producción (Costo Variable)</b>	<b>\$ 17.179,20</b>	<b>\$ 18.038,16</b>	<b>\$ 18.940,06</b>	<b>\$ 19.887,07</b>	<b>\$ 20.881,42</b>	
<b>COSTO VARIABLE UNIT</b>	<b>\$ 78,09</b>					
Gastos Administrativos	\$ 245,80	\$ 258,09	\$ 270,99	\$ 284,54	\$ 298,77	
Gastos de Ventas	\$ 9.999,19	\$ 10.499,15	\$ 11.024,11	\$ 11.575,31	\$ 12.154,08	
Gastos Financieros	\$ 1.843,49	\$ 1.504,03	\$ 1.129,91	\$ 717,59	\$ 263,19	
<b>Gastos de Operación (Costos Fijos)</b>	<b>\$ 12.088,48</b>	<b>\$ 12.261,26</b>	<b>\$ 12.425,01</b>	<b>\$ 12.577,45</b>	<b>\$ 12.716,04</b>	
<b>Costo total</b>	<b>\$ 29.267,68</b>	<b>\$ 30.299,42</b>	<b>\$ 31.365,07</b>	<b>\$ 32.464,52</b>	<b>\$ 33.597,46</b>	
<b>Utilidad</b>	<b>\$ 7.316,92</b>	<b>\$ 7.574,86</b>	<b>\$ 7.841,27</b>	<b>\$ 8.116,13</b>	<b>\$ 8.399,37</b>	
<b>Ventas</b>	<b>\$ 36.584,60</b>	<b>\$ 37.874,28</b>	<b>\$ 39.206,34</b>	<b>\$ 40.580,65</b>	<b>\$ 41.996,83</b>	
<b>Precio de Venta Unitario</b>	<b>\$ 166,29</b>	<b>\$ 172,16</b>	<b>\$ 178,21</b>	<b>\$ 184,46</b>	<b>\$ 190,89</b>	

**Tabla 24***Tabla de costos por suscripción estándar*

<b>ESTADO DE COSTOS DE PROYECTADO (SERVICIO ESTANDAR)</b>						
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	
Mano de obra directa	\$ 15.093,64	\$ 16.908,40	\$ 18.813,89	\$ 20.814,66	\$ 22.915,47	
Costos indirectos de Fabricación	\$ 5.493,90	\$ 5.768,60	\$ 6.057,03	\$ 6.359,88	\$ 6.677,87	
<b>Costo de producción (Costo Variable)</b>	<b>\$ 20.587,54</b>	<b>\$ 21.616,92</b>	<b>\$ 22.697,76</b>	<b>\$ 23.832,65</b>	<b>\$ 25.024,29</b>	
<b>COSTO VARIABLE UNIT</b>	<b>\$ 125,24</b>					
Gastos Administrativos	\$ 647,50	\$ 679,87	\$ 713,86	\$ 749,56	\$ 787,03	
Gastos de Ventas	\$ 26.340,48	\$ 27.657,50	\$ 29.040,38	\$ 30.492,40	\$ 32.017,02	
Gastos Financieros	\$ 1.144,24	\$ 933,53	\$ 701,32	\$ 445,40	\$ 163,36	
<b>Gastos de Operación (Costos Fijos)</b>	<b>\$ 28.132,21</b>	<b>\$ 29.270,90</b>	<b>\$ 30.455,56</b>	<b>\$ 31.687,36</b>	<b>\$ 32.967,41</b>	
<b>Costo total</b>	<b>\$ 48.719,75</b>	<b>\$ 50.887,82</b>	<b>\$ 53.153,33</b>	<b>\$ 55.520,01</b>	<b>\$ 57.991,70</b>	
<b>Utilidad</b>	<b>\$ 38.975,80</b>	<b>\$ 40.710,26</b>	<b>\$ 42.522,66</b>	<b>\$ 44.416,01</b>	<b>\$ 46.393,36</b>	
<b>Ventas</b>	<b>\$ 87.695,55</b>	<b>\$ 91.598,08</b>	<b>\$ 95.675,99</b>	<b>\$ 99.936,02</b>	<b>\$ 104.385,05</b>	
<b>Precio de Venta Unitario</b>	<b>\$ 533,47</b>	<b>\$ 530,67</b>	<b>\$ 527,90</b>	<b>\$ 525,15</b>	<b>\$ 522,41</b>	

**Tabla 25***Tabla de costos por suscripción premium*

<b>ESTADO DE COSTOS DE PROYECTADO (SERVICIO PREMIUM)</b>					
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Mano de obra directa	\$ 17.108,28	\$ 19.076,25	\$ 21.142,62	\$ 23.312,30	\$ 25.590,47
Costos indirectos para el servicio	\$ 3.620,54	\$ 3.801,57	\$ 3.991,65	\$ 4.191,23	\$ 4.400,79
<b>Costo de producción (Costo Variable)</b>	<b>\$ 20.728,82</b>	<b>\$ 21.765,26</b>	<b>\$ 22.853,53</b>	<b>\$ 23.996,20</b>	<b>\$ 25.196,01</b>
<b>COSTO VARIABLE UNIT</b>	<b>\$ 294,23</b>				
Gastos Administrativos	\$ 426,71	\$ 448,04	\$ 470,44	\$ 493,97	\$ 518,66
Gastos de Ventas	\$ 17.358,66	\$ 18.226,60	\$ 19.137,93	\$ 20.094,82	\$ 21.099,56
Gastos Financieros	\$ 3.369,14	\$ 2.748,74	\$ 2.065,00	\$ 1.311,47	\$ 481,01
<b>Gastos de Operación (Costos Fijos)</b>	<b>\$ 21.154,51</b>	<b>\$ 21.423,38</b>	<b>\$ 21.673,37</b>	<b>\$ 21.900,26</b>	<b>\$ 22.099,23</b>
<b>Costo total</b>	<b>\$ 41.883,33</b>	<b>\$ 43.188,64</b>	<b>\$ 44.526,90</b>	<b>\$ 45.896,46</b>	<b>\$ 47.295,25</b>
<b>Utilidad</b>	<b>\$ 16.753,33</b>	<b>\$ 17.275,46</b>	<b>\$ 17.810,76</b>	<b>\$ 18.358,58</b>	<b>\$ 18.918,10</b>
<b>Ventas</b>	<b>\$ 58.636,66</b>	<b>\$ 60.464,09</b>	<b>\$ 62.337,66</b>	<b>\$ 64.255,04</b>	<b>\$ 66.213,34</b>
<b>Precio de Venta Unitario</b>	<b>\$ 832,29</b>	<b>\$ 817,36</b>	<b>\$ 802,56</b>	<b>\$ 787,85</b>	<b>\$ 773,21</b>

### *Escenario optimista Estado de costos*

Este escenario optimista se basa en la población total de Quito, que comprende 5,871.39 habitantes, con la expectativa de que todos ellos adquieran el servicio. Este enfoque maximiza el potencial de mercado y sugiere un alto nivel de aceptación y demanda, lo que podría traducirse en una rentabilidad significativa para la empresa.

**Tabla 26**

*Tabla de costos por retención*

	ESTADO DE COSTOS DE PROYECTADO RETENCIONES				
	1	2	3	4	5
Mano de obra directa	\$ 15.093,64	\$ 16.908,40	\$ 18.813,89	\$ 20.814,66	\$ 22.915,47
Costos indirectos de <b>Fabricación</b>	\$ <b>21,31</b>	\$ 22,38	\$ 23,50	\$ 24,67	\$ 25,91
<b>Costo de producción (Costo Variable)</b>	\$ 15.114,95	\$ 15.870,70	\$ 16.664,24	\$ 17.497,45	\$ 18.372,32
<b>COSTO VARIABLE UNIT</b>	\$ <b>27,48</b>	\$ <b>27,48</b>	\$ <b>27,48</b>	\$ <b>27,48</b>	\$ <b>27,48</b>
Gastos Administrativos	\$ <b>2,51</b>	\$ 2,64	\$ 2,77	\$ 2,91	\$ 3,05
Gastos de Ventas	\$ 102,19	\$ 107,30	\$ 112,67	\$ 118,30	\$ 124,21
Gastos Financieros	\$ 1.843,49	\$ 1.504,03	\$ 1.129,91	\$ 717,59	\$ 263,19
<b>Gastos de Operación (Costos Fijos)</b>	\$ <b>1.948,19</b>	\$ <b>1.613,96</b>	\$ <b>1.245,34</b>	\$ <b>838,80</b>	\$ <b>390,46</b>
<b>Costo total</b>	\$ 17.063,15	\$ 17.484,67	\$ 17.909,58	\$ 18.336,25	\$ 18.762,78
<b>Utilidad</b>	\$ 4.265,79	\$ 4.371,17	\$ 4.477,39	\$ 4.584,06	\$ 4.690,70
<b>Ventas</b>	\$ 21.328,94	\$ 21.855,83	\$ 22.386,97	\$ 22.920,31	\$ 23.453,48
<b>Precio de Venta Unitario</b>	\$ <b>38,78</b>	\$ <b>39,74</b>	\$ <b>40,70</b>	\$ <b>41,67</b>	\$ <b>42,64</b>

