

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**



**TRABAJO DE GRADO DE ESPECIALIZACIÓN EN: DESARROLLO DE MODELOS DE NEGOCIOS DIGITALES**

**TEMA:**

**DESARROLLO DE PROPUESTA DE MODELO DE NEGOCIO DIGITAL:**

**THE CUATE PETS**

**PRESENTADO POR GRUPO:**

FLORES RODRÍGUEZ, ULISES ALBERTO L10804

RECINOS GANUZA, SILVIA VANESSA L10804

RODRÍGUEZ HERNÁNDEZ, FÁTIMA MARIBEL L10804

**JULIO, 2022**

**SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA.**

## **AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**RECTOR:** MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO  
**VICERECTOR ACADEMICO** DR. RAÚL ERNESTO AZCUNAGA LÓPEZ  
**SECRETARIO GENERAL:** MSC. FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL

## **FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**DECANO:** MSC. NIXON ROGELIO HERNÁNDEZ VÁSQUEZ  
**SECRETARIA:** LICDA. VILMA MARISOL MEJÍA TRUJILLO  
**COORDINADOR GENERAL**  
**DE PROCESO DE GRADUACIÓN:** MSC. MAURICIO ERNESTO MAGAÑA MENÉNDEZ

## **ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL**

**COORDINADOR DE ESCUELA:** LIC. MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA PINEDA  
**COORDINADORA DE PROCESO**  
**DE GRADUACIÓN:** LICDA. MARTA JULIA MARTÍNEZ BORJAS  
**DOCENTE ASESOR:** MSC. EDWIN IVÁN PASTORE CHÁVEZ  
**TRIBUNAL EVALUADOR:** MSC. EDWIN IVÁN PASTORE CHÁVEZ  
LIC. JAVIER AMILCAR SALAMANCA RIVAS  
MSC. JUAN JOSÉ CANTÓN GONZÁLEZ

**JULIO, 2022**

**SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA.**

## **AGRADECIMIENTOS**

En primer lugar, quiero agradecer a Dios, quien me guío paso a paso en esta etapa de mi vida para poder culminarlo con éxito. También quiero agradecer a mi padre el Ing. Carlos Flores por brindarme todos los recursos y herramientas que fueron necesarios para llegar hasta aquí, no hubiese podido arribar a estos resultados de no haber sido por su incondicional ayuda. Por último, quiero agradecer a todos mis compañeros y a mi familia en general, por apoyarme aun cuando mis ánimos decaían. En especial, quiero hacer mención de mi abuela Lidia Flores, que siempre estuvo ahí para darme palabras de apoyo y amor incondicional.

*Ulises Alberto Flores Rodriguez*

Agradezco principalmente a Dios por permitirme seguir culminando uno más de mis objetivos propuestos, y por darme la oportunidad de tener a mis seres queridos, quienes me han apoyado para verme llegar hasta aquí con éxito, quiénes me han acompañado en este largo camino y han sido precursores para que pueda cumplir mis metas. Gracias a mi madre, tía y abuelos, que me han brindado todos los recursos para poder culminar cada uno de mis proyectos; a mis hermanos y a mis amigos que han sido parte de todo el proceso. Así como a la familia Ayala, que ha sido un soporte en muchos aspectos de mi vida, incluyéndome como miembro de su hogar. A mis compañeros de tesis, gracias por trabajar en equipo y en comunicación para lograr esta meta juntos.

*Silvia Vanessa Recinos Ganuza*

Agradezco primeramente a Dios por permitirme culminar una parte importante de mi crecimiento como profesional, ha sido él quien me ha dado las fuerzas cuando todo parecía derrumbarse, una vez más me demuestra su amor y su gracia infinita hacia mí. Agradezco a mis padres Dinora y Salvador por sus esfuerzos, consejos e impulsarme a siempre luchar por mis sueños y metas, sabiendo que todo esfuerzo al final tendrá su recompensa. A Glenda por ser un pilar importante en mi vida, por animarme y nunca dejarme sola en ninguna circunstancia. A nuestro asesor Lic. Pastore, por compartir sus conocimientos y apoyarnos en la realización del proyecto. Y finalmente mi equipo de trabajo Silvia y Ulises, gracias por su apoyo y compromiso a lo largo de este gran año.

*Fátima Maribel Rodríguez Hernández.*

# Índice

RESUMEN EJECUTIVO	i
INTRODUCCIÓN	iii
1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.	1
1.1. Nombre del Negocio.	2
1.2. Integrantes.	2
1.3. Información general de la Institución Educativa.	2
2. MARCO ESTRATEGICO:	3
2.1. Descripción del negocio (demanda insatisfecha)	5
2.2. Descripción de los productos o servicios.	6
2.3. Estrategias a implementar	8
2.4. Ventaja competitiva	8
2.5. Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)	9
3. PLAN ORGANIZACIONAL.	10
3.1. Resumen de las Características Emprendedoras Personales del equipo (CEP's).	10
3.2. Estructura organizativa de la empresa.	10
3.3. Organización de gestión.	11
3.4. Proceso de Mercadeo y Ventas	12
3.5. Proceso administrativo	12
3.6. Proceso de producción.	12
3.7. Procesos de recursos humanos	12
3.8. Identificación y características de proveedores.	13
3.9. Distribución en planta.	13
3.10. Requerimientos generales de maquinaria y equipo	14
4. PLAN DE MERCADEO	14
4.1. Resultados de la investigación de mercado	14
4.2. Análisis de situación:	15
5. PLAN DE VENTAS	28
5.1. Ciclo de Ventas	29
5.2. Proyección de Ventas	30
6. PLAN FINANCIERO	33
6.1. Plan de Inversión.	33

6.2.	Estructura de costos	35
6.3.	Flujo de efectivo.	36
6.4.	Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio.	37
6.5.	Estado de Resultados Proyectado	38
7.	PLAN DE TRABAJO	39
8.	PLAN DE CONTINGENCIA	41
9.	BIBLIOGRAFIA	44
	ANEXOS.	iv
	ANEXO 1: Detalle de Costo de Empleados	iv
	ANEXO 2: Detalle de cálculos de costos fijos totales.	v
	ANEXO 3: Costo(s) Unitario(s)	vi
	ANEXO 4: Calculo del punto de equilibrio.	vii
	ANEXO 5: Fotografías relacionadas con el equipo emprendedor.	viii
	ANEXO 6: Cotizaciones del presupuesto	viii
	ANEXO 7: Artes Gráficas	x

## Índice de Tablas

Tabla 1.	Información general sobre el negocio	2
Tabla 2.	Información sobre los integrantes del equipo	2
Tabla 3.	Información general sobre la Institución Educativa	2
Tabla 4.	Valores importantes para The Cuate Pets	5
Tabla 5.	Análisis FODA del negocio	9
Tabla 6.	Características emprendedoras del equipo de trabajo	10
Tabla 7.	Organización de gestión de The Cuate Pets	11
Tabla 8.	Características de los proveedores de The Cuate Pets	13
Tabla 9.	Información sobre el equipo de The Cuate Pets	14
Tabla 10.	Análisis de 5 Fuerzas de Michael Porter	14
Tabla 11.	Análisis de la competencia de The Cuate Pets.	16
Tabla 12.	Variedad de productos con los que cuenta The Cuate Pets	17
Tabla 13.	Clientes de los productos de The Cuate Pets	17
Tabla 14.	Buyer Persona para la tienda en línea	18

Tabla 15. Ejecución y control de las estrategias de The Cuate Pets	27
Tabla 16. Equipo de ventas de The Cuate Pets	28
Tabla 17. Ciclo de ventas de la tienda en línea	29
Tabla 18. Proyecciones de ventas en unidades para el primer año de operaciones	30
Tabla 19. Proyecciones de ventas en dólares para el primer año de operaciones	31
Tabla 20. Proyecciones de ventas en unidades a partir del segundo año del negocio	31
Tabla 21. Proyecciones de ventas en dólares a partir del segundo año del negocio	32
Tabla 22. Inversión inicial de The Cuate Pets	33
Tabla 23. Plan de inversión capital de trabajo	34
Tabla 24. Total de inversión	34
Tabla 25. Costos variables unitarios	35
Tabla 26. Costos totales anual de The Cuate Pets	35
Tabla 27. Flujo de Caja Proyectado	36
Tabla 28. Análisis de rentabilidad	37
Tabla 29. Punto de Equilibrio en unidades y montos	37
Tabla 30. Estado de Pérdidas y Ganancias	38
Tabla 31. Actividades de trabajo en The Cuate Pets	39
Tabla 32. Cálculo de costo del personal	iv
Tabla 33. Prestaciones legales para cada empleado	iv
Tabla 34. Total de aporte para cada empleado	iv
Tabla 35. Costos fijos del negocio	v
Tabla 36. Detalle de costos por productos	vi
Tabla 37. Detalle de costos por productos	vi
Tabla 38. Detalle de costos por productos	vi
Tabla 39. Cálculo del Punto de Equilibrio	vii

### **Índice de Figuras**

Figura 1. Organigrama de The Cuate Pets	10
Figura 2. Distribución en planta de The Cuate Pets	13
Figura 3. Variedad de productos para mascotas	21
Figura 4. Empaque ecológico para entrega de productos	21
Figura 5. Los mejores precios en todos los productos	22

Figura 6. Delivery en Santa Tecla	22
Figura 7. Sitio Web oficial The Cuate Pets	23
Figura 8: Post para redes sociales de la tienda	23
Figura 9. Promociones y descuentos en fechas especiales	24
Figura 10. Promociones y descuentos en diversos productos de la tienda	24
Figura 11. Logo de The Cuate Pets	25
Figura 12. Logos de los proveedores de productos para The Cuate Pets	25
Figura 13. Fotografía grupal de reunión para desarrollo del trabajo	viii
Figura 14. Cotizaciones Pet Life.	viii
Figura 15. Cotizaciones proveedores.	ix
Figura 16. Catálogo de productos Comercial.	ix
Figura 17. Post para redes sociales	x
Figura 18. Post para redes sociales The Cuate Pets	xi

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El plan de negocio de The Cuate Pets pretende presentar la viabilidad y rentabilidad de emprender en el mercado de mascotas desarrollando estrategias de marketing y ventas de la mano de herramientas digitales para un óptimo alcance y un control general del rendimiento de campañas.

La descripción contiene a detalle el giro de la empresa, del producto y de los canales a distribuir el contenido para llegar a los potenciales clientes del mercado objetivo. Se presenta el marco estratégico, entre los que se menciona la misión, visión, objetivos, metas, valores y principios que darán la base de negocio.

El plan detalla el mercado a satisfacer necesidades latentes, la descripción de los productos y servicios a ofrecer y el proceso para dar a conocer la marca a través de plataformas digitales y mantener un control en las diferentes herramientas que estás poseen, como, de igual forma, hacer llegar de la manera más grata al consumidor.

Se han utilizado métodos de análisis de la situación para identificar los distintos indicadores que afectan al negocio, empezando con el análisis FODA para conocer las variables internas como externas y detallando a la competencia y los factores de riesgo competitivo.

El plan organizacional muestra las características emprendedoras del equipo y las fortalezas como integrantes desarrolladores del proyecto, los roles a desenvolver y los puestos a contratar a largo plazo, bajo el supuesto de una puesta en marcha exitosa del



negocio; así como la toma de decisiones con respecto a la lista de proveedores de inversión inicial del negocio.

Para el plan de mercadeo, mediante las herramientas de análisis FODA las cinco fuerzas de M. Porter para conocer cómo se desarrolla la competencia, proveedores, clientes y de esta forma mejorar la toma de decisiones en cuanto a estrategias contraofensivas.

El proyecto evalúa el segmento meta que mejor se adapta al producto a través de un Buyer Persona, detallando el perfil del consumidor o cliente, los objetivos y estrategias del mix de marketing correspondiente a su ejecución y control para cada actividad que se llevará a cabo en el ciclo de ventas del negocio.

El plan de negocio desarrolla una proyección de ventas sin datos históricos, tomando la demanda potencial de herramientas digitales, con un margen del 5 % del mercado objetivo, bajo el supuesto de la venta completa de mercadería a adquirir, estableciendo los precios de venta a través de costos totales unitarios de los productos y un margen de utilidad del 50%.

Así mismo se detallan la inversión inicial y los costos y gastos a incurrir, el estado de resultado de operación del primer año y el rendimiento de lo invertido mostrando un retorno de la inversión para un año después de la puesta en marcha y un valor positivo en la VAN y la TIR, concluyendo el plan de negocio digital The Cuate Pets, en el mercado objetivo es rentable.

## INTRODUCCIÓN

La actividad comercial de las empresas implica un cambio permanente y constante a través del tiempo, en su defecto conduce a la adopción de nuevas tecnologías de información y comunicación que contribuyen a la transformación digital de actividades empresariales.

El diseño de modelo de negocio busca mostrar los resultados de emplear una tienda en línea dentro del municipio de Santa Tecla, haciendo uso de los diferentes instrumentos digitales necesarios para su puesta en marcha, dando pie a análisis del entorno de la tienda que contribuye a identificar oportunidad dentro del mercado que posee The Cuate Pets en la zona, dando directrices de diseño y elaboración de estrategias a desarrollarse.

Las estrategias se plantearon de acuerdo a las debilidades y oportunidades encontradas a partir de la investigación que se realizó en torno al mercado de mascotas, desarrollándose todas las actividades encaminadas a posicionar The Cuate Pets en el ámbito digital, se describen las acciones enfocadas a introducirse y mantener un posicionamiento de la tienda de artículos para mascotas The Cuate Pets, estableciendo así las plataformas digitales que mejor le favorecen a la tienda en línea , monitoreadas en todo momento por las KPIs, dando a conocer la efectividad de las estrategias y por consiguiente, un impacto positivo para la tienda.

Asimismo, mostrando todas las proyecciones financieras del negocio anualmente y como estas tendrá un crecimiento positivo para The Cuate Pets, de igual forma se tomará en cuenta todos los posibles escenarios que podrían afectar al negocio en un futuro, para lo cual se podrá en marcha el plan de contingencia de ser necesario.

