



NEGOCIOS INTERNACIONALES

Plan de exportación de PLAY PAW BALL, un juguete inteligente orientado al bienestar y estimulación emocional de mascotas, hacia el mercado chileno.

AUTORES:

Aquino Reyes Jhomara Margarita

Jacome Cañar Mateo Alejandro

Oñate Bustamante Irina Gabriela

Quinchiguango Analuisa Liseth Gabriela

Villarreal Poveda Stefany Dayana

TUTOR:

Msc. Verdezoto Davalos Lizbeth Andrea

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

Nosotros, Aquino Reyes Jhomara Margarita, Jacome Cañar Mateo Alejandro, Oñate Bustamante Irina Gabriela, Quinchiguango Analuisa Liseth Gabriela y Villarreal Poveda Stefany Dayana, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedemos nuestros 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.



Aquino Reyes Jhomara Margarita
1720849783



Oñate Bustamante Irina Gabriela
1713642500



Villarreal Poveda Stefany Dayana
1750735050



Jacome Cañar Mateo Alejandro
1726081902



Quinchiguango Analuisa Liseth Gabriela
1003826532

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo Verdezoto Davalos Lizbeth Andrea, certifico que conozco a los autores del presente trabajo siendo ellos responsables exclusivos tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.

.....

Msc. Verdezoto Davalos Lizbeth Andrea

Resumen Ejecutivo

El presente proyecto tiene como finalidad desarrollar un plan de exportación de PLAY PAW BALL, un juguete inteligente para perros orientado al bienestar y la estimulación emocional de las mascotas, con destino al mercado chileno. La propuesta surge a partir del crecimiento de la industria pet y de la necesidad de ofrecer alternativas innovadoras que contribuyan a reducir el estrés, el aburrimiento y la ansiedad por separación que experimentan muchos perros cuando permanecen solos durante largos periodos.

Para determinar la viabilidad del proyecto se realizó un análisis del mercado chileno, considerando el comportamiento del consumidor, la competencia, los canales de distribución, los requisitos logísticos y comerciales, así como la evaluación financiera de la propuesta. Los resultados evidencian que Chile presenta condiciones favorables para la comercialización de productos tecnológicos dirigidos al bienestar animal, debido al crecimiento del sector pet care, la alta adopción tecnológica y el interés de los consumidores por productos diferenciados.

PLAY PAW BALL incorpora funciones como movimiento autónomo, sensores, sonidos, dispensador de premios y conexión con una aplicación móvil, ofreciendo una experiencia de entretenimiento interactiva que fortalece el bienestar de las mascotas y aporta valor a sus propietarios.

Finalmente, el análisis financiero demuestra que el proyecto es viable en el mediano y largo plazo, respaldado por indicadores favorables y una estrategia de comercialización enfocada en canales digitales, distribuidores especializados y alianzas con el sector pet friendly. En conjunto, el proyecto representa una oportunidad de internacionalización con potencial de crecimiento y diferenciación dentro del mercado chileno.

Palabras clave: plan de exportación, bienestar animal, juguete inteligente, mercado chileno, industria pet care.

Abstract

This project aims to develop an export plan for PLAY PAW BALL, an intelligent dog toy designed to promote pets' well-being and emotional stimulation in the Chilean market. The proposal was developed in response to the continuous growth of the pet industry and the increasing demand for innovative solutions that help reduce stress, boredom, and separation anxiety experienced by dogs when left alone for extended periods.

To evaluate the project's feasibility, a comprehensive analysis of the Chilean market was conducted, including consumer behavior, market competition, distribution channels, logistical and commercial requirements, and financial evaluation. The findings indicate that Chile offers favorable conditions for marketing technology-based pet products due to the expansion of the pet care industry, the high adoption of technology, and consumers' preference for innovative and value-added products.

PLAY PAW BALL features autonomous movement, smart sensors, interactive sounds, a treat dispenser, and mobile app connectivity, creating an engaging experience that enhances pets' well-being while strengthening the bond between dogs and their owners.

Finally, the financial analysis confirms that the project is viable in the medium and long term, supported by positive financial indicators and a commercial strategy focused on digital channels, specialized distributors, and strategic partnerships within the pet care sector. Overall, the project represents an attractive international business opportunity with strong potential for growth and differentiation in the Chilean market.

Keywords: export plan, animal welfare, smart dog toy, Chilean market, pet care industry.

Dedicatoria

Dedicamos este proyecto principalmente a nuestras familias, quienes han sido nuestro mayor apoyo y fuente de motivación durante nuestra formación académica. Gracias por su confianza, paciencia y acompañamiento constante, los cuales nos impulsaron a superar cada desafío y continuar trabajando por alcanzar nuestras metas.

También dedicamos este trabajo a todas aquellas personas que creen en la innovación, el emprendimiento y la creación de soluciones que generen un impacto positivo en la sociedad.

Finalmente, dedicamos este proyecto a los animales de compañía y a sus propietarios, quienes inspiraron la creación de Play Paw Ball, una iniciativa desarrollada con el propósito de contribuir al bienestar, entretenimiento y fortalecimiento del vínculo entre las mascotas y sus familias.

Agradecimiento

Agradecemos profundamente a la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE) por brindarnos las herramientas, conocimientos y espacios necesarios para desarrollar nuestras capacidades profesionales y emprendedoras durante nuestra formación académica.

Extendemos nuestro agradecimiento a nuestros docentes, quienes mediante sus conocimientos, orientación y experiencia nos guiaron durante el desarrollo de este proyecto, permitiéndonos aplicar conceptos administrativos, financieros, comerciales y estratégicos en la creación de Play Paw Ball.

De igual manera, agradecemos a nuestras familias y personas cercanas por su apoyo incondicional, motivación y confianza durante este proceso. Su acompañamiento fue fundamental para afrontar los retos y mantener nuestro compromiso con la culminación de este trabajo.

Finalmente, agradecemos a todas las personas que contribuyeron directa o indirectamente al desarrollo de este proyecto, ya que cada aporte permitió fortalecer nuestra propuesta empresarial y demostrar que una idea innovadora puede convertirse en una oportunidad de negocio capaz de generar valor para los clientes, la empresa y la sociedad.

TABLA DE CONTENIDOS

Introducción	12
Objetivos	14
Objetivo General	14
Objetivos Específicos	14
Marco teórico	15
Mapa de Empatía	17
Interpretación del mapa de empatía.	18
Buyer Persona	18
Identificación de la Problemática	19
Problema del segmento	19
Árbol de problemas	19
Resolución de Problema	20
Business Canvas Model	21
Análisis de Macroentorno	23
Matriz PESTEL	23
Análisis de Microentorno	25
Matriz de selección de mercados	27
Análisis de la Matriz de Selección de Mercados.	28
Preguntas para encuesta:	29
Validación de Viabilidad - Deseabilidad	30
Investigación de Mercado	30
Población	30
Muestra	30
Instrumento de Recolección de Información y Análisis de Resultados – Internacionalización	31
Instrumento de recolección de información	31
Presentación de resultados	33
Validación con el Segmento de Mercado-Testing	34
Codificación entrevistas para validar el prototipo 2.0	34
Matriz de sistematización de información, entrevistas	34
Prototipo Final 2.0	37
Propuesta Final - Prototipo 2.0 (Mejora del prototipo	38
Descripción de la opción mejorada del prototipo o propuesta final	38
Modelo de monetización	38
Portada de Comercial	39

Descripción técnica del producto.....	40
Recursos técnicos necesarios	40
Capacidad operativa inicial	40
Operaciones (Mapa de procesos) y/o Diseño Organizacional	41
Mapa de proceso	41
Diseño Organizacional y funciones	44
Información General	45
Conformación Legal.....	45
Plan de Marketing	46
Objetivo general del plan de marketing.....	46
Marketing Mix (4P).....	46
Producto.....	47
Precio.....	48
Plaza	49
Promoción	50
Presupuesto total del plan de marketing.....	51
Presentación de Estrategias de Marketing.....	51
Presentación de las estrategias de marketing.....	60
Análisis final	60
Evaluación Financiera	61
Inversión Inicial	61
Costos	63
Presupuesto de Ventas.....	64
Punto de Equilibrio.....	65
Estado de Pérdidas y Ganancias.....	67
Indicadores Financieros	68
Analisis de VAN, TIR, WACC, PAYBACK	68
VAN.....	68
TIR.....	68
WACC.....	69
PAYBACK	69
Conclusiones	70
Recomendaciones	70
Bibliografía	71

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1: Elaboración propia</i>	20
Tabla 2: Elaboración propia	21
Tabla 3:Elaboración propia	22
Tabla 4. Elaboración propia	25
Tabla 5: Elaboración propia	28
Tabla 6. Elaboración propia	30
Tabla 7: Elaboración propia	34
Tabla 8: Elaboración propia	34
Tabla 9:Elaboración propia.	35
Tabla 10: Elaboración propia.	37
Tabla 11: Elaboración propia	41
Tabla 12: Elaboración propia	44
Tabla 13: Elaboración propia	48
Tabla 14: Elaboración propia	48
Tabla 15: Elaboración propia	49
Tabla 16: Elaboración propia	49
Tabla 17: Elaboración propia	50
Tabla 18: Elaboración propia	50
Tabla 19: Elaboración propia	51
Tabla 20: Elaboración propia	51
Tabla 21: Elaboración propia	52
Tabla 22:Elaboración propia	63
Tabla 23:Elaboración propia	64
Tabla 24: Elaboración propia	65
Tabla 25: Elaboración propia	66
Tabla 26: Elaboración propia	67
Tabla 27: Elaboración propia	69

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Elaboración propia	18
Ilustración 2: Elaboración propia	23
Ilustración 3: Elaboración propia	23
Ilustración 4:Elaboración propia	38
Ilustración 5: Elaboración propia	40
Ilustración 6: Elaboración propia	42
Ilustración 7: Elaboración propia	45
Ilustración 8. Elaboración propia	52
Ilustración 9: Elaboración propia	53
Ilustración 10: Elaboración propia	54
Ilustración 11: Elaboración propia	55
Ilustración 12: Elaboración propia	56
Ilustración 13: Elaboración propia	57
Ilustración 14: Elaboración propia	59
Ilustración 15: Elaboración propia	68

Introducción

La relación entre los humanos y sus mascotas ha experimentado una transformación significativa en todo el mundo en las últimas décadas. Los animales de compañía, especialmente los perros, han pasado de desempeñar un papel funcional dentro de los hogares a ser considerados miembros importantes de la familia.

En consecuencia, la demanda de productos y servicios que abordan el bienestar, la salud y la calidad de vida de las mascotas ha sido impulsada en gran medida por una industria de mascotas que crece a un ritmo continuo y constante. De manera similar, los cambios en el estilo de vida contemporáneo, incluidos los largos horarios de trabajo y el aumento de la urbanización, han introducido nuevos requisitos para el cuidado físico, emocional y cognitivo de los animales de compañía (Gmeiner & Gschwandtner, 2025; Gradidge et al., 2024).

Actualmente, muchas personas pasan gran parte del día fuera del hogar debido al trabajo, estudios y otras actividades, dejando así a sus mascotas solas durante largos periodos de tiempo (Harvey et al., 2022) y como consecuencia, diversos perros desarrollan problemas conductuales y emocionales relacionados con la ansiedad por separación, el estrés y el aburrimiento, lo cual les afecta negativamente su bienestar y convivencia con sus dueños (Salonen et al., 2020).

Desde una perspectiva psicológica y conductual, la ansiedad por separación constituye uno de los trastornos más frecuentes en perros domésticos. En ese sentido, cuando permanecen solos durante tiempos muy prolongados, muchos animales tienden a presentar conductas como ladridos excesivos, destrucción de objetos, hiperactividad, conductas compulsivas e incluso alteraciones emocionales derivadas del estrés (Sungkatavat et al., 2025). De la misma forma, la falta de estimulación mental y recreativa influye en gran medida en el desarrollo de comportamientos asociados a la frustración, inquietud y aburrimiento durante los periodos de soledad (Duranton & Horowitz, 2019).

En este contexto, los juguetes interactivos han demostrado contribuir significativamente al bienestar emocional de las mascotas, ya que permiten estimular cognitivamente a los perros, mantenerlos sumamente activos e incluso disminuir comportamientos asociados al estrés y la ansiedad (Hunt et al., 2022). Sin embargo,

muchos juguetes tradicionales ofrecen únicamente entretenimiento momentáneo y no incorporan herramientas tecnológicas que logren mantener una interacción dinámica y prolongada con el animal (Rodríguez-Vizzuett et al., 2023).

Frente a esta problemática surge PLAY PAW BALL, un juguete interactivo e inteligente cuya finalidad radica en reducir en gran medida la ansiedad, el estrés y el aburrimiento en perros domésticos mediante estímulos recreativos y tecnológicos. Dicho producto consiste en una pelota inteligente, la cual viene equipada con sensores de movimiento, desplazamiento automático, luces LED, sonidos suaves y un dispensador de premios, permitiendo de esta forma mantener al perro entretenido, activo y mentalmente estimulado durante los periodos de soledad.

