

**Trabajo de práctica, modalidad creación de empresa**

Cristian Aguirre Gil

Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables, Universidad Católica Luis

Amigó

NIP01: Práctica

Asesor: Camilo Higueta

Mayo 25, 2023

## Tabla de contenido

<b>Capítulo 1. Información General de la Empresa</b> .....	7
<b>1.1 Nombre de la Empresa y de la Marca</b> .....	9
<b>1.1.1 Nombre</b> .....	9
<b>1.1.2 Marca</b> .....	9
<b>1.2 Tipo de Empresa</b> .....	9
<b>1.2.1 Código CIU</b> .....	10
<b>1.3 Descripción de la empresa</b> .....	11
<b>1.4 Misión y Visión de la Empresa</b> .....	13
<b>1.4.1 Misión</b> .....	13
<b>1.4.2 Visión</b> .....	13
<b>1.5 Relación de Productos y/o Servicios</b> .....	14
<b>1.6 Ventajas Competitivas</b> .....	16
<b>1.6.1 Ventajas Competitivas</b> .....	16
<b>1.6.2 Distinciones Competitivas</b> .....	18
<b>1.7 Trámites y Costos</b> .....	18
<b>Capítulo 2. Análisis de Entorno y Sector</b> .....	20
<b>2.1 Entorno</b> .....	20
<b>2.1.1 Colombia</b> .....	20
<b>2.1.1.1 Tecnológico</b> .....	21
<b>2.1.1.2 Económico</b> .....	21
<b>2.1.1.3 Político y Legal</b> .....	21

<b>2.1.2 Perfil País Internacional Seleccionado</b> .....	22
<b>2.1.2.1 Sociocultural</b> .....	22
<b>2.1.2.2 Económico</b> .....	23
<b>2.1.2.3 Política Comercial y Tributaria</b> .....	23
<b>2.2 Sector o Industria</b> .....	24
<b>2.2.1 Sector al Cual Pertenece</b> .....	24
<b>2.2.2 Rentabilidad del Sector</b> .....	25
<b>2.2.3 Tamaño del Sector (Volumen de Ventas)</b> .....	25
<b>2.2.4 Tendencias de Crecimiento (Últimos Años)</b> .....	26
<b>2.2.5 Proyección de Ventas del Sector</b> .....	27
<b>2.2.6</b> ..... <b>Estructura del Sector</b>	
.....	27
<b>2.2.7</b> ..... <b>Factores Claves de Éxito del Negocio</b>	
.....	28
<b>2.2.8 Cadena de Valor de la Industria</b> .....	29
<b>2.2.8.1 Actividades Primarias</b> .....	29
<b>2.2.8.2 Actividades de Apoyo</b> .....	30
<b>2.2.9 Barreras de Ingreso o Salida del Sector</b> .....	30
<b>2.2.10 Competidores</b> .....	32
<b>2.2.10.1 Del país Elegido</b> .....	33
<b>2.2.10.2 Colombia</b> .....	34
<b>2.2.11 Poder de Negociación de los Clientes y Proveedores</b> .....	35

2.2.11.1 Clientes.....	35
2.2.11.2 Proveedores .....	36
2.2.12 Amenaza de Nuevos Productos Sustitutos.....	36
<b>Capítulo 3. Análisis del Mercado.....</b>	<b>37</b>
<b>3.1 Objetivos de Mercadeo.....</b>	<b>37</b>
<b>3.1.1 Objetivo General.....</b>	<b>37</b>
<b>3.1.1.1 Corto Plazo .....</b>	<b>37</b>
<b>3.1.1.1 Mediano Plazo .....</b>	<b>38</b>
<b>3.1.1.3 Largo Plazo.....</b>	<b>38</b>
<b>3.1.2 Objetivos Específicos .....</b>	<b>38</b>
<b>3.2 Perfil del Mercado Potencial de Bienes y/o Servicios .....</b>	<b>39</b>
<b>3.3 Mercado Meta de los Bienes y Servicios .....</b>	<b>41</b>
<b>3.4 Cuantificación del Cliente Potencial de Bienes y Servicios.....</b>	<b>42</b>
<b>3.5 Mercado Competidor.....</b>	<b>43</b>
<b>3.6 Mercado Distribuidor.....</b>	<b>46</b>
<b>3.6.1 Distribución Directa.....</b>	<b>46</b>
<b>3.6.2 Distribución a través de Terceros.....</b>	<b>47</b>
<b>3.7 Comunicación y Actividades de Promoción y Divulgación.....</b>	<b>47</b>
<b>3.7.1 Comunicación.....</b>	<b>48</b>
<b>3.7.2 Actividades de Promoción y Divulgación .....</b>	<b>51</b>
<b>Se utilizarán estrategias que representen un bajo costo y se dará</b>	
<b>mayor importancia o donde habrá mayor inversión será en aquellas</b>	

de tipo digital donde Petmovi considera que es el canal mediante el cual sería más viable llegar a nuestro cliente en potencia. Dichas estrategias serían las siguientes: .....	51
<b>3.8 Plan de Ventas</b> .....	<b>52</b>
<b>3.8.1</b> ..... <b>Encuesta</b>	
.....	55
<b>Capítulo 4. Análisis de Comercio Internacional</b> .....	<b>56</b>
<b>4.1 Tratados Comerciales</b> .....	<b>56</b>
<b>4.2 Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios</b> .....	<b>57</b>
<b>4.3 Requisitos y Vistos Buenos</b> .....	<b>57</b>
<b>4.4 Capacidad Exportadora/Capacidad Importadora</b> .....	<b>58</b>
<b>4.5 Participación en Ferias Especializadas</b> .....	<b>59</b>
<b>4.6 Rutas de Acceso</b> .....	<b>60</b>
<b>Capítulo 5. Análisis Técnico</b> .....	<b>62</b>
<b>5.1 Descripción del Proceso de Prestación del servicio</b> .....	<b>63</b>
<b>5.2 Capacidad de prestación del servicio</b> .....	<b>65</b>
<b>5.3 Plan de prestación de servicio</b> .....	<b>67</b>
<b>5.4 Recursos materiales y humanos para la producción:</b> .....	<b>68</b>
<b>5.4.1 Locaciones</b> .....	<b>68</b>
<b>5.4.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres</b> .....	<b>69</b>
<b>5.4.3 Requerimientos de materias primas e insumos</b> .....	<b>72</b>

<b>5.4.4 Requerimientos de servicios Tabla 13 Descripción de Costos de Operación Requerimientos de Servicios</b> .....	74
<b>5.4.5 Requerimientos de personal</b> .....	76
<b>Capítulo 6. Análisis Administrativo</b> .....	77
<b>6.1 Estructura Organizacional del negocio</b> .....	77
<b>6.1.1 Organigrama</b> .....	78
<b>6.1.2 Costo del personal y procesos administrativos tercerizados</b> .....	79
<b>Capítulo 7. Análisis legal</b> .....	79
<b>7.1 Tipo de Organización Empresarial</b> .....	80
<b>7.2 Certificaciones y Gestiones con Entidades Públicas</b> .....	80
<b>Capítulo 8. Análisis Financiero</b> .....	82
<b>8.1 Tasas de Interés, Impuesto y Tasa de Rentabilidad</b> .....	82
<b>8.2 Aportes de Capital de los Socios</b> .....	83
<b>8.3 Créditos y Préstamos Bancarios</b> .....	84
<b>8.4.1 Ingresos</b> .....	85
<b>8.4.2 Egresos</b> .....	85
<b>8.4.3 Estados Financieros Projectados</b> .....	86
<b>8.4.3.1 Estado de Pérdidas y Ganancias proyectado</b> .....	86
<b>8.4.3.2 Flujo de Caja y VPN proyectado</b> .....	87
<b>8.5 Evaluación Financiera</b> .....	88
<b>8.5.1 VPN, TIR, PAYBACK descontado</b> .....	88
<b>Conclusiones</b> .....	89

<b>Recomendaciones</b> .....	91
<b>Bibliografía</b> .....	92

### **Tabla de Ilustraciones**

<b>Tabla 1</b> <i>Relación de Trámites y Costos para la Constitución de la Empresa</i> .....	18
<b>Tabla 2</b> <i>Costos por canal de distribución</i> .....	46
<b>Tabla 3</b> <i>Descripción de Costos por Herramientas de Comunicación</i> .....	50
<b>Tabla 4</b> <i>Proyección de ventas anual</i> .....	52
<b>Tabla 5</b> <i>Proyección de Demanda a 3 Años</i> .....	53
<b>Tabla 6</b> <i>Descripción de Costos por Evento Global Pet Expo</i> .....	60
<b>Tabla 7</b> <i>Descripción del servicio</i> .....	64
<b>Tabla 8</b> <i>Cantidad de Servicios Prestados por Periodo</i> .....	66
<b>Tabla 9</b> .....	67
<b>Tabla 10</b> <i>Descripción de Costos de la operación locaciones</i> .....	68
<b>Tabla 11</b> <i>Descripción de Costos de Operación Maquinaria y Equipo</i> .....	69
<b>Tabla 12</b> <i>Descripción de Costos de Operación Materia Prima e insumos</i> .....	72
5.4.4 Requerimientos de servicios <b>Tabla 13</b> <i>Descripción de Costos de Operación</i>	
Requerimientos de Servicios .....	74
<b>Tabla 14</b> <i>Descripción de Costos y Personal Necesario por Vehículo</i> .....	76
<b>Tabla 15</b> <i>Descripción de Costos por Personal de Contratación Tercerizada</i> .....	79
<b>Tabla 16</b> <i>Distribución de caítal aportado</i> .....	83
<b>Tabla 17</b> <i>Detalle de Ingresos Proyectados Mensuales durante 3 años</i> .....	85

<b>Tabla 18</b>	Detalle de Egresos Proyectados Mensuales durante 3 años.....	85
<b>Tabla 19</b>	<i>Estado de Perdidas y Ganancias Proyectado a 3 años</i> .....	86
<b>Tabla 20</b>	Flujo de Caja Proyectado a 3 Años.....	87
Tabla 21	VPN, TIR y Payback Descontado.....	88

### Tabla de Figuras

<b>Figura 1</b>	<i>Validación de Disponibilidad de Nombre y Marca</i> .....	9
<b>Figura 2</b>	<i>Logo</i> .....	48
<b>Figura 3</b>	<i>Ruta Área desde Medellín hasta Miami</i> .....	61
Figura 4	Ruta Área desde Medellín hasta Nueva York .....	62
<b>Figura 5</b>	Celda de parqueadero .....	68
<b>Figura 6</b>	Vehículo de transporte.....	70
<b>Figura 7</b>	Guacal.....	70
<b>Figura 8</b>	Aspiradora .....	71
<b>Figura 9</b>	Computador portátil .....	71
<b>Figura 10</b>	Celular .....	72
<b>Figura 11</b>	Cinturón de Seguridad.....	73
<b>Figura 12</b>	Bosal para Perro .....	73
<b>Figura 13</b>	Gasolina.....	73
<b>Figura 14</b>	Página Web.....	74
<b>Figura 15</b>	.....	75
<b>Figura 16</b>	Publicidad.....	75

**Figura 17** Conexión Web..... 75

## Capítulo 1. Información General de la Empresa

### 1.1 Nombre de la Empresa y de la Marca

#### 1.1.1 Nombre

Petmovi

#### 1.1.2 Marca

#### Figura 1

Validación de Disponibilidad de Nombre y Marca

Realice su consulta empresarial o social

petmovi

Recomendaciones de uso

Número de Identificación

Digite el número de identificación sin puntos, guiones ni dígito de verificación.

NIT o Núm Id.	Razon Social ó Nombre	Sigla	Municipio/Dpto	Categoría
	PETMOVIL		VILLAVICENCIO / META	ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO
NIT 900256878 - 3	GUAAU PETMOVIL SAS EN LIQUIDACION		BOGOTA. D.C. / BOGOTA	SOCIEDAD ó PERSONA JURIDICA PRINCIPAL ó ESAL
	LIPS ACCESORIOS MICAN PETMOVIL		BOGOTA. D.C. / BOGOTA	ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO

### 1.2 Tipo de Empresa

Petmovi S.A.S., se elige el tipo de sociedad por acciones simplificadas dada la flexibilidad que representa en los siguientes aspectos y que serían de beneficio para el desarrollo de la empresa a constituir:

- “Simplificación de trámites: No será necesario dar fe pública mediante escrituras de la empresa que se constituirá y no será necesario que haya dos socios para hacer efectiva la

sociedad”. (Universidad ICESI)

Esto representa un beneficio en temas de costos a la vez que nos permite flexibilidad teniendo en cuenta que no hay más de un socio.

- “Limitación de responsabilidad: los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad”. (Universidad ICESI)

Esto representa flexibilidad para la empresa que se constituirá dado que desligarán las obligaciones del accionista principal de las obligaciones de tipo laboral, y tributario de la sociedad.

- “Estructura flexible de capital: Se podrá constituir sin necesidad de pagar ninguna suma en el momento de crearla. El capital pagado puede ser cero, a diferencia de las otras sociedades que exigen un monto mínimo”. (Universidad ICESI)

Esto representa flexibilidad para la constitución de la empresa puesto que el capital inicial es limitado.

### *1.2.1 Código CIU*

**4923 transporte de carga por carretera:** Es aquel destinado a satisfacer las necesidades generales de movilización de cosas de un lugar a otro, a cambio de una remuneración o precio.

Esta clase incluye:

- Todas las operaciones de transporte de carga por carretera. Se incluye el transporte de

una gran variedad de mercancías tales como: - Troncos. - Ganado. - Productos refrigerados. - Carga pesada. - Carga a granel, incluso el transporte en camiones cisterna de líquidos (ejemplo: la leche que se recoge en las granjas, agua, etcétera). - Automóviles.

- Los servicios de transporte de desperdicios y materiales de desecho, sin incluir el proceso de acopio ni eliminación.
- El alquiler de vehículos de carga (camiones) con conductor.
- El transporte de gas comprimido. (Cámara de Comercio de Bogotá, s.f.)

**5223 actividades de aeropuertos, servicios de navegación aérea y demás actividades conexas al transporte aéreo:**

Esta clase incluye:

- Las actividades relacionadas con el transporte aéreo de pasajeros, animales o carga: - La operación de instalaciones terminales, como terminales de aeropuerto, etc. - Los servicios de navegación aérea.
- Los servicios de prevención de incendios y bomberos en los aeropuertos. (Cámara de Comercio de Bogotá, s.f.)