## **1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.**

The Cuate Pets es una tienda de mascotas encargada de comercializar bienes especializados para ellos, con el objetivo de proporcionar los implementos necesarios para el cuidado de animales domésticos (perros y gatos), cuenta con un sitio web y redes sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp Business, YouTube y TikTok) para acceder de manera oportuna a la diversidad de público que tiene en su hogar animales de compañía, y a su vez buscan calidad, durabilidad y accesibilidad en los productos adquiridos. Estas herramientas digitales se utilizan no solo para la comercialización de productos, sino también para brindar consejos a la población sobre los cuidados que deben tener hacia sus mascotas, importancia de una buena alimentación, visitas médicas para el control de vacunas y medicamentos, beneficios de la esterilización, entre otros temas de interés.

Entre los artículos que se pueden encontrar en The Cuate Pets están: alimentos, juguetes, correas, collares, arnés, camas, ropa, entre otros.

Además, como parte de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), la tienda está comprometida con mejorar la calidad de vida de los animales que se encuentran desamparados en las calles, siendo una voz e incentivando a los ciudadanos a realizar adopciones de perros y gatos, logrando evitar de manera proporcional la propagación de infecciones y enfermedades que ellos ocasionan al tratar de buscar la subsistencia en la sociedad.

### 1.1. Nombre del Negocio.

Tabla 1.  
Información general sobre el negocio

<b>Nombre comercial:</b>	The Cuate Pets
<b>Nombre del representante de la empresa:</b>	Ulises Alberto Flores Rodriguez
<b>Razón social:</b>	The Cuate Pets S.A de C.V
<b>Giro del negocio:</b>	Comercialización de productos para perros y gatos
<b>Dirección del negocio,</b>	Col. Scandia, calle Finlandia #4, Ayutuxtepeque. San Salvador

Fuente: Autoría propia

### 1.2. Integrantes.

Tabla 2.  
Información sobre los integrantes del equipo

Nombre Completo	Sexo	Teléfono	E-mail	Especialidad
Flores Rodriguez, Ulises Alberto	M	7839-2866	fr14037@ues.edu.sv	Mercadeo Internacional
Recinos Ganuza, Silvia Vanessa	F	7951-1899	rg14028@ues.edu.sv	Mercadeo Internacional
Rodríguez Hernández, Fátima Maribel	F	7764-4552	rh14049@ues.edu.sv	Mercadeo Internacional

Fuente: Autoría propia

### 1.3. Información general de la Institución Educativa.

Tabla 3.  
Información general sobre la Institución Educativa

<b>Nombre de la Institución:</b>	Universidad de El Salvador
<b>Especialidad:</b>	Licenciatura en Mercadeo Internacional
<b>Municipio:</b>	San Salvador
<b>Departamento:</b>	San Salvador

Fuente: Autoría propia

## **2. MARCO ESTRATEGICO:**

- **MISIÓN:**

Ofertar una amplia gama de productos para mascotas, supliendo las necesidades básicas en el cuidado y trato de los amigos de compañías, brindado precios accesibles para el bolsillo de todo dueño de mascota.

- **VISIÓN:**

Seremos líderes en la comercialización en línea de productos para mascotas, con proyección nacional, basados en normas de calidad y a través de productos innovadores que contribuirán a la nutrición y satisfarán las necesidades de sus mascotas.

- **OBJETIVOS:**

### **Objetivo General**

Desarrollar un sistema de negocios junto con estrategias de marketing digital para la comercialización de accesorios y alimento de animales domésticos en línea mediante acciones que permitan el crecimiento de la tienda en el mercado objetivo.

### **Objetivos Específicos**

- a. Plantear estrategias y tácticas de marketing digital que permitan penetrar en el mercado meta y fortalecer la imagen de marca.
- b. Definir una metodología competitiva en el mercado para la comercialización de accesorios y alimento para animales domésticos.
- c. Desarrollar actividades dinámicas en los medios digitales que fortalezca la relación con los clientes dueños de mascotas.

- d. Generar liquidez para la reinversión mediante el control de endeudamiento.
- e. Mejorar la experiencia de compra de los usuarios online.
- f. Diseñar un perfil del consumidor de propietarios de perros y gatos para la prospectación de planes estratégicos.

- **METAS:**

- a. Realizar estudios a la competencia una vez cada trimestre para mejorar la competitividad de la tienda en línea.
- b. Crear contenido gráfico y audiovisual para publicar en las redes sociales de la tienda, tres veces por semana y dar paso a una mayor vistosidad de la marca.
- c. Implementar una dinámica semanal a través de medios digitales para generar mayor acercamiento con el público objetivo.
- d. Elaborar presupuestos de compras y proyecciones de ventas de manera mensual para monitorear el progreso y las necesidades reales de la tienda.
- e. Estudiar las necesidades de los clientes en las compras en línea y basado en ello, priorizar la buena atención, el servicio práctico y la respuesta ágil a través de las redes sociales de la tienda.
- f. Realizar investigaciones de manera trimestral respecto a los estilos de vida, motivaciones, gustos y preferencias de los clientes para mejorar la toma de decisiones estratégicas.

- **VALORES:**

Tabla 4.  
Valores importantes para The Cuate Pets

a) Honestidad	b) Responsabilidad	c) Lealtad
d) Puntualidad	e) Emocionalidad	f) Perseverancia
g) Respeto	h) Transparencia	i) Eficacia

Fuente: Autoría propia

- **PRINCIPIOS:**

- Responsabilidad social con las mascotas abandonadas
- Calidad y responsabilidad con el servicio
- Desarrollo y bienestar del recurso humano
- Comunicación organizacional

### 2.1. Descripción del negocio (demanda insatisfecha)

En ocasiones, los dueños de mascotas no cuentan con el tiempo o espacio preciso para desplazarse a una tienda, supermercados y realizar las compras de productos o accesorios necesarios para los cuidados de sus mascotas. Lo anterior a causa de la cantidad de actividades que desarrollan de manera cotidiana como lo son: estudios, trabajo, quehaceres diarios, entre otros.

The Cuate Pets es una tienda virtual en la cual las personas podrán entrar, buscar los productos de preferencia en cualquier hora del día, revisar catálogos y seleccionar los artículos que más se ajusten a sus gustos o bolsillo desde la comodidad de su hogar, lugar de

estudio u oficina. Además, la tienda cuenta con entregas a domicilio para brindar un servicio más completo.

## **2.2. Descripción de los productos o servicios.**

The Cuate Pets cuenta con una variedad de productos para ofrecer al público y estos se dividen en cuatro categorías principales las cuales son:

- a. Accesorios:** Las personas pueden encontrar una variedad de artículos para sus mascotas, tales como: correas, collares, camas, platos, arnés, juguetes, entre otros.
- b. Alimentos:** Una buena alimentación en las mascotas, proporciona los nutrientes que necesitan para su crecimiento y desarrollo en cada etapa de la vida.

The Cuate Pets cuenta con tres clases de comida que son: Económico, Estándar y Premium. Estas poseen integradas una variedad de sabores, entre las que se encuentran: pollo, res, pescado, salmón, entre otros.

- c. Cuidado y belleza:** Es importante mantener el cuidado y aseo debido en las mascotas, y de esta manera evitar la propagación de virus y enfermedades que compliquen la salud de los animales y sus dueños. The Cuate Pets, cuenta con artículos de cuidados y belleza como son: shampoo, jabón de baño, cepillo de dientes, corta uñas, rodillos quita pelo, spray antipulgas, entre otros.
- d. Moda:** Variedad de opciones en estampados favoritos, diseños, colores, entre otros. Los dueños de mascotas tendrán a disposición artículos como lentes, pañuelos, chongas, camisetas de personajes animados favorito, entre otros.

Los productos son adquiridos al por mayor por comerciantes locales en El Salvador, se cuenta con variedad de tallas, colores, texturas, sabores entre otros, para brindarle a los



dueños de mascotas diversidad de opciones a elegir entre productos que más se acoplen a sus gustos y presupuesto.

Cabe destacar que cada categoría está dividida para perros y gatos, con la finalidad que los usuarios realicen la búsqueda de artículos de manera fácil y rápida, a su vez tengan una buena experiencia de compra en la misma.

### **Herramientas digitales utilizadas en la tienda en línea:**

La plataforma de Facebook permite segmentar de una manera más eficiente y tener un alcance más óptimo a los usuarios, y a través de las herramientas de medición y control, tomar mejores decisiones para el desarrollo de estrategias y su rendimiento, controlando el presupuesto asignado.

Instagram y TikTok, permite publicar diversidad de imágenes, historias y videos cortos con información educativa y de entretenimiento, con el objetivo de generar interacciones con la audiencia e involucrarse creando mayor acercamiento, teniendo como resultado la fidelidad del cliente.

De igual importancia se encuentra la aplicación de WhatsApp Business, la cual facilita la comunicación con los clientes para brindarle información específica y crear catálogo de los productos, así como agendar y organizar con etiquetas para un control más eficiente y óptimo.

Además, como parte de estrategia de contenido a través de plataformas digitales, el sitio web y contar con un canal de YouTube para crear material visual educativo sobre el uso

de productos, la adopción y el cuidado de mascotas, como temas relevantes con el objetivo de generar una audiencia en potencial crecimiento.

### **2.3. Estrategias a implementar**

- a) Realizar dinámicas en las redes sociales de la tienda en línea y que los dueños de mascotas puedan participar y familiarizarse con la marca, ganando premios o descuentos en sus próximas compras.
- b) Poseer un manejo adecuado de las inversiones y gastos que tiene la empresa, además de las necesidades que posee para evitar uso inadecuado de fondos y tener un control sobre los financiamientos obtenidos.
- c) Interactuar diariamente con los consumidores en las plataformas digitales, realizar publicaciones actualizadas y constante. A su vez, solventar todas las dudas que los usuarios tengan respecto a los productos y servicios.
- d) Creación de un Mapa de Interacción del Cliente, dando seguimiento al recorrido que las personas tienen en el sitio web y la recurrencia en el mismo.

### **2.4. Ventaja competitiva**

The Cuate Pets posee a disposición del público una diversidad de productos para mascotas entre alimentos y accesorios, los cuales pueden encontrarse a través del sitio web de la tienda y de sus redes sociales como Facebook, Instagram, WhatsApp Business, YouTube y TikTok; destacando que esta marca es la única dentro del rubro en el área de Santa Tecla en poseer cuentas en todas las redes sociales para la difusión de los productos, lo cual permite a los usuarios agilizar los procesos de compra que efectúan.

The Cuate Pets es una marca que se encuentra comprometida con labores de carácter social en beneficio de los animales, es por ello que en el sitio web de la tienda se encuentra un apartado en donde los clientes podrán visualizar fotografías e información de animales rescatados de la calle y que se encuentran en busca de un hogar donde poder vivir. Lo anterior, se realiza con la finalidad de evitar la propagación de perros y gatos callejeros, los cuales pueden llegar a contraer infecciones y enfermedades que afecten su salud y al ser humano en general.

## 2.5. Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)

Tabla 5.  
Análisis FODA del negocio

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
Variedad de productos para el cuidado y salud de las mascotas	Mayor audiencia objetivo a través de plataformas digitales	Desconocimiento del mercado	Desabastecimiento de productos para mascotas debido al cierre de fronteras
Se brinda una atención de calidad enfocada en el cliente	Mayor difusión y accesibilidad de la información a través de medios digitales	La tienda no cuenta con un establecimiento físico	Desconocimiento del uso de plataformas online
Diseño de tienda en línea receptivo, sencillo y con facilidad de navegación para el cliente	Acceso a nuevos nichos de mercado	Capacidad de cobertura de delivery limitada	Poco reconocimiento de la tienda en línea en el mercado
La tienda en línea contiene diferentes formas de pago que son contra entrega, transferencias bancarias y chivo wallet.	Evolución y avances de los medios tecnológicos y plataformas digitales.	Recursos económicos limitados	Exclusividad del mercado por parte de tiendas especializadas, hospitales para animales y veterinarios
Personal capacitado para el desarrollo y ejecución de la tienda en línea	Fortalecimiento y crecimiento del comercio y transacciones digitales a nivel mundial		Desinterés por adoptar animales abandonados de parte de la población salvadoreña
Acceso al sitio web las 24 horas del día para realizar compras	Aparición de sistemas de métricas estadísticas que permiten analizar diversidad de factores en plataformas digitales para la toma de decisiones.		Desconfianza por parte de dueños de mascotas al realizar compras en línea
			Poco interés por parte de algunos dueños de mascotas en el cuidado y salud de perros y gatos

Fuente: Autoría propia

### 3. PLAN ORGANIZACIONAL.

#### 3.1. Resumen de las Características Emprendedoras Personales del equipo (CEP's).

Tabla 6.  
Características emprendedoras del equipo de trabajo

Nº	NOMBRE DE LOS INTEGRANTES DEL EQUIPO	Búsqueda de Información	Creatividad	Toma de Decisiones	Toma de Riesgos	Motivación y Liderazgo	Redes de Apoyo	Planificación y Organización	Perseverancia	Cumplimiento de metas	Comunicación
1	Flores Rodríguez, Ulises Alberto	x	x	X	x	x	x	x	x	x	x
2	Recinos Ganuza, Silvia Vanessa	x	x	X	x	x	x	x	x	x	x
3	Rodríguez Hernández, Fátima Maribel	x	x	X	x	x	x	x	x	x	x