**Tabla 27***Tabla de costos por suscripción estándar*

<b>ESTADO DE COSTOS DE PROYECTADO (SERVICIO ESTANDAR)</b>						
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	
Mano de obra directa	\$ 15.093,64	\$ 16.908,40	\$ 18.813,89	\$ 20.814,66	\$ 22.915,47	
Costos indirectos de Fabricación	\$ 6.738,16	\$ 7.075,07	\$ 7.428,82	\$ 7.800,27	\$ 8.190,28	
<b>Costo de producción (Costo Variable)</b>	<b>\$ 21.831,80</b>	<b>\$ 22.923,39</b>	<b>\$ 24.069,56</b>	<b>\$ 25.273,04</b>	<b>\$ 26.536,69</b>	
<b>COSTO VARIABLE UNIT</b>	<b>\$ 0,44</b>					
Gastos Administrativos	\$ 794,14	\$ 833,85	\$ 875,54	\$ 919,32	\$ 965,28	
Gastos de Ventas	\$ 32.306,08	\$ 33.921,38	\$ 35.617,45	\$ 37.398,33	\$ 39.268,24	
Gastos Financieros	\$ 1.144,24	\$ 933,53	\$ 701,32	\$ 445,40	\$ 163,36	
<b>Gastos de Operación (Costos Fijos)</b>	<b>\$ 34.244,46</b>	<b>\$ 35.688,76</b>	<b>\$ 37.194,31</b>	<b>\$ 38.763,05</b>	<b>\$ 40.396,89</b>	
<b>Costo total</b>	<b>\$ 56.076,26</b>	<b>\$ 58.612,16</b>	<b>\$ 61.263,88</b>	<b>\$ 64.036,09</b>	<b>\$ 66.933,58</b>	
<b>Utilidad</b>	<b>\$ 44.861,01</b>	<b>\$ 46.889,73</b>	<b>\$ 49.011,10</b>	<b>\$ 51.228,87</b>	<b>\$ 53.546,86</b>	
<b>Ventas</b>	<b>\$ 100.937,26</b>	<b>\$ 105.501,88</b>	<b>\$ 110.274,98</b>	<b>\$ 115.264,96</b>	<b>\$ 120.480,44</b>	
<b>Precio de Venta Unitario</b>	<b>\$ 2,05</b>	<b>\$ 2,04</b>	<b>\$ 2,03</b>	<b>\$ 2,02</b>	<b>\$ 2,01</b>	

**Tabla 28***Tabla de costos por suscripción premium*

<b>ESTADO DE COSTOS DE PROYECTADO (SERVICIO PREMIUM)</b>					
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Mano de obra directa	\$ 17.108,28	\$ 19.076,25	\$ 21.142,62	\$ 23.312,30	\$ 25.590,47
Costos indirectos para el servicio	\$ 4.440,52	\$ 4.662,55	\$ 4.895,68	\$ 5.140,46	\$ 5.397,48
<b>Costo de producción (Costo Variable)</b>	<b>\$ 21.548,80</b>	<b>\$ 22.626,24</b>	<b>\$ 23.757,56</b>	<b>\$ 24.945,43</b>	<b>\$ 26.192,70</b>
<b>COSTO VARIABLE UNIT</b>	<b>\$ 1,02</b>				
Gastos Administrativos	\$ 523,35	\$ 549,51	\$ 576,99	\$ 605,84	\$ 636,13
Gastos de Ventas	\$ 21.290,06	\$ 22.354,56	\$ 23.472,29	\$ 24.645,91	\$ 25.878,20
Gastos Financieros	\$ 3.369,14	\$ 2.748,74	\$ 2.065,00	\$ 1.311,47	\$ 481,01
<b>Gastos de Operación (Costos Fijos)</b>	<b>\$ 25.182,55</b>	<b>\$ 25.652,82</b>	<b>\$ 26.114,28</b>	<b>\$ 26.563,21</b>	<b>\$ 26.995,34</b>
<b>Costo total</b>	<b>\$ 46.731,35</b>	<b>\$ 48.279,06</b>	<b>\$ 49.871,84</b>	<b>\$ 51.508,65</b>	<b>\$ 53.188,04</b>
<b>Utilidad</b>	<b>\$ 18.692,54</b>	<b>\$ 19.311,62</b>	<b>\$ 19.948,74</b>	<b>\$ 20.603,46</b>	<b>\$ 21.275,22</b>
<b>Ventas</b>	<b>\$ 65.423,89</b>	<b>\$ 67.590,68</b>	<b>\$ 69.820,58</b>	<b>\$ 72.112,11</b>	<b>\$ 74.463,26</b>
<b>Precio de Venta Unitario</b>	<b>\$ 3,10</b>	<b>\$ 3,05</b>	<b>\$ 3,00</b>	<b>\$ 2,95</b>	<b>\$ 2,90</b>

## Estado de pérdidas y ganancias

### *Escenario normal*

**Tabla 29**

*Estado de Pérdidas y Ganancias escenario normal*

Estado de Pérdidas y Ganancias						
	1	2	3	4	5	
<b>Ingresos</b>	\$ <b>160.216,00</b>	\$ <b>176.638,14</b>	\$ <b>194.743,55</b>	\$ <b>214.704,76</b>	\$ <b>236.712,00</b>	
Costo de Producción	\$ 54.149,79	\$ 56.857,28	\$ 59.700,14	\$ 62.685,15	\$ 65.819,41	
Utilidad Bruta	\$ 106.066,21	\$ 119.780,86	\$ 135.043,41	\$ 152.019,61	\$ 170.892,59	
(-) Gastos Operacionales	\$ 80.518,33	\$ 84.544,25	\$ 88.771,46	\$ 93.210,04	\$ 97.870,54	
(-) Depreciación	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
Utilidad Operación	\$ 24.547,88	\$ 34.236,61	\$ 45.271,94	\$ 57.809,58	\$ 72.022,06	
Gastos Financieros	\$ 18.690,42	\$ 15.671,85	\$ 12.115,78	\$ 7.926,48	\$ 2.991,21	
Utilidad Antes de Impuestos	\$ 43.238,29	\$ 49.908,46	\$ 57.387,72	\$ 65.736,06	\$ 75.013,26	
Impuesto a la Renta 25%	\$ 10.809,57	\$ 12.477,12	\$ 14.346,93	\$ 16.434,01	\$ 18.753,32	
<b>Utilidad Neta</b>	\$ <b>32.428,72</b>	\$ <b>37.431,35</b>	\$ <b>43.040,79</b>	\$ <b>49.302,04</b>	\$ <b>56.259,95</b>	

El Estado de Pérdidas y Ganancias en el escenario normal revela una empresa en crecimiento constante, con una expansión significativa en ingresos, que aumenta de \$160,216 en el primer periodo a \$236,712 en el quinto. Este crecimiento en las ventas se traduce en una utilidad bruta robusta, que también sigue una tendencia ascendente, lo que indica que la empresa ha logrado mantener un margen de ganancia bruto relativamente estable mientras aumenta su capacidad de generación de ingresos.

A pesar de los incrementos en los ingresos, los gastos operacionales también crecen, alcanzando \$97,871 al final del periodo. Este aumento en los gastos debe ser vigilado cuidadosamente, ya que, aunque refleja una posible inversión en áreas estratégicas, su ritmo debe ser gestionado para evitar que se descontrole y erosione los márgenes. La estabilidad en la depreciación sugiere una política constante en las inversiones en activos fijos, lo cual es positivo, ya que no introduce volatilidad adicional en los costos.

En cuanto a los gastos financieros, su disminución significativa a lo largo del periodo es un punto positivo, indicando una gestión eficaz de la deuda o una reducción en los costos de financiamiento. Esta disminución en los gastos financieros contribuye directamente a la mejora en la utilidad operativa, que aumenta de \$24,548 a \$72,022. La reducción en los gastos financieros es clave para mejorar la rentabilidad neta, que también muestra un crecimiento considerable, pasando de \$32,429 a \$56,260.

Sin embargo, la tasa de impuestos, calculada en un 25%, aumenta en consonancia con el incremento en la utilidad antes de impuestos, reflejando una carga fiscal creciente que debe ser considerada en las estrategias de planificación financiera. La utilidad neta al final del periodo muestra que la empresa está en una sólida posición financiera, con un incremento notable en las ganancias disponibles para los accionistas.

*Escenario pesimista*

**Tabla 30**

*Estado de Pérdidas y Ganancias escenario pesimista*

Estado de Pérdidas y Ganancias						
	1	2	3	4	5	
<b>Ingresos</b>	\$ <b>4.356,63</b>	\$ <b>4.803,18</b>	\$ <b>5.295,51</b>	\$ <b>5.838,30</b>	\$ <b>6.436,73</b>	
Costo de Producción	\$ 58.495,56	\$ 61.420,34	\$ 64.491,35	\$ 67.715,92	\$ 71.101,72	
Utilidad Bruta	\$ -54.138,93	\$ -56.617,15	\$ -59.195,84	\$ -61.877,62	\$ -64.664,99	
(-) Gastos Operacionales	\$ 55.018,33	\$ 57.769,25	\$ 60.657,71	\$ 63.690,60	\$ 66.875,13	
(-) Depreciación	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
Utilidad Operación	\$ -110.157,26	\$ -115.386,40	\$ -120.853,56	\$ -126.568,22	\$ -132.540,12	
Gastos Financieros	\$ 6.356,86	\$ 5.186,29	\$ 3.896,23	\$ 2.474,46	\$ 907,56	
Utilidad Antes de Impuestos	\$ -103.800,40	\$ -110.200,11	\$ -116.957,33	\$ -124.093,76	\$ -131.632,56	
Impuesto a la Renta 25%	\$ -25.950,10	\$ -27.550,03	\$ -29.239,33	\$ -31.023,44	\$ -32.908,14	
<b>Utilidad Neta</b>	\$ <b>-77.850,30</b>	\$ <b>-82.650,08</b>	\$ <b>-87.718,00</b>	\$ <b>-93.070,32</b>	\$ <b>-98.724,42</b>	

*Escenario optimista*

**Tabla 31**

*Estado de Pérdidas y Ganancias escenario optimista*

Estado de Pérdidas y Ganancias					
	1	2	3	4	5
<b>Ingresos</b>	<b>\$ 1.065.712,62</b>	<b>\$ 1.174.948,17</b>	<b>\$ 1.295.380,35</b>	<b>\$ 1.428.156,84</b>	<b>\$ 1.574.542,92</b>
Costo de Producción	\$ 58.495,56	\$ 61.420,34	\$ 64.491,35	\$ 67.715,92	\$ 71.101,72
Utilidad Bruta	\$ 1.007.217,06	\$ 1.113.527,83	\$ 1.230.889,00	\$ 1.360.440,92	\$ 1.503.441,20
(-) Gastos Operacionales	\$ 55.018,33	\$ 57.769,25	\$ 60.657,71	\$ 63.690,60	\$ 66.875,13
(-) Depreciación	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Utilidad Operación	\$ 951.198,73	\$ 1.054.758,58	\$ 1.169.231,29	\$ 1.295.750,32	\$ 1.435.566,07
Gastos Financieros	\$ 6.356,86	\$ 5.186,29	\$ 3.896,23	\$ 2.474,46	\$ 907,56
Utilidad Antes de Impuestos	\$ 957.555,59	\$ 1.059.944,87	\$ 1.173.127,52	\$ 1.298.224,78	\$ 1.436.473,63
Impuesto a la Renta 25%	\$ 239.388,90	\$ 264.986,22	\$ 293.281,88	\$ 324.556,20	\$ 359.118,41
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ 718.166,69</b>	<b>\$ 794.958,66</b>	<b>\$ 879.845,64</b>	<b>\$ 973.668,59</b>	<b>\$ 1.077.355,22</b>