### **1.3 Descripción de la empresa**

Petmovi, es una empresa del sector servicios de transporte, que presta servicios de transporte especializado con enfoque para las mascotas, ya sea mediante alquiler de vehículos con conductor para desplazarlas como también mediante acompañamiento y asesoría buscando el mismo fin; entre los servicios de asesoría que se prestarán se incluye asesoría a nivel de

transporte local, así como asesoría a nivel de transporte internacional, donde se garanticen procesos con calidad, seguridad y eficientes en pro de la comodidad y bienestar de los animales transportados.

Entre las actividades según código CIIU que describen la actividad económica de Petmovi se encuentran las siguientes:

- **“4923 transporte de carga por carretera:** Es aquel destinado a satisfacer las necesidades generales de movilización de cosas de un lugar a otro, a cambio de una remuneración o precio.

Esta clase incluye:

- Todas las operaciones de transporte de carga por carretera. Se incluye el transporte de una gran variedad de mercancías tales como: - Troncos. - Ganado. - Productos refrigerados. - Carga pesada. - Carga a granel, incluso el transporte en camiones cisterna de líquidos (ejemplo: la leche que se recoge en las granjas, agua, etcétera). - Automóviles.
- El alquiler de vehículos de carga (camiones) con conductor.” (Cámara de Comercio de Bogotá, s.f.)

- **“5223 actividades de aeropuertos, servicios de navegación aérea y demás actividades conexas al transporte aéreo:**

Esta clase incluye:

- Las actividades relacionadas con el transporte aéreo de pasajeros, animales o carga: - La operación de instalaciones terminales, como terminales de aeropuerto, etc. - Los servicios de navegación aérea”. (Cámara de Comercio de Bogotá, s.f.)

La ubicación de Petmovi tiene como origen la ciudad de Medellín y se pretende que se desarrollen las actividades comerciales en el mercado de la ciudad, así como en las ciudades del área metropolitana y del oriente antioqueño.

Petmovi, es un proyecto de microempresa dado que actualmente cuenta con un solo empleado, quién a su vez es su fundador, y gerente.

## **1.4 Misión y Visión de la Empresa**

### ***1.4.1 Misión***

Nuestro objetivo es proporcionar soluciones de transporte para mascotas mediante el alquiler de vehículos especializados, asesoría, y acompañamiento; aportando bienestar, seguridad, confiabilidad y comodidad para todas las mascotas del mundo

### ***1.4.2 Visión***

Ser la empresa líder de transporte de mascotas en Colombia y posicionarnos a nivel internacional mediante la implementación de procesos tecnológicos que aporten seguridad, comodidad, confiabilidad y bienestar a las mascotas mientras son movilizadas en el mundo

## 1.5 Relación de Productos y/o Servicios

Petmovi, es una empresa que busca ofrecer servicios de transporte de mascotas tanto en traslados a nivel local mediante alquiler de vehículos especializados con conductor, como también a nivel internacional mediante, acompañamiento y asesoría sobre las formas, medios y condiciones idóneas para tal fin.

Petmovi, busca ofrecer soluciones de transporte tanto a los tenedores de mascotas como también a todas aquellas empresas que en su actividad económica prestan servicios para el bienestar animal, del tipo de Guarderías, veterinarias, spas, tiendas y demás; través de las siguientes líneas de servicio:

- Servicio de transporte Express: son traslados, movimientos o desplazamientos en las áreas de cobertura de la ciudad desde un lugar de origen o uno de destino, contratado por un tercero en un único momento, el cual puede ser repetido, pero se toman como servicios de transporte independientes entre sí. Este plan está dirigido a aquellas personas que eventualmente requieren movilizar a sus mascotas de un lugar a otro
- Planes o paquetes familiares y personales: Son planes de servicio previamente estructurados de acuerdo a las necesidades de transporte de quién los contrata para sus mascotas durante determinado periodo de tiempo; incluyendo dentro de estos un número de viajes determinado, características de transporte y un tiempo de vigencia para el uso de los mismos. Este plan está dirigido a personas donde las mascotas forman parte

importante de las familias por lo que estas adquieren rutinas como ir diariamente a las guarderías de mascotas, revisiones veterinarias periódicas, visitas al spa, entre otros por lo que se requiere un medio de transporte continuo para cumplir dichas actividades y que normalmente el tenedor no puede suplir, ya sea por limitaciones de tiempo o por no contar con los medios para ello.

- Planes o paquetes de transporte para corporativos: Son planes que de la misma manera, buscan satisfacer necesidades recurrentes para el transporte o movilización de mascotas, sin embargo, en este plan se busca ofrecer soluciones a las empresas que prestan servicios para el bienestar animal y que su actividad principal no es transportarlos, pero que quieran ofrecer servicios de domicilios y transportes mediante la contratación y la tercerización, para así tener claridad en su enfoque de negocio y dejar el resto en manos de Petmovi; casos como las veterinarias, guarderías, escuelas, spas y demás tiendas de mascotas son las posibles empresas que podrían estar interesadas en adquirir paquetes de transporte para el complemento al desarrollo de sus actividades.
- Asesoría en transporte internacional de mascotas: Asesoría respecto al medio, forma y mejores alternativas de viaje con destinos internacionales dándole importancia a la seguridad, comodidad, y tranquilidad para la mascota. Complementario a lo anterior, Petmovi, se encarga de tramitar la documentación de salida, vistos buenos y documentos

ante el ICA, ejercemos posición de intermediarios ante la aduana y representamos a quienes tomen el servicio de principio a fin.

## **1.6 Ventajas Competitivas**

### ***1.6.1 Ventajas Competitivas***

En el mercado actual colombiano existen algunas soluciones a la necesidad de transporte de mascotas, sin embargo; se evidencia una falta en cuanto a la estructura y el orden que requiere el mercado para poder cubrir todas sus necesidades. Lo anterior se concluye entendiendo que si bien hay empresas que ofrecen este servicio, también ofrecen otros, lo que lleva a que no haya una claridad en su enfoque, ni modelo de negocio, por ende, no hay un crecimiento importante y así mismo no se ha masificado ni convertido en un servicio indispensable, tal como si lo pretende Petmovi a través de las siguientes características de servicio y que son consideradas como ventajas competitivas frente a la competencia:

- **Especialización del servicio:** Petmovi, se enfoca exclusivamente en el transporte mascotas, lo que permite una especialización tanto del personal, como de los métodos y los medios. Siendo más específicos, Petmovi se caracterizaría por tener ventajas respecto de la capacitación del personal brindando mayor calidad y eficiencia en cada uno de los viajes, como de las formas en que se lleva a cada uno de ellos aportando mayor bienestar y confort.
- **Uso de tecnología:** Petmovi, busca ofrecer herramientas tecnológicas que sean de apoyo para los usuarios, mediante las cuales se pretende brindar, comunicación

efectiva, practicidad, transparencia y conexión en tiempo real al estado de cada servicio contratado. Lo anterior se lograría mediante la implementación de una plataforma web y una APP, que permita conocer de forma rápida y sistematizada datos como la cotización de un servicio, la geolocalización o ubicación respecto del trayecto contratado, tiempos de recogida, tiempos de entrega y visualización en tiempo real mediante dispositivos de grabación que emitan un video tipo streaming del estado de la mascota.

- Soluciones a corporativos: Petmovi, no solo ofrece servicios a personas naturales o particulares, sino que también pretende crear alianzas con corporativos y empresas que desarrollen actividades comerciales relacionados al bienestar animal y que a día hoy se encuentran desatendidos; por tanto, esto representaría una variedad de clientes potenciales importante, un mayor mercado al cual satisfacer y por ende un crecimiento acelerado.
- Instalaciones de bienestar: Petmovi se esfuerza en brindar el mayor bienestar y confort posible en cada una de los viajes; por lo tanto, se realizará una especial adecuación de cada uno de los vehículos con sistemas de sujeción, de acondicionamiento de clima, aromaterapia, musicoterapia, equipos de jaulas o guacales y demás extras que aporten a cumplir con la propuesta de valor.
- Diversidad en portafolio de servicios: Ofreciendo el mismo servicio, transportar mascotas, Petmovi crea un portafolio variado dirigido a diferentes mercados con diferentes necesidades y través de 4 líneas de servicio.

### ***1.6.2 Distinciones Competitivas***

- **Experiencia de viaje:** Petmovi busca distinguirse por ofrecer una experiencia de transporte de mascotas cómoda, segura, eficiente, y placentera para los animales.
- **Transparencia y comunicación:** Mediante las herramientas destinadas para ello, Petmovi busca distinguirse por ofrecer canales de comunicación rápidos, eficientes y disponibles 24/7 que permitan crear vínculos de confianza y tranquilidad para los tenedores de mascotas mientras Petmovi se encarga de transportarlos.
- **Alianzas con corporativos:** La posibilidad de ofrecer soluciones de transporte también a los corporativos permite a Petmovi, generar asociaciones a largo plazo a la vez que le da una distinción de prestigio y visibilidad en el mercado al indirectamente enlazar los clientes de los corporativos con los servicios tercerizados.
- **Variedad de servicios:** tener alternativas respecto a los servicios prestados, nos permite ser distinguidos por ofrecer todas las soluciones posibles a una necesidad, mediante la atención a diferentes segmentos de mercado, lo que ayudaría a la fidelización de clientes y a la generación de nuevas oportunidades de negocio

## **1.7 Trámites y Costos**

**Tabla 1**

*Relación de Trámites y Costos para la Constitución de la Empresa*

<b>Nombre del trámite</b>	<b>Costo en COP</b>	<b>Periodicidad</b>
---------------------------	---------------------	---------------------

Verificar disponibilidad del nombre de la empresa	N/A	N/A
Crear estatutos de la empresa	\$700.000	Única vez
Diligenciar el pre RUT	N/A	N/A
Apertura de cuenta bancaria	N/A	N/A
Mantenimiento de cuenta bancaria corporativa	\$30.000	Mensual
Registrar empresa en cámara y comercio	483.000	Única vez
Matrícula mercantil	\$350.000	Anual
Inscribirse en el RUT	N/A	N/A
Registro en RNT	Entre \$800.000 y \$1.500.000	Única vez
Seguro de responsabilidad civil	Entre 1.500.000 y 5.000.000	Anual
Inscripción de empleados a seguridad social	\$650.816	Mensual
Solicitar resolución de facturación	N/A	N/A
Contratar software de facturación	\$50.000	Mensual
Inscripción de libros oficiales	\$100.000	N/A

## **Capítulo 2. Análisis de Entorno y Sector**

### **2.1 Entorno**

Petmovi, al ser una empresa que ofrece un portafolio de diferentes servicios estará legalmente constituida en Colombia, sin embargo, desarrollará sus actividades a nivel nacional e internacional según la línea de servicio de su portafolio de servicios que preste.

#### ***2.1.1 Colombia***

En Colombia, bajo los servicios de transporte local y sobre la modalidad de arrendamiento de vehículo con conductor; en un inicio, serán en Medellín y las principales ciudades del Área Metropolitana y el Oriente Antioqueño como Bello, Copacabana, Envigado, Itagüí, Sabaneta, La Estrella, Guarne, Rionegro y Marinilla específicamente. Referente al entorno donde se desarrollarán las actividades anteriores; al ser en el mismo país y región de origen de la empresa se considera tener amplio conocimiento del mercado y sus particularidades de tipo social, cultural, tecnológico, económico, político, ambiental y legal; por lo que concluimos que a futuro podrían impactar en el mercado sobre todo teniendo en cuenta que la sociedad colombiana viene teniendo un crecimiento respecto de los valores de cuidado, amor por los animales y una cultura de bienestar animal, lo que podría representar un multiplicador en las anteriores variables y un aumento acelerado de la demanda de dicho servicio en los próximos años. Por lo que la empresa debe aprovechar los primeros años de inicio para fortalecerse en términos de infraestructura e instalaciones para así garantizar satisfacer las necesidades de todos sus demandantes a la vez que se cumplen todas las normas y cuidados de los animales tal como lo requiera el cliente de Petmovi.

Respecto de los demás aspectos se considera que podrían impactar de la siguiente manera:

#### **2.1.1.1 Tecnológico**

Es una realidad que diariamente tendremos avances de tipo tecnológicos en el mundo, y, en un mundo globalizado por supuesto que Colombia se ve impactado por estos avances que a su vez representan cambios abruptos en el entorno; por tanto, Petmovi, debe ser flexible a ellos, estar constantemente actualizados y utilizar dichos avances en pro del desarrollo del negocio usándolos como herramientas para ser cada vez mejores.

#### **2.1.1.2 Económico**

La realidad financiera actual del país sumada a la posibilidad de que se mantenga así por más tiempo del que se quisiera puede representar una baja en la demanda de servicios no esenciales como lo es el transporte de mascotas, por lo que Petmovi debe estar preparado como empresa y buscar alternativas de rentabilidad aprovechando su amplio portafolio de servicios en momentos de crisis como los actuales.

#### **2.1.1.3 Político y Legal**

Se prevé que de la mano de los cambios culturales y sociales respecto del trato que damos a los animales hoy en Colombia podrían surgir nuevas leyes, normas y regulaciones en pro del bienestar de los animales; lo que podría exigir mayores estándares de calidad en el servicio, en términos de seguridad y bienestar por lo que se debe estar en constante actualización para evitar multas y sanciones.

**Ambiental:** El cambio climático y la contaminación ambiental actual, implican un compromiso de las organizaciones y más si se trata de una organización cuya actividad es cercana al sector transporte, caracterizado por ser un sector altamente contaminante. Por tanto Petmovi, ya sea por regulaciones gubernamentales o no, debe comprometerse en el uso de vehículos eficientes y menos contaminantes con el fin de aportar a las medidas que puedan significar una reducción en la contaminación resultado del desarrollo de sus actividades.