Fuente: Autoría propia

#### 3.2. Estructura organizativa de la empresa.



Figura 1. Organigrama de The Cuate Pets

Fuente: Autoría propia

### 3.3. Organización de gestión.

Tabla 7.  
Organización de gestión de The Cuate Pets

Área de gestión	Responsabilidades	Habilidades requeridas	Cantidad de personas	¿Quién lo hará?
Gerente General	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Organizar las actividades dentro de la empresa mediante objetivos y prioridades.</li> <li>-Evaluar y apoyar cada una de las áreas de la empresa.</li> <li>-Coordinar reuniones y actividades que ayuden a agilizar la comunicación interna.</li> <li>-Realizar entrevistas para la contratación de nuevo personal</li> <li>-Motivar y liderar a cada departamento dentro de la organización.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Manejo y gestión de personal.</li> <li>-Administración del tiempo de acuerdo con las metas.</li> <li>-Capacidad de planificar y negociar.</li> <li>-Administración sobre negocios.</li> <li>-Conocimientos en procesos administrativos y legales internos.</li> <li>-Manejo de plataformas y sistemas.</li> </ul>	1	Silvia Recinos
Mercadeo y Ventas	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Manejo de redes sociales</li> <li>-Búsqueda de clientes potenciales</li> <li>-Asesorar a los clientes sobre las características y beneficios de los productos</li> <li>-Elaboración de artes gráficas para las diversas plataformas digitales</li> <li>-Desarrollo de campañas de marketing.</li> <li>-Elaborar calendario de contenido a publicar en cada plataforma digital.</li> <li>-Brindar atención y servicio al cliente a través de las plataformas digitales de la tienda.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Capacidad de entablar relaciones a largo plazo con los clientes.</li> <li>-Excelente comunicación</li> <li>-Proactivo, dinámico y persuasivo.</li> <li>-Manejo de paquete Microsoft Office en un nivel avanzado.</li> <li>-Manejo del idioma inglés en un nivel intermedio-avanzado.</li> <li>-Edición de vídeos, creatividad, diseño, organización.</li> <li>-Manejo de programas de diseño como Adobe After Effects, Photoshop, Adobe Illustrator, etc.</li> <li>-Conocimiento en marketing de contenidos y técnicas de ventas.</li> </ul>	1	Ulises Flores
Logística	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Búsqueda de proveedores para los productos de la tienda en línea.</li> <li>-Actualización del inventario en bodega.</li> <li>-Gestión en el proceso de cotización y compra de productos según políticas y procedimientos establecidos.</li> <li>-Coordinar con delivery las entregas de productos en zonas solicitadas (despechar producto).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicación efectiva.</li> <li>- Ética e integridad.</li> <li>-Habilidades de negociación y comunicación.</li> <li>-Manejo de Microsoft Office en nivel intermedio</li> </ul>	1	Fátima Rodríguez
Finanzas	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Elaboración de presupuestos y proyecciones de venta.</li> <li>-Búsqueda de nuevas opciones de financiación para la tienda.</li> <li>-Manejo de caja chica.</li> <li>-Determinación de precio final de los productos.</li> <li>-Análisis de evolución de las ventas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Analítico con habilidades numéricas y de presentación de datos.</li> <li>-Manejo de Excel Intermedio-avanzado (formulas, tablas dinámicas, etc)</li> <li>-Experiencia en facturaciones.</li> </ul>	1	Fátima Rodríguez
Delivery	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Entrega de productos en zonas específicas de Santa Tecla.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Conocimiento del Reglamento de Tránsito.</li> <li>-Presentación personal adecuada.</li> <li>-Documentación vigente (Licencias de conducir y tarjeta de circulación)</li> <li>-Moto propia y en buen estado</li> </ul>	1	Por definir

Fuente: Autoría propia

**Nota:** El organigrama y las funciones pueden cambiar posterior al crecimiento del negocio y se establecerán expertos en cada área para su desarrollo.

### **3.4. Proceso de Mercadeo y Ventas**

La persona designada a esta área tiene entre sus funciones principales: creación de contenido gráfico artístico y audiovisual que se publicará en cada plataforma oficial de The Cuate Pets; elaboración de calendarización semanal y mensual de contenidos a publicar; monitorización del alcance de las publicaciones lanzadas a través de redes sociales; estudio de la competencia instalada en las plataformas digitales; generación de vínculos entre comunidades virtuales de público objetivo y la marca The Cuate Pets; lanzamiento de contenido publicitario a través de las redes sociales de la tienda, entre otros.

### **3.5. Proceso administrativo**

Esta área Administrativa se desarrollará con el Gerente General, quien es la persona encargada de dirigir y administrar las actividades principales del negocio, garantizando el bienestar de los colaboradores y que cada área se desarrollé según lo previsto.

### **3.6. Proceso de producción.**

The Cuate Pets, no realizará proceso de producción. Se cuenta con proveedores quienes proporcionarán los productos terminados a la tienda y posteriormente a los clientes potenciales. Entre los productos adquiridos se encuentran: alimento para mascotas, accesorios, productos de limpieza, entre otros.

### **3.7. Procesos de recursos humanos**

Por el momento no existe un área o departamento designado únicamente a Recursos Humanos. Cabe resaltar que, cuando los volúmenes de ventas crezcan y los procesos se

vuelvan más complejos se necesitará más personal y se establecerá un departamento dirigido únicamente a las labores de Recursos Humanos.

### 3.8. Identificación y características de proveedores.

Tabla 8.  
Características de los proveedores de The Cuate Pets

Nombre del proveedor	Producto/Servicio que provee	Teléfono	Dirección	Forma de pago	Plazo de entrega
Pet Life	Accesorios para mascotas	(503) 7798-8853	San Salvador, El Salvador	Transferencia bancaria, cheques y pagos en efectivo	1 semana por pedido
Comersal S.A de C.V	Alimento para mascotas	(503) 2289-5999	Kilómetro 10, carretera al Puerto de La Libertad.	Transferencia bancaria, cheques y pagos en efectivo	1 semana por pedido
SiteGround	Hosting y dominio del sitio web	(28) 900838543	C. de Prim, 19, 28004 Madrid, España	Pasarela de pago	Entrega inmediata
Mallo S.A de C.V	Alimento para mascotas	2207-7210	Lomas de San Francisco 3a. Etapa, Avenida 1, #17, San Salvador, El Salvador. C.A.	Transferencia bancaria, cheques y pagos en efectivo	1 semana por pedido

Fuente: Autoría propia

### 3.9. Distribución en planta.

Debido a que The Cuate Pets no cuenta actualmente con un establecimiento propio se ha realizado una distribución en planta para un posterior alquiler de local para el negocio.

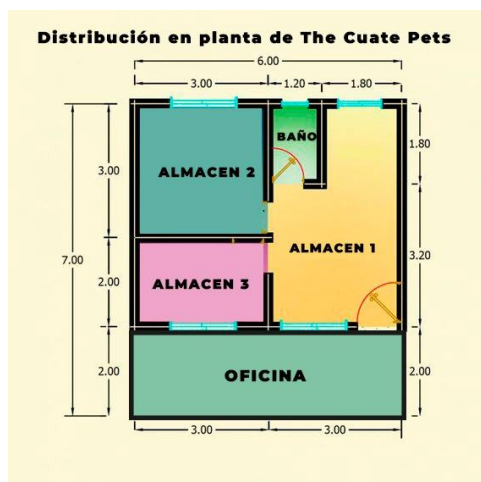


Figura 2. Distribución en planta de The Cuate Pets

Fuente: Autoría propia

### 3.10. Requerimientos generales de maquinaria y equipo

Tabla 9.  
Información sobre el equipo de The Cuate Pets

Descripción	Cantidad	Inversión (US\$)
Mochila para delivery	1	\$60.00
Hosting	1	\$60.00
Bolsas papel kraft pequeña	593	\$65.23
Bolsas papel kraft grande	83	\$62.25
Impresora	1	\$50.00
Equipo de oficina		\$60.00

Fuente: Autoría propia

## 4. PLAN DE MERCADEO

### 4.1. Resultados de la investigación de mercado

Se ha seleccionado la herramienta de las 5 Fuerzas de Michael Porter puesto que se considera que es un método que permite conocer como está desempeñándose la competencia y mejorar las estrategias planteadas.

Tabla 10.  
Análisis de 5 Fuerzas de Michael Porter

5 Fuerzas de Michael Porter	Descripción
<b>Rivalidad y competencia del mercado</b>	En este modelo de negocio existen 3 competidores directos los supermercados, veterinarias y otras Pet Shop, este rubro cuenta con un grado de competencia alta.
	Entre las principales barreras de entrada tenemos la inversión para poder poner en marcha la idea de negocio, pero por otro lado el know how es sencillo de entender y adquirir. Una de las mayores barreras de entrada para una Pet Shop online, es encontrar el personal indicado y debidamente capacitado, pues este debe tener amplios conocimientos del rubro y adicional deberá contar con experiencia en el ámbito del marketing digital. Las Pet Shop online cuenta con una barrera de salida de carácter económico puesto que la mayoría de inversión radica en los productos y en el desarrollo de la tienda en línea como tal.
	Los principales competidores del rubro son:
	<b>PETLAND EL SALVADOR:</b> Es una tienda para mascota y accesorios, actualmente la franquicia tiene presencia en más de 11 países, cuenta con 2 sucursales a nivel nacional incluyendo servicio de delivery, su modelo de negocio se basa en la comercialización de productos a través de Instagram, tienda en línea, Facebook, WhatsApp y tienda en físico.
	<b>GO Pet:</b> Es una marca nacional, se encarga de la comercialización de productos para animales de compañía, actualmente cuenta con 3 sucursales a nivel nacional, dispone de servicio de delivery, su



---

	<p>modelo de negocio está enfocado en la venta de sus productos a través de tiendas en físico y promoción en redes sociales.</p> <p>Existe un grado de factibilidad de ingreso de nuevos competidores al mercado determinado como medio, debido a que el modelo de negocio es imitable.</p>
<b>Amenaza de nuevos competidores</b>	<p>Otro aspecto importante radica en la selección de proveedores; principalmente porque en los rubros de comida para mascota, ropa, artículos de higiene, no se goza de una exclusividad, esto mismo sucede para las importaciones de accesorios y juguetes para animales de compañía.</p> <p>Por ultimo tenemos la fidelización de los clientes a la tienda, esto llevara tiempo y recursos para poner ganar la confianza, aceptación y reconocimiento por parte de los dueños de mascotas.</p> <p>La presencia de productos sustitutos en esta industria es relativamente baja. Por lo cual, para la alimentación de mascotas es la comida casera, no obstante, muchas familias no están en la disposición de alimentar con estos productos a sus animales de compañía, puesto que han tomado conciencia del impacto que estos ocasionan en el desarrollo y la nutrición que se necesitan para su bienestar y desarrollo.</p>
<b>Amenaza de productos sustituto</b>	<p>Según Andrés Marcano, gerente de Nutrición Animal de Alimentos Polar (2018) desde una perspectiva nutricional, no existe un alimento casero óptimo, debido a que estos no son completos ni balanceados de acuerdo a los requerimientos nutricionales de los perros y gatos.</p> <p>Los precios de la comida casera pueden variar según el tipo o la calidad de esta, en algunos casos presenta un costo aún más elevado que la comida para mascotas.</p>
<b>Poder de negociación de clientes</b>	<p>Se considera un mercado de competencia donde existen diversas opciones de compra, como otras pet shop donde ofrecen alimentos y accesorios; el poder de negociación de los clientes es bajo, siendo el precio y la diferenciación del producto factores decisivos a la hora de obtener cifras de demanda que puedan sustentar el modelo de negocio.</p>
<b>Poder de negociación de los proveedores</b>	<p>Como proveedores nacionales se han seleccionado a Comersal S.A de C.V, Mallo S.A de C.V y Pet Life, dedicados a la comercialización al por mayor de productos y accesorios para mascotas.</p> <p>Se considera que el grado de negociación de los proveedores de la industria de mascota es bajo</p>

---

Fuente: Autoría propia

## 4.2. Análisis de situación:

La presencia de productos sustitutos en esta industria es relativamente baja. Según Andrés Marcano, gerente de Nutrición Animal de Alimentos Polar desde una perspectiva nutricional, no existe un alimento casero óptimo, debido a que estos no son completos ni balanceados de acuerdo a los requerimientos nutricionales de los perros y gatos, no obstante se debe realizar un análisis exhaustivo de cada uno de los alimentos que se pretende comercializar, para poder recomendar el alimento indicado para cada animal de compañía, debido a que cada uno de estos está destinado para cierta etapa de vida y raza de la mascota.

Como proveedores se han seleccionado a Comersal S.A de C.V, Mallo S.A de C.V y Pet Life, todos cuentan con una gran variedad de artículos en su catálogo, entre los que se encuentran alimentos balanceados, accesorios y golosinas. Lo cual permite brindar una diversidad de opciones a las personas y puedan adquirir el que más se ajusta a sus necesidades. Sin embargo, es necesario estudiar nuevos posibles proveedores para aumentar la gama de productos que oferta la empresa.

A su vez, el alto grado de competencia que existe en el rubro actualmente, permitirá al negocio estar a la vanguardia, realizando cambios necesarios con la finalidad de lograr una satisfacción plena de los dueños de animales de compañía; fortaleciendo cada área interna en los procesos y generando una diferenciación marcada en la experiencia que tiene el usuario a la hora de realizar el proceso de compra.

- **Análisis de la competencia**

Tabla 11.  
Análisis de la competencia de The Cuate Pets.

Competencia	Descripción general
1. Petland	Tienda dedicada a la comercialización de productos y accesorios para mascotas, cuenta con 2 sucursales: en Plaza Madero (Zona Rosa) y en Merliot. Entre los artículos que tienen a disposición del público se encuentran: Comida, collares, juguetes, camas, jaulas, entre otros. Petland posee sitio web, Facebook, Instagram, contenido actualizado en las plataformas.
2. Sweety Pets	Tienda dedicada a la comercialización de productos para perros, únicamente con la variante que la misma solo tiene a disposición artículos como camisas, collares, placas, bandanas y entre otros. En sus redes sociales, no especifica contar con local físico. Sweety Pets posee sitio web, Facebook, Instagram en todas las plataformas tiene información actualizada.
3. GoPet	Tienda que tiene a disposición variedad de productos para mascotas, entre estos artículos se encuentran: comida, shampoo, camas, dispensadores, productos veterinarios como medicamento, vitaminas, suplementos, entre otros. GoPet no cuenta con un sitio web, Instagram tiene contenido desactualizado, no realizan publicaciones desde septiembre del 2020; la única plataforma en la cual interactúan con los clientes es por medio de Facebook y en sus sucursales ubicadas en Merliot, Paseo General Escalón y Nuevo Cuscatlán.

Fuente: Autoría propia

- **Productos o servicios a ofrecer.**

Tabla 12.