## Estado Flujo de Caja

### *Escenario normal*

**Tabla 32**

*Flujo de caja financiero escenario normal*

FLUJO DE CAJA FINANCIERO						
	0	1	2	3	4	5
Ingresos Por Ventas		\$ 160.216,00	\$176.638,14	\$ 194.743,55	\$ 214.704,76	\$ 236.712,00
Financiamiento	\$ 120.815,00					
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 120.815,00</b>	<b>\$ 160.216,00</b>	<b>\$ 176.638,14</b>	<b>\$ 194.743,55</b>	<b>\$ 214.704,76</b>	<b>\$ 236.712,00</b>
Costos de Producción		\$ 54.149,79	\$ 56.857,28	\$ 59.700,14	\$ 62.685,15	\$ 65.819,41
Gastos Operación		\$ 1.320,00	\$ 1.386,00	\$ 1.455,30	\$ 1.528,07	\$ 1.604,47
Intereses		\$ 18.690,42	\$ 15.671,85	\$ 12.115,78	\$ 7.926,48	\$ 2.991,21
Amortización Prestamo O Capital del Prestamo		\$ 16.951,73	\$ 19.970,29	\$ 23.526,37	\$ 27.715,66	\$ 32.650,94
Impuestos		\$ 10.809,57	\$ 12.477,12	\$ 14.346,93	\$ 16.434,01	\$18.753,32
Inversión	\$ 50.000,00					
<b>Total Egresos</b>	<b>\$ 50.000,00</b>	<b>\$ 101.921,51</b>	<b>\$ 106.362,54</b>	<b>\$ 111.144,52</b>	<b>\$ 116.289,38</b>	<b>\$ 121.819,34</b>
Flujo Neto Financiero	\$ 170.815,00	\$ 58.294,49	\$ 70.275,60	\$ 83.599,03	\$ 98.415,39	\$ 114.892,66
Flujo Acumulado		\$ 58.294,49	\$ 128.570,09	\$ 212.169,12	\$ 310.584,50	\$ 425.477,16

El análisis del flujo de caja para el escenario normal revela una sólida capacidad de la empresa para generar ingresos y manejar sus egresos de manera efectiva a lo largo del tiempo. Inicialmente, el financiamiento recibido de \$120,815 cubre la inversión inicial y ayuda a

superar un flujo neto negativo. A medida que avanzan los años, los ingresos crecen consistentemente, lo que permite a la empresa afrontar sus costos y gastos, los cuales también aumentan, pero a un ritmo manejable.

La disminución en los gastos por intereses indica una efectiva reducción de la carga financiera, lo cual es favorable para la rentabilidad futura. La amortización creciente del préstamo refleja un compromiso hacia la reducción de la deuda, aunque aumenta la carga de capital en los primeros años. Los impuestos también aumentan en proporción a las utilidades, lo que sugiere una adecuada alineación con las ganancias generadas.

El flujo neto financiero positivo en los años posteriores y el incremento en el flujo acumulado demuestran que la empresa está generando efectivo suficiente para cubrir sus obligaciones y reinvertir en sus operaciones. Esta tendencia positiva es crucial para la salud financiera y la capacidad de crecimiento sostenido de la empresa. Sin embargo, es fundamental que la empresa continúe vigilando sus costos de producción y gastos operativos para mantener la rentabilidad y asegurar la sostenibilidad a largo plazo. La empresa muestra una gestión financiera sólida con un crecimiento estable en ingresos y un efectivo manejo de la deuda.

*Escenario pesimista*

**Tabla 33**

*Flujo de caja financiero escenario pesimista*

FLUJO DE CAJA FINANCIERO						
	0	1	2	3	4	5
Ingresos Por Ventas		\$4.356,63	\$ 4.803,18	\$5.295,51	\$ 5.838,30	\$ 6.436,73
Financiamiento	\$70.295,00					
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$70.295,00</b>	<b>\$ 4.356,63</b>	<b>\$ 4.803,18</b>	<b>\$ 5.295,51</b>	<b>\$ 5.838,30</b>	<b>\$ 6.436,73</b>
Costos de Producción		\$ 58.495,56	\$ 61.420,34	\$64.491,35	\$ 67.715,92	\$71.101,72
Gastos Operación		\$1.320,00	\$1.386,00	\$ 1.455,30	\$1.528,07	\$ 1.604,47
Intereses		\$ 6.356,86	\$ 5.186,29	\$ 3.896,23	\$ 2.474,46	\$ 907,56
Amortización Prestamo O Capital del Prestamo		\$ 11.466,42	\$12.636,99	\$13.927,05	\$ 15.348,82	\$ 16.915,72
Impuestos		\$ -25.950,10	\$-27.550,03	\$ - 29.239,33	\$ -31.023,44	\$ -32.908,14
Inversión	\$50.000,00					
<b>Total Egresos</b>	<b>\$50.000,00</b>	<b>\$ 51.688,74</b>	<b>\$ 53.079,59</b>	<b>\$ 54.530,60</b>	<b>\$ 56.043,83</b>	<b>\$ 57.621,33</b>
Flujo Neto Financiero	\$-120.295,00	\$ -47.332,11	\$ -48.276,41	\$ -49.235,09	\$ -50.205,53	\$ -51.184,60
Flujo Acumulado		\$ -47.332,11	\$ 95.608,52)	\$(144.843,61)	\$ 195.049,14)	\$ (246.233,74)

*Escenario optimista*

**Tabla 34**

*Flujo de caja financiero escenario optimista*

	FLUJO DE CAJA FINANCIERO					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos Por Ventas			\$ 1.174.948,17	\$1.295.380,35	\$1.428.156,84	\$ 1.574.542,92
		\$1.065.712,62				
Financiamiento	\$ 70.295,00					
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$70.295,00</b>	<b>\$1.065.712,62</b>	<b>\$ 1.174.948,17</b>	<b>\$ 1.295.380,35</b>	<b>\$ 1.428.156,84</b>	<b>\$1.574.542,92</b>
Costos de Producción		\$ 58.495,56	\$ 61.420,34	\$64.491,35	\$ 67.715,92	\$71.101,72
Gastos Operación		\$1.320,00	\$1.386,00	\$1.455,30	\$ 1.528,07	\$ 1.604,47
Intereses		\$6.356,86	\$ 5.186,29	\$3.896,23	\$ 2.474,46	\$907,56
Amortización Prestamo O Capital del Prestamo		\$ 11.466,42	\$12.636,99	\$13.927,05	\$ 15.348,82	\$16.915,72
Impuestos		\$239.388,90	\$ 264.986,22	\$ 293.281,88	\$ 324.556,20	\$ 359.118,41
Inversión	\$ 50.000,00					
<b>Total Egresos</b>	<b>\$ 50.000,00</b>	<b>\$ 317.027,74</b>	<b>\$345.615,84</b>	<b>\$377.051,81</b>	<b>\$411.623,46</b>	<b>\$449.647,87</b>
Flujo Neto Financiero	\$ - 120.295,00	\$ 748.684,88	\$829.332,33	\$918.328,54	\$1.016.533,38	\$1.124.895,04
Flujo Acumulado		\$ 748.684,88	\$ 1.578.017,21	\$ 2.496.345,75	\$ 3.512.879,13	\$ 4.637.774,17

## Indicadores Financieros VAN - TIR - Período de recuperación

### *Escenario normal*

**Tabla 35**

*(-VAN - TIR - Período de recuperación)*

<b>VALOR ACTUAL NETO (VAN ECONOMICO)</b>	\$261.653,68
<b>TIR</b>	35%
<b>Periodo de Recuperación</b>	3,60

El análisis de los indicadores financieros del proyecto revela una sólida oportunidad de inversión. Con un Valor Actual Neto (VAN) de \$261,653.68, el proyecto demuestra una capacidad significativa para generar valor adicional sobre la inversión inicial, sugiriendo que es financieramente viable y rentable. Este VAN positivo indica que, al descontar los flujos de efectivo futuros al valor presente, el proyecto no solo cubre la inversión inicial, sino que también proporciona beneficios sustanciales.

La Tasa Interna de Retorno (TIR) del 35% es particularmente destacable. Esta tasa es considerablemente superior a las tasas de rendimiento esperadas o al costo de capital, indicando que el proyecto ofrece rendimientos altos en comparación con otras inversiones. Una TIR de este nivel sugiere que el proyecto es extremadamente atractivo para los inversores, ya que promete retornos superiores a los estándares del mercado.

El periodo de recuperación de 3.60 años también es favorable. Aunque no es el más corto posible, es relativamente breve en comparación con muchos otros proyectos, lo que significa que la inversión inicial se recuperará en un tiempo razonable. Este plazo de recuperación relativamente corto reduce el riesgo y mejora la liquidez, lo que es crucial para mantener la flexibilidad financiera y minimizar la exposición al riesgo. Los indicadores muestran que el proyecto es financieramente sólido, con un VAN positivo, una TIR alta y un periodo de recuperación aceptable.

## Indicadores Financieros WAN

### Escenario normal

**Tabla 36**

Indicadores Financieros

	TIPO DE FINANCIAMIENTO					Promedio	
	1	2	3	4	5		
PASIVO NO CORRIENTE	\$35.642,15	\$35.642,15	\$35.642,15	\$35.642,15	\$35.642,15	\$35.642,15	D
PATRIMONIO	\$ 170.815,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	E
TOTAL	\$ 206.457,15	\$ 35.642,15	\$ 35.642,15	\$ 35.642,15	\$ 35.642,15	\$ 78.345,90	V
FORMULA WACC =	DEUDA EXTERNA $K_d * (1-t) * D \div V$	+	DEUDA PROPIA $K_e * E \div V$				
	75,00%	0,45		10%			-
CÁLCULO WACC =	3,9%						

La tabla revela una estructura mayoritariamente basada en patrimonio, con una inversión total de \$206,457.15, de la cual \$170,815.00 corresponde a patrimonio y \$35,642.15 a deuda. Esta configuración implica una alta dependencia del financiamiento propio en comparación con la deuda, lo que generalmente se asocia con una menor carga financiera y mayor flexibilidad en tiempos de incertidumbre económica.