### ***2.1.2 Perfil País Internacional Seleccionado***

Teniendo en cuenta la actividad relacionada a la asesoría, acompañamiento y ser parte del proceso de transporte de mascotas a otros países, no tenemos un único país definido para dicha actividad puesto que la demanda es de clientes ubicados en Colombia que tengan como objetivo visitar otros países con sus mascotas; sin embargo, entendiendo que según (Portafolio, 2022), el país al que más viajan los colombianos siendo que de cada 3 colombianos que viajan al exterior 1 viaja a Estados Unidos; el principal país donde se llevará a cabo la mayor parte de la operación y prestación de dicho servicio será Estados Unidos; para el cual consideramos que podríamos tener los siguientes impactos por entorno en la operación propuesta:

#### **2.1.2.1 Sociocultural**

En Estados Unidos, al igual que en Colombia, es una realidad el cambio de posición que han tenido las mascotas que hoy son consideradas un miembro más de la familia. Por lo tanto, el transporte de una mascota hacia otro país del extranjero puede ser considerado como un tema emocionalmente sensible y delicado para muchos dueños de mascotas, así como para todas aquellas personas y entidades que puedan ser partícipes del transporte internacional; razón por la

cual muchas miradas están puestas sobre el estado y el trato que se les da en el momento de su traslado, así como las condiciones en las que llegan a los respectivos destinos. Lo que puede representar para Petmovi una exigencia considerablemente alta en los estándares de calidad de los servicios ofrecidos.

### **2.1.2.2 Económico**

Los costos del transporte internacional de mascotas pueden ser significativos para los dueños de mascotas; aún más considerando la coyuntura económica actual a nivel global donde Estados Unidos por ser el referente económico a nivel mundial tiende a ser la economía que más impactos recibe; la empresa deberá ser capaz de ofrecer opciones de transporte que sean eficientes y asequibles, al tiempo que cumplan con todas las normas y regulaciones requeridas. De lo contrario, y entendiendo que esto no es un servicio de primera necesidad los clientes potenciales podrían no tomarlo y dar prioridad a otras cosas.

### **2.1.2.3 Política Comercial y Tributaria**

Dado que las regulaciones gubernamentales sobre la importación de mascotas pueden variar significativamente entre países. La empresa deberá estar familiarizada con las leyes y regulaciones sobre todo en Estados Unidos y Colombia que serán los países de origen y destino. Asegurándose de que los dueños de mascotas cumplan con los requisitos necesarios para la importación de su mascota. Lo anterior representa un reto ya que es menester estar actualizado respecto a normativa internacional para no incurrir en sanciones o reprocesos traducidos en malas experiencias para los clientes. Entre los requisitos más importantes se destaca, aquellos relacionados a la documentación, vacunación y pruebas de laboratorio requeridos para la

importación de mascotas. También se deberá contar con seguros de responsabilidad civil adecuados para protegerse en caso de cualquier imprevisto durante el transporte de mascotas.

Para Petmovi el reto será brindar un servicio que brinde facilidad y que sea transparente para el cliente en cada uno de los requerimientos mencionados previamente y que son de alta complejidad en términos de burocracia y tramitología.

Por otro lado, en lo que a política comercial respecta, se identifica que actualmente no hay un arancel que derive directamente de la actividad de transporte de mascotas.

## **2.2 Sector o Industria**

El transporte de mascotas en Colombia se podría enmarcar en los sectores de servicios de transporte, logística y de servicios para mascotas de forma generalizada, Los cuales estando relacionados con mascotas, han venido experimentando un crecimiento sostenido en los últimos años; lo que repercute positivamente en la demanda; atribuyéndose dicho crecimiento a la cada vez es más alta tenencia de mascotas en los hogares colombianos y al cada vez es mayor el interés por brindar bienestar a los animales.

### ***2.2.1 Sector al Cual Pertenece***

Petmovi siendo una empresa que desempeña actividades comerciales relacionadas con el transporte y asesoría para el transporte de mascotas pertenece al sector de servicios para mascotas, también conocida como la industria de cuidado de mascotas. Este sector se encarga de brindar todo tipo de servicios y productos para satisfacer las necesidades de los dueños de mascotas y mejorar la calidad de vida de los animales domésticos.

Específicamente, pertenece al subsector de transporte de mascotas dentro del sector de servicios de mascotas

### ***2.2.2 Rentabilidad del Sector***

Si bien no se hallaron datos específicos sobre la rentabilidad del sector de servicios para mascotas en Colombia es viable decir que ha tenido un crecimiento importante argumentado en un crecimiento anual de ventas en los últimos años; por ejemplo, para el año 2022 Según (Duran, 2022) “Se estimaba que los colombianos gastan al año \$3 billones en alimentos, juguetes y ropa para sus mascotas. La proyección es que en 2023 esta cifra llegue a los \$5 billones”.

Dicho crecimiento está marcado por una tendencia positiva postpandemia y se espera que continúe al alza en el futuro cercano debido a diversos factores como el aumento del número de hogares que tienen animales de compañía y el creciente interés y preocupación de los tenedores de mascotas por el bienestar de estas.

Respecto del subsector de transporte de mascotas, tampoco se hallaron datos previos específicos disponibles. Sin embargo, se concluye que al hacer parte de un sector en crecimiento este a su vez debe tener una tendencia al alza soportada en el aumento de personas con mascotas sumado a la ya mencionada tendencia de las personas y familias por ofrecer bienestar a los animales domésticos.

### ***2.2.3 Tamaño del Sector (Volumen de Ventas)***

“Se estima que los colombianos gastan al año \$3 billones en bienes y servicios para sus mascotas. La proyección es que en 2023 esta cifra llegue a los \$5 billones” (Duran, 2022)

Entiendo lo anterior hay un sector con un volumen de ventas considerable y con posibilidad de crecimiento vertiginoso lo que sin duda crearía oportunidades en cuanto al volumen de ventas a futuro en el corto, mediano y largo plazo.

Respecto al subsector no se tienen datos exactos que permitan definir el volumen de ventas generado en años anteriores para empresas que se dedican en su actividad comercial al transporte de mascotas, al interior del país y al exterior del mismo; sin embargo, es posible inferir que tiene una contribución importante al total de ventas del sector al ser una de los servicios de mayor demanda en los servicios para mascotas.

#### ***2.2.4 Tendencias de Crecimiento (Últimos Años)***

Acorde con (Forero, 2021) “Se evidencia un comportamiento al alza respecto al consumo de bienes y servicios para mascotas. Dicho crecimiento se acentúa posterior a pandemia; donde el confinamiento al parecer reforzó los vínculos de las familias con los animales”.

Según (Bancolombia, 2021) “algunos datos relevantes sobre el crecimiento del mercado de mascotas en Colombia a 2021:

- 4to país en Latinoamérica que lidera el sector de mascotas con crecimiento anual del 13%.
- 3 millones de hogares gastan actualmente en alimentación y cuidado de las mascotas según el DANE.

- 63% ha crecido el gasto en pet care que incluye productos (accesorios, salud y bienestar, suplementos y otros) según Euromonitor.
- 84.9% ha crecido este mercado en Colombia en los últimos 5 años
- Bogotá (25%), Cali (18%) y Medellín (17%) son las ciudades que más se destacan en la tenencia de mascotas, según un estudio de Brandstrat y Offerwise en 8 ciudades principales en 2018.”

### ***2.2.5 Proyección de Ventas del Sector***

“la firma Euromonitor prevé que el gasto que hacen los hogares colombianos en las mascotas alcanzaría los \$6,1 billones para el cierre del 2026.” (Valoraanalitik, 2022)

Si bien no se tiene información concreta que permita identificar una proyección clara para las ventas a futuro en lo que respecta a transporte de mascotas. Sí es posible concluir que, con el aumento generalizado en el consumo de bienes y servicios para el bienestar de mascotas, el impacto al subsector específico de transporte de mascotas sería positivo.

### ***2.2.6 Estructura del Sector***

El sector de servicios para mascotas en Colombia está compuesto por una variedad de servicios que ofrecen bienestar a los animales domésticos. Entre los servicios que más destacan del sector se encuentran los siguientes: Tiendas de mascotas, veterinarias, peluquerías caninas, servicios de transporte, guarderías, servicios de hospedaje, adopción y rescate

### ***2.2.7 Factores Claves de Éxito del Negocio***

Algunos factores que pueden ser claves para el éxito del negocio de transporte de mascotas van muy de la mano de una experiencia de bienestar, tanto para la mascota como para el tenedor de la mascota durante la prestación de los servicios. De dichos factores se resaltarán los siguientes:

**Seguridad y bienestar de las mascotas:** Es bien sabido que la preocupación que hoy tienen las familias por sus mascotas va en aumento; por tanto, es indispensable garantizar que el trato que se da a los animales en el momento que se está prestando el servicio será mejor o mínimamente igual al que darían sus familias en términos de brindar seguridad y bienestar a sus mascotas.

**Experiencia y profesionalismo:** Se debe tener un conocimiento técnico en temas básicos de nutrición, servicios veterinarios y comportamiento animal, para ofrecer un servicio de alta calidad en profesionalismo y experiencia, algo clave para el éxito del negocio.

**Adaptabilidad:** El sector de servicios para mascotas, al ser un sector con una tendencia de crecimiento muy acelerada y estar relacionado con cambios culturales en términos de los derechos que están adquiriendo los animales; es un sector muy susceptible a cambios y dinámicas nuevas que pueden ir soportados incluso con regulaciones de tipo legal y político. Razones por las que una empresa dedicada a prestar servicios para transporte de mascotas debe ser flexible y con alta capacidad de adaptación a los cambios que se puedan dar a fin de ser exitosos en el mercado.

**Masificación del servicio:** Brindar un servicio de fácil acceso para las personas, práctico, con herramientas que brinden facilidad y transparencia en su uso. Dado que hasta ahora es poco conocido y aunque existe la necesidad en muchos casos es las personas no saben que hay empresas que la satisfacen.

**Aplicación de herramientas tecnológicas:** El uso de herramientas tecnológicas acentúa los anteriores factores claves para el éxito, dado que mediante el uso de éstas, mediante aplicaciones, plataformas y demás alternativas viables como complemento del uso del servicio se podrá garantizar, seguridad, bienestar, experiencia, profesionalismo, adaptabilidad y masificación del servicio a bajos costes y bajo procesos implementación rápidos.

### ***2.2.8 Cadena de Valor de la Industria***

La cadena de valor de la industria de servicios para mascotas, y en particular del subsector de transporte de mascotas en Colombia, puede incluir las siguientes actividades:

#### **2.2.8.1 Actividades Primarias**

**Proveedores de productos y servicios para mascotas:** Una empresa que desarrolle actividades relacionadas al transporte de mascotas puede depender de proveedores de alimentos para mascotas, suministros de higiene, elementos de seguridad como arneses, guacales y otros productos que puedan ser necesario durante el traslado de las mascotas de un lugar a otro.

**Proveedores de vehículos de transporte de mascotas:** Entendiendo que la actividad principal de una empresa de transporte de mascotas es trasladar de un lugar a otro los animales

domésticos, es indispensable tener proveedores que comercialicen vehículos y que brinden los medios seguros, y confiables para desarrollar esta actividad.

**Proveedores de servicios tecnológicos:** La contratación de empresas que desarrollen herramientas como aplicaciones, paginas web y plataformas que permitan ofrecer mejores experiencias a los tenedores de mascotas y usuarios del servicio.

### **2.2.8.2 Actividades de Apoyo**

**Servicios de marketing y publicidad:** las empresas de transporte de mascotas necesitan promocionar sus servicios para atraer a los clientes. Esto puede incluir publicidad en línea, marketing en redes sociales y otras actividades de marketing para dar a conocer tanto el servicio como la marca.

**Servicios de consultoría:** Una empresa de transporte de mascotas muy probablemente requiera de consultoría en procesos empresariales, contables, gestión financiera, contratación de personal y de asesoría legal para el desarrollo correcto de sus actividades.

### ***2.2.9 Barreras de Ingreso o Salida del Sector***

Las barreras que puede enfrentar una empresa del sector servicios para mascotas, en específico una empresa de transporte de mascotas en Colombia son las siguientes:

#### **Barreras de ingreso**

Requisitos de registro o licencias de funcionamiento: para operar una empresa de transporte de mascotas en Colombia es necesario cumplir con ciertos requisitos de registro y licencias de funcionamiento como lo son los permisos de operación y cumplir con ciertas regulaciones de seguridad y bienestar animal.

Costos iniciales de inversión: la inversión inicial para la creación de una empresa de transporte de mascotas puede ser significativa dado que incluye la adquisición de vehículos especializados que normalmente se denominan como VAN y que tienen precios considerablemente elevados para una empresa que apenas ingresa al mercado, sin embargo se tiene como alternativa la figura de renting para la adquisición de los vehículos; así mismo se deben considerar los costos de contratación de personal y la implementación de sistemas de seguridad y bienestar mediante adecuaciones de los vehículos y desarrollo de sistemas tecnológicos llámese aplicativos, plataformas o páginas web.

Competencia establecida: Existen varias empresas en el mercado que si bien su actividad principal no es el transporte de mascotas si prestan servicios que satisfacen esa necesidad como actividad secundaria a su actividad principal. Por lo tanto, el sector de servicios para mascotas podría ser altamente con una serie de empresas establecidas que puedan hacer difícil entrar en el mercado.

Coyuntura económica actual: La coyuntura económica actual representa un reto para cualquier empresa que quiera dar inicio de sus actividades en el mercado y más aún si dicha actividad no es de primera necesidad en tiempos de crisis; lo que podría llevar a pesar de la tendencia al alza a la posibilidad de una disminución extraordinaria de la demanda.

### **Barreras de salida**

Costos de cierre: Una parte importante de las inversiones realizadas para el desarrollo de actividades tendrá que ver con aplicativos, plataformas y páginas para crear una experiencia agradable al usuario, otra parte de las inversiones, por otro lado, al ser un negocio poco conocido en el mercado; tendrá que ver con campañas de marketing digital que permitan posicionar la marca mediante publicidad y redes sociales. Lo anterior al ser un costo y una inversión muy específica para el desarrollo del modelo de negocio y no obtener un bien tangible por dichas inversiones será un coste muy alto asumido que en un eventual cierre se perderían en su totalidad y difícilmente se pudiera recuperar algo de lo invertido.

Reputación: Un momento de cierre de cualquier compañía puede traer consigo malas experiencias para quienes fueron usuarios, puesto que ya a este punto no habrá una operación sostenible. Por tal razón, es posible que se cree una mala reputación que de la mano de la importancia que se les da hoy día a las mascotas como parte de la familia, generaría un multiplicador respecto a un impacto negativo en la reputación tanto de la marca como de aquellos que en su momento representen a la empresa.

