



*Creación de una empresa de servicios nutricionales especializados para caninos con
sobrepeso y obesidad en Bogotá*

SIMONA

Stephany Alfonso Gordillo y Jeimmy Patiño Saavedra

Universidad EAN

Facultad de Ingeniería

Maestría en Gerencia de Proyectos

Bogotá, Colombia

26/10/2025

Creación de una empresa de servicios nutricionales especializados para caninos con
sobrepeso y obesidad en Bogotá - SIMONA

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de: Magister en Gerencia de
Proyectos

STEPHANY ALFONSO GORDILLO Y JEIMMY PATIÑO SAAVEDRA

Director (a):

JOHANNA KARINA SOLANO MEZA

Modalidad:

Creación de Empresa

Universidad EAN

Facultad de Ingeniería

Maestría en Gerencia de Proyectos

Bogotá, Colombia

26/10/2025

Nota de aceptación:

Firma del jurado

Firma del jurado

Firma del director del trabajo de grado

Ciudad, día/mes/año

Dedicatoria

A nosotras, por no rendirnos, por seguir adelante incluso cuando las fuerzas flaqueaban y por confiar en nuestra capacidad de transformar sueños en logros.

A mi familia Patiño Saavedra, mi esposo... mi admiración y agradecimiento, a mi Mila. Gracias

A mi familia Alfonso Gordillo, por su amor incondicional, por acompañarme en el silencio de las madrugadas y en la celebración de cada pequeño avance.

Y a mi perra Simona, mi compañera fiel, quien con su mirada y su presencia me regaló paz en los momentos de mayor incertidumbre. Este logro también es suyo.

Agradecimientos

Este trabajo de grado representa mucho más que un requisito académico; es el resultado de un proceso de crecimiento personal, dedicación constante y profunda conexión con lo que nos inspira.

Queremos agradecer especialmente a Simona y Mila, nuestras adoradas compañeras de cuatro patas, quienes fueron el origen y la inspiración de esta idea. Su presencia, su nobleza y el vínculo que construimos con ellas me recordaron la importancia del cuidado, el bienestar animal y el amor incondicional. Gracias por enseñarnos, desde su sensibilidad, que los proyectos más valiosos nacen del corazón.

A nuestros docentes y tutores, por compartir su conocimiento, por su orientación profesional y por brindarnos herramientas clave para estructurar este proyecto con rigurosidad y sentido.

A nuestras amistades y colegas, por acompañarnos con paciencia, por cada palabra de aliento, por las conversaciones que despertaron nuevas ideas, y por estar presentes en los momentos de mayor exigencia.

Resumen

Este estudio de viabilidad explora la creación de SIMONA, una empresa de servicios nutricionales especializados para caninos en Bogotá. El proyecto surge ante el problema de sobrepeso y obesidad en caninos, impulsado por la humanización de las mascotas y el desconocimiento de los dueños sobre una nutrición adecuada. Lo que se busca con SIMONA es ofrecer planes de alimentación personalizados, asesoría nutricional y seguimiento continuo, diferenciándose de la competencia por su enfoque especializado y personalizado. El análisis de mercado de mascotas en Bogotá revela que es un sector en crecimiento con oportunidades para SIMONA, y aunque también existen desafíos como la competencia y la percepción de costos, la validación del modelo de negocio evidencia que un 87% de los dueños de mascotas manifiesta interés en recibir acompañamiento nutricional profesional, y un 100% expresa interés en fomentar hábitos alimenticios saludables. Aquí es donde la demanda de los servicios personalizados cobra relevancia y de igual manera, la educación nutricional.

Palabras clave: *nutrición canina, sobrepeso y obesidad en caninos, planes personalizados para mascotas, bienestar animal, viabilidad, Bogotá.*

Abstract

This feasibility study explores the creation of SIMONA, a company that provides specialized nutritional services for dogs in Bogotá. The project was conceived in response to the rising problem of canine being overweight and obesity, largely driven by the humanization of pets and the lack of owner awareness regarding proper nutrition. SIMONA aims to offer personalized feeding plans, nutritional counseling, and continuous follow-up, setting itself apart from the competition through its specialized and tailored approach.

The pet market analysis in Bogotá reveals a growing sector with clear opportunities for SIMONA. Despite challenges such as market competition and cost perception, the business model validation shows that 87% of pet owners are interested in receiving professional nutritional support, and 100% express interest in promoting healthy eating habits. This confirms the relevance of personalized services and highlights the importance of nutritional education.

Keywords: *canine nutrition, overweight and obesity in dogs, personalized pet plans, animal welfare, feasibility, Bogotá.*

Tabla de Contenido

Listado de Figuras	9
Listado de Tablas	10
Listado de Anexos	11
Introducción	12
Naturaleza del proyecto	15
Análisis del Sector	22
Análisis PESTAL	22
Validación e Investigación de Mercado	40
Análisis del cliente frente a la propuesta de valor	40
Estudio piloto de mercado	43
Resultados	48
Estrategia y Plan de Introducción de Mercado	51
Aspectos Técnicos	53
Definición de las fichas técnicas de los productos y/o servicios	60
Descripción y definición del proceso productivo o de prestación del servicio	62
Capacidad de Producción o Prestación del Servicio	64
Aspectos Organizacionales y Legales	65
Organigrama	68
Factores Clave de la Gestión del Talento Humano	69
Aspectos Legales	70
Aspectos Financieros	74

	9
Enfoque hacia la Sostenibilidad	93
Conclusiones	96
Referencias	97
Anexos	104

Listado de Figuras

Figura 1. Análisis de factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ambientales y Legales (PESTAL).	22
Figura 2. Análisis de 5 fuerzas de Porter.	31
Figura 3. Fórmula aplicada para determinar el número de la muestra	42
Figura 4. Problemas de salud en mascotas	44
Figura 5. Inconvenientes de sobrepeso u obesidad	45
Figura 6. Hábitos alimenticios	46
Figura 7. Conocimiento en alimentación balanceada	47
Figura 8. Disposición para recibir orientación nutricional para la mascota	47
Figura 9. Localidades con menor tasa de adopción.	56
Figura 10. Organigrama de Simona	68
Figura 11. Rentabilidad proyectada SIMONA	87
Figura 12. Gráfica de retorno de inversión	89

Listado de Tablas

Tabla 1. Distribución de capital inicial	20
Tabla 2. Matriz comparativa de valor competitivo: empresas de nutrición canina en Bogotá	34
Tabla 3. Estrategias de Comunicación y Promoción	52
Tabla 4. Necesidades proyecto SIMONA	59
Tabla 5. Ficha técnica producto SIMONA	62
Tabla 6. Proyección financiera de ventas y utilidad residual anual con precio unitario de \$297,500	76
Tabla 7. Proyección financiera de ventas y utilidad residual anual con precio unitario de \$357,000	77
Tabla 8. Gastos de marketing	78
Tabla 9. Proyección de costos de producción - Laboratorio	78
Tabla 10. Proyección de costos de producción - Consultorio	80
Tabla 11. Proyección de costos de producción - Recepción	81
Tabla 12. Proyección de costos de producción - Oficina Administrativa	82
Tabla 13. Proyección de costos de producción - Baño	82
Tabla 14. Proyección de costos de producción - Entrada	83
Tabla 15. Proyección de costos de producción - Cocina	83
Tabla 16. Costos fijos, variables y gastos proyectados	85
Tabla 17. Estado de Resultados 2025-2026-2027	91
Tabla 18. Proyección de indicadores económicos 2025-2026-2027	95

Listado de Anexos

Anexo A. Mapas de Empatía Tenedor Canino	106
Anexo B. Perfil Profesional	107
Anexo C. Entrevistas a Veterinarios Zootecnistas	107
Anexo D. Encuesta a Tenedores de Mascotas Caninos	109
Anexo E. Árbol de Problemas	117
Anexo F. Lienzo de Propuesta de Valor	117
Anexo G. Análisis PESTAL	118
Anexo H. Mapa de Modelo de Negocio para el Producto Diseñado a la Medida para Mascotas en Bogotá	118
Anexo I. Mapa de Modelo de Negocio para el Servicio Diseñado a la Medida para Mascotas en Bogotá	118
Anexo J. Modelo de Negocio Sostenible de SIMONA	119
Anexo K. Soporte Audiovisual de Entrevistas a Grupo de Interés	119
Anexo L. FODA SIMONA	119
Anexo M. Flujograma de Procesos	120
Anexo N. Cronograma de Actividades	120
Anexo O. Evaluación Financiera SIMONA 2025	120
Anexo P. Plano Distribución Planta SIMONA	121
Anexo Q. Diagrama ruta regulatoria Registro de Alimentos ante el ICA	122

Introducción

El interés por el bienestar animal y la tendencia a considerar a las mascotas como miembros de la familia han impulsado la demanda de servicios especializados para ellos, incluyendo su nutrición. Sin embargo, a pesar de la amplia oferta de productos alimenticios para mascotas en el mercado, muchos dueños enfrentan dificultades para determinar la dieta más adecuada.

Esta investigación aborda la problemática a partir de una nueva realidad y de antecedentes relacionados con la salud de los caninos, siendo evidente que el sobrepeso y la obesidad en los perros son problemas silenciosos pero letales. Al igual que en los humanos, estas condiciones pueden desencadenar enfermedades progresivas y graves que afectan el funcionamiento multisistémico de los animales, tales como diabetes tipo II, enfermedades osteomusculares, problemas cardiorrespiratorios, alteraciones endocrinas y deficiencias inmunológicas (Marazzina, 2020).

El aumento de la población canina con sobrepeso y obesidad junto a las enfermedades subyacentes asociadas a estas condiciones, así como la reducción de la esperanza de vida de los perros en Bogotá, se han convertido en un punto central de este análisis.

Entender las razones detrás del sobrepeso en los perros es primordial para identificar sus principales causas. En las entrevistas realizadas a veterinarios zootecnistas (Véase Anexo C), se destacó que los factores genéticos y los hábitos alimenticios establecidos por los dueños son dos de las causas más significativas del sobrepeso y la obesidad en caninos, influenciados además por sus rutinas y escaso conocimiento sobre la tenencia responsable. Aunque los perros provienen de los lobos (Sadurní, 2023), es esencial reconocer que su evolución y su relación con los humanos los han transformado en animales de compañía

especialmente en las ciudades, lo que ha aumentado la dependencia en el entorno donde viven. (Véase Anexo A).

Este análisis permite identificar a los consumidores finales, es decir, los dueños de perros, quienes están dispuestos a mejorar la calidad de vida de sus perros a través de una alimentación adecuada. También destaca la importancia de las veterinarias como clientes potenciales, ya que estas requieren ofrecer servicios de nutrición confiables y accesibles para que los dueños puedan implementar tratamientos efectivos que mejoren el sobrepeso y la obesidad de sus mascotas, en conjunto con planes nutricionales especializados (Véase Anexo B).

Además, según una encuesta realizada como parte de este estudio a dueños de perros en Bogotá, para el 58,1% de los encuestados no es claro en qué consiste una alimentación balanceada para un canino, teniendo en cuenta que el 100% mostró interés en fomentar hábitos alimenticios saludables para sus mascotas. (Véase Anexo C)

SIMONA se presenta como una solución a esta problemática, ofreciendo servicios de nutrición especializada y planes de alimentación personalizados para caninos con sobrepeso y obesidad. Para esto, se han definido los siguientes objetivos:

Objetivo General

Elaborar un estudio de viabilidad para la creación de una empresa de prestación de servicios nutricionales especializada para caninos con un plan de alimentación personalizado en Bogotá.

Objetivos Específicos

Para garantizar la viabilidad de esta idea de negocio, es fundamental analizar las condiciones económicas, sociales y normativas que puedan influir en su implementación. También se requiere dimensionar el mercado objetivo, el comportamiento y las necesidades de los dueños de mascotas. Con base en estos insumos, se desarrollará un plan de negocio con misión, visión, proyecciones financieras y estructura técnica. Adicionalmente, se considerarán los aliados estratégicos como clínicas veterinarias, fundaciones, empresas de alimentos en Bogotá y finalmente, se diseñará una estrategia de mercadeo orientada a comunicar el valor diferencial del servicio.

Naturaleza del proyecto

Actualmente, se observa una creciente humanización de las mascotas, considerándolas como compañeros de vida integrados en las rutinas diarias de las personas, asumiendo un rol de interacción y responsabilidad para sus dueños (Véase Anexo E).

En Bogotá, tener una mascota es transversal a todos los niveles socioeconómicos. Un 53% de las mascotas se encuentran en hogares de estratos 1, 2 y 3, mientras que en el estrato 4 se destaca como el grupo con mayor proporción de tenencia (21% únicamente para ese estrato). En estratos como el 5 y 6, hay más mascotas por persona y de las que el 58% son mujeres, y un 42% hombres según Borda (2019).

Según Kantar (2024) es “notorio el aumento del segmento correspondiente a la alimentación de mascotas, y muestra que ha tenido un aumento del 30% respecto al año 2023, con una diversidad de marcas disponibles en el mercado mucho mayor y un aumento en el precio promedio por kilogramo (del 23%, según los datos de la firma)”. El incremento de tenencia de mascotas en Bogotá es directamente proporcional a un incremento en el mercado de mascotas.

Según el informe de Bancolombia (2021) basado en un artículo del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2021), sitúa a Colombia en el cuarto lugar en América Latina con un crecimiento anual del 13% en el mercado de mascotas que ha experimentado un crecimiento del 84,9% en los últimos cinco años, con Bogotá (25%), Cali (18%) y Medellín (17%), registrando los mayores índices de tenencia de mascotas (Bahamón et al., 2023).

En el artículo: Mercado de las mascotas en Colombia: tendencias de consumo en 2023, realizado por El Espectador (2023), toma como referencia datos del estudio realizado por la firma Kantar Ibope Media, en el cual concluyen que para el adecuado cuidado de sus mascotas, los colombianos en promedio realizan una inversión mensual que oscila entre \$190.000 a \$374.000 pesos colombianos. De manera tal el 28% de las personas entrevistadas afirmaron realizar una inversión de \$560.000 y el 17% \$745.000. Así mismo identificaron que los sectores con una mayor proyección de crecimiento y que a su vez requiere más presupuesto son los los productos alimenticios, productos de juego para perros, la atención veterinaria y en último lugar, pero con mayor proyección en los últimos tiempos es la adquisición de pólizas.

Actualmente, en el mercado se encuentra una amplia variedad de alimentos para mascotas, que incluyen opciones secas, semihúmedas, húmedas, enlatadas y/o frescas, cada una de estas opciones con diferentes cantidades, sabores y distinta calidad nutricional por kilogramo. Con tanta información, resulta abrumador para muchos dueños quienes enfrentan dificultades a la hora de determinar cuál es la opción más adecuada que garantice una dieta con los nutrientes esenciales que realmente necesita su mascota.

Aunque no existen estudios claros sobre la obesidad en mascotas en Colombia, el incremento en la prevalencia de la obesidad en caninos está directamente relacionada con el aumento incontrolable del sobrepeso y obesidad en la especie humana pues existen fuertes evidencias de una correlación positiva entre el grado de obesidad del propietario y su mascota como resultado de una relación insalubre (Agudelo y Narváez, 2019).

El modelo de negocio se centra en la prestación de servicios de consultoría nutricional, la elaboración de dietas personalizadas y la entrega de alimentos diseñados a la medida. Además, se busca ofrecer un servicio integral de nutrición y formulación dirigido a veterinarias o clientes finales, enfocado en pacientes con sobrepeso y obesidad.

SIMONA se encuentra en la etapa de formulación, planeación y búsqueda de posibles socios del negocio habiendo realizado un análisis del sector, identificando características del mercado, las fuerzas que impactan el negocio, las oportunidades y amenazas, y competidores. validando el modelo de negocio con los ajustes a partir de los aprendizajes obtenidos.

SIMONA ofrece los siguientes productos y servicios:

- Productos:
 - Dietas personalizadas para caninos consistentes en alimentos frescos y balanceados preparados específicamente para cada mascota según su raza, tamaño, edad, nivel de actividad física y condiciones de salud.
- Servicios:
 - Consultoría nutricional personalizada: Consulta inicial con un nutricionista veterinario para analizar las condiciones de salud y requerimientos nutricionales de la mascota.

- o Planes alimenticios personalizados, ajustados periódicamente según la evolución del animal.
- o Control y seguimiento de la dieta con revisión trimestral o mensual, ofreciendo opciones presenciales y virtuales. Servicio de control de peso y evaluación de la condición física de la mascota.
- o Seguimiento de condiciones de salud (niveles de energía, peso y movilidad) que indiquen la dieta correcta de acuerdo con la evolución de la mascota.
- o Servicio de entrega a domicilio en Bogotá, velando por coordinar logística que reduzca el impacto ambiental.
- o Educación y concientización para tenedores de mascotas: Talleres y material educativo sobre la importancia de la nutrición animal.
- o Asesoría para la implementación de hábitos nutricionales saludables y de actividad física de las mascotas.
- o Publicaciones que brinden información y permitan promover prácticas de alimentación responsable y sostenible.

SIMONA busca ser una empresa que presta servicios de nutrición focalizada a mascotas caninas para el desarrollo de recetas centradas en sus necesidades de nutrición como individuo, con un equipo de 13 trabajadores, proyectando atender aproximadamente a 193- 250 clientes en su primer año. Su sede operativa estará en Usaquén Bogotá- Colombia, una zona urbana con alta densidad de hogares con mascotas, de fácil acceso a zonas residenciales de estrato 3 a 6 y con patrones de tenencia responsable.

De acuerdo a la Encuesta multipropósito 2021 realizada por el DANE “el 40,2% de los hogares bogotanos tenían al menos una mascota, y de estos, el 65,8% poseía un perro”, así mismo el Observatorio de Desarrollo Económico (2019) en su estudio afirma que a

aproximadamente un 12% de los hogares invierte en salud y bienestar animal, de manera tal que están dispuestos en invertir entre COP\$200.000 a COP\$500.000 más allá de los servicios básicos. Si de este estudio tomamos el porcentaje menor de hogares conformados por dos personas con un porcentaje del 22% , resulta en 60.000 clientes potenciales que estarían interesados en contratar servicios nutricionales especializados para sus mascotas.

En este contexto, la proyección de SIMONA de captar entre aproximadamente el 1% del mercado objetivo, lo que evidencia un alto potencial de expansión y un amplio margen para el crecimiento futuro.

SIMONA ofrece un servicio innovador en el área de nutrición clínica veterinaria, combinando atención especializada en un punto físico en Usaquén, y la producción personalizada de alimentos con entrega a domicilio. Esta combinación, permite atender integralmente las necesidades nutricionales de perros con condiciones médicas específicas, promoviendo tratamientos dietarios con seguimiento continuo.

Las ventajas competitivas más destacadas son:

- Atención especializada: Consultas individuales de manera presencial, en un centro físico con equipos de diagnóstico clínico
- Formulación de dietas personalizadas: Planes diseñados por especialistas en nutrición con base en el diagnóstico, historia clínica y condición de la mascota
- Producción y entrega de alimentos preparados: Se genera una receta, se produce el alimento artesanal y se entrega directamente en el domicilio del dueño de la mascota.
- Seguimiento nutricional continuo: Evaluación periódica de resultados clínicos, citas de control y ajuste de dietas según evolución de la mascota

- Modelo híbrido de prestación del servicio: Combina la atención en el centro físico nutricional y de manera virtual sin necesidad de desplazamientos adicionales por parte del dueño.

Este enfoque destaca a SIMONA como un servicio premium y de alto valor agregado, alineado con las tendencias emergentes del mercado de mascotas en urbanizaciones de estratos medio y alto.

El capital inicial para la instalación y operación del proyecto durante el primer año es de COP\$116.060.000, distribuidos de la siguiente manera.

Tabla 1

Distribución de capital inicial

Concepto	Valor capital
Equipos de laboratorio clínico	\$57.700.000
Mobiliario y adecuación del espacio	\$22.500.000
Insumos operativos iniciales	\$14.360.000
Herramientas de trabajo y equipos auxiliares	\$6.000.000
Otros gastos asociados al alistamiento	\$15.500.000
Total	\$116.060.000

La inversión se calcula con aportes propios y de inversionista (60%) más un crédito de fomento para emprendimiento productivo (40%). El escenario base (probable), estima alcanzar ventas anuales de aproximadamente COP\$150.000.000, con una utilidad neta proyectada de COP\$25.000.000 para el primer año. Se alcanzaría el punto de equilibrio en el quinto mes de operación.

Los principales indicadores de desempeño financiero estimados son:

- Rentabilidad sobre la inversión (ROI): 21,5%
- Margen neto: 16,6%
- *Payback*: 2,9 años
- Flujo de caja positivo en 10 de los 12 meses proyectados

Estos resultados se basan en un modelo de ingresos recurrentes por membresía mensual de un precio de COP\$297.500 que incluyen servicios por consulta y venta de productos dietéticos complementarios.

La evaluación financiera de SIMONA muestra la viabilidad del proyecto, adicionalmente lo hace rentable y escalable en el mercado de salud y bienestar para caninos en Bogotá. La inversión inicial es moderada con un retorno moderado, el flujo de caja proyectado cubre los gastos operativos como el servicio de la deuda.

El análisis de sensibilidad indica que, en un escenario conservador (disminución del 20% en las ventas), el proyecto continúa siendo financieramente sostenible. Además, las proyecciones evidencian un crecimiento constante tanto en la demanda como en la utilidad neta, permitiendo considerar una expansión geográfica (replicar en otras ciudades) o diversificar el portafolio en años futuros.

En resumen, SIMONA representa un modelo empresarial robusto, justificado por fundamentos técnicos, financieros y de mercado.

El equipo de trabajo está conformado por: Socias fundadoras: Stephany Alfonso Gordillo y Jeimmy Patiño Saavedra, nutricionistas de mascotas que diseñan planes alimenticios personalizados, cocineros, personal logístico, comercial y atención al cliente, servicios generales, administrador y contador.

Análisis del Sector

Según un informe de Euromonitor International (2023), “el consumo de productos y servicios para mascotas en Colombia aumentó un 23 por ciento en 2022, alcanzando los 1.2 billones de pesos”. (párr. 2) Este crecimiento se refleja en una mayor demanda de servicios especializados, como nutrición, entrenamiento y atención médica para mascotas.

En el ámbito de la nutrición, la preocupación por el sobrepeso y la obesidad en mascotas ha generado oportunidades para ofrecer servicios que respondan a estas necesidades. Clínicas veterinarias como Kumpet o Movet entre otras, ofrecen asesorías personalizadas y dietas adaptadas a cada mascota, enfocándose en la prevención de enfermedades y la mejora de la salud general a través de una nutrición adecuada.

Análisis PESTAL

En la figura 1 se detallan las variables generales identificadas en cada factor macro ambiental del análisis PESTAL. Se han identificado diversos factores de impacto que se reconocen como oportunidades y elementos relevantes para el análisis en la implementación del proyecto.

Figura 1

Análisis de factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ambientales y Legales (PESTAL).