Variedad de productos con los que cuenta The Cuate Pets

<b>Descripción</b>	<b>Uso o aplicación</b>	<b>Precio de venta estimado</b>
<b>Arnés chaleco</b>	Chaleco de malla ajustable, cómodo y ligero. Para actividades recreativas como salir a pasear sin presión en el área del cuello de la mascota	\$11.04
<b>Collar + correa</b>	Collar personalizable para identificación, con su respectiva correa, fácil de usar, ideal para salir a pasear, evitar accidentes y extraviar a la mascota.	\$12.74
<b>Comida para gato adulto 23 kg</b>	Alimento para gatos adultos (mayores a 12 meses). Sabores agradables a su paladar, variedad de sabores y nutrientes que beneficiarán la salud y crecimiento de la mascota.	\$52.52
<b>Plato de acero 8 oz</b>	Comedero resistente, fácil de lavar, diseño antivuelco con base de goma.	\$7.08
<b>Peine doble cara</b>	Útil para peinar el pelo de las mascotas, adecuado para su pelaje, necesario para mantener la higiene y cuidados necesarios en los animales. Además, evita que el pelo se enrede o se ensucie.	\$6.74
<b>Pelota</b>	Juguete para mascotas, resistentes y coloridas. Proporciona un fácil agarre mientras crea un rebote que provoca sesiones de juego intensas e interactivas.	\$2.34
<b>Cama “m”</b>	Camas para mascotas. Es importante que tengan un área de descanso, único y cómodo. Suave, practica, se permite el lavado, segura.	\$36.38
<b>Comida cachorro 20 kg</b>	Alimento para cachorros de 2 a 12 meses. Aporta nutrientes que necesita para su crecimiento y desarrollo.	\$55.52
<b>Comida adulto 20 kg</b>	Alimento para perros adultos. Puede consumirse en cualquier temporada del año, sabores agradables al paladar de las mascotas.	\$37.52
<b>Trajés</b>	Ropa para mascotas, figuras animadas de la preferencia de los dueños, tela fresca y suave. Puede utilizarse en cualquier temporada del año.	\$11.60

Fuente: Autoría propia

- **Mercado objetivo**

Tabla 13.

Clientes de los productos de The Cuate Pets


<b>Clientes de la tienda</b>
Personas solteras con mascotas (perros o gatos)
Familias con mascotas (perros o gatos)
Personas solteras o familias que desean adoptar una mascota en su hogar.

Fuente: Autoría propia

- **Perfil del consumidor o cliente.**

**a. Buyer Persona**

Tabla 14.  
Buyer Persona para la tienda en línea

<b>Nombre del Buyer Persona</b>	<b>Roberto</b>	
<b>Perfil general</b>	Estudiante y/o trabajador/a de empresa, con pareja, con o sin hijos, casados, con uno o más mascotas (perros y/o gatos)	
<b>Información demográfica</b>	Mujer u hombre de entre 18 a 40 años. Ingresos mensuales netos de \$400. Reside en Santa Tecla.	
<b>Identificaciones</b>	Entre sus pasatiempos se encuentran el uso de redes sociales y plataformas digitales, disponibilidad de tiempo para ir al gimnasio o sacar a pasear a sus mascotas, compra impulsivamente	
<b>Objetivos</b>	Culminar sus estudios universitarios o especializados y poseer un empleo estable que permita lograr una capacidad financiera.	
<b>Retos</b>	Equilibrar sus actividades personales y laborales, conseguir estabilidad financiera y un mejor empleo	
<b>Cómo ayudamos</b>	Hacerle llegar sus productos hasta la puerta de su casa, distintas opciones para la comodidad de sus mascotas, escuchando las necesidades que no han podido satisfacer otros productos	

Fuente: Autoría propia

- **Fortaleza y Oportunidades de los productos y servicios**

The Cuate Pets es una tienda en línea que se caracteriza por contar con una diversidad de productos que van desde la alimentación, accesorios, moda, cuidado y salud de las mascotas. Así mismo, tiene a disposición personal especializado en la atención y servicio de calidad para los clientes que desean conocer sobre las características y beneficios que poseen la variedad de productos que necesitan los animales de compañía.

- **Objetivos y metas de mercadeo**

### **Objetivo General**

Posicionar la marca The Cuate Pets en el mercado salvadoreño, en el periodo de enero a diciembre del año 2022, al generar contenido de valor y estrategias de Marketing Mix con el fin de crear vínculos de cercanía y confianza con los clientes que permitan un adecuado desarrollo y crecimiento.

### **Objetivos Específicos**

- a. Generar contenido para concientizar a la población salvadoreña sobre el cuidado adecuado y adopción de animales domésticos de compañía.
- b. Analizar al mercado objetivo para ofrecer una variedad de productos que sea capaz de satisfacer las necesidades del mismo, de manera eficaz.
- c. Definir un precio basado en el coste incrementado de los productos de la marca para penetrar en el mercado, comunicando la calidad de los mismos.
- d. Potenciar la imagen y comercialización de la marca mediante su difusión a través de herramientas de marketing digital que permitan el posicionamiento en comunidades digitales.
- e. Mejorar la percepción de los usuarios sobre el comercio en línea de productos para mascotas e incentivar la compra-venta mediante promociones y descuentos en diferentes festividades.

## Metas

- a. Crear mensajes de concientización en redes sociales 3 veces por semana sobre la adopción y el adecuado cuidado que necesitan los animales domésticos para su bienestar integral, generando así un paulatino cambio de comportamiento en la población.
- b. Establecer alianzas con diferentes proveedores de artículos y alimento para mascotas, y disminuir costos en un 20% en los próximos 6 meses de funcionamiento del negocio.
- c. Implementar una estrategia de precios enfocada en el coste incrementado en los productos de la tienda, permitiéndole a la misma obtener una ganancia del 50% sobre los precios de los distintos proveedores, ayudando a mantener un mejor control de costos, gastos y ganancia del periodo contable.
- d. Crear los primeros tres meses del negocio cuentas oficiales en las principales plataformas sociales como Facebook, Instagram, WhatsApp Business, YouTube y TikTok para proporcionar visibilidad a la marca, comunicar el valor de la misma, posicionarse en la audiencia digital, fidelizar y dar paso a la conversión de clientes y comercialización de productos.
- e. Mostrar las ventajas del comercio en línea y el uso de plataformas digitales a través de contenido informativo publicado diariamente. Así mismo, lanzar promociones y descuentos en ciertas épocas del año para incentivar la comercialización de los productos e incrementar las ventas en un 10%.

- **Mix de Mercadeo (producto, precio, promoción y plaza).**

## 1. Producto

- Ofertar una amplia variedad de productos de distintos precios para las mascotas en Santa Tecla, desde accesorios, alimentos y juguetes.



Figura 3. Variedad de productos para mascotas

Fuente: Autoría propia

- Brindar un empaque ecológico, sencillo y moderno a los dueños de mascotas, luego de realizar una compra en The Cuate Pets.



Figura 4. Empaque ecológico para entrega de productos

Fuente: Autoría propia

## 2. Precio.

Precios basados en costo incrementado.



Figura 5. Los mejores precios en todos los productos  
Fuente: Autoría propia

## 3. Plaza

- a. Poseer un servicio de delivery seguro y de calidad para los dueños de mascotas de Santa Tecla, facilitando el proceso de compra en The Cuate Pets.



Figura 6. Delivery en Santa Tecla  
Fuente: Autoría propia



b. Creación de plataformas digitales para la venta y difusión de productos de la tienda.

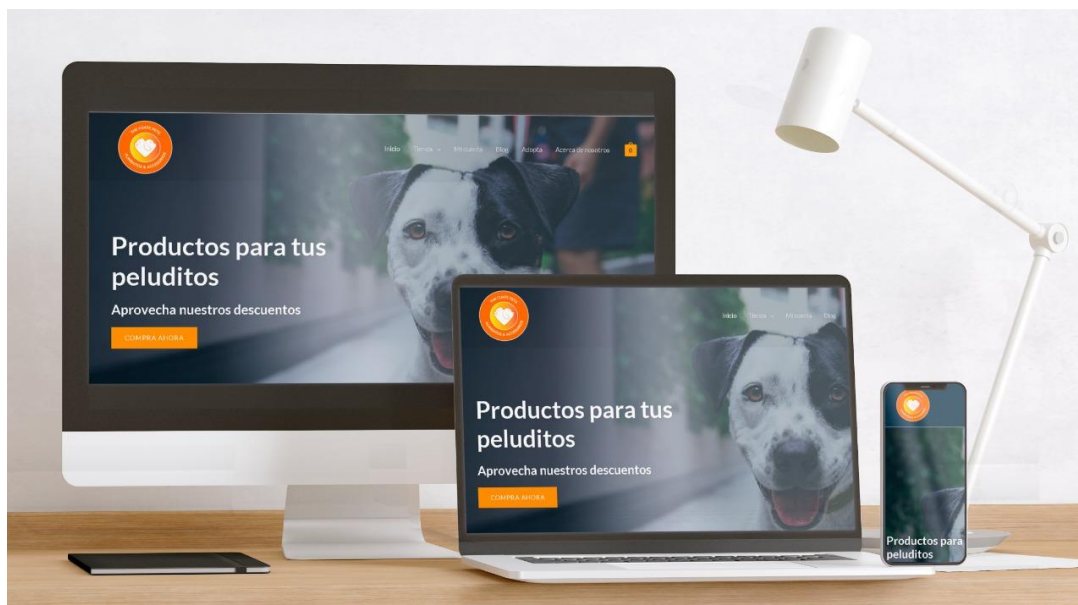


Figura 7. Sitio Web oficial The Cuate Pets  
Fuente: Autoría propia



Figura 8: Post para redes sociales de la tienda  
Fuente: Autoría Propia

#### 4. Promoción

- a. Descuentos y promociones especiales en fechas especiales como el día del gato (08 de agosto), día del perro (21 de julio) y Black Friday.



Figura 9. Promociones y descuentos en fechas especiales  
Fuente: Autoría propia

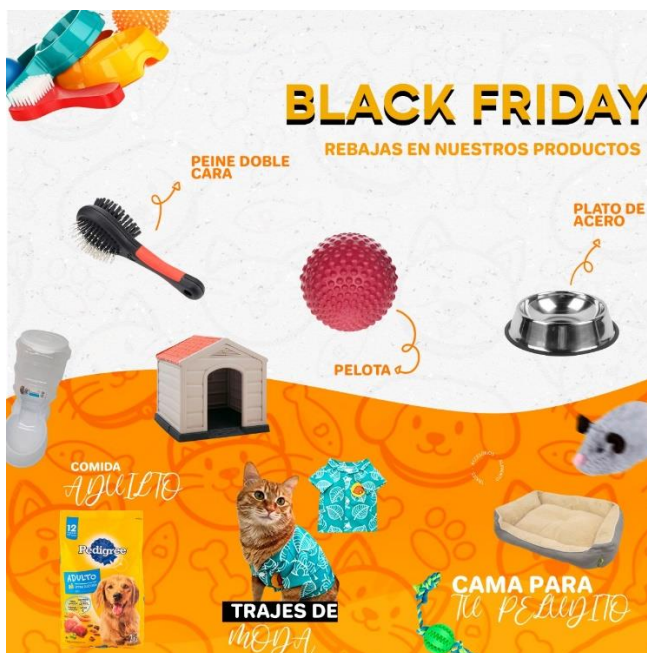


Figura 10. Promociones y descuentos en diversos productos de la tienda  
Fuente: Autoría propia

- **Imagen Corporativa**

**a. Logo de la empresa:**



Figura 11. Logo The Cuate Pets  
Fuente: Autoría propia

**b. Logo del producto:**



Figura 12. Logos de los proveedores de productos para The Cuate Pets  
Fuente: Cuentas oficiales de Facebook de cada proveedor

**c. Slogan:**

“Todo lo mejor para tus peluditos”.

- **Estrategia de Marketing. Describir:**

- Concertar entrevistas con veterinarios profesionales para generar contenido audiovisual respecto a consejos sobre la adopción y cuidado de los animales domésticos.
- Contar con altos niveles de inventarios para ofrecer una gran diversidad de productos y así poder satisfacer las necesidades del mercado bajo la premisa “Todo lo mejor para tus peluditos”, permitiendo ganar cuota de mercado.

- c. Implementar una fijación de precios basados en el costo incrementado de los productos, logrando establecer el costo de adquisición y distribución de los artículos de la tienda mediante las diversas plataformas digitales, ayudando a un posicionamiento y expansión rápida de la marca The Cuate Pets en el mercado.
- d. Invertir en publicidad digital de manera segmentada, dentro de las plataformas de Facebook e Instagram para darle visibilidad a la marca, penetrar en el mercado objetivo y generar ventas.
- e. Desarrollar contenido a través de las redes sociales de la tienda que incentive a la comercialización de los productos de manera digital y así mismo, comunicar las distintas promociones y descuentos.

- **Tácticas de mercadeo**

- a. Publicar semanalmente a través de redes sociales contenido audiovisual a partir de entrevistas con veterinarios, contenido gráfico con consejos sobre cómo cuidar a sus mascotas y ventajas de la adopción de animales de compañía.
- b. Realizar proyecciones o presupuestos de compras mensual para evitar escasez en el stock de la tienda. Además, actualizar diariamente el inventario para mantener productos innovadores y estar a la vanguardia satisfaciendo las necesidades latentes de los clientes.
- c. Establecer el precio basándose en el coste incrementado de los productos, permitiendo un mejor control de los gastos, costos y ganancias de la tienda. Mediante una mejor administración de los mismos permitirá a la tienda realizar promociones de apertura, descuentos y regalías que incentiven a los clientes a optar por los productos de The Cuate Pets.

- d. Hacer uso de las herramientas de Facebook Ads, e Instagram Ads para publicitar semanalmente artes gráficas de la tienda, atraer la atención del consumidor, posicionarse en medios digitales, comercializar productos y darle apertura a la marca en el segmento de mercado objetivo.
- e. Mostrar al público en redes sociales, a través de videos demostrativos e infografías publicados semanalmente; la manera fácil, segura y rápida de realizar sus compras en The Cuate Pets mediante una forma de pago confiable.
- f. Lanzar promociones y descuentos especiales en el Día del Perro, Día del Gato, Black Friday y otras festividades, para incentivar la comercialización de los productos.