El cálculo del WACC es fundamental para evaluar la eficiencia del uso del capital. Dado que el patrimonio representa el 82.8% del total del financiamiento, su costo es el principal determinante del WACC. Si el costo de patrimonio es del 10% y el costo de deuda es significativamente más bajo, la contribución de la deuda al WACC será menor. Esto sugiere que el costo promedio ponderado del capital se mantendría relativamente bajo, favoreciendo la rentabilidad del proyecto si se financia principalmente con capital propio.

El análisis muestra que la proporción elevada de patrimonio en la estructura de capital es positiva desde la perspectiva de riesgo, ya que reduce el impacto de los pagos de intereses y el riesgo asociado con la deuda. Sin embargo, también puede indicar que la empresa podría estar perdiendo oportunidades de optimizar el costo del capital mediante un uso más eficiente de la deuda.

El enfoque actual de financiamiento con un alto componente de patrimonio y un menor componente de deuda parece proporcionar estabilidad y reducir el riesgo financiero, pero es crucial evaluar si esta estructura maximiza el valor para los accionistas en comparación con una combinación más equilibrada que podría aprovechar mejor los beneficios fiscales de la deuda.

## Conclusiones y Recomendaciones

### Conclusiones

- El desarrollo del plan de negocios para la empresa de servicios de cuidado de mascotas personalizados ha demostrado ser una estrategia sólida y rentable. Con una recuperación de inversión proyectada en tres años y seis meses, el plan asegura un flujo de ingresos diversificado y sostenible. Las suscripciones premium, que representan el 54% de las ventas, se posicionan como el principal generador de ingresos, destacando la demanda de servicios exclusivos y de alta calidad. Las suscripciones estándar y las retenciones de servicios aportan el 31% y el 15% respectivamente, proporcionando un complemento significativo al flujo de ingresos principal. El TIR del 35% refleja una rentabilidad elevada y atractiva, confirmando que el modelo de negocio es viable.

- La investigación revela que la normativa sobre el cuidado de mascotas varía significativamente entre países. En Ecuador, aunque existe una base legal para la protección animal, la falta de una ley específica limita la uniformidad en los estándares de bienestar. Colombia cuenta con una legislación clara y estable que regula la tenencia responsable y sanciona el maltrato animal, proporcionando un entorno legal sólido para el sector. En Suiza, las estrictas normativas garantizan altos estándares éticos y sanciones severas por incumplimientos. Adaptar las prácticas empresariales a estos requisitos específicos es crucial para asegurar el cumplimiento legal y el respeto por el bienestar animal en cada país.

- El desarrollo de la aplicación móvil permite a los dueños de mascotas monitorear en tiempo real la salud, alimentación y actividades diarias de sus animales, brindando tranquilidad y control sobre su bienestar. Además, facilita la comunicación directa con los cuidadores, asegurando una experiencia personalizada y de confianza. Esta

herramienta no solo mejora la eficiencia del servicio, sino que también fomenta la transparencia y el compromiso de los cuidadores, lo que contribuye a generar mayor satisfacción entre los usuarios y un vínculo de confianza con la empresa.

- El análisis del mercado internacional revela que Colombia ofrece oportunidades significativas para servicios de cuidado de mascotas personalizados, aunque existen desafíos como barreras regulatorias y competencia creciente. La falta de consolidación entre las empresas actuales abre espacio para nuevos actores que ofrezcan servicios innovadores, especialmente en tecnologías de monitoreo en tiempo real. El mercado aún está en desarrollo, y una entrada estratégica con diferenciación en calidad y atención personalizada podría aprovechar la demanda creciente, superando la competencia mediante la implementación de servicios de mayor valor agregado.

- Para ejecutar un plan de internacionalización exitoso en Colombia, es crucial aprovechar la flexibilidad que ofrece la forma jurídica S.A.S., así como cumplir estrictamente con las normativas locales de bienestar animal. Las oportunidades en el mercado colombiano, impulsadas por el crecimiento económico y la mayor conciencia sobre el cuidado ético de mascotas, son amplias. Sin embargo, para tener éxito, la empresa deberá diferenciarse mediante la adopción de innovaciones tecnológicas que mejoren la experiencia del cliente y fortalezcan la confianza y lealtad hacia sus servicios personalizados.

## **Recomendaciones**

- Para maximizar la rentabilidad, se recomienda mantener el enfoque en los servicios premium, pero explorar nuevas formas de agregar valor a las suscripciones estándar,

incentivando su conversión hacia los niveles superiores. También, es crucial optimizar la retención de clientes mediante mejoras en la experiencia y fidelización.

- Asegurar el cumplimiento de las normativas locales es clave. Adaptar las prácticas de cuidado de mascotas a los requisitos específicos de cada país garantizará una operación legal y ética, fortaleciendo la reputación y evitando sanciones costosas.

- Se recomienda seguir invirtiendo en el desarrollo tecnológico de la app, incluyendo nuevas funcionalidades que permitan un mayor control para los dueños, como alertas personalizadas. También, mejorar la interfaz para asegurar que sea intuitiva y fácil de usar.

- Aprovechar las oportunidades de un mercado en crecimiento con una estrategia que combine tecnología de monitoreo en tiempo real y atención personalizada. Es recomendable también realizar campañas de marketing dirigidas a segmentos específicos que valoren servicios exclusivos.

- La flexibilidad de la S.A.S. facilita una entrada rápida al mercado, pero se sugiere realizar un análisis continuo del entorno regulatorio y adoptar tecnologías que diferencien el servicio, lo que fortalecerá la competitividad y confianza del cliente.

## Bibliografía

- Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado. (08 de Febrero de 2024). *Código de Animales de Compañía*. Obtenido de Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado:  
[https://www.boe.es/biblioteca\\_juridica/codigos/codigo.php?id=210&modo=2&nota=0&tab=2](https://www.boe.es/biblioteca_juridica/codigos/codigo.php?id=210&modo=2&nota=0&tab=2)
- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (s.f.). *Emisión de Permisos de Funcionamiento*. Obtenido de ARCSAcontrolsanitario.gob.ec:  
<https://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/>
- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (s.f.). *Notificación Sanitaria Obligatoria de Productos Cosméticos*. Obtenido de  
<https://www.controlsanitario.gob.ec/notificacion-sanitaria-obligatoria-de-productos-cosmeticos/>
- Alfaro, R., Román, A., Tames, P., Sánchez, F., & Fuentes, T. (2021). Percepción universitaria sobre el cuidado responsable de animales de compañía en Costa Rica. *Rev. Med. Vet*(42).  
doi:[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0122-93542021000100059](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0122-93542021000100059)
- ANFAAC. (18 de marzo de 2024). *Las mascotas en la sociedad*. Obtenido de Asociación Nacional de Fabricantes de Alimentos para animales de compañía:  
[https://www.anfaac.org/anfaac/destacados/las-mascotas-en-la-sociedad\\_17\\_31\\_22\\_0\\_1\\_in.html](https://www.anfaac.org/anfaac/destacados/las-mascotas-en-la-sociedad_17_31_22_0_1_in.html)
- Arboleada, M., & Restrepo, C. (2020). ESTUDIO DE LA OFERTA Y LA DEMANDA DE PRODUCTOS DE MASCOTAS. *UNIVERSIDAD EAFIT*. Obtenido de  
<https://repository.eafit.edu.co/server/api/core/bitstreams/83115ec3-7b57-4e2e-bdaf->

aa5063b41154/content

Arias, A., & Etcheverry, J. (2024). Bien jurídico protegido en los delitos contra el ambiente y la naturaleza. *Revista de Derecho*. doi:<https://doi.org/10.32719/26312484.2024.41.7>

Asobanca. (Abril de 2023). *Boletín Macroeconómico*. Obtenido de <https://asobanca.org.ec/wp-content/uploads/2023/04/Boletin-macroeconomico-Abril-2023.pdf>

Asociación Americana de Medicina Veterinaria. (2020). Your pets healthy. *business*, 2.

Obtenido de

[https://ebusiness.avma.org/files/productdownloads/healthyweight\\_brochure\\_spanish.pdf](https://ebusiness.avma.org/files/productdownloads/healthyweight_brochure_spanish.pdf)

Barbosa, A., Castiblanco, P., Melo, L., & Parra, E. (2023). ANÁLISIS INTEGRAL DEL

MERCADO DE MASCOTAS EN COLOMBIA: ENFOQUE EN SERVICIOS

ESPECIALIZADOS Y SU CONTRIBUCIÓN AL CRECIMIENTO DEL SECTOR.

*Universidad EAN*. Obtenido de

<https://repository.universidadean.edu.co/bitstream/handle/10882/13156/BahamonAlejandra2023.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

BBC. (11 de abril de 2022). *Los implantes de microchip que te permiten pagar con la mano*.

Obtenido de BBC: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-61067619>

Beltrán, M., Parrales, V., & Ledesma, G. (2019). El Buyer Persona como factor clave entre

las tendencias en Gestión Empresarial. *Revista Recimundo*, 3(3).

doi:<http://recimundo.com/index.php/es/article/view/615>

brf ingredients. (25 de mayo de 2020). *El crecimiento del mercado de mascotas y su papel en*

*la nutrición animal*. Obtenido de brf ingredients:

<https://www.brfindredients.com/es/blog/posts/el-crecimiento-del-mercado-de-mascotas-y-su-papel-en-la-nutricion-animal/>

Canela. (22 de marzo de 2023). *El 82% de los españoles ha experimentado un aumento del gasto en sus mascotas debido a la inflación*. Obtenido de Canela:

<https://canelapr.com/es/el-82-de-los-espanoles-ha-experimentado-un-aumento-del-gasto-en-sus-mascotas-debido-a-la-inflacion/>

Cantero, D. (junio de 2024). *Análisis del Proyecto de Ley sobre el Bienestar Animal en Ecuador*. Obtenido de <https://www.abcavicola.com/post/an%C3%A1lisis-del-proyecto-de-ley-sobre-el-bienestar-animal-en-ecuador>

Cordinación Nacional Técnica de Procesos Electorales. (2020). *Modelo de circunscripción urbana*. Quito. Obtenido de [file:///C:/Users/cpqgf/OneDrive/Escritorio/CAAP/ASESORIAS/JUNIO/7%20JOSSELYN%20RODRIGUEZ%20MASCOTAS/quito\\_circunscripcion\\_\\_con\\_tabla\\_2019.pdf](file:///C:/Users/cpqgf/OneDrive/Escritorio/CAAP/ASESORIAS/JUNIO/7%20JOSSELYN%20RODRIGUEZ%20MASCOTAS/quito_circunscripcion__con_tabla_2019.pdf)