#### ***2.2.10 Competidores***

Si bien la competencia en el sector de servicios para mascotas y específicamente en el subsector de transporte de mascotas puede ser alta, también se evidencia una oportunidad de negocio importante puesto que aquellos que brindan el servicio de traslado de mascotas, en su mayoría no lo hacen como actividad principal sino como actividad secundaria o de complemento

a su principal; y son pocas quienes basan su modelo de negocio en dicha actividad de transporte de animales domésticos como actividad principal adquiriendo así especialización profesionalismo en el servicio que ofrecen.

### **2.2.10.1 Del país Elegido**

Entendiendo que, de la idea de negocio en cuestión, solamente la línea de servicio de asesoría y acompañamiento a los tenedores de mascotas en el transporte de estas de un país a otro aplicaría para su prestación a nivel internacional; no consideramos encontrar competencia en el país de destino a donde se vayan a transportar las mascotas sino, que por el contrario se hallaría dicha competencia en el país de origen que es el lugar de donde se contratará nuestro servicio donde destacan las siguientes empresas:

- “Avianca: Avianca bajo la línea de servicio Avianca Cargo ofrece a los tenedores de mascotas la posibilidad de transportarlas a los diferentes destinos donde ofrecen vuelos, sin embargo, carece de la asesoría y acompañamiento que demandan los clientes ya que no brinda información clara sobre los requerimientos de transporte ni del país de origen ni del país de destino.”  
(Avianca, s.f.)
- “Deprisa: Deprisa bajo su línea de servicio Deprisa Mascotas ofrece a los tenedores de mascotas la posibilidad de transportarlas a los diferentes destinos, sin embargo, carece de la asesoría y acompañamiento que demandan los clientes ya

que no brinda información clara sobre los requerimientos de transporte ni del país de origen ni del país de destino.” (Deprisa, s.f.)

- Pack and Go: Es una agencia de carga para el transporte de mascotas local, nacional y al rededor del mundo con sede en Bogotá y especializados en brindar servicios de transporte de mascotas a nivel local y de traslado desde Colombia a todos los destinos del mundo. Además, tienen un posicionamiento importante en Colombia por la prestación de sus servicios.
- “Transanimalcargo: Es una agencia que brinda asesoría en el transporte de animales desde Colombia al rededor del mundo con sede en Bogotá. También tienen un posicionamiento importante en Colombia por la prestación de sus servicios.” (Transanimal Cargo, s.f.)

#### **2.2.10.2 Colombia**

Entre los competidores ubicados en la ciudad de Medellín, destacan los siguientes:

- “Mascotax: Empresa de transporte de mascotas ubicada en Medellín con más de 7 años en el mercado.” (Mascotax, s.f.)
- “Coopebombas: es una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controlada que ofrece servicios de transporte. Tienen un programa Llamado “Taxi Amigo de las

Mascotas” es una iniciativa desarrollada por Coopebombas para que se puedan transportar perros y gatos de manera cómoda en los vehículos y con conductores sensibilizados sobre el respeto por los animales, pagando una membresía por este tipo de servicio.” (Coopebombas, s.f.)

### ***2.2.11 Poder de Negociación de los Clientes y Proveedores***

Se realiza un análisis del poder de negociación que pueden tener tanto nuestros clientes como nuestros proveedores y la incidencia de ellos en el precio de los servicios prestados. Dicho análisis se fundamenta respecto de la cantidad de oferta de servicios similares en relación al poder de negociación de los clientes y en la cantidad de oferta de los productos necesarios para prestar los servicios en relación al poder de negociación de los proveedores.

#### **2.2.11.1 Clientes**

El poder de negociación de los clientes de una empresa de transporte a nivel local y asesoría en el transporte de mascotas a nivel internacional, se puede considerar como moderado; la razón de dicha clasificación se debe a que si bien en el momento no existe mucha oferta del servicio en específico, sí hay muchas alternativas en empresas que ofrecen servicios similares y que representarían una competencia indirecta y por ende generarían un impacto o incidencia en el poder de negociación de los clientes y el precio de los servicios ofrecidos.

### **2.2.11.2 Proveedores**

El poder de negociación de los proveedores de una empresa de transporte a nivel local y asesoría en el transporte de mascotas a nivel internacional, se puede considerar como bajo; la razón de dicha clasificación se debe hay muchas empresas que ofrecen alternativas a los productos que se requieren para la prestación del servicio, por ende habría mucha competencia y muchos proveedores a los cuales acudir, restando en estos poder de negociación y teniendo poca incidencia en el precio de los servicios ofrecidos.

### ***2.2.12 Amenaza de Nuevos Productos Sustitutos***

Existen varios servicios que podrían sustituir o competir con el transporte de mascotas en Colombia. Algunos de ellos son:

- **Servicios de bienestar animal a domicilio:** Todo tipo de servicios de bienestar animal, tales como servicios veterinarios, centros de adiestramiento, Spas, entretenimiento y demás, al prestarse a domicilio, pueden representar una amenaza reflejada en una disminución del servicio de transporte de mascotas.
- **Aplicaciones móviles:** Las aplicaciones móviles pueden conectar a los dueños de mascotas con conductores particulares que puedan ofrecer servicios de transporte. Aplicaciones como UBER, Indrive y Cabify podrían servir como medios alternativos que, si bien se enfocan en el transporte de personas, indirectamente servirían para movilizar mascotas con sus dueños.

- Servicios de hotelería y alojamiento: La mayoría de guarderías, hoteles de mascotas y espacios de alojamiento prestas servicios de recogida y entrega de mascotas desde sus hogares hacia los espacios que tienen destinados para desarrollar sus actividades.

## **Capítulo 3. Análisis del Mercado**

### **3.1 Objetivos de Mercadeo**

Se definen los siguientes objetivos de mercadeo de corto, mediano y largo plazo que se considera para empresa como PETMOVI, especialista en transporte de animales domésticos a nivel nacional e internacional, entendiendo el público objetivo, el modelo de negocio y el tipo de servicio que quiere prestar.

#### ***3.1.1 Objetivo General***

Ofrecer soluciones de transporte de animales domésticos inicialmente en Colombia y a quienes residen en Colombia y quieran viajar con sus mascotas en el exterior.

##### **3.1.1.1 Corto Plazo**

Brindar satisfacción y bienestar mediante un servicio seguro, ágil y confiable tanto para las mascotas como para sus tenedores.

### **3.1.1.1 Mediano Plazo**

Aumentar la presencia de mercado, mediante la expansión de cobertura geográfica y su consolidación en cada región

### **3.1.1.3 Largo Plazo**

Consolidar una empresa líder y referente a nivel regional y mundial en el transporte de mascotas fiel a su ideal y cultura de bienestar y cuidado de los animales

### ***3.1.2 Objetivos Específicos***

- Dar a conocer las diferentes líneas de negocio y posicionar la marca
- utilizar técnicas de marketing digital para llegar al mercado de la ciudad de Medellín y sus alrededores como Bello, Envigado, Sabaneta e Itagüí.
- Consolidar alianzas con las diferentes entidades o empresas prestadores de servicios de bienestar como veterinarias, guarderías, hospedajes, centros de adiestramiento y demás.
- Consolidar acuerdos comerciales de servicio tercerizado de transporte enlazado a su actividad principal

- Generar un alto nivel de satisfacción en los clientes que tomen el servicio; a través experiencias con altos estándares de calidad en cuanto al bienestar brindado a los animales transportados.
- Desarrollar con éxito plataformas o aplicativos que complementen, simplifiquen y sobre todo, faciliten el acceso a los servicios a todas las personas tenedoras de mascotas.
- Expandir la cobertura de los servicios en ciudades principales de Colombia, y con mayor potencial de mercado. (Bogotá, Cali, Barranquilla)
- Aumentar progresivamente y de acuerdo a la demanda, la flota de vehículos para garantizar la capacidad y cumplimiento en la propuesta de valor
- Fomentar procesos de responsabilidad empresarial mediante la donación del 1% de las ganancias a fundaciones pro-animal y rescatistas.
- Implementar sistemas de rutas y de rastreo de vehículos para garantizar la seguridad y bienestar de los animales

### **3.2 Perfil del Mercado Potencial de Bienes y/o Servicios**

El perfil del mercado potencial para una empresa de transporte de mascotas en Colombia es el de todo aquel que sea tenedor de animales domésticos y que necesite realizar su traslado en determinada área con determinado fin; por ejemplo, visitas al veterinario, visitas al spa, servicios

de peluquería, mudanzas, viajes; entre otros. Además, dicho perfil se podría clasificar según los siguientes criterios:

**En términos de capacidad de compra:** Aplicarían aquellas personas un poder adquisitivo medio o alto, dado que el servicio de transporte de mascotas no es un bien de primera necesidad, razón por la que se ubicaría como un servicio premium al que una persona de escasos recursos probablemente no tendría como prioridad.

**En cuanto al género y edad de los consumidores potenciales:** Aplicarían tanto hombres como mujeres que sean mayores de edad ya que cualquier persona que tenga una mascota puede necesitar este servicio, pero es importante que sean mayores de edad puesto que a partir de allí podría haber una alta probabilidad de que sean trabajadores activos, por tanto, autosuficientes y con capacidad de adquirir responsabilidad sobre sus mascotas y los servicios de bienestar que pueden brindar a estas.

**En términos de nivel de educación:** Aplicarían las personas con acceso a educación desde la culminación de bachillerato en adelante, la razón de esto es que se considera que la educación abre las puertas a formar criterio a quienes acceden a ella, lo que permite a su vez formar un criterio basado en la empatía y la preocupación por el bienestar animal.

**En términos geográficos:** la empresa de transporte de mascotas puede intervenir en todo el país, ya que hay una gran cantidad de personas que tienen mascotas y necesitan transportarlas. Sin embargo, es probable que los consumidores potenciales se encuentren en ciudades grandes y áreas urbanas, donde hay una mayor densidad de población con mayor poder adquisitivo, mayor acceso a educación, por tanto, mayor empatía con los animales y un mayor número de mascotas.

**En términos psicográficos o conductuales:** Aplican todas aquellas personas que brindan importancia al bienestar de los animales, al amor por los animales y todos aquellos servicios que ofrezcan seguridad, tranquilidad, bienestar, salud, comodidad y confianza respecto de lo que ofrecen en torno a los animales, de aquí que el nivel de exigencia sea alto entendiendo las necesidades del mercado objetivo.

### **3.3 Mercado Meta de los Bienes y Servicios**

El mercado meta de una empresa de transporte de mascotas en Colombia son todos aquellos que sean dueños de animales domésticos y que a su vez deseen trasladarlos de un lugar a otro, dentro del mismo país o a nivel internacional. Este grupo de personas a su vez sería consumidores con ciertas características que los llevan a dar valor al bienestar de todos los animales por lo que estarán dispuestos a asumir costos en pro de ese objetivo más allá de que un servicio del tipo no sea un servicio básico ni de primera necesidad.

Para obtener el mercado meta, se utilizó la siguiente metodología:

- 1. Investigación de mercado:** Se realiza un estudio de mercado donde se trata de identificar la demanda y necesidades de los posibles consumidores, para dicho estudio se utilizaron encuestas, análisis de datos y análisis de comportamiento de los consumidores en potencia.
- 2. Análisis de la competencia:** Mediante un análisis de la competencia se intenta obtener información previa respecto del comportamiento de los consumidores bajo

los servicios ofrecidos actualmente; evidenciar nichos de mercado, oportunidades de negocio y de diferenciación.

- 3. Segmentación de mercado:** Con base en el perfil del cliente ideal, se pueden identificar grupos de consumidores con necesidades y preferencias similares, lo que permitirá definir segmentos de mercado y adaptar la oferta de servicios a las necesidades de cada uno.
- 4. Selección del mercado meta:** Posterior a la segmentación de mercado se realiza la selección del mercado meta ya definido previamente. Compuesto por los consumidores con mayor potencial de acuerdo a las características que lo definen como tal y que representarían la rentabilidad para la empresa.

### **3.4 Cuantificación del Cliente Potencial de Bienes y Servicios**

El número de personas en Bogotá, Área Metropolitana de Medellín, Cali, y Barranquilla con tenencia de mascotas: 9.600.000 clientes potenciales; concluimos la anterior cifra con base en la siguiente información:

Según (Argote, 2022) “En Colombia existen 17.000.000 de hogares y cada hogar está compuesto por 3 personas en promedio, de la totalidad de hogares” y acorde con (Vanguardia, 2022) “se estima que el 67% de los hogares tienen al menos una mascota lo que equivale a 11.390.000 hogares compuestos en promedio por 3 integrantes con tenencia de mascotas”. Eso nos entrega la cifra de que alrededor de 34.000.000 de habitantes son tenedores de mascotas o en su defecto hacen parte de una familia donde se convive con al menos con una mascota.

Bajo la anterior lógica se hallará el número de habitantes en las principales ciudades de Colombia (Bogotá, Área Metropolitana de Medellín, Cali y Barranquilla) que son tenedores de mascotas o que al menos hacen parte un hogar donde conviven con una mascota. El total de población de las ciudades mencionadas es de 14.346.447 de habitantes, donde se estima se componen 4.872.149 hogares de los cuales el 67% tienen mascotas, lo que equivale a alrededor de 9.600.000 habitantes que son tenedores de mascotas o que conviven en un hogar con tenencia de al menos una mascota.

### **3.5 Mercado Competidor**

**Razón social: Mascotax**

Página web: **[www.mascotax.co](http://www.mascotax.co)**

Servicio: Traslado de mascotas o animales domésticos de un lugar a otro

Participación porcentual en el mercado: No se tiene información dado que es aún un sector de mercado poco aprovechado.

Precios de referencia de venta de sus productos: \$3.000 COP por cada kilómetro recorrido de transporte.

Fortalezas y debilidades con respecto al producto:

Fortalezas:

- Empresa pionera en Medellín prestando servicios de transporte de mascotas

- Cuenta con una flota de transporte consolidada
- Al ser los primeros en aprovechar el mercado, han logrado posicionarse como marca y por reconocimiento

Debilidades:

- Poco uso de tecnología, plataformas y aplicativos para apoyar sus procesos
- Poca capacidad para la prestación de sus servicios y atender la demanda
- Poca visión de negocio y creación de valor mediante rentabilidad

Estrategias de promoción, comunicación y ventas: Uso de redes sociales, alianzas con fundaciones y establecimientos de bienestar animal, espacios publicitarios en canales de TV locales.

**Razón social: Coopebombas**

Página web: <https://www.coopebombas.com/>

Servicio: Programa Taxi Amigos de las mascotas

Participación porcentual en el mercado: No se tiene información dado que es aún un sector de mercado poco aprovechado.