El gráfico detalla las variables que afectan en los diferentes campos de evaluación para el proyecto de creación de empresa SIMONA.

Político

ISO 14000. Los estándares internacionales como la norma ISO 14000 por parte del gobierno nacional y distrital forman parte de una agenda política que busca incentivar la sostenibilidad corporativa. Esta orientación representa una oportunidad estratégica para SIMONA que con dichos lineamientos puede facilitar el acceso a programas de fomento, licitaciones públicas o alianzas con instituciones que den prioridad a la gestión ambiental responsable. En este contexto, la ISO 14000 irá más allá de una exigencia técnica para convertirse en un factor político que defina el rumbo de apoyos del Estado y las expectativas del entorno institucional hacia los emprendimientos sostenibles.

Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal. Los programas de sensibilización impulsados por la Alcaldía de Bogotá promueven entre la ciudadanía una mayor conciencia sobre la importancia de una alimentación adecuada para las mascotas. Estas iniciativas se alinean con el Plan de Desarrollo Distrital 2020-2024 "Un Nuevo Contrato Social y Ambiental para la Bogotá del Siglo XXI", que tiene como eje central el bienestar animal y la protección de la vida, lo que tendría un impacto positivo en SIMONA y fortalece el conocimiento y el interés de potenciales clientes respecto a la necesidad de brindar una dieta acorde a las condiciones específicas de sus animales, facilitando así la aceptación y demanda de los servicios especializados que ofrece el negocio.

Ministerio de Ambiente. La adopción de políticas enfocadas en el bienestar animal como la la Política Pública Distrital de Protección y Bienestar Animal 2014–2038, establecida en el decreto 242 del 2015, expedida por la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C., estimula el desarrollo de alimentos que favorecen una nutrición equilibrada, lo cual genera un

impacto significativo para la organización y presenta una probabilidad media de ocurrencia. Esta tendencia responde a una transformación progresiva del mercado, en el que la competencia está adaptando su oferta para atender de manera más precisa las necesidades nutricionales de las mascotas domésticas.

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Contar con el respaldo del Programa de Apoyo para la Adquisición de Insumos Agropecuarios, promovido por el Ministerio de Agricultura, representa una oportunidad clave para SIMONA. Esta iniciativa puede apoyar el financiamiento de actividades esenciales en la producción y operación de alimentos especializados, lo que favorece la consolidación del modelo de negocio y su viabilidad financiera en las primeras fases de implementación (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2020).

Consejo Nacional Electoral – CNE. La proximidad de los procesos electorales en Colombia representa un factor político que puede afectar el proyecto SIMONA, debido a la incertidumbre institucional que genera y los posibles cambios en las prioridades de las políticas públicas relacionadas con el emprendimiento, la regulación de alimentos y a pesar de que la Política Pública Distrital de Protección y Bienestar Animal, establecida según el Decreto 242 de 2015, expedida por la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C., rige hasta el 2038, su implementación puede verse afectada por el cambio de administración. Durante estos periodos, las decisiones gubernamentales podrían afectar el apoyo institucional para los emprendimientos. Como estrategia de mitigación, SIMONA debe implementar un monitoreo del entorno político y adaptar su plan de trabajo para mantener su operación.

Económico

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN. La correcta clasificación arancelaria de los alimentos para mascotas y la aplicación del Impuesto al Valor Agregado

(IVA) sobre su comercialización constituyen elementos esenciales para la estructuración del proyecto. Por ello, se hace necesario un análisis riguroso de disposiciones como las partidas arancelarias específicas y lo establecido en el artículo 468 del Estatuto Tributario, que regula los bienes gravados con tarifa del 5 % de IVA. Estas normativas, junto con las relacionadas con procesos de importación y exportación, permiten evaluar la viabilidad del servicio enfocado en alimentos saludables para animales. A su vez, posibles cambios en los tratados de libre comercio pueden tener un efecto directo sobre la dinámica competitiva del mercado nacional, lo que hace imprescindible anticipar y valorar su impacto (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN, 2022).

Mercado Local. El mercado de mascotas en Colombia se encuentra en una etapa de crecimiento sostenido, con un incremento del 30% en comparación con el año 2023 (Rodríguez, 2023). Esta dinámica propicia una mayor demanda en Bogotá por servicios especializados en nutrición y alimentación balanceada para mascotas, lo que representa una oportunidad de alto impacto para la organización, considerando el crecimiento exponencial observado hasta la fecha.

Ingreso de Tenedores de Mascotas. Con base en estudios realizados y datos recopilados en encuestas a propietarios de caninos en Bogotá, se establece que el costo de adquisición para servicios y productos relacionados con la alimentación puede ubicarse entre COP\$100,000 y COP\$400,000 pesos colombianos. Esta estimación se alinea con el ingreso promedio mensual reportado entre COP\$190,000 y COP\$374,000 pesos colombianos (El Espectador, 2023 citando a Ibope Media). Este rango permitirá perfilar adecuadamente la estructura de precios, asegurando que los productos y servicios de SIMONA resulten accesibles para el mercado objetivo, además de facilitar la definición del punto de equilibrio necesario para garantizar la rentabilidad del negocio.

Focus group de Mercado (Segmentación). Enfocar los servicios y productos en el estrato cuatro de Bogotá es una estrategia dirigida a la clase media capitalina, un segmento con un perfil económico atractivo para SIMONA. De acuerdo con la Asociación Nacional de Instituciones Financieras (ANIF, 2001), en este grupo se encuentran personas con ingresos mensuales entre COP\$781,000 y COP\$4,201,570. La estrategia busca llegar a clientes dispuestos a invertir en servicios especializados para sus mascotas que merecen un especial cuidado y atención enfocado en su bienestar.

Crecimiento del PIB Colombia. Se proyecta que el PIB en Colombia se incremente a un 3.5% en 2026, impulsado principalmente por la demanda interna (BBVA, 2024). Este crecimiento económico, aumenta el poder adquisitivo de los dueños de mascotas, lo que significa una mayor disposición para invertir en servicios y productos especializados para sus animales. Este escenario representa un alto impacto para la idea de negocio, con una probabilidad de ocurrencia media, dado que las variaciones económicas suelen ser cambiantes y sujetas a condiciones políticas y sociales del país.

Inflación en Colombia. La inflación influye directamente en el incremento de precios de alimentos y servicios, lo que podría limitar la demanda por parte de los consumidores. Por lo tanto, resulta fundamental que SIMONA ajuste su estrategia de ingreso y posicionamiento en el mercado para asegurar que los clientes objetivo perciban el valor del servicio especializado y producto personalizado ofrecidos para sus mascotas, manteniendo su competitividad y aceptación (BBVA, 2024).

Sociocultural

Tendencias de Humanización. La creciente humanización de los perros ha llevado a que los propietarios destinen mayores recursos a la adquisición de productos nutritivos y de alta calidad para sus mascotas, de la misma manera cómo gestionan su propia alimentación y

cuidado nutricional. Asimismo, el aumento del interés por el bienestar animal impulsa una mayor investigación y comprensión acerca de las necesidades de las mascotas, así como de las ventajas que ofrecen los servicios y productos especializados (Asociación Nacional de Fabricantes de Alimentos para Animales de Compañía ANFAAC, 2021).

Responsabilidad Social. La conciencia en el consumo en general hace que la selección de productos no solo beneficie la salud de las mascotas, sino que también cumplan con los criterios de sostenibilidad y ética lo cual implica el uso de ingredientes de origen responsable y la implementación de prácticas de producción sostenible, además de colaborar con empresas que estén alineadas con el bienestar animal y la comunidad. Esto hace que los consumidores que valoran el impacto social y ambiental sea un factor determinante en sus decisiones de compra.

Diversidad Cultural. Las tradiciones y costumbres relacionadas con la alimentación de los perros, muchas veces basada en alimentos destinados para consumo humano y sin un conocimiento adecuado sobre dietas balanceadas, representan un reto y una oportunidad. Identificar comunidades que valoran la salud y el bienestar de sus mascotas es fundamental para incrementar la demanda de servicios especializados en nutrición canina, promoviendo así una mayor educación y adopción de prácticas alimenticias adecuadas.

Adopción. El aumento en las tasas de adopción de perros en Bogotá, con un promedio de 321 adopciones registradas hasta mediados de 2024 y una concentración del 62.8% en localidades como Engativá, Kennedy, Suba, Usaquén y Fontibón (El Tiempo, 2021), representa una oportunidad significativa para el mercado de productos especializados. Este crecimiento fomenta que un mayor número de propietarios se enfoque en proporcionar una alimentación saludable y especializada, incrementando la demanda por servicios y productos diseñados para el cuidado óptimo de los caninos.

Tecnológico

Innovación en Nutrición. Se identifican diversas fórmulas y formatos de alimentos para mascotas —como concentrados, dietas crudas biológicamente apropiadas (BARF), productos deshidratados y enlatados— basados en investigaciones actuales sobre ingredientes saludables, super alimentos y suplementos naturales. Esto impulsa el desarrollo de productos más nutritivos y beneficiosos para la salud canina, apoyándose en maquinaria avanzada y técnicas de producción optimizadas que garantizan la conservación de los nutrientes y la calidad constante de los alimentos.

E-commerce. En Colombia, las ventas en línea experimentaron un crecimiento del 12,58% durante 2023, según Forbes (Staff, 2024), lo que facilita el acceso a productos a través de canales digitales. Las aplicaciones móviles y las redes sociales permiten acercarse y segmentar a los dueños de mascotas, facilitando la realización de pedidos y fomentando la difusión de contenidos sobre la importancia de una alimentación saludable para los perros. Esto amplía el alcance hacia el público objetivo y fortalece la conciencia en torno al bienestar nutricional de las mascotas.

Feedback. Las plataformas digitales permiten obtener retroalimentación de los consumidores, lo que facilita la adaptación de productos y servicios para responder a las preferencias del mercado. Por ejemplo, Petco, una cadena de alimentos estadounidense vende sus productos y toma información de los comentarios de sus usuarios.

Producción Eficiente. Un factor diferenciador en el sector puede ser la implementación de tecnologías que reduzcan el desperdicio y minimicen la huella de carbono durante la fabricación de alimentos para mascotas, contribuyendo así a procesos más sostenibles y responsables ambientalmente.

Ambiental

Sostenibilidad de Ingredientes. Es importante que, como productores de alimentos para mascotas se pueda garantizar que los proveedores tengan en cuenta la sostenibilidad como uno de sus pilares y que prioricen el uso responsable de los recursos naturales. La producción debe realizarse sin aumentar la deforestación ni contribuyan a la pérdida de hábitats naturales.

Huella de Carbono. Se ha identificado que la producción de alimento seco para las mascotas conlleva a la generación de CO₂ en cantidades importantes, se ha demostrado que el promedio de emisiones se encuentra entre 56 y 151 millones de toneladas, así mismo, el uso de agua oscila entre cinco a once billones de agua. (Caballero, 2020). En consecuencia, la empresa debe comprometerse a priorizar la mitigación de emisiones de gases de efecto invernadero, optimizando prácticas productivas que reduzcan el consumo de recursos, disminuyan los tiempos de transporte y utilicen vehículos eficientes, entre otras medidas.

Residuos y Reciclaje. Es importante mitigar el desperdicio en los procesos productivos de SIMONA, aprovechar subproductos a través de la reutilización, manejo de envases reciclables o biodegradables. Estas acciones están alineadas a las expectativas de los consumidores que buscan reducir su impacto en el medio ambiente que puedan generar los residuos plásticos. En el caso de SIMONA, un ejemplo sería reutilizar residuos como cáscaras de frutas o vegetales empleados en la elaboración de alimentos, transformándolos en snacks naturales o suplementos para caninos.

Cambio Climático. Los cambios en las condiciones climáticas pueden influir directamente en la disponibilidad y calidad de las materias primas, lo que hace necesario explorar opciones más sostenibles y resistentes en el tiempo. Del mismo modo, resulta fundamental adoptar prácticas que disminuyan la exposición a eventos climáticos extremos,

con el fin de asegurar la continuidad en los procesos productivos y mantener altos estándares de calidad en los productos.

Responsabilidad Social y Comunitaria. La participación en proyectos comunitarios, como programas educativos sobre la alimentación adecuada de los perros, fortalece la reputación corporativa y genera confianza en los consumidores. Además, promueve la conciencia sobre la importancia de la sostenibilidad en la alimentación de mascotas, educa a los propietarios y fomenta la demanda de productos responsables.

Legal

Normativa Instituto Colombiano Agropecuario ICA. Cumplir con los requisitos dictaminados en la Resolución 061252 del 03 de febrero de 2020, para realizar el registro de alimento de los caninos acorde a estándares de calidad vigentes y aptos para la circulación a nivel de Bogotá Colombia y acatar con rotulados alimentos para animales donde se detalle ingredientes y porcentajes de elaboración acorde a la Resolución ICA No. 061252 de 2020. Para obtener el registro de alimentos de mascotas ante la entidad se debe seguir una ruta regulatoria directamente en su página web (Ver Anexo Q)

Gobierno de Colombia. La empresa debe registrar la patente de marca y la propiedad intelectual conforme a la Ley 23 de 1982, garantizando los derechos legales sobre la creación y operación de SIMONA como entidad formal y en regla.

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. SIMONA debe acatar la Ley 1480 de 2011, de protección a los derechos del consumidor, dada la naturaleza del servicio de nutrición especializada y la producción de alimentos personalizados que ofrece esta iniciativa.

Una vez desarrollado el análisis PESTEL para la empresa SIMONA, se identifica la importancia de comprender el comportamiento del mercado. Para esto, a continuación, se

presenta el modelo de las Cinco Fuerzas de Porter, el cual permitirá obtener una visión clara de la competencia y la influencia que tienen los proveedores y los clientes en el sector.

Análisis de Fuerzas que Impactan el Negocio

El modelo de las cinco fuerzas, desarrollado por Michael E. Porter en 1979, constituye una herramienta clave del análisis estratégico que permite examinar el grado de competencia dentro de un sector y valorar su atractivo desde el punto de vista empresarial. (Porter, 2008). En el caso de SIMONA, empresa orientada a ofrecer servicios nutricionales especializados para caninos en la ciudad de Bogotá, se procede a analizar cada una de estas fuerzas para comprender mejor el entorno competitivo en el que planea desarrollarse.

Figura 2

Análisis de 5 fuerzas de Porter.



El análisis de las cinco fuerzas de Porter aplicado a SIMONA, sugiere que existen oportunidades para diferenciarse y generar valor a través de la especialización y la educación

del cliente. Estas estrategias ayudarán a enfrentar las amenazas de nuevos competidores y los productos sustitutos.

Competidores: Dinámica Entre Competidores Existentes – Directos. Uno de los principales competidores de SIMONA en el mercado de nutrición canina es Kumpet, una tienda especializada para mascotas fundada en 2022 y ubicada en la zona de El Chicó, en Bogotá, aunque no se encontró información publicada sobre su propuesta de servicios para mascota, visitando sus tiendas encontramos una propuesta que incluye planes de alimentación personalizados para perros, tomando en cuenta variables como raza, tamaño y edad. No obstante, su modelo no se enfoca específicamente en casos clínicos como el sobrepeso u obesidad, y no siempre integra asesoría directa con nutricionistas veterinarios. Su principal fortaleza radica en su base de clientes fidelizados, lo que representa una barrera de entrada para nuevos participantes como SIMONA.

Otro competidor relevante es Movet, una clínica veterinaria con un enfoque integral en el bienestar animal, que ofrece opciones alimenticias saludables como alternativa a los concentrados convencionales. De acuerdo con su página web (www.movet.co/clinicas), actualmente cuenta con ocho sedes distribuidas estratégicamente en Bogotá (Castilla, Engativá, Salitre, Cedritos, Niza, Parkway y Chapinero), Movet ha logrado consolidarse como una marca reconocida en el sector, con una oferta amplia de productos y servicios. Su posicionamiento como referente en atención veterinaria integral puede representar un reto para SIMONA en términos de alcance y reconocimiento.

Adicionalmente a estos dos competidores principales, se analizan competidores en el mercado categorizados por: Grandes que tienen una cobertura nacional, cuentan con una producción o distribución masiva, aunque su nivel de personalización es bajo como son el caso de Solla S.A., Laika. Medianos que tienen una cobertura regional o nacional de una

manera limitada, cuentan con producción o asesoría especializada y su servicio es semipersonalizado como son Pet Gourmet, Nibbi, KanYanA, Amatu, Tribu Natural Pets, Instinto vital. Pequeños que son emprendimientos en zonas específicas de Bogotá o con canales digitales con alto grado de personalización y asesoría directa, pero su servicio es a baja escala como son Patitas & Co, Barf Vital Doggy, Foodtional.

Tabla 2

Matriz comparativa de valor competitivo: empresas de nutrición canina en Bogotá

Empresa	Precio promedio mensual (COP)	Producto o servicio	Asesoría profesional	Seguimiento al cliente / mascota	Observaciones relevantes
Solla S.A. (Nutrecan / Plaza Campo)	\$180.000 – \$250.000	Concentrado seco industrial	No	No	Enfoque masivo, bajo costo, sin personalización.
Laika Mascotas	\$200.000 – \$300.000	Marketplace de productos (no producción propia)	No	No	Amplia cobertura, sin servicio clínico.
Movet	\$250.000 – \$300.000	Planes veterinarios integrales + venta de alimento	Verinario general	Parcial	Fuerte red clínica, débil enfoque nutricional.

Pet Gourmet	\$230.000 – \$280.000	Alimento natural premium cocido	Nutricionista colaborador	Limitado	Calidad alta, sin seguimiento individualizado.
Nibbi Mascotas	\$220.000 – \$260.000	Alimento super premium empaquetado	No	No	Fuerte marketing, sin asesoría ni control de peso.
Kanyana Pet Nutrition	\$300.000 – \$400.000	Consultoría nutricional (sin alimento propio)	Nutricionista veterinario	Sí	Alto nivel técnico, modelo profesional.
Ama Tu Mascota SAS (Amatu)	\$200.000 – \$240.000	Dietas cocidas y snacks naturales	Sí (básico)	No	Personalización digital, sin evaluación médica.
Tribu Natural Pets	\$220.000 – \$260.000	Comida natural húmeda artesanal	Sí (nutrición general)	No	Registro ICA, sin componente clínico.
Patitas & Co Nutrición Canina	\$250.000 – \$300.000	Asesoría nutricional personalizada (sin alimento propio)	Nutricionista veterinario	Parcial	Alta personalización, sin producción propia.
Barf Vital Doggy	\$230.000 – \$270.000	Alimentos crudos BARF	No	No	Natural y fresca, sin control médico.

		personalizados			
Foodtional	\$260.000 – \$320.000	Asesoría + alimento natural premium	Veterinario clínico	Parcial	Gourmet, cobertura limitada.
Kumpet	\$220.000 – \$250.000	Alimento personalizado o (plataforma digital)	No	No	Personalización automatizada, sin acompañamiento o médico.
Instintovital	\$260.000 – \$320.000	Consultoría nutricional + dietas terapéuticas	Nutricionista veterinario	Sí	Alta especialización, cobertura moderada.
SIMONA	\$297.500 – \$357.000	Alimento personalizado o cocido, formulado por nutricionista veterinario	Sí, con diagnóstico clínico	Sí, seguimiento mensual + control de peso	Propuesta integral: nutrición clínica + acompañamiento profesional + producción personalizada.

Nota. Fuentes de precios y servicios consultadas entre septiembre y octubre de 2025.

Elaboración propia con base en información disponible en sitios web y cotizaciones directas.

La tabla muestra que SIMONA ofrece una propuesta integral con diagnóstico clínico, formulación individual y seguimiento profesional, lo cual la diferencia de la competencia en el mercado de Bogotá y Colombia.

Competidores: Dinámica de Nuevos Entrantes en el Sector. El crecimiento del sector de productos y servicios para mascotas genera un mercado atractivo para la entrada de nuevos competidores. Así mismo, la especialización en profesionales en nutrición veterinaria ha ido en aumento y puede generar dos escenarios: el primero, la posibilidad de establecer alianzas estratégicas con SIMONA o, por el contrario, la aparición de nuevos competidores especializados en el mismo nicho de mercado.

De igual manera, existen tiendas de mascotas y clínicas veterinarias ubicadas en los estratos 4, 5 y 6, como es el caso de Laika, que como lo indica en su página web (Laika, s.f.), tiene una plataforma para distribución de productos para mascotas que, aunque actualmente no ofrecen servicios de nutrición personalizada, tienen un interés en implementar esta nueva línea de negocio, según entrevistas realizadas a asesores de la marca. Este tipo de actores, con capacidad logística y reconocimiento, podrían representar una amenaza competitiva en el mediano plazo.

A pesar de este panorama, SIMONA se diferencia al especializarse en la nutrición personalizada enfocada en el tratamiento del sobrepeso y la obesidad en caninos, lo cual constituye un subnicho poco explorado y con alto potencial de crecimiento. Esta orientación estratégica permite que la intensidad competitiva en el mercado sea considerada moderada.

Proveedores: Poder de Negociación. Con el objetivo de brindar un producto personalizado de alta calidad que atienda las necesidades específicas de los caninos, la colaboración entre nutricionistas y proveedores de materias primas con SIMONA es crucial. Debido a la naturaleza del producto y del servicio especializado, los proveedores ejercen un poder de negociación importante, lo que se puede evidenciar en costos operativos.

Aunque la oferta actual de nutricionistas caninos es limitada, existe un crecimiento progresivo en esta área de conocimiento que podría ser también un reto para la fase inicial del proyecto.

En este escenario, SIMONA implementará una estrategia que busque alianzas con proveedores haciendo negociaciones en el mediano y largo plazo. La medida busca manejar precios competitivos, mitigar riesgos asociados como depender únicamente de un solo proveedor y fortalecer la sostenibilidad del modelo de negocio (Porter, 2008).

Cientes: Poder de Negociación. Los dueños de mascotas ejercen un alto poder de negociación, pues cuentan con múltiples alternativas en el mercado, como alimentos concentrados, dietas BARF, comida natural casera, entre otras. También, tienen acceso a veterinarios que, a pesar de que no sean especialistas en nutrición, suelen recomendar opciones nutricionales que se adapten a patologías específicas de los caninos.

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta realizada a tenedores de mascotas, el 62,8 % afirma que sus animales no presentan problemas de sobrepeso u obesidad, sin embargo, hay una falta de claridad en temas de nutrición y se puede evidenciar en el 58,1 % que reconoce no tener claridad sobre lo que implica una dieta balanceada para sus perros lo que puede significar que muchos consumidores opten por alternativas más económicas, aunque no siempre sean las más apropiadas desde el punto de vista nutricional (Véase Anexo D).