Dilmar, D. (2023). FODA diagnóstico en la planificación estratégica de cocoa. *Revista científica Dialnet*. doi:<https://doi.org/10.46677/compendium.v10i2.1172>

Donawa , Z., & Morales, E. (2018). Fuerzas competitivas que moldean la estrategia en la gerencia del sector MiPyME del distrito de Santa Marta –Magdalena, Colombia. *Revista EAN*, 84. doi:<https://doi.org/10.21158/01208160.n84.2018.1919>

Edusuperior. (18 de febrero de 2024). *Instituciones que ofertan la carrera de Medicina Veterinaria*. Obtenido de Edusuperior: <https://edusuperior.ec/oferta-academica/carreras/medicina-veterinaria>

Efficy. (2022). *Qué son los canales de distribución y cómo aplicarlo según tu negocio*. Obtenido de [efficy.com: https://www.efficy.com/es/canales-de-distribucion/](https://www.efficy.com/es/canales-de-distribucion/)

Fiscalía General del Estado. (s.f.). *Analítica*. Obtenido de <https://www.fiscalia.gob.ec/analitica-cifras-de-robo/>

Forero, A. (2021). Modelo de negocios para el cuidado de mascotas. *La Salle*. Obtenido de

[https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1834&context=administracion\\_agronegocios](https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1834&context=administracion_agronegocios)

Founds society. (06 de septiembre de 2024). *La humanización de las mascotas y el atractivo mercado de inversión que genera*. Obtenido de Founds society:

<https://www.fundssociety.com/es/noticias/private-banking/humanizacion-de-mascotas-y-atractivo-mercado-de-inversion-que-genera/>

García, G. (21 de febrero de 2023). *Lanzan cartulina reciclada para elaborar empaques sustentables*. Obtenido de The Food Tech: <https://thefoodtech.com/disenio-e-innovacion-para-empaque/lanzan-cartulina-reciclada-para-elaborar-empaques-sustentables/>

García, M. (11 de diciembre de 2023). *El impacto de la transformación digital en las empresas sociales*. Obtenido de Iebs: <https://www.iebschool.com/blog/impacto-transformacion-digital-empresas-sociales-digital-business/>

Gobierno de Colombia. (2022). *POLÍTICA NACIONAL DE PROTECCIÓN Y BIENESTAR ANIMAL*. Bogotá. Obtenido de [https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2022/08/20220408\\_Politica-Bienestar-Animal\\_Vers3-doc-final-ok-16062022.pdf](https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2022/08/20220408_Politica-Bienestar-Animal_Vers3-doc-final-ok-16062022.pdf)

Gomez, A. (29 de octubre de 2018). *Mapa de Procesos con ejemplos*. Obtenido de Quality Road: <https://qualityway.wordpress.com/2018/09/29/mapa-de-procesos-con-ejemplos-por-adriana-gomez-villoldo/>

Gómez, L., & Orozco, S. (2018). La influencia de las mascotas en la vida humana. *Revista colombiana de ciencias pecuarias*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/rccp/v20n3/v20n3a16.pdf>

Gómez, L., Atehortua, C., & Orozco, S. (2018). La influencia de las mascotas en la vida humana. *Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias*, 20(3). Obtenido de

<https://www.redalyc.org/pdf/2950/295023025016.pdf>

González, M. (26 de junio de 2023). *Delincuencia organizada: se duplican las muertes violentas en Quito*. Obtenido de Primicias: <https://www.primicias.ec/noticias/en-exclusiva/muertes-violentas-quito-delincuencia/>

González, P. (06 de junio de 2023). *Estos son los productos que más subieron de precio en mayo de 2023*. Obtenido de Primicias:

<https://www.primicias.ec/noticias/economia/productos-alza-precios-inflacion/#:~:text=Foto%3A%20Mercado%20Mayorista,La%20inflaci%C3%B3n%20anual%20en%20Ecuador%20se%20ubic%C3%B3%20en%201%2C97,a%20igual%20mes%20de%202022.>

Great Place to Work. (25 de noviembre de 2023). *La adopción de la nube en Colombia: Una tendencia en crecimiento*. Obtenido de Great Place to Work: <https://ti724.com/la-adopcion-de-la-nube-en-colombia-una-tendencia-en-crecimiento/>

Grupo Banco Mundial. (19 de diciembre de 2023). *PIB per cápita Switzerland*. Obtenido de Grupo Banco Mundial: <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.CD>

Herbández, B., & Fuentes, V. (2018). *La Ley Orgánica de Bienestar Animal (LOBA) en Ecuador: análisis jurídico*. Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

Obtenido de [https://ddd.uab.cat/pub/da/da\\_a2018v9n3/da\\_a2018v9n3p108.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/da/da_a2018v9n3/da_a2018v9n3p108.pdf)

Hernández, N., & Garnica, J. (2018). *Árbol de Problemas del Análisis al Diseño y Desarrollo de Productos*. *Revista Ciencia tecnológica*. Obtenido de

<https://www.redalyc.org/pdf/944/94443423006.pdf>

INEC. (diciembre de 2011). *Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE 2011. Presentación agregada*. Obtenido de Ecuadorencifras.gob.ec:

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web->

[inec/Estadisticas\\_Sociales/Encuesta\\_Estratificacion\\_Nivel\\_Socioeconomico/111220\\_](https://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111220_)

NSE\_Presentacion.pdf

INEC. (Diciembre de 2022). *Estadísticas de Seguridad Integral. Delitos de mayor connotación psicosocial*. Obtenido de [ecuadorencifras.gob.ec](https://www.ecuadorencifras.gob.ec):

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/justicia-y-crimen/>

INEC. (enero de 2023). *Boletín Técnico N° 02-2023-ENEMDU. Diciembre 2022. Pobreza y desigualdad*. Obtenido de [Ecuadorencifras.gob.ec](https://www.ecuadorencifras.gob.ec):

[https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2022/Diciembre\\_2022/202212\\_Boletin\\_pobreza.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2022/Diciembre_2022/202212_Boletin_pobreza.pdf)

INEC. (junio de 2023). *Boletín Técnico. N°05-2023-IPC. Base: 2014. Mayo, 2023*. Obtenido de [Ecuadorencifras.gob.ec](https://www.ecuadorencifras.gob.ec): [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2023/Mayo/Bolet%C3%ADn_t%C3%A9cnico_05-2023-IPC.pdf)

[inec/Inflacion/2023/Mayo/Bolet%C3%ADn\\_t%C3%A9cnico\\_05-2023-IPC.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2023/Mayo/Bolet%C3%ADn_t%C3%A9cnico_05-2023-IPC.pdf)

INEC. (mayo de 2023). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo - ENEMDU. Indicadores laborales. I trimestre de 2023*. Obtenido de [Ecuadorencifras.gob.ec](https://www.ecuadorencifras.gob.ec):

[https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2023/Trimestre\\_I/2023\\_I\\_Trimestre\\_Mercado\\_Laboral.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2023/Trimestre_I/2023_I_Trimestre_Mercado_Laboral.pdf)

INEC. (junio de 2023). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU). Indicadores Laborales. Mayo, 2023*. Obtenido de [Ecuadorencifras.gob.ec](https://www.ecuadorencifras.gob.ec):

[https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2023/Mayo/202305\\_Mercado\\_Laboral.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2023/Mayo/202305_Mercado_Laboral.pdf)

INEC. (junio de 2023). *Índice de Precios al Consumidor (IPC). Mayo 2023*. Obtenido de [Ecuadorencifras.gob.ec](https://www.ecuadorencifras.gob.ec): [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2023/Mayo/01%20ipc%20Presentacion_IPC_may2023.pdf)

[inec/Inflacion/2023/Mayo/01%20ipc%20Presentacion\\_IPC\\_may2023.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2023/Mayo/01%20ipc%20Presentacion_IPC_may2023.pdf)

Información legal. (28 de marzo de 2024). *Cómo Crear una Empresa S.A.S. en Colombia?*

Obtenido de [https://www.affirmalegal.com/blog/como-crear-una-empresa-sas-en-colombia/?utm\\_term=&utm\\_campaign=Creaci%C3%B3n+de+Empresa+COL&utm\\_](https://www.affirmalegal.com/blog/como-crear-una-empresa-sas-en-colombia/?utm_term=&utm_campaign=Creaci%C3%B3n+de+Empresa+COL&utm_)

source=adwords&utm\_medium=ppc&hsa\_acc=3636597237&hsa\_cam=10142885435  
&hsa\_grp=104427033338&hsa\_ad=443189348774&hsa\_src=g&hsa\_t

Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal. (2020). *Valoraciones eteológicas y caracterización de animales de compañía*. Obtenido de

[https://www.animalesbog.gov.co/sites/default/files/42\\_%20Valoraciones\\_eto%C3%B3gicas\\_2020.pdf](https://www.animalesbog.gov.co/sites/default/files/42_%20Valoraciones_eto%C3%B3gicas_2020.pdf)

International Boarding and Pet Services Association (IBPSA) . (marzo de 2024).

*Certificaciones para el cuidado de mascotas* . Obtenido de <https://www.ibpsa.com/>

Kalibo. (09 de septiembre de 2023). *Ley española de bienestar animal: Cuándo entra en vigor y novedades en 2023*. Obtenido de Kalibo:

<https://www.seguroparaperros.com/blog/ley-de-bienestar-animal>

Konok, V., Doka, A., & Ádám, M. (marzo de 2020). *El comportamiento del perro*. Obtenido de edgotorial: <https://www.edgotorial.com/blog/el-comportamiento-del-perro-domestico/>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing* (Decimocuarta ed.). México: Pearson Educación.