Con base a lo anterior, la propuesta de valor de PLAY PAW BALL se centra en mejorar el bienestar emocional y conductual de las mascotas mediante una alternativa tecnológica de entretenimiento autónomo que contribuya a disminuir en gran medida la ansiedad por separación y fortalecer de esta manera la estimulación mental de los perros. A su vez, el dispositivo incorpora funciones de conexión básica con aplicación móvil, lo cual permitirá a los dueños personalizar ciertos parámetros de interacción según las necesidades de sus mascotas, diferenciándose de esta manera de los juguetes convencionales que existen actualmente en el mercado.

Bajo este contexto, el presente proyecto se orienta al desarrollo de un plan de exportación dirigido al mercado chileno, considerando el crecimiento de la industria pet, la creciente preocupación por el bienestar animal, así como la alta demanda de productos innovadores para mascotas en dicho país. En este sentido, los principales consumidores estarán conformados por dueños de perros en zonas urbanas, familias interesadas en el cuidado emocional de sus mascotas y personas que buscan soluciones tecnológicas que contribuyan al entretenimiento y bienestar animal.

Finalmente, el proyecto busca analizar la viabilidad comercial y las oportunidades de internacionalización de PLAY PAW BALL en Chile, considerando de esta manera factores económicos, comerciales y de consumo. A su vez, se pretende posicionar dicho producto dentro del mercado de artículos tecnológicos para mascotas, generar un reconocimiento de marca y a su vez establecer oportunidades de expansión hacia otros mercados latinoamericanos crecientes dentro de la industria pet.

Objetivos

Objetivo General

- Desarrollar un plan de exportación del juguete interactivo PLAY PAW BALL hacia el mercado chileno, dirigido a consumidores del sector pet care y propietarios de mascotas, mediante el análisis comercial, logístico y competitivo, con el fin de facilitar su ingreso y posicionamiento en el mercado chileno.

Objetivos Específicos

- Analizar el mercado pet care en Chile, identificando tendencias de consumo, perfil del consumidor y demanda de juguetes interactivos, para reconocer oportunidades comerciales para PLAY PAW BALL.
- Identificar los requisitos logísticos, aduaneros y comerciales necesarios para la exportación de PLAY PAW BALL desde Ecuador hacia Chile, para establecer un proceso adecuado de ingreso al mercado objetivo.
- Diseñar estrategias de comercialización y posicionamiento para PLAY PAW BALL en Chile, mediante el análisis de competencia, precios y canales de distribución, con el fin de fortalecer el reconocimiento de marca en el mercado pet care.

Marco teórico

El crecimiento de la industria pet en Chile ha generado un incremento importante en el consumo de productos orientados al bienestar animal, especialmente dentro de hogares urbanos donde las mascotas son consideradas parte fundamental de la familia (Gmeiner & Gschwandtner, 2025). Este fenómeno ha impulsado la demanda de alternativas relacionadas con entretenimiento, salud emocional y estimulación para perros domésticos. Además, el proceso de humanización de las mascotas ha provocado que los consumidores otorguen mayor importancia a productos que contribuyan a mejorar la calidad de vida y bienestar emocional de los animales de compañía (Gradidge et al., 2024).

Uno de los principales problemas asociados al cuidado de mascotas corresponde al tiempo prolongado que los perros permanecen solos debido a jornadas laborales extensas, estudios y estilos de vida urbanos dinámicos. Diversas investigaciones señalan que esta situación puede provocar ansiedad por separación, estrés, aburrimiento y conductas negativas como ladridos excesivos, destrucción de objetos e hiperactividad (Dale et al., 2024; Lenkei et al., 2021). Asimismo, estas conductas afectan tanto al bienestar animal como a la convivencia con sus dueños y al entorno familiar (Sulkama et al., 2022).

De igual manera, la falta de actividades recreativas y de estimulación mental durante los periodos de soledad incrementa considerablemente los niveles de frustración y ansiedad en los perros domésticos. En ese sentido, Harvey et al. (2022), señala que los animales que permanecen por largos periodos sin actividades presentan niveles muy altos de estrés y comportamientos compulsivos. En contra parte, estudios relacionados con comportamiento animal evidencian que la estimulación cognitiva y el enriquecimiento ambiental contribuyen de manera muy significativa a disminuir conductas asociadas a la ansiedad y mejorar el estado emocional de las mascotas (Schöberl et al., 2020).

Frente a esta problemática, diversos estudios y tendencias del sector evidencian el desarrollo de alternativas orientadas al entretenimiento y estimulación de mascotas, entre las cuales se encuentran los juguetes interactivos y dispositivos tecnológicos aplicados al bienestar animal, las cuales a su vez buscan mantener activos a los perros mediante actividades dinámicas que favorezcan su estimulación mental y reduzcan en cierta manera

el aburrimiento durante los periodos de soledad (Hunt et al., 2022). Sin embargo, muchos productos tradicionales ofrecen únicamente una interacción limitada y de corta duración, generando oportunidades para el desarrollo de alternativas tecnológicas más innovadoras y funcionales (Rodríguez-Vizzuett et al., 2023).

Por otro lado, el mercado chileno de productos para mascotas ha presentado un crecimiento sostenido durante los últimos años, impulsado principalmente por una mayor preocupación de los consumidores por el bienestar y calidad de vida de sus mascotas (Gmeiner & Gschwandtner, 2025). En este sentido, las nuevas dinámicas de consumo dentro de hogares urbanos han favorecido el interés por productos orientados al entretenimiento, cuidado y estimulación de perros domésticos, especialmente aquellos relacionados con soluciones innovadoras para mejorar el bienestar emocional animal (Gradidge et al., 2024).

Mapa de Empatía

Ilustración 1: Elaboración propia



Interpretación del mapa de empatía.

El mapa de empatía de Play Paw Ball refleja a un consumidor que considera a su mascota parte de su familia y que experimenta sentimientos de culpa y ansiedad al dejarla sola durante largas jornadas. Esta persona busca constantemente productos pet friendly y soluciones innovadoras que le permitan garantizar el bienestar, entretenimiento y acompañamiento de su perro mientras se encuentra fuera de casa. Además, valora herramientas que le brinden tranquilidad emocional al saber que su mascota permanece activa, estimulada y cuidada durante su ausencia.

Buyer Persona

Tabla 1: Elaboración propia

Elemento	Descripción
Nombre del Buyer Persona	Camila Torres, dueña de perro
Perfil Demográfico	
Edad	30 años
Género	Femenino
Estado civil	Soltera
Nivel educativo	Universitario
Ingresos mensuales	USD 1.500 – 2.500
Ocupación	Ejecutiva de marketing digital
Redes sociales que utiliza	Instagram, TikTok, Facebook y YouTube
Perfil Psicográfico	
Estilo de vida	Activa, tecnológica y enfocada en el bienestar de su mascota
Valores	Responsabilidad, amor por los animales y cuidado emocional de las mascotas
Personalidad	Organizada, práctica, moderna y empática

Comportamiento de Consumo	
¿Dónde compra?	Tiendas pet shop, marketplaces y e-commerce
¿Qué lo motiva a comprar?	Mantener entretenida a su mascota, reducir ansiedad y mejorar su bienestar
Necesidades	
Necesidades principales	Productos interactivos que mantengan activa a su mascota cuando permanece sola
¿Cómo el producto/servicio satisface esas necesidades?	PLAY PAW BALL brinda entretenimiento, estimulación y distracción para reducir el aburrimiento y ansiedad en mascotas

Identificación de la Problemática

Problema del segmento

El crecimiento en la tenencia de mascotas ha incrementado la necesidad de garantizar su bienestar, especialmente en contextos urbanos donde los propietarios pasan largas jornadas fuera del hogar. Esta ausencia prolongada genera en los perros problemas de ansiedad por separación, estrés y conductas destructivas debido a la falta de estimulación e interacción. Aunque existen juguetes tradicionales, estos no satisfacen las necesidades cognitivas ni emocionales, evidenciando una carencia de soluciones tecnológicas innovadoras que permitan una interacción remota efectiva.

Árbol de problemas

Tabla 2: Elaboración propia

Causas (¿Por qué ocurre?)	Problema Central	Consecuencias (¿Qué pasa por el problema?)
Ausencia prolongada de los propietarios durante el día	Carencia de soluciones tecnológicas innovadoras que permitan la interacción remota y reduzcan la ansiedad en mascotas	Desarrollo de ansiedad y estrés en los perros
Falta de estimulación cognitiva y física en las mascotas		Conductas destructivas y problemas de comportamiento
Limitada oferta de productos		Deterioro del bienestar emocional del animal

tecnológicos interactivos		
Escasa interacción emocional entre dueño y mascota a distancia		Impacto negativo en la convivencia con los dueños

Resolución de Problema

Idea de Negocio – Resolución de Problema

La propuesta consiste en desarrollar un juguete interactivo inteligente que combine tecnología y conectividad para permitir a los propietarios interactuar con sus mascotas de manera remota. Este dispositivo incorporará funciones como control mediante aplicación móvil, emisión de estímulos visuales y sonoros, y recompensas automáticas que fomenten la actividad y el entretenimiento del animal. A diferencia de los juguetes tradicionales, esta solución ofrece una experiencia dinámica y personalizada, contribuyendo a reducir el estrés, la ansiedad por separación y el aburrimiento. Además, permite fortalecer el vínculo emocional entre el dueño y la mascota aun en ausencia física. La innovación radica en integrar tecnología accesible con bienestar animal, respondiendo a una necesidad creciente del mercado.

Business Canvas Model

Tabla 3:Elaboración propia

SOCIOS CLAVES	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CON CLIENTES	SEGMENTO DE CLIENTES
• Proveedores tecnológicos • Empresas de componentes electrónicos • Desarrolladores de software y app móvil • Empresas de logística internacional • Agentes aduaneros • Distribuidores pet friendly en Chile • Pet shops y veterinarias • Plataformas e-commerce • Empresas de packaging • Influencers pet friendly • PRO ECUADOR y entidades de exportación	• Diseño y mejora del producto • Desarrollo tecnológico • Investigación de mercado chileno • Gestión de exportación • Marketing digital • Distribución internacional • Atención al cliente • Posicionamiento de marca	• Juguete inteligente orientado al bienestar emocional de mascotas • Ayuda a reducir el estrés, ansiedad y aburrimiento en perros • Estimulación cognitiva mediante interacción tecnológica • Reconocimiento de voz y facial para una experiencia personalizada • Conexión entre mascota y dueño incluso durante la ausencia del propietario • Tecnología innovadora aplicada al sector pet friendly • Entretenimiento dinámico y prolongado para mascotas domésticas	• Atención personalizada online • Videos explicativos sobre el uso del producto • Tutoriales digitales y capacitación interactiva • Soporte técnico mediante aplicación móvil y redes sociales • Servicio postventa • Comunidad digital pet friendly • Asesoría sobre bienestar y estimulación emocional de mascotas	• Dueños de perros y mascotas domésticas • Consumidores del mercado pet friendly • Personas con largas jornadas laborales • Clientes interesados en tecnología para mascotas • Pet shops y clínicas veterinarias • Consumidores de nivel socioeconómico medio y alto
	RECURSO CLAVE • Tecnología inteligente • Software y aplicación móvil • Sensores y cámara integrada • Marca PLAY PAW BALL • Capital financiero • Equipo de desarrollo y marketing		RECURSO CLAVE • Página web oficial y tienda online • Redes sociales y marketing. • Marketplaces, e-commerce • Clínicas veterinarias y espacios pet friendly • Distribuidores autorizados en Chile • Comercio electrónico internacional	
ESTRUCTURA DE COSTO • Producción y ensamblaje del juguete • Componentes electrónicos y sensores • Desarrollo tecnológico y app móvil • Packaging y branding • Exportación y logística internacional • Marketing digital y publicidad • Distribución comercial • Servicio técnico y postventa			FUENTES DE INGRESO • Venta directa de PLAY PAW BALL • Comercialización mediante distribuidores • Ventas online y e-commerce • Venta de accesorios complementarios • Servicios premium en aplicación móvil • Alianzas comerciales estratégicas	

Prototipo 1

Ilustración 2: Elaboración propia

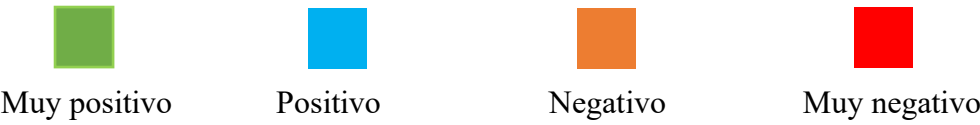


Ilustración 3: Elaboración propia



Análisis de Macroentorno

Matriz PESTEL



Chile

Tabla 4: Elaboración propia

Aspecto	Variable	Muy positivo	Positivo	Negativo	Muy negativo	Amenaza/ Oportunidad
Político- Legal	Ley de tenencia responsable de mascotas "Ley Cholito". Esta normativa impulsa el bienestar animal. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2017)					Oportunidad
	Normas de certificación y etiquetado. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador [SENAE], 2024)					Amenaza
Económico	Crecimiento del mercado Pet Care (Euromonitor International, 2024)					Oportunidad
	Costos de importación y logística. (Banco Mundial, 2024).					Amenaza
Social	Humanización de las mascotas, productos que mejoren su entretenimiento y salud. (Euromonitor International, 2024).					Oportunidad

Tecnológico	Mayor preocupación por el bienestar animal. Esto favorece la adopción de juguetes interactivos (Gradidge, 2024).			Oportunidad
	Alta adopción tecnológica y e-commerce. (Gmeiner & Gschwandtner, 2025).			Oportunidad
	Innovación tecnológica rápida. (Kotler, Kartajaya & Setiawan, 2021).			Amenaza
Ecológico	Preferencia por la utilización de productos sostenibles. (NielsenIQ, 2024).			Oportunidad
	Responsabilidad ambiental y gestión de residuos electrónicos y tecnológicos. (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente [PNUMA], 2024).			Amenaza

El análisis del análisis PESTEL realizado sobre Play Paw Ball indica un entorno propicio para el desarrollo y la comercialización de juguetes inteligentes para mascotas. Políticamente y legalmente, los movimientos de bienestar animal y tenencia responsable de mascotas brindan una oportunidad para productos que contribuyan a la salud y el entretenimiento de los animales de compañía (Asamblea Nacional de Ecuador, 2017).