En el análisis FODA, una de las debilidades se fundamenta en su precio alto, pues al ofrecer un servicio de nutrición personalizado con acompañamiento profesional, implica costos operativos más altos que los de los alimentos convencionales para mascotas o que se ofrecen de forma masiva. (Ver Anexo L). Este diferencial se traduce en un precio de venta superior al promedio del mercado, lo cual puede generar resistencia entre consumidores que

comparan principalmente por costo y no por valor agregado (Kantar, 2024). En el contexto colombiano, donde el conocimiento sobre nutrición veterinaria especializada aún es incipiente, esta percepción de “precio elevado” constituye una debilidad. No obstante, el impacto puede mitigarse mediante una estrategia de comunicación enfocada en los beneficios comprobables de la alimentación personalizada, como la prevención del sobrepeso y la mejora de la salud metabólica. Adicionalmente, las alianzas con clínicas veterinarias y profesionales del sector permitirían reforzar la confianza y justificar el costo mediante el seguimiento en la salud de la mascota. Así, el precio deja de percibirse como un obstáculo y pasa a ser percibido con calidad del servicio, coherente con una propuesta diferenciada en el mercado (Porter, 2008; Kantar, 2024).

Productos Sustitutos (Amenaza). Hoy en día, los dueños de mascotas están optando por formas de alimentación más naturales y cercanas a lo que consideran (hecho en casa). La dieta BARF, que consiste en alimentos crudos, así como las preparaciones caseras sugeridas por los veterinarios generales, se vuelven cada vez más populares. Estas alternativas, se han convertido en opciones comunes y representan una competencia directa para la propuesta de SIMONA.

Ante esta nueva situación, empresas como: HappyBARF y Dogsy Gourmet, ofrecen alimentos crudos o cocidos porcionados, listos para servir y con precios competitivos, aunque resultan prácticos y atractivos para los cuidadores, estos alimentos están realizados con ingredientes estándar para cada grupo determinados de mascotas, lo cual podría limitar su efectividad para las necesidades específicas.

Por otro lado, marcas tradicionales de concentrados como Pedigree, Purina y Royal Canin siguen siendo reconocidos por la población en general como líderes en el mercado bogotano. Esto se evidencia en su facilidad para encontrarlos en supermercados de cadena y

tiendas especializadas de mascotas, lo que las hace asequibles y confiables para muchos consumidores. Sin embargo, cada vez más personas perciben que estos productos son menos saludables, lo que abre una gran oportunidad para SIMONA que busca diferenciarse ofreciendo planes nutricionales adaptados a las condiciones únicas de cada mascota.

En este contexto, tanto los concentrados comerciales como las comidas húmedas listas para servir se constituyen en sustitutos potenciales de alto impacto para el servicio de SIMONA. Aunque la empresa ofrece un producto formulado por nutricionistas y adaptado a cada paciente canino, especialmente aquellos con sobrepeso u obesidad, las soluciones estándar presentan ventajas en términos de conveniencia. A pesar de ello, el valor agregado de SIMONA radica en su acompañamiento nutricional continuo y en la personalización basada en necesidades clínicas, aspectos que resultan clave para la diferenciación frente a los productos de oferta masiva.

Después de analizar el entorno competitivo a través de las cinco fuerzas de Porter, se busca validar las hipótesis del modelo de negocio y profundizar en el mercado objetivo identificando hábitos de consumo, las necesidades insatisfechas y el nivel de disposición a pagar por servicios personalizados de nutrición canina. Esta etapa de validación garantiza la relación producto y servicio a raíz de las expectativas reales de los tenedores de mascotas en Bogotá y permite diseñar estrategias de posicionamiento y comercialización.

Validación e Investigación de Mercado

Análisis del Cliente Frente a la Propuesta de Valor

Cientes B2C (Business-to-Consumer). El público objetivo está conformado por dueños de perros en Bogotá, especialmente quienes se preocupan tanto por su salud y el bienestar, como en prevenir o tratar el sobrepeso y la obesidad. Este segmento incluye personas dispuestas a adoptar hábitos alimenticios más conscientes y a participar en una

comunidad en donde puedan acceder a la información, compartir experiencias y recibir acompañamiento en temas de nutrición y cuidado animal.

Clientes B2B (Business-to-Business). En el ámbito institucional, las clínicas veterinarias representan aliados estratégicos. Estas pueden remitir pacientes a SIMONA para que reciban planes nutricionales personalizados, con el valor agregado de obtener reportes periódicos sobre la evolución del tratamiento alimenticio, lo que fortalece el acompañamiento clínico y mejora los resultados terapéuticos.

Necesidades y Oportunidades del Cliente (Customer Jobs). Necesidad de información y guía: Muchos propietarios enfrentan dificultades para identificar la opción más adecuada que garantice una dieta rigurosa y balanceada, capaz de suministrar los nutrientes esenciales que su mascota requiere. Según la encuesta realizada, el 58.1% de los encuestados no comprende completamente qué implica una alimentación equilibrada para perros, aunque el 100% manifestó interés en promover hábitos alimenticios saludables para sus mascotas (Véase Anexo D).

Preocupación por la salud y el bienestar animal: La creciente humanización de las mascotas ha impulsado una mayor demanda de servicios especializados en su cuidado, especialmente en el ámbito nutricional. Los dueños priorizan cada vez más el bienestar y la calidad de vida de sus animales, buscando dietas personalizadas que ofrezcan beneficios tangibles y visibles para la salud de sus caninos.

Necesidad de soluciones prácticas y personalizadas: Los propietarios valoran alternativas alimenticias que se ajusten a las necesidades particulares de sus perros, a su presupuesto y que se integren sin dificultad en su rutina diaria. Asimismo, aprecian la atención personalizada y la asesoría profesional en nutrición, así como la elaboración de planes dietéticos adaptados al estilo de vida de sus mascotas.

Oportunidad de prevenir y tratar problemas de salud: La preocupación por el sobrepeso y la obesidad en perros evidencia la necesidad de brindar soluciones nutricionales especializadas que contribuyan a la prevención y manejo efectivo de estas condiciones.

Propuesta de Valor

La propuesta de valor de SIMONA está enfocada en ofrecer servicios nutricionales especializados y personalizados para caninos, encaminada en la prevención y el tratamiento del sobrepeso y la obesidad.

Los elementos clave de la propuesta de valor son:

- **Personalización y asesoría profesional:** SIMONA ofrece dietas personalizadas diseñadas de acuerdo con las necesidades de cada mascota, teniendo en cuenta su raza, edad, tamaño, condiciones de salud y actividad física. Este servicio será atendido por nutricionistas expertos en mascotas.
- **Integralidad:** SIMONA proporciona un servicio integral (evaluación, diagnóstico y producto) que incluye el diseño de un plan alimenticio, control y monitoreo de la salud de la mascota, también se crea una comunidad para concientización en temas de nutrición para propietarios.
- **Calidad:** Entrega de alimentos frescos y naturales, servicio de entrega a domicilio en Bogotá, buscando soluciones prácticas que se integren fácilmente en la vida diaria de los dueños de mascotas.

Estudio piloto de mercado

Este piloto tiene como objetivo analizar el comportamiento del consumidor y la demanda potencial del servicio de nutrición personalizada para caninos en Bogotá. Como objetivos específicos se busca identificar los hábitos alimenticios y las percepciones que tienen los cuidadores sobre la salud de sus perros; establecer el nivel de conocimiento que

poseen sobre una alimentación balanceada; medir el interés en servicios personalizados de nutrición canina; y, finalmente, evaluar la viabilidad comercial de este tipo de propuesta en el mercado.

Con el fin de validar las necesidades del mercado y contrastar las hipótesis planteadas en el modelo de negocio, se realizó una encuesta dirigida a propietarios de caninos en la ciudad de Bogotá.

Muestra

Teniendo en cuenta el número de clientes potenciales mencionado previamente, se presentan los supuestos de cálculo y justificación metodológica de la muestra empleada:

- Nivel de confianza (Z): 95% $\rightarrow Z = 1.96$
- Error máximo permitido (e): 10% (0.10)
- Proporción esperada de la característica estudiada (p): 0.5

(Se adopta el valor 0.5 por ser el más conservador, correspondiente a la máxima variabilidad posible)

- Tamaño de la población (N): 60.000 propietarios potenciales de caninos en Bogotá.

A partir de estos parámetros, el tamaño de muestra teórico recomendado sería de $n \approx 96$ encuestas para alcanzar un margen de error del 10% con un 95% de confianza. Sin embargo, el estudio logró recopilar 43 encuestas válidas, lo que constituye el n efectivo de la investigación.

Figura 3

Fórmula aplicada para determinar el número de la muestra

$$n = \frac{(1.31)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{(0.10)^2} = \frac{0.430}{0.01} = 43.0$$

Este tamaño de muestra —si bien representa un margen de error aproximado de 15% al 95% de confianza— puede también expresarse como un margen orientativo del 10% a un nivel de confianza cercano al 81%, según la relación inversa entre precisión y confianza estadística.

En este contexto, y dado el carácter exploratorio de la investigación y la naturaleza dinámica del mercado de alimentación canina en Bogotá, el número de observaciones obtenidas se considera suficiente para validar las hipótesis iniciales de aceptación, disposición de compra y segmentación del público objetivo.

Por tanto, se concluye que con una muestra efectiva de 43 participantes se obtienen resultados estadísticamente válidos y gerencialmente útiles para una fase de validación de modelo de negocio, garantizando información confiable para la toma de decisiones preliminares sobre la viabilidad de SIMONA. (Véase Anexo D).

Diseño de herramienta

Para la recolección de información primaria se diseñó un cuestionario estructurado como herramienta principal de investigación. El instrumento estuvo compuesto por quince preguntas cerradas, abiertas y de opción múltiple, distribuidas en cinco secciones temáticas: datos sociodemográficos del tenedor de mascotas, estado de salud del canino, hábitos

alimenticios actuales, nivel de conocimiento sobre nutrición balanceada y disposición a adquirir un servicio de nutrición personalizada.

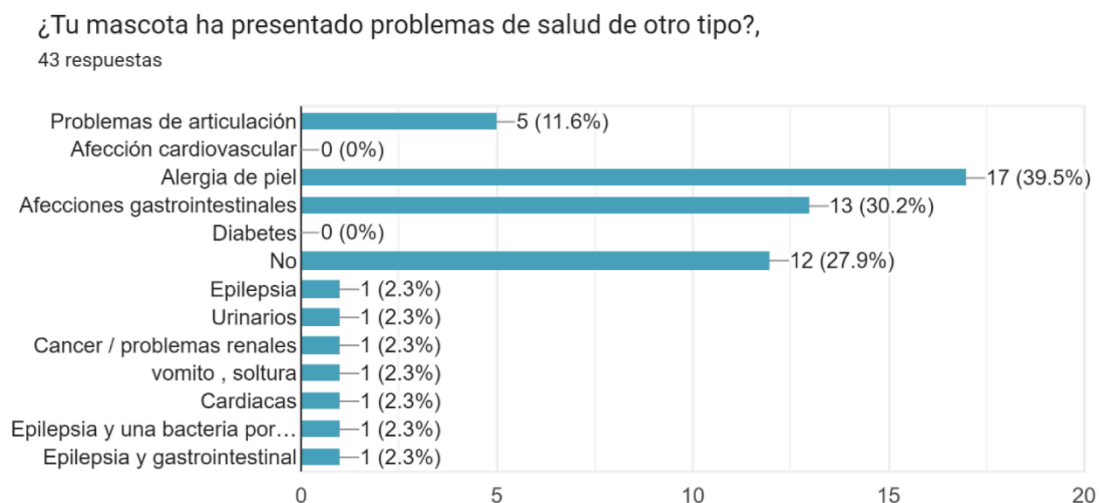
La encuesta tiene un enfoque mixto, realizada a través de un formato Google Forms con el fin de garantizar la diversidad en la muestra y una mayor respuesta. La redacción de las preguntas se realizó de manera clara para asegurar la comprensión por parte de los encuestados, quienes debían ser responsables del cuidado de al menos un canino. Esta herramienta permitió obtener insumos que permiten caracterizar el comportamiento del consumidor, identificar necesidades insatisfechas y evaluar el interés del mercado por soluciones especializadas en nutrición para perros con sobrepeso y obesidad.

Análisis de Resultados del Comportamiento del Consumidor

El análisis de los resultados obtenidos a partir de la encuesta aplicada a tenedores de caninos en Bogotá permitió identificar patrones relevantes en el comportamiento del consumidor en relación con la alimentación y el estado de salud de sus caninos.

Figura 4

Problemas de salud en mascotas



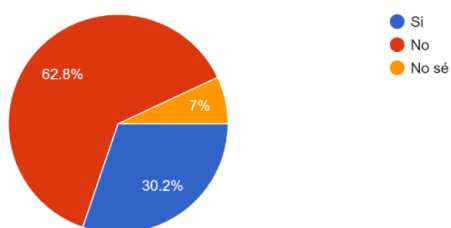
El análisis de los resultados obtenidos a partir de la encuesta aplicada a tenedores de caninos en Bogotá —con un total de 43 encuestas válidas, equivalentes a una tasa de respuesta del 66,1% sobre los formularios enviados— permitió identificar patrones relevantes en el comportamiento del consumidor frente a la alimentación y el estado de salud de sus mascotas.

El estudio se desarrolló bajo un nivel de confianza del 95% y un margen de error efectivo aproximado del 14,9%, valores metodológicamente adecuados para una fase exploratoria de validación de modelo de negocio. Alternativamente, si se considera un margen de error del 10%, el nivel de confianza alcanzado se aproxima al 81%, lo que sigue garantizando una precisión aceptable para identificar tendencias significativas dentro del segmento objetivo de SIMONA.

En este contexto, los resultados reflejan una tendencia sólida y consistente: un 74% de los encuestados manifestó que sus perros han presentado afecciones recurrentes tales como alergias (39,5%), problemas gastrointestinales (20,2%) y trastornos articulares (11,6%). Esta evidencia, obtenida con el nivel de confianza descrito, confirma una preocupación creciente por la salud y bienestar animal, y sustenta la pertinencia del modelo de negocio de SIMONA como respuesta a una necesidad real del mercado.

Figura 5
Inconvenientes de sobrepeso u obesidad

¿Has presentado inconvenientes de sobrepeso u obesidad con tu mascota?
43 respuestas



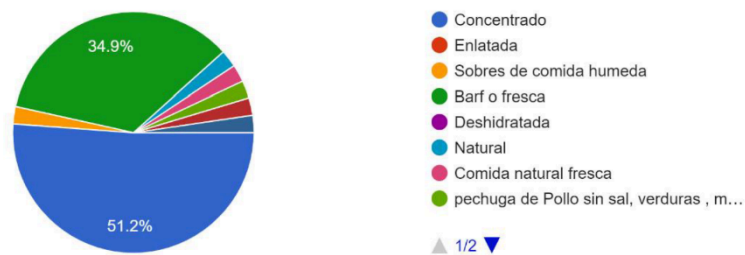
También, un 30.2 % indicó haber enfrentado casos de obesidad en sus mascotas, adicionalmente un 7% no sabe si se enfrenta a uno, una cifra significativa si se considera que muchas de estas condiciones pasan desapercibidas por los dueños.

Figura 6

Hábitos alimenticios

Para ti, ¿Qué tipo de alimentación es ideal para brindarle a tu mascota?

43 respuestas



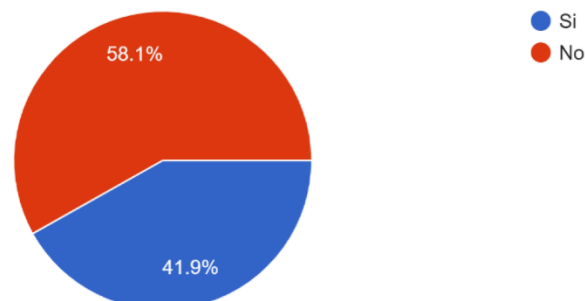
En cuanto a los hábitos alimenticios, el 51.2 % señaló que utiliza concentrado como fuente principal de alimentación, mientras que el 48.8% opta por combinaciones con alimentos naturales, destacando dietas BARF con un 34.9 %.

Figura 7

Conocimiento en alimentación balanceada

¿Sabes en que consiste una alimentación balanceada para tu mascota?.

43 respuestas

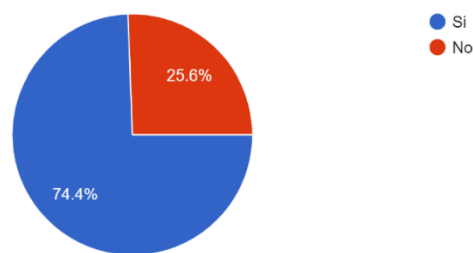


A pesar de que hay interés por ofrecer una alimentación adecuada, el 58.1 % de los encuestados reconoció no tener claridad sobre lo que constituye una dieta balanceada para un perro.

Figura 8

Disposición para recibir orientación nutricional para la mascota

¿Le interesaría un servicio personalizado de alimentación para suplir las necesidades de su mascota, elaborado por un experto?
43 respuestas



No obstante, el 74.4% manifestó estar dispuesto a recibir orientación nutricional especializada, lo que evidencia una oportunidad de mercado para servicios personalizados que respondan a esta necesidad latente de los propietarios por mejorar la salud y calidad de vida de sus mascotas.

Esta investigación permitió conocer de primera mano sus percepciones, hábitos de alimentación, nivel de conocimiento nutricional y grado de interés en servicios especializados. A continuación, se presentan los principales hallazgos obtenidos, los cuales resultan fundamentales para orientar el diseño de la propuesta de valor y la estrategia de posicionamiento de SIMONA.

Resultados

Hallazgos Generales

El estudio permitió corroborar la hipótesis de una tendencia hacia la humanización de los animales de compañía que se refleja en una especial atención a su salud y bienestar. Entre las percepciones más frecuentes se destaca la preocupación por enfermedades que se asocian al sobrepeso, así como una evidente carencia de conocimientos en torno a una nutrición adecuada. Se reconoce como una necesidad la asesoría especializada y de planes de alimentación personalizados que respondan a condiciones específicas de salud en los caninos.

Hallazgos Técnicos

SIMONA desde un aspecto técnico se centra en prestar el servicio y ofrecer el plan nutricional personalizado como producto para caninos especialmente con sobrepeso u obesidad, el modelo es factible y con alto potencial en el mercado debido a su valor agregado al tener el respaldo de profesionales especializados en nutrición veterinaria. También se identifican retos relacionados con la personalización y distribución del producto, aquí la logística y la tecnología juegan un papel relevante para tener un servicio al cliente y comunicación con el consumidor.

Hallazgos de Alianzas Estratégicas

El análisis evidenció oportunidades relevantes para consolidar alianzas estratégicas con clínicas veterinarias, tiendas especializadas en productos para mascotas, comercios del tipo pet shop y plataformas digitales orientadas al cuidado animal. Este tipo de colaboraciones no solo contribuiría a ampliar la cobertura comercial del servicio, sino que también fortalecería su legitimidad mediante el respaldo profesional. Asimismo, se identificó el potencial de establecer acuerdos con productores de alimentos naturales y suplementos,

con el fin de desarrollar líneas exclusivas bajo la marca SIMONA, lo cual permitiría robustecer la cadena de valor y generar una oferta diferenciada en el mercado.

Hallazgos Sobre Clientes

Los posibles clientes demostraron un interés y sensibilidad frente a las condiciones de salud de su mascota y una actitud favorable hacia la adquisición de servicios personalizados. Si bien el 58.1 % manifestó desconocer en qué consiste una dieta balanceada para sus perros, el 74.4 % expresó interés en contar con acompañamiento profesional, lo que evidencia un potencial mercado para el proyecto. De igual manera, un porcentaje considerable de los encuestados indicó estar dispuesto a invertir entre COP\$100.000 y COP\$200.000 o más mensualmente en la alimentación de sus mascotas, lo cual sitúa a SIMONA en un rango de asequibilidad para este segmento de mercado. (Véase Anexo D)

Hallazgos Sobre Empresas

El análisis del entorno competitivo mostró una limitada presencia de empresas enfocadas exclusivamente en la nutrición personalizada para perros con sobrepeso u obesidad. Aunque algunas marcas ofrecen dietas especializadas, son escasas aquellas que integran acompañamiento profesional y una personalización completa del servicio. Esta ausencia de oferta integral representa una oportunidad estratégica para SIMONA, cuyo valor diferencial radica en la articulación de diagnóstico individual, diseño de planes nutricionales específicos y seguimiento continuo por parte de expertos. De este modo, la empresa se posiciona en un segmento emergente que prioriza el bienestar animal desde un enfoque preventivo, individualizado y con respaldo profesional.

Estrategia y Plan de Introducción de Mercado

Los objetivos de mercadeo de SIMONA están orientados a generar conciencia, confianza y cercanía con dueños de mascotas en Bogotá resaltando su propuesta valor y

los beneficios reales que puede tener la mascota al modificar su dieta y mejorar sus hábitos de alimentación.

Estrategia de Mercadeo

La estrategia de mercadeo de SIMONA está basada en 4 pilares:

1. Educación y sensibilización: SIMONA apuesta por diferenciarse de sus competidores con la educación y creación de comunidad de cuidadores que realmente se preocupan por la salud de sus mascotas, compartiendo información útil y genere efectos positivos.
2. Servicio al cliente: Personalizado con acompañamiento constante, teniendo en cuenta las particularidades de cada mascota y las expectativas de sus dueños.
3. Alianzas estratégicas: Alianzas con clínicas veterinarias, fundaciones, proveedores y comunidad animalista para generar credibilidad de la marca, llegar al público objetivo y brindar un servicio más completo.
4. Presencia en plataformas digitales: El uso de redes sociales y canales digitales son herramientas que permiten promocionar los servicios, interactuar con la comunidad, y mantener un contacto con los clientes.

Estrategias de Producto y Servicio

- Producto: SIMONA ofrece dietas personalizadas para caninos, elaboradas con ingredientes frescos y de alta calidad, adaptadas a las necesidades específicas de cada mascota.
- Servicio: El servicio de SIMONA incluye consultoría nutricional, diseño de planes alimenticios, seguimiento y control de la dieta, monitoreo de la salud

de la mascota, entrega a domicilio y educación y concientización para los propietarios.

Estrategias de Distribución

SIMONA utiliza un modelo de distribución directa, que incluye la entrega a domicilio de los alimentos preparados. También se apoya en veterinarias como punto de conexión entre los dueños de las mascotas y SIMONA, a través de la difusión y recomendación del servicio.

Estrategias de Precio – Modelo de Ingreso

SIMONA genera ingresos a través de la prestación del servicio especializado de nutrición y la venta de los productos desarrollados a medida. Se plantea la creación de planes mensuales o trimestrales adaptados al perfil de cada mascota y la disponibilidad financiera del cliente.