Leonvet. (01 de mayo de 2024). *El mercado de cuidados veterinarios en España experimenta un crecimiento significativo*. Obtenido de Leonvet: <https://www.leonvet.es/noticias-animales/el-mercado-de-cuidados-veterinarios-en-espana-experimenta-un-crecimiento-significativo.html>

Ley Orgánica de Bienestar Animal. (2018). *La Ley Orgánica de Bienestar Animal (LOBA) en Ecuador: análisis jurídico*. Quito. Obtenido de <https://raco.cat/index.php/da/article/view/v9-n3-hernandez-fuentes>

Machado, J. (24 de junio de 2023). *Barrios de Quito se encierran por miedo a la delincuencia*. Obtenido de Primicias:

- <https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/barrios-quito-miedo-delincuencia-puertas/>
- Midero, A. (27 de abril de 2023). *Cómo es la pequeña clase media ecuatoriana*. Obtenido de Primicias: <https://www.primicias.ec/noticias/firmas/clase-media-ecuador-ingresos/>
- Monteiro, Robertson, & Wright. (2022). Directrices de WSAVA para el reconocimiento, evaluación y tratamiento del dolor. *Global Veterinary Community*. Obtenido de [https://wsava.org/wp-content/uploads/2023/01/Spanish\\_2022-WSAVA-Manejo-del-Dolor-Espanol.pdf](https://wsava.org/wp-content/uploads/2023/01/Spanish_2022-WSAVA-Manejo-del-Dolor-Espanol.pdf)
- Morales, G., Gutiérrez, N., Solorzano, T., & Chipana, F. (2023). Criterios para la protección jurídica de los animales en la legislación y la jurisprudencia comparada. *Revista de Investigaciones Veterinarias del Perú*, 34(2).  
doi:<http://dx.doi.org/10.15381/rivep.v34i2.22992>
- Moreno, N., & Agudelo, S. (2023). CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN EN PRO DEL CUIDADO RESPONSABLE ANIMAL EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN. *INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO*. Obtenido de [https://repositorio.pascualbravo.edu.co/bitstream/pascualbravo/2042/1/Rep\\_IUPB\\_Tec\\_Ges\\_Dis\\_Gra\\_Cuidado\\_Animal.pdf](https://repositorio.pascualbravo.edu.co/bitstream/pascualbravo/2042/1/Rep_IUPB_Tec_Ges_Dis_Gra_Cuidado_Animal.pdf)
- Moyano, G., López, J., Moyano, G., & Morán, G. (2024). Estado de conciencia animalista en la aplicación de plataformas comunicacionales digitales en Ecuador. *Revista recimundo*. Obtenido de <https://recimundo.com/index.php/es/article/download/2165/2757/>
- Nájera, C., & Paredes, B. (2018). Identidad e identificación: investigación de campo como herramienta de aprendizaje en el diseño de marcas. *Conferencia Internacional de Investigación multidisciplinaria*, 2(10).  
doi:<https://doi.org/10.33890/innova.v2.n10.1.2017.465>
- Oficina Económica y Comercial de España. (2023). *Informe económico y comercial*. España.

Obtenido de Oficina Económica y Comercial:

<https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/018/documentos/2023/10/anexos/2023-3t-suiza-iec.pdf>

OMPI. (15 de Junio de 2022). *Índice Mundial de Innovación 2022*. Obtenido de OMPI:

[https://www.wipo.int/pressroom/es/articles/2022/article\\_0011.html](https://www.wipo.int/pressroom/es/articles/2022/article_0011.html)

Organización de las Naciones Unidas. (1978). *Declaración Universal de los Derechos de los*

*Animales*. Obtenido de [https://vip.uct.cl/wp-](https://vip.uct.cl/wp-content/uploads/2020/03/Declaraci%C3%B3n-Universal-de-los-Derechos-de-los-Animales-aprobada-por-laOrganizaci%C3%B3n-de-las-Naciones-Unidas-ONU-y-por-la-UNESCO.pdf)

[content/uploads/2020/03/Declaraci%C3%B3n-Universal-de-los-Derechos-de-los-Animales-aprobada-por-laOrganizaci%C3%B3n-de-las-Naciones-Unidas-ONU-y-por-la-UNESCO.pdf](https://vip.uct.cl/wp-content/uploads/2020/03/Declaraci%C3%B3n-Universal-de-los-Derechos-de-los-Animales-aprobada-por-laOrganizaci%C3%B3n-de-las-Naciones-Unidas-ONU-y-por-la-UNESCO.pdf)

Organización Mundial de la Sanidad Animal. (19 de marzo de 2024). *Bienestar animal*.

Obtenido de Organización Mundial de la Sanidad Animal:

<https://www.woah.org/es/que-hacemos/sanidad-y-bienestar-animal/bienestar-animal/>

Otárola, C. (2023). El estatuti jurídico de los animales no humanos y su uso en la

experimentación en la Unión Europea, España y Chile. *Revista Departamento de Derecho Internacional*. Obtenido de

<https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/195028/El-estatuto-jur%C3%ADdico-de-los-animales-no-humanos-y-su-uso-en-la-experimentacion.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Pet Care Market. (abril de 2020). *Análisis de participaciób y tamaño delmercado de*

*mascotas*. Obtenido de <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/pet-care-market>

Pimental, J., Del Río, B., & Saucedo , O. (2020). Alergia alimentaria, puntos clave para la práctica clínica. *Revista alergia México*, 67(3). Obtenido de

[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2448-](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-)

91902020000300245

Portal veterinaria. (2022). *Los españoles adoptan un 20 por ciento más de perros y gatos que hace 15 años*. Obtenido de Portal veterinaria:

<https://www.portalveterinaria.com/animales-de-compania/actualidad/41658/los-espanoles-adoptan-un-20-por-ciento-mas-de-perros-y-gatos-que-hace-15-anos.html>

Prieto, K., & Ramírez, E. (2023). Aplicación del modelo Lean Canvas y Design Thinking como herramientas de innovación para emprendimientos de centros de desarrollo infantil privados. *Revista científica Ciencia y tecnología*, 23(38).

doi:<https://doi.org/10.47189/rcct.v23i38.592>

Quija, E. (2020). Guardería de 0 a 3 años, barrio La Carolina, escala barrial. *Universidad de las Américas*. Obtenido de <https://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/12061>

Quito Cómo Vamos. (octubre de 2022). *Informe de Calidad de Vida 2022*. Obtenido de [quitocomovamos.org](https://quitocomovamos.org): [https://quitocomovamos.org/wp-content/uploads/2022/10/INFORME-CALIDAD-DE-VIDA-QUITO-2022\\_compressed.pdf](https://quitocomovamos.org/wp-content/uploads/2022/10/INFORME-CALIDAD-DE-VIDA-QUITO-2022_compressed.pdf)

Ramos, N., Murillo, V., & Caeiro, M. (2022). Empathy maps to connect with students emotionally: a case study in the subject of Technical Drawing in High School. *Revista de educación*. Obtenido de <file:///C:/Users/cpqgf/Downloads/Dialnet-MapasDeEmpatiaParaConectarConElAlumnadoEmocionalme-8758473.pdf>

Rocío, G. (2021). MEGA TRENDS: CÓMO AFECTAN EL CONSUMO EN COLOMBIA. *Flair Colombia*, 19. Obtenido de <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2022-01/Flair-Colombia-2021-ES.pdf>

Rodriguez, N. (14 de marzo de 2023). *Cómo calcular el índice de crecimiento de ventas de tu empresa*. Obtenido de Hubspot: <https://blog.hubspot.es/sales/crecimiento-ventas>

Rojas, S., & Rincón, M. (2021). Mapeo de actores como metodo innovador en la implementacion de la política ética de la investigación. *Universidad extarnado de Colombia*. doi:<https://doi.org/10.18601/16578651.n29.07>

Schweizer schule madrid. (13 de enero de 2022). *Ley de protección de animales de Suiza*. Obtenido de Schweizer schule madrid: <https://colegiosuizomadrid.com/ley-proteccion-animales-suiza/>

Servicio de Rentas Internas. (s.f.). *RIMPE. Régimen Simplificado para Emprendedores y Negocios Populares*. Obtenido de sri.gob.ec: <https://www.sri.gob.ec/rimpe>

Sociedad de Medicina Veterinaria. (20 de marzo de 2024). *Países más amigable con los animales*. Obtenido de Sociedad de Medicina Veterinaria: <https://www.someve.com.ar/index.php/noticias-someve/interes-general/2176-%C2%BFqu%C3%A9-pa%C3%ADs-es-el-m%C3%A1s-amigable-con-los-animales.html#:~:text=Suiza.,estar%20registrados%20por%20sus%20due%C3%B1os>

Statista. (05 de octubre de 2023). *Porcentaje de hogares que poseían por lo menos un gato o un perro como mascota en España de 2010 a 2022*. Obtenido de Statista: <https://es.statista.com/estadisticas/592985/hogares-con-perros-o-gatos-como-mascota-en-espana/>

Suiza en español. (05 de mayo de 2023). *Todo lo que necesitas saber para tener un perro en Suiza*. Obtenido de Suiza en español: <https://suizaenespanol.com/post?titulo=Todo%20lo%20que%20necesitas%20saber%20para%20tener%20un%20perro%20en%20Suiza>

Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2023). *Constitución de Compañías SAS*. Obtenido de <https://www.supercias.gob.ec/portalscvs/index.htm>

Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (s.f.). *Guía de Constitución de*

*Sociedades por Acciones Simplificadas*. Obtenido de [supercias.gob.ec](http://supercias.gob.ec):

[https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/images/guias/societario/cons\\_sas/SAS.pdf](https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/images/guias/societario/cons_sas/SAS.pdf)

swissinfo. (20 de enero de 2020). *Protección de los animales en Suiza*. Obtenido de

swissinfo: [https://www.swissinfo.ch/spa/sociedad/bienestar-animal\\_c%c3%b3mo-protege-suiza-a-los-animales/45507874](https://www.swissinfo.ch/spa/sociedad/bienestar-animal_c%c3%b3mo-protege-suiza-a-los-animales/45507874)

Villafañe, L., Gómez, D., & Gómez, R. (2020). Normativas para la protección de mascotas:

situación de Colombia, Chile, Uruguay y México. *Revista MVZ Córdoba*, 25(2).

doi:<https://doi.org/10.21897/rmvz.1609>

Villafañe, L., Gómez, D., & Gómez, R. (2020). Normativas para la protección de mascotas:

situación de Colombia, Chile, Uruguay y México. *Revista MVZ Córdoba*.

doi:<https://doi.org/10.21897/rmvz.1609>

Villamar, S. (2023). Bienestar animal de las mascotas en Ecuador y en la ciudad de

Riobamba. *Revista ciencia latina internacional*, 7(2). doi:[https://orcid.org/0000-](https://orcid.org/0000-0002-4294-2552)

[0002-4294-2552](https://orcid.org/0000-0002-4294-2552)

World Wildlife Fund. (18 de enero de 2023). *Proteger la vida silvestre*. Obtenido de World

Wildlife Fund: <https://www.worldwildlife.org/descubre-wwf/animales>

## Anexos

### Anexo 1. Encuesta

#### UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

Encuesta sobre la implementación de un Plan de Negocios para el cuidado de mascotas personalizado, para el Año 2024.