Precios de referencia de venta de sus productos: \$3.000 COP como valor adicional al que marque el taxímetro por un servicio de transporte de taxi

Fortalezas y debilidades con respecto al producto:

Fortalezas:

- Bajos costos
- Respaldo y posicionamiento de la empresa
- Músculo financiero
- Respaldo de infraestructura creada para sistema Taxi por muchos años a disposición del servicio de transporte de mascotas

Debilidades:

- No es su actividad principal
- No tienen vehículos especializados
- No cuentan con expertos en el trato a animales
- No cuentan con equipos que proporcionen bienestar a los animales transportados
- Debe viajar un responsable de la mascota, no existe un servicio de domicilio 100% autónomo del tenedor de la mascota.

Estrategias de promoción, comunicación y ventas: Uso de redes sociales, uso de infraestructura de transporte de taxis para promoción de su línea de servicios, espacios publicitarios en canales de TV locales.

### 3.6 Mercado Distribuidor

La distribución del servicio será mixta, es decir, que la empresa podrá prestar el servicio de forma directa en algunas zonas o para ciertos tipos de clientes, mientras que en otras áreas o para otros clientes utilice intermediarios o subcontratistas. Lo anterior también podrá variar de acuerdo a la disponibilidad de la flota propia versus la demanda del servicio; es decir, si la demanda es muy alta y no hay capacidad de flota se acudirán a terceros.

#### 3.6.1 Distribución Directa

La atención para la distribución del servicio de transporte de mascotas se hará de forma digital, mediante una app, una plataforma, redes sociales y medios de comunicación telefónicos y chats con los clientes.

Costos para dicha atención directa se consideran de la siguiente forma:

#### Tabla 2

##### *Costos por canal de distribución*

Concepto	Costo
1 empleado que dé atención al cliente	\$1.944. 046 COP mensuales
1 computador portátil para uso de las herramientas de atención al cliente	\$90.000 COP mensuales
Plan de datos y llamadas a celular mensual	\$31.000 COP mensuales

Plan de telefonía fija e internet	\$130.000 COP mensual
-----------------------------------	-----------------------

*Nota.* Tabla de elaboración propia

### ***3.6.2 Distribución a través de Terceros***

En caso de una alta demanda y no cumplir con la capacidad que esta requiera, se tendrá como alternativa el alquiler de vehículos con conductor mediante la figura de subcontratación, lo cual representa un costo de \$1.300 por cada kilómetro recorrido.

## **3.7 Comunicación y Actividades de Promoción y Divulgación**

El uso de herramientas, estrategias y demás actividades que aporten valor a la comunicación, promoción y divulgación de una empresa de transporte de mascotas en Colombia, son indispensables más aún si se considera que Petmovi, tiene como interés consolidar su marca y los servicios que tiene a disposición de los clientes. Cabe aclarar que dada la imagen que se pretende transmitir Petmovi, basará su actuar al respecto, en torno a herramientas de comunicación digitales.

### 3.7.1 Comunicación

- **Logo de Petmovi:**

*Figura 2*

*Logo*



*Nota.* Figura elaboración propia

- **Slogan de Petmovi:**  
  
¡Tu mascota en movimiento!
- **Defina nombre comercial de los servicios:**
  - Movi Express: son traslados, movimientos o desplazamientos en las áreas de cobertura de la ciudad desde un lugar de origen o uno de destino, contratado por un tercero en un único momento, el cual puede ser repetido,

pero se toman como servicios de transporte independientes entre sí. Este plan está dirigido a aquellas personas que eventualmente requieren movilizar a sus mascotas de un lugar a otro

- Movi Plan: Son planes de servicio previamente estructurados de acuerdo a las necesidades de transporte de quién los contrata para sus mascotas durante determinado periodo de tiempo; incluyendo dentro de estos un número de viajes determinado, características de transporte y un tiempo de vigencia para el uso de los mismos. Este plan está dirigido a personas donde las mascotas forman parte importante de las familias por lo que estas adquieren rutinas como ir diariamente a las guarderías de mascotas, revisiones veterinarias periódicas, visitas al spa, entre otros por lo que se requiere un medio de transporte continuo para cumplir dichas actividades y que normalmente el tenedor no puede suplir, ya sea por limitaciones de tiempo o por no contar con los medios para ello.
  
- Movi Plan empresas: Son planes que de la misma manera, buscan satisfacer necesidades recurrentes para el transporte o movilización de mascotas, sin embargo, en este este plan se busca ofrecer soluciones a las empresas que prestan servicios para el bienestar animal y que su actividad principal no es transportarlos, pero que quieran ofrecer servicios de domicilios y transportes mediante la contratación y la tercerización, para así tener claridad en su enfoque de negocio y dejar el resto en manos de

Petmovi; casos como las veterinarias, guarderías, escuelas, spas y demás tiendas de mascotas son las posibles empresas que podrían estar interesadas en adquirir paquetes de transporte para el complemento al desarrollo de sus actividades.

- Transporte internacional: Asesoría en transporte internacional de mascotas: Asesoría respecto al medio, forma y mejores alternativas de viaje con destinos internacionales dándole importancia a la seguridad, comodidad, y tranquilidad para la mascota. Complementario a lo anterior, petmovi, se encarga de tramitar la documentación de salida, vistos buenos y documentos ante el ICA, ejercemos posición de intermediarios ante la aduana y representamos a quienes tomen el servicio de principio a fin.

Para todos los servicios previamente descritos se requiere del uso de las siguientes herramientas de comunicación con sus respectivos costos descritos a continuación:

### **Tabla 3**

#### *Descripción de Costos por Herramientas de Comunicación*

Concepto	Valor	Periodicidad
Diseño y desarrollo de sitio web	\$15.000.000 COP	Único
Alojamiento web	\$224.000 COP	Anual
Plataformas de publicidad	350.000 COP	Mensual

### ***3.7.2 Actividades de Promoción y Divulgación***

Se utilizarán estrategias que representen un bajo costo y se dará mayor importancia o donde habrá mayor inversión será en aquellas de tipo digital donde Petmovi considera que es el canal mediante el cual sería más viable llegar a nuestro cliente en potencia. Dichas estrategias serían las siguientes:

- **Publicidad en medio impresos:** Mediante volantes, brochures y demás elementos que permitan dar a conocer nuestros servicios y nuestra marca en ubicaciones estratégicas de la ciudad, costo aproximado: \$100.000 COP mil volantes. (<https://www.gcreative.com.co/>)
- **Publicidad en línea:** Anuncios pagados en motores de búsqueda como Google Ads y en redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter. Costo aproximado \$350.000 COP/mes publicidad básica
- **Participación en ferias y exposiciones de mascotas:** Estar presente en eventos locales o nacionales relacionados con mascotas para mostrar los servicios de Petmovi y establecer contactos con dueños de mascotas y profesionales del sector y empresas dedicadas a servicios de bienestar animal con el fin de realizar acuerdos comerciales. El costo de esta actividad varía de acuerdo al tipo de participación, sin embargo, en promedio un stand durante el evento puede tener un costo de \$5.000.000 aproximadamente

- **Uso de redes sociales:** Mediante creación de contenido interesante para el tipo de cliente que hace parte de nuestro mercado potencial, mediante páginas de redes sociales, como Facebook, Instagram, Tik Tok, etc. Sería posible atraer seguidores que a su vez se conviertan en clientes. Esta actividad no tiene ningún costo.

### 3.8 Plan de Ventas

Proyección de ventas mensual, Primer año:

**Tabla 4**

*Proyección de ventas anual*

MES	DEMANDA PROYECTADA EN CANTIDAD DE SERVICIOS PRESTADOS	SERVICIOS PRESTADOS CON BASE EN LA DEMANDA Y LA CAPACIDAD	Cantidad recorrida en KM (10 KM: promedio de KM recorrido por servicio)	Ventas por servicios realizados (\$2.500 Valor de KM)
Junio	100	100	1000	\$2.500.000
Julio	110	110	1100	\$2.750.000
Agosto	121	121	1210	\$3.025.000
Septiembre	133	133	1330	\$3.325.000
Octubre	146	146	1460	\$3.650.000

Noviembre	161	161	1610	\$4.025.000
Diciembre	177	177	1770	\$4.425.000
Enero	195	195	1950	\$4.875.000
Febrero	214	214	2140	\$5.350.000
Marzo	236	236	2360	\$5.900.000
Abril	259	259	2590	\$6.475.000
Mayo	285	285	2850	\$7.125.000
Año 1	2138	2138	21380	\$53.450.000

*Nota.* Tabla de elaboración propia

**Tabla 5**

*Proyección de Demanda a 3 Años*

MES	DEMANDA PROYECTADA EN CANTIDAD DE SERVICIOS PRESTADOS	SERVICIOS PRESTADOS CON BASE EN LA DEMANDA Y LA CAPACIDAD
Junio	100	100
Julio	110	110
Agosto	121	121
Septiembre	133	133
Octubre	146	146
Noviembre	161	161
Diciembre	177	177
Enero	195	195

Febrero	214	214
Marzo	236	236
Abril	259	259
Mayo	285	285
Año 1	2138	2138
<b>MES</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA EN CANTIDAD DE SERVICIOS PRESTADOS</b>	<b>SERVICIOS PRESTADOS CON BASE EN LA DEMANDA Y LA CAPACIDAD</b>
Junio	314	314
Julio	345	345
Agosto	380	380
Septiembre	418	418
Octubre	459	459
Noviembre	505	505
Diciembre	556	556
Enero	612	612
Febrero	673	673
Marzo	740	740
Abril	814	814
Mayo	895	895
Año 2	6711	6711
<b>MES</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA EN CANTIDAD DE SERVICIOS PRESTADOS</b>	<b>SERVICIOS PRESTADOS CON BASE EN LA DEMANDA Y LA CAPACIDAD</b>
Junio	985	985
Julio	1083	1083
Agosto	1192	1192
Septiembre	1311	1311
Octubre	1442	1442
Noviembre	1586	1586
Diciembre	1745	1745
Enero	1919	1919
Febrero	2111	2111

Marzo	2323	2323
Abril	2555	2555
Mayo	2810	2810
Año 3	21063	21063

*Nota.* Tabla de elaboración propia

### **3.8.1 Encuesta**

1. ¿Cuál es tu edad?
2. ¿Cuál es tu género?
3. ¿En qué ciudad o región te encuentras?
4. ¿Tienes mascotas?
5. ¿Qué tipo de mascotas tienes?
6. ¿Con qué frecuencia necesitas servicios de transporte para tus mascotas?
7. ¿Has oído hablar de las empresas de transporte de mascotas?
8. Si no has oído hablar del tipo de empresas, ¿qué canales o fuentes de información utilizas para buscar servicios relacionados con mascotas?
9. ¿Has utilizado antes servicios de transporte de mascotas?
10. Si no has utilizado servicios de transporte de mascotas, ¿qué te ha impedido hacerlo hasta ahora?

11. ¿Qué factores son importantes para ti al elegir un servicio de transporte de mascotas (seguridad, comodidad, confiabilidad, precio, otros)?
12. ¿Qué otros servicios relacionados con mascotas considerarías útiles o necesarios aparte del transporte?
13. ¿Estarías interesado en servicios adicionales, como asesoría en viajes internacionales con mascotas?

## **Capítulo 4. Análisis de Comercio Internacional**

### **4.1 Tratados Comerciales**

Es importante aclarar que si bien el modelo de Petmovi, se basa en la movilización y asesoría en el mismo proceso desde Colombia a cualquier país, según la demanda de los clientes; se realizará el análisis teniendo como base Estados Unidos al ser el país donde más viajan los colombianos.

El acuerdo o tratado comercial de mayor importancia e influencia en la operación de Petmovi entre Colombia y Estados Unidos es el TLC o “El Acuerdo de Promociones Comerciales entre Estados Unidos y Colombia, también llamado TLC (en inglés: Colombia Trade Promotion Agreement (TPA)), es un Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Colombia y Estados Unidos. Aprobado el 12 de octubre de 2011 por el congreso de los Estados Unidos y en vigencia desde el 15 de mayo de 2012.2” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, s.f.)

#### **4.2 Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios**

La actividad comercial de asesoría en el transporte de mascotas a quienes requieran trasladar un animal doméstico desde Colombia a otro país, se considera un servicio por lo tanto no está sujeto a aranceles aduaneros. Sin embargo y entendiendo se deba realizar un movimiento de un animal de forma tal que haya que argumentar un arancel, la partida que se considera más conveniente es la siguiente:

Partida arancelaria “0106.90.00.00” (DIAN, s.f.)

Cabe resaltar que bajo el TLC suscrito entre Colombia y Estados Unidos no existen gravámenes relacionados a este bien.

#### **4.3 Requisitos y Vistos Buenos**

Según (CDC, s.f.) “se requiere de los siguientes vistos buenos para el traslado de un animal doméstico desde Colombia a Estados Unidos.

- Carné de Vacunas original.
- Certificado médico del veterinario con fecha de expedición no mayor a 3 días antes del viaje en inglés y en español.
- Fotocopia Legible del documento de identidad de persona que enviará la mascota.

- Datos de la persona que recibirá la mascota en destino (Nombre completo, Identificación, dirección completa con código postal, teléfono).
- Prueba serológica
- Permiso del CDC: Entre los requisitos para obtener el permiso de CDC en Estados Unidos se encuentran los siguientes que son indispensables para que se permita el ingreso en el país de destino; de lo contrario se devolverá al país de origen:  
  
El animal no debe haber estado en un país con alto riesgo de enfermedades en los últimos 6 meses, que la mascota tenga más de 6 meses de edad, tener microchip con norma ISO, certificado de salud y vacunación válido en EE.UU.
- Desparasitación interna y externa”

Cabe resaltar que las condiciones dadas son generales para todo tipo de animal doméstico, sin embargo, pueden variar en función de la especie o la finalidad con la que se transporte el animal puntualmente.

#### **4.4 Capacidad Exportadora/Capacidad Importadora**

La prestación de servicios de asesoría y acompañamiento para el transporte de mascotas desde Colombia al extranjero no requiere de un abastecimiento de un proveedor para poder

desarrollar dicha actividad. Por tanto, se considera que la capacidad es alta dado que no depende de un tercero, sino, de la capacidad propia para operar.