Tabla 3

Estrategias de Comunicación y Promoción

Canal de Difusión	Público Objetivo	Tipo de Contenido	Objetivo
Redes Sociales (IG, FB, TikTok, YouTube)	Dueños de caninos (estratos 4, 5 y 6)	Infografías Tips de nutrición Historias de clientes	Generar conciencia sobre las implicaciones de malos hábitos alimenticios
Email Marketing	Clientes registrados y contactos de campañas	Newsletter Consejos nutricionales	Fidelización y educación continua
Comunidad:	Dueños de mascotas	Jornadas de nutrición	Posicionamiento

Talleres presenciales y eventos	interesados	Muestras de productos	experto y acercamiento emocional
Aliados del sector	Seguidores de bienestar animal y mascotas	Publicaciones con experiencia personal	Aumentar alcance y credibilidad, posicionamiento

SIMONA emplea las redes sociales como una herramienta clave para fortalecer su presencia de marca, divulgar información relevante y facilitar la programación de consultas nutricionales. La estrategia de comunicación está orientada a destacar su propuesta de valor, también se proyecta la consolidación de la comunidad mediante la participación en talleres y actividades promovidas por entidades distritales o entidades como la Cámara de Comercio, la Alcaldía de Bogotá y el Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal.

Aspectos Técnicos

Determinación de la Localización

Para analizar la macro-localización, Bogotá se establece como un lugar estratégico que responde al tamaño del mercado y las características demográficas que corresponden con el perfil del cliente. A continuación, se resaltan los factores para garantizar su operación en la ciudad:

Clima: La capital tiene un clima tanto frío, como templado que favorece la conservación y manipulación de alimentos, si lo comparamos con ciudades de clima cálido. Su ubicación contribuye a reducir costos como refrigeración o almacenamiento, también mejora la logística y mantiene la calidad del producto.

Accesibilidad: La red vial de Bogotá facilita la entrega directa a los usuarios finales y a municipios cercanos, optimizando la logística de distribución.

Electricidad y conectividad: La ciudad dispone de un suministro eléctrico estable, indispensable para el funcionamiento de equipos de refrigeración. Además, su alta conectividad digital permite gestionar pedidos, estrategias de marketing y comunicación con los clientes mediante plataformas tecnológicas, elementos esenciales para el modelo de negocio de SIMONA.

Mercado: En Bogotá se encuentra la mayor población canina del país, siendo más del 20% del total nacional. Los ciudadanos que muestran un mayor interés en cuidado y bienestar están ubicados en el estrato 4, con un rango de edad de 30 a 40 años quienes tienen el poder adquisitivo para invertir en productos especializados. Los hogares conformados de 3 a 5 integrantes consideran a sus mascotas como parte de la familia, lo que aumenta la disposición para pagar por servicios personalizados como los que ofrece SIMONA (Peña, 2023).

Competencia: El mercado de la nutrición canina en Bogotá ha cambiado notablemente en los últimos años. Al comienzo, solo se hablaba de empresas como las ya mencionadas Kumpet o Movet, pero hoy la oferta se ha diversificado con alternativas que incluyen clínicas veterinarias que ofrecen planes nutricionales, emprendimientos que promueven alimentación natural o cursos para preparar sus propias recetas como Mundo Canino, Amatu Mascota, Tribu Natural, y tiendas con plataformas digitales de gran alcance como Laika y Agrocampo. Esto significa que los dueños de mascotas tienen más opciones para elegir, desde dietas o menús cocidos hasta servicios de asesoría. Esta ampliación del mercado ha elevado el nivel de competencia y ha generado

que los consumidores sean cada vez más exigentes, esperando planes más personalizados y resultados tangibles para la salud de sus mascotas.

En medio de esta dinámica, SIMONA se encuentra con el reto de competir en un entorno más demandante, pero también con la oportunidad de diferenciarse de manera clara con su mayor fortaleza en la nutrición especializada para perros con problemas de sobrepeso y obesidad, un aspecto que aún no está suficientemente cubierto por otros actores. Mientras la mayoría de los competidores resaltan la naturalidad de los ingredientes o la facilidad de compra, SIMONA puede construir su ventaja a través de un acompañamiento profesional constante, protocolos clínicos y resultados medibles que transmitan confianza a los cuidadores. Además, al establecer alianzas con veterinarias y tiendas de mascotas, y combinar la atención presencial con canales digitales, SIMONA puede ofrecer una experiencia completa que conecte con los dueños de perros que buscan no solo un alimento, sino una solución integral para el bienestar de sus mascotas.

Escalabilidad: Al conseguir alcanzar el punto de equilibrio en la ciudad de Bogotá, el modelo de negocio será replicable en otras ciudades del país en donde el público tenga el mismo interés de cuidado de mascotas, facilitando la expansión del negocio.

Infraestructura logística: Al alquilar una planta de producción ubicada en el norte de la ciudad, que cumpla con los registros sanitarios y certificaciones como ICA se reducen los costos iniciales relacionados con la instalación y permisos para la operación.

En cuanto a la microlocalización, se debe definir la ubicación o las posibles ubicaciones específicas dentro de la ciudad que se están considerando, tales como un barrio o una localidad determinada. Para este análisis, se deben evaluar variables como el costo del arrendamiento, la proximidad a aliados estratégicos, la cercanía al mercado

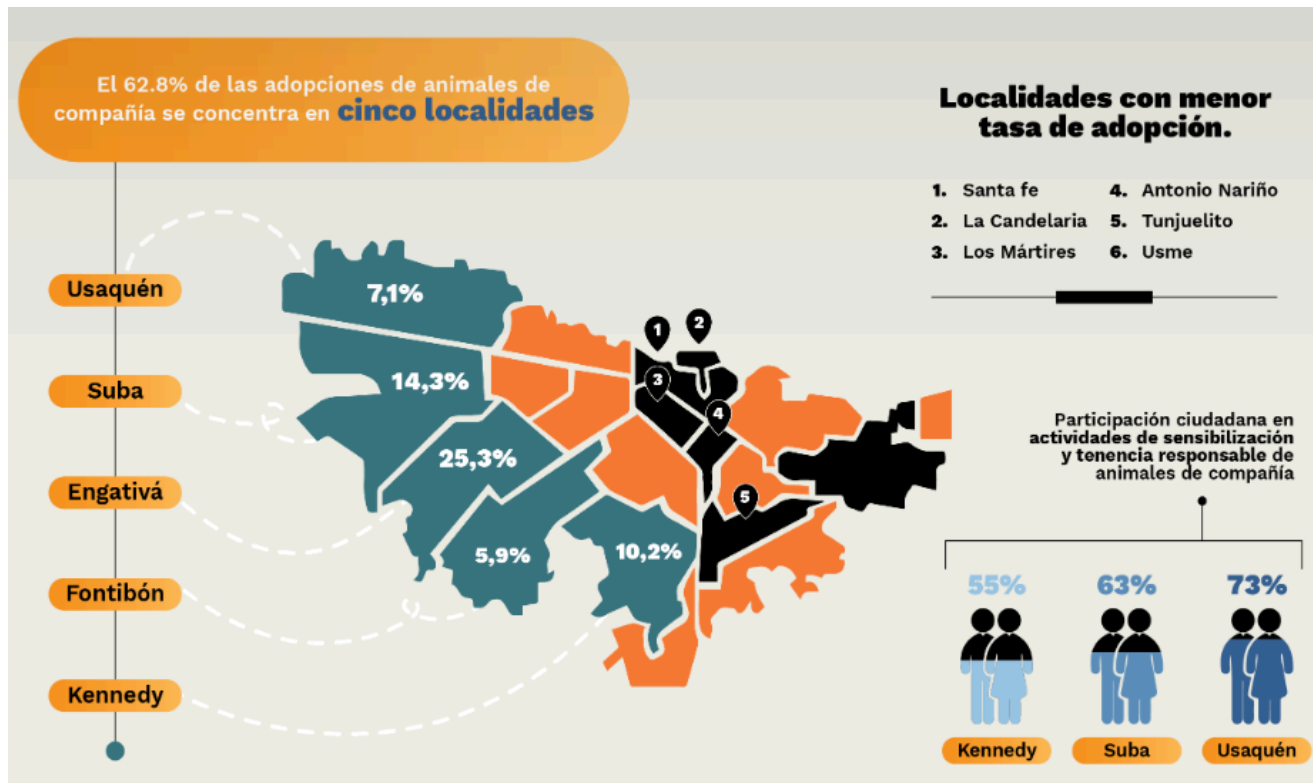
objetivo, entre otros factores relevantes. En caso de contar con más de una alternativa, se puede replicar el mismo procedimiento analítico mencionado previamente.

Para el desarrollo de la microlocalización, se ha seleccionado el territorio de Bogotá D.C., donde se han evaluado las distintas localidades tomando en cuenta principalmente variables como la estratificación socioeconómica, la densidad poblacional con mayor crecimiento en la adopción de mascotas, y el nivel de educación respecto a la tenencia responsable de animales.

Basándose en la información estadística actualizada para 2024, proporcionada por la Alcaldía de Bogotá y detallada en la siguiente ilustración de localidades, se ha realizado una clasificación preliminar para comparar y determinar la ubicación más adecuada para el centro de atención de SIMONA.

Figura 9

Localidades con menor tasa de adopción.



Reproducido de “Desde el 2020 más de 1.000 perros y gatos se han entregado en adopción en Bogotá,” por L. Ramírez, 2021

(<https://bogota.gov.co/mi-ciudad/ambiente/mas-de-1000-perros-y-gatos-se-han-entregado-en-adopcion-en-bogota>). Obra de Dominio Público.

Para la localización de SIMONA y la delimitación del marco muestral se consideró la población de tenedores de caninos residentes en Bogotá, enfocando la selección en los estratos socioeconómicos 4, 5 y 6, por corresponder al segmento con mayor capacidad adquisitiva y mayor interés en servicios especializados de nutrición animal. El marco muestral se definió a partir de criterios geográficos y sociodemográficos, priorizando las localidades con alta sensibilización frente a la tenencia responsable y con una concentración relevante de hogares con mascotas adoptadas o compradas.

Con base en la información de la Alcaldía de Bogotá (2021), se identificó que el 62,8% de las adopciones de animales de compañía se concentra en cinco localidades, destacándose Suba (14,3%) y Usaquén (7,1%), las cuales además presentan los niveles más altos de participación ciudadana en actividades de sensibilización sobre bienestar animal (63% y 73%, respectivamente). Estos indicadores, junto con la composición poblacional mayoritariamente de estratos medios y altos, respaldaron la elección de dichas localidades como zonas representativas del público objetivo de SIMONA.

Por tanto, el marco muestral se estructuró considerando tres ejes de representatividad:

1. Geográfica: focalización en las localidades de Usaquén y Suba, que concentran un alto porcentaje de hogares con mascotas y comportamientos de consumo alineados con los servicios de alimentación saludable.
2. Socioeconómica: priorización de estratos 4, 5 y 6, coherente con el perfil de clientes dispuesto a pagar por asesorías nutricionales personalizadas.
3. Conductual: inclusión de personas con tenencia responsable, interés en bienestar animal y adopción de prácticas saludables de alimentación canina.

De esta manera, aunque el estudio tiene un carácter no probabilístico y exploratorio, la selección del marco muestral garantiza representatividad cualitativa dentro del segmento de mercado al que se dirige SIMONA. Este enfoque permite obtener resultados pertinentes para la validación del modelo de negocio, asegurando que las respuestas provienen de un público coherente con el perfil de consumidor objetivo.

Posteriormente, para la selección definitiva de la zona de operación, se aplicó un cuadro comparativo con escala de Likert (1–100), que evaluó variables obligatorias y deseables como demanda potencial, costos de operación, accesibilidad, perfil de cliente y red de aliados veterinarios. Los resultados mostraron una diferencia mínima entre las localidades analizadas, pero Usaquéen obtuvo la puntuación más alta, consolidándose como la opción óptima para el desarrollo inicial de SIMONA. Esta decisión responde a su alta densidad de hogares de estrato medio alto (113.167), su cultura de cuidado animal y su capacidad de pago, factores clave para la sostenibilidad del emprendimiento.

Tabla 4

Necesidades proyecto SIMONA

Necesidades	Puntuación de importancia *	Alternativas de localización			
		Obligatorias	USAQUÉN		SUBA
Costo de Arriendos	8	Regular	6	Bueno	8
Costo de servicios básicos	8	Regular	6	Bueno	8
Acceso a Proveedor	5	Bueno	9	Regular	7

agricultor

Acceso de clientes al local	9	Excelente	10	Bueno	9
Acceso cocina de alquiler	6	Excelente	10	Regular	6
Acceso proveedores de purina	5	Regular	6	Regular	6
Accesos veterinarios	8	Bueno	8	Bueno	8
Acceso fundación	5	Regular	7	Bueno	9
Porcentaje de adopción de mascotas	8	Bueno	9	Regular	7
Densidad clientes objetivos	10	Excelente	10	Bueno	8
Sensibilización de población para la tenencia responsable de mascotas	9	Excelente	12	Regular	7
Tipos de estratificación económica en la zona	10	Excelente	10	Bueno	9

Deseables		USAQUÉN		SUBA	
Costos de transporte	2	Bueno	8	Bueno	8
Desplazamiento de nutricionista	5	Bueno	8	Bueno	8
veterinario					
Ubucacion de competidores	7	Bueno		Regular	7
Totales	100		127		115

Notas: *Escala de clasificación de importancia: 1 a 4: No relevante, 5 a 7 Moderadamente relevante, 8 a 9 Relevante y 10 a 12 Muy relevante. *Escala de evaluación de alternativas: 1 a 3 Pésimo, 4 a 5 Malo, 6 a 7 Regular, 8 a 9 Bueno y 10 a 12 Excelente

Definición de las fichas técnicas de los productos y/o servicios

Dado que Simona contará con tres líneas de producción, la correspondiente a la elaboración de alimentos cocidos incluirá la creación y la ficha técnica del producto final (Véase Tabla 4). Esta ficha técnica no solo estandariza los componentes nutricionales, sino que también responde a lo dispuesto en la Ley 1480 de 2011 – Estatuto del Consumidor, al garantizar que la información ofrecida al comprador sea clara, veraz y suficiente. De igual forma, el producto deberá contar con el registro obligatorio ante el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), requisito que certifica la calidad e inocuidad del alimento para mascotas en el mercado colombiano y avala su legalidad en los procesos de fabricación y comercialización. En consecuencia, la gestión de etiquetado y la tabla nutricional estarán directamente vinculadas con la ficha técnica

de los concentrados utilizados en las recetas, asegurando trazabilidad y cumplimiento normativo.

Tabla 5

Ficha técnica producto SIMONA

FICHA TÉCNICA			
Código	Versión	Fecha	
FT-MC-04	1	30 de noviembre de 2024	
INFORMACIÓN GENERAL			
Nombre del producto	Receta comida Cocida	Marca	SIMONA
Código	2309.10.90.00	Referencia	Alimento fresco
No. Serie	1	Modelo	Envase plástico
Proveedor	SIMONA		
CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS			
Comida cocida para consumo de perros, porcionada acorde a talla genérica para porciones según tamaños de razas: Pequeñas hembras 1,5 kg – machos 3,2 kg, razas pequeñas-medianas: hembras 8–9,5 kg, machos 8,5–10 kg, razas medianas: hembras 20 kg, machos 30 kg, razas grandes: hembras 32 kg, machos 43 kg. Con formulación y porcentaje de componentes acorde a dictamen de médico nutricional canino y necesidades especializadas que presente el canino de la consulta.			
COMPONENTES PRINCIPALES			
Nombre	Código		
Cenizas brutas	302920000		
Proteína animal	2106.10.20.00		
Carbohidratos	6107990000		
Fibra	209.91.40.00		

La información reflejada en la tabla 4, presenta la ficha técnica del producto SIMONA – Receta comida cocida, consolidando la información general, técnica y nutricional del alimento. Incluye datos como código, marca, proveedor, referencia y tipo de envase, lo que asegura trazabilidad documental. En el apartado técnico se especifica que se trata de un alimento cocido formulado para perros, con porciones adaptadas al peso y talla de diferentes razas, garantizando un suministro ajustado a sus necesidades nutricionales. Finalmente, se detallan los componentes principales –cenizas brutas, proteína animal, carbohidratos y fibra– con sus respectivos códigos de referencia, lo que permite estandarizar la formulación y mantener control de calidad conforme a los lineamientos del ICA y la Ley 1480 de 2011. De esta manera, la ficha técnica se constituye en un instrumento clave para el cumplimiento normativo y para la construcción del etiquetado y la tabla nutricional del producto.

Descripción y Definición del Proceso Productivo o de Prestación del Servicio

El flujograma de servicio de SIMONA relacionado en el anexo M, enfatiza desde el inicio con la captación de cliente bajo los canales definidos, promoción de redes sociales, veterinarias y fundaciones aliadas. Se realiza un agendamiento presencial del servicio directamente con el nutricionista en el punto local de asistencia de SIMONA en donde se solicitará la documentación pertinente tales como carné de vacunación, historia clínica, exámenes previamente realizados de patologías, entre otros.

El nutricionista evaluará el estado de salud de la mascota y genera la receta específica después de la valoración. posterior a ello, el veterinario brindará la orden o receta médica de alimentación que puede ser en base a concentrado, comida cocida o comida cruda acorde a los gustos y necesidades de la mascota en específico.

Posterior a la valoración se procederá a realizar programación de preparación del alimento:

- Purina (concentrado): Si se cuenta con stock tiene la opción de realizar la compra en el punto o en dado caso requerir el servicio a domicilio contra entrega para recepción de este en el domicilio y las cantidades acorde que requiera.
- Comida cocida: SIMONA contará con servicio de producción de alimentos cocidos acorde a lo recetado por nutricionista veterinario. En la planta se hace la recepción de materias primas, preparación y producción por demanda, para este punto se solicitan datos de contacto y disponibilidad en domicilio del cliente con el fin de una vez contar con la receta personalizada lista despachar para su consumo acorde a porciones recetadas por el nutricionista.
- Comida cruda: SIMONA contará con alianzas con productores locales de Bogotá y Cundinamarca, permitiendo brindar a los clientes de SIMONA mejores precios para los ingredientes que requieran solicitar para la nutrición personalizada de su mascota. Permitiendo que en gestión directa con productores directos programen el pedido y distribución de los alimentos necesarios.

En paralelo, se tramita con el cliente programación de cita de control para asesoría virtual o presencial, para la atención virtual es fundamental contar con el dato exacto del peso de la mascota para su control y evaluar posteriores cambios que haya presentado con la aplicación de la dieta personalizada, permitiendo que se tenga actualización de la nutrición mes a mes. Finalmente, se solicita al cliente una encuesta

de satisfacción respecto a la asistencia presentada con el servicio para identificar oportunidades de mejora tanto para el producto como para el servicio.

Capacidad de Producción o Prestación del Servicio

Capacidad de Producción

Para la estimación de la capacidad de producción de SIMONA se tomó como referencia la infraestructura proyectada en el Anexo P — Plano de Distribución de la Planta SIMONA, donde se dispone de un área útil de aproximadamente 95 m², distribuida entre las zonas de recepción, preparación, empaque, refrigeración y almacenamiento. Esta configuración fue diseñada para permitir la operación simultánea de dos cocineros durante los días de alquiler de cocina, los cuales se realizan dos veces por semana, equivalentes a ocho jornadas mensuales de trabajo efectivo.

La capacidad productiva teórica se calculó considerando una jornada de 8 horas y un tiempo promedio de 20 minutos por ración, que incluye la preparación, empaque y limpieza básica de área. Bajo estas condiciones, cada cocinero puede elaborar aproximadamente 3 raciones por hora, lo que equivale a 6 raciones por hora entre ambos. En consecuencia, la producción máxima por jornada sería de 48 raciones (6×8 horas), alcanzando 96 raciones semanales si se operaran las dos jornadas planificadas.

Sin embargo, este valor teórico fue ajustado con base en factores operativos reales observados en procesos artesanales de alimentación personalizada: tiempos de preparación y pesaje de ingredientes, pausas de limpieza entre lotes, controles de calidad, enfriamiento previo al empaque y coordinación de la logística de distribución. Estos elementos reducen la utilización efectiva de la jornada en aproximadamente un 23% de la capacidad teórica, lo que sitúa la producción real estimada en alrededor de 22 raciones semanales.

Este cálculo responde a una proyección conservadora de la fase piloto, en la que se prioriza la calidad del producto, la frescura y la reducción del desperdicio sobre la maximización del volumen. Además, la operación cuenta con el apoyo de los auxiliares logísticos designados para Bogotá, quienes realizan la carga, transporte y entrega puerta a puerta de las raciones preparadas en los días de producción. Cada auxiliar cubre entre 4 y 6 entregas por jornada, lo que garantiza que la capacidad logística esté en equilibrio con el nivel de producción planificado, evitando cuellos de botella o sobrecarga operativa.

En síntesis, la cifra de 22 raciones semanales surge de la relación directa entre la capacidad instalada, la disponibilidad de personal y las condiciones reales de trabajo en la planta piloto. Este volumen permite mantener la eficiencia del proceso, garantizar la frescura del alimento y ajustar gradualmente la producción conforme se consolide la demanda del modelo de negocio.

Capacidad de prestación del Servicio

La prestación del servicio incluye la entrega de alimentos frescos y la asesoría personalizada para cada cliente.

El nutricionista veterinario tiene capacidad para atender a 193 pacientes mensuales incluyendo seguimiento y lectura de exámenes, realizando consultas personalizadas y ajustes en las recetas según las necesidades de las mascotas.

Distribución y Logística

La empresa transportista puede entregar hasta 10 pedidos de comida cocida en la semana en Bogotá y 27 raciones de concentrado en la semana.

Capacidad Total

Se contará con 193 raciones mensuales acorde al escenario realista de proyección de ventas.

Aspectos Organizacionales y Legales

Análisis Estratégico

Misión. Ofrecer servicio de nutrición y elaboración de producto personalizado, velando por el bienestar de los perros en Bogotá, mediante un servicio integral de calidad y enfocados en la educación nutricional.

Visión. Ser un referente en nutrición canina en Bogotá, reconocidos por el servicio, innovación y calidad de servicio generando un impacto positivo en la salud de los caninos y contribuyendo a la tenencia responsable de mascotas.

Estructura Organizacional

La estructura de SIMONA estará diseñada para garantizar su operación desde el servicio, hasta la entrega del producto asegurando calidad, seguimiento y control.