La presente encuesta es realizada con la finalidad de conocer la situación actual de los encuestados en temas de cuidado a sus mascotas durante su ausencia.

Le agradezco su colaboración y veracidad en la encuesta presentada.

**6. ¿A qué grupo pertenece?**

- Familias jóvenes con mascotas
- Profesionales con ingresos medios y altos
- Otros (Especificar) \_\_\_\_\_

**7. ¿Qué aspectos considera más importantes al elegir un servicio de cuidado de mascotas?**

- Variedad en dietas personalizadas
- Atención médica especializada
- Actividades recreativas adaptadas para tu mascota.
- Todas las anteriores

**8. ¿Cómo prefiere recibir información sobre los servicios de cuidado de mascotas?**

- Página web
- Redes sociales
- Recomendaciones de amigos o familiares
- Otros (Especificar) \_\_\_\_\_

**9. ¿Qué nivel de importancia le da a la comunicación transparente con los cuidadores de tu mascota?**

- Muy importante
- Importante
- Poco importante
- Nada importante

**10. ¿Estarías dispuesto a pagar más por servicios premium que garantizan un alto estándar de bienestar para tu mascota?**

- Sí
- No

**11. ¿Qué factor considera crucial para la calidad del servicio de cuidado de mascotas?**

- Instalaciones modernas y limpias
- Personal altamente capacitado
- Tecnología avanzada para el monitoreo y cuidado de mascotas
- Todas las anteriores

**12. ¿Qué tipo de actividades cree que deben ofrecerse durante el cuidado de mascotas?**

- Paseos diarios
- Sesiones de entrenamiento
- Actividades recreativas supervisadas
- Todas las anteriores

**13. ¿Qué tipo de colaboraciones valorarías en un servicio de cuidado de mascotas?**

- Colaboración con veterinarios especializados
- Alianzas con marcas de alimentos para mascotas
- Acuerdos con parques y áreas recreativas para mascotas
- Otros (Especificar) \_\_\_\_\_

**14. ¿Qué tan dispuesto estarías a pagar por servicios de cuidado de mascotas dentro de su hogar?**

- Menos de \$50
- \$50 - \$100
- Más de \$100

**15. ¿Considerarías utilizar un servicio de cuidado de mascotas que esté adaptado a las normativas internacionales si te mudas al extranjero?**

- Sí
- No
- No estoy seguro

**16. ¿Qué tipo de promociones o descuentos te gustaría ver en un servicio de cuidado de mascotas?**

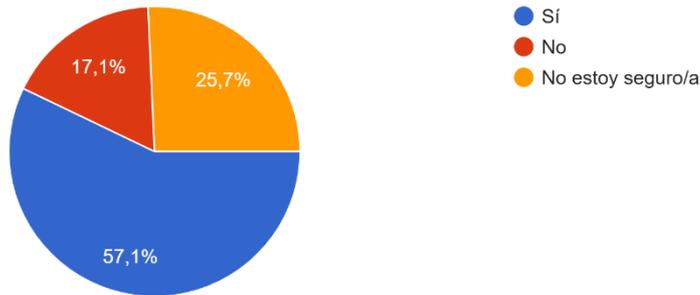
- Descuentos por paquetes de servicios
- Ofertas de introducción para nuevos clientes
- Promociones por referir a amigos o familiares
- Todas las anteriores
- Ninguna en particular

## Anexo 2. Resultados para la validación de mercado

### Anexo 3. Encuesta para el prototipo

¿Te pareció claro y fácil de entender el video de presentación de la aplicación?

35 respuestas



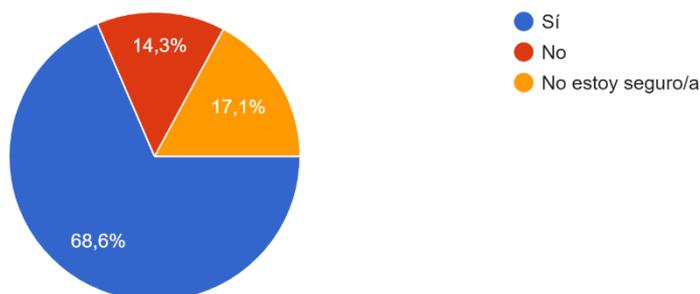
¿Qué mejorarías en la aplicación o en la presentación del video para que sea más clara o atractiva?

35 respuestas



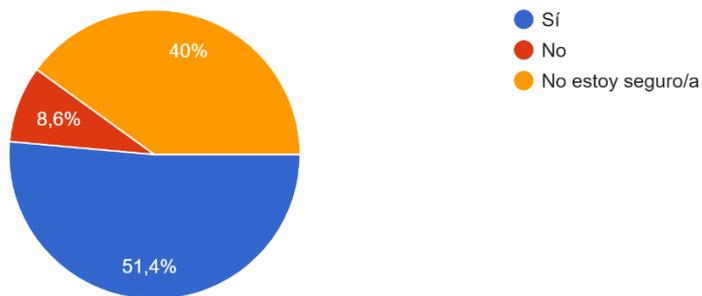
¿Utilizaría la aplicación para buscar oportunidades de trabajo y ofrecer servicios de cuidado personalizado de mascotas a domicilio, cobrando entre 10 a 15 dólares por hora?

35 respuestas



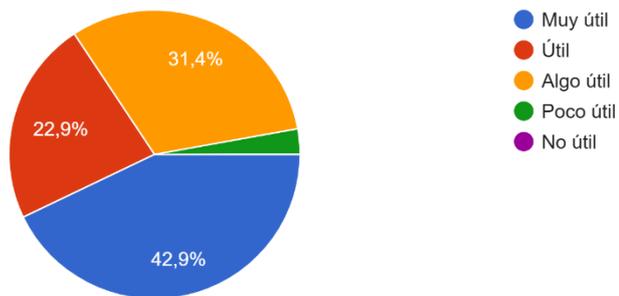
¿Utilizarías la aplicación para solicitar servicios para tu mascota a domicilio?

35 respuestas



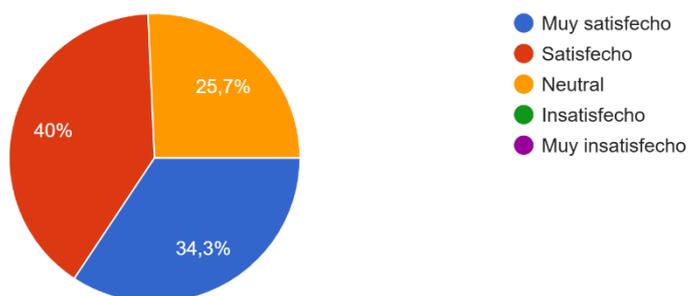
¿Qué tan útil considera la función de monitoreo en tiempo real para observar a las mascotas en casa?

35 respuestas



¿Cómo calificaría su satisfacción con la aplicación en términos de facilidad de uso y funcionalidad?

35 respuestas



## Anexo 4. Análisis de Pestel

**Tabla 37**

*Análisis de Pestel de Suiza*

Aspecto	Variable	Impacto				
		Muy positivo	Positivo	Muy negativo	Negativo	Amenaza Oportunidad
<b>Político – Legal</b>	La Ley y la Ordenanza de Bienestar Animal, sancionadas en 2005 y 2020, establecen protecciones contra la crueldad y estándares básicos de cuidado. Esto significa que existen leyes sancionadoras que protegen a los animales (Sociedad de Medicina Veterinaria, 2024).	X				X
	Normativas estrictas para el trato ético de los animales y regulaciones rigurosas para empresas del sector. Esto implica que existen leyes que llevan a prisión en caso de no tener un cuidado adecuado con la mascota (Schweizer schule madrid, 2022).	X				X
	Legislación: Asegura estándares éticos y legales muy exigentes. Según World Wildlife Fund (WWF) (2023). Esto quiere decir que se analizara el trato que les dan a las mascotas	X				X
<b>Económico</b>	Economía estable con alto poder adquisitivo. Un PIB per cápita de más de 80.000 dólares según el Banco Mundial. En 2022, se situó entre las diez primeras naciones del ránking mundial	X				X

---

	<p>con un PIB por habitante (Grupo Banco Mundial, 2023). Logrando un aspecto positivo por sus ingresos</p>		
	<p>Inversión en servicios premium de cuidado de mascotas.</p>	X	X
	<p>la economía representó el 0,8% del PIB en 2019. Los principales productos que adquieren son: carne, lácteos y comida para mascotas. Siendo un aspecto positivo debido a que separan parte de sus ingresos a las mascotas (Oficina Económica y Comercial de España, 2023)</p>		
	<p>Mercado para servicios de cuidado de mascotas con estándares éticos y legales altos. Existe un porcentaje elevado de empresas que se dedican al cuidado de las mascotas y adopción. Representan el 8% del PIB estas empresas.</p>		X
	<p>Esto es muy importante debido a que las personas pueden ir a lugares para dejar que cuiden de sus mascotas (Oficina Económica y Comercial de España, 2023)</p>		
<b>Social</b>	<p>Alta sensibilidad hacia el bienestar animal. Un 80% de personas según el Fondo Internacional tienen una conciencia del cuidado animal (Organización Mundial de la Sanidad Animal, 2024). Esto es un aspecto positivo para el bienestar social</p>	X	X
	<p>Demanda creciente por servicios de cuidado de mascotas éticos y respetuosos. En la actualidad según el informe económico, las personas optan por tener una mascota dentro de su hogar (Suiza en español, 2023).</p>		X

---

---

	Esto se convierte en algo positivo para la población y empresas		
	Preferencia por servicios que promuevan el bienestar y la calidad de vida de las mascotas. Según una encuesta de 2022 realizada por la Asociación Suiza de Protección Animal (swissinfo, 2020). Esta demanda crea una oportunidad significativa para las empresas que pueden ofrecer servicios premium alineados con estos valores.		X
<b>Tecnológico</b>	<b>Líder en innovación tecnológica.</b> Suiza se destaca como líder mundial en innovación tecnológica, clasificada consistentemente entre los primeros puestos en el Global Innovation Index. En 2022, Suiza se ubicó en el primer lugar, destacando su capacidad para desarrollar y adoptar tecnologías avanzadas en diversos sectores, incluido el cuidado de mascotas. Esta predisposición hacia la tecnología crea un entorno favorable para la implementación de soluciones innovadoras que mejoran el bienestar animal (OMPI, 2022).	X	X
	<b>Adopción de soluciones avanzadas para el cuidado de mascotas</b> Suiza es pionera en la adopción de chips electrónicos para mascotas. Desde 2007, el país exige que todos los perros estén identificados con un microchip integrado en la piel, según la Ordenanza sobre la Protección de los Animales. Esta medida facilita la	X	X

---

identificación y el rastreo de los animales  
(Schweizer schule madrid, 2022).