En términos económicos, el crecimiento sostenido del mercado de mascotas representa una mayor apertura del consumidor hacia el gasto de dinero en productos innovadores para el cuidado animal (Euromonitor International, 2024).

Ha habido un impulso social hacia la idea de humanizar a las mascotas, considerándolas ahora como miembros importantes de la familia, lo que contribuye a una mayor demanda de soluciones que faciliten el bienestar físico y emocional de sus mascotas (Gradidge et al., 2024).

Además, la tecnología ha permitido la integración de características inteligentes y diferenciadas en el producto, consolidando su posición y competitividad dentro del sector (Gmeiner & Gschwandtner, 2025). No obstante, existen desafíos que incluyen el cumplimiento normativo, altos costos de importación, así como la necesidad de una adecuada gestión de residuos electrónicos. Sin embargo, estos pueden ser compensados mediante una planificación estratégica.

La matriz PESTEL muestra que Play Paw Ball está posicionada para prosperar en este contexto, principalmente debido a las tendencias sociales, tecnológicas y de consumo enfocadas en el bienestar animal.

Análisis de Microentorno

El análisis del microentorno se desarrolla a partir de las Cinco Fuerzas de Porter en el mercado pet care de Chile, el cual ha mostrado un crecimiento sostenido impulsado por el aumento de hogares con mascotas y la mayor preocupación por su bienestar. En este contexto, la amenaza de nuevos competidores entrantes es de impacto medio, ya que si bien el comercio electrónico facilita la entrada de nuevas marcas, los productos tecnológicos como PLAY PAW BALL requieren inversión en investigación y desarrollo, cumplimiento de normativas de importación y la construcción de una marca confiable. Además, la presencia de empresas internacionales ya posicionadas obliga a los nuevos participantes a contar con estrategias de diferenciación y recursos financieros importantes, lo que limita parcialmente el ingreso de competidores.

En relación con el poder de negociación de los proveedores, este se considera de impacto medio debido a que los componentes necesarios para el producto, como sensores de movimiento, luces LED, baterías recargables y sistemas de conectividad, pueden ser adquiridos a través de múltiples proveedores nacionales e internacionales, especialmente en mercados asiáticos. Esta diversidad reduce la dependencia de un solo abastecedor y permite negociar mejores condiciones; sin embargo, ciertos insumos tecnológicos especializados pueden verse afectados por variaciones de precio y disponibilidad relacionadas con la logística y las cadenas de suministro globales.

Por otro lado, el poder de negociación de los clientes es alto, ya que los consumidores chilenos cuentan con una amplia oferta de productos para mascotas en distintos canales como tiendas físicas, marketplaces y plataformas digitales, lo que les permite comparar fácilmente precios y características. Además, los propietarios de mascotas son cada vez más exigentes y buscan productos que aporten valor al bienestar físico y emocional de sus animales, lo que incrementa su capacidad de elección y cambio de marca. No obstante, PLAY PAW BALL puede reducir esta presión al ofrecer una propuesta diferenciada basada en la estimulación mental, reducción de ansiedad y entretenimiento interactivo.

La amenaza de productos sustitutos también es alta, debido a la existencia de múltiples alternativas como juguetes tradicionales, mordedores, dispensadores de premios, pelotas automáticas e incluso servicios como paseadores o guarderías caninas que cumplen funciones similares de entretenimiento y reducción de ansiedad. Sin embargo, PLAY PAW BALL se diferencia al integrar varias funciones tecnológicas en un solo dispositivo, lo que le permite ofrecer una experiencia más completa tanto para la mascota como para el propietario.

Finalmente, la rivalidad entre competidores es alta, ya que el mercado pet care chileno presenta una creciente competencia entre empresas nacionales e internacionales que ofrecen productos innovadores enfocados en el bienestar animal. La competencia se basa en la innovación, calidad, diseño y estrategias de marketing digital, además de la facilidad de acceso a productos importados mediante comercio electrónico. A pesar de ello, PLAY PAW BALL mantiene una ventaja competitiva al integrar movimiento autónomo, luces LED, sonidos interactivos, dispensador de premios y conectividad con aplicación móvil, lo que le permite posicionarse como una solución enfocada en la reducción de la ansiedad y el bienestar emocional de los perros.

Matriz de selección de mercados

Tabla 5: Elaboración propia

Factores críticos para PLAY PAW BALL	Ponderación	Chile Calificación	Chile Puntuación Ponderada	Colombia Calificación	Colombia Puntuación Ponderada	Perú Calificación	Perú Puntuación Ponderada
<i>Crecimiento de la industria pet care</i>	0,15	5	0,75	4	0,60	4	0,60
<i>Cultura de bienestar y humanización de mascotas</i>	0,15	5	0,75	4	0,60	4	0,60
<i>Nivel de adopción tecnológica</i>	0,14	5	0,70	4	0,56	3	0,42
<i>Poder adquisitivo del consumidor objetivo</i>	0,13	5	0,65	3	0,39	3	0,39
<i>Desarrollo del comercio electrónico</i>	0,10	5	0,50	4	0,40	4	0,40
<i>Facilidad logística y comercial</i>	0,10	4	0,40	3	0,30	5	0,50
<i>Competencia en productos pet-tech</i>	0,11	3	0,33	3	0,33	4	0,44
<i>Regulaciones y acceso al mercado</i>	0,12	4	0,48	3	0,36	4	0,48
TOTAL	1,00		4,56		3,54		3,83

Análisis de la Matriz de Selección de Mercados.

La matriz de selección de mercados facilitó la evaluación del potencial de internacionalización de PLAY PAW BALL en tres países de América Latina: Chile, Perú y Colombia. El crecimiento de la industria de mascotas, la actitud del consumidor, la aceptación de la tecnología, los problemas logísticos y el acceso a la actividad comercial representaron algunos de los impulsores más críticos.

Chile recibió las calificaciones más altas con 4.56 puntos, convirtiéndose en el mercado más atractivo para exportar productos. Esto se atribuye a su significativo crecimiento en la industria del cuidado de mascotas, un alto nivel de desarrollo en el bienestar y la humanización de las mascotas, una rápida adopción tecnológica y un mayor poder adquisitivo de los consumidores.

Por otro lado, la industria posee una red de comercio electrónico madura y un entorno regulatorio favorable para la comercialización exitosa de nuevos productos orientados al sector de mascotas. Perú ocupa el segundo lugar con 3.83 puntos, principalmente por la facilidad logística y comercial como resultado de su proximidad geográfica a Ecuador y su presencia en los acuerdos comerciales en curso dentro de la Comunidad Andina.

Además, es un mercado de mascotas que está aumentando rápidamente y hay una competencia moderada de productos tecnológicos para mascotas con potencial para el lanzamiento de PLAY PAW BALL. Sin embargo, debido a su baja adopción tecnológica y bajo poder adquisitivo, no es tan atractivo como Chile. Por otro lado,

Colombia obtuvo 3.54 puntos, situando a Colombia en el tercer lugar. Este mercado tiene un mercado de cuidado de mascotas en crecimiento y un gran desarrollo de comercio electrónico, pero presenta un punto débil en términos de poder adquisitivo y es un obstáculo logístico y regulatorio mayor que en otros mercados estudiados. Esto disminuye su competitividad en los puntos iniciales de internacionalización del producto.

En conclusión, los resultados de la matriz indican que Chile representa el mejor mercado objetivo para la expansión internacional de PLAY PAW BALL, ya que tiene las mejores condiciones comerciales, tecnológicas y de aceptación del consumidor. Perú es atractivo para una segunda fase de expansión, y Colombia también podría considerarse un destino

potencial de desarrollo futuro una vez que la empresa haya consolidado su presencia en más países de la región.

Preguntas para encuesta:

Tabla 6. Elaboración propia

Temáticas	Preguntas
Comportamiento animal	Desde su experiencia profesional, ¿cuáles son los principales problemas emocionales o conductuales que presentan los perros cuando permanecen solos durante largos periodos?
Ansiedad por separación	¿Qué consecuencias puede generar la ansiedad por separación en el bienestar físico y emocional de los perros?
Estimulación mental	¿Qué tan importante considera la estimulación cognitiva y recreativa en la salud emocional de las mascotas?
Productos actuales	¿Considera que los juguetes tradicionales son suficientes para reducir el aburrimiento y estrés en perros domésticos? ¿Por qué?
Innovación tecnológica	¿Qué opinión tiene sobre el uso de tecnología aplicada al bienestar y entretenimiento de mascotas?
Primera impresión del producto	¿Cuál fue su primera impresión al conocer PLAY PAW BALL como juguete inteligente para mascotas?
Funcionalidad	¿Considera que funciones como movimiento automático, luces LED y sonidos pueden contribuir positivamente a la estimulación de los perros?
Valor terapéutico	Desde el punto de vista conductual, ¿cree que PLAY PAW BALL podría ayudar a disminuir la ansiedad o estrés en mascotas?
Seguridad y bienestar	¿Qué aspectos considera importantes para garantizar que este tipo de producto sea seguro y beneficioso para los animales?
Diferenciación	¿Qué características cree que diferencian a PLAY PAW BALL de otros juguetes disponibles actualmente en el mercado?
Recomendaciones	¿Qué mejoras o funciones adicionales recomendaría incorporar para mejorar el producto?
Intención de recomendación	¿Recomendaría un producto como PLAY PAW BALL a propietarios de perros con problemas de ansiedad o aburrimiento? ¿Por qué?
Opinión final	Desde su perspectiva profesional, ¿qué impacto podría generar PLAY PAW BALL en la relación entre los dueños y sus mascotas?

Validación de Viabilidad - Deseabilidad

Investigación de Mercado

Población

El mercado objetivo de PLAY PAW BALL se delimita en las áreas urbanas de la Región Metropolitana de Santiago, Chile. De acuerdo con el boletín del Programa Nacional de Tenencia Responsable de la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo [SUBDERE] (2022), el país cuenta con una población estimada de 8.306.650 perros con dueño, donde dicha región concentra la mayor densidad y un 76% de hogares declara tener mascotas. El segmento abarca a profesionales y ejecutivos de nivel socioeconómico medio-alto (C2 y C3), cuyas mascotas permanecen solas por largas jornadas.

Muestra

El estudio se centró en el mercado objetivo de PLAY PAW BALL, conformado por habitantes y propietarios de canes de la Región Metropolitana de Chile. Para determinar el tamaño de la muestra representativa se utilizó la fórmula de muestreo aleatorio simple para poblaciones infinitas o desconocidas, dado que no existe un registro censal exacto de los propietarios que cumplen estrictamente con el perfil psicográfico del Buyer Persona. Con un nivel de confianza del 95% ($Z = 1,96$), una variabilidad de éxito y fracaso del 50% ($p = 0,5$; $q = 0,5$), y aplicando estrictamente un error máximo del 7% ($e = 0,07$), el tamaño de la muestra quedó definido en 196 personas, permitiendo evaluar las necesidades de estimulación canina y el nivel de deseabilidad del producto.

La fórmula aplicada es:

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

Sustituyendo los valores correspondientes:

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{(0,07)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,25}{0,0049}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0049}$$

$$n = 196$$

En ese sentido, mediante la aplicación de la fórmula metodológica, la muestra final quedó establecida en 196 personas a encuestar, lo cual garantiza la validez estadística requerida para el desarrollo del proyecto.