#### **4.5 Participación en Ferias Especializadas**

Entendiendo que en principio, el mercado objetivo de Petmovi se centra en Colombianos que quieran viajar al exterior trasladando sus mascotas con ellos, es posible concluir que las ferias en el exterior que representan un beneficio para la compañía son aquellas donde concurren otras entidades dedicadas al bienestar animal desde su modelo de negocio pues la utilidad de que se puede sacar de esto en ferias del país de destino de los animales trasladados son los aliados comerciales estratégicos que pueden aportar valor al servicio que se quiere prestar. Para ello no sería necesario ser expositor por lo que no habría que invertir recursos en stands, si no presentarse como visitante del evento el cual puede ser una persona únicamente. Se resalta la siguiente feria con sus posibles costos:

Global Pet Expo: es el principal evento de la industria de mascotas que presenta los productos para mascotas más nuevos e innovadores del mercado actual.

**(<https://www.globalpetexpo.org/>)**

**Tabla 6***Descripción de Costos por Evento Global Pet Expo*

Costos considerados de asistencia al evento Global Pet Expo

Concepto	Valor
Vuelos Ida y vuelta Medellín, Orlando	\$1.500.000 COP
Habitación de Hotel Hilton Grand Vacations	\$1.400.000 COP
Club Las Palmeras Orlando 3 días	
Alimentación 3 días	\$1.200.000 COP

*Nota.* Tabla de elaboración propia

**4.6 Rutas de Acceso**

Teniendo en cuenta que, para el tipo de negocio propuesto, puede haber clientes desde todas las ciudades colombianas hasta diferentes países y ciudades del mundo. Se tomará como base los siguientes puntos de origen y de destino, ya que son las principales ciudades a donde viajan los colombianos.

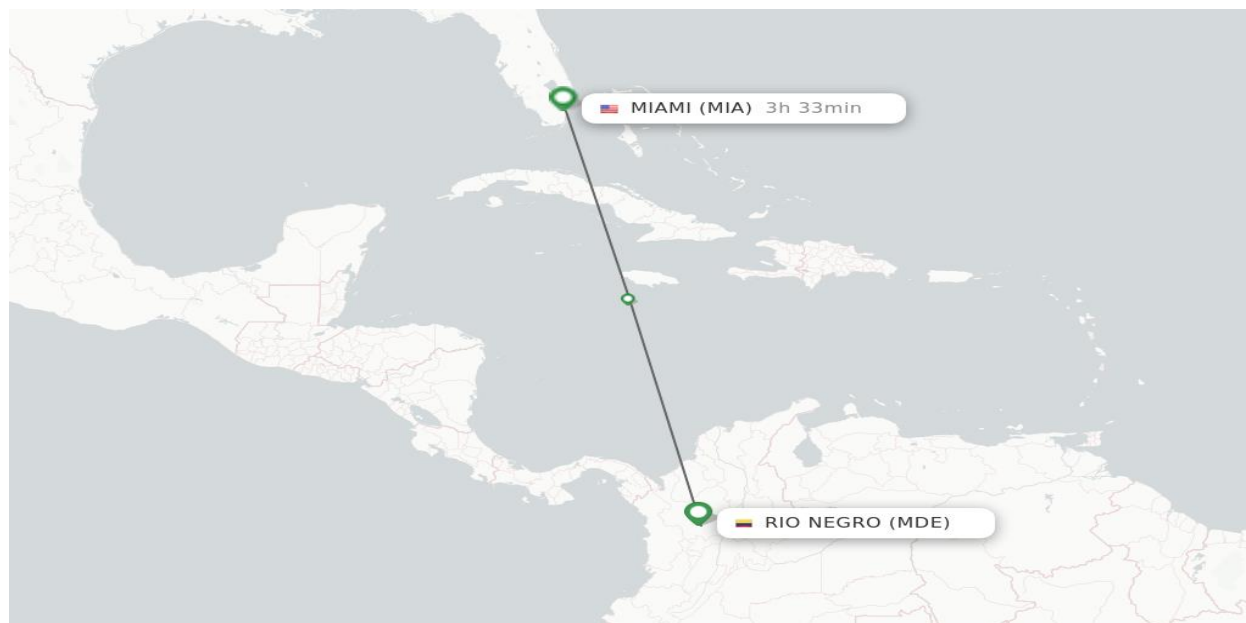
MDE – MIA:

Origen: Medellín, Aeropuerto Jose María Cordova MDE

Destino: Miami, Aeropuerto Internacional de Miami

**Figura 3**

*Ruta Área desde Medellín hasta Miami*



*Nota.* Descripción del trayecto realizado desde el Aeropuerto en Medellín hasta el Aeropuerto en Miami para la asistencia al evento, tomado de (Flightsfrom, s.f.)

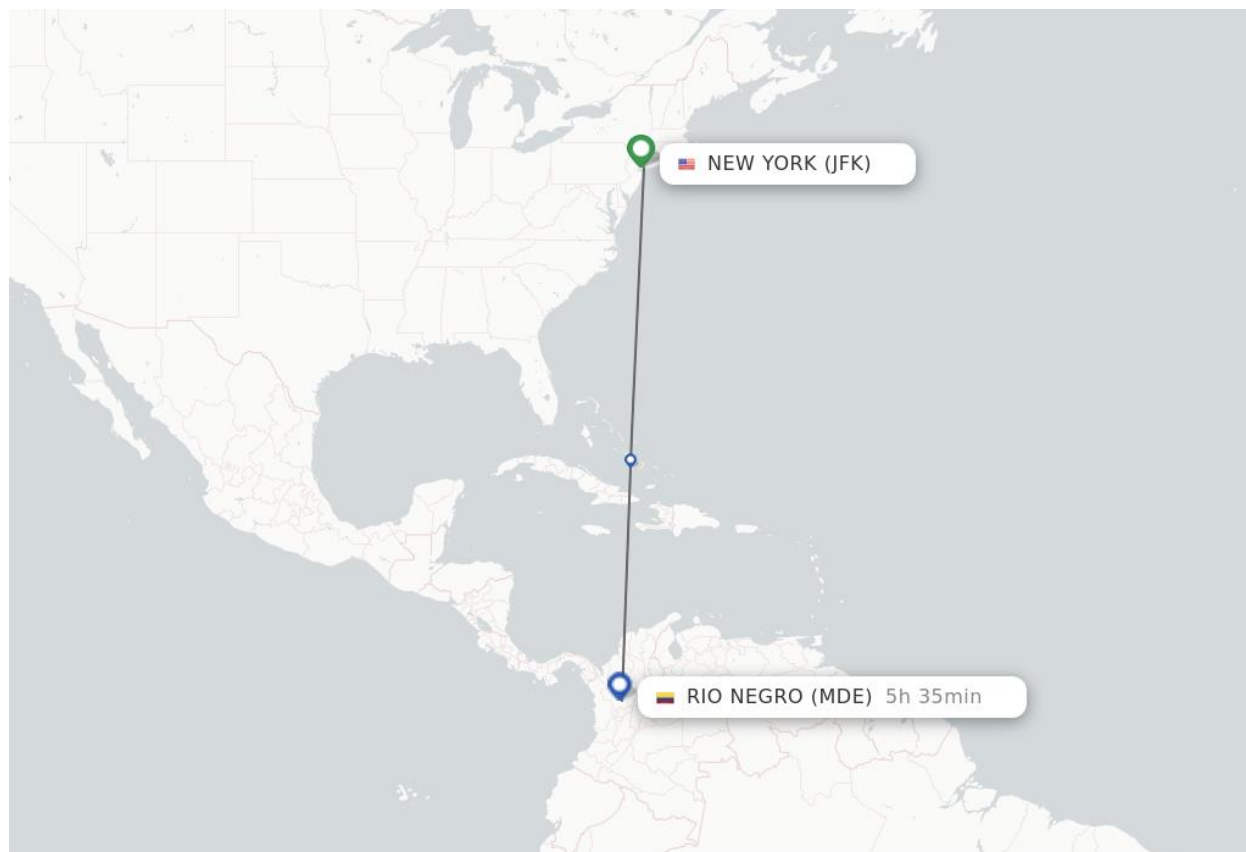
MDE – JFK:

Origen: Medellín, Aeropuerto Jose María Cordova MDE

Destino: New York, Aeropuerto Internacional Jhon F. Kenedy JFK

Figura 4

Ruta Área desde Medellín hasta Nueva York



*Nota.* Descripción del trayecto realizado desde el Aeropuerto en Medellín hasta el Aeropuerto en Nueva York para la asistencia al evento, tomado de (Flightsfrom, s.f.)

## Capítulo 5. Análisis Técnico

## 5.1 Descripción del Proceso de Prestación del servicio

### Etapa 1: Recepción y coordinación de solicitudes de servicio

- Los clientes contratarán el servicio de transporte de mascotas por líneas de atención telefónica o chats, solicitudes mediante correo electrónico, plataformas en línea y aplicativos ya sean propios o de terceros.
- Una vez realizada la solicitud, personal de la empresa la tomará junto con la información de recogida, información de destino, fecha y hora de prestación de servicio e información de la mascota
- Una vez completados los pasos anteriores, personal de atención al cliente se encargará de coordinar la logística y distribuir las solicitudes de acuerdo a la disponibilidad de vehículos y de conductores.

Cabe aclarar que se tiene como ideal automatizar las solicitudes para que lleguen directamente a los conductores de los vehículos una vez efectuadas por los clientes y ahorrar un paso en la cadena de procesos al no tener intermediarios en el proceso de solicitud y aceptación de los servicios. Sin embargo, se requiere de personal de atención al cliente dar soporte y acompañar el proceso.

### Etapa 2: Recogida, preparación y entrega de la mascota

- Se recoge la mascota en el punto de origen acordado posterior a la solicitud del servicio y coordinación logística del mismo

- Una vez la mascota esté bajo responsabilidad, el conductor o ayudante del conductor debe garantizar la seguridad y bienestar de la mascota mediante un proceso de preparación y supervisión de las instalaciones del vehículo previstas durante el trayecto.
- Posteriormente, y al llegar al lugar de destino donde se entregará el animal, se validan las condiciones de entrega de la mascota en perfecto estado y con bienestar; para finalizar con la entrega en punto de destino a la persona o entidad acordada.

#### Etapa 3: Transporte y seguimiento (simultanea a la fase 2)

- Esta fase tiene como finalidad ofrecer medios de control, supervisión y seguimiento de las mascotas a los tenedores de las mismas y que estos conozcan en tiempo real el estado de su mascota y del servicio que contrataron.

### Tabla 7

#### *Descripción del servicio*

<b>Etapa</b>	<b>Tiempo estimado por servicio de transporte prestado</b>	<b>Recursos Materiales</b>	<b>Talento Humano</b>
Recepción y coordinación de solicitudes de servicio	5 minutos	Línea corporativa, Equipo de cómputo, dispositivo celular, Correo corporativo, Desarrollo de	1 empleado encargado de dar soporte al proceso de automatización y atención al cliente.

Recogida, preparación y entrega de la mascota	60 minutos	plataforma web, Desarrollo de Aplicación móvil Vehículo de transporte, combustible, equipo de seguridad para mascotas (guacales, cinturones de seguridad), Desarrollo de aplicativo para conductores y registro de su labor, sistema de GPS para recogida y entrega, agua y alimento para mascotas.	2 empleados, 1 conductor encargado de conducir el vehículo por las rutas solicitadas por los clientes, 1 empleado encargado de acompañar al conductor, supervisar los animales transportados así, como realizar funciones de atención al cliente.
Transporte y seguimiento	N/A	Desarrollo de plataforma online y desarrollo de aplicación móvil.	Personal contratista encargado de desarrollar y dar soporte al uso de la plataforma tanto del usuario interno como de los usuarios clientes.

*Nota.* Tabla de elaboración propia

## 5.2 Capacidad de prestación del servicio

Se expresará la capacidad de prestación de servicio con relación a la capacidad de servicios de transporte que puede realizar un vehículo, entendiendo el número de

kilómetros que puede recorrer en determinado periodo de tiempo, siendo el kilómetro el dato base para liquidar el valor de cada servicio prestado.

Para calcular la capacidad primero se analizarán los siguientes datos:

- La cantidad de kilómetros que puede recorrer un vehículo en promedio durante una jornada laboral de 8 horas es de 200 KM aproximadamente, El dato anterior se obtiene teniendo en cuenta las paradas para recogida y entrega, el tránsito lento de vehículos por las vías de la ciudad y los demás tiempos que puedan invertirse en actividades no relacionadas con los recorridos
- La cantidad de kilómetros recorridos por servicio en promedio es de 10 KM

**Tabla 8**

*Cantidad de Servicios Prestados por Periodo*

<b>Cantidad de servicios prestados por periodo</b>					
	<b>Día</b>	<b>Mes</b>	<b>Trimestre</b>	<b>Semestre</b>	<b>Año</b>
<b>Cantidad de servicios prestados</b>	5	150	450	900	1800

*Nota.* Tabla de elaboración propia

### 5.3 Plan de prestación de servicio

**Tabla 9**

*Plan de Prestación de Servicio Primer Año*

MES	DEMANDA PROYECTADA EN CANTIDAD DE SERVICIOS PRESTADOS	CAPACIDAD DE PRESTACIÓN DE SERVICIO	VEHÍCULOS DISPONIBLES	SERVICIOS PRESTADOS CON BASE EN LA DEMANDA Y LA CAPACIDAD
Junio	100	600	1	100
Julio	110	600	1	110
Agosto	121	600	1	121
Septiembre	133	600	1	133
Octubre	146	600	1	146
Noviembre	161	600	1	161
Diciembre	177	600	1	177
Enero	195	600	1	195
Febrero	214	600	1	214
Marzo	236	600	1	236
Abril	259	600	1	259
Mayo	285	600	1	285
Año 1	2138	7200	1	2138

*Nota.* Tabla de elaboración propia

#### **5.4 Recursos materiales y humanos para la producción:**

Una empresa que se dedique al transporte de mascotas requiere recursos de tipo material a la vez que requiere recursos humanos para poder desarrollar su operación y prestar sus servicios. Los recursos que se requieren para la operación son los siguientes:

##### ***5.4.1 Locaciones***

Inicialmente se dará inicio a la operación mediante el sistema de teletrabajo por lo que no se requieren instalaciones, infraestructura ni oficinas para el desarrollo de la operación; Por otro lado, en términos de locación el único espacio que se requiere es el de celdas de estacionamiento para aparcar cada vehículo una vez finalicen las rutas de transporte previamente establecidas.

