



**CUIDADO Y HOSPEDAJE DE MASCOTAS EN CASAS LOCALES A TRAVÉS DE  
NEGOCIACIONES INSTANTÁNEAS**

**KAREN LORENA DÍAZ APONTE**

**UNIVERSIDAD EAN  
FACULTAD DE HUMANIDADES  
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN ESTRATEGIA  
COLOMBIA  
2022**

**CUIDADO Y HOSPEDAJE DE MASCOTAS EN CASAS LOCALES A TRAVÉS DE  
NEGOCIACIONES INSTANTÁNEAS**

**KAREN LORENA DÍAZ APONTE**

**TRABAJO DE GRADO PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OPTAR AL  
TÍTULO DE:  
MAGISTER EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA**

**DIRECTOR (A):  
LEÓN DARÍO PARRA BERNAL**

**MODALIDAD:  
CREACIÓN DE EMPRESA**

**UNIVERSIDAD EAN  
FACULTAD DE HUMANIDADES  
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN ESTRATEGIA  
COLOMBIA  
2022**

**Nota de aceptación**

---

---

---

---

---

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del director del trabajo de grado

Bogotá D.C. Día - mes – año

## *DEDICATORIA*

### *Dedicatoria:*

A mis padres por darme la libertad de volar, soñar, hacer y crear. Por forjar valores y principios que una vez incrustados, se convirtieron en la integridad de mi ser.

A mi esposo por siempre creer en mí y en este modelo de negocio como real solución acompañándome en su construcción.

### *Frase:*

La pasión es mi motor y la disciplina el combustible que me lleva día a día. Porque los sueños sí se cumplen, pero van acompañados de esfuerzo, dedicación y sabiduría.

*Karen Lorena Díaz Aponte*



## Resumen

El mercado de mascotas que para los últimos años presentaba una curva de crecimiento, incrementó notablemente durante la pandemia. El estudio realizado por Fenalco Antioquia liderado por la economista Claudia Bustamante (Bustamante, 2021) indicó un aumento de 15 % para la llegada de mascotas a los hogares, índice que guarda relación con las medidas restrictivas de movilidad impuestas durante la época de cuarentena, en donde una de las excepciones eran los propietarios de mascotas quienes gozaban de aval para salir a pasearlas. No obstante, este segmento se ha enfrentado a la necesidad de un tercero para su asistencia al no contar con tiempo para su cuidado.

A pesar de la existencia de colegios y guarderías caninas, la necesidad del nicho persiste al enfrentarse a la inadecuada oferta para el cuidado y hospedaje de mascotas conformadas no solo por 63% caninos, sino, además, por un 37% que no cuenta con una oferta existente para su cuidado como lo son: felinas 19%, aves 13%, conejos 3% y finalmente 2% peces (PetIndustry, 2019).

Con el fin de resolver la problemática en mención, el objetivo de este trabajo fue determinar la viabilidad del proyecto HomeLu como solución a la inadecuada oferta para el cuidado y hospedaje de mascotas. Por esta razón, para el planteamiento de la propuesta solución se acudió a la metodología investigativa mixta, que derivada de los objetivos planteados y mediante la recolección de datos cualitativos y cuantitativos capaces de proporcionar resultados verificables y certeros. Lo anterior, tuvo como resultado la validación de la propuesta en el mercado de mascotas mediante un portafolio de servicios diurno / nocturno para su cuidado y hospedaje en casas locales teniendo como propuesta innovadora negociaciones instantáneas.

Palabras clave: Aplicación móvil, curva de crecimiento, negociaciones instantáneas, oferta, viabilidad.

## Abstract

The pet market, which for the last few years has shown a remarkable growth curve, had increased significantly during the pandemic. A study carried out by Fenalco Antioquia, investigation leading by the economist Claudia Bustamante (Bustamante, 2021) showing a 15% increase in the arrival of pets in homes. An index that is related to the restrictive mobility measures imposed during the quarantine period, where one of the exceptions were pet owners who they enjoyed endorsement to go out for a walk., however, this segment has faced the need for a third party to take care of them.

Despite the existence of canine schools and nurseries, the need for the niche persists when faced with the inadequate offer for the care and lodging of pets, made up not only by 63% canines, but also a 37% that do not have an existing supply for their care, such as: felines 19%, birds 13%, rabbits 3% and finally 2% fish (PetIndustry, 2019).

To solve the problem mentioned above, the objective of this work was to determine the viability of the HomeLu project as a solution and business opportunity. For this reason, the research methodology was used for this proposal based on the objectives set and through the collection of qualitative and quantitative data, capable of providing accurate and verifiable results. Therefore, the mentioned resulted in the validation of the proposal in the pet market through a portfolio for day / night services for pet's care and lodging in local homes, having as an innovative proposal instant negotiation.

Keywords: Mobil app, growth curve, instant negotiations, offer, viability.

**Tabla de contenido**

<b>Lista de figuras.....</b>	<b>VIII</b>
<b>Lista de tablas .....</b>	<b>IX</b>
<b>1.Introducción .....</b>	<b>11</b>
<b>2. Modelo de negocio y validación .....</b>	<b>12</b>
<b>3. Análisis del sector y del entorno .....</b>	<b>17</b>
<b>4. Estudio piloto de mercado .....</b>	<b>26</b>
4.1 ANÁLISIS Y ESTUDIO DE MERCADO: .....	26
4.2 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	42
4.3 ESTRATEGIA Y PLAN DE INTRODUCCIÓN DE MERCADO.....	46
<b>5. Aspectos técnicos .....</b>	<b>47</b>
<b>6. Aspectos organizacionales y legales.....</b>	<b>60</b>
<b>7. Aspectos financieros.....</b>	<b>71</b>
<b>8. Enfoque hacia la sostenibilidad.....</b>	<b>80</b>
<b>9. Conclusiones.....</b>	<b>82</b>
<b>10. Referencias.....</b>	<b>85</b>

## Lista de figuras

<b>Figura 1</b> Lienzo propuesta de valor.....	13
<b>Figura 2</b> Lienzo sostenible modelo 2.0 .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>Figura 3</b> Análisis PESTEL.....	18
<b>Figura 4</b> Análisis 5 fuerzas de Porter .....	22
<b>Figura 5</b> Estrategia del Océano Azul .....	25
<b>Figura 6</b> Mapa de empatía - cliente dueño (Primer etapa) <b>¡Error! Marcador no definido.</b>	
<b>Figura 7</b> Mapa de empatía cliente cuidador.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>Figura 8</b> Megatendencias .....	41
<b>Figura 9</b> Segmentación de mercado objetivo.....	39
<b>Figura 10</b> Mapa de empatía cliente dueño ajustado al segmento .....	35
<b>Figura 11</b> Mapa de empatía cliente cuidador ajustado al segmento.....	36
<b>Figura 12</b> Características de los clientes .....	37
<b>Figura 13</b> 4 p's HomeLu app – Diferenciadores de la competencia .....	44
<b>Figura 14</b> Diagrama de flujo de la prestación de servicios de cuidado y hospedaje.....	55
<b>Figura 15</b> Análisis DOFA .....	61
<b>Figura 16</b> Tasas anuales .....	72
<b>Figura 17</b> Gastos Por Nómina .....	73
<b>Figura 18</b> Gastos Fijos.....	74
<b>Figura 19</b> Inversión Requerida.....	75
<b>Figura 20</b> Flujo de Caja .....	77
<b>Figura 21</b> Dimensiones.....	80