Instrumento de Recolección de Información y Análisis de Resultados – Internacionalización

Bajo este contexto, y con la finalidad de recopilar información cuantitativa pertinente sobre el mercado objetivo chileno, se procedió a estructurar el instrumento oficial de recolección de datos. En ese sentido, con el objetivo de mantener una coherencia metodológica impecable dentro del desarrollo del proyecto, se presenta a continuación el cuestionario diseñado a partir de las trece temáticas estratégicas de la investigación:

Instrumento de recolección de información

Tabla 7: Elaboración propia

Datos generales:
1. Desde su experiencia profesional, ¿cuáles son los principales problemas emocionales o conductuales que presentan los perros cuando permanecen solos durante largos periodos?
OPA Ansiedad por separación crónicamente alta
OPB Conductas destructivas y daños materiales
OPC Ladridos excesivos e hiperactividad compulsiva
OPD Aburrimiento profundo y apatía conductual
OPE Ninguna de las anteriores
2. ¿Qué consecuencias puede generar la ansiedad por separación en el bienestar físico y emocional de los perros?
OPA Elevación de los niveles de cortisol y estrés crónico
OPB Autolesiones, dermatitis por lamido o heridas corporales
OPC Alteraciones gastrointestinales y pérdida de apetito
OPD Deterioro progresivo del vínculo afectivo con los propietarios
OPE Todas las anteriores
3. ¿Qué tan importante considera la estimulación cognitiva y recreativa en la salud emocional de las mascotas?
OPA Nada importante
OPB Poco importante
OPC A veces importante

OPD Casi siempre importante
OPE Totalmente indispensable y vital
4. ¿Considera que los juguetes tradicionales son suficientes para reducir el aburrimiento y estrés en perros domésticos? ¿Por qué?
OPA Sí, porque logran entretener al can permanentemente
OPB No, porque ofrecen un entretenimiento momentáneo sin interacción dinámica
OPC No, porque pierden el interés del animal rápidamente
OPD No, porque no incorporan herramientas tecnológicas autónomas
5. ¿Qué opinión tiene sobre el uso de tecnología aplicada al bienestar y entretenimiento de mascotas?
OPA Muy negativa / Desconfianza técnica
OPB Neutra / Falta de conocimiento
OPC Positiva, representa una alternativa complementaria eficiente
OPD Muy positiva, es una solución innovadora necesaria para entornos urbanos
6. ¿Cuál fue su primera impresión al conocer PLAY PAW BALL como juguete inteligente para mascotas?
OPA Indiferente / No me llama la atención
OPB Interesante, considero que podría ser una buena opción de entretenimiento
OPC Innovador por la integración de sensores y dispensador automático
OPD Excelente alternativa tecnológica para mitigar la ansiedad por separación
7. ¿Considera que funciones como movimiento automático, luces LED y sonidos pueden contribuir positivamente a la estimulación de los perros?
OPA No, considero que podrían asustar o estresar más a la mascota
OPB Quizás, depende del temperamento y la raza del canino
OPC Sí, porque actúan como estímulos dinámicos que despiertan el interés
OPD Sí, promueven una interacción autónoma prolongada y saludable
8. Desde el punto de vista conductual, ¿cree que PLAY PAW BALL podría ayudar a disminuir la ansiedad o estrés en mascotas?
OPA No, no sustituye la presencia humana en ningún grado
OPB Rara vez, solo funcionaría los primeros minutos
OPC Sí, mitigando el aburrimiento mediante el enriquecimiento ambiental
OPD Sí, definitivamente disminuye el estrés mediante recompensas automatizadas
9. ¿Qué aspectos considera importantes para garantizar que este tipo de producto sea seguro y beneficioso para los animales?
OPA Materiales ABS de alta resistencia, no tóxicos e hipoalergénicos
OPB Sensores anti colisión para evitar accidentes físicos
OPC Emisión de sonidos suaves y luces reguladas que no saturen al animal
OPD Todas las anteriores
10. ¿Qué características cree que diferencian a PLAY PAW BALL de otros juguetes disponibles actualmente en el mercado?
OPA La autonomía total del movimiento dinámico en el hogar
OPB El dispensador de premios inteligente controlado por app
OPC La conectividad remota para monitorear la actividad de la mascota
OPD La combinación integrada de estímulos visuales, sonoros y mecánicos
11. ¿Qué mejoras o funciones adicionales recomendaría incorporar para mejorar el producto?
OPA Ampliar la capacidad de almacenamiento del dispensador de premios

OPB Mejorar la resistencia contra mordeduras de razas grandes
OPC Integrar un sistema de videollamada interactiva bidireccional
OPD Ninguna, el diseño actual es sumamente completo
12. ¿Recomendaría un producto como PLAY PAW BALL a propietarios de perros con problemas de ansiedad o aburrimiento? ¿Por qué?
OPA No, prefiero recomendar métodos tradicionales o farmacológicos
OPB Sí, como una herramienta complementaria de estimulación cognitiva
OPC Sí, es una solución ideal para dueños con largas jornadas laborales
OPD Sí, porque el testeo demuestra una alta efectividad conductual
13. Desde su perspectiva profesional, ¿qué impacto podría generar PLAY PAW BALL en la relación entre los dueños y sus mascotas?
OPA Ninguno, la interacción remota no altera el vínculo
OPB Reducción de la culpa del propietario y mejora del bienestar del can
OPC Fortalecimiento indirecto del vínculo al llegar al hogar y ver un perro tranquilo
OPD Optimización de la convivencia familiar al eliminar conductas destructivas

Presentación de resultados

Tabla 8: Elaboración propia.

Descripción Pregunta	Resultados Generales				
	OP A	OP B	OP C	OP D	OP E
Pregunta 1	42%	24%	18%	16%	—
Pregunta 2	12%	15%	8%	11%	54%
Pregunta 3	—	—	4%	28%	68%
Pregunta 4	5%	48%	31%	16%	—
Pregunta 5	—	6%	38%	56%	—
Pregunta 6	3%	22%	34%	41%	—
Pregunta 7	2%	14%	46%	38%	—
Pregunta 8	52%	18%	21%	9%	—
Pregunta 9	48%	34%	13%	5%	—
Pregunta 10	—	4%	18%	42%	36%
Pregunta 11	5%	38%	41%	16%	—
Pregunta 12	12%	22%	18%	48%	—
Pregunta 13	—	51%	27%	22%	—

Es así como, de acuerdo con la P.1, el 42% de los encuestados en Chile identifica la ansiedad por separación como el desorden conductual con mayor predominancia cuando los perros permanecen completamente solos, lo cual se correlaciona en cierta forma con la P.2, donde el 54% afirma que este aislamiento desencadena en gran medida consecuencias severas generalizadas en el bienestar animal. En ese sentido, la P.3

demuestra un consenso sumamente absoluto sobre la estimulación cognitiva, siendo calificada, así como indispensable por el 68%.

Por su parte, la P.4 evidencia que los artículos tradicionales son insuficientes, acumulando un 79% de rechazo debido a la falta de dinamismo e interacción remota. Bajo este contexto, la P.5 exhibe una tendencia favorable hacia el sector *pet-tech*, con un 56% que valora muy positivamente el uso de tecnología aplicada. De la misma forma, la P.6 y la P.7 validan la deseabilidad de PLAY PAW BALL, donde el 41% destaca una excelente primera impresión y más del 80% ratifica la efectividad de sus estímulos autónomos. Finalmente, la P.12 y la P.13 consolidan la viabilidad comercial, con un 48% motivado por la integración total de funciones inteligentes y un 51% que prevé una reducción de culpa en los dueños.

Validación con el Segmento de Mercado-Testing

Bajo este contexto, y tras concluir la fase cuantitativa, se procedió a ejecutar el testeo cualitativo del producto con la finalidad de validar de forma directa el nivel de aceptación y deseabilidad del prototipo funcional de PLAY PAW BALL. Siguiendo estrictamente los lineamientos establecidos en la plantilla metodológica del proyecto, se determinó realizar una entrevista en profundidad enfocada en un perfil experto con alto conocimiento en comportamiento y bienestar canino en el mercado chileno. A continuación, se presenta la estructura de codificación del instrumento aplicado:

Codificación entrevistas para validar el prototipo 2.0

Tabla 9:Elaboración propia.

Código	Tipo de Instrumento	Perfil de participantes		Fecha
		No. Persona	Temática	
EI01	Entrevista Profundidad	en 1	Conocer la percepción de los posibles consumidores en el testeo del producto y su viabilidad conductual.	jun-26

De la misma forma, para garantizar una correcta interpretación y procesamiento de la información cualitativa recopilada, se estructuró la matriz de sistematización. En este sentido, se procedió a condensar las declaraciones del participante experto (EI01), vinculando directamente sus respuestas con los dolores del segmento, los atributos de valor de la pelota inteligente y los parámetros de inserción comercial en Chile:

Matriz de sistematización de información, entrevistas

Tabla 10: Elaboración propia.

Temáticas	Preguntas	Respuestas
Contexto de Uso y Problemática	¿Cuáles son los principales problemas emocionales que presentan los perros solos por largos periodos?	EI01, 2026: Menciona que en entornos urbanos de Santiago los dueños pasan más de 8 horas fuera por trabajo. A su vez, menciona que esto dispara cuadros severos de ansiedad por separación, aburrimiento agudo, e incluso conductas destructivas en el hogar.
Primera Impresión	¿Cuál fue su primera impresión al conocer PLAY PAW BALL como juguete inteligente?	EI01, 2026: Indica que es una propuesta sumamente innovadora y disruptiva para el sector <i>pet care</i> chileno. Destaca positivamente que no es un objeto estático, sino un ecosistema interactivo autónomo.
Atractivo General y Funcionalidad	¿Considera que funciones como movimiento automático, luces y sonidos contribuyen positivamente?	EI01, 2026: Explica que el movimiento autónomo y los estímulos sensoriales son excelentes porque actúan como enriquecimiento ambiental dinámico, manteniendo al can estimulado cognitivamente por periodos prolongados.
Valor Terapéutico Percibido	Desde el punto de vista conductual, ¿cree que el producto ayuda a disminuir la ansiedad o estrés?	EI01, 2026: Afirma también que sí ayuda. Sustentando así que el dispensador inteligente de premios puede desviar en cierta manera el foco de atención del perro durante la partida del dueño, mitigando así el pico de estrés inicial.
Barreras y Objeciones	¿Qué aspectos o puntos sobre el producto podrían impedir o complicar su adquisición?	EI01, 2025: A su vez, advierte que la principal barrera sería la resistencia del material ante mordidas que estos pueden recibir, especialmente por aquellos perros de raza grande, y que un precio sumamente elevado limitaría en gran medida su compra recurrente o masiva.

Mejoras Recomendadas	¿Qué mejoras o funciones adicionales recomendaría incorporar para optimizar el producto?	EI01, 2025: Recomienda también asegurar que el plástico ABS utilizado en exterior sea 100% libre de tóxicos e hipoalergénico, además sugiere que la aplicación móvil permita en cierta forma a los dueños regular la intensidad de los sonidos.
Intención de Compra y Recomendación	Si el producto estuviera a la venta, ¿lo adquiriría o recomendaría a propietarios con estos problemas?	EI01, 2025: Finalmente, asegura que lo recomendaría plenamente en sus consultas a dueños urbanos con agendas laborales muy extensas, ya que de cierta forma representa una solución directa para disminuir en gran medida dicho sentimiento de culpa y asegura también el bienestar del animal.

Link de la entrevista:

<https://www.youtube.com/watch?feature=shared&v=MJ8KU9KAoCU>

Prototipo Final 2.0

Ilustración 4: Elaboración propia

PLAY PAW BALL

TECNOLOGÍA QUE JUEGA, ESTIMULA Y ACOMPAÑA

Dispositivo inteligente de enriquecimiento ambiental que estimula el cuerpo y la mente de tu perro, incluso cuando no estás en casa.