- **Ejecución y control**

Tabla 15.

Ejecución y control de las estrategias de The Cuate Pets

<b>EJECUCIÓN</b>	<b>CONTROL</b>
Realización de entrevistas con profesionales para la creación de contenido audiovisual que será publicado a través de redes sociales junto a artes gráficas que contengan consejos sobre la manera adecuada de cuidar a las mascotas y sobre ventajas de la adopción de las mismas. Las publicaciones se realizarán 3 días a la semana durante las horas de mayor tráfico en cada red social.	Monitorear el número de visualizaciones y alcance orgánico que obtenga cada publicación en las diferentes redes sociales e interactuar con el público.
Elaboración de presupuestos y proyecciones de compra, que permitan estimar volúmenes de inventario necesario con la finalidad de satisfacer la demanda y brindar a los clientes variedad de opciones de artículos para sus compras.	Actualización diaria del inventario del negocio y evitar carencia de alimentos o artículos que los clientes desean adquirir.
Definir precios basados en el coste incrementado, para obtener un margen de ganancia aceptable y lograr un crecimiento y reconocimiento de la marca, permitiéndole ser sostenible en el tiempo y minimizando riesgos futuros.	Realización de estudios semanales de actualizaciones de precios para replantear estrategias y acciones a ejecutar.
Destinar parte del presupuesto para publicitar la marca The Cuate Pets a través de las herramientas de publicidad de las distintas redes sociales; impulsando diferentes artes gráficas de manera semanal y hacia determinado público objetivo.	Darle seguimiento diario al alcance y visualización que obtiene el contenido publicitario de la tienda a través de las métricas que arroja Facebook Ads e Instagram Ads; determinando la eficacia del contenido y de los parámetros de segmentación establecidos.
Diseño de videos demostrativos sobre la experiencia de compra en The Cuate Pets para publicarlos a través de redes sociales e incentivar al comercio digital. Así mismo, dar a conocer al público, la alianza con plataformas de delivery.	Monitorear el alcance y visualizaciones del contenido en redes sociales, interactuar y obtener feedback de la audiencia y contrastarlo con las ventas que se generen a raíz de la publicación del material.

Fuente: Autoría propia

## 5. PLAN DE VENTAS

Liste las personas o el número de personas que dentro de su equipo de ventas estará a cargo de cada tarea.

Tabla 16.  
Equipo de ventas de The Cuate Pets

<b>Administración de ventas</b>	La tienda cuenta con una persona a cargo de las ventas y brindar los soportes necesario a los clientes que lo solicitan
<b>Número de Vendedores</b>	The Cuate Pets tiene a disposición 1 vendedor a cargo de la atención y servicio de cliente
<b>Las personas que forman su equipo de ventas, ¿Tienen otras responsabilidades además de ventas?</b>	Si, la persona a cargo de las ventas tiene como otras funciones, diseño de artes para las diversas plataformas de la tienda en línea, elaboración de calendario de contenido para las publicaciones, brindar atención y servicio a los clientes.
<b>¿Qué comisiones pagará usted al personal de ventas?</b>	Por el momento no se dispondrá de un sistema de comisiones para el personal de ventas.
<b>¿Cómo supervisará a su equipo de ventas?</b>	Mediante la ejecución de KPIs que permitirán el monitoreo de las ventas que realiza el personal.
<b>¿Cómo entrenará específicamente a su personal de ventas?</b>	Mediante capacitaciones sobre cómo abordar a los clientes, el uso de las herramientas digitales y manuales de apoyo que brinden orientación en el trato y solvencia de las necesidades de los clientes

Fuente: Autoría propia

## 5.1. Ciclo de Ventas

Tabla 17.  
Ciclo de ventas de la tienda en línea

	¿Cómo identificará a potenciales clientes?	Mediante las interacciones en las plataformas digitales de The Cuate Pets.
<b>Prospección</b>	¿Qué métodos usará usted para determinar los intereses de los clientes?	Encuestas a través de las plataformas digitales, dinámicas que permitan conocer las preferencias de los clientes.
	¿Quién contactará a los potenciales clientes?	El primer contacto con los clientes será a través de la Publicidad Digital y posteriormente el equipo de Marketing y Ventas.
<b>Contacto con los clientes</b>	¿Cuándo serán contactados los potenciales clientes?	Cuando estos clientes se encuentren interesados en los productos de The Cuate Pets y se contacte con el personal mediante las herramientas digitales con las que cuenta la tienda.
	¿Quién contactará a los clientes actuales?	El Equipo de Marketing y Ventas para dar a conocer los nuevos productos, promociones, descuentos, entre otros.
	¿Cuántas llamadas deberá hacer cada vendedor?	Una llamada por cliente de ser necesario para coordinar puntos de entrega o servicio post venta.
<b>Reunión o Presentación</b>	¿A quién se le reportará la información sobre potenciales y actuales clientes?	Se llevará un control y base de datos en la cual todos los miembros de la sociedad tendrán acceso a la información.
	¿Cómo se manejarán las objeciones para los clientes?	A través de concesiones y negociaciones con el cliente para establecer una relación ganar-ganar
<b>Manejo de objeciones</b>	¿Se tiene un plan de apoyo para que no se caiga la venta?	Si, brindando un servicio al cliente con calidad y rapidez; ofreciendo servicios post ventas; colocando promociones (kits de productos seleccionados)
	¿Cuáles son sus metas en ventas?	Superar el Punto de Equilibrio
<b>Cierre de ventas</b>	¿Se tiene personas con experiencia en cierre de ventas dentro del equipo?	Si.
	¿Quién contactará al cliente luego de haber realizado la venta?	El equipo de Marketing y Ventas, es el encargado de realizar el servicio post venta
<b>Servicio post venta</b>	¿Qué otros productos o servicios podemos ofrecerle para futuras ventas?	Productos complementarios, regalías por realizar adopciones de mascotas a través de la tienda en línea.

Fuente: Autoría propia

## 5.2. Proyección de Ventas

Se presenta la planificación de ventas que se generaran durante el primer año de operación de la empresa, se ha considerado la estacionalidad de acuerdo al giro de la empresa y el crecimiento previsto en la puesta en marcha

Tabla 18.

Proyecciones de ventas en unidades para el primer año de operaciones

PROYECCIONES DE VENTA - UNIDADES - Página A															
Producto o Servicio	Unidad de medida	Precio Unitario	Año 1												TOTAL
			Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
Arnés chaleco	unidad	\$ 11.04	27	40	28	27	28	40	47	50	39	53	45	65	489
Collar + correa	unidad	\$ 12.74	28	35	30	28	31	37	49	48	29	50	47	60	472
Purina Cat 50lbs	unidad	\$ 52.52	25	39	22	25	30	34	55	40	31	40	52	62	455
Plato de acero 8 oz	unidad	\$ 7.08	26	42	22	26	32	45	45	42	33	42	47	58	460
Peine doble cara	unidad	\$ 6.74	28	32	27	29	31	38	36	42	28	39	40	58	428
Pelota	unidad	\$ 2.34	38	49	35	39	32	36	60	40	31	48	36	57	501
Cama "m"	unidad	\$ 36.38	19	48	19	18	29	25	45	28	21	35	34	31	352
Comida cachorro 20 kg	unidad	\$ 55.52	29	42	40	47	37	39	56	55	34	47	50	68	544
Comida adulto 20 kg	unidad	\$ 37.52	32	46	25	38	37	42	52	42	32	50	53	66	515
Trajes	unidad	\$ 11.60	28	55	23	38	39	38	59	48	28	55	47	63	521

Fuente: Autoría propia



Tabla 19.  
Proyecciones de ventas en dólares para el primer año de operaciones

PROYECCIONES DE VENTA - US\$ -														
No.	Producto o Servicio	Ventas del Año 1 (\$)												
		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
1	Arnes chaleco	\$ 298.08	\$ 441.60	\$ 309.12	\$ 298.08	\$ 309.12	\$ 441.60	\$ 518.88	\$ 552.00	\$ 430.56	\$ 585.12	\$ 496.80	\$ 717.60	\$ 5,398.56
2	Collar + correa	\$ 356.72	\$ 445.90	\$ 382.20	\$ 356.72	\$ 394.94	\$ 471.38	\$ 624.26	\$ 611.52	\$ 369.46	\$ 637.00	\$ 598.78	\$ 764.40	\$ 6,013.28
3	Purina Cat 50lbs	\$ 1,313.00	\$ 2,048.28	\$ 1,155.44	\$ 1,313.00	\$ 1,575.60	\$ 1,785.68	\$ 2,888.60	\$ 2,100.80	\$ 1,628.12	\$ 2,100.80	\$ 2,731.04	\$ 3,256.24	\$ 23,896.60
4	Plato de acero 8 oz	\$ 184.08	\$ 297.36	\$ 155.76	\$ 184.08	\$ 226.56	\$ 318.60	\$ 318.60	\$ 297.36	\$ 233.64	\$ 297.36	\$ 332.76	\$ 410.64	\$ 3,256.80
5	Peine doble cara	\$ 188.72	\$ 215.68	\$ 181.98	\$ 195.46	\$ 208.94	\$ 256.12	\$ 242.64	\$ 283.08	\$ 188.72	\$ 262.86	\$ 269.60	\$ 390.92	\$ 2,884.72
6	Pelota	\$ 88.92	\$ 114.66	\$ 81.90	\$ 91.26	\$ 74.88	\$ 84.24	\$ 140.40	\$ 93.60	\$ 72.54	\$ 112.32	\$ 84.24	\$ 133.38	\$ 1,172.34
7	Camã "m"	\$ 691.22	\$ 1,746.24	\$ 691.22	\$ 654.84	\$ 1,055.02	\$ 909.50	\$ 1,637.10	\$ 1,018.64	\$ 763.98	\$ 1,273.30	\$ 1,236.92	\$ 1,127.78	\$ 12,805.76
8	Comida cachorro ` 20 kg	\$ 1,610.08	\$ 2,331.84	\$ 2,220.80	\$ 2,609.44	\$ 2,054.24	\$ 2,165.28	\$ 3,109.12	\$ 3,053.60	\$ 1,887.68	\$ 2,609.44	\$ 2,776.00	\$ 3,775.36	\$ 30,202.88
9	Comida adulto 20 kg	\$ 1,200.64	\$ 1,725.92	\$ 938.00	\$ 1,425.76	\$ 1,388.24	\$ 1,575.84	\$ 1,951.04	\$ 1,575.84	\$ 1,200.64	\$ 1,876.00	\$ 1,988.56	\$ 2,476.32	\$ 19,322.80
10	Trajes	\$ 324.80	\$ 638.00	\$ 266.80	\$ 440.80	\$ 452.40	\$ 440.80	\$ 684.40	\$ 556.80	\$ 324.80	\$ 638.00	\$ 545.20	\$ 730.80	\$ 6,043.60
<b>Total de Ventas Mensuales</b>		<b>\$ 6,256.26</b>	<b>\$ 10,005.48</b>	<b>\$ 6,383.22</b>	<b>\$ 7,569.44</b>	<b>\$ 7,739.94</b>	<b>\$ 8,449.04</b>	<b>\$ 12,115.04</b>	<b>\$ 10,143.24</b>	<b>\$ 7,100.14</b>	<b>\$ 10,392.20</b>	<b>\$ 11,059.90</b>	<b>\$ 13,783.44</b>	
													<b>Total de Ventas Anuales = \$ 110,997</b>	

Fuente: Autoría propia

Se recomienda realizar una proyección de ventas para los próximos 4 años de operación de la empresa, calculando las ventas trimestrales del año 2 y 3, así como también las ventas anuales del año 4 y 5.

Tabla 20.  
Proyecciones de ventas en unidades a partir del segundo año del negocio

PROYECCIONES DE VENTA - UNIDADES - Página B														
No.	Producto o Servicio	Unidad de medida	Año 2				TOTAL	Año 3				TOTAL	Año 4	Año 5
			Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4		Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4			
1	Arnes chaleco	Unidad	98	98	140	168	505	101	101	145	174	521	537	555
2	Collar + correa	Unidad	96	99	130	162	487	99	102	134	167	503	519	535
3	Purina Cat 50lbs	Unidad	89	92	130	159	470	92	95	134	164	485	500	516
4	Plato de acero 8 oz	Unidad	93	106	124	152	475	96	110	128	157	490	506	522
5	Peine doble cara	Unidad	90	101	109	141	442	93	104	113	146	456	470	485
6	Pelota	Unidad	126	110	135	146	517	130	114	140	150	534	551	568
7	Camã "m"	Unidad	89	74	97	103	363	92	77	100	107	375	387	399
8	Comida cachorro ` 20 kg	Unidad	115	127	150	170	561	118	131	154	176	579	598	617
9	Comida adulto 20 kg	Unidad	106	121	130	174	531	110	125	134	180	548	566	584
10	Trajes	Unidad	109	119	139	170	538	113	122	144	176	555	573	591
			1010	1047	1285	1546	4889	1043	1081	1326	1595	5045	5206	5373

Fuente: Autoría propia

Tabla 21.