## **Lista de tablas**

<b>Tabla 1</b> Proveedores.....	23
<b>Tabla 2</b> Cliente 1: Dueño de Mascota .....	27
<b>Tabla 3</b> Cliente 2: Cuidador.....	28
<b>Tabla 4</b> Ficha Técnica Sondeo de Mercado.....	31
<b>Tabla 5</b> Caracterización Demográfica .....	32
<b>Tabla 6</b> Patrón de Consumo .....	32
<b>Tabla 7</b> Expectativa de Consumo Modelo de Negocio HomeLu App /precios .....	33
<b>Tabla 8</b> Análisis de la competencia .....	42
<b>Tabla 9</b> Estrategia de Comunicación y Promoción .....	45
<b>Tabla 10</b> Ficha Técnica Servicio de Cuidado Diurno.....	47
<b>Tabla 11</b> Ficha Técnica Servicio de Cuidado Nocturno.....	49
<b>Tabla 12</b> Ficha Técnica Servicio de Hospedaje.....	51
<b>Tabla 13</b> Normas ISO .....	52
<b>Tabla 14</b> Requerimientos de Inversión por Tipo de Activo .....	53
<b>Tabla 15</b> Capacidad Instalada.....	56
<b>Tabla 16</b> Equipo de Trabajo .....	57
<b>Tabla 17</b> Estrategias de Consolidación DOFA .....	63
<b>Tabla 19</b> Ingresos por Ventas .....	72
<b>Tabla 20</b> Cálculo de Capital .....	75
<b>Tabla 21</b> Evaluación Financiera .....	77

## Lista de anexos

<b>Anexo 1</b> <i>Entrevistas validación preliminar cualitativa</i> .....	89
<b>Anexo 2</b> <i>Registro de marca PDF</i> .....	90
<b>Anexo 3</b> <i>Simulador financiero HomeLu</i> .....	91

## 1. Introducción

### Problema y oportunidad

La tenencia de mascotas en el país ha aumentado en los últimos años. Según estudios realizados por Fenalco (2012-2017) de los 7.150.000 (Departamento Administrativo Nacional de estadística, DANE, 2019) habitantes en Bogotá el 82% posee mascotas caninas 63% y felinas 19%, a su vez, un 13% cuenta con aves como mascotas, acompañado de un 3% que ha optado por conejos y 2% por peces (PetIndustry, 2019). Se conoció incluso, que las familias colombianas están teniendo más mascotas y menos hijos según la revista Dinero (2019).

A pesar de la existencia de las más de 70 instituciones en el país dedicadas al cuidado de caninos (AGRONEGOCIOS, 2015) divididas entre colegios y guarderías, el mercado de mascotas enfrenta una inadecuada oferta para su cuidado y hospedaje. A pesar de que el sector ha presentado un crecimiento del 84,9% (Bancolombia, 2021), la necesidad del nicho sigue latente al enfrentarse a una inadecuada oferta para el cuidado y hospedaje de mascotas. El problema radica en dos aspectos específicos: primero, estos establecimientos excluyen el 37% de mascotas que no pertenecen a la especie de los caninos como lo son felinos 19%, aves 13%, conejos 3% y peces 2% según (PetIndustry, 2019), y quienes, además, hasta el presente año 2022 no cuentan con instituciones dedicadas a su cuidado, razón por la que no se presentan datos referentes más allá que la población que posee este tipo de mascotas. En segundo lugar, incluso la oferta existente especializada en caninos tiene una capacidad limitada, al manejar horarios de lunes a viernes de 6:00 a.m. a 5:00 p.m. para su cuidado diurno aun cuando un colombiano promedio termina su jornada laboral entre las 6:00 y las 8:00 p.m. en un país posicionado como el tercero que más horas laborales ejerce en la semana según estadísticas de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD, 2018)

Teniendo en cuenta esta problemática, surge HomeLu App como solución y oportunidad de negocio. El modelo que tiene como objetivo, satisfacer la necesidad del mercado a través del cuidado y hospedaje de mascotas en casas locales manejada por medio de negociaciones instantáneas, convirtiéndose en la conexión entre cuidador y dueño.

### Antecedentes de la idea de negocio

El mercado de mascotas que para los últimos años presentaba una curva de crecimiento notable, incrementó notablemente durante la pandemia. Un estudio realizado por Fenalco Antioquia indicó un aumento de 15 % para la llegada de mascotas a los hogares, índice que guarda relación con las medidas restrictivas de movilidad impuestas durante la época de cuarentena, en donde una de las excepciones eran los propietarios

de mascotas, quienes gozaban de aval para salir a pasearlas. No obstante, este segmento se ha enfrentado a la necesidad de un tercero para su cuidado al no contar con tiempo para su cuidado. A pesar de la existencia de colegios y guarderías caninas, la re-adopción y en algunos casos, abandono de estos animales de compañía ha sido el resultado de competidores que dada su baja relación precio-calidad, no logran satisfacer la necesidad de este segmento. Por esta razón, el valor agregado que entregará HomeLu será el cuidado y hospedaje de mascotas a través de negociaciones instantáneas, es la clave para resolver su problemática y la oportunidad para incursionar en el mercado.

## Objetivos

### Objetivo general

Validar la viabilidad técnica y financiera del modelo de negocio HomeLu en el mercado de mascotas. Modelo orientado al cuidado y hospedaje de mascotas en casas locales que tiene como valor diferenciador negociaciones instantáneas.

### Objetivos específicos

- 1. Analizar el mercado de mascotas y la necesidad de potenciales usuarios que dio lugar a la iniciativa del proyecto a través de análisis PESTEL y cinco fuerzas de Porter.
- Estudiar viabilidad técnica - operativa del plan de negocio orientado al hospedaje de mascotas mediante precios y horarios que se ajustan a la necesidad del mercado.
- Determinar viabilidad financiera desde su periodo de introducción hasta su punto de equilibrio.
- Proponer el enfoque de sostenibilidad que tendrá el negocio y su portafolio, el impacto en el medio ambiente y la comunidad en el cual será desarrollado.

## 2. Modelo de negocio

### Introducción al modelo de negocio

Cuidado y hospedaje de mascotas en casas locales teniendo como valor agregado acordar el servicio mediante negociaciones instantáneas. Esta solución innovadora está dirigida a todo tipo de animal doméstico, cuenta con un portafolio de servicios diurno y nocturno que puede ser tomado 24 / 7 en donde el horario de entrega y recogida de la mascota es acordado con el cuidador. Es un servicio personalizado que se prestará en casas locales que gocen de espacios óptimos para la comodidad de la mascota, su # máximo permitido por estadía será (2) y podrá ser solicitado y negociado a través de la aplicación móvil.

Figura 1

Lienzo propuesta de valor

# LIENZO DE PROPUESTA DE VALOR

**Compañía:** homeLu  
**Producto o servicio:**  
*App para hospedaje de mascotas*



**Propuesta de valor**  
 Hospedaje de mascotas en casas locales por medio de negociaciones instantáneas.



**Segmento de mercado**  
**Usuario 1:**  
 Dueños y/o tenedores de mascotas  
**Usuario 2:**  
 Personas naturales que valoran a los animales y desean ingresos adicionales

Nota: Propuesta de valor de la aplicación HomeLu dirigida al mercado de mascotas para convertir en alegría sus dolores actuales. Fuente: Elaboración propia.

El lienzo de propuesta de valor de HomeLu presenta los dolores que tiene el mercado y cómo el modelo de negocio HomeLu los convierte en alegrías mediante su propuesta de valor. Negociaciones instantáneas que se convierten en una oportunidad de solución inmediata para el cuidado y hospedaje de mascotas, ajustado al precio del mercado en donde tanto cuidador como dueño tienen establecen el valor del servicio mediante aplicación móvil. Para ello, se definieron dos perfiles de usuarios: el primero, corresponde a el segmento que posee mascotas y necesita de un tercero para su cuidado; el segundo, el usuario que se identifica como cuidador, valora la vida de los animales como mascotas y compañeros, pero, además, está en busca de un ingreso adicional.

Se determinó que el problema central radica en que inadecuada oferta para el cuidado y hospedaje de mascotas. Los horarios de cuidado son insuficientes y a un elevado. Esto, genera un vacío de mercado pese

a la competencia existente, creando dolor en el mismo ya que los animales domésticos son seres dependientes y la única alternativa para sus sueños es acudir a la competencia actual.

### Descripción pasos para solicitar el servicio

- *Descarga aplicación HomeLu:* La aplicación es descargada a través de las tiendas estipuladas para sistemas operativos Android (Play Store) y IOS (App Store). Posteriormente, se crea el perfil de usuario en donde se agrega correo electrónico, número de celular, datos de la(s) mascota(s), certificado de vacunas y requerimientos especiales para su cuidado.
- *Solicitud servicio:* Acto seguido, el nuevo usuario hace la solicitud de servicio especificando ubicación en el que será prestado, tipo de mascota, tipo de cuidado y el precio que está dispuesto a pagar por el cuidado.
- *Aceptación oferta y pago:* Una vez la negociación instantánea en la que dueño y cuidador ofertan sus precios es aceptada, el dueño de la mascota realiza el pago del cuidado a la aplicación mediante pasarela de pagos (pagos a negocios electrónicos en línea). El pago será consignado en la cuenta del cuidador al día siguiente que se haya prestado el servicio, si el servicio es prestado por más de 1 día, será consignado al 2do día de cuidado.
- *Acuerdos y transcurso del servicio:* Las partes acuerdan entrega y recogida de la mascota según la línea de producto escogida para dar inicio al servicio.
- *Calificación del servicio:* Al finalizar el servicio, tanto dueño como cuidador califican el servicio prestado. *Tabla 5 Calificación servicio.*

### Frentes lienzo sostenible

#### Aliados clave:

*Oracle* proveedor encargado del almacenamiento en la nube con capacidad para soportar con software escalable y parametrizable (Oracle, s.f.).

*Airbnb* hospedaje en casas locales para personas, sin embargo, no en todas las propiedades es posible alojarse con mascotas. Por ello, la alianza entre HomeLu y Airbnb, posibilita de atraer clientes de manera conjunta.

*Faranda* red de conexión hotelera cuyos clientes tienen mascotas en un gran porcentaje, lo que es clave que HomeLu logre hacerse conocer a través de los servicios que presta Faranda a su segmento.

### Actividades y procesos

- Oferta para el cuidado / hospedaje de la mascota a través de negociación instantánea por parte del dueño de la mascota y el cuidador a través de la app.
- Especificaciones de cuidado:
  - ✓ El servicio de cuidado / hospedaje incluye acompañamiento durante la totalidad del servicio; en caso de identificar que la mascota se encuentra sola, puede solicitarse terminación del servicio y devolución de este con comprobante del suceso.
  - ✓ Alimentación en los horarios indicados por el dueño, la comida debe ser provista por parte de este y está prohibido dar alimentos a la mascota fuera de los entregados por el dueño.
  - ✓ Los cuidadores proveerán espacios propicios para la mascota según su tamaño con el fin de brindar la mayor comodidad para esta al interior de la vivienda.
  - ✓ Pueden incluirse paseos de la mascota dentro del horario de cuidado sin costo adicional a no más de 1000 metros de distancia de la vivienda del cuidador.
  - ✓ El servicio puede solicitarse para ser prestado en la vivienda de la mascota para su mayor tranquilidad. Es de aclarar que HomeLu no se hace responsable por pérdida, robo / extravío de objetos al interior de esta.
- Pago y agendamiento del servicio en una casa local, puede ser en efectivo, transferencia o pasarela de pagos.
- Prestación del servicio negociado en tiempos y horarios acordado por las partes.
- Dueño de la mascota califica el servicio prestado/ calificación del cuidador sobre el comportamiento y estado de la mascota.

**Recursos:** Infraestructura y proveedores (hosting, dominio, servidores) teniendo a Oracle como proveedor. API para conectar la base de datos a los sistemas operativos IOS y Android. Desarrolladores de software. Computadores con conexión a internet. Licenciamientos de componentes y ambientes de calidad, desarrollo y productivo para crear, modificar, testear y correr data. Plan de contingencia que eviten interrumpir la operación del negocio ante una emergencia.

**Propuesta de valor:** Negociaciones instantáneas. Oportunidad de solución inmediata para cuidado y hospedaje de mascotas ajustado al precio del mercado en donde tanto cuidador como dueño tienen establecen el valor del servicio.

**Productos y servicios:** Cuidado de mascotas diurno a partir de 1 hora. Cuidado de mascotas nocturno a partir de 1 hora. Hospedaje de mascotas por días a partir de 24 horas. (Ver especificaciones de cuidado en descripción de actividades de procesos)

**Relacionamiento:** El cliente promueve el crecimiento y maduración de la aplicación a través de las calificaciones que otorgan tanto cuidador sobre el comportamiento de la mascota como del dueño sobre el servicio prestado.

**Canales:** Canal digital – Aplicación móvil para sistemas operativos Android y IOS y página web.  
*Cómo se comunica HomeLu con el cliente:* Asesoría y atención telefónica / correo electrónico, mensajería instantánea.

**Segmento de clientes:** Mayores de 21 años con alta estima y empatía por el cuidado de las mascotas que cuentan con capacidad adquisitiva para invertir en su bienestar y no encuentran solución en los servicios de la oferta actual, dada la inajustada oferta para el cuidado y hospedaje de mascotas que presenta el mercado al desproteger un 37% del segmento de mascotas, tener horarios limitados que no gozan de relación precio-calidad.

**Costos ambientales:** Alto consumo energético por servidores, mantenimiento de software, almacenamiento en la nube, uso de dispositivos electrónicos para uso de la aplicación. Adicionalmente, al prestar un servicio orientado al cuidado y hospedaje de mascotas, hay un impacto ambiental por el aumento de contaminación por plástico destinado para recoger heces, sumado a los empaques destinados como envolturas de alimentos, juguetes, arena y demás productos animales que intervienen al momento de prestar el servicio.

**Costos:** La aplicación debe hacer pagos a proveedores por mantenimiento de software y hosting; pagos de nómina a sus empleados, marketing, seguro de automóvil y gasolina al requerir un vehículo para verificación de datos y vivienda a través de visitas domiciliarias.

**Costos sociales:** El cuidado por parte de HomeLu tiene un costo social al momento en el que el canino orina en zonas de uso público como parques y pastales, generando malos olores e incomodidades para la sociedad.

**Beneficios ambientales:** Conservación de bosques al utilizar un modelo de negocio sostenible enfocado a digitalizar su operación por medio del uso de aplicación móvil, factura electrónica y marketing digital.

**Ingresos:** Líneas de negocio y publicidad: Cuidado de mascotas diurno / nocturno, hospedaje de mascotas por días y pautas publicitarias pagas por terceros que desean aumentar su participación de mercado mediante la aplicación.

**Beneficios sociales:** Positivo impacto social de la aplicación al aumentar el poder adquisitivo de los cuidadores. Sumado a ello, la visión de HomeLu es que a través de su cuidado se logre concientizar a la sociedad sobre la responsabilidad que tiene la tenencia de mascotas, promoviendo el valor por la vida de los animales.

### 3. Análisis del sector

#### ▪ Caracterización del sector

Los últimos 5 años el mercado de mascotas en Colombia ha incrementado sus ventas 84.9%. No obstante, la pandemia demarcó un pre / postpandemia para esta industria. Si bien antes del Covid-19 era común que las familias tuvieran una mascota, fue el confinamiento causado por este virus el que creó una tendencia hacia la adopción y/o adquisición de una mascota, según afirma el Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal (IDPYBA) al recibir más de 1.771 peticiones de adopción (Gabrica, expertos en mascotas, 2021). Esta creciente tendencia animalista representada por un 63% caninos, 19% felinos, aves 13%, conejos 3% y 2% peces (PetIndustry, 2019), ha impactado de manera positiva los hábitos de consumo en el mercado, alimento, medicina, suplementos dietarios, vestuario, accesorios y cuidado de mascotas son actividades que entraron en el presupuesto de los colombianos, lo que se convierte en una oportunidad de negocio para HomeLu al estar orientado al cuidado y hospedaje de mascotas entregando como valor agregado negociaciones instantáneas entre oferta y demanda.

Figura 2

Análisis PESTEL



Fuente: Elaboración propia.

❖ *Aspecto político & Legal:*

Favorable para la operación del negocio de HomeLu dada la inclusión que han tenido los animales en el marco legal y político como seres sintientes con derecho a una vida digna. Adicionalmente, promoción de las TICS como modelos de negocio en pro al desarrollo económico del país.

*Descripción*

**Proyecto de ley - Licencia de luto por muerte de mascota:** Busca otorgar dos días de licencia remunerada por parte del empleador, a modo de recompensa emocional por la pérdida de un miembro del núcleo familiar para el empleado (López N. L., 2021).

**Impulso al desarrollo de aplicaciones móviles (APPS.CO):** Iniciativa diseñada desde el Ministerio TIC promover la creación de negocios a partir del uso de las TIC (innpulsa Colombia, 2012).

**Marco regulatorio que aplica en Ciencia, Tecnología e Innovación al proyecto en particular:**

**Ley 1221 de 2018:** Teletrabajo. Desempeño de actividades remuneradas o prestación de servicios a terceros utilizando como soporte las tecnologías de la información y la comunicación- TIC.

**Ley 1774 de 2016:** Penalización contra responsables de maltrato animal

**Comercio electrónico y Habeas Data:** Los antecedentes legislativos que reglamentan en general el comercio electrónico y el especial manejo que deben recibir las bases de datos y archivos que contengan datos personales son:

**Ley 527 de 1999:** Conocida como la ley de comercio electrónico, principalmente se encarga de definir y reglamentar el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales. De acuerdo con el artículo 1.

**Leyes Estatutarias 1581 y 1582 de 2012:** Donde se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales, se desarrolla el derecho constitucional que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bases de datos o archivos.

Las variables políticas y legales detectadas impactan directamente en la propuesta de valor y sostenibilidad del negocio. Por un lado, está la política para promover la tecnología en el país como base de negocios modernos, lo que traduce un apoyo por parte del gobierno y consecuentemente, mayor viabilidad y sostenimiento del negocio en el mercado. Por otro lado, las leyes y proyectos de ley orientados al bienestar tanto de las mascotas como de sus dueños contribuyen a modelos de negocio orientados a la prestación de servicios que opten por mejorar la calidad de vida de los animales como es la propuesta de HomeLu.

❖ *Aspecto económico*

Modificaciones en la canasta familiar e inclusión de las mascotas en ella, tendencias de consumo de las de las familias e incremento de mascotas en estas son aspectos positivos para HomeLu.

*Descripción*

**Patrón de consumo de las familias colombianas:** Por un lado, el Covid-19 trajo consigo una transformación en el consumo. Dado que el hogar pasó a ser el lugar de vivienda y trabajo, nuevas tecnologías fueron adoptadas. Un ejemplo de ello son las aplicaciones móviles, avance tecnológico que beneficia al modelo de negocio HomeLu al ser parte de las megatendencias en App on-demand surgidas en la pandemia.

Por otro lado, esta crisis afectó a los colombianos en sectores económicos como el comercial (-13,2%), actividades de entretenimiento (-21,3) entre otros (ANDI, 2020). Esto impactó el nivel de ingreso de los hogares y por ende, su forma de consumo guiando la búsqueda de productos y servicios hacia aquellos que gocen de

un mayor poder de negociación y accesibilidad. Lo anterior, favorece el modelo de negocio HomeLu al prestar su servicio a través de negociaciones instantáneas que permitan precios sostenibles en el tiempo sin superar el costo que el mercado está dispuesto a pagar

**Aumenta demanda de mascotas:** El mercadeo de productos relacionados con perros y gatos creció en un 44% de 2011-2016 en donde Fenalco encontró que aproximadamente 1 de cada 3 hogares colombianos optó por adoptar una mascota (Forero, 2016). A 2021 estas cifras continúan en aumento, la oferta de servicios para animales de compañía sigue en expansión debido a que en los últimos cinco años ha crecido 84.9% (Bancolombia, 2021).

**Incremento de destinación de recursos monetarios a mascotas:** La relevancia que han ganado los animales como parte de los hogares se ha visto reflejada en que sus productos, ingresaran a la medición de la canasta familiar realizada por el DANE (Bancolombia, 2021). Las especies que centran el aumento de la demanda corresponde a un 63% caninos, 19% felinos, aves 13%, conejos 3% y 2% peces (PetIndustry, 2019). Los productos y servicios que hacen parte de los 443 artículos de la canasta familiar, clasificados como servicios para mascotas código 6330100 en el que se incluye el cuidado prestado por parte de terceros, siendo este un indicador determinante para el modelo de negocio HomeLu al estar orientado a esta actividad. (Listado completo IVA canasta familiar)

❖ *Aspecto social*

- Los aspectos sociales y el estilo de vida por el cual se inclinan los colombianos en la actualidad favorecen la aplicación HomeLu al estar dirigida a un segmento de familias multiespecie que cada vez toma mayor fuerza.

*Descripción*

**Mayor interés en las familias por tenencia de animales de compañía:** La llegada de mascotas a las familias colombianas aumentó en un 15 % según Fenalco Antioquía (2019) durante la pandemia. Índice que guarda relación con las medidas restrictivas de movilidad impuestas durante la época de cuarentena, en donde una de las excepciones eran los propietarios de mascotas, quienes gozaban de aval para salir por las calles dadas las necesidades de los animales.

**Mascotas incluidas como integrantes en núcleo familiar:** En la actualidad en los hogares de Colombia, las familias colombianas tienen más mascotas y menos hijos afirma Miguel de la Torre, cifras que revelan un menor interés por hacer familias grandes, alejándose del concepto tradicional (Dinero, 2019).

**Tendencia al uso de App on-demand:** Desde 2018 ha crecido la tendencia por aplicaciones móviles que funcionan como mediador entre cliente y proveedor. Un ejemplo de ellos son apps como Uber, In-Driver o Airbnb. Este tipo de mercado ha manejado utilidades de 57 millones de dólares y prevé para 2025 beneficios de 335 billones (Carrasquel, 2020).

❖ *Aspecto tecnológico*

La tendencia e interés del país por ampliar su contexto tecnológico en la economía y sociedad benefician a HomeLu. Incentivando su modelo a un mercado con mayor capacidad de adaptación y desarrollo.

*Descripción*

**Ampliación de cobertura TIC en Colombia:** Proyecto de ley de modernización del sector TIC con el fin de reactivar la industria, incentivar la inversión e incrementar el empleo. Ello, a través de la asignación del espectro, la cual privilegiará la calidad, cobertura y actualización tecnológica, ampliando incluso el periodo de los permisos para el uso del espectro hasta por 30 años (MinTIC, 2018). A 2021, este proyecto ha logrado incrementar a 13,1 millón de conexiones móviles con velocidades promedio de descarga superiores a 10 Mbps (Portafolio, 2021).

**Beneficios tributarios en CTel (Ciencia, tecnología e innovación):** Instrumento desarrollado por el Gobierno para fomentar la inversión en I+D+i, promoviendo la competitividad en el sector empresarial. Entre sus beneficios se encuentran la deducción del 100% de la inversión sobre la renta líquida gravable. Art 158-1 ET. Y, descuento tributario de un 25% sobre el impuesto a pagar. ART 256 ET. (Minciencias, 2019).

**Tasa de eficiencia de la innovación:** En materia de innovación, el país cuenta con 0,41 % de valor frente a países latinoamericanos como Costa Rica, quienes cuentan con un 0,42%, lo que posiciona a Colombia en el puesto 11 de innovación en un grupo de 15 evaluados (Consejo privado de competitividad, 2020)

❖ *Aspecto ambiental*

Iniciativas sostenibles en la industria de mascotas para reducir el impacto ambiental son aspectos que favorecen a la aplicación, su segmento y modelo.

*Descripción*

**Impacto ambiental por mascotas:** Investigaciones de la Universidad de California arrojaron que caninos y felinos son responsables del 25% de la huella ecológica por sus dietas a base de proteína animal (El espectador, 2017).

**Iniciativas sostenibles en la industria de mascotas:** Compañías como Beco Pets comercializa productos a base de cáscaras de arroz, bambú, plástico y cartón reciclado. Su enfoque está en minimizar la

huella ambiental causada por las bolsas plásticas utilizadas para la recolección de excremento, haciendo empaques de fácil degradación en el planeta. A esta dinámica ambiental se suma Alimentos Polar, organización que procesa la comida a mediante un equipo de contención de emisiones atmosféricas que evita la salida de olores y partículas orgánicas (Bolaños, 2018).

### 5 fuerzas de Porter

Análisis de las fuerzas competitivas de la empresa en base a la estructura de clientes, competidores, proveedores, sustitutos y rivalidad competitiva en el mercado de mascotas.

Figura 3

Análisis 5 fuerzas de Porter



Fuente: Elaboración propia.

**Nuevos entrantes:** El crecimiento de la industria en los últimos cinco años ha sido de 84,9% (Bancolombia, 2021) incentivando la formación de nuevas empresas dedicadas a la comercialización de productos de mascotas (38%) y laboratorios farmacéuticos (37%) siendo las empresas más representativas en el mercado de mascotas (PetIndustry, 2019). Esto, deduce un nivel de presión competitiva para HomeLu medio-bajo al ser un modelo que complementa estos servicios al estar orientado al cuidado y hospedaje de mascotas, lo que convierte a estos nuevos entrantes en negocios aliados para HomeLu.

**Proveedores:** Alta dependencia de proveedores para ofrecer el servicio de cuidado a través de aplicación móvil en sistema operativo IOS y Android debido a que el almacenamiento, funcionamiento de software y contratación del servicio dependen de sus proveedores por medio de las siguientes herramientas:

**Tabla 1**

*Proveedores*

Servicio	Proveedor Para IOS	Proveedor Para Android
Identificar ubicación del dispositivo	CoreLocation framework	Google Location APIs
Proveer direcciones	MapKit	Google Maps Android API
Integración software de mapeo	Google Maps / Compañías de mapeo tecnológico	Google Maps / Compañías de mapeo tecnológico
Notificaciones y SMS	Proveedores de telecomunicaciones / Apple push notification service	Proveedores de telecomunicaciones / Apple push notification service
Integración de pagos	Proveedores de pagos móviles como PayPal	Proveedores de pagos móviles como PayPal

Fuente: Elaboración propia. Información basada en: Abrosymova, K. (22 de 05 de 2014).

**Clientes:** Mayores de 21 años con alta estima y empatía por el cuidado de las mascotas que cuentan con capacidad adquisitiva para invertir en su bienestar y no encuentran solución en los servicios de la oferta actual, dada la inajustada oferta para el cuidado y hospedaje de sus mascotas al pertenecer al 37% del segmento de mascotas como felinos, aves, conejos y peces que no cuentan con una oferta en el mercado

para su cuidado, sumado al 63% de caninos que pese a tener modelos de negocios dedicados a su cuidado, no cubren sus necesidades al manejar horarios limitados que no gozan de relación precio-calidad. El poder de negociación con los clientes es agudo. En la actualidad existen alternativas para el cuidado canino como hoteles, spa y guarderías, Sin embargo, los clientes priorizan la seguridad de sus animales y por ello, la búsqueda de tranquilidad y accesibilidad hace que se acuda a la opción de guardería cuando no encuentran más posibilidades.

**Productos sustitutos:** En Colombia, los principales sustitutos son las guarderías y los colegios caninos, 3 de ellos fueron identificados como los servicios más competitivos para HomeLu y sustitutos para sus clientes. Petcrew, Al aire libre club canino y Walky corresponden a estos sustitutos, sin embargo, HomeLu cuenta con una ventaja competitiva llamativa para el mercado: negociaciones instantáneas que se convierten en una oportunidad de solución inmediata para el cuidado y hospedaje de mascotas, ajustado al precio del mercado en donde tanto cuidador como dueño tienen establecen el valor del servicio mediante aplicación móvil.

**Rivalidad de la industria:** La rivalidad entre los competidores existentes es media. Del 84.9 % de crecimiento que ha presentado el mercado de mascotas (Bancolombia, 2021), el 63% obedece a la producción y comercialización de alimento y productos. En cuanto a la rivalidad directa, se visualiza que los productos sustitutos, están dejando un vacío en el mercado al no llegar a los diferentes segmentos que poseen mascotas. Ejemplo de ello, es el 19% que posee felinos, el 13% que tiene aves y entre el 2-3% que tiene como mascota roedores y peces (Aguirre S. , 2019).

### Estrategia del océano azul

Exposición del mercado de mascotas y su actual oferta para el cuidado canino presentado como océano rojo, frente a una nueva solución innovadora que crea una oportunidad de negocio en base a nichos de mercado no explotados definido como océano azul. El modelo de negocio HomeLu, utiliza la estrategia del océano azul al incluir en sus servicios de cuidado y hospedaje el 37% de mascotas que, clasificadas entre felinos, aves, peces y conejos hacen parte de las familias colombianas, pero no cuentan con una oferta existente en el mercado para su cuidado y hospedaje, razón por la cual HomeLu se convierte en una solución inmediata para este nicho inexplorado.

Figura 4

Estrategia del Océano Azul



Fuente: Elaboración propia.

HomeLu es un modelo de negocio clasificado como océano azul al transformar los límites del mercado y crear nuevos nichos. La aplicación llega a cambiar el paradigma de cuidado y hospedaje exclusivo para caninos al crear nuevos nichos de mercado dirigidos hacia el 37% que no solo posee caninos, sino, además felinos, aves, peces y conejos (PetIndustry, 2019). Como valor agregado, HomeLu transforma los límites de mercado al proponer una escalera de valor con servicios de cuidado diurno y nocturno a partir de 1 hora con máx. 2 mascotas por servicio, captando la demanda para que haga uso del servicio diario y por hospedaje a través de negociaciones instantáneas en las que cuidador y dueño acuerdan el precio win-win.

## **4. Estudio piloto de mercado**

### **4.1 Análisis y estudio de mercado:**

Herramienta de evaluación investigativa basada en la recopilación de datos del mercado de mascotas. Su objetivo fue verificar que el plan de negocio tuviera una correcta orientación a resolver las necesidades de sus clientes potenciales, minimizando riesgos a la hora de poner en marcha el modelo. Los entrevistados de este estudio se clasificaron en dos perfiles: cliente dueño y cliente cuidador. Los entrevistados como clientes dueño fueron elegidos porque son poseedores de como mínimo una mascota y, sumado a ello, enfrentan la necesidad de acudir a un tercero para el cuidado de estas en su ausencia. Los clientes cuidador se escogieron bajo el perfil de personas amantes a los animales que están interesados en obtener un ingreso adicional bajo horarios flexibles.

**Tabla 2**

Cliente 1: Dueño de Mascota

	<b>Información</b>	<b>Intereses y preferencias</b>
	<p>Vive en la ciudad de Bucaramanga hace 4 meses. Su núcleo familiar está conformado por su esposo y dos hijos. Sin embargo, actualmente vive con uno de ellos que aún se encuentra realizando su pregrado y, con su Golden Retriever Jackie a quien ama y cuida como hija.</p>	<p>Cristina es profesional en periodismo y comunicación, razón por la que uno de sus pasatiempos escribir, leer y crear poesía. Adicionalmente, disfruta caminar por senderos naturales en las mañanas junto a su mascota Jackie.</p>
<b>Nombre:</b>		
Cristina Sastoque		
<b>Edad</b>	<b>Motivaciones y preocupaciones</b>	<b>Relaciones interpersonales</b>
53 años	<p>Su motor de vida son sus hijos. Ver sus logros y crecimiento son la razón para llegar a la vejez y seguir disfrutando del amor de quien ha sido su compañero de vida desde el colegio. No obstante, su preocupación más grande radica en llegar a perder a sus seres queridos.</p>	<p>Sus relaciones cercanas se basan en familiares cercanos con quienes comparte video llamadas, grupos en WhatsApp y celebraciones. Después de la crisis provocada por el Covid-19, ve la tecnología como una herramienta de valor que conecta y fortalece sus relaciones.</p>
<b>Descripción física</b>		
<p>Mujer de tez blanca, ojos azules, cabello de largo medio color rubio y 160 de estatura.</p>		

Nota: Instrumento de investigación utilizado para conocer cómo piensa y es un cliente potencial dueño de mascota.

Fuente directa (entrevista). Elaboración propia.


El perfil de Cristina Sastoque corresponde al cliente 1, hace parte del segmento al que homeLu busca brindar solución, su dolor es la razón de ser del plan de negocio. Este cliente dueño fue escogido no solo porque tiene mascota, sino, también porque la misma hace parte de su núcleo familiar y es símbolo de preocupación encontrar a un tercero para su cuidado, puesto que la competencia actual dejó de ser una opción para este usuario, dando lugar al plan de negocio homeLu para su cuidado.

Cristina fue elegida para esta entrevista ya que para ella confiar en un modelo tradicional es retador. Le aterra que su mascota sea encerrada en guacales y sea contagiada de enfermedades como tos de perrera o garrapatas al estar bajo el cuidado de un tercero con numerosos animales, debido a que en el pasado su Golden tuvo que ser intervenida por cirugía por las secuelas que dejó el contagio de garrapatas en una guardería, dejando como consecuencia la torcedura definitiva de sus patas delanteras. Esta necesidad, enlaza con la

propuesta planteada, cuidado personalizado de mascotas en casas locales que dará lugar a un hospedaje libre y con mínimo riesgo de contagio por enfermedades.

**Tabla 3**

*Cliente 2: Cuidador*

	Información	Intereses y Preferencias
	<p>Comenzó su carrera de medicina en Rusia y regresó a Colombia hace 2 años para terminarla en la ciudad de Bucaramanga.</p>	<p>En el 2021 adquirió la pesca como hobby y almuerzo. Le interesan los libros físicos y/o virtuales de medicina y tiene aplicaciones como Rappi para domicilios, InDriver, Uber y Beat para Transporte y Airbnb para viajes. La única red social que no tiene es Twitter.</p>
Nombre:		
Fabio Pereira		
Edad	Motivaciones y Preocupaciones	Relaciones Interpersonales
22 años		
Descripción física		
<p>Joven de estatura 1.85 cm, cabello negro, ojos cafés, barba color negro, acento santandereano.</p>	<p>Lo motiva sentirse orgulloso del logro de sus metas. Le gusta ponerse propósitos y se mueve entorno a ellos. Sin embargo, a lo largo de su carrera ha visto cosas difíciles y lo que más le preocuparía sería que sus allegados vivieran cosas similares.</p>	<p>Está rodeado de médicos y compañeros de carrera que a lo largo del tiempo se convirtieron en amigos fuera de las instalaciones. Empezó su relación con su novia desde Rusia, quien también estudiaba la misma carrera, ambos volvieron a Colombia por distintas razones y hoy, mantienen su relación a distancia, pero con planes a futuro; ella vive en Armenia.</p>

Nota: Instrumento de investigación: Fuente directa (entrevista). Elaboración propia

El perfil de Fabio Pereira fue seleccionado debido a que la necesidad por un trabajo que se ajuste a sus horarios encaja con el cliente cuidador que el modelo de negocio requiere en su servicio. La aplicación móvil se convertirá en su fuente de ingreso y la posibilidad para visitar a su novia con mayor frecuencia, por medio de este cliente homeLu brindará cuidado y hospedaje de mascotas acorde a la disponibilidad de tiempo de Fabio, entregando bienestar a la mascota, tranquilidad a su dueño y utilidad a su cuidador.

La necesidad de Fabio Pereira lo convierte en un cliente cuidador para el plan de negocio HomeLu. Su dolor se convertirá en alegría a través de los ingresos que recibirá por el cuidado de mascotas, lo que enlaza con la propuesta planteada para homeLu, brindando asistencia a mascotas y tranquilidad a sus dueños desde la comodidad de su casa.

- **Validación preliminar cualitativa del proyecto**

*metodología y resultados*

Validación Preliminar Cualitativa, ver anexo 1

*Principales insights por parte de los entrevistados*

**Aliado clave:**

- En el ciclo de desarrollo de la aplicación no es necesario pagar por hosting, puede obtenerse una capa gratuita mediante el servicio de “Autonomous data”.
- El valor agregado de Oracle en cuanto almacenamiento es que, proveen un asesor para capacitar al cliente y soportarlo técnicamente en todo el periodo en el cual sea tomado el servicio de hosting.
- Su plataforma de almacenamiento maneja un sistema de contingencia a un click, lo que traduce que su configuración es escalable y cuenta con la capacidad de aumentar la capacidad de su base de datos a un click de distancia.

**Cliente dueño:**

- Para Juan es de gran interés que el mercado tenga el modelo de negocio HomeLu, orientado al cuidado y hospedaje de mascotas de manera personalizada.
- Para los potenciales clientes es un atractivo que la propuesta de valor de HomeLu sea ofertar y aceptar los servicios de cuidado y hospedaje por medio de negociaciones instantáneas que se convierten en una oportunidad de solución inmediata para el cuidado y hospedaje de mascotas, ajustado al precio del mercado en donde tanto cuidador como dueño tienen establecen el valor del servicio.
- La mayor preocupación para los dueños de mascotas es la incertidumbre frente a posibles avatares que puedan ocurrir a sus mascotas bajo el cuidado de un tercero.

**Cliente cuidador:**

- Cuando las mascotas son de gran tamaño o tienen necesidades de cuidado especiales, sería preferible prestar el servicio en el hogar de la mascota para evitar incomodarla llevándola a espacios reducidos o que no están adecuados a sus requerimientos.

- Se refleja un nerviosismo generado por la responsabilidad que tendrían como cuidadores al estar a cargo de una vida que representa un valor importante para cada uno de los dueños de las mascotas.
- Se considera que los costos de cuidado no deben ser muy bajos, el valor debe estar relacionado con el nivel de responsabilidad que acarrea el cuidado, por lo que se estimada un promedio de \$10.000 pesos por hora de cuidado y \$25.000- \$35.000 por hospedaje.

#### **Empresario:**

- El mercado colombiano es un segmento conservador en cuanto al cuidado de mascotas por lo que las guarderías tradicionales tienen privilegio.
- Un aliado clave puede ser la marca Walkypet, encargada de ofrecer ya que, puede ser un canal para tener participación y posicionamiento en el mercado.
- La barrera y reto de entrada para HomeLu está en romper el paradigma de las guarderías como único modelo de negocio.
- El modelo de negocio HomeLu cuenta con una ventaja competitiva al entrar a un mercado que, si bien se encuentra en crecimiento, aún es poco explorado en temas de innovación por lo que el empresario ve mayores oportunidades.

#### **Experto técnico:**

1. Seguridad de la información, diseño atractivo y escalabilidad
2. Costos y tiempo de desarrollo
3. Mantenimiento
4. Qué tecnología de Software
5. Infraestructura y proveedores (hosting, dominio, servidores)
6. Licenciamientos en componentes como mapas
7. Ambientes, respaldo, disaster recovery plan.

#### **Experto en sostenibilidad:**

-El modelo de negocio HomeLu es sostenible al impactar positivamente en la economía del país a apartir de la generación de empleos con flexibilidad horaria que contribuyen al poder de adquisición de los colombianos. por lo que tiene un impacto social positivo al aumentar el poder adquisitivo de los cuidadores.

-El nivel de impacto ambiental está de la mano del cuidador, la conciencia de la clasificación de residuos es

clave en su capacitación. Bolsas para las heces, envolturas de alimentos y demás recursos plásticos, tienen un costo ambiental que se da por generación de residuos de un solo uso.

Las entrevistas arrojaron que uno de los atractivos de HomeLu como modelo de negocios es que está dirigido a los segmentos que la oferta existente no abarca. Adicionalmente, los cuidadores deben estar alineados con el modelo y propuesta de valor de HomeLu, por lo que es primordial que empaticen con el animal y piensen en su bienestar antes que en la ganancia que se puede tener por medio de su cuidado. Finalmente, se unificó que el reto de entrada está en romper el paradigma que tiene el mercado frente a las guarderías como único modelo de negocio, siendo fundamental que el software sea escalable y cuente con una metodología ágil capaz de ajustarse al mercado y su crecimiento a medida que se rompen sus paradigmas y se genera mayor penetración.

- **Sondeo de mercado**

Sondeo de mercado aplicado mediante encuestas a una muestra de 36 personas que poseen mascotas y/o están interesados en tener ingresos adicionales con modelos de negocios flexibles y sin salir de casa.

**Tabla 4**

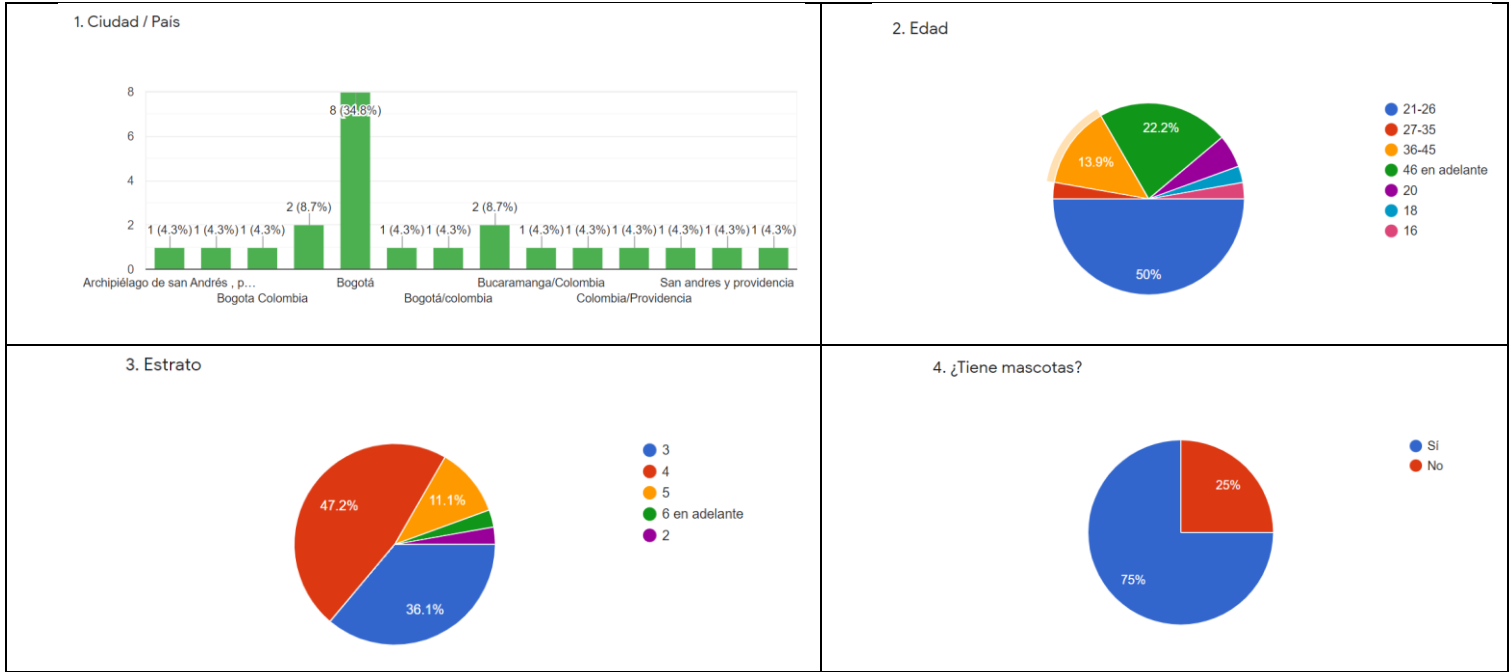
*Ficha Técnica Sondeo de Mercado*

<b>Realizado por</b>	Estudiante de maestría en Comunicación Estratégica Karen Lorena Díaz Aponte
<b>Nombre de la encuesta</b>	HomeLu app
<b>Universo (Mercado potencial)</b>	Mercado de mascotas. Tenedores de mascotas y potenciales cuidadores.
<b>Unidad de muestreo</b>	Ciudadanos hombres y mujeres de 21 años en adelante considerados petlovers.
<b>Área de cobertura</b>	Colombia y su territorio nacional.
<b>Objetivo de la encuesta</b>	Encuesta aplicada a tenedores de mascotas y posibles cuidadores con el fin de validar el modelo de negocio HomeLu en el mercado. Plan orientado al cuidado y hospedaje de mascotas a través de negociaciones instantáneas entre las partes (oferta - demanda).
<b>Número de preguntas formuladas</b>	12 preguntas
<b>Número de preguntas aplicadas</b>	Abiertas (1) Cerradas (11)

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 5**

*Caracterización Demográfica*

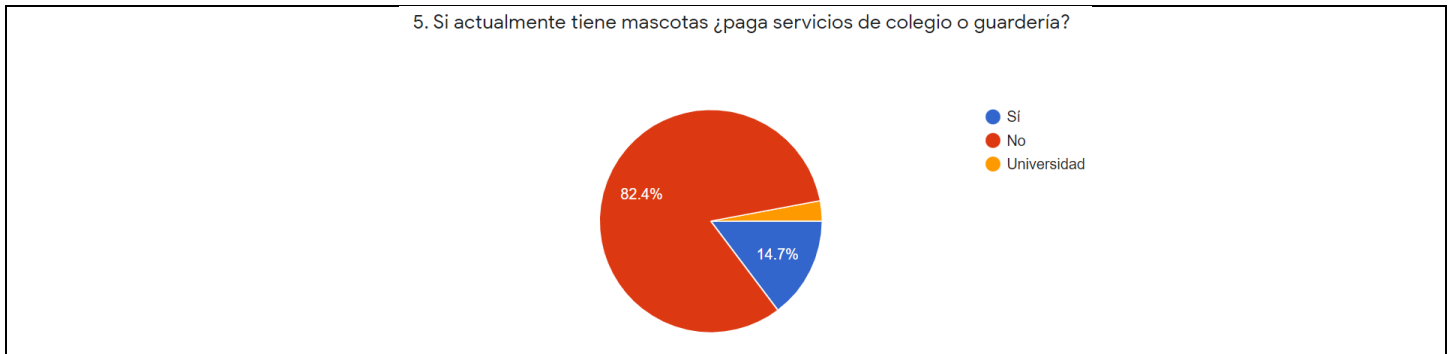


Fuente: Elaboración propia

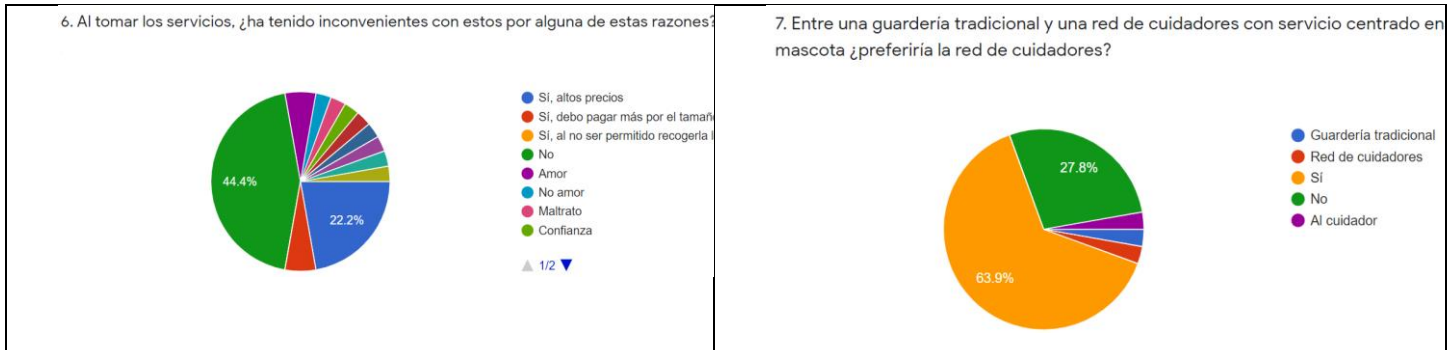
Al sumar los porcentajes representativos de la pregunta abierta -ciudad/país- la caracterización demográfica de la encuesta más representativa es en la ciudad de Bogotá (43.4%). La mitad de los encuestados tiene entre 21 a 26 años seguido por un 22.2% de 46 años en adelante. Adicionalmente, el 75% es dueño de una mascota y reside en estratos socioeconómicos 4 (47.2%) y 3 (36.1%).

**Tabla 6**

*Patrón de Consumo*



**CUIDADO Y HOSPEDAJE DE MASCOTAS EN CASAS LOCALES A TRAVÉS DE NEGOCIACIONES INSTANTÁNEAS**



Fuente: Elaboración propia

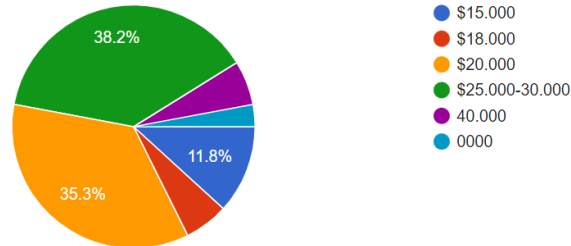
Las preguntas 5, 6 y 7 permitieron tener un acercamiento al patrón de consumo que tienen las familias colombianas para el cuidado de sus mascotas. El 82,4% de los encuestados no paga servicios de cuidado para sus mascotas como colegios y guarderías, frente al 14,7% que sí lo hace. No obstante, a pesar de que un 44,4% no presenta inconvenientes con la prestación de estos servicios, se encontró que el 22,2% del mercado ha tenido experiencias desfavorables por causas como: no amor hacia la mascota debe pagar un precio mayor según el tamaño de la mascota, maltrato, bajo nivel de confianza y poca flexibilidad horaria. Lo anterior, guarda relación con la preferencia de una red de cuidadores del 63.9% sobre una guardería tradicional, lo cual infiere que a pesar de que en un mayor porcentaje el mercado no ha tenido inconvenientes con la oferta actual, tener una red de cuidadores con la aplicación HomeLu le generaría mayor confianza.

**Tabla 7**

*Expectativa de Consumo Modelo de Negocio HomeLu App /precios*



12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por que cuiden a su mascota y/o cobrar por cuidar a una por el lapso de 1 noche?



Fuente: Elaboración propia

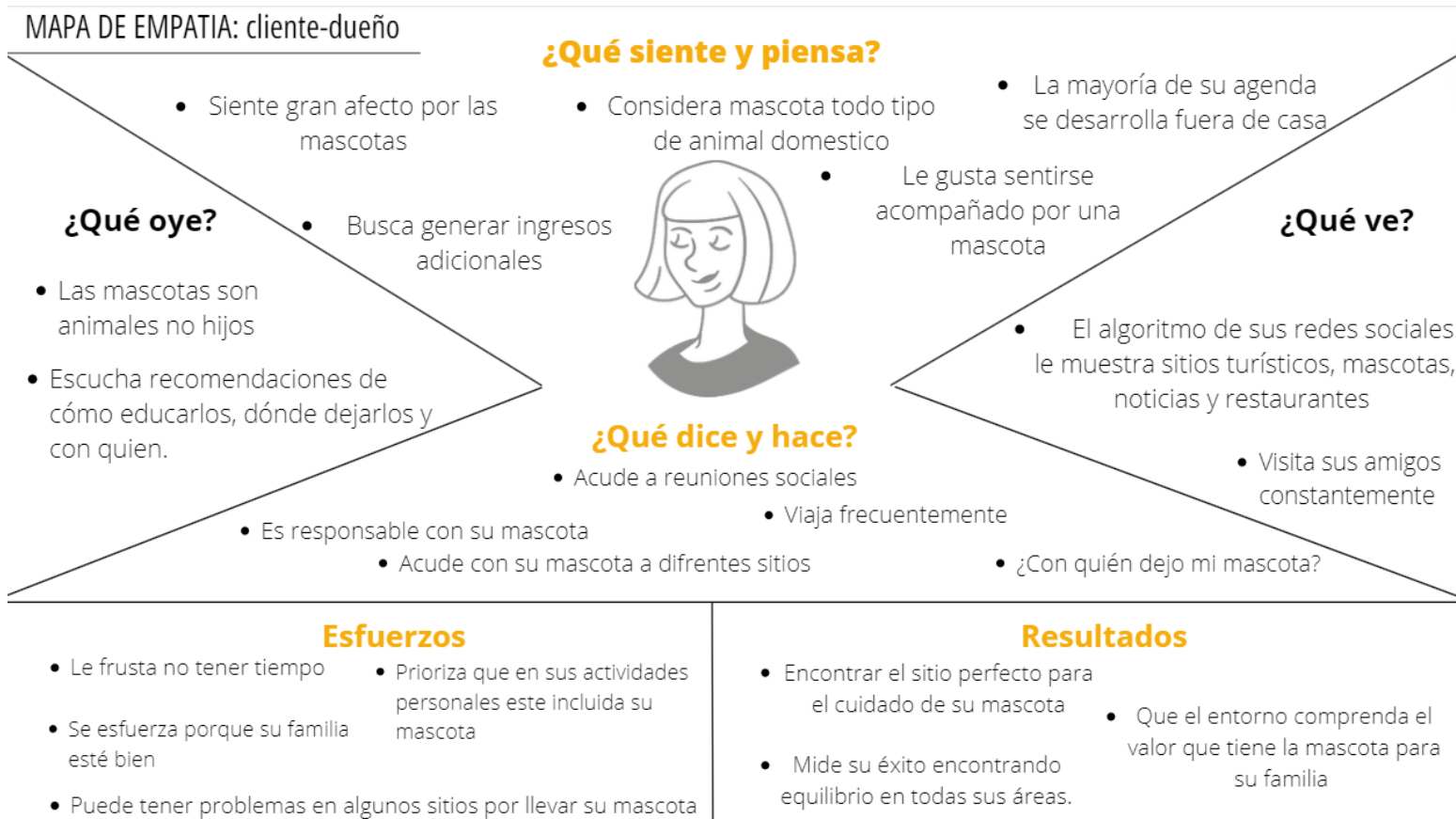
Gracias a la encuesta se halló la expectativa de consumo del modelo de negocio HomeLu app y los precios que estaría dispuesto a pagar el mercado por utilizar la aplicación. El 80.6% utilizaría HomeLu al ser la red servicio que brinda cuidadores cercanos a su ubicación y además, les permite negociar el valor del servicio. Sumado a esto, el sondeo de mercado dio la posibilidad de conocer si en el mercado hay clientes-cuidadores para la aplicación, teniendo a su favor un 72.2% de la muestra. Por otro lado, el 86.1% sería usuario de HomeLu por el valor diferencial que propone la aplicación, negociaciones instantáneas. Finalmente, el objetivo de las preguntas 11 y 12 fue poner al cliente-dueño y cliente-cuidador en los zapatos del otro, para sí, conocer el estimado que estarían dispuestos a pagar por el cuidado de sus mascotas, sin olvidar que sería el valor por el cual estarían dispuesta a cuidar a una y así, tener un estimado aterrizado a la realidad del mercado.

### Conclusión

El resultado demográfico de la encuesta coincide con el mercado objetivo propuesto para la aplicación, el 43.4% (sumando las tres respuestas abiertas que colocaron Bogotá) de los encuestados radica en Bogotá, coincidiendo con la ciudad que cuenta con el mayor porcentaje de personas que poseen mascotas en Colombia. El público objetivo es mayor a los 21 años, su estrato socioeconómico es medio-alto y, aunque actualmente acuden a servicios de guardería, abren la posibilidad a ser clientes de HomeLu debido a que la oferta actual no es un generar de alegría a su dolor como mercado. El rango de precio mínimo por día de cuidado es de \$20.000 y por noche de cuidado se establece entre \$25.000 a \$30.000 pesos.

Figura 5

Mapa de empatía cliente dueño ajustado al segmento