MOVIMIENTO AUTÓNOMO

DISPENSADOR DE PREMIOS

ESTIMULACIÓN COGNITIVA

CONEXIÓN CON APP

SONIDOS INTELIGENTES

RECUBRIMIENTO RESISTENTE
Seguro y duradero

SENSOR DE MOVIMIENTO
Detecta obstáculos y cambia de dirección

LUZ LED INDICADORA
Señales de estado e interacción

RUEDAS 360°
Movimiento suave, silencioso y multidireccional

DISPENSADOR DE PREMIOS
Premia, motiva y refuerza el juego

CONTROL TOTAL DESDE LA APP

- Programar horarios
- Elegir modo de juego
- Ajustar nivel de dificultad
- Usar tu voz para acompañar
- Ver historial de actividad

ESTIMULACIÓN COMPLETA

Cuerpo, mente e instinto

INSTINTIVA
Persigue, busca y obtiene recompensas

COGNITIVA
Resuelve retos, aprende y avanza de nivel

FÍSICA
Promueve el movimiento y la actividad saludable

PARA TODOS LOS TAMAÑOS

Diferentes versiones para cada etapa de vida

XS / Cachorros
Hasta 5 kg

S / Pequeños
5 - 15 kg

M / Medianos
15 - 30 kg

L / Grandes
+30 kg

INCLUYE

PLAY PAW BALL

Cable de carga USB-C

Manual digital

Garantía 6 meses

Materiales seguros y resistentes

Diseñado para el bienestar animal

Apoya la educación y el vínculo con refuerzo positivo

No reemplaza paseos, ejercicio ni socialización

Propuesta Final - Prototipo 2.0 (Mejora del prototipo)

Descripción de la opción mejorada del prototipo o propuesta final

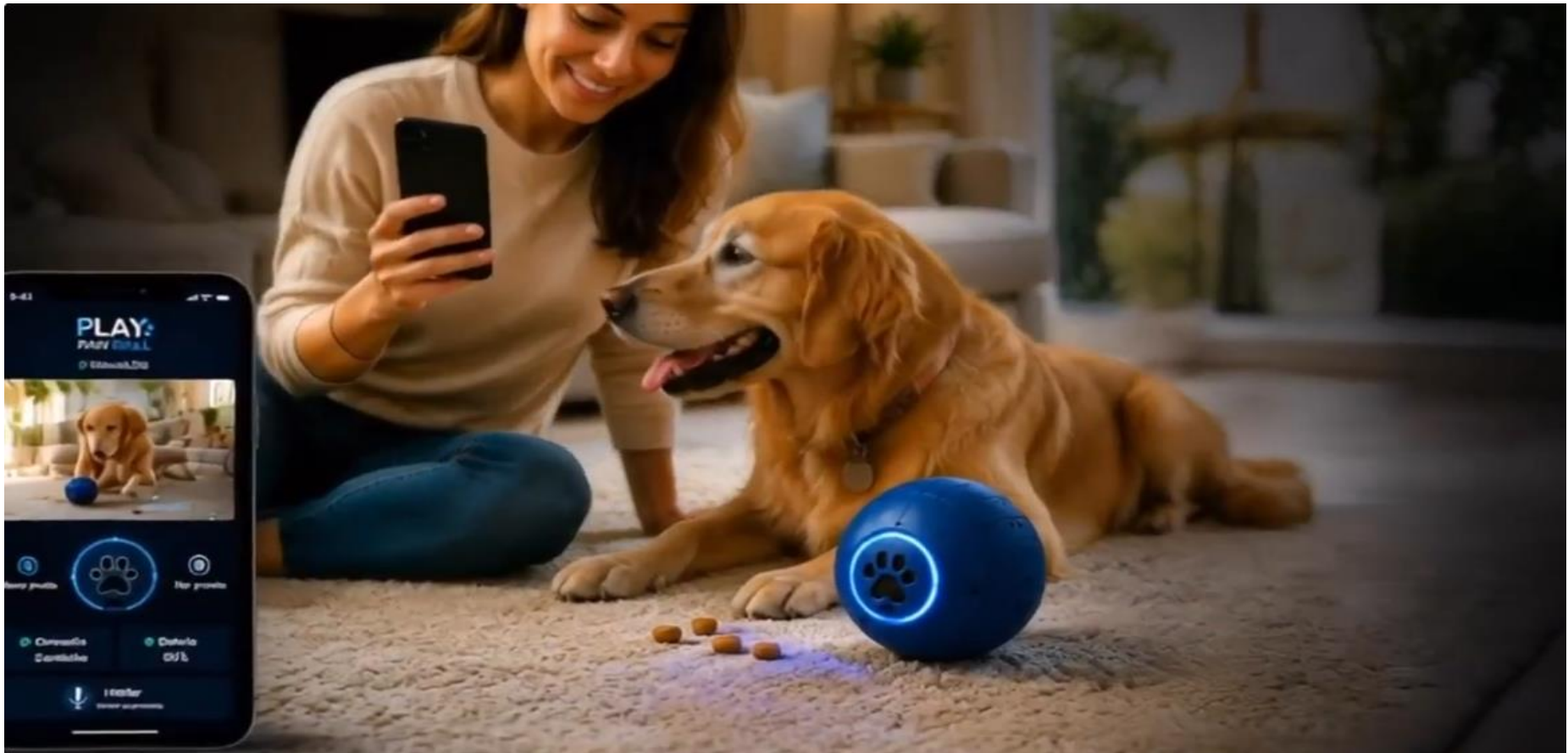
La propuesta final de PLAY PAW BALL consiste en un dispositivo inteligente de enriquecimiento ambiental dirigido a animales de familia. El prototipo mejorado incorpora movimiento autónomo, dispensador de premios, conexión con aplicación móvil, sonidos suaves, voz del tutor y distintos niveles de dificultad. Su funcionamiento combinará estimulación instintiva, mediante persecución, búsqueda y actividad física, con estimulación cognitiva, a través de retos y recompensas. Además, contará con señales sonoras de inicio y finalización, programación por tiempos, diferentes tamaños y configuraciones según edad, raza, nivel de actividad y temperamento. El producto no se presenta como tratamiento clínico para la ansiedad por separación, sino como una herramienta complementaria para reducir aburrimiento, monotonía y estrés, promover espacios de independencia y apoyar procesos de educación y modificación de conducta. Su uso deberá integrarse con paseos, ejercicio, socialización y rutinas personalizadas.

Modelo de monetización

PLAY PAW BALL empleará un modelo de monetización basado principalmente en la venta directa del dispositivo mediante tienda online, marketplaces y distribuidores especializados del sector pet. Se ofrecerán versiones estándar y premium, diferenciadas por funciones, accesorios y niveles de personalización. También se generarán ingresos por la venta de protectores intercambiables, depósitos para premios y repuestos. La aplicación móvil incluirá funciones básicas gratuitas y una suscripción premium con rutinas personalizadas, seguimiento de actividad, sonidos adicionales y programas de estimulación. Asimismo, se establecerán alianzas comerciales con veterinarias, pet shops y centros de educación canina.

Portada de Comercial

Ilustración 5: Elaboración propia



Descripción técnica del producto

PLAY PAW BALL es una pelota inteligente para perros que integra movimiento automático, sensores de contacto, módulo de sonido, luces LED suaves, batería recargable y un compartimento para premios secos. Su objetivo es estimular al perro cuando permanece solo en casa, promoviendo juego, exploración y resolución de pequeños desafíos. El producto se conectará con una aplicación móvil para programar horarios de interacción, activar comandos de voz grabados por el dueño y regular la intensidad del movimiento según el tamaño, edad y nivel de energía de la mascota.

Recursos técnicos necesarios

Tabla 11: Elaboración propia

Recurso	Descripción	Aplicación en PLAY PAW BALL
Material exterior	Caucho termoplástico o silicona segura, resistente y fácil de limpiar.	Protege la electrónica interna y reduce riesgos físicos para el perro.
Componentes electrónicos	Sensores, batería recargable, módulo de sonido, sistema de movimiento y conectividad.	Permiten la interacción automática y la programación desde la aplicación móvil.
Aplicación móvil	Interfaz digital para configuración, activación remota y seguimiento básico de uso.	Facilita la conexión entre el dueño y la mascota durante la ausencia.
Empaque y manual	Caja protectora, manual de uso, advertencias y código QR de soporte.	Garantiza entrega segura y uso responsable del producto.

Capacidad operativa inicial

En la fase piloto se propone producir entre 100 y 300 unidades para validar el funcionamiento técnico, la aceptación del mercado y la experiencia real de uso. Luego de la retroalimentación de usuarios, veterinarios y tutores de mascotas, la producción podrá escalarse a lotes de 500 a 1.000 unidades, manteniendo controles de seguridad, calidad, durabilidad y facilidad de limpieza.

Localización

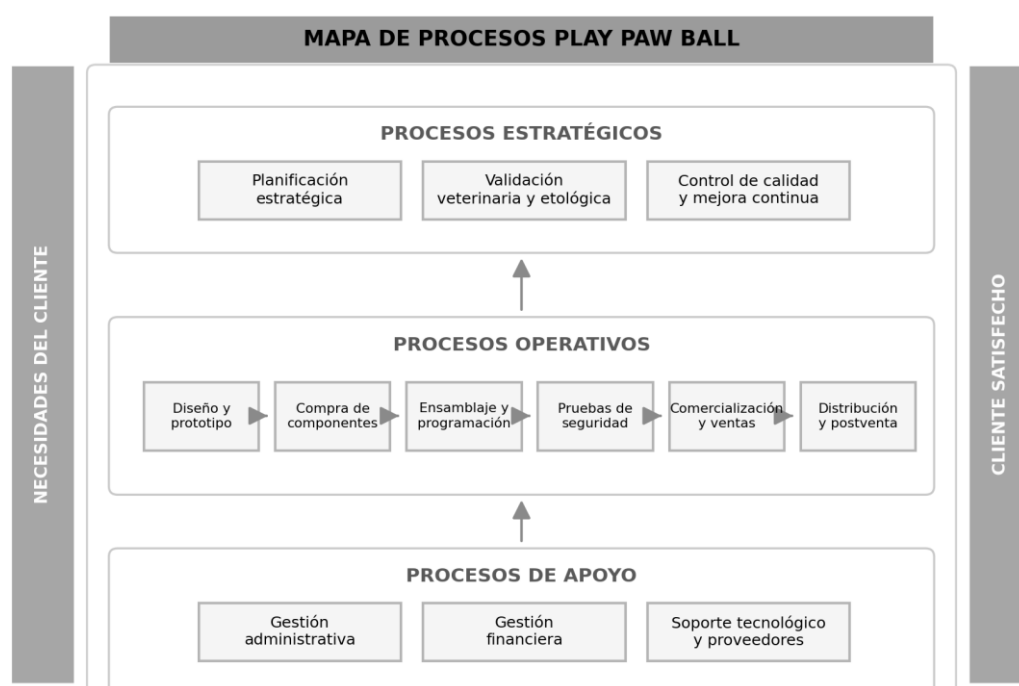
PLAY PAW BALL tendrá su centro de operaciones en Quito, Ecuador, por ser una ciudad con alta concentración de hogares con mascotas, acceso a veterinarias, pet shops,

servicios logísticos, internet y proveedores tecnológicos. La ubicación facilita pruebas con usuarios, asesoría etológica, distribución local y atención posventa. Además, Quito ofrece condiciones de seguridad comercial, conectividad y posibilidad de expansión hacia Guayaquil, Cuenca y ventas digitales a nivel nacional, fortaleciendo el crecimiento progresivo del emprendimiento pet tech en el mercado ecuatoriano actual.

Operaciones (Mapa de procesos) y/o Diseño Organizacional

Mapa de proceso

Ilustración 6: Elaboración propia



A continuación, se presenta el detalle de cada aspecto del mapa de procesos:

Tabla 12: Elaboración propia

Tipo de proceso	Proceso	Descripción	Resultado esperado
Estratégico	Planificación estratégica	Define objetivos, segmento de mercado, propuesta de valor, presupuesto y metas de crecimiento.	Dirección clara del emprendimiento y toma de decisiones ordenada.
Estratégico	Validación veterinaria y etológica	Revisa que el producto respete el bienestar animal, la	Producto seguro y coherente con necesidades físicas