Perfiles y Funciones

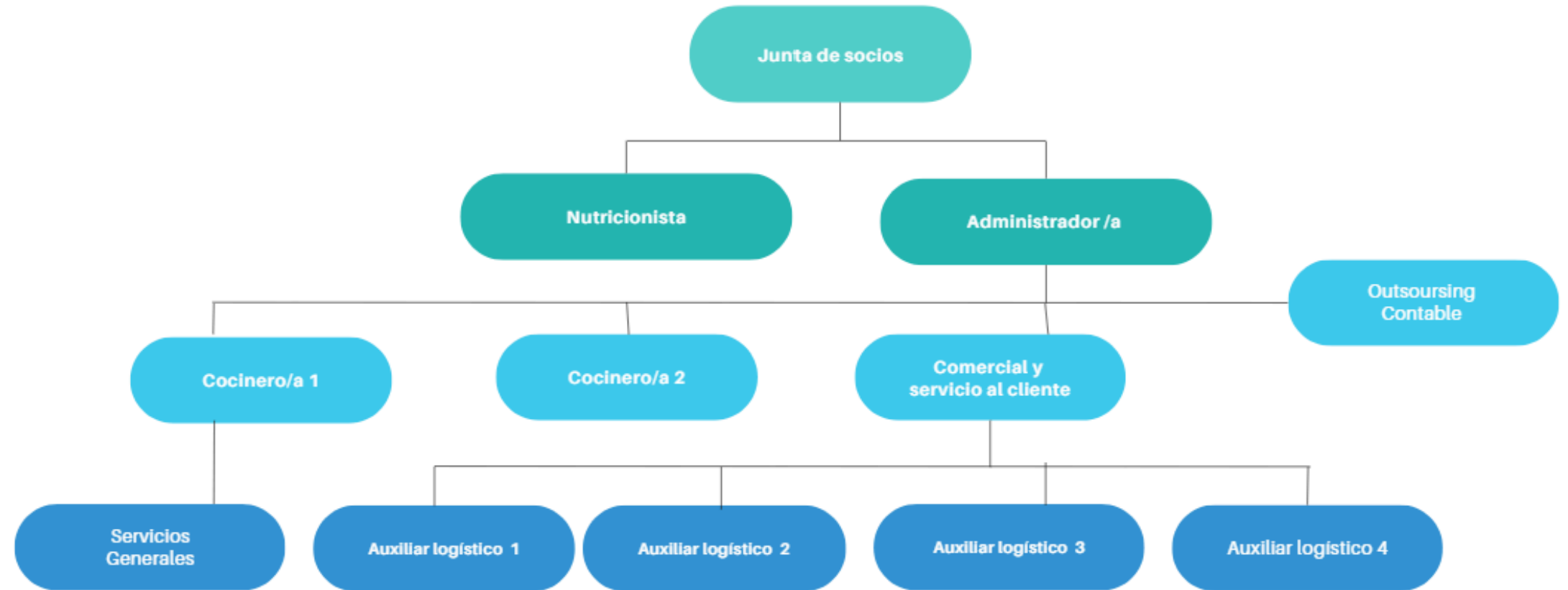
Nutricionistas Caninos. Realizan evaluaciones nutricionales de los perros, desarrollan planes de dieta personalizados basados en las necesidades individuales, proporcionan asesoramiento nutricional y seguimiento a los clientes, se mantienen actualizados sobre las últimas investigaciones y las mejores prácticas en nutrición canina.

Cocinero 1 y 2. Gestiona la elaboración y empaque de las comidas personalizadas de acuerdo con los planes personalizados, asegura la higiene y seguridad en el manejo de alimentos, gestiona inventario de insumos y la adquisición de ingredientes, optimiza los procesos de producción y mantienen los protocolos de seguridad de alimentos.

Auxiliar Logístico. Son el punto de comunicación entre el cliente, nutricionistas y planta, gestiona rutas de entrega, horarios y personal, asegura el manejo y el transporte adecuados para entrega de alimentos, brindan servicio al cliente y mantienen comunicación directa y aseguran prácticas de conducción seguras.

Comercial y Servicio al Cliente. Genera e implementa estrategias de mercadeo para promover los servicios de SIMONA, se encarga de gestionar la marca, publicidad y relación con stakeholders, gestiona presencia en redes sociales y contenido educativo para conformación de la comunidad y gestiona las consultas, los pedidos y los comentarios de los consumidores.

Administrador. Supervisa todas las operaciones, la estrategia y finanzas de SIMONA, asegura el cumplimiento de la misión y la visión, impulsa el crecimiento del negocio y consolida el modelo de negocio, gestiona las tareas administrativas, incluyendo el mantenimiento de registros, la facturación y la programación y apoya las operaciones generales del negocio (planta, servicio al cliente, limpieza entre otros).

Figura 10*Organigrama de Simona*

Factores Clave de la Gestión del Talento Humano

Selección de Personal: Diseñar un proceso para contratar personal idóneo, con vocación para el servicio dirigido a las mascotas y el cuidado del bienestar canino.

Formación Profesional: Brindar espacios de aprendizaje y capacitación en temas como nutrición para caninos, también en atención al cliente y normas de seguridad alimentaria.

Evaluación del Desempeño: Definir KPI alcanzables y ofrecer retroalimentación al equipo de trabajo.

Talento Humano: Crear un ambiente laboral sano y colaborativo en donde el bienestar, la comunicación efectiva y el trabajo en equipo sean pilares de SIMONA.

Remuneración: Proporcionar salarios competitivos y beneficios atractivos que favorezcan la captación y permanencia del talento humano.

Identidad SIMONA: Promover una cultura basada en servicio al cliente, innovación, colaboración y profesionalismo.

Esquema de Gobierno Corporativo: Conformado por el socio accionista y las dos socias fundadoras.

Aspectos Legales

Registro y Licencias: El primer paso para legalizar a SIMONA es el registro ante la Cámara de Comercio de Bogotá. Además, obtener el permiso sanitario ante la Secretaría Distrital de Salud para garantizar que la preparación y manipulación de alimentos se hace en condiciones seguras.

Normas de Seguridad Alimentaria: Cumplir con las normas de higiene, el almacenamiento, el transporte y la manipulación de alimentos, para asegurar un producto de calidad apto para consumo animal.

Legislación: SIMONA debe seguir las leyes laborales en Colombia, lo que incluye formalizar contratos de trabajo, el pago de salarios justos, el cumplimiento de horarios, afiliaciones al sistema de salud y condiciones seguras para los colaboradores.

Tratamiento de datos: Es importante cuidar la información tanto de clientes como de colaboradores. Para ello, se debe cumplir con la Ley 1581 de 2012 y otras normativas que aseguren un manejo responsable y confidencial de la información.

Derechos del Consumidor: Permite generar confianza que se traduce en ofrecer información clara y veraz sobre los productos, garantizar su calidad y asumir la responsabilidad frente a cualquier inconveniente.

Registro de Marca y Propiedad Intelectual: Proteger legalmente el nombre de la empresa, el logotipo y cualquier otro elemento distintivo es clave para construir una identidad sólida y evitar imitaciones.

Compromiso Ambiental: La operación del negocio debe alinearse con prácticas sostenibles, como el manejo adecuado de residuos, el cumplimiento de las regulaciones ambientales, demostrando respeto por el entorno y las futuras generaciones.

Estructura Jurídica y Tipo de Sociedad

Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.). Este tipo de empresa ofrece flexibilidad, limita la responsabilidad y es relativamente fácil de constituir en Colombia.

Regímenes Especiales

SIMONA podría explorar los posibles beneficios de: Incentivos de la Economía Naranja: Si el negocio incorpora elementos innovadores o creativos, podría explorar los incentivos relacionados con la Economía Naranja.

Apoyo a Pequeñas y Medianas Empresas (PYME): Acceder a los programas y el apoyo ofrecido por el gobierno a las PYME para promover el crecimiento y el desarrollo.

Normatividad Aplicable a Productos y Servicios

Planes de Dieta Personalizados: Normativa aplicada a la práctica de nutricionistas y veterinarios que receten los planes de alimentación especializados para caninos (Ley 576 de 2000 para la medicina veterinaria).

Elaboración y Producción de Alimentos: Resolución 2674 de 2013 (Ministerio de Salud y Protección Social): La resolución indica todos los requisitos generales para los establecimientos de procesamiento de alimentos en cuanto a sanidad se refiere, también está la Resolución 3929 de 2013 (Ministerio de Salud y Protección Social) que habla de los requisitos para los establecimientos que procesan productos cárnicos (que para SIMONA aplicaría) y las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) como directriz para garantizar la calidad de la producción de alimentos para mascotas.

Etiquetado de Alimentos: Resolución 5109 de 2005 (Ministerio de la Protección Social) y Reglamento del Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) específico para el etiquetado de alimentos para animales (Resolución 61252 de 2020): En las etiquetas debe incluirse el nombre del producto, información nutricional, ingredientes con el que fue

elaborado, instrucciones, peso neto, fecha de vencimiento, número de registro sanitario (dependiendo la regulación que aplique en ese momento).

Entrega y Logística: De solicitarse a la empresa transportadora con la que se tenga el convenio, las pruebas de cumplimiento a los reglamentos de transporte de productos alimenticios, asegurando su preservación y el control de la temperatura, también que se ciña a los reglamentos en la ciudad de Bogotá.

Asesoría Nutricional: Son las consideraciones para que el nutricionista tenga la capacitación e información suficiente y veraz para afrontar posibles reclamaciones relacionadas con la asesoría y sus respuestas se encuentren siempre dentro del marco legal vigente, por otro lado, ceñirse a las leyes de protección al consumidor referente a publicidad justa, la información real y la garantía del producto y servicio.

Registro Corporativo: Registros que se requieren para la operación del negocio tales como el Registro Mercantil emitido por la Cámara de Comercio, el RUT (Registro Único Tributario) ante la DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales), Registro de marca (Superintendencia de Industria y Comercio).

Requisitos Laborales: Todo lo relacionado con el cumplimiento de las normas del Ministerio de Trabajo, tales como la afiliación al sistema de seguridad social tanto a la EPS, AFP y ARL.

Cumplimiento Tributario: Presentación de declaraciones de impuestos ante la DIAN, Cámara de comercio, pago de los impuestos que apliquen.

Permisos de Funcionamiento: Inspecciones y aprobaciones que apliquen.

Aspectos Financieros

Tener objetivos financieros claros, medibles y que estén alineados con la estrategia del proyecto es importante para que SIMONA funcione bien desde su creación, implementación como en el futuro.

Este proyecto, no sólo busca la rentabilidad, busca además que los recursos sean usados de forma eficiente y se enfoca sin duda a generar el bienestar tanto de la mascota como de sus dueños con el fin de brindarles a las mascotas una calidad de vida y prolongación de sus hábitos saludables.

Si se piensa en el corazón de SIMONA, los profesionales especializados y humanos hacen posible que el objetivo de brindar un servicio al cliente personalizado y de calidad se cumpla a cabalidad.

Dentro de los objetivos específicos se busca maximizar la propuesta valor de SIMONA a través de una gestión estratégica de ingresos, costos e inversión que permita alcanzar una rentabilidad y recuperar la inversión inicial en un plazo máximo de tres años. También consolidar una operación sostenible basada en metas claras como un ROI mínimo del 13%, control del gasto operativo bajo el 60% de los ingresos, eficiencia en el uso del talento humano (máximo 45% del total de costos), flujo de caja positivo durante la mayor parte del primer año, y la creación de un fondo de reserva del 10% de los ingresos anuales.

Por otro lado, para el desarrollo de los ejercicios financieros que se presentan a continuación se debe tener en cuenta los supuestos económicos a nivel macro y micro, así como de la operación de SIMONA. Este ejercicio se centra en la operación proyectada con expectativas de rentabilidad para 2026 y 2027.

Macroeconómicos

- Tasa de inflación esperada: 5.4%, manteniendo el porcentaje de cierre indicado por el informe de banco de la república de Colombia en el 2024.
- Tasa de descuento: 8% para el año 2025, 10% para el año 2026 y 15% para el año 2027 asumidas como el costo promedio ponderado del capital, determinado por el rendimiento del mercado de mascotas del año 2024.
- Impuesto al valor agregado IVA: 19%, siendo el vigente para la comercialización de productos en territorio local colombiano.

Microeconómicos y Operativos

- Precio unitario del servicio: COP\$297.500 por membresía, acorde al ejercicio calculado en *Proyección de ventas anual* (Véase Anexo O).
- Cantidad mensual de membresías vendidas: 193 (promedio), acorde al ejercicio calculado en el escenario realista. *Proyección de ventas anual*, (Véase Anexo O).
- Ciclo operativo: Mensual, con gastos recurrentes en salarios, servicios e insumos de laboratorio.
- Modelo de contratación: Nómina mensual completa, detallada en: *Plantilla de nómina*, que incluye salarios, seguridad social y deducciones legales. (Véase Anexo O).
- Utilización de recursos: Se estima una ejecución del 100% del presupuesto de inversión inicial en el mes.
- Crecimiento de ventas: Se estima un comportamiento estable con ventas mensuales promedio de COP\$57.417.500 en el escenario realista. Acorde al ejercicio desarrollado en: *flujo de caja* (Véase Anexo O).

Para el desarrollo de la proyección de ventas, se realizó una estimación considerando dos posibles costos para el servicio nutricional de SIMONA, ofrecido bajo

el modelo de membresías para propietarios de mascotas. Este valor incluye el IVA del 19%, conforme a la normativa sobre la venta y comercialización de productos en el territorio colombiano siendo de COP\$297.500 y COP\$357.000.

Tabla 6

Proyección financiera de ventas y utilidad residual anual con precio unitario de \$297,500

Proyección de inversión anual		\$575.310.956			
Precio de servicio unitario		\$297,500			
Escenarios	Proyección de	Proyección de		Proyección de	Utilidad residual anual \$
	venta mensual (cantidad de membresías)	venta mensual \$	venta anual (cantidad de membresías)	venta anual \$	
Optimista	250	\$74.375.000	3000	\$892.500.000	\$317.189.044
Realista	193	\$57.417.500	2316	\$689.010.000	\$113.699.044
Pesimista	180	\$53.550.000	2160	\$642.600.000	\$67.289.044

Tabla 7

Proyección financiera de ventas y utilidad residual anual con precio unitario de \$357,000

Proyección de inversión anual		\$575.310.956			
Precio de servicio unitario		\$357,000			
Escenarios	Proyección de	Proyección de		Proyección de	Utilidad residual anual \$
	venta mensual (cantidad de	venta mensual \$	de venta anual	venta anual \$	

	membresías)		(cantidad de membresías)		
Optimista	250	\$89.250.000	3000	\$1.071.000.00 0	\$495.689.044
Realista	161	\$57.477.000	1932	\$689.724.000	\$114.413.044
Pesimista	150	\$53.550.000	1800	\$642.600.000	\$67.289.044

La proyección se llevó a cabo considerando tres escenarios: optimista, realista y pesimista. Esto permite estimar anualmente los rangos máximos y mínimos de costos, así como la cantidad de personas en cada uno de los escenarios, para determinar la venta del servicio de manera adecuada.

Con respecto a gastos de mercados, se agrupan y cuantifican todos los gastos anticipados para las actividades de promoción, posicionamiento y difusión de los servicios del proyecto. Esto incluye conceptos tales como publicidad digital, diseño gráfico, impresión de material publicitario, pautas en redes sociales, campañas de activación en puntos de venta y otros costos asociados al plan de marketing.

Tabla 8

Gastos de marketing

Elementos	Costo unitario	Cantidad	Total
Material de papelería	\$600.000	1	\$600.000
Rotulación y señalización local	\$2.600.000	1	\$2.600.000
Desarrollo de página web	\$2.500.000	1	\$2.500.000
Colaboración veterinarias locales	N/A	1	N/A

Publicidad Google Ads	\$250.000	1	\$250.000
Gestión de redes sociales	\$350.000	1	\$350.000
			La
Total			\$6.300.000

proyección de estos gastos se distribuye mensualmente durante el primer año de operación, con una mayor intensidad en los primeros meses, una etapa crítica para lograr visibilidad en el mercado objetivo y captar los primeros clientes.

Para el apartado de proyección de costos de producción, se contempla los costos directos relacionados con la prestación del servicio, es decir, aquellos necesarios para que la operación funcione según los estándares de calidad definidos.

Tabla 9

Proyección de costos de producción - Laboratorio

Elementos	Costo unitario	Cantidad	Total
Jeringas y agujas	\$250	200	\$50.000
Tubos de extracción de sangre	\$767	200	\$153.400
Alcohol 4 L	\$34.900	2	\$69.800
Gasas estériles	\$35.500	2	\$71.000
Torniquetes	\$1.900	3	\$5.700
Centrífuga de laboratorio	\$320.000	1	\$320.000
Refrigerador	\$600.000	1	\$600.000
Analizador bioquímico portátil	\$2.200.000	1	\$2.200.000
Refractómetro portátil	\$150.000	1	\$150.000
Microscopio	\$2.778.000	1	\$2.778.000
Láminas y laminillas	\$41.980	8	\$335.840

Tiras reactivas de orina	\$46.000	3	\$138.000
Micropipetas y tubos para centrifugado	\$835	200	\$167.000
Pipetas automáticas	\$179.000	1	\$179.000
Soluciones de flotación fecal	\$104.630	2	\$209.260
Tinciones para microscopía	\$865.000	2	\$1.730.000
Recipientes muestra orina y heces	\$16.900	4	\$67.600
Guardián	\$7.125	1	\$7.125
Canecas de desechos	\$89.510	1	\$89.510
Guantes de látex	\$24.000	5	\$120.000
Mesa metálica	\$2.000.000	1	\$2.000.000
Escritorio	\$255.000	5	\$1.275.000
Total Laboratorio			\$12.716.235

Tabla 10*Proyección de costos de producción - Consultorio*

Elemento	Costo unitario	Cantidad	Total
Alcohol 4 L	\$35.000	1	\$35.000
Papel absorbente	\$11.000	2	\$22.000
Desinfectante 3L	\$24.900	2	\$49.800
Tablas de puntuación de condición corporal (BCS y MCS)	\$41.700	1	\$41.700
Glucómetro veterinario	\$140.000	1	\$140.000
Báscula digital	\$1.500.000	1	\$1.500.000
Cinta métrica flexible	\$29.000	1	\$29.000
Compás de pliegues subcutáneos	\$34.200	1	\$34.200

Mesa de exploración fija veterinaria	\$3.900.000	1	\$3.900.000
Computador de escritorio	\$2.000.000	1	\$2.000.000
Silla escritorio	\$200.000	1	\$200.000
Silla de acompañante	\$75.000	1	\$75.000
Impresora	\$730.000	1	\$730.000
Algodón	\$25.000	3	\$75.000
Escritorio	\$255.000	1	\$255.000
Papelería y miscelánea	\$90.000	1	\$90.000
Total Consultorio			\$9.176.700

Tabla 11*Proyección de costos de producción - Recepción*

Elementos	Costo unitario	Cantidad	Total
Estantería para purina	\$230.000	2	\$460.000
Escritorio de recepción	\$2.300.000	1	\$2.300.000
Computador de escritorio	\$2.000.000	1	\$2.000.000
Caja	\$393.000	1	\$393.000
Sillas de espera	\$75.000	8	\$600.000
Recipientes galletas perro	\$27.000	3	\$81.000
Galletas de perro	\$50.000	2	\$100.000
Dispensador de agua	\$62.000	1	\$62.000
Celular corporativo	\$340.000	1	\$340.000
Datafono	\$80.000	1	\$80.000
Silla de recepción	\$200.000	1	\$200.000
Botiquín primeros auxilios	\$110.000	1	\$110.000
Miscelánea y papelería	\$90.000	2	\$180.000

Total Recepción	\$6.906.000
-----------------	-------------

Tabla 12*Proyección de costos de producción - Oficina Administrativa*

Elementos	Costo unitario	Cantidad	Total
Escritorio	\$255.000	1	\$255.000
Silla de escritorio	\$200.000	1	\$200.000
Silla de acompañante	\$75.000	1	\$75.000
Archivero	\$585.000	1	\$585.000
Computador de escritorio	\$2.000.000	1	\$2.000.000
Carpetas contables	\$223.000	1	\$223.000
Miscelánea y papelería	\$90.000	1	\$90.000
Impresora	\$730.000	1	\$730.000
Total Oficina Administrativa			\$4.158.000

Tabla 13*Proyección de costos de producción - Baño*

Elementos	Costo unitario	Cantidad	Total
Papel higiénico	\$2.912	12	\$34.944
Jabón manos 4L	\$35.000	1	\$35.000
Toalla para manos	\$10.000	1	\$10.000
Cepillo de baño	\$17.900	1	\$17.900
Total Baño			\$97.844

Tabla 14*Proyección de costos de producción - Entrada*

Elementos	Costo unitario	Cantidad	Total
Caja de domicilios 820 pl	\$571.000	4	\$2.284.000
Chapa seguridad entrada principal	\$400.000	1	\$400.000
Total Entrada			\$2.684.000

Tabla 15*Proyección de costos de producción - Cocina*

Elementos	Costo unitario	Cantidad	Total
Cafetera	\$59.900	1	\$59.900
Microondas	\$304.000	1	\$304.000
Comedor	\$650.000	1	\$650.000
Azúcar	\$6.300	6	\$37.800
Platos	\$9.700	6	\$58.200
Pocillos	\$12.500	4	\$50.000
Vasos	\$6.200	6	\$37.200
Set de cubiertos	\$22.000	1	\$22.000
Toalla papel cocina	\$39.900	1	\$39.900
Trapo de microfibra	\$14.000	1	\$14.000
Escoba	\$5.000	2	\$10.000
Trapeador	\$5.000	2	\$10.000
Recogedor	\$5.000	2	\$10.000
Balde	\$153.000	1	\$153.000

Esponja	\$1.500	2	\$3.000
Jabón de loza 20L	\$62.000	1	\$62.000
Limpiador 20L	\$88.500	1	\$88.500
Bolsas de basura	\$11.500	1	\$11.500
Aromatizante	\$26.000	1	\$26.000
Total Cocina			\$1.647.000

El presupuesto de inversión inicial del proyecto SIMONA 2025 está diseñado para cubrir todas las necesidades operativas, técnicas y logísticas requeridas para el inicio de actividades. Se estructura en cinco grandes categorías: equipos de laboratorio, mobiliario de oficina, equipos operativos, insumos iniciales y adecuación del espacio físico.

En el proceso de elaboración de la proyección de gastos administrativos, se registran los costos fijos y operativos necesarios para el funcionamiento del negocio. Estos costos incluyen arriendos, servicios públicos, honorarios contables, suscripciones a software, mantenimiento de equipos, papelería, seguros y otros egresos administrativos.

Tabla 16

Costos fijos, variables y gastos proyectados

Gastos fijos			
Elementos	Costo unitario	Cantidad	Total
Software contable plan anual	\$480.000	1	\$480.000
Compra de purina Hills	\$95.000	100	\$9.500.000
Software My Vet Diet	\$740.000	1	\$740.000

Microsoft	\$605.000	1	\$605.000
Nómina	\$24.489.434	1	\$24.489.000
Total			\$35.814.000

Gastos Variables

Elementos	Costo unitario	Cantidad	Total
Servicio laboratorio	\$120.000	4	\$480.000
Compra de insumos carne	\$13.950	40	\$558.000
Compra de insumos agrícolas	\$2.700	37	\$100.000
Alquiler de cocina	\$65.000	2	\$130.000
Total			\$1.268.000

Gastos proyectados

Elementos	Costo unitario	Cantidad	Total
Arriendo	\$5.000.000	1	\$5.000.000
Internet	\$84.792	1	\$85.000
Luz	\$140.000	1	\$140.000
Agua	\$132.033	1	\$132.000
Gas	\$62.902	1	\$63.000
Circuito de seguridad CVV	\$1.370.000	1	\$1.370.000
Remodelación del local	\$300.000	95	\$28.500.000
Total			\$35.290.000

Aunque estos costos no fluctúan directamente en función de las ventas, son fundamentales para garantizar la continuidad operativa del proyecto. La proyección busca mantener una estructura de costos razonable que no afecte negativamente los márgenes financieros. Asimismo, el ítem “Remodelación del local”, incluido en la Tabla 15 con un valor total de \$28.500.000 COP, corresponde a las adecuaciones iniciales del espacio arrendado, tales como instalación de mobiliario, adecuaciones sanitarias y eléctricas, pintura y señalización. Estas mejoras, de carácter no estructural, constituyen la inversión de puesta en marcha necesaria para asegurar las condiciones técnicas y de buenas prácticas de manufactura (BPM) exigidas por el ICA, quedando plenamente incorporadas dentro del presupuesto financiero del proyecto.