Proyecciones de ventas en dólares a partir del segundo año del negocio

PROYECCIONES DE VENTAS -US \$-														
No.	Producto o Servicio	Unidad de medida	Año 2					Año 3					Año 4	Año 5
			Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	TOTAL	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	TOTAL		
1	Arnes chaleco	Unidad	\$ 1,093.19	\$ 1,093.19	\$ 1,564.98	\$ 1,875.68	\$ 5,627.03	\$ 1,139.45	\$ 1,139.45	\$ 1,631.21	\$ 1,955.05	\$ 5,865.16	\$ 6,113.38	\$ 6,372.09
2	Collar + correa	Unidad	\$ 1,234.96	\$ 1,274.80	\$ 1,673.17	\$ 2,084.83	\$ 6,267.76	\$ 1,287.23	\$ 1,328.75	\$ 1,743.98	\$ 2,173.06	\$ 6,533.01	\$ 6,809.49	\$ 7,097.67
3	Purina Cat 50lbs	Unidad	\$ 4,707.87	\$ 4,872.10	\$ 6,897.57	\$ 8,430.37	\$ 24,907.90	\$ 4,907.10	\$ 5,078.28	\$ 7,189.48	\$ 8,787.14	\$ 25,962.01	\$ 27,060.72	\$ 28,205.93
4	Plato de acero 8 oz	Unidad	\$ 664.17	\$ 760.10	\$ 885.56	\$ 1,084.80	\$ 3,394.63	\$ 692.27	\$ 792.27	\$ 923.03	\$ 1,130.71	\$ 3,538.29	\$ 3,688.03	\$ 3,844.11
5	Peine doble cara	Unidad	\$ 611.20	\$ 688.47	\$ 744.68	\$ 962.46	\$ 3,006.80	\$ 637.06	\$ 717.61	\$ 776.19	\$ 1,003.19	\$ 3,134.05	\$ 3,266.68	\$ 3,404.93
6	Pelota	Unidad	\$ 297.56	\$ 260.98	\$ 319.51	\$ 343.90	\$ 1,221.95	\$ 310.15	\$ 272.02	\$ 333.03	\$ 358.46	\$ 1,273.67	\$ 1,327.57	\$ 1,383.75
7	Cama "m"	Unidad	\$ 3,261.09	\$ 2,730.21	\$ 3,564.44	\$ 3,791.96	\$ 13,347.70	\$ 3,399.09	\$ 2,845.75	\$ 3,715.29	\$ 3,952.44	\$ 13,912.57	\$ 14,501.35	\$ 15,115.05
8	Comida cachorro ` 20 kg	Unidad	\$ 6,423.53	\$ 7,117.96	\$ 8,391.09	\$ 9,548.49	\$ 31,481.07	\$ 6,695.37	\$ 7,419.19	\$ 8,746.20	\$ 9,952.58	\$ 32,813.34	\$ 34,202.01	\$ 35,649.43
9	Comida adulto 20 kg	Unidad	\$ 4,028.11	\$ 4,575.62	\$ 4,927.59	\$ 6,609.23	\$ 20,140.54	\$ 4,198.58	\$ 4,769.26	\$ 5,136.12	\$ 6,888.93	\$ 20,992.89	\$ 21,881.31	\$ 22,807.32
10	Trajes	Unidad	\$ 1,281.64	\$ 1,390.45	\$ 1,632.27	\$ 1,995.00	\$ 6,299.37	\$ 1,335.88	\$ 1,449.30	\$ 1,701.35	\$ 2,079.43	\$ 6,565.95	\$ 6,843.83	\$ 7,133.46
<b>Total de Ventas Trimestrales</b>			\$ 23,603.29	\$ 24,763.88	\$ 30,600.87	\$ 36,726.71		\$ 24,602.19	\$ 25,811.88	\$ 31,895.90	\$ 38,280.98			
<b>Total de Ventas Anuales</b>							\$ 115,694.75					\$ 120,590.95	\$ 125,694.36	\$ 131,013.74

Fuente: Autoría propia.

**Nota:** Especifique la proyección de sus ventas en términos de unidades e ingresos, y los precios a que estima se van a comercializar sus productos o servicios. Justifique con la mayor información posible todas sus estimaciones de ventas y determinaciones de presiones

Comente cómo han sido estimadas sus ventas, en qué información están basadas y a qué fuentes de información recurrió:

Para las cantidades proyectadas para la venta del primer año, se han seleccionado los primeros meses como los valores más bajos debido al poco reconocimiento de la marca, la cual se espera vaya en aumento con base a las estrategias de marketing digital propuesto en el presente plan de negocio. Se consideran los meses de febrero, agosto, octubre y diciembre como los periodos de mayor venta debido a las fechas especiales del día del gato, día mundial del perro y festividades navideñas para la compra de productos para mascotas.

Esperando, bajo el supuesto que las ventas proyectadas para el año 1 como metas de demanda a cumplir, para los años posteriores estimadas con datos históricos del primer año del negocio, aumentado el segmento a dirigirse e ir incrementando los objetivos de utilidad planteados.

## 6. PLAN FINANCIERO

El desarrollo del Plan Financiero incurrido para The Cuate Pets es el siguiente:

### 6.1. Plan de Inversión.

Tabla 22.  
Inversión inicial de The Cuate Pets

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Total</b>
Mercadería			\$11,256.07
Hosting	1	\$60.00	\$60.00
Mochila delivery	1	\$60.00	\$60.00
Empaque pequeño	593	\$0.11	\$65.23
Empaque grande	86	\$0.75	\$64.50
<b>TOTAL</b>		<b>\$120.86</b>	<b>\$11,505.58</b>

Fuente: Autoría propia

Plan de inversión capital de trabajo. Según requerimientos del giro del negocio.

Tabla 23.  
Plan de inversión capital de trabajo

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad (meses)</b>	<b>Monto gastado mensual</b>	<b>Gasto Total</b>
<b>Servicios Básicos</b>			
Energía eléctrica	12	\$60.00	\$720.00
Agua	12	\$40.00	\$480.00
Teléfono e Internet	12	\$40.00	\$480.00
Salario (5 personas)	12	\$2000.00	\$24,000.00
<b>Promoción y Publicidad</b>			
Publicidad	12	\$200.00	\$2,400.00
Pago del sitio web		\$60.00	\$60.00
Impresora	1	\$50.00	\$50.00
Equipo de oficina	12	\$60.00	\$720.00
Gasolina para motocicleta	12	\$150.00	\$1,800.00
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>			<b>\$30,710.00</b>

Fuente: Autoría propia

### **Total de la inversión.**

Tabla 24.  
Total de inversión

<b>INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO</b>	
Inversión en concepto de mercadería y materiales necesarios para el inicio de las operaciones del negocio + inversión de capital de trabajo	<b>\$36,996.07</b>

Fuente: Autoría propia

## 6.2. Estructura de costos

- **Costos variables unitarios.**

Tabla 25.  
Costos variables unitarios

Producto	Costo unitario	Empaque	Costo total unidad	Margen de utilidad	Precio de venta	Utilidad
Arnés chaleco	\$5.41	\$0.11	\$5.52	100%	\$11.04	\$5.52
Collar + correa	\$6.26	\$0.11	\$6.37	100%	\$12.74	\$6.37
Purina Cat 50lbs	\$26.26	\$0.75	\$27.01	100%	\$52.52	\$27.01
Plato de acero 8 oz	\$3.43	\$0.11	\$3.54	100%	\$7.08	\$3.54
Peine doble cara	\$3.26	\$0.11	\$3.37	100%	\$6.74	\$3.37
Pelota	\$1.06	\$0.11	\$1.17	100%	\$2.34	\$1.17
Cama "m"	\$17.44	\$0.75	\$18.19	100%	\$36.38	\$18.19
Comida cachorro 20 kg	\$24.76	\$0.75	\$25.51	100%	\$55.52	\$25.51
Comida adulto 20 kg	\$27.76	\$0.75	\$28.51	100%	\$37.52	\$28.51
Trajes	\$5.69	\$0.11	\$5.80	100%	\$11.60	\$5.80
<b>TOTAL</b>	<b>\$121.33</b>		<b>\$124.99</b>		<b>\$233.48</b>	<b>\$124.99</b>

Fuente: Autoría propia.

## Costos para un año de operación del personal.

Tabla 26.  
Costos totales anual de The Cuate Pets

Producto o Servicio	Total de Costos Variables	Total de Costos Fijos	Costo Totales
Mercadería	\$11,256.07	\$25,740.00	<b>\$36,996.07</b>

Fuente: Autoría propia

### 6.3. Flujo de efectivo.

Tabla 27.  
Flujo de Caja Proyectado

Flujo de Caja Proyectado del Inversionista													
	Año 1												Total
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Año 1
Ganancia Neta	\$ (42.03)	\$ 1,266.63	\$ 5.32	\$ 414.22	\$ 476.50	\$ 718.34	\$ 2,000.36	\$ 1,313.23	\$ 253.83	\$ 1,403.75	\$ 1,628.87	\$ 2,574.23	\$ 12,013.24
Más:													
Depreciación	4.17	4.17	4.17	4.17	4.17	4.17	4.17	4.17	4.17	4.17	4.17	4.17	50.00
Menos:													
Amortización de Préstamo	112.59	113.30	114.00	114.72	115.43	116.16	116.88	117.61	118.35	119.09	119.83	120.58	1,398.54
Flujo de Caja Neto(FCN)	\$ (150.45)	\$ 1,157.50	\$ (104.52)	\$ 303.67	\$ 365.23	\$ 606.35	\$ 1,887.64	\$ 1,199.78	\$ <u>139.64</u>	\$ 1,288.83	\$ 1,513.20	\$ 2,457.81	\$ 10,664.70

Fuente: Autoría propia

#### 6.4. Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio.

Tabla 28.  
Análisis de rentabilidad

<b>ANALISIS DE LA RENTABILIDAD DATOS DE UN AÑO DE OPERACIONES</b>	
	<b>PRODUCTO</b>
Utilidad de la empresa	\$12,013.24
Total de activos	\$23,026.07
<b>RENTABILIDAD</b>	52.17%

Fuente: Autoría propia

Punto de equilibrio en Unidades y Monto:

Tabla 29.  
Punto de Equilibrio en unidades y montos

<b>Productos/Servicios</b>	<b>En Unidades</b>	<b>En Valor (\$)</b>
Mercadería	3,209.84	\$75,212,98

Fuente: Autoría propia

## 6.5. Estado de Resultados Proyectado

Tabla 30.  
Estado de Pérdidas y Ganancias

<b>Estado de Pérdidas y Ganancias</b>	<b>Mes 1</b>	<b>Trimestre</b>	<b>Año 1</b>
<b>Ventas</b>	\$6,256.26	\$22,644.96	\$110,997.34
Costo de Bienes Vendidos	3,201.51	11,577.92	56,799.65
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$3,054.75</b>	<b>\$11,067.04</b>	<b>\$54,197.69</b>
Salarios	\$2,000.00	\$6,000.00	\$24,000.00
Prestaciones	\$435.00	\$1,305.00	\$5,220.00
Alquileres locales			
Alquileres de maquinaria			
Mantenimiento			
Seguro			
Agua, gas, electricidad	\$100.00	\$300.00	\$1,200.00
Comunicaciones	\$30.00	\$90.00	\$360.00
Útiles de oficina	\$60.00	\$180.00	\$720.00
Promoción y Publicidad	\$200.00	\$600.00	\$2,400.00
Pasajes y viáticos	\$137.64	\$498.19	\$2,441.94
Transporte	\$18.77	\$67.93	\$332.99
Depreciación	\$4.17	\$12.51	\$50.00
Otros			
<b>Total Gastos Generales y Admón.</b>	<b>\$2,985.57</b>	<b>\$9,053.62</b>	<b>\$36,724.93</b>
Intereses pagados	\$125.21	\$373.52	\$1,455.10
<b>Utilidad antes de Impuesto</b>	<b>(\$56.03)</b>	<b>\$1,639.00</b>	<b>\$16,017.65</b>
Reserva Legal (7%)			\$1,121.23
Impuesto sobre la renta (25%)	(\$14.01)	\$409.75	\$4,004.41
<b>Utilidad Neta</b>	<b>(\$42.02)</b>	<b>\$1,229.25</b>	<b>\$10,892.01</b>

Fuente: Autoría propia

**NOTA:** El personal contratado para Delivery debe poseer motocicleta propia. Por lo cual The Cuate Pets no incurrirá en el mantenimiento y seguro de la misma.



## 7. PLAN DE TRABAJO

A continuación, se describe en el siguiente cronograma las actividades necesarias para la puesta en marcha del negocio, considerando permisos, capacitaciones, gestiones con instituciones entre otros durante un periodo de un año-.

Tabla 31.  
Actividades de trabajo en The Cuate Pets

OBJETIVOS	ACCIONES	RESPONSABLE	FECHA DE INICIO	FECHA DE FIN	RECURSOS
<b>Investigar sobre los procesos para la legalización de una empresa en El Salvador.</b>	Consultar en las páginas oficiales del Ministerio de Hacienda, Ministerio de Trabajo y Alcaldía Municipal.	Administrador único/ Gerente General	10/1/2022	14/1/2022	Computadora e internet.
<b>Realizar legalización de la empresa</b>	Obtener NIT e IVA correspondientes.	Administrador único/ Gerente General	17/1/2022	20/1/2022	Documentación, transporte y efectivo
<b>Apertura de operaciones</b>	Solicitar permiso de alcaldía, MINSAL y demás documentos que respalden el buen funcionamiento de las actividades cotidianas de la tienda	Administrador único/ Gerente General	24/1/2022	27/1/2022	Documentación, transporte y efectivo
<b>Realizar registro de la marca</b>	Presentar documentación requerida al CNR.	Administrador único/ Gerente General	1/2/2022	4/2/2022	Documentación, transporte y efectivo
<b>Establecer negociaciones con los proveedores de los productos</b>	Buscar y contactar proveedores, realizar los procesos para llegar a un precio de venta final	Logística	7/2/2022	9/2/2022	Computadora con acceso a internet y teléfono fijo/celular
<b>Elaborar lista de productos que entrarán en inventario</b>	Adquisición de productos, accesorios y demás para el negocio.	Logística	10/2/2022	11/2/2022	Teléfono, efectivo y transporte
<b>Elaboración de sitio web y redes sociales</b>	Diseñar los artes y videos que se publicarán en las herramientas digitales de la tienda	Mercadeo y ventas	10/2/2022	18/2/2022	Computadora, acceso a banca móvil

<b>Búsqueda de personal para delivery</b>	Contactar personal que se ajusten al perfil solicitado, realizar entrevistas	Gerente General	14/2/2022	16/2/2022	Computadora con acceso a internet y teléfono fijo/celular
<b>Capacitación de personal</b>	Agendar capacitaciones sobre temas como uso de extintores en caso de siniestros, sobre los productos, atención y servicios a brindar	Gerente General	21/2/2022	23/2/2022	Computadora con acceso a internet
<b>Realizar estrategias para el negocio</b>	Trazar un plan para dirigir el negocio a los resultados esperados	Mercadeo y ventas	24/2/2022	10/3/2022	Computadora con acceso a internet
<b>Iniciar operaciones</b>	Poner en marcha las actividades del negocio	Administrador único/ Gerente General	7/3/2022		Computadora con acceso a internet y teléfono fijo/celular
<b>Posicionar la marca</b>	Lanzar promoción y publicidad en los medios digitales	Mercadeo y ventas	7/3/2022	8/4/2022	Computadora con acceso a internet
<b>Realizar publicaciones en las plataformas digitales</b>	Elaborar calendarios de contenidos para publicar cada semana	Mercadeo y ventas	7/3/2022	31/12/2022	Computadora con acceso a internet
<b>Organizar agenda de entregas</b>	Calendarizar las fechas en las que se realizarán entregas e informar a la persona de Delivery.	Mercadeo y ventas/ Logística	7/3/2022	22/12/2022	Computadora con acceso a internet y teléfono fijo/celular
<b>Elaborar entrevistas con veterinarios</b>	Buscar y agendar fechas de entrevistas con veterinarios para publicaciones en las plataformas digitales	Logística	4/4/2022	30/11/2022	Computadora con acceso a internet, teléfono fijo/celular, transporte
<b>Fidelizar a los clientes</b>	Otorgar artículos promocionales.	Mercadeo y ventas	8/3/2022	31/12/2022	Artículos
<b>Seguimiento post venta</b>	Después de cada venta consultar al cliente sobre su compra, si obtuvo la atención y productos esperados.	Mercadeo y ventas	8/3/2022	31/12/2022	Computadora con acceso a internet y teléfono fijo/celular
<b>Dar seguimiento a la rentabilidad del proyecto</b>	Cálculos de índices financieros.	Administrador único/ Gerente General	6/6/2022	31/12/2022	Computadora y tabla de monitoreo (check list).