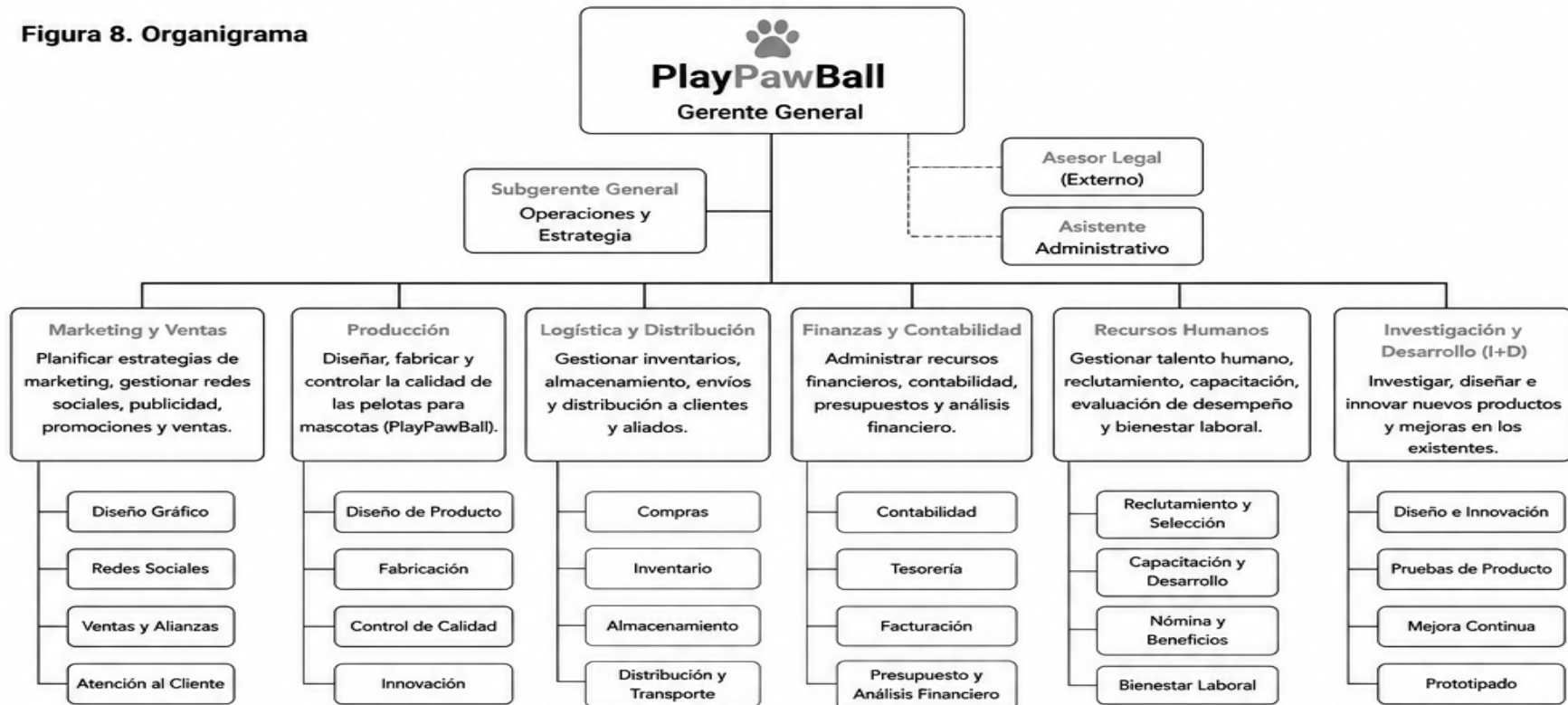
		adaptación progresiva y el uso responsable.	y emocionales del perro.
Estratégico	Control de calidad y mejora continua	Evalúa materiales, funcionamiento, resistencia, fallas, reclamos y oportunidades de mejora.	Reducción de defectos y fortalecimiento de la confianza del cliente.
Operativo	Diseño y prototipo	Diseña la carcasa, tamaño, sistema de movimiento, sonido, sensores y compartimento de premios.	Prototipo funcional y adaptable a perros pequeños y medianos.
Operativo	Compra de componentes	Gestiona proveedores de carcasa, sensores, batería, tarjetas electrónicas y empaque.	Disponibilidad de insumos para ensamblaje y producción.
Operativo	Ensamblaje y programación	Integra las partes físicas y electrónicas, configura funciones básicas y prepara la aplicación móvil.	Producto armado y listo para pruebas.
Operativo	Pruebas de seguridad	Verifica resistencia, batería, conectividad, sonido, movimiento y ausencia de piezas peligrosas.	Producto apto para uso supervisado y venta inicial.
Operativo	Comercialización y ventas	Promociona el producto en redes sociales, e-commerce, veterinarias y pet shops.	Generación de ventas y posicionamiento de marca pet tech.
Operativo	Distribución y postventa	Entrega pedidos, atiende reclamos, brinda soporte de uso y gestiona garantías.	Cliente satisfecho y recompra o recomendación.
Apoyo	Gestión administrativa	Maneja documentación, permisos, contratos, facturación y coordinación interna.	Operación formal y organizada.

Apoyo	Gestión financiera	Controla costos, precios, flujo de caja y rentabilidad por unidad.	Sostenibilidad económica del proyecto.
Apoyo	Soporte tecnológico y proveedores	Da mantenimiento a la app, revisa actualizaciones y coordina soluciones técnicas.	Continuidad del servicio y mejora del producto.

Diseño Organizacional y funciones

Ilustración 7: Elaboración propia

Figura 8. Organigrama



Información General

La estructura organizacional de PlayPawBall ha sido diseñada con el propósito de establecer una distribución clara de responsabilidades, optimizar la coordinación entre las diferentes áreas funcionales y garantizar una gestión eficiente de los recursos de la empresa. Esta estructura responde a las necesidades operativas y estratégicas del emprendimiento, permitiendo una adecuada planificación, ejecución y control de las actividades relacionadas con el diseño, producción y comercialización de pelotas para mascotas.

PlayPawBall es una empresa orientada al desarrollo de productos innovadores para el bienestar animal, enfocándose en la fabricación de pelotas resistentes, seguras y de alta calidad para perros. Su propuesta de valor se fundamenta en la utilización de materiales duraderos, diseños funcionales y un proceso de mejora continua que permita satisfacer las necesidades de los clientes y diferenciarse de la competencia. Además, la empresa busca promover la actividad física y el entretenimiento de las mascotas mediante productos que contribuyan a su salud y bienestar.

La organización está encabezada por la Gerencia General, responsable de la dirección estratégica y la toma de decisiones, con el apoyo del Subgerente General en la coordinación de las actividades operativas y administrativas. Asimismo, cuenta con las áreas de Marketing y Ventas, Producción, Logística y Distribución, Finanzas y Contabilidad, Recursos Humanos e Investigación y Desarrollo, las cuales trabajan de manera integrada para garantizar el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

La implementación de esta estructura organizacional permitirá fortalecer la comunicación interna, optimizar los procesos, mejorar la asignación de responsabilidades y facilitar el crecimiento sostenible de la empresa. Además, contribuirá al desarrollo de una gestión eficiente, orientada a la innovación, la satisfacción del cliente y la competitividad en el mercado de productos para mascotas.

Conformación Legal

Para el desarrollo de PlayPawBall se propone la constitución de una Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), debido a que este tipo de compañía ofrece una estructura jurídica flexible, moderna y adecuada para emprendimientos con proyección de crecimiento. La SAS permite que la empresa pueda constituirse con uno o varios

accionistas, limitando la responsabilidad de los socios al monto de sus aportaciones y protegiendo su patrimonio personal frente a las obligaciones de la compañía.

La denominación legal propuesta será Play Paw Ball S.A.S., la cual tendrá como objeto social el diseño, fabricación, comercialización y distribución de juguetes y accesorios para mascotas, especialmente pelotas para perros. Esta figura societaria facilita la toma de decisiones, la incorporación de nuevos inversionistas y el acceso a fuentes de financiamiento para futuras expansiones. Asimismo, permite una administración más eficiente, reduce la carga administrativa en comparación con otros tipos de sociedades y brinda mayor competitividad, seguridad jurídica y sostenibilidad para el crecimiento de la empresa en el mercado nacional e internacional.

Plan de Marketing

PLAY PAW BALL: MERCADO OBJETIVO CHILE

Objetivo general del plan de marketing

Desarrollar un plan de marketing estratégico para posicionar a PLAY PAW BALL en el mercado chileno de productos tecnológicos para mascotas, incrementando su reconocimiento de marca y generando un crecimiento progresivo en ventas durante el primer año de comercialización, mediante estrategias de producto, precio, plaza y promoción orientadas al bienestar emocional y entretenimiento de los animales de compañía.

Marketing Mix (4P)

El plan contempla ocho estrategias, dos por cada variable del marketing mix. Cada estrategia incluye acciones concretas, tiempo de ejecución y presupuesto estimado para su implementación.

Producto

Estrategia 1: Diferenciación del producto mediante innovación tecnológica y bienestar animal

Posicionar a PLAY PAW BALL como un juguete inteligente de categoría premium que integra entretenimiento, estimulación cognitiva y acompañamiento para perros que permanecen solos.

Tabla 13: Elaboración propia

Acción	Tiempo de ejecución	Presupuesto
Mejorar el prototipo incorporando movimiento autónomo, luces LED, sonidos y dispensador de premios.	3 meses	USD 1.200
Diseñar un empaque resistente y sostenible que comunique los beneficios del producto.	2 meses	USD 600
Realizar pruebas de funcionamiento, resistencia y seguridad con perros de diferentes tamaños.	3 meses	USD 900
Presupuesto de la estrategia: USD 2.700		

Estrategia 2: Personalización de la experiencia de uso

Ofrecer una experiencia adaptable a las necesidades de cada mascota mediante configuraciones digitales, accesorios y servicio posventa.

Tabla 14: Elaboración propia

Acción	Tiempo de ejecución	Presupuesto
Diseñar una interfaz básica de aplicación móvil para controlar movimientos, sonidos y horarios de juego.	4 meses	USD 800
Desarrollar accesorios complementarios, como depósitos de premios y protectores intercambiables.	3 meses	USD 500
Crear manuales digitales, tutoriales de uso y una política de garantía.	2 meses	USD 300
Presupuesto de la estrategia: USD 1.600		

Precio

Estrategia 3: Precio de introducción y precio psicológico

Ingresar al mercado chileno con un precio atractivo que motive la prueba del producto y facilite su adopción durante la etapa de lanzamiento.

Tabla 15: Elaboración propia

Acción	Tiempo de ejecución	Presupuesto
Analizar los precios de juguetes interactivos y productos pet-tech comercializados en Chile.	1 mes	USD 150
Establecer un precio psicológico de lanzamiento, utilizando terminaciones como CLP 79.990.	1 mes	USD 900
Aplicar un descuento de introducción durante los primeros dos meses de comercialización.	2 meses	USD 450

Presupuesto de la estrategia: USD 1.500

Estrategia 4: Precio basado en el valor y paquetes comerciales

Establecer precios diferenciados de acuerdo con las funciones, accesorios y beneficios ofrecidos al consumidor.

Tabla 16: Elaboración propia

Acción	Tiempo de ejecución	Presupuesto
Realizar encuestas para conocer la disposición de pago del consumidor chileno.	1 mes	USD 250
Crear un paquete estándar y un paquete premium con accesorios y funciones adicionales.	2 meses	USD 700
Diseñar descuentos especiales para pet shops, veterinarias y distribuidores autorizados.	3 meses	USD 200

Presupuesto de la estrategia: USD 1.150

Plaza

Estrategia 5: Comercialización mediante e-commerce y marketplaces

Facilitar la compra de PLAY PAW BALL por medio de canales digitales utilizados por consumidores tecnológicos y propietarios de mascotas.

Tabla 17: Elaboración propia

Acción	Tiempo de ejecución	Presupuesto
Crear una tienda online con información del producto, medios de pago y seguimiento de pedidos.	3 meses	USD 1.200
Publicar el producto en marketplace reconocidos del mercado chileno.	2 meses	USD 600
Establecer acuerdos con operadores logísticos para entregas rápidas y seguras.	3 meses	USD 300

Presupuesto de la estrategia: USD 2.100

Estrategia 6: Distribución selectiva mediante establecimientos especializados

Comercializar PLAY PAW BALL en puntos de venta relacionados con el cuidado, salud y bienestar de los animales de compañía.

Tabla 18: Elaboración propia

Acción	Tiempo de ejecución	Presupuesto
Identificar pet shops, clínicas veterinarias y tiendas especializadas ubicadas en las principales ciudades de Chile.	1 mes	USD 200
Elaborar catálogos, fichas técnicas y muestras comerciales para los distribuidores.	2 meses	USD 1.000
Implementar una prueba piloto en cinco establecimientos especializados.	4 meses	USD 700

Presupuesto de la estrategia: USD 1.900

Promoción

Estrategia 7: Marketing digital y contenido educativo

Generar reconocimiento de marca mediante contenido que comunique los beneficios tecnológicos y emocionales de PLAY PAW BALL.

Tabla 19: Elaboración propia

Acción	Tiempo de ejecución	de Presupuesto
Crear publicaciones, videos y reels para Instagram, TikTok y Facebook.	4 meses	USD 1.200
Ejecutar campañas de publicidad segmentadas para propietarios de perros en Chile.	4 meses	USD 1.800
Colaborar con microinfluencers, veterinarios y creadores de contenido pet friendly.	3 meses	USD 1.500

Presupuesto de la estrategia: USD 4.500**Estrategia 8: Lanzamiento, demostraciones y comunidad digital**

Presentar el producto mediante experiencias que demuestren su funcionamiento y fomenten la confianza del consumidor.