A continuación, el detalle de cada concepto:

**Tabla 10**

*Descripción de Costos de la operación locaciones*

<b>Concepto</b>	<b>Imagen</b>	<b>Valor/periodicidad</b>
Alquiler de celda	<b>Figura 5</b>	\$150.000 / Mes
parqueo de parqueo	Celda de parqueadero	

---




---

*Nota.* Tabla de elaboración propia

#### ***5.4.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres***

En términos de maquinaria y equipos se requieren vehículos como el requerimiento principal para el desarrollo de la actividad y como complemento, equipos que permitan la adaptación de los vehículos para la prestación del servicio de forma ágil, segura, brindando bienestar a los animales y equipos y herramientas de uso para la interacción del personal de la empresa con los usuarios del servicio, así como la coordinación y logística de cada transporte entre empleados.

A continuación, el detalle de cada concepto

#### **Tabla 11**

*Descripción de Costos de Operación Maquinaria y Equipo*

<b>Concepto</b>	<b>Imagen</b>	<b>Valor/periodicidad</b>
-----------------	---------------	---------------------------

---

---

Renting Renault  
Kangoo Mod. 2022

**Figura 6**

\$2.380.900/Mes

Vehículo de transporte



---

Guacales x 4

**Figura 7**

\$5.280.000/Única vez

Guacal



---

Aspiradora  
inalámbrica Bissel  
para pelos de  
mascotas

**Figura 8**

Aspiradora

\$600.000/Única vez



---

Computador  
Lenovo Ideapad3

**Figura 9**

Computador portátil

\$1.780.000/Única vez



---

Celular Motorola  
g60 x 2

**Figura 10**

\$1.500.000/Única vez

Celular



---

*Nota.* Tabla de elaboración propia

#### ***5.4.3 Requerimientos de materias primas e insumos***

Respecto a materias primas e insumos se incluirán todos aquellos elementos indispensables para el proceso de transporte de las mascotas y que tienen una función más específica dentro de la actividad principal.

A continuación, el detalle de cada concepto:

#### **Tabla 12**

Descripción de Costos de Operación Materia Prima e insumos

Concepto	Imagen	Valor/Periodicidad
Cinturón de seguridad para mascotas x 10	<b>Figura 11</b> Cinturón de Seguridad	\$390.000/Única vez
Bosal para mascota x 10	<b>Figura 12</b> Bosal para Perro	\$190.000/Única vez
		
Combustible	<b>Figura 13</b> Gasolina	\$11.766/Cada 42 KM recorridos aproximadamente



---

*Nota.* Tabla de elaboración propia

#### ***5.4.4 Requerimientos de servicios***

*Tabla 13*

#### **Descripción de Costos de Operación Requerimientos de Servicios**

Concepto	Imagen	Valor/periodicidad
Diseño y desarrollo de sitio web	<b>Figura 14</b> Página Web	\$10.000.000 COP/Único



---

Alojamiento web

**Figura 15**

\$224.000 COP/Anual



---

Plataformas de publicidad

**Figura 16**

350.000 COP/Mes

Publicidad



---

Plan de datos y llamadas a celular mensual

**Figura 17**

\$31.000 COP/Mes

Conexión Web



Plan de telefonía fija e internet	\$130.000 COP mensual
-----------------------------------	-----------------------

*Nota.* Tabla de elaboración propia

#### ***5.4.5 Requerimientos de personal***

Cabe resaltar que el personal que se tendrá en cuenta como requerimiento para la operación es el personal necesario por vehículo en funcionamiento; dicho personal aumenta proporcionalmente al número de vehículos que se encuentren en operación

#### **Tabla 14**

*Descripción de Costos y Personal Necesario por Vehículo*

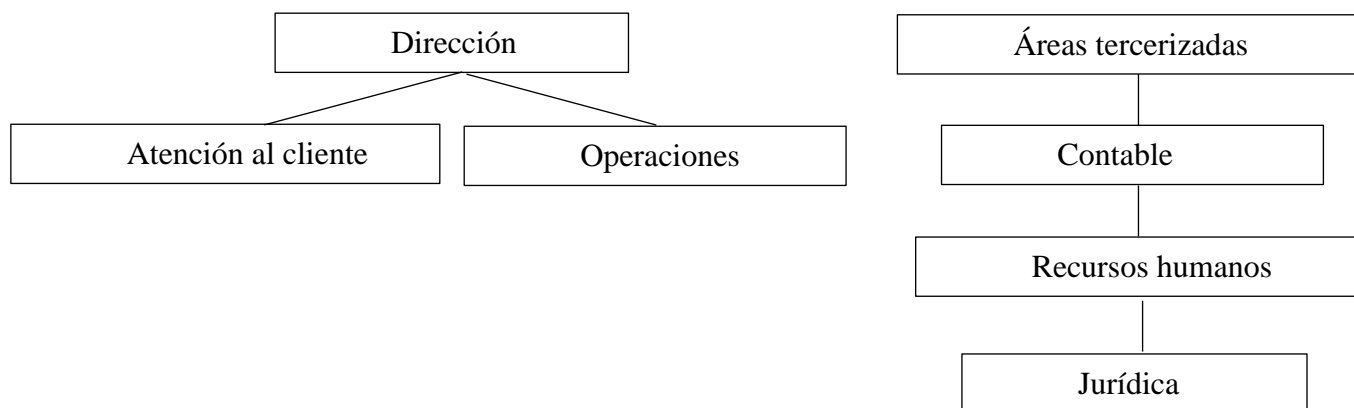
<b>Concepto</b>	<b>Cargo</b>	<b>Costos por salario</b>
1 persona encargada de dar atención al cliente y coordinar programación y logística de los servicios/dar soporte al conductor	Ejecutivo de atención al cliente/ayudante de conductor	\$1.944. 046 COP Mes
1 conductor encargado de conducir el vehículo destinado para el traslado de los animales	Conductor	\$1.944. 046 COP Mes

*Nota.* Tabla de elaboración propia

## Capítulo 6. Análisis Administrativo

### 6.1 Estructura Organizacional del negocio

Dando inicio a la operación y en pro de buscar rentabilidad, la estructura organizacional será proporcional al número de empleados; por ende, muchas de las actividades en función de la organización buscarán ser tercerizadas y si se tienen al empezar dos empleados vinculados; siendo uno de ellos el conductor, y otro de ellos el fundador y gerente, pero encargado también de dar atención al cliente, soporte, coordinar y gestionar la logística de los servicios. Teniendo en cuenta lo anterior, se prevé la siguiente estructura organizacional:



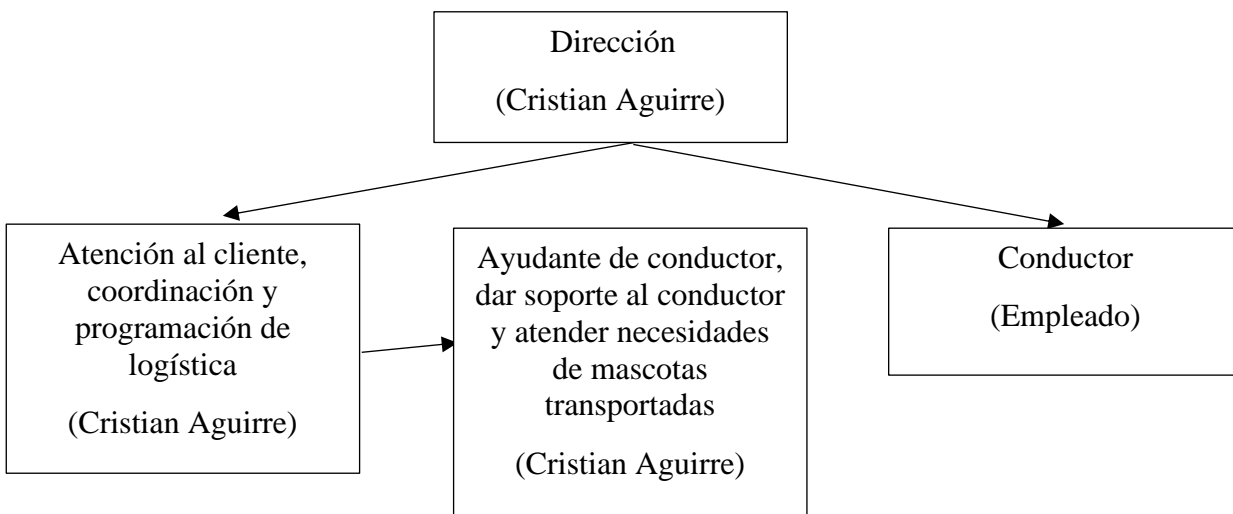
**Dirección:** Desde el área directiva se direccionará la compañía en búsqueda de resultados de rentabilidad, la administración de los recursos, la planeación estratégica y la toma de decisiones.

**Atención al cliente:** Desde el área de atención al cliente se atenderán todas las solicitudes de servicios, se atenderán las quejas, reclamos y sugerencias y se brindará atención a todos los canales de comunicación de la compañía

**Operaciones:** Desde el área de operaciones se llevará a cabo, se hará control y seguimiento de la operación. Actividades tales como la conducción del vehículo, programación y coordinación de logística de los servicios, supervisión de las rutas y funcionamiento de los sistemas de agendamiento hacen parte de las funciones del área.

**Áreas tercerizadas:** El área contable, el área de recursos humanos y el área jurídica serán áreas tercerizadas encargadas de dar soporte a funciones necesarias para el funcionamiento de la compañía.

### **6.1.1 Organigrama**



**6.1.2 Costo del personal y procesos administrativos tercerizados**

**Tabla 15**

*Descripción de Costos por Personal de Contratación Tercerizada*

<b>Servicio</b>	<b>Costo</b>	<b>Periodicidad</b>
Contabilidad	\$300.000	Mes
Recursos humanos	\$300.000	Mes
Jurídica	\$150.000	Hora/costo eventual

*Nota.* Tabla de elaboración propia

**Capítulo 7. Análisis legal**

## 7.1 Tipo de Organización Empresarial

El tipo de organización empresarial elegido para la constitución de la empresa es bajo la figura S.A.S.

## 7.2 Certificaciones y Gestiones con Entidades Públicas

### “Registro de Industria y Comercio:

- Obtener el certificado de existencia y representación legal: Este certificado se puede solicitar en la Cámara de Comercio de Medellín. Y tiene un costo de \$7.500” (Cámara de Comercio de Medellín, s.f.)
- “Registro ante la Cámara de Comercio de Medellín Debes completar los formularios de inscripción y proporcionar la documentación requerida, como el certificado de existencia y representación legal de la empresa, el formulario de inscripción de actividades económica, documentos de identidad de representante legal, RUT de la empresa y acta de constitución de la empresa. Este acto tiene un costo de \$483.000” (Cámara de Comercio de Medellín, s.f.)
- Presentar solicitud ante hacienda de Medellín con la siguiente documentación:  
  
Fotocopia del certificado de existencia y representación legal obtenido en la Cámara de Comercio, Fotocopia del documento de identidad del representante legal, Formulario de inscripción de actividades económicas, el cual puedes obtener en la

página web de la Secretaría de Hacienda de Medellín. (Cámara de Comercio de Medellín, s.f.)

- Pagar los derechos de registro: Los costos de registro tienen un costo de \$115.000 según tarifa a 2023 (Cámara de Comercio de Medellín, s.f.)

### **Licencia de Funcionamiento**

Según (El Tiempo, 2022) “Este es un trámite necesario para que todas las empresas en Colombia puedan operar legalmente. Siendo indispensable este paso para el funcionamiento legal de una empresa de transporte de mascotas y para lo que se requiere lo siguiente:

- Estar registrado ante la Cámara de Comercio de Medellín como empresa de transporte de mascotas.
- Cumplir con instalaciones, espacios y vehículos aptos para el funcionamiento
- Certificado de existencia y representación legal de la empresa, expedido por la Cámara de Comercio.
- Fotocopia de los documentos de identificación de los representantes legales de la empresa.
- Documentos soporte de los vehículos utilizados para ejercer la actividad de transporte
- Realizar solicitud formal de licencia cumpliendo con lo anterior ante la Alcaldía de Medellín

- Es posible que haya una inspección y evaluación por parte de la entidad encargada de emitir la licencia a fin de validar el idóneo funcionamiento del negocio.”

### **Licencia Sanitaria**

“Para la movilización de perros y gatos dentro del territorio nacional, no se requiere tramitar el Certificado de Inspección Sanitaria – CIS del ICA.

Son las empresas de transporte quienes establecen sus propias políticas para la movilización de mascotas.” (ICA, s.f.)

### **Licencia Ambiental**

“La actividad económica de transporte de mascotas en Colombia no es una actividad que requiera licencia ambiental para su desarrollo.” (Anla, s.f.)

### **Licencia de Bomberos**

La empresa no contará con infraestructura física dado que todos sus empleados trabajarán de forma remota. Por tanto, no se requiere licencia de bomberos y está exenta de este trámite.

## **Capítulo 8. Análisis Financiero**

### **8.1 Tasas de Interés, Impuesto y Tasa de Rentabilidad**

**Tasa de rentabilidad:** 10% - 25%

**% de contribución sobre utilidad por KM de servicio prestado: 35%**

## **8.2 Aportes de Capital de los Socios**

**Capital aportado por los socios:** \$19.964.000 de pesos que serán aportados todos por el único socio y fundador de la compañía; dichos recursos serán utilizados para la adquisición de los siguientes elementos necesarios para poner en marcha la operación

**Tabla 16**

*Distribución de caítal aportado*

<b>Distribución de capital aportado</b>	
<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
Guacales / 4 UNDS	\$5.280.000
Aspiradora	\$600.000
Computador	\$1.780.000
Celular	\$1.500.000
Cinturón de seguridad / 10 UNDS	\$390.000

Bosal para mascota / 10 UNDS	\$190.000
Desarrollo web	\$10.000.000
Hosting	\$224.000
<b>Total</b>	<b>\$19.964.000</b>

*Nota.* Tabla de elaboración propia

### **8.3 Créditos y Préstamos Bancarios**

Para la constitución de la empresa no se requiere de recursos recibidos mediante crédito.