Por otro lado, se realizó el desglose de nómina del proyecto SIMONA, correspondiente a los años fiscales 2025, 2026 y 2027 (Véase Anexo O). La información se encuentra desglosada por cargo, estructura de devengados, deducciones y valor neto pagado, incluyendo los costos totales que asume el empleador. Esta proyección resulta clave para el análisis financiero, de sostenibilidad y escalabilidad del proyecto.

Ahora, con un análisis detallado de los componentes previamente discutidos, la inversión total proyectada para el primer mes es de COP\$116.060.000. Esta cantidad se financiará en parte con capital propio y un crédito inicial. Esto asegura que el proyecto comience con los recursos necesarios para operar de manera eficiente, profesional y en conformidad con los estándares técnicos y sanitarios del sector veterinario-nutricional.

Balance General (Año 1)

De acuerdo a los datos relacionados en la hoja: Balance general año 1, del anexo O, se presentan los siguientes componentes:

- Activos totales: Equipamiento, mobiliario y efectivo residual.

- Pasivos: Préstamo bancario inicial de \$25.000.000 COP a nombre de SIMONA.
- Patrimonio: Capital aportado y utilidades retenidas por parte de las dueñas del emprendimiento y el inversionista externo que se obtenga.

El balance confirma un apalancamiento financiero moderado, coherente con una política conservadora de endeudamiento.

Continuando con los aspectos financieros, el estado de resultados proyectado para SIMONA permite evaluar la rentabilidad operativa, financiera del negocio y eficiencia en la gestión de costos y gastos.

Estado de Resultados

La proyección financiera del estado de resultados del proyecto SIMONA a lo largo de un periodo de tres años (2025, 2026 y 2027) es fundamental para analizar el rendimiento económico del negocio, abarcando ingresos, costos, gastos, utilidades y obligaciones fiscales. Así, se ofrece una visión completa sobre la rentabilidad operativa y la sostenibilidad financiera del proyecto.

Tabla 17

Estado de Resultados 2025-2026-2027

Concepto	2025	2026	2027
Ingresos Operacionales	\$705.800.000	\$743.800.000	\$783.322.000
Devoluciones en ventas	\$0	\$0	\$0
Ingresos Netos	\$705.800.000	\$743.800.000	\$783.322.000
Costos de servicio	\$37.968.000	\$39.218.400	\$39.443.220
Utilidad Bruta en ventas	\$667.832.000	\$704.581.600	\$743.878.780

Gastos operacionales de administración	\$355.201.936	\$361.929.525	\$363.324.976
Gastos operacionales de ventas	\$7.200.000	\$7.200.000	\$7.200.000
Utilidad operativa	\$305.430.064	\$335.452.075	\$373.353.804
Ingresos no operacionales	-	-	-
Gastos no operacionales / financieros	\$8.340.000	\$8.340.000	\$8.340.000
Utilidades antes de impuesto	\$297.090.064	\$327.112.075	\$365.013.804
Impuesto	\$134.102.000	\$141.322.000	\$147.843.180
Utilidad líquida	\$162.988.064	\$185.790.075	\$217.170.624
Reserva legal 10%	\$16.298.806	\$18.579.007	\$21.717.062
Utilidad neta de la operación	\$146.689.258	\$167.211.067	\$195.453.562

Desde una visión de sostenibilidad, los ingresos operacionales de SIMONA muestran un crecimiento proyectado del 5,4 % en 2026 y del 5,3 % en 2027, lo que indica una viabilidad y posible expansión en el mercado. A su vez, la utilidad operativa refleja el resultado favorable de la gestión de costos y gastos.

El análisis del margen de utilidad neta revela rentabilidad por cada peso generado: \$23 en 2025, \$29 en 2026 y \$36 en 2027 y en el manejo de gastos, se observa que aunque existe un crecimiento moderado en los costos administrativos y de ventas, no

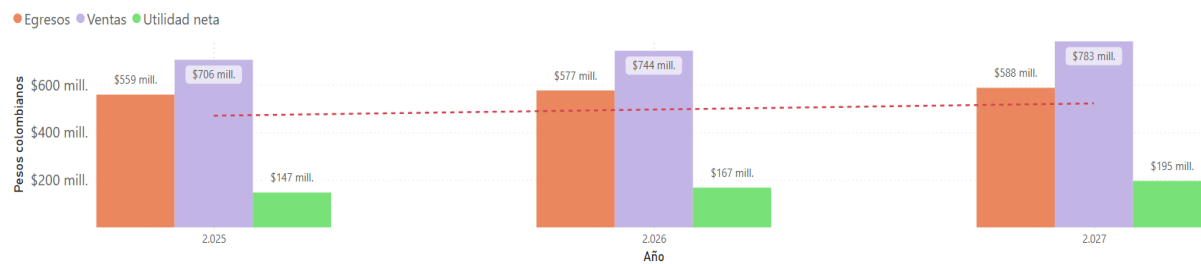
compromete el margen operativo. Los gastos financieros se mantienen constantes (COP\$8.340.000) lo que aporta estabilidad a los resultados antes de impuestos.

En cuanto a los estados de resultados, se proyecta la consolidación del negocio con un modelo de costos bien administrado y márgenes de rentabilidad ascendentes haciendo que SIMONA sea una propuesta atractiva para inversionistas, aliados estratégicos y entidades bancarias.

La siguiente proyección financiera muestra cómo evolucionan los principales indicadores de rentabilidad del proyecto durante el periodo 2025–2027, representando visualmente (en millones de pesos), la relación de ingresos, egresos y utilidad neta, y evidenciando la tendencia positiva del desempeño económico de SIMONA.

Figura 11

Rentabilidad proyectada SIMONA



Para 2025 año de análisis de este proyecto, los ingresos se proyectan por \$706 millones, egresos por \$559 millones y una utilidad neta de \$147 millones. Para el año 2026, los ingresos aumentarían a \$744 millones y los egresos a \$577 millones, generando una utilidad neta de \$167 millones. En 2027, se proyecta que los ingresos lleguen a \$783 millones, con egresos de \$588 millones y una utilidad neta de \$195 millones, lo que refleja un crecimiento sostenido a lo largo del período.

Durante estos tres años, la utilidad neta se incrementa en \$48 millones, evidenciando la solidez financiera del proyecto. Este desempeño se sustenta en un

crecimiento de egresos más lento que el de los ingresos, lo que permite mejorar el margen de rentabilidad pasando del 20,8 % en 2025 al 24,9 % en 2027.

Desde una perspectiva estratégica, estas proyecciones respaldan la viabilidad económica de SIMONA y ofrecen fundamentos consistentes para la toma de decisiones a nivel gerencial. La rentabilidad refuerza el potencial del proyecto para acceder a financiamiento, fortalecer alianzas o escalar operaciones.

Viabilidad Económica

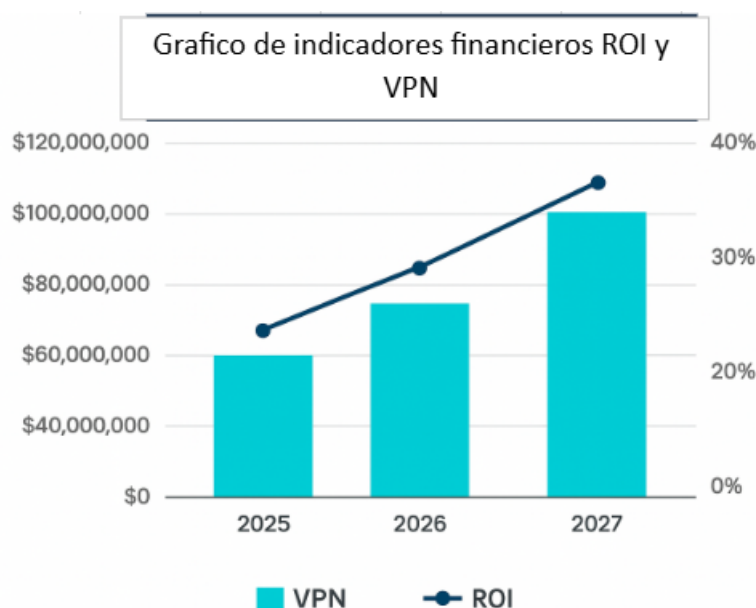
La evaluación financiera se centra en determinar la rentabilidad y sostenibilidad del proyecto a partir de los indicadores tradicionales como el Valor Presente Neto (VPN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Retorno sobre la Inversión (ROI). De acuerdo con las hojas: *Flujo de caja* (Véase Anexo O). Estos indicadores son los siguientes:

Tabla 18

Proyección de indicadores económicos 2025-2026-2027

Año	2025	2026	2027
ROI	22,7%	29,3%	36,16%
VPN	\$78.207.563	\$100.870.863	\$105.838.610
TIR	22,5%	29,1%	35,9%

El gráfico de indicadores financieros presentado a continuación permite analizar el comportamiento proyectado del Retorno sobre la Inversión (ROI) y del Valor Presente Neto (VPN) para el proyecto SIMONA durante los años 2025, 2026 y 2027. Ambos indicadores son fundamentales para evaluar la viabilidad y rentabilidad financiera del proyecto a lo largo del tiempo.

Figura 12*Gráfica de retorno de inversión*

El retorno sobre la inversión (ROI), representado en barras azules, evidencia un crecimiento que pasa de aproximadamente \$58 millones en 2025 a más de \$70 millones en 2026 y cerca de \$90 millones en 2027, reflejando una mayor capacidad para generar retornos y una gestión financiera cada vez más eficiente. Por otro lado, el valor presente neto (VPN), señalado con la línea roja, se incrementa del 20 % en 2025 a más del 35 % en 2027, lo que indica que el proyecto no solo recupera su inversión inicial, sino que además produce excedentes relevantes, fortaleciendo su sostenibilidad financiera a mediano plazo.

La evolución positiva de ambos indicadores evidencia que SIMONA tiene una solidez en su proyección financiera. Tanto el crecimiento del ROI como el del VPN reflejan una rentabilidad ascendente y la creación de valor económico real, lo que constituye una base técnica convincente para justificar decisiones estratégicas como la

ampliación del proyecto, nuevas inversiones o la gestión de financiamiento externo, especialmente en el contexto de proyectos con impacto social.

Desde una mirada estratégica, este desempeño reafirma que existe una planificación presupuestal y operativa bien estructurada, que posiciona a SIMONA como una iniciativa económicamente viable y financieramente autosostenible. Por ello, se recomienda realizar un seguimiento constante de estos indicadores clave y evaluar oportunidades para escalar el modelo de negocio, apoyándose en los resultados favorables proyectados.

A manera de conclusión en términos financieros, SIMONA es una iniciativa que demuestra que se puede hacer empresa con propósito, combinando sostenibilidad financiera con un compromiso real por el bienestar animal y el impacto social. Más que números positivos, lo que destaca es una visión clara y bien estructurada, que permite crecer de forma responsable, usar los recursos con inteligencia y ofrecer soluciones que realmente mejoran la vida de las mascotas y de quienes las cuidan. Con una propuesta cercana, innovadora y flexible, SIMONA no solo está lista para sostenerse en el tiempo, sino también para conectar con las personas y adaptarse a los retos de un entorno en constante cambio.

Enfoque hacia la Sostenibilidad

Dimensión Social

Bienestar Animal: Enfocados en el objetivo principal de SIMONA de mejorar la salud y calidad de vida de los caninos, en particular aquellos que enfrentan problemas como el sobrepeso y la obesidad, se tiene una convicción clara de que una buena nutrición y control hace que los perros tengan una mejor calidad de vida. Todo esto apoyado siempre del cuidado de sus dueños, quienes dentro de una comunidad podrán recibir la guía necesaria para lograrlo.

Educación y comunidad: El acompañamiento nace desde la necesidad de educar a los dueños hacia una alimentación más responsable. A través de información clara y accesible, se busca que cada persona tome decisiones informadas sobre la salud de su perro, promoviendo prácticas que generen un impacto positivo a largo plazo y además creando y siendo parte de una comunidad, pues SIMONA no es solo un servicio, también es un espacio donde quienes aman a los animales puedan conectarse, compartir experiencias y apoyarse mutuamente.

Acceso: Cuidar bien de una mascota no debería ser un privilegio, es por esto que se busca ofrecer opciones asequibles y flexibles para que los beneficios esperados sean consecuentes con los costos que se asumirán por el servicio.

Impacto Local: SIMONA busca mercado local con proveedores colombianos que puedan hacer parte de los stakeholders clave e ir de la mano con el desarrollo de las personas y comunidades que nos rodean.

Dimensión Ambiental

Ingredientes: SIMONA selecciona sus ingredientes, dando relevancia a aquellos que sean de origen sostenible y responsable. De esta manera, no solo promueve el bienestar y salud de los animales, sino que también contribuye al cuidado del medio ambiente.

Impacto: Con el objetivo de mitigar el impacto ambiental, SIMONA busca optimizar sus procesos de producción y distribución de una manera sostenible, dando un manejo adecuado a los desperdicios generados en su operación, utilizando empaques reciclables o biodegradables y entre otros que fomenten el cuidado por el ambiente

Dimensión Económica

SIMONA nace con la intención de ser mucho más que un negocio: quiere crecer de forma responsable, con los pies en la tierra y la mirada puesta en el futuro. Su propósito es construir una operación sostenible, que no solo sea rentable, sino que también genere bienestar para las mascotas, tranquilidad para sus cuidadores y valor para quienes hacen parte del proyecto. Con cada receta, cada consulta y cada entrega, busca mejorar la calidad de vida de los animales de compañía, ofreciendo soluciones confiables, prácticas y pensadas con cariño. Además, está en constante evolución, escuchando al mercado, adaptándose a nuevas tendencias y creando propuestas que conectan con las necesidades reales de las personas y sus peludos.

Dimensión de Gobernanza

Desde un enfoque de gobernanza, SIMONA se ha construido con bases claras y humanas: decisiones bien pensadas, responsabilidades compartidas y una visión común que une al equipo y a sus aliados. No se trata solo de cumplir con una estructura, sino de trabajar

con transparencia, con confianza y con la claridad de hacia dónde se quiere llegar. Cada persona involucrada tiene un papel importante, y eso permite que el proyecto avance con coherencia, se adapte cuando es necesario y genere tranquilidad tanto para quienes lo operan como para quienes quieren sumarse o invertir en él. Es una forma de gobernar que combina orden con propósito, y que da solidez al camino que recorre SIMONA.

Conclusiones

El estudio de viabilidad de SIMONA confirma la oportunidad de crear en Bogotá una empresa de servicios nutricionales especializados para caninos, respaldada por un entorno económico, social y normativo favorable, y por la creciente conciencia ciudadana sobre el bienestar animal. Los análisis realizados demuestran la factibilidad técnica y financiera del modelo: el ROI proyectado aumenta de \$58 millones en 2025 a cerca de \$90 millones en 2027, mientras que el VPN pasa del 20% al 35%, consolidando una tendencia de rentabilidad y sostenibilidad a mediano plazo. Estos resultados validan el cumplimiento del objetivo general del estudio, al demostrar la viabilidad integral de la empresa SIMONA como una iniciativa innovadora, rentable y socialmente responsable.

El diagnóstico del entorno reveló un contexto macroeconómico y social favorable para el desarrollo de emprendimientos enfocados en bienestar animal. Bogotá concentra la mayor proporción de hogares con mascotas en el país y una alta disposición de gasto en su cuidado. A nivel normativo, la Ley 1774 de 2016 y la Ley 1480 de 2011 fortalecen la protección y el consumo responsable de productos para animales, lo que respalda la creación de empresas especializadas en nutrición canina. En conjunto, estos factores configuran un escenario propicio para la implementación de SIMONA dentro de un marco legal y de mercado estable.

El análisis del mercado permitió caracterizar al público objetivo como propietarios de caninos pertenecientes a los estratos 4, 5 y 6, residentes principalmente en las localidades de Usaquén y Suba. Este segmento muestra alta sensibilidad hacia la salud y la alimentación natural, y una disposición significativa a invertir en servicios personalizados. Los hallazgos de la encuesta —con un nivel de confianza del 95% y un margen de error ajustado del 10%—

evidencian que el 74% de los encuestados ha enfrentado problemas de salud en sus mascotas y más del 70% estaría dispuesto a adquirir un plan nutricional especializado. Estos resultados validan el potencial de mercado y la pertinencia del servicio ofrecido por SIMONA.

El plan de negocio diseñado integra una misión centrada en la salud y bienestar canino, una visión de expansión sostenible, y una estructura técnica ajustada a la capacidad instalada inicial. La planta piloto, con operación dos días por semana y una producción efectiva de 22 raciones semanales, garantiza control de calidad y eficiencia en costos. El modelo financiero confirma la viabilidad del proyecto, con un crecimiento progresivo de ingresos y rentabilidad sostenida, sustentado en una estructura de costos optimizada que incluye adecuaciones del local, personal técnico y proyección escalable a mediano plazo.

En conjunto, los resultados obtenidos demuestran que el proyecto SIMONA cumple satisfactoriamente cada uno de sus objetivos, confirmando su viabilidad técnica, económica, social y ambiental. La propuesta combina innovación, rigor profesional y responsabilidad social, contribuyendo al fortalecimiento del sector de bienestar animal en Bogotá. La coherencia entre el diagnóstico del entorno, la definición del mercado, la planeación financiera y la estrategia de marketing garantiza que SIMONA se posicione como una empresa sólida, rentable y con alto potencial de expansión.

Referencias

- Agudelo, L., y Narváez, W. (2019). Prevalencia de la obesidad en *Canis lupus familiaris* Linnaeus, 1758 (Carnivora: Canidae) en Manizales, Colombia. *Boletín Científico Centro de Museos, Museo de Historia Natural*, 23(1), 235–244.
<http://www.scielo.org.co/pdf/bccm/v23n1/0123-3068-bccm-23-01-00235.pdf>
- Alcaldía de Bogotá. (2021, junio 22). Desde el 2020 más de 1.000 perros y gatos se han entregado en adopción en Bogotá.
<https://bogota.gov.co/mi-ciudad/ambiente/mas-de-1000-perros-y-gatos-se-han-entregado-en-adopcion-en-bogota>
- Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. (2015, julio 2). Por el cual se adopta la Política Pública Distrital de Protección y Bienestar Animal 2014-2038 y se dictan otras disposiciones (Decreto N. 242 de 2015). Registro Distrital.
<https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=62072>
- Ama Tu Mascota SAS. (2025). Calculadora nutricional.
<https://amatumascota.co/calculadora/>
- Asociación Nacional de Fabricantes de Alimentos para Mascotas [ANFAAC]. (2021). *Tendencias del sector pet food: Humanización, premiumizacin y salud animal*. <https://www.anfaac.org/>
- Asociación Nacional de Instituciones Financieras [ANIF]. (2023, julio 14). *Las clases sociales en Colombia: Un análisis a partir del ingreso per cápita*.
<https://www.anif.com.co/informe-semanal/las-clases-sociales-en-colombia-un-analisis-a-partir-del-ingreso-per-capita/>

Bahamón, A., Castiblanco, F., Melo, L., & Parra, E. (2023). *Análisis integral del mercado de mascotas en Colombia: Enfoque en servicios especializados y su contribución al crecimiento del sector* [Seminario de pregrado, Universidad de EAN]. <https://repository.universidadean.edu.co/>.

Bancolombia. (2021). *Mercado de mascotas en Colombia: Crecimiento durante 2021*. <https://www.bancolombia.com/negocios/actualizate/tendencias/mercado-mascotas-2021>

BBVA Research. (2024, octubre). *Situación Colombia: Octubre 2024*. <https://www.bbvarsearch.com/publicaciones/situacion-colombia-octubre-2024/>

Bold. (2025). *Bold Colombia*. https://tienda.bold.co/products/neo?pr_prod_strat=pinned&pr_rec_id=eb3b72658&pr_rec_pid=8250952286493&pr_ref_pid=8273454596381&pr_seq=uniform

Borda, J. (2019). *Cultura de consumo del comprador de productos para mascotas* [Tesis de maestría, Universidad de Manizales]. Repositorio Institucional Universidad de Manizales. <https://ridum.umanizales.edu.co/handle/20.500.12746/5537>

Caballero, L. (2020, 16 de octubre). *El (creciente) coste ambiental de alimentar a millones de mascotas*. (La Sexta). https://www.lasexta.com/tecnologia-tecnologia/ciencia/creciente-coste-ambiental-alimentar-millones-mascotas_202010165f89b4d64a49130001c22260.html

Caballero, R. (2020). Impacto ambiental de la industria de alimentos para mascotas.

Revista Medio Ambiente y Desarrollo.

Caracol Televisión. (2020, diciembre 21). *Mascotas: consecuencias de una mala alimentación* [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=-TWp4pyVUc4>

Congreso de Colombia. (1982, enero 28). *Ley 23 de 1982.*

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=3431#:~:text=%2D%20Toda%20persona%20tiene%20derecho%20a,art%C3%ADculo%2083%20de%20esta%20Ley>

Construclub. (2025). *Remodelaciones en el hogar oscilan entre 500.000 y 1.500.000.*

https://construclub.co/inmobiliario/remodelaciones-en-el-hogar-oscilan-entre-500-000-y-1500-000/?utm_source.