**Tabla 38**  
*Análisis de Pestel de Colombia*

Aspecto	Variable	Impacto					
		Muy positivo	positivo	Muy negativo	Negativo	Amenaza	Oportunidad
Político – Legal	<b>Legislación clara que protege a los animales</b> (Ley No. 18471), normativas sobre tenencia responsable y sanción del maltrato animal. Esta ley establece normativas claras sobre la tenencia responsable de mascotas y sanciona el maltrato animal. La existencia de este marco legal proporciona estabilidad y seguridad jurídica para operar en el sector de servicios de cuidado de mascotas en el país (Villafañe et al., 2020).		X				X
	<b>Operación Ética y Cumplimiento Normativo:</b> La legislación vigente asegura estándares éticos elevados y regula las prácticas de cuidado animal.			X			X

	Esto no solo protege los derechos de los animales, sino que también garantiza que las empresas operen de manera ética y responsable, cumpliendo con las exigencias legales y contribuyendo al bienestar animal en Colombia (Gobierno de Colombia, 2022).		
<b>Económico</b>	<b>Mercados en Cuidado de Mascotas:</b> El mercado colombiano de servicios de cuidado de mascotas está en crecimiento del 84.9%, impulsado por una creciente urbanización y la adopción de mascotas como parte de la vida familiar. Esta tendencia crea oportunidades para empresas que pueden ofrecer servicios diferenciados y de alta calidad, adaptados a las necesidades y expectativas del mercado local (Barbosa et al., 2023).	X	X
	<b>Economía y Crecimiento de la Clase Media:</b> Colombia es una economía emergente con un crecimiento significativo de la clase media. La clase media tienen la capacidad financiera para invertir en servicios que mejoren la calidad de vida de sus mascotas, el mercado de alimentos para mascotas pasó de US\$60 millones a US\$300 millones (Rocío, 2021).	X	X
	<b>Potencial de Crecimiento Sostenido del Mercado de Mascotas:</b> El mercado colombiano de mascotas ha mostrado un crecimiento sostenido en los últimos años, impulsado por factores como el aumento en la urbanización y cambios en	X	X

---

	<p>los estilos de vida que favorecen la tenencia de mascotas. Este crecimiento continuo no solo refleja una mayor adopción de mascotas en los hogares colombianos, sino también una disposición creciente de los propietarios a invertir en servicios especializados y de calidad para el cuidado de sus animales. Las estadísticas muestran que aproximadamente el 60% de los hogares en Colombia tienen al menos una mascota, lo que subraya el potencial significativo de mercado para empresas en el sector de cuidado de mascotas (brf ingredients, 2020).</p>		
<b>Social</b>	<p><b>Conciencia y Sensibilidad hacia el Bienestar Animal:</b> En Colombia, hay un aumento de conciencia sobre el bienestar animal, reflejada en la demanda creciente por servicios que promuevan el bienestar y la calidad de vida de las mascotas. Los dueños de mascotas están cada vez más interesados en prácticas de cuidado (Moreno &amp; Agudelo, 2023) .</p>	X	X
	<p><b>Demanda por Servicios Éticos y Respetuosos:</b> La preferencia por prácticas de cuidado éticas está en aumento entre los dueños de mascotas colombianos. Existe una demanda creciente por servicios que no solo satisfagan las necesidades básicas de los animales, como alimentación y salud, sino que también promuevan su bienestar integral. Las empresas que</p>	X	X

---

	<p>pueden demostrar un compromiso genuino con el cuidado ético y responsable de las mascotas están bien posicionadas para ganar la confianza y lealtad de los clientes.</p>		
	<p><b>Demanda por Cuidado Ético:</b> La sensibilidad hacia prácticas de cuidado ético está en aumento, impulsando la preferencia por servicios que no solo cubran las necesidades básicas de las mascotas, sino que también promuevan su bienestar integral. Esta tendencia crea un mercado receptivo para innovaciones en el sector de cuidado de mascotas que priorizan el respeto y la calidad de vida animal (Arboleada &amp; Restrepo, 2020).</p>	X	X
<b>Tecnológico</b>	<p><b>Adopción de Tecnología en Cuidado de Mascotas:</b> Aunque Colombia no se considera líder mundial en innovación tecnológica, ha experimentado un aumento significativo en la adopción de tecnología en diversos sectores, incluido el cuidado de mascotas. La penetración creciente de teléfonos inteligentes y el acceso a Internet han facilitado la implementación de soluciones tecnológicas en servicios de cuidado animal, como aplicaciones móviles para monitoreo y comunicación con los dueños de mascotas (Great Place to Work, 2023).</p>		X
	<p><b>Innovaciones:</b> A medida que la tecnología se convierte en una parte integral de la vida cotidiana en Colombia, las empresas de cuidado de mascotas tienen la oportunidad de innovar y</p>	X	X

---

mejorar la experiencia del cliente. Por ejemplo, aplicaciones que permiten a los dueños de mascotas verificar el estado y el bienestar de sus animales en tiempo real están ganando popularidad. Estas innovaciones no solo mejoran la eficiencia operativa, sino que también fortalecen la relación entre el proveedor de servicios y los clientes (García M. , 2023).

---

**Tabla 39**  
*Análisis de Pestel de España*

---

Aspecto	Variable	Impacto					
		Muy positivo	positivo	Muy negativo	Negativo	Amenaza	Oportunidad

---

<b>Político – Legal</b>	<b>Legislación que asegura el bienestar animal:</b> España prohíbe dejar sola a una mascota por más de 3 días o 72 horas, y reduce este periodo a 24 horas para los perros, lo que promueve la tenencia responsable de mascotas y garantiza su bienestar (Kalibo, 2023).		X	X
	<b>Regulación del sector de cuidado de mascotas:</b> Existen normativas claras que regulan el sector de cuidado de mascotas, asegurando estándares éticos y legales para las empresas del sector, lo cual fomenta un entorno de operación seguro y ético (Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado, 2024).	X		X
	<b>Normativas sobre protección animal:</b> España cuenta con regulaciones específicas para la protección animal, lo que incluye sanciones por maltrato y promueve prácticas de cuidado responsables y éticas (Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado, 2024).		X	X
<b>Económico</b>	<b>Crecimiento del mercado de servicios de cuidado de mascotas:</b> La economía española está diversificada y en crecimiento, lo que impulsa la demanda de servicios especializados para mascotas, especialmente en grandes ciudades como Madrid y Barcelona (Leonvet, 2024).	X		X
	<b>Alto porcentaje de hogares con mascotas:</b> Más del 50% de los hogares urbanos en España tienen al menos una mascota, lo que representa una base de clientes estable para servicios que	X		X

---

	aseguren el bienestar y la salud de los animales de compañía (Statista, 2023).		
<b>Social</b>	<b>Incremento en el gasto en mascotas:</b> Hay un creciente porcentaje del ingreso familiar destinado al cuidado y bienestar de las mascotas, reflejando una tendencia hacia el aumento del consumo en productos y servicios para animales (Canela, 2023).	X	X
	<b>Conciencia creciente sobre el bienestar animal:</b> La sociedad española muestra una mayor sensibilidad y conciencia sobre el bienestar animal, impulsando la demanda por servicios que garanticen un trato adecuado y cariñoso para las mascotas (Organización Mundial de la Sanidad Animal, 2024).	X	X
	<b>Adopción responsable de mascotas:</b> Se observa una tendencia al alza en la adopción de mascotas desde refugios y asociaciones 45%, lo cual refleja un compromiso con prácticas de cuidado ético y responsable (Portal veterinaria, 2022).	X	X
	<b>Popularidad de eventos y servicios para mascotas:</b> Existe un aumento en la participación en eventos y servicios dedicados a las mascotas, como ferias de adopción, desfiles de moda para perros, entre otros, indicando una cultura creciente en torno al cuidado y entretenimiento animal (ANFAAC, 2024).	X	X

---

---

<b>Tecnológico</b>	<p><b>Adopción de soluciones tecnológicas en el cuidado de mascotas:</b> Hay un aumento significativo en la adopción de tecnología para el monitoreo en tiempo real de mascotas, incluyendo aplicaciones móviles y dispositivos de seguimiento (OMPI, 2022).</p>	X	X
	<p><b>Desarrollo de productos innovadores:</b> Se están desarrollando productos y servicios innovadores que mejoran la calidad de vida de las mascotas, como dispositivos de alimentación automática y monitoreo de salud (Portal veterinaria, 2022).</p>	X	X
	<p><b>Uso de chips integrados en el cuerpo:</b> España es uno de los países que requiere la implantación de chips integrados en el cuerpo de los animales como medida de identificación y seguridad, lo cual está impulsando la adopción de tecnologías avanzadas en el cuidado animal (BBC, 2022).</p>	X	X

---

## Anexo 5. Requisitos de constitución de una S.A.S

1. Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
2. Razón social o denominación de la sociedad seguida de las palabras "sociedad por acciones simplificada" o las letras "S.A.S".
3. El domicilio principal de la sociedad y de las sucursales que se vayan a establecer en el mismo acto de constitución.
4. El término de duración. Si no se estipula nada al respecto se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
5. La enunciación, clara y completa, de las actividades principales de la sociedad, a menos de que expresa que esta podrá realizar cualquier actividad comercial, civil o lícita. Si no se estipula nada al respecto, la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
6. El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse.

*Nota.* Información obtenida de (Cámara de Comercio San Andres, 2022)