### **8.4 Ingresos y Egresos**

### 8.4.1 Ingresos

**Tabla 17**

*Detalle de Ingresos Proyectados Mensuales durante 3 años*

MES	INGRESOS	MES	INGRESOS	MES	INGRESOS
Junio	\$3.500.000	Junio	\$18.545.087	Junio	\$20.079.703
Julio	\$3.850.000	Julio	\$18.730.538	Julio	\$20.481.298
Agosto	\$4.235.000	Agosto	\$18.917.844	Agosto	\$20.890.924
Septiembre	\$4.658.500	Septiembre	\$18.917.844	Septiembre	\$21.308.742
Octubre	\$5.110.000	Octubre	\$18.917.844	Octubre	\$21.734.917
Noviembre	\$6.160.000	Noviembre	\$18.917.844	Noviembre	\$22.169.615
Diciembre	\$7.385.000	Diciembre	\$18.917.844	Diciembre	\$22.613.007
Enero	\$8.855.000	Enero	\$18.917.844	Enero	\$23.065.268
Febrero	\$10.640.000	Febrero	\$19.107.022	Febrero	\$23.526.573
Marzo	\$12.740.000	Marzo	\$19.298.092	Marzo	\$23.997.104
Abril	\$15.295.000	Abril	\$19.491.073	Abril	\$24.477.047
Mayo	\$18.375.000	Mayo	\$19.685.984	Mayo	\$24.966.587
Año 1	\$100.800.000	Año 2	\$228.364.857	Año 3	\$269.310.785
Total ingresos				\$598.475.642	

*Nota.* Tabla de elaboración propia

### 8.4.2 Egresos

**Tabla 18**

*Detalle de Egresos Proyectados Mensuales durante 3 años*

MES	EGRESOS	MES	EGRESOS	MES	EGRESOS
Junio	\$2.224.000	Junio	\$11.784.078	Junio	\$12.759.217
Julio	\$2.446.400	Julio	\$11.901.919	Julio	\$13.014.402
Agosto	\$2.691.040	Agosto	\$12.020.938	Agosto	\$13.274.690
Septiembre	\$2.960.144	Septiembre	\$12.020.938	Septiembre	\$13.540.183
Octubre	\$3.247.040	Octubre	\$12.020.938	Octubre	\$13.810.987
Noviembre	\$3.914.240	Noviembre	\$12.020.938	Noviembre	\$14.087.207
Diciembre	\$4.692.640	Diciembre	\$12.020.938	Diciembre	\$14.368.951
Enero	\$5.626.720	Enero	\$12.020.938	Enero	\$14.656.330
Febrero	\$6.760.960	Febrero	\$12.141.148	Febrero	\$14.949.457
Marzo	\$8.095.360	Marzo	\$12.262.559	Marzo	\$15.248.446
Abril	\$9.718.880	Abril	\$12.385.185	Abril	\$15.553.415
Mayo	\$11.676.000	Mayo	\$12.509.037	Mayo	\$15.864.483
Año 1	\$64.053.424	Año 2	\$145.109.555	Año 3	\$171.127.767

*Nota.* Tabla de elaboración propia

### 8.4.3 Estados Financieros Proyectados

#### 8.4.3.1 Estado de Pérdidas y Ganancias proyectado

**Tabla 19**

*Estado de Perdidas y Ganancias Proyectado a 3 años*

Estado de pérdidas y ganancias			
AÑOS	1	2	3
Ventas netas	\$100.800.000	\$228.364.857	\$269.310.785
Costos de producción	\$64.053.424	\$145.109.555	\$171.127.767
Utilidad antes de impuestos	\$36.746.576	\$83.255.302	\$98.183.018
Impuestos	\$12.861.302	\$29.139.356	\$34.364.056
Utilidad Neta del ejercicio	\$23.885.274	\$54.115.947	\$63.818.961

*Nota.* Tabla de elaboración propia

### 8.4.3.2 Flujo de Caja y VPN proyectado

**Tabla 20**

Flujo de Caja Proyectado a 3 Años

<b>Flujo de caja proyectado</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Saldo Inicial	\$19.964.000	\$36.746.576	\$120.001.878
Ventas	\$100.800.000	\$228.364.857	\$269.310.785
<b>Total Ingresos</b>	\$120.764.000	\$265.111.433	\$269.310.785
Gastos operativos	84017424	\$145.109.555	\$171.127.767
<b>Total egresos</b>	84017424	\$145.109.555	\$171.127.767
<b>Saldo Final</b>	\$36.746.576	\$120.001.878	\$98.183.018

*Nota.* Tabla de elaboración propia

## 8.5 Evaluación Financiera

### 8.5.1 VPN, TIR, PAYBACK descontado

Tabla 21

VPN, TIR y Payback Descontado

Inversión Inicial	\$19.964.000		
Tasa de descuento	9%		
Año	Flujo de caja neto	Valor Presente	Acumulado de flujo descontado
0	- \$19.964.000	- \$19.964.000	- \$19.964.000
1	\$16.782.576	\$15.396.859	- \$4.567.141
2	\$100.037.878	\$84.199.881	\$79.632.739
3	\$98.183.018	\$75.815.304	\$155.448.044
Valor presente de la suma de flujos actualizados		\$175.412.044	
VPN		\$155.448.044	
TIR		203%	
Payback descontado		1,5	

*Nota.* Tabla de elaboración propia

## Conclusiones

- Se evidencia una oportunidad importante respecto a la necesidad del mercado para el transporte de mascotas, lo anterior, a su vez, está ligado a la tendencia al alza de la conciencia por el bienestar animal y al vínculo cada vez mayor que se crea entre los humanos y los animales teniendo estos últimos un lugar cada vez más marcado en la sociedad.
- Se identifica un mercado competido, al haber diversas empresas, entidades y prestadores de servicio; sin embargo, existe una falta en la masificación del servicio de transporte de animales domésticos; masificación que otorgue facilidad de acceso, conocimiento de servicios del tipo, estructuras de procesos claros, ágiles, prácticos y sencillos, accesibilidad en términos económicos y transparencia en los servicios que se prestan.
- Se debe apostar por herramientas tecnológicas que sirvan de soporte a la operación, al proceso de contratación del usuario y la calidad del servicio en términos de capacidad de respuesta, capacidad de atención, servicios automatizados y procesos conectados en tiempo real.
- Potencial de crecimiento en el mercado colombiano; la sociedad colombiana ha experimentado un aumento en los valores de cuidado y amor por los animales, así como una cultura de bienestar animal en crecimiento. Esto sugiere que en los

próximos años podría haber un aumento acelerado en la demanda de servicios relacionados con el transporte de mascotas. Como resultado, se concluye que Petmovi, al ser una empresa que ofrece servicios en este sector, tiene la oportunidad de aprovechar este crecimiento como pionero del servicio para posicionarse y ofrecer alto valor agregado.

- El sector del transporte de mascotas en Colombia tiene un mercado poco explotado lo que puede ofrecer posibilidades de retorno altas en poco tiempo, si se compara lo anteriormente descrito con la tasa interna de retorno TIR, se evidencia un porcentaje alto respecto a otro tipo de sectores y negocios al requerir de poca inversión para marcar una diferencia y facilitar el proceso de apertura de mercado.
- Desde el primer año de operación se haya una rentabilidad importante la cual se argumenta sobre una curva de crecimiento acelerado, pero a partir del segundo año se tiende a aplanar consideradamente.
- Por último, Petmovi es un negocio perfectamente viable, este argumento se basa en la poca o nula necesidad de financiación para su funcionamiento, las utilidades que se generan desde el primer momento, la baja inversión que se requiere de los socios y las facilidades alquiler de tipo renting para la adquisición de la flota bajo la misma figura.

### **Recomendaciones**

- Petmovi, debe enfocar su operación en procesos tecnológicos y de automatización mediante plataformas y aplicaciones puesto que ayudará a reducir el número de personas a contratar y por ende, el costo de transporte por KM que para el presente ejercicio se considera debe ser de \$3.500/km como precio al consumidor. Si bien es un precio que se considera accesible también es cierto que raya con el precio techo ofrecido en la competencia y nos pone en una posición no favorable en el caso eventual de la entrada al mercado de un nuevo competidor.
- Sería oportuno tener como alternativa en caso de un crecimiento mayor al esperado la opción de recibir recursos mediante créditos, así como la entrada de nuevos socios con aportes de capital importantes que permitan garantizar el funcionamiento de la operación y la adquisición de material y equipo a fin de garantizar la capacidad y la calidad del servicio.
- Se debería evaluar la posibilidad en el mediano plazo de adquirir vehículos de mayor tamaño al propuesto inicialmente y dentro de lo posible mediante la figura renting, para garantizar mayor espacio de transporte, así mismo mayor capacidad de cumplimiento y a su vez generar mayores ganancias al incrementar el número de mascotas que se pueden transportar por vehículo.

## Bibliografía

- Anla. (s.f.). *Anla*. Obtenido de [https://www.anla.gov.co/01\\_anla/entidad/subdirecciones-y-oficinas/evaluacion-de-licenciamiento-ambiental/infraestructura](https://www.anla.gov.co/01_anla/entidad/subdirecciones-y-oficinas/evaluacion-de-licenciamiento-ambiental/infraestructura)
- Argote, C. A. (21 de Abril de 2022). *La Republica*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/economia/la-mayoria-de-los-hogares-en-colombia-tienen-tres-y-dos-integrantes-segun-el-dane-3346908#:~:text=Estas%20estimaciones%20est%C3%A1n%20basadas%2C%20seg%C3%BAn,y%2017%20millones%20de%20hogares>
- Avianca. (s.f.). *Avianca*. Obtenido de <https://www.aviancacargo.com/eng/pys/special.aspx#live-animal>
- Bancolombia. (21 de Abril de 2021). *Bancolombia*. Obtenido de <https://www.bancolombia.com/negocios/actualizate/tendencias/mercado-mascotas-2021#:~:text=en%20los%20%C3%BAltimos%205%20a%C3%B1os,sus%20vidas%20con%20una%20mascota>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f.). *Cámara de Comercio de Bogotá*. Obtenido de Cámara de Comercio de Bogotá: <https://linea.ccb.org.co/descripcionciiu/>
- Cámara de Comercio de Medellín. (s.f.). *Cámara de Comercio de Medellín*. Obtenido de <https://www.camaramedellin.com.co/crear-empresa/tarifas-de-derecho-de-registro-y-matricula#:~:text=Certificado%20de%20existencia%20y%20representaci%C3%B3n,%2047.200%2C%20para%20el%20a%C3%B1o%202023>

CDC. (s.f.). *CDC*. Obtenido de <https://www.cdc.gov/importation/esp/animal-importation/dogs.html>

Coopebombas. (s.f.). *Coopebombas*. Obtenido de <https://www.coopebombas.com/clientes/amigos-de-las-mascotas/>

Deprisa. (s.f.). *Deprisa*. Obtenido de <https://www.deprisa.com/Mascotas>

DIAN. (s.f.). *DIAN*. Obtenido de <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaGeneralNomenclaturas.faces>

Duran, C. B. (11 de Junio de 2022). *Forbes*. Obtenido de <https://forbes.co/2022/06/11/negocios/asi-se-mueve-el-multimillonario-negocio-de-las-mascotas-en-colombia>

El Tiempo. (12 de Noviembre de 2022). *El Tiempo*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-239850>

Flightsfrom. (s.f.). *Flightsfrom*. Obtenido de <https://www.flightsfrom.com/JFK-MDE>

Forero, R. A. (2021). Mercado para las mascotas. *Semana*.

ICA. (s.f.). *ICA*. Obtenido de <https://www.ica.gov.co/importacion-y-exportacion/otros-procedimientos/requisitos-para-importar-mascotas/movilizacion-a-nivel-nacional-de-perros-y-gatos>

Mascotax. (s.f.). *Mascotax*. Obtenido de <http://ww1.mascotax.co/>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (s.f.). *Ministerio de Comercio, Industria y*

*Turismo*. Obtenido de <https://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente/acuerdo-de-promocion-comercial-estados-unidos>

Portafolio. (5 de Junio de 2022). Obtenido de [https://www.portafolio.co/tendencias/cuales-son-](https://www.portafolio.co/tendencias/cuales-son-los-paises-que-mas-visitan-los-colombianos-566472)

[los-paises-que-mas-visitan-los-colombianos-566472](https://www.portafolio.co/tendencias/cuales-son-los-paises-que-mas-visitan-los-colombianos-566472)

Portafolio. (5 de Junio de 2022). *Portafolio*. Obtenido de

<https://www.portafolio.co/tendencias/cuales-son-los-paises-que-mas-visitan-los-colombianos-566472>

Transanimal Cargo. (s.f.). *Transanimal Cargo*. Obtenido de <https://transanimalcargo.com/>

Universidad ICESI. (s.f.). *Icesi*. Obtenido de [https://www.icesi.edu.co/centros-](https://www.icesi.edu.co/centros-academicos/images/Centros/Censea/archivos/VENTAJAS-DEVENTAJAS-SAS.pdf)

[academicos/images/Centros/Censea/archivos/VENTAJAS-DEVENTAJAS-SAS.pdf](https://www.icesi.edu.co/centros-academicos/images/Centros/Censea/archivos/VENTAJAS-DEVENTAJAS-SAS.pdf)

Vanguardia. (7 de Noviembre de 2022). *Vanguardia*. Obtenido de

[https://www.vanguardia.com/colombia/cuanto-gastan-los-hogares-colombianos-en-sus-mascotas-IF5887318#:~:text=en%20el%20pa%C3%ADs,-](https://www.vanguardia.com/colombia/cuanto-gastan-los-hogares-colombianos-en-sus-mascotas-IF5887318#:~:text=en%20el%20pa%C3%ADs,-,De%20acuerdo%20con%20cifras%20del%20Dane%2C%20en%20el%20pa%C3%ADs,%20el,con%20m%C3%A1s%20tenencia%20de%20estas)

[,De%20acuerdo%20con%20cifras%20del%20Dane%2C%20en%20el%20pa%C3%ADs,%20el,con%20m%C3%A1s%20tenencia%20de%20estas](https://www.vanguardia.com/colombia/cuanto-gastan-los-hogares-colombianos-en-sus-mascotas-IF5887318#:~:text=en%20el%20pa%C3%ADs,-,De%20acuerdo%20con%20cifras%20del%20Dane%2C%20en%20el%20pa%C3%ADs,%20el,con%20m%C3%A1s%20tenencia%20de%20estas)

Valoraanalitik. (12 de noviembre de 2022). *Valoranalitik*. Obtenido de

<https://www.valoraanalitik.com/2022/11/12/el-mercado-de-las-mascotas-ha-crecido-84-9-en-colombia/>