Delocal. (2025). *Cocinas por horas.* <https://www.delocal.co/cocinasxhoras>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2021). *Encuesta multipropósito 2021: Comunicado de prensa.*

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/multi/Comunicado_EM_2021.pdf

Diario Veterinario. (2021, septiembre 27). *Enfermedades asociadas a los alimentos para mascotas.*

<https://www.diarioveterinario.com/t/3151244/enfermedades-asociadas-alimentos-mascotas>

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales [DIAN]. (2024). *Partida arancelaria*.
<https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaNomenclaturaPorCodigo.faces>

El Espectador. (2022, noviembre 10). *¿Cuánto gastan los hogares colombianos en sus mascotas?*
<https://www.elespectador.com/la-red-zoocial/cuanto-gastan-los-hogares-colombianos-en-sus-mascotas-noticias-hoy/>

El Tiempo. (2021, junio 25). *Adopción de perros y gatos en Bogotá, tendencia que crece desde 2020*.
<https://www.eltiempo.com/bogota/adopcion-de-perros-y-gatos-en-bogota-una-tendencia-que-crece-desde-2020-598818>

Empresa de Acueducto y Alcantarillado de Bogotá [EAAB]. (2025). *Tarifas Bogotá marzo 2025*.
https://www.acueducto.com.co/wps/portal/EAB2/Home/atencion-al-usuario/tarifas/tarifas_2025!/ut/p/z1/nZFNb4JAEIZ_Sw8c6wzLst14W0hdbBMVDZHO pQFDgUSB4Grjv5doYtQQazq3mTzvfLwDBDFQlezLPDFIXSXRlv8i8f0pB Qu0ZBM5ct9RuIETjBV3NL7B8gSI0EdbIpsgZz6Gi5k3n0a-PbM50DN6vAm F3px

Euromonitor International. (2023). *El consumo de productos y servicios para mascotas en Colombia aumentó un 23 % en 2022*.
<https://www.eltiempo.com/vida/mascotas/el-consumo-de-los-productos-para-caninos-y-felinos-crecio-23-en-2022-839091>

Famanimal. (2024). *¿Cuánto contamina la alimentación basada en carne para perros y gatos?*

<https://www.famanimal.com/blogs/tu-amigo-vegano/sostenibilidad-alimentacion-animales>

Federación Nacional de Comerciantes [Fenalco]. (2023). *Estudio sobre el mercado de mascotas en Colombia.* <https://www.fenalco.com.co>

Foodtional. (2025). *Nutrición saludable para mascotas.* <https://foodtional.com/>

Gabrica. (2025). *Plataforma Gabrica Conecta.*

<https://www.gabricaoecta.com/no-registrado?returnUrl=>

Instinto Vital. (2025). *Nutrición veterinaria y dietas terapéuticas.*

<https://instintovital.com/>

Instituto Colombiano Agropecuario [ICA]. (s.f.). *Requisitos para importar*

mascotas. <https://www.ica.gov.co/getdoc/67809a6d-d08e-4d91-bd0e-f17611927a7e/requisitos-para-importar-mascotas.aspx>

Instituto Colombiano Agropecuario [ICA]. (2009, octubre 6). *Resolución 3761 de 2009: Por medio de la cual se dictan disposiciones sanitarias y de control para la comercialización a granel de alimentos para perros y gatos.*

<https://www.ica.gov.co/getattachment/0fb67584-cb33-462f-ab9f-62705ffc77/2009R3761.aspx>

Instituto Colombiano Agropecuario [ICA]. (s.f.). *Requisitos para el registro de alimentos para animales.*

<https://www.ica.gov.co/areas/pecuaria/servicios/alimentos-para-animales/requi>

[sitios-para-la-expedicion-del-registro-de-3.aspx#:~:text=Todo%20alimento%20para%20animales%20que,03%20de%20febrero%20de%202020](https://www.ica.gov.co/getattachment/95e1d13a-e677-47d8-beed-223699a69101/2021CJ005.aspx#:~:text=Los%20r%C3%B3tulos%2C%20etiquetas%20y%20empaques,61252%20de%202020)

Instituto Colombiano Agropecuario [ICA]. (2021, mayo 2). *Memorando 20213110690: Registro y vigilancia de empresas de alimentos para animales, material genético animal y sus productos.*

<https://www.ica.gov.co/getattachment/95e1d13a-e677-47d8-beed-223699a69101/2021CJ005.aspx#:~:text=Los%20r%C3%B3tulos%2C%20etiquetas%20y%20empaques,61252%20de%202020>

Instituto Colombiano Agropecuario [ICA]. (2020, febrero 3). *Resolución 61252 de 2020.*

<https://www.ica.gov.co/getattachment/f7b59ff6-7bfc-477a-8110-40a14b80bd4e/2020R61252.aspx>

Kantar. (2024, julio). *El mercado de alimentos para mascotas continúa creciendo en Colombia.*

<https://www.kantar.com/latin-america/inspiracion/consumidor/2024-wp-col-el-mercado-de-alimento-para-mascotas-continua-creciendo>

Kantar. (2024). Tendencias del mercado pet food en Colombia. Informe de industria.

KanYanA Pet Nutrition. (2025). Servicios de asesoría nutricional.

<https://kanyanapetnutrition.com/servicios/>

Kumpet. (2025). Planes personalizados de alimentación para perros.

<https://kumpet.co/>

Laika. (s.f.). *Acerca de nosotros* (Sucursal Bogotá). https://laika.com.co/about_us/bog

Laika. (2025). Catálogo de productos y servicios para mascotas. <https://laika.com.co/>

Marazzina, G. (2020). *Descripción y asociación de las causas de mortalidad en perros atendidos en el hospital clínico veterinario de la Universidad de Chile, sede facultad durante los años 2015-2017* [Tesis de pregrado, Universidad de Chile].

<https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/186957/Descripcion-y-asociacion-de-las-causas-de-mortalidad-en-perros-atendidos-en-el-hospital-clinico-veterinario-de-la-universidad-de-chile%2C-sede-facultad.-Durante-los-a%C3%B1os-2015-2017.pdf?sequenc>

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2020, julio 15). *Resolución 169 de 2020, por la cual se establece el Programa de apoyo a pequeños productores para la adquisición de insumos agropecuarios para aliviar los efectos adversos del coronavirus COVID-19 en el campo colombiano* (Diario Oficial No. 51.376).

https://www.cancilleria.gov.co/normograma/compilacion/docs/resolucion_min_agricultura_0169_2020.htm

Ministerio de Salud y Protección Social. (2013, julio 22). *Resolución 2674 de 2013*.

<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/resolucion-2674-de-2013.pdf>

Mobil Security. (2025). *Kit de 4 cámaras de seguridad Hiklook*.

<https://mobilsecurity.com.co/producto/kit-de-4-camaras-de-seguridad-hiklook/>

Movet. (s.f.). *Especialistas en nutrición para perros y gatos*.

<https://www.movet.co/especialidades/nutricion>

Movet. (2025). Servicios de salud veterinaria y bienestar animal.

<https://movet.com.co/>

Movistar. (2025). *Planes de internet fibra óptica para empresas.*

https://ofertas.movistarempresas.com/co-planos-multiproducto-home?utm_source=BING-SEM&utm_medium=SEM_SEM_CPL&utm_campaign=CO_MARCA_COL-PUREBRAND-BI-B2B_25-01-01_SEM_LDS-WEB_AON_ABT_BRAND&utm_term=CATEGORY&utm_content=ABT_LDS-WEB&msclkid=91b25f27d14b116d1a

My Vet Diet. (2025). *Página principal.* <https://www.myvetdiet.it/App/benvenuto.asp>

Observatorio de Desarrollo Económico (ODEB). (2019). *El negocio de las mascotas en Colombia: Nota editorial No. 189.* Secretaría Distrital de Desarrollo Económico.

https://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/wp-content/uploads/2025/03/nota_editorial_189_mascotas.pdf

Olózaga, I. (2023, septiembre 29). *Propuestas del candidato Carlos Fernando Galán.* Instituto de Ciencia Política Hernán Echavarría Olózaga.

<https://icpcolombia.org/propuestas-del-candidato-carlos-fernando-galanpara-la-alcaldia-de-bogota/>

Peña, C. (2023, diciembre 23). El consumo de los productos para caninos y felinos creció. *El Tiempo.*

<https://www.eltiempo.com/vida/mascotas/el-consumo-de-los-productos-para-caninos-y-felinos-crecio-23-en-2022-839091>

- People's Dispensary for Sick Animals [PDSA]. (2022). *PDSA Animal Wellbeing Report*. <https://www.pdsa.org.uk/what-we-do/pdsa-animal-wellbeing-report>
- Pet Gourmet. (2025). Comida natural premium para mascotas. <https://petgourmet.com.co/>
- Portafolio. (2022). *El mercado de las mascotas crece en Colombia: Proyecciones y datos clave*. <https://www.portafolio.co>
- Porter, M. (2008). The five competitive forces that shape strategy. *Harvard Business Review*, 86(1), 78–93.
- Pulzo. (2025). *Esto es lo que pagan por el servicio de luz los estratos altos en Colombia*. https://www.pulzo.com/economia/cuanto-vale-luz-estrato-5-6-colombia-precios-2024-PP3762766?utm_source
- Ramírez, L. (22 de junio de 2021). Desde el 2020 más de 1.000 perros y gatos se han entregado en adopción en Bogotá. *Alcaldía de Bogotá*. <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/ambiente/mas-de-1000-perros-y-gatos-se-han-entregado-en-adopcion-en-bogota>
- Rodríguez, M. (2023). *Evolución del mercado de alimentos para mascotas en Colombia (historia, tendencias y futuro)* [Tesis de maestría, Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)]. <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/54925/Marodriguezhernan.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sadurní, J. (2023, marzo 16). *El análisis del genoma de los antiguos lobos desvela dónde se produjo la primera domesticación del perro. National Geographic España.*

https://www.nationalgeographic.com.es/ciencia/el-analisis-del-genoma-de-los-antiguos-lobos-desvela-donde-se-produjo-la-primera-domesticacion-del-perro_18442

Staff, F. (2024, julio 16). *Crece el mercado de mascotas en Colombia; el 70% de 10 millones de hogares tiene una. Forbes Colombia.*

<https://forbes.co/2024/07/16/negocios/crece-el-mercado-de-mascotas-en-colombia>

Solla S.A. (2024). Portafolio Nutrecan y Plaza Campo. <https://www.solla.com/>

Tribu Natural Pets. (2025). Comida natural para mascotas.

<https://tribunaturalpets.com/>

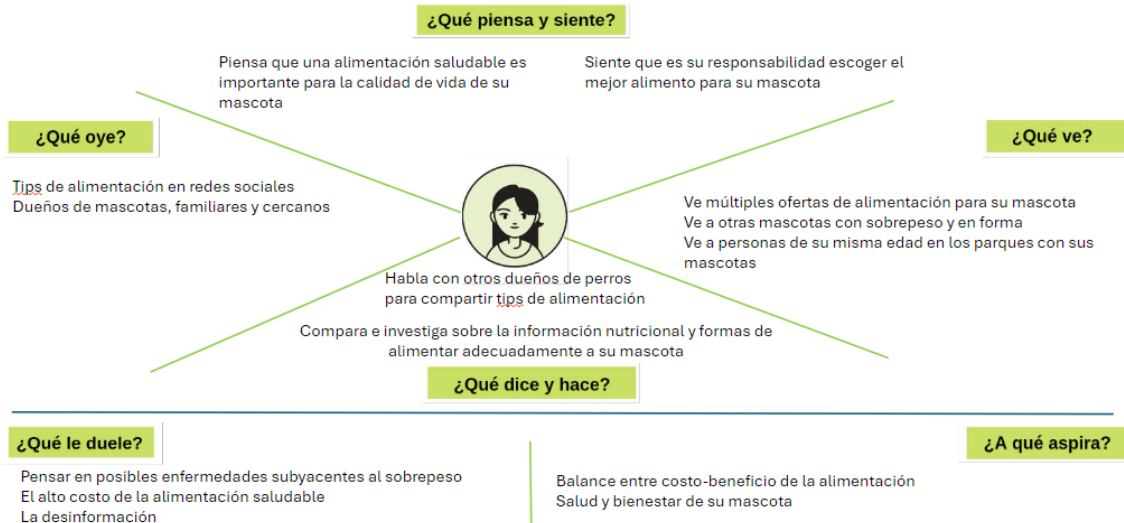
Vanti S.A. (2025, febrero). *Mercado relevante compuesto por los municipios de Bogotá, Soacha y Sibaté.*

https://assets.ctfassets.net/3brzg7q3bvg1/66e6WTyB3OzBZFGGaw4xwo/e52724654367008bde9a8883098b45dc/Publicaci%C3%B3n_EL_NUEVO_SIGLO_VANTI_17-FEB-2025.pdf

Anexos

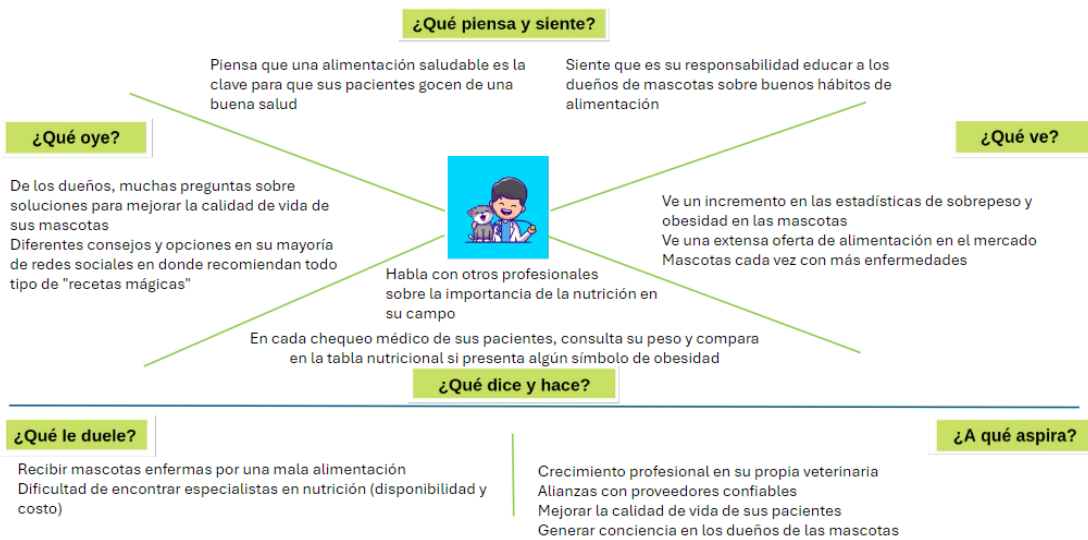
Anexo A. Mapas de Empatía Tenedor Canino [ANEXO A](#)

Mapa de Empatía



Mapas de empatía veterinario profesional

Mapa de Empatía



Anexo B. Perfil Profesional [ANEXO B](#)

Dueño de mascota

Buyer Persona Catalina Rodríguez

Datos Euromonitor, Fenalco
Observatorio de Desarrollo Económico

- **Edad:** 39 años
- **Profesión:** Ingeniera
- **Estado Civil:** Casada con Juan Pablo Rojas (42 años)
- **Hijos:** Una hija, Valeria (12 años)
- **Mascota:** Jack Russell Terrier de dos años llamada Milu, que padece sobrepeso
- **Ubicación:** Barrio Tierra Linda, Bogotá
- **Nivel Socioeconómico:** Medio-alto
- **Intereses y Motivaciones:**
 - **Familia:** Catalina valora el tiempo de calidad con su familia y se esfuerza por mantener un ambiente saludable y armonioso en el hogar.
 - **Salud y Bienestar:** Está comprometida con la salud y el bienestar de todos los miembros de su familia, incluyendo a Milu. Su principal motivación es ofrecer una buena calidad de vida, promoviendo hábitos saludables y una alimentación adecuada.
 - **Actividades Recreativas:** Disfruta de paseos en el parque con su familia y su mascota, fomentando la actividad física y el disfrute del entorno natural.
 - **Conciencia Ambiental:** Se preocupa por el entorno que los rodea, buscando opciones que sean sostenibles y beneficiosas tanto para su familia como para el planeta.



Veterinarios

Buyer Persona Fabián Torres

Edad: 36 años

Profesión: Veterinario, especialista en medicina interna y cirugía para perros y gatos

Experiencia: Más de 10 años en el campo

Estado Civil: Casado, sin hijos

Intereses y Actividades:

Tiempo Libre: Asiste al gimnasio regularmente para mantenerse en forma y disfruta leer e informarse sobre las últimas tendencias en el mercado de mascotas y salud animal.

Objetivos Profesionales: Está interesado en continuar su educación en la prestación de servicios de salud integral para mascotas.

Veterinaria Propia: Fundó su propia veterinaria en 2022 y busca desarrollar su negocio a través de servicios innovadores y de calidad.

Motivaciones: Desea contribuir al bienestar de las mascotas y a la educación de los dueños, posicionando su clínica como un referente en la comunidad.



Anexo C. Entrevistas a Veterinarios Zootecnistas [ANEXO C](#)



Formato de entrevista a un veterinario

Programa: Seminario de investigación, creación de empresa.

Proyecto: *Elaboración de alimentos saludables de caninos para reducir obesidad y sobrepeso a través de servicios nutricionales a medida*

Lugar, Centro médico veterinario Zooland

Entrevistado Medico(a) veterinario y zootecnista: Guillermo Alexander Fernández Sanabria

1. Por favor bríndanos un breve resumen de tus estudios y tiempo en el que te encuentras ejerciendo tu profesión de médico veterinario.
2. ¿Qué tipo de consultas son de mayor afluencia de pacientes caninos en la veterinaria?
3. En una escala del 1 al 10, de las consultas valoraciones y urgencias que pueden recibir. ¿cuántas presentas a caninos con sobre peso u obesidad?
4. ¿Consideras que el sobre peso y la obesidad son enfermedades más comunes actualmente para las mascotas (perros) que previamente?
5. por favor nos puede compartir desde su perspectiva ¿qué factores pueden ocasionar el sobre peso y la obesidad canina?
6. ¿Consideras que la sobre peso y obesidad son netamente por condiciones genéticas de las razas de los perros?
7. ¿Qué tanto influye la alimentación en las mascotas para que se tenga un peso saludable, un sobre peso o una obesidad?
8. ¿Que se considera a nivel médico, una alimentación no adecuada o desbalanceada para los perros?
9. ¿Qué genera la alimentación no adecuada de las mascotas?
10. A nivel profesional, ¿qué tipo de alimento consideras es el que da más aporte nutricional a los perros? (alimentos en presentación seca, húmeda, semihúmeda, fresca, enlatada)
11. ¿Qué enfermedades puede desencadenar el que un perro presente sobre peso u obesidad?
12. ¿Qué elementos deben de componer una alimentación balanceada para un canino? Y ¿cómo se debe de dar el alimento para que sea mas nutritivo para la mascota (perro)?

Anexo D. Encuesta a Tenedores de Mascotas Caninos [ANEXO D](#)

Resultados muestra de encuesta de mascotas caninas en Bogotá D.C

Programa: Seminario de investigación, creación de empresa.

Proyecto: *Elaboración de alimentos saludables de caninos para reducir obesidad y sobrepeso a través de servicios nutricionales a medida*

Fuente de elaboración: *Formulario de encuesta de elaboración propia con fines de investigación para desarrollo de propuesta de valor.*

¿Qué edad tienes?

43 respuestas

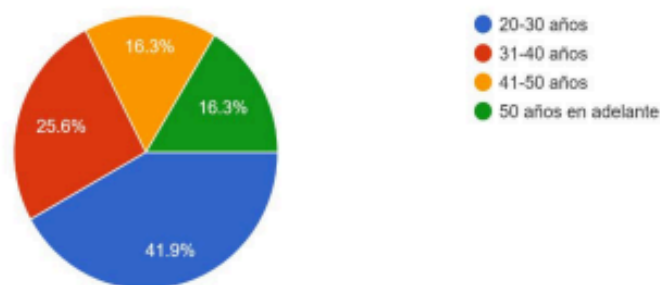


Figure 1. Diagrama circular, pregunta uno. Elaboración propia

¿Vives en casa o en apartamento?

43 respuestas

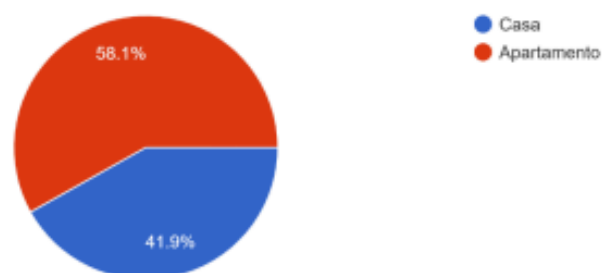


Figure 2. Diagrama circular, pregunta dos. Elaboración propia

¿Qué mascota tienes, su nombre y cuantos años tiene?

Perro criollo - Mona - 8 años

Perra y su nombre es Mila

Perro, Jack, 5 años

Un gato, su nombre es Tom y tiene 8 años

Keeva

Perro, Nombre: Sol y edad: 1 año

Perro , cooper 6 años y sylphie 1 año

Perro, Berlín, 3 años

Otto 4 años

Golden Retriever; Simba; 1 año y 9 meses

Simona 8 años

COCKER SPANIOL/NOAH/3 AÑOS

Perro, burger, 5

Ralph (Perro 6 años) Luna (Gata 4 años)

2 perros 2 gatos ringo Kiara minchi fortaleza

Perro, Drako, 4 años

Un pug, Toby

Perro - Mango - 11 años

Simona 2 años

Moca 3

Un perro se llama Odín, 8 años

perrita Shih Tzu-Lulu lopez ramirez , 7 años

Perro, tiene 2 años y se llama Bruno

Perro y gato

Perro - Annie - 14 años

Guardián, 7.

Shitzu, Milán y Mailo , 3 años y 8 meses

Golden, Rocky 2 años 4 meses

Simona

Keyla

Perro

Maltés nombre Morira y 7 años, Pincher mini Bigotes 10 años

Yoda, 4 años

Keyla criolla 5 años solo una

13 gatos, dos perros

Rigo

Una perrita burger

Perro 2. Un criollo Zaqui de 3 años y un cocker Cobby de 1 y 1/2 año

Salchicha

Tabla 1. pregunta tres. Elaboración propia

¿Has presentado inconvenientes de sobrepeso u obesidad con tu mascota?

43 respuestas

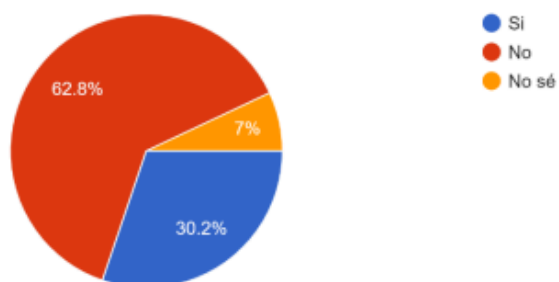


Figure 3. Diagrama circular, pregunta cuatro. Elaboración propia

¿Tu mascota ha presentado problemas de salud de otro tipo?,

43 respuestas

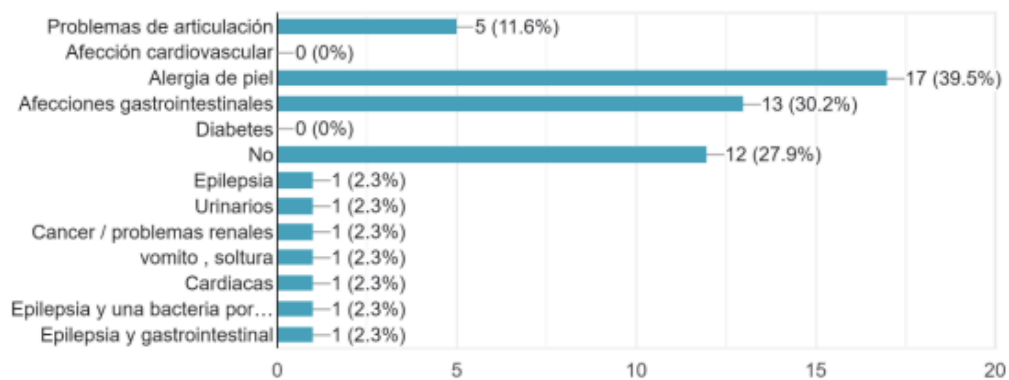


Figure 4. Histograma, pregunta Cinco. Elaboración propia

¿Consideras que las mascotas actualmente se enferman mas que en tiempos pasados?