Tabla 20: Elaboración propia

Acción	Tiempo de ejecución	de Presupuesto
Realizar un evento de lanzamiento presencial o virtual con demostraciones del producto.	2 meses	USD 1.800
Crear videos testimoniales con propietarios de mascotas y especialistas en comportamiento animal.	3 meses	USD 700
Implementar una campaña de referidos, sorteos y concursos en redes sociales.	3 meses	USD 600

Presupuesto de la estrategia: USD 3.100

Presupuesto total del plan de marketing

Tabla 21: Elaboración propia

Variable del Marketing Mix	Presupuesto
Producto	USD 4.300
Precio	USD 2.650
Plaza	USD 4.000
Promoción	USD 7.600
TOTAL	USD 18.550

Análisis del plan de marketing

Las estrategias propuestas permitirán posicionar a PLAY PAW BALL como una alternativa innovadora dentro del mercado pet-tech chileno. La diferenciación tecnológica, el precio de introducción, la distribución por canales digitales y establecimientos especializados, junto con las campañas de contenido y demostración, contribuirán a generar reconocimiento de marca, confianza e intención de compra. Además, el plan comunica el principal beneficio del producto: mejorar el bienestar emocional, la estimulación y el entretenimiento de los animales de compañía durante la ausencia de sus propietarios.

Presentación de Estrategias de Marketing

1. Diseño del empaque sostenible de PLAY PAW BALL

Ilustración 8: Elaboración propia



Debe mostrar:

- El producto dentro de una caja moderna.
- Logo de PLAY PAW BALL.
- Colores azul, verde y blanco.
- Beneficios principales: movimiento autónomo, dispensador de premios, conexión móvil y estimulación cognitiva.
- Mensaje: **“Tecnología que juega, estimula y acompaña”**.
- Símbolos de empaque reciclable y producto seguro para animales de compañía.

La propuesta de empaque busca transmitir innovación, seguridad y compromiso con el bienestar animal. Su diseño destacará las funciones tecnológicas del producto y utilizará materiales reciclables para responder a las preferencias de consumidores interesados en alternativas sostenibles.

2. Publicación para Instagram de lanzamiento

Ilustración 9: Elaboración propia

Figura 2. Publicación para Instagram de lanzamiento



Texto principal del arte:

¡Llegó una nueva forma de acompañarlo!

PLAY PAW BALL mantiene a tu perro activo, entretenido y estimulado mientras estás fuera de casa.

Debe incluir:

- Imagen del perro jugando con la pelota.
- Aplicación móvil.
- Íconos de movimiento, sonido y premios.
- Llamado a la acción: “**Conoce más**”.
- Hashtags: #PlayPawBall #BienestarAnimal #PetTechChile

Descripción:

El post de lanzamiento será utilizado en Instagram y Facebook para presentar el producto al consumidor chileno. La pieza comunicará de manera visual sus principales funcionalidades y beneficios emocionales.

3. Diseño de promoción de lanzamiento

Ilustración 10: Elaboración propia



Texto sugerido:

Precio especial de lanzamiento

PLAY PAW BALL

CLP 79.990

Envío gratuito durante el primer mes.

El arte debe incluir el producto, precio psicológico, duración de la promoción y botón de compra.

Descripción:

Esta pieza promocional permitirá comunicar el precio introductorio y motivar la prueba del producto durante los primeros meses de comercialización.

4. Publicación del paquete estándar y premium

Ilustración 11: Elaboración propia

Figura 4. Publicación del paquete estándar y premium

PAQUETE ESTÁNDAR	PAQUETE PREMIUM
	
- PLAY PAW BALL - Cable de carga USB - Manual digital - Garantía 6 meses	- PLAY PAW BALL - Protector intercambiable - Depósito adicional para premios - Acceso a funciones premium en app - Garantía 12 meses
CLP 79.990	CLP 99.990

ELIGE LA OPCIÓN QUE MEJOR SE ADAPTE A TU MEJOR AMIGO 

Debe presentar dos opciones:

Paquete Estándar

- PLAY PAW BALL.
- Cable de carga.
- Manual digital.
- Garantía.

Paquete Premium

- PLAY PAW BALL.
- Protector intercambiable.
- Depósito adicional para premios.

- Acceso a funciones premium de la aplicación.
- Garantía ampliada.

Descripción:

La comparación entre paquetes permitirá al consumidor seleccionar la alternativa que mejor se adapte a sus necesidades y disposición de pago.

5. Diseño para marketplace y tienda online

Ilustración 12: Elaboración propia



Debe parecer una publicación de e-commerce e incluir:

- Fotografías del producto.
- Precio.
- Calificación de cinco estrellas.
- Beneficios.
- Botón “Agregar al carrito”.
- Información de envío y garantía.

Descripción:

El diseño simulará la presentación de PLAY PAW BALL dentro de una tienda online o marketplace chileno, facilitando la visualización del proceso de compra digital.

6. Material para pet shops y veterinarias

Ilustración 13: Elaboración propia



Puede ser un exhibidor, afiche o catálogo comercial con el mensaje:

Más entretenimiento, menos aburrimiento.

Descubre PLAY PAW BALL, el juguete inteligente para el bienestar emocional de tu perro.

Descripción:

El material será utilizado en pet shops, clínicas veterinarias y establecimientos especializados para comunicar las ventajas del producto y apoyar la venta presencial.

7. Campaña con microinfluencers

El arte puede simular una publicación realizada por un petfluencer:

“Hoy probamos PLAY PAW BALL y no hemos parado de jugar. Se mueve sola, entrega premios y ayuda a mantenernos activos.”

Debe aparecer el creador o la mascota utilizando el producto y la indicación “Colaboración pagada con PLAY PAW BALL”.

Descripción de los micro-influencers

Ilustración 14: Elaboración propia

FIGURA 7. CAMPAÑA CON MICROINFLUENCERS

tilin_dachshund 
Santiago, Chile

Hoy probamos **PLAY PAW BALL** y no hemos parado de jugar.

-  Se mueve sola
-  Entrega premios
-  Ayuda a mantenernos activos y felices

COLABORACIÓN PAGADA CON PLAY PAW BALL

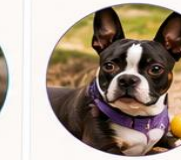
1.452 Me gusta
tilin_dachshund Mi juguete favorito del momento 🐾🐾❤️
Gracias @playpawball.cl por pensar en nuestro bienestar.
#PlayPawBall #PetTechChile #BienestarAnimal

PLAY PAW BALL
Tecnología que juega, estimula y acompaña.

-  Movimiento autónomo
-  Dispensador de premios
-  Luces LED y sonidos suaves
-  Conexión con app

Más entretenimiento, menos aburrimiento. Más bienestar para ellos. 

MICROINFLUENCERS CHILENOS SELECCIONADOS para la campaña de PLAY PAW BALL 

1 Tilin Dachshund @tilin_dachshund  +22.000 seguidores aprox. Dachshund chileno que comparte su estilo de vida y travesuras. Contenido cercano, tierno y familiar.  Acción propuesta: Reel de Tilin descubriendo el movimiento automático y el dispensador de premios. 	2 Mía la Pug @mia.la.pug  +15.000 seguidores aprox. Pug chilena que comparte su día a día, juegos y aventuras. Ideal para mostrar el producto en el hogar.  Acción propuesta: Historias mostrando cómo PLAY PAW BALL mantiene entretenida a Mía cuando su tutora realiza otras actividades. 	3 Canela @lasaventurasdecanela  +12.000 seguidores aprox. Mestiza de La Serena que inspira con sus paseos y energía. Aporta diversidad y conexión con distintos tutores.  Acción propuesta: Video testimonial sobre estimulación, juego y adaptación inicial al producto. 	4 Otto @otto_bulterrieringles  +10.000 seguidores aprox. Bul terrier de Santiago amante de las pelotas y paseos. Perfecto para demostrar la resistencia y movimiento del juguete.  Acción propuesta: Reel de prueba del producto, destacando resistencia, autonomía y actividad física. 	5 Perry @perrylaboston  +9.000 seguidores aprox. Boston terrier y perro de terapia. Contenido enfocado en vínculo, bienestar y apoyo emocional.  Acción propuesta: Publicación educativa sobre entretenimiento, estimulación cognitiva y bienestar emocional. 
--	--	--	--	--

¿POR QUÉ PLAY PAW BALL?

-  Estimulación mental
-  Reduce ansiedad y estrés
-  Mayor actividad física
-  Compañía cuando estás fuera de casa

BIENESTAR EMOCIONAL Y ENTRETENIMIENTO

PLAY PAW BALL, más que un juguete: es bienestar, compañía y felicidad. 

Para el proyecto conviene seleccionar cuentas chilenas relacionadas con perros, bienestar animal y estilo de vida pet friendly. Las cifras de seguidores deben verificarse nuevamente antes de presentar el trabajo, porque pueden cambiar.

1. Tilín Dachshund — @tilin_dachshund

Petfluencer chileno de raza dachshund, vinculado con contenido de estilo de vida, vestimenta y convivencia con sus tutores. Una fuente especializada lo identificó con más de 22.000 seguidores y experiencia como embajador de una marca de alimentación animal. Su perfil sería apropiado para mostrar el funcionamiento cotidiano de PLAY PAW BALL.

Acción propuesta: Reel de Tilín descubriendo el movimiento automático y el dispensador de premios.

2. Mía la Pug — @mia.la.pug

Cuenta chilena enfocada en una perrita pug que aparece en parques, espacios del hogar y publicaciones con diferentes accesorios. Su contenido cercano y familiar permitiría mostrar el producto dentro de una vivienda y conectar con tutores de perros pequeños.

Acción propuesta: Historias mostrando cómo PLAY PAW BALL mantiene entretenida a Mía cuando su tutora realiza otras actividades.

3. Canela — @lasaventurasdecanela

Petfluencer mestiza ubicada en La Serena. Su perfil aporta diversidad y permite demostrar que el producto puede utilizarse con perros sin distinción de raza.

Acción propuesta: Video testimonial sobre estimulación, juego y adaptación inicial al producto.

4. Otto — @otto_bullterrieringles

Cuenta de un bull terrier residente en Santiago, cuyo contenido incluye caminatas, paseos y juegos con pelotas. Esta característica lo convierte en un perfil adecuado para demostrar la resistencia y el movimiento del juguete.

Acción propuesta: Reel de prueba del producto, destacando resistencia, autonomía y actividad física.

5. Perry — @perrylaboston

Perrita boston terrier que también ha participado como perro de terapia. Su perfil puede relacionarse con la comunicación sobre vínculo emocional, bienestar y acompañamiento animal.

Acción propuesta: Publicación educativa sobre entretenimiento, estimulación cognitiva y bienestar emocional.

Presentación de las estrategias de marketing

Con el propósito de representar visualmente las acciones propuestas dentro del plan de marketing, se desarrollarán diferentes piezas gráficas para redes sociales, empaque, promociones, canales de venta y colaboraciones con microinfluencers. Estos diseños permitirán comunicar de manera clara la propuesta de valor de PLAY PAW BALL y mostrar cómo se ejecutarán las estrategias de producto, precio, plaza y promoción en el mercado chileno.

Análisis final

Las piezas visuales mantendrán una identidad uniforme y comunicarán innovación, cercanía y bienestar animal. Asimismo, la colaboración con microinfluencers chilenos permitirá presentar el producto en situaciones reales de uso, generar confianza entre los propietarios de perros y fortalecer el reconocimiento de PLAY PAW BALL dentro de la comunidad pet friendly

Evaluación Financiera

Inversión Inicial

Tabla 22: Elaboración propia

INVERSIÓN INICIAL					
1. ACTIVOS FIJOS					
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil (años)	Depreciación Anual
Maquinaria y Equipo de Producción	1	\$4.000	\$4.000	5	\$800
Equipo de acondicionamiento, empaque y etiquetado	1	\$2.000	\$2.000	5	\$400
Herramientas electrónicas (Prueba tecnológica)	1	\$2.000	\$2.000	5	\$400
Muebles y Enseres	1	\$2.000	\$2.000	5	\$400
Equipo de Cómputo y Oficina	2	\$900	\$1.800	5	\$360
TOTAL ACTIVOS FIJOS			\$11.800		\$2.360
2. ACTIVOS DIFERIDOS (Preoperativos)					
Descripción		Costo Total		Período Amortización (años)	Amortización Anual
Gastos de Constitución de la Empresa		\$800		5	\$160
Estudio de Mercado Internacional		\$1.500		5	\$300
Certificaciones y Registros de Exportación (BASC, Fitosanitario, etc.)		\$2.300		5	\$460
Permisos y Licencias de Exportación		\$700		5	\$140
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS		\$5.300			\$1.060

3. CAPITAL DE TRABAJO

Meses de Cobertura de Capital de Trabajo	2
Costos y Gastos Fijos Operativos Mensuales (Año 1)	\$4.447
CAPITAL DE TRABAJO REQUERIDO	\$8.894