Fuente: Autoría propia

## 8. PLAN DE CONTINGENCIA

- **Medidas generales de prevención**
  - a. En caso de incendios, sismos o terremotos.
  - b. Ruta crítica en caso de confinamiento.
  - c. Protección de datos y evitar robo de la información.
  - d. Protección de personal para las entregas de delivery
- **Acciones preventivas**
  - a. Capacitaciones de Seguridad y Salud Ocupacional.
  - b. Contratar o crear alianzas para brindar emergencias veterinarias.
  - c. Elaborar un manual para la protección de datos
  - d. Establecer las zonas en las cuales se brindará servicio a domicilio
- **Acciones en caso de siniestro**
  - a. Establecer y señalizar rutas de evacuación y realizar simulacros de manera periódica.
  - b. Capacitar al personal sobre medidas de primeros auxilios y contar con botiquín.
  - c. Capacitar al personal sobre el uso de extintores, además estos deben estar visibles en el local.
  - d. Contabilizar el equipo y material que se vea afectado por el siniestro para evaluar los daños provocados.
- **Manejo de crisis**

Es importante ordenar e identificar las amenazas que tiene el negocio, puesto que al desarrollar el primer análisis permitirá determinar donde pueden ocurrir los mayores o menores daños.

Además, comunicar a los copropietarios del negocio acerca de la situación, analizarla y buscar soluciones rápidas que eviten que el problema crezca y posteriormente sea más difícil de controlar. Además, aprender de los errores de la situación y evitar que los sucesos se repitan por descuidos.

- **Plan de continuidad**

- a. Conocer y estar a la vanguardia con los cambios que tiene el mercado. Esto permitirá conocerlo de manera adecuada y realizar estrategias o procesos que permitan tener un acercamiento más profundo con el público.
- b. Comunicar y valorar con los copropietarios del negocio acerca de los retos y cambios que se necesitan para lograr los objetivos de la tienda.
- c. Tomar decisiones en conjunto, esto permitirá tener un panorama más amplio y abarcar puntos que antes no se habían considerado. Realizar los cambios necesarios y tomar en cuenta todas las áreas de la compañía, garantizando que los cambios se desarrollen de la manera esperada.

- **Seguridad de los activos**

- a. Control de accesos a la instalación, se limitarán únicamente a personal que labora en la tienda para evitar que personas ajenas al negocio tengan manipulación de los mismos.
- b. Para el uso de computadoras se utilizarán contraseñas con grado de dificultad para evitar robo de información de ella.
- c. Realizar copias de seguridad diarias a la cual tendrán acceso los copropietarios del negocio.

d. Posterior al crecimiento del negocio se financiará un seguro para la tienda

- **Plan de acción**

- 1. En caso de sismos o terremotos:**

- Conservar la calma, evitar correr.
- Dirigirse a los lugares seguros previamente establecidos y señalizados.
- Alejarse de los objetos que puedan caer, deslizarse o quebrarse.
- Tener los números de emergencia y notificar en caso de accidente lo antes posible.

- 2. En caso de incendio:**

- Evitar sobrecargar instalaciones o líneas eléctricas.
- Notificar a compañeros o vecinos y evitar accidentes mayores.
- Notificar fuga de gases o donde exista derrame de líquidos inflamables que puedan ocasionar daños.
- No arriesgar la vida por salvar objetos personales.
- Desalojar por las rutas previamente establecidas.
- Utilizar extintor en caso que el incendio sea leve y no ponga en riesgo la vida.

- 3. En caso de accidentes laborales:**

- En caso de que suceda un accidente llamar a quien corresponda. (Ministerio de Trabajo o Salud, entre otros).
- Mantener orden, aseo y limpieza en las instalaciones para evitar accidentes.
- Utilizar ropa de trabajo y equipo de protección personal de acuerdo a la actividad que se ejecutará.
- Señalizar e indicar las zonas peligrosas. Por ejemplo: contacto eléctrico, material tóxico o inflamable.

## 9. BIBLIOGRAFIA

Gente de cabecera (2018,11 de mayo) *¿Cómo afecta la comida casera a nuestras mascotas?* Gente de cabecera. Consultado el 10 de julio de 2021. <https://www.gentedecabecera.com>

Gobierno de El Salvador (2021,17 de enero) *Detalle de Servicios del Registro de Propiedad Intelectual*. Centro Nacional de Registro. Consultado el 5 de octubre de 2021. <https://www.cnr.gob.sv/>

Gobierno de El Salvador (s/f) *Marca EL SALVADOR*. Ministerio de Gobernación. Consultado el 6 de octubre de 2021. <https://www.gobernacion.gob.sv>

## ANEXOS.

### ANEXO 1: Detalle de Costo de Empleados

Tabla 32.

Tabla 33. Cálculo de costo del personal

COSTO PERSONAL					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Trabajadores	5	5	5	5	5
Salarios	\$ 24,000.00	\$ 24,240.00	\$ 24,482.40	\$ 24,727.22	\$ 24,974.50
Prestaciones	\$ 5,220.00	\$ 5,254.20	\$ 5,288.74	\$ 5,323.63	\$ 5,358.87
<b>Costo total personal</b>	<b>\$ 29,220.00</b>	<b>\$ 29,494.20</b>	<b>\$ 29,771.14</b>	<b>\$ 30,050.85</b>	<b>\$ 30,333.36</b>

Fuente: Autoría propia

Tabla 34.

Prestaciones legales para cada empleado

PRESTACIONES LEGALES POR EMPLEADO					
		ISSS 7.5%	AFP	aguinaldo	vacaciones
trabajador 1	\$ 400.00	\$ 30.00	\$ 27.00	\$ 200.00	\$ 120.00
trabajador 2	\$ 400.00	\$ 30.00	\$ 27.00	\$ 200.00	\$ 120.00
trabajador 3	\$ 400.00	\$ 30.00	\$ 27.00	\$ 200.00	\$ 120.00
trabajador 4	\$ 400.00	\$ 30.00	\$ 27.00	\$ 200.00	\$ 120.00
trabajador 5	\$ 400.00	\$ 30.00	\$ 27.00	\$ 200.00	\$ 120.00
	<b>\$ 2,000.00</b>	<b>\$ 150.00</b>	<b>\$ 135.00</b>	<b>\$ 1,000.00</b>	<b>\$ 600.00</b>

Fuente: Autoría propia

Tabla 35.

Tabla 36. Total de aporte para cada empleado

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>TOTAL APOORTE MENSUAL</b>	\$ 285.00	\$ 287.85	\$ 290.73	\$ 293.64	\$ 296.57
<b>APOORTE PATRONAL</b>	\$ 3,420.00	3,454.20	3,488.74	3,523.63	3,558.87
<b>TOTAL APOORTE PATRONAL</b>	<b>\$ 17,100.00</b>	<b>3,742.05</b>	<b>3,779.47</b>	<b>3,817.27</b>	<b>3,855.44</b>
<b>Prestaciones Legales</b>					
ISSS	\$ 1,800.00	\$ 1,818.00	\$ 1,836.18	\$ 1,854.54	\$ 1,873.09
AFP	\$ 1,620.00	1,636.20	1,652.56	1,669.09	1,685.78
AGUINALDO	\$ 1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00

VACACIONES	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00
<b>TOTAL</b>	\$ 5,220.00	5,254.20	5,288.74	5,323.63	5,358.87

Fuente: Autoría propia

## ANEXO 2: Detalle de cálculos de costos fijos totales.

Se sugiere una estimación mensual y luego proyectarlos de manera trimestral

### COSTOS FIJOS TOTALES

Tabla 37.  
Costos fijos del negocio

Otros Costos y Gastos						Costos Fijos	
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5		
Alquileres de Locales							al mes
Alquileres de Maquinaria							al mes
Mantenimiento							al mes
Seguros							al mes
Agua, Gas, Electricidad	1.10%	1.10%	1.10%	1.10%	1.10%	\$100.00	al mes
Comunicaciones	0.30%	0.30%	0.30%	0.30%	0.30%	\$30.00	al mes
Útiles de Oficina	0.60%	0.60%	0.60%	0.60%	0.60%	\$60.00	al mes
Promoción y Publicidad	2.20%	2.20%	2.20%	2.20%	2.20%	\$200.00	al mes
Pasajes y Viáticos	2.20%	2.20%	2.20%	2.20%	2.20%	\$200.00	al mes
Transportes	0.30%	0.30%	0.30%	0.30%	0.30%	\$25.00	al mes
Otros						-	al mes

Fuente: Autoría propia



### ANEXO 3: Costo(s) Unitario(s)

Tabla 38.  
Detalle de costos por productos

Detalle COSTO BRUTO	Arnés chaleco		Collar + correa		Purina Cat 50lbs	
	Costo	%	Costo	%	Costo	%
Materia Prima / Materiales					\$ -	
Mercadería	\$ 5.37	98%	\$ 6.22	98%	\$ 26.26	97%
Empaques	\$ 0.11	2%	\$ 0.11	2%	\$ 0.75	3%
Otros						
Total	\$ 5.48	100%	\$ 6.33	100%	\$ 27.01	100%

Fuente: Autoría propia

Tabla 39.  
Detalle de costos por productos

Detalle COSTO BRUTO	Plato de acero 8 oz		Peine doble cara		Pelota		Cama "m"	
	Costo	%	Costo	%	Costo	%	Costo	%
Materia Prima / Materiales								
Mercadería	\$3.39	82%	\$3.22	97%	\$1.02	90%	\$17.40	96%
Empaques	\$0.75	18%	\$0.11	3%	\$0.11	10%	\$0.75	4%
Otros								
Total	\$4.14	100%	\$3.33	100%	\$1.13	100%	\$ 18.15	100%

Fuente: Autoría propia

Tabla 40.  
Detalle de costos por productos

Detalle COSTO BRUTO	Comida cachorro 20 kg		Comida adulto 20 kg		Trajes	
	Costo	%	Costo	%	Costo	%
Materia Prima / Materiales						
Mercadería	\$27.76	97%	\$18.76	96%	\$ 5.65	98%
Empaques	\$0.75	3%	\$0.75	4%	\$ 0.11	2%
Otros						
Total	\$28.51	100%	\$19.51	100%	\$ 5.76	100%

Fuente: Autoría propia

## ANEXO 4: Calculo del punto de equilibrio.

### Punto de equilibrio expresado en unidades (PE)

Tabla 41.  
Cálculo del Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO OPERATIVO										
No.	Producto o Servicio	Unidad de medida	Ventas del Primer Año	Porcentaje de Participación	Precio de Venta Unitario	Costo Variable Unitario	Margen de Contribución	Unidades de Equilibrio	Ingreso de Equilibrio	
1	Arnes chaleco	Unidad	489	10%	\$ 11.04	\$ 5.48	\$ 5.56	331	\$	3,658.12
2	Collar + correa	Unidad	472	10%	\$ 12.74	\$ 6.33	\$ 6.41	320	\$	4,074.66
3	Purina Cat 50lbs	Unidad	455	10%	\$ 52.52	\$ 27.01	\$ 25.51	308	\$	16,192.59
4	Plato de acero 8 oz	Unidad	460	10%	\$ 7.08	\$ 4.14	\$ 2.94	312	\$	2,206.84
5	Peine doble cara	Unidad	428	9%	\$ 6.74	\$ 3.33	\$ 3.41	290	\$	1,954.72
6	Pelota	Unidad	501	11%	\$ 2.34	\$ 1.13	\$ 1.21	339	\$	794.39
7	Cama "m"	Unidad	352	7%	\$ 36.38	\$ 18.15	\$ 18.23	239	\$	8,677.32
8	Comida cachorro ` 20 kg	Unidad	544	11%	\$ 55.52	\$ 28.51	\$ 27.01	369	\$	20,465.79
9	Comida adulto 20 kg	Unidad	515	11%	\$ 37.52	\$ 19.51	\$ 18.01	349	\$	13,093.34
10	Trajes	Unidad	521	11%	\$ 11.60	\$ 5.76	\$ 5.84	353	\$	4,095.21
<b>VOLUMEN TOTAL DE VENTAS</b>			4,737	100%	<b>Margen de Contribución Combinado</b>		\$ 11.44	3,210	\$	75,212.98