43 respuestas

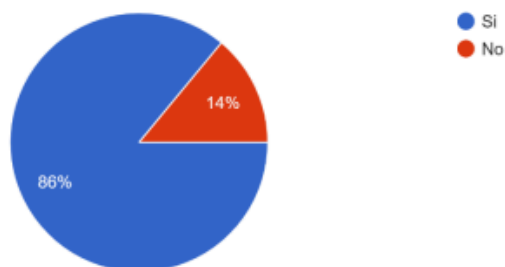


Figure 5. Diagrama circular, pregunta seis. Elaboración propia

¿Qué alimentación le brindas a tu mascota? Y ¿por qué?

Concentrado - recomendada por veterinario

La primera imagen y pues porque considero que es el alimento que no le haria tanto daño a un perro que darle todo el tiempo comida para humano

Dog Chow, Jack Al probar diferentes comida mostró más gusto por esta marca.

Comida de centros mayoristas (comercial) wiskas

Pechuga con arroz sin sal

Agility gold por recomendación de veterinarios

Purina o carne molida con vegetales

Croquetas, pero se le está implementando las verduras, ya que debido a su castracion hizo que tuviera sobrepeso debido a su genética, adicional que la veterinaria nos indica que las croquetas son malas

Natural , Gimena y croquetas

Croquetas Agility gold y Barf; es la comida recomendada por el veterinario

Purina

Pollo, carne , concentrado

Croquetas y proteínas animales

Concentrado, y dietas blandas de vez en cuando; desde pequeños se acostumbraron, y cuando intentamos manejarles dieta tipo "Barf" no se acomodaron, al contrario llegaron a enfermarse y bajar de peso

Concentrado

Natural por qué lo procesa más fácil y le ayuda a reducir inflamación etc

Corazones de pollo, zanahoria y arroz. Porque es lo único que no le cae pesado

Concentrado y sopa de arroz con menudencias, zanahoria, huevo, pan, tostadas. Por practicidad y economía.

Concentrado, porque es el que recomendó su médico veterinario

Carne pollo y croquetas

Concentrado normalmente Monello tradicional - no le afecta gastrointestinalmente y es lo que le han recomendado

pechuga de pollito, zanahoria,(cuando esta mal estomago) comida diaria monello adulto raza pequeña
Barf, deajo de enfermarse desde que le empecé a dar comida natural
Alimento para perro, caldo pollo
Concentrado especializado Hills
Concentrado, porque es lo que dictamina el dueño directo
Barf
Concentrado, por recomendación del veterinario y por practicidad
Concentrado
Concentrado y carne de res para si alimentación y proteína
Concentrado
Croquetas, pollo, verduras y frutas
Max CAT frango arroz
Pepas
Concentrados: cat show, mirringo y ringo
Concentrados
Concentrado con proteína
Concentrado y le preparo sopa con proteína animal, vegetales y avena, lo alimento de esta manera dado que creo que con solo croquetas queda con hambre y se ve flaco
Concentrado

Tabla 2. Pregunta siete. Elaboración propia

¿Consideras que es accesible para tu economía el tipo de alimento que le brindas?

43 respuestas

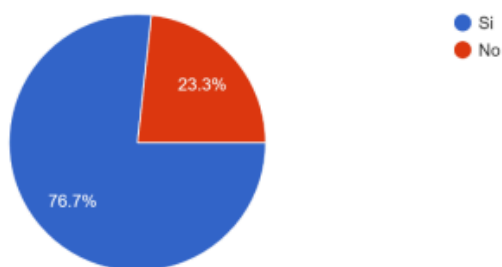


Figure 6. Diagrama circular, pregunta ocho. Elaboración propia

¿Cuál es el promedio de gasto mensual para la alimentación de tu mascota?

43 respuestas

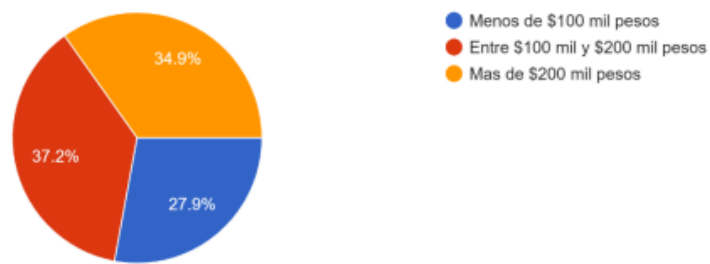


Figure 7. Diagrama circular, pregunta nueve. Elaboración propia

¿Cómo le brindas la alimentación a tu perro?

43 respuestas

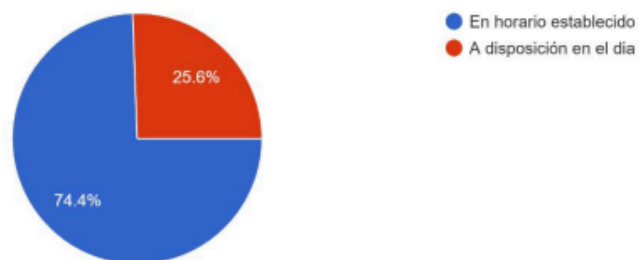


Figure 8. Diagrama circular, pregunta diez. Elaboración propia

¿Qué tan frecuente realizas actividades al aire libre con tu mascota?

43 respuestas



Figure 9. Diagrama circular, pregunta once. Elaboración propia

¿Consideras que es importante fomentar hábitos saludables alimenticios para tu mascota?

43 respuestas

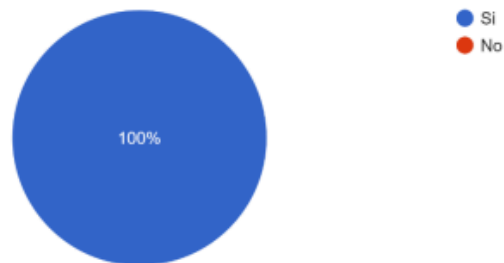


Figure 10. Diagrama circular, pregunta Doce. Elaboración propia

Para ti, ¿Qué tipo de alimentación es ideal para brindarle a tu mascota?

43 respuestas

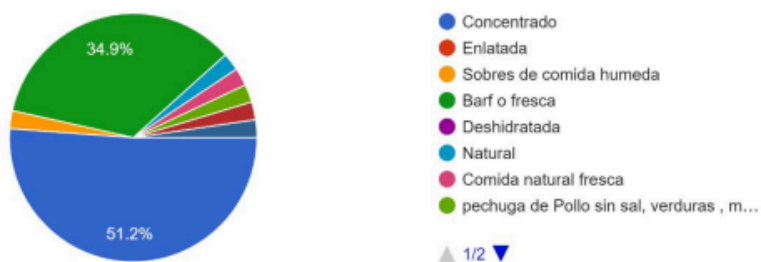


Figure 11. Diagrama circular, pregunta trece. Elaboración propia

¿Sabes en que consiste una alimentación balanceada para tu mascota?.

43 respuestas

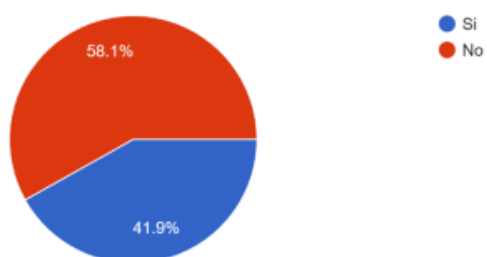


Figure 12. Diagrama circular, pregunta catorce. Elaboración propia

¿Le interesaría un servicio personalizado de alimentación para suplir las necesidades de su mascota, elaborado por un experto?

43 respuestas

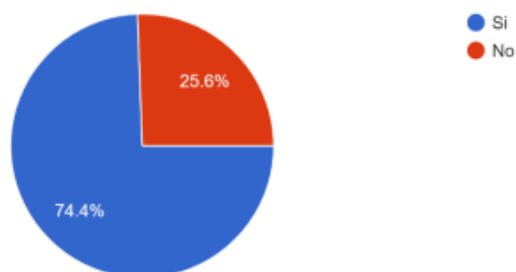
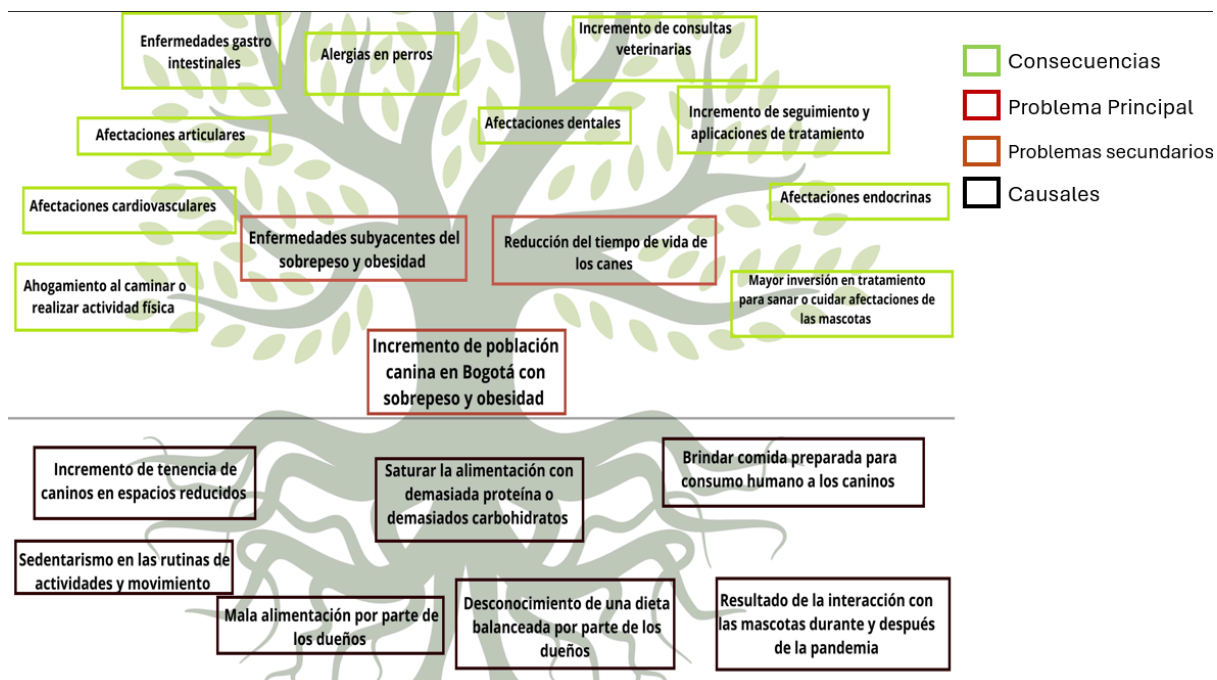


Figure 13. Diagrama circular, pregunta quince. Elaboración propia

Anexo E. Árbol de Problemas [ANEXO E](#)



Anexo F. Lienzo de Propuesta de Valor [ANEXO F](#)

Tenedores de mascota

Lienzo propuesta Valor



Desarrollar un servicio personalizado de nutrición para caninos que incluya elaborar un plan de alimentación personalizado y un producto específico para su dieta

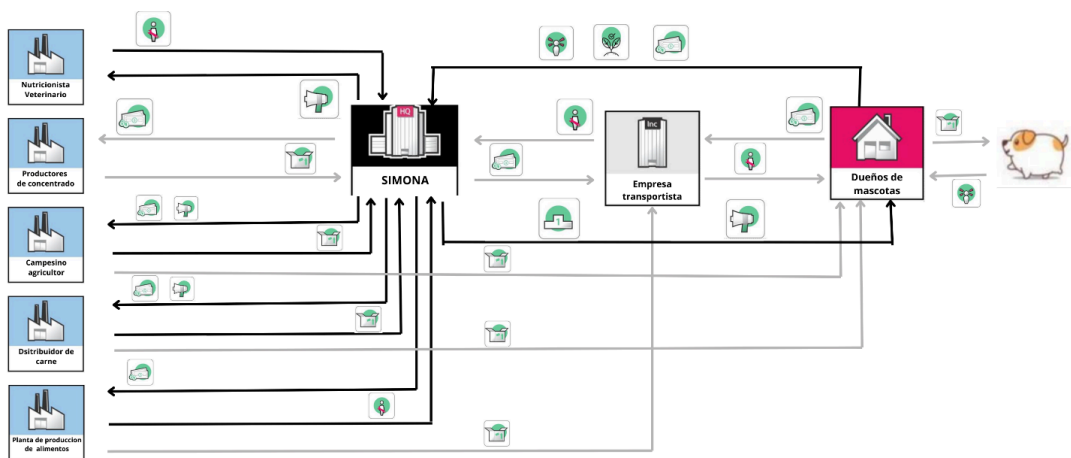
- **Dueños de mascotas:** de 30 a 40 años, que viven en apartamentos de estrato 4 en Bogotá y pertenecen a hogares de 3 a 5 integrantes.

Anexo G. Análisis PESTAL

Documento Excel con el análisis y matriz PESTAL [ANEXO G](#)

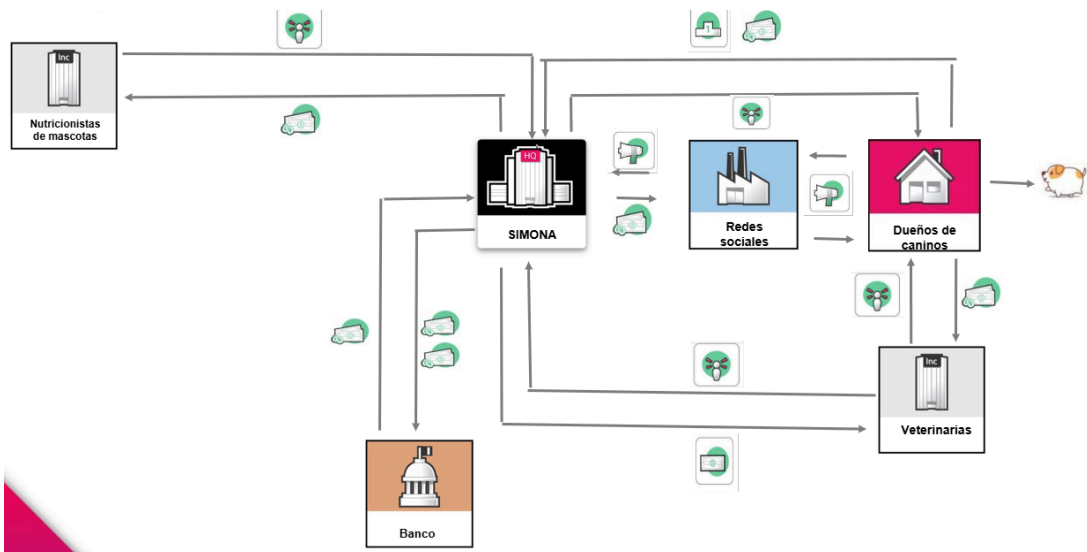
Anexo H. Mapa de Modelo de Negocio para el Producto Diseñado a la Medida para Mascotas en Bogotá

Modelo producción de SIMONA [ANEXO H](#)



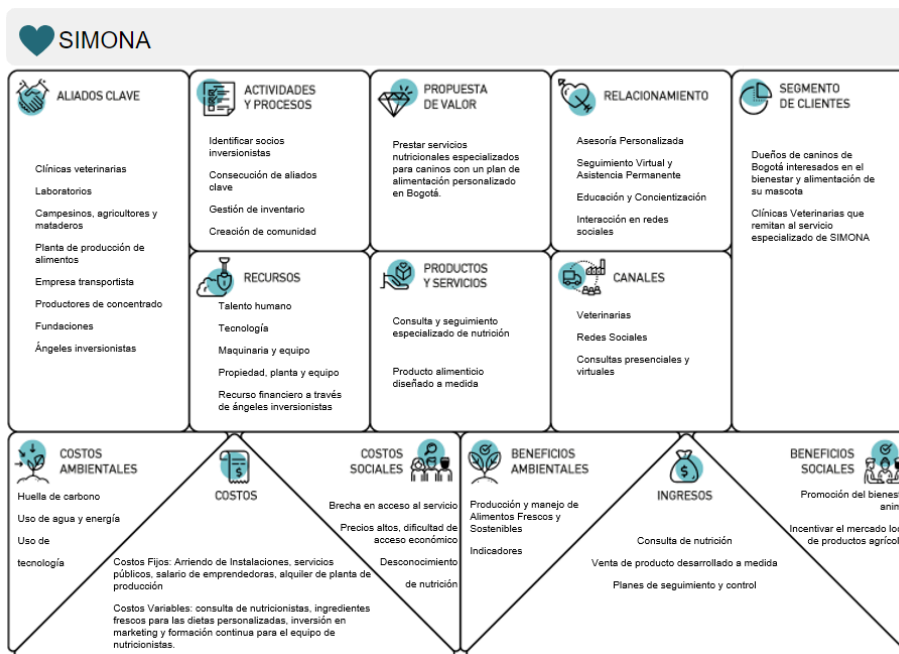
Anexo I. Mapa de Modelo de Negocio para el Servicio Diseñado a la Medida para Mascotas en Bogotá

Modelo servicio de SIMONA [ANEXO I](#)



Anexo J. Modelo de Negocio Sostenible de SIMONA

Modelo de negocio sostenible de SIMONA [ANEXO J](#)



LIENZO DE MODELO DE NEGOCIO SOSTENIBLE

Anexo K. Soporte Audiovisual de Entrevistas a Grupo de Interés

Soporte audiovisual de entrevistas a grupo de interés [ANEXO K](#)

Anexo L. FODA SIMONA [ANEXO L](#)

Nota: Elaboración propia



FODA SIMONA

FORTALEZAS

- Ofrecer un producto especializado y personalizado
- Preparación del producto a medida
- Monitoreo y control del servicio
- Alianzas estratégicas

OPORTUNIDADES

- Mercado en crecimiento en Colombia del 7% anual
- Oportunidad de expandir el negocio a otras mascotas (gatos) y replicar modelo de negocio a otras ciudades como Cali y Medellín
- Tendencia a sostenibilidad
- Más interés de los dueños de caninos en el bienestar de sus mascotas
- Bienestar como macro tendencia

DEBILIDADES

- Precios altos
- Dependencia de agenda de nutricionistas y servicio
- Regulación en las normativas de seguridad alimentaria

AMENAZAS

- Marcas reconocidas en el mercado cada vez hacen productos más específicos (Kumpet, Movet, Laika)
- Incertidumbre en la continuidad del servicio ya sea por altos costos o porque el dueño no cambia la forma de alimentación de su mascota

Anexo M. Flujograma de Procesos

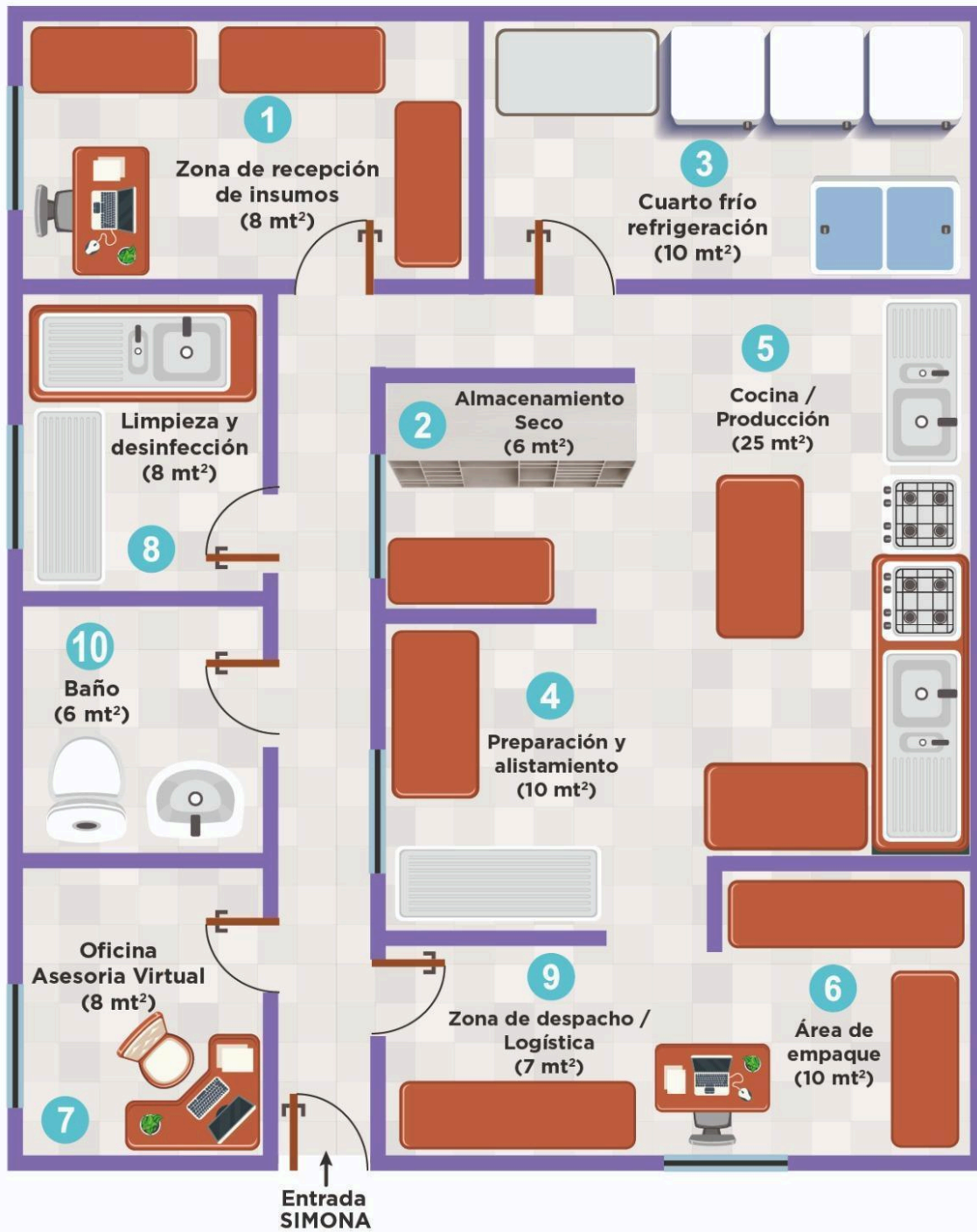
Soporte visual completo del flujograma de servicio y producción [Orden
denutricionista veterinario - Whiteboard](#)

Anexo N. Cronograma de Actividades

Excel completo en el enlace [ANEXO N](#)

Anexo O. Evaluación Financiera SIMONA 2025

Excel completo en el enlace [ANEXO O](#)

Anexo P. Plano Distribución Planta SIMONA [ANEXO P](#)

Anexo Q. Diagrama ruta regulatoria Registro de Alimentos ante el ICA

ANEXO Q