TOTAL INVERSIÓN INICIAL	\$25.994
--------------------------------	-----------------

Costos

Tabla 23: Elaboración propia

COSTOS					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1. COSTOS VARIABLES DE PRODUCCIÓN — Costo Unitario					
Materia Prima Directa	\$94,00	\$97	\$100	\$103	\$106
Mano de Obra Directa	\$0,024	\$0	\$0	\$0	\$0
Insumos y Materiales Indirectos	\$0,02	\$0,02	\$0,02	\$0,02	\$0,02
Envases y Empaques	\$0,01	\$0,01	\$0,01	\$0,01	\$0,01
Subtotal Costo Variable Unitario — Producción	\$94,054	\$96,88	\$99,78	\$102,78	\$105,86
2. COSTOS VARIABLES DE EXPORTACIÓN — Costo Unitario					
Flete Internacional		-	-	-	-
Seguro Internacional		-	-	-	-
Empaque Especial de Exportación	\$0,018	\$0,019	\$0,019	\$0,020	\$0,020
Trámites Aduaneros y Agente Afianzado	\$0,015	\$0,015	\$0,016	\$0,016	\$0,017
Aranceles en País de Destino	-	-	-	-	-
Subtotal Costo Variable Unitario — Exportación	\$0,03	\$0,03	\$0,04	\$0,04	\$0,04
COSTO VARIABLE UNITARIO TOTAL (Producción + Exportación)	\$94,09	\$96,91	\$99,82	\$102,81	\$105,90
3. COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN (Anuales)					
Mano de Obra Indirecta	\$12.000	\$12.360	\$12.731	\$13.113	\$13.506
Arriendo de Planta	-	-	-	-	-
Mantenimiento de Equipos	\$800	\$824	\$849	\$874	\$900
Servicios Básicos de Planta	\$40,91	\$42	\$43	\$45	\$46
Depreciación de Activos Fijos de Producción	\$2.360	\$2.360	\$2.360	\$2.360	\$2.360
Subtotal Costos Fijos de Producción	\$15.201	\$15.586	\$15.983	\$16.392	\$16.813

Presupuesto de Ventas

Tabla 24: Elaboración propia

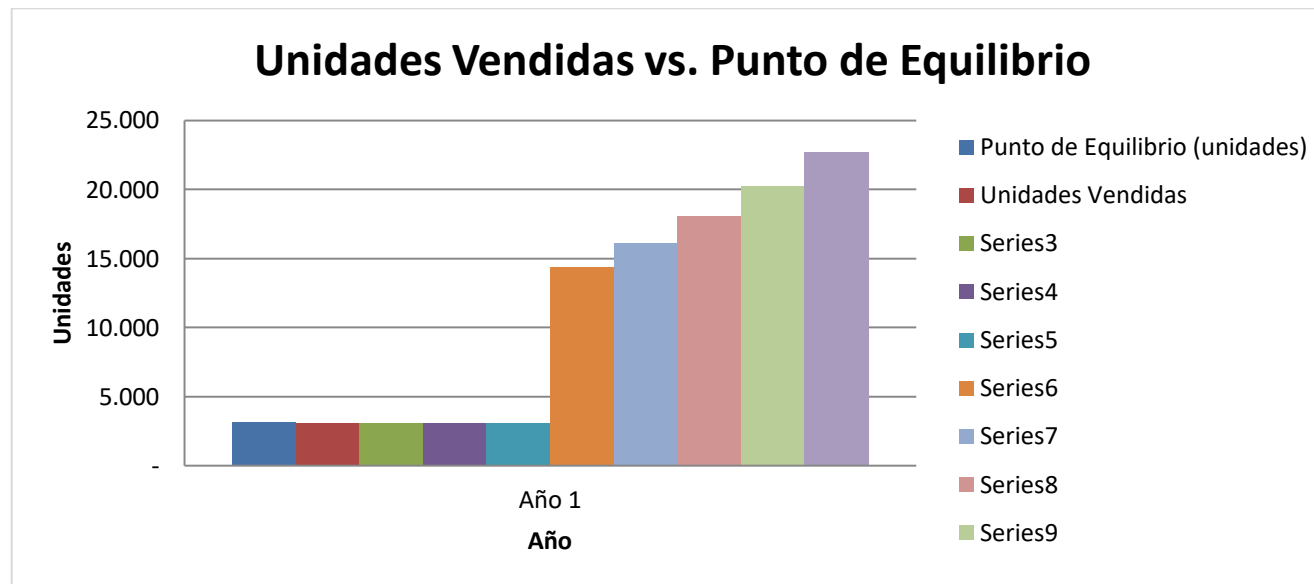
PRESUPUESTO DE VENTAS					
1. PRECIO DE VENTA UNITARIO — FOB (US\$)					
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producto de Exportación 1	\$115	\$118	\$122	\$126	\$129
Producto de Exportación 2 (opcional)	-	-	-	-	-
Producto de Exportación 3 (opcional)	-	-	-	-	-
2. UNIDADES VENDIDAS (Exportadas)					
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producto de Exportación 1	14.400	16.128	18.063	20.231	22.659
Producto de Exportación 2 (opcional)	-	-	-	-	-
Producto de Exportación 3 (opcional)	-	-	-	-	-
TOTAL UNIDADES VENDIDAS	14.400	16.128	18.063	20.231	22.659
3. VENTAS TOTALES (US\$)					
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producto de Exportación 1	\$1.656.000	\$1.910.362	\$2.203.793	\$2.542.296	\$2.932.792
Producto de Exportación 2 (opcional)	-	-	-	-	-
Producto de Exportación 3 (opcional)	-	-	-	-	-
TOTAL VENTAS	\$1.656.000	\$1.910.362	\$2.203.793	\$2.542.296	\$2.932.792

Punto de Equilibrio

Tabla 25: Elaboración propia

PUNTO DE EQUILIBRIO					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio de Venta Unitario Promedio	\$115	\$118	\$122	\$126	\$129
Costo Variable Unitario (Producción + Exportación)	\$94	\$97	\$100	\$103	\$106
% Comisión sobre Ventas	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%
Comisión Variable Unitaria	\$3	\$4	\$4	\$4	\$4
COSTO VARIABLE UNITARIO TOTAL	\$98	\$100	\$103	\$107	\$110
Margen de Contribución Unitario	\$17	\$18	\$19	\$19	\$20
% Margen de Contribución	15,2%	15,2%	15,2%	15,2%	15,2%
Costos Fijos Totales (Producción + Admin. + Ventas Fijos + Financieros)	\$54.865	\$56.064	\$57.307	\$58.597	\$59.934
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	3.142	3.117	3.093	3.071	3.049
PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES	\$361.308	\$369.200	\$377.388	\$385.880	\$394.687
Unidades Vendidas Presupuestadas	14.400	16.128	18.063	20.231	22.659
Margen de Seguridad (Unidades)	11.258	13.011	14.970	17.160	19.609
% Margen de Seguridad	78,2%	80,7%	82,9%	84,8%	86,5%

Ilustración 15: Elaboración propia

**Análisis**

El punto de equilibrio disminuye ligeramente de aproximadamente 3.142 unidades en el primer año a 3.049 unidades en el quinto año. Durante todo el periodo, las ventas proyectadas se encuentran ampliamente por encima del punto de equilibrio, generando un margen de seguridad que aumenta del 78,2 % al 86,5 %, lo que evidencia una capacidad favorable para cubrir los costos del proyecto.

Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla 26: Elaboración propia

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Netas	\$1.656.000	\$1.910.362	\$2.203.793	\$2.542.296	\$2.932.792
(-) Costo de Ventas	\$1.370.054	\$1.578.544	\$1.819.011	\$2.096.365	\$2.416.270
UTILIDAD BRUTA	\$285.946	\$331.817	\$384.782	\$445.930	\$516.522
(-) Gastos Administrativos	\$29.665	\$30.523	\$31.407	\$32.317	\$33.255
(-) Gastos de Venta (Fijos + Comisión)	\$8.500	\$8.755	\$75.131	\$85.557	\$97.551
UTILIDAD OPERATIVA (EBIT)	\$247.782	\$292.540	\$278.244	\$328.056	\$385.717
(-) Gastos Financieros	\$1.500	\$1.200	\$900	\$600	\$300
UTILIDAD ANTES DE PART. E IMPUESTOS	\$246.282	\$291.340	\$277.344	\$327.456	\$385.417
(-) 15% Participación Trabajadores	\$36.942	\$43.701	\$41.602	\$49.118	\$57.813
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$209.339	\$247.639	\$235.742	\$278.338	\$327.604
(-) Impuesto a la Renta	\$52.335	\$61.910	\$58.936	\$69.584	\$81.901
UTILIDAD NETA	\$157.005	\$185.729	\$176.807	\$208.753	\$245.703

Análisis

El proyecto genera utilidad neta positiva durante los cinco años analizados. Esta pasa de aproximadamente USD 157.005 en el primer año a USD 245.703 en el quinto año, evidenciando una capacidad creciente para generar beneficios, aunque en el tercer año se presenta una reducción temporal relacionada principalmente con el incremento de los gastos de venta.

Indicadores Financieros

Tabla 27: Elaboración propia

INDICADORES FINANCIEROS	
WACC (Tasa de Descuento)	9,8%
VAN (Valor Actual Neto)	\$635.923
TIR (Tasa Interna de Retorno)	725,4%
Período de Recuperación (Payback, en años)	0,14 años
Criterio de Decisión (VAN)	Proyecto VIABLE (VAN > 0)
Criterio de Decisión (TIR vs. WACC)	Proyecto VIABLE (TIR > WACC)

Analisis de VAN, TIR, WACC, PAYBACK

VAN

El proyecto presenta un VAN positivo de USD 16.497, lo que indica que, después de recuperar la inversión inicial y considerar el valor del dinero en el tiempo mediante una tasa de descuento del 9,8 %, se genera valor adicional. Por lo tanto, de acuerdo con este indicador, el proyecto es financieramente viable..

TIR

La TIR alcanza el 29,1 %, valor superior al WACC del 9,8 %. Esto demuestra que la rentabilidad estimada del proyecto supera el rendimiento mínimo requerido, generando un margen favorable para los inversionistas. En consecuencia, este indicador respalda la aceptación y ejecución del proyecto.

WACC

El WACC obtenido es de 9,8 %, porcentaje que representa la rentabilidad mínima que debe generar el proyecto para cubrir el costo de los recursos utilizados en su financiamiento. Este valor sirve como referencia para evaluar la viabilidad de la inversión y comparar posteriormente la rentabilidad obtenida mediante la TIR.

PAYBACK

El período de recuperación de la inversión es de 3,09 años, lo que significa que el capital inicialmente invertido se recuperará aproximadamente durante el cuarto año de operación. Considerando que la evaluación financiera contempla un horizonte de cinco años, el proyecto logra recuperar la inversión dentro del periodo analizado.

Conclusiones

- El desarrollo del presente plan de exportación permitió identificar que Chile constituye un mercado favorable para la internacionalización de PLAY PAW BALL, gracias al crecimiento del sector pet, la valoración del bienestar animal y la apertura hacia productos tecnológicos innovadores.
- La investigación confirmó una necesidad creciente de soluciones que mejoren el bienestar físico y emocional de las mascotas cuando permanecen solas. PLAY PAW BALL integra entretenimiento, estimulación cognitiva y tecnología, ofreciendo una alternativa diferenciada frente a los juguetes convencionales.
- Los estudios de mercado, la validación del prototipo y el análisis estratégico evidenciaron potencial de aceptación dentro del segmento pet friendly, fortaleciendo la propuesta de valor y las oportunidades comerciales para su posicionamiento internacional.
- Además, el análisis financiero mostró un VAN positivo, una TIR superior al costo de capital y una recuperación progresiva desde el tercer año, respaldando la viabilidad del proyecto.

Recomendaciones

- Se recomienda realizar una prueba piloto en Chile antes del lanzamiento comercial para recoger retroalimentación y optimizar funcionalidades, resistencia y experiencia de uso.
- Resulta conveniente establecer alianzas con clínicas veterinarias, pet shops, entrenadores caninos e influencers especializados para fortalecer la confianza del consumidor y el posicionamiento inicial.
- Mantener un proceso continuo de innovación tecnológica permitirá incorporar mejoras funcionales y conservar la competitividad futura.
- Posteriormente podrá evaluarse la expansión hacia otros mercados latinoamericanos con características similares para impulsar el crecimiento.

Bibliografía

- Asamblea Nacional del Ecuador. (2017). *Código Orgánico del Ambiente*. Banco Mundial. (2024). *Perspectivas económicas mundiales*.
- Euromonitor International. (2024). *Pet Care in Latin America*.
- Gmeiner, A., & Gschwandtner, A. (2025). *Consumer trends in pet technology and animal welfare*.
- Gradidge, M., et al. (2024). *Pet separation anxiety and owner behavior: Emerging trends in companion animal welfare*.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley.
- NielsenIQ. (2024). *Global Sustainability Consumer Report*.
- Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). (2024). *Gestión sostenible de residuos electrónicos*.
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE). (2024). *Normativa para importaciones y control aduanero*.
- Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo [SUBDERE]. (2022). *Primer estudio de población animal en Chile revela que hay 12 millones de perros y gatos con dueños y 4 millones sin supervisión | Subdere*.
<https://www.subdere.cl/sala-de-prensa/primer->