Fuente: Autoría propia

$$\begin{array}{rcccl}
 \text{Unidades} & & & & \\
 \text{Combinadas de} & = & \frac{\text{Total de Costos Operativos Fijos}}{\text{Margen de Contribución Combinado}} & = & \frac{\$ 36,724.93}{\$ 11.44} = 3,209.84 \text{ Unidades} \\
 \text{Equilibrio} & & & & 
 \end{array}$$

## ANEXO 5: Fotografías relacionadas con el equipo emprendedor.

A continuación, se muestran fotografías que representan el entorno donde se desarrollara la idea de negocios además de evidenciar las capacidades de los integrantes

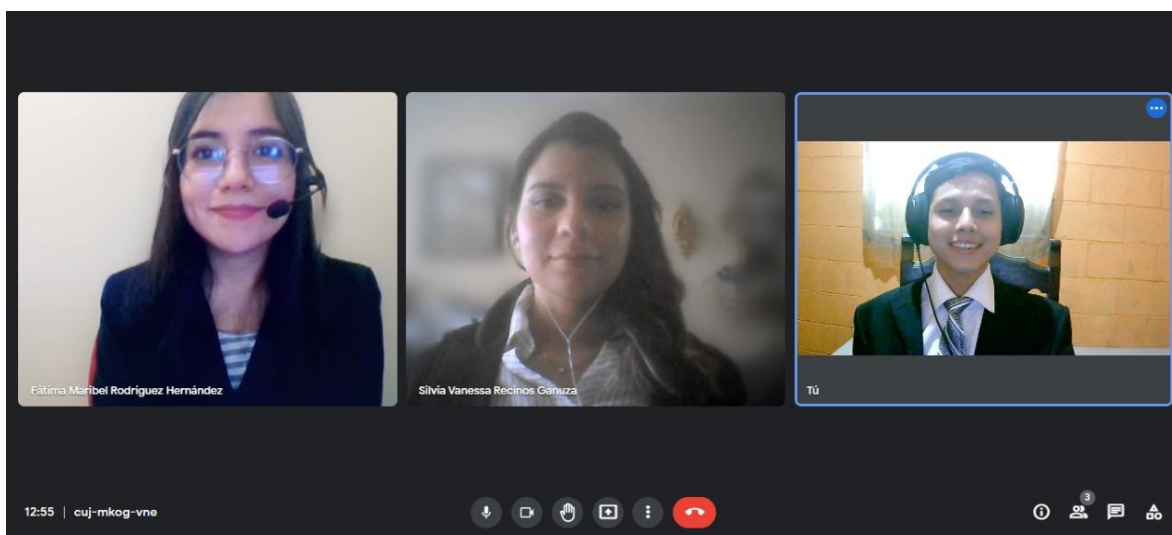


Figura 13. Fotografía grupal de reunión para desarrollo del trabajo

Fuente: Elaboración propia

## ANEXO 6: Cotizaciones del presupuesto

A continuación, se encuentran las cotizaciones que corresponden al presupuesto de equipo, herramientas, insumos y materiales iniciales colocados en este plan de negocios.



Código de Línea	Producto	Descripción	Factor de Empaque	Precio C/IVA	
				Unidad	Caja
222	2220045	PEDIGREE ADULTO NUT COMP 25X420 G	25	\$ 1.19	\$ 29.75
222	2220444	PEDIGREE CACHORRO 25X350 G	25	\$ 1.19	\$ 29.75
222	2220699	PEDIGREE RAZ PEQ CORDERO FILET 30X100G	30	\$ 0.76	\$ 22.71
222	2220700	PEDIGREE ADULTO CORDERO FILET 30X100G	30	\$ 0.76	\$ 22.71
222	2221004	PEDIGREE CARNE RES PICA DA LATA 12X375G	12	\$ 1.74	\$ 20.86
222	2221075	PEDIGREE CARNE DE POLLO PICADA LATA 12X375 GR	12	\$ 1.74	\$ 20.86
222	2221153	PEDIGREE NUTR COMPLETA ADULTO 12X600G	12	\$ 1.60	\$ 19.22
222	2221154	PEDIGREE ADULTO RAZAS PEQ 12X450G	12	\$ 1.49	\$ 17.88
222	2221235	PEDIGREE CACHORRO 12X20G	1	\$ 45.55	\$ 45.55
222	2221301	PEDIGREE NUT COMP CACHORRO LATA 12X375G	12	\$ 1.74	\$ 20.86
222	2221362	PEDIGREE CACHORRO RAZAS PEQUEÑAS 10X1.85KG	10	\$ 6.37	\$ 63.74
222	2221371	PEDIGREE RAZAS PEQUEÑAS 10X2 KG	10	\$ 6.45	\$ 64.52
222	2222847	PEDIGREE DENTASTIX ORIGINAL LARGE 7X172 G	7	\$ 2.71	\$ 18.98
222	2222887	PEDIGREE ADULTO NUT COMP 1X25KG	1	\$ 48.00	\$ 48.00
222	2223147	PEDIGREE BISCUIT 12X225 G	12	\$ 1.29	\$ 15.44
222	2223652	PEDIGREE ADULT BAL NAT 10X2KG	10	\$ 5.94	\$ 59.44
222	2223653	PEDIGREE ADULT BAL NAT 5X4KG	5	\$ 11.71	\$ 58.55
222	2223881	PEDIGREE RAZAS PEQ ADULTO 5X4KG	5	\$ 12.20	\$ 60.98
222	2224103	PEDIGREE CACHORRO 5X4 KG	5	\$ 11.73	\$ 58.67
222	2224104	PEDIGREE CACHORRO 10X2 KG	10	\$ 5.82	\$ 58.20
222	2224923	PEDIGREE ADULT POLLO EN FILET 30X100G	30	\$ 0.76	\$ 22.71
222	2224924	PEDIGREE BAL NAT RES EN FILETES 30X100G	30	\$ 0.76	\$ 22.71
222	2224927	PEDIGREE ADULTO BSA RES EN FILET 30X100G	30	\$ 0.76	\$ 22.71
222	2224928	PEDIGREE RAZ PEQ POLLO EN FILETES 30X100G	30	\$ 0.76	\$ 22.71
222	2224931	PEDIGREE CACHORRO BSA RES EN FILET 30X100G	30	\$ 0.76	\$ 22.71
222	2224936	PEDIGREE CACHORRO POLLO EN FILET 30X100G	30	\$ 0.76	\$ 22.71
222	2224947	PEDIGREE BAL NAT POLLO EN FILETES 30X100G	30	\$ 0.76	\$ 22.71
222	2224948	PEDIGREE RAZA PEQ RES EN FILET 30X100G	30	\$ 0.76	\$ 22.71
222	2225103	PEDIGREE NUTR COMPL ADULTO 5X4 KG	5	\$ 11.22	\$ 56.11
222	2225104	PEDIGREE NUTR COMPL ADULTO 10X2 KG	10	\$ 5.88	\$ 58.76
222	2227789	PEDIGREE DENTASTIX ORIGINAL MINI 7X169 G	7	\$ 2.71	\$ 18.98
222	2228335	PEDIGREE BISCUIT CACHORRO 12X100 G	12	\$ 0.96	\$ 11.47

Figura 14. Cotizaciones Pet Life.

Fuente: Información proporcionada por agentes de la tienda

**ALIMENTOS BALANCEADOS**

**PRO PAC**  
*nutri-mat*

**ALIMENTO LIBRE DE GRANOS**

- ✓ DIETA NATURAL
- ✓ SIN INGREDIENTES DE RELLENOS
- ✓ PROTEÍNA DE ALTA DIGESTIBILIDAD
- ✓ FUENTE DE GRASA / ACEITE DE CÁNOLA
- ✓ FUENTE DE CARBOHIDRATOS / PAPA

**Meadow Prime** 

**PRO PAC Ultimate - Meadow Prime**  
Es una dieta específica nutricional superpremium libre de granos. Formulada con ingredientes naturales y nutrientes óptimos como el cordero (120%), papa (20%), frutas y vegetales (12%).

**Ingredientes:** Harina de Cordero, Papa, Gusacates, Garbanzo, Aceite de Canola. Presentado con una Mezcla de Tocotrienos, Fibra de Gusacato, Sabor Natural, Linaza, Huevo, Mielazón, Arándanos Azules, Zanahoria, Espinaca, Fibra de Arándanos Azules, Fibra de Arándanos Rojos, L-Carnitina, L-Lisina, Taurina, Yucca, Beta-Caroteno, Vitaminas, Minerales.

**Presentaciones: 2,5, 12 kg**

Análisis Garantado	
Proteína	22%
Grasa	12%
Fibra	4%
Humedad	10%
Calcio	0,4%
Fósforo	0,7%
Vitamina A	13.800 UI/kg
Vitamina B3	800 UI/kg
Vitamina C	35 mg/kg
Vitamina E (α-tocoferol)	100 UI/kg
Colina (ácido de cordero)	120 mg/kg
Omega-6	1,5%
Omega-3	0,5%
Melazón	0,8 mg/kg
Linaza	1,8 mg/kg
Taurina	0,6 mg/kg
L-Carnitina	15 mg/kg
Beta-Caroteno	3 mg/kg

**Heartland Choice** 

**PRO PAC Ultimate - Heartland Choice**  
Es una dieta específica nutricional superpremium libre de granos. Formulada con ingredientes naturales y nutrientes óptimos como el pollo (72%), papa (15%), frutas y vegetales (12%).

**Ingredientes:** Harina de Pollo, Papa, Gusacates, Garbanzo, Grasa de Pollo (Presentada con una Mezcla de Tocotrienos), Fibra de Gusacato, Linaza, Sabor Natural, Huevo, Mielazón, Arándanos Azules, Zanahoria, Espinaca, Fibra de Arándanos Azules, Fibra de Arándanos Rojos, L-Carnitina, L-Lisina, Taurina, Yucca, Beta-Caroteno, Vitaminas, Minerales.

**Presentaciones: 2,5, 12 kg**

Análisis Garantado	
Proteína	20%
Grasa	14%
Fibra	4%
Humedad	10%
Calcio	0,3%
Fósforo	0,5%
Vitamina A	13.800 UI/kg
Vitamina B3	800 UI/kg
Vitamina C	35 mg/kg
Vitamina E (α-tocoferol)	100 UI/kg
Colina (ácido de pollo)	120 mg/kg
Omega-6	1,2%
Omega-3	0,5%
Melazón	0,7 mg/kg
Linaza	1,8 mg/kg
Taurina	0,6 mg/kg
L-Carnitina	15 mg/kg
Beta-Caroteno	3 mg/kg

**Bayside Select** 

**PRO PAC Ultimate - Bayside Select**  
Es una dieta específica nutricional superpremium libre de granos. Formulada con ingredientes naturales y nutrientes como el pescado blanco (20%), papa (20%), frutas y vegetales (12%).

**Ingredientes:** Harina de Pescado Blanco, Papa, Gusacates, Garbanzo, Aceite de Canola. Presentado con una Mezcla de Tocotrienos, Galleta, Fibra de Gusacato, Sabor Natural, Linaza, Huevo, Mielazón, Arándanos Azules, Zanahoria, Espinaca, Fibra de Arándanos Azules, Fibra de Arándanos Rojos, L-Carnitina, L-Lisina, Taurina, Yucca, Beta-Caroteno, Vitaminas, Minerales.

**Presentaciones: 2,5, 12 kg**

Análisis Garantado	
Proteína	22%
Grasa	14%
Fibra	4%
Humedad	10%
Calcio	0,4%
Fósforo	0,7%
Vitamina A	13.800 UI/kg
Vitamina B3	800 UI/kg
Vitamina C	35 mg/kg
Vitamina E (α-tocoferol)	100 UI/kg
Colina (ácido de cordero)	120 mg/kg
Omega-6	1,2%
Omega-3	0,5%
Melazón	0,8 mg/kg
Linaza	1,8 mg/kg
Taurina	0,6 mg/kg
L-Carnitina	15 mg/kg
Beta-Caroteno	3 mg/kg

**comersal**

**MASCOTAS**

**MASCOTAS**  
PERROS - GATOS

**2221360**  
WHISKAS GATITOS POLLO 12X1.4KG

**2222928**  
WHISKAS ORIGINAL CARNE BSA 12X1.5 KG

**2222932**  
WHISKAS PESCADO 12X1.5KG

**2222930**  
WHISKAS POLLO Y LECHE ADULTO 12X1.5 KG

**2224398**  
WHISKAS CARNE RECETA ORIG BSA 12X700 G

**2228396**  
WHISKAS CARNE RECETA ORIGINAL 1KGSG

**2224167**  
WHISKAS GATITOS BSA ATUN EN FILET 24X85G

**2224166**  
WHISKAS GATITOS BSA RES EN FILET 24X85G

**2220066**  
WHISKAS ATUN EN FILETES ADULTO 24X85G

Figura 15. Cotizaciones proveedoras.

Fuente: Información proporcionada por agentes de las tiendas

**comersal**

**MASCOTAS**

**MASCOTAS**  
PERROS - GATOS

**2221360**  
WHISKAS GATITOS POLLO 12X1.4KG

**2222928**  
WHISKAS ORIGINAL CARNE BSA 12X1.5 KG

**2222932**  
WHISKAS PESCADO 12X1.5KG

**2222930**  
WHISKAS POLLO Y LECHE ADULTO 12X1.5 KG

**2224398**  
WHISKAS CARNE RECETA ORIG BSA 12X700 G

**2228396**  
WHISKAS CARNE RECETA ORIGINAL 1KGSG

**2224167**  
WHISKAS GATITOS BSA ATUN EN FILET 24X85G

**2224166**  
WHISKAS GATITOS BSA RES EN FILET 24X85G

**2220066**  
WHISKAS ATUN EN FILETES ADULTO 24X85G

Figura 16. Catálogo de productos Comersal.

Fuente: Información proporcionada por agentes de Comersal.

## ANEXO 7: Artes Gráficas



Figura 17. Post para redes sociales  
Fuente: Elaboración propia



Figura 18. Post para redes sociales The Cuate Pets

Fuente: Elaboración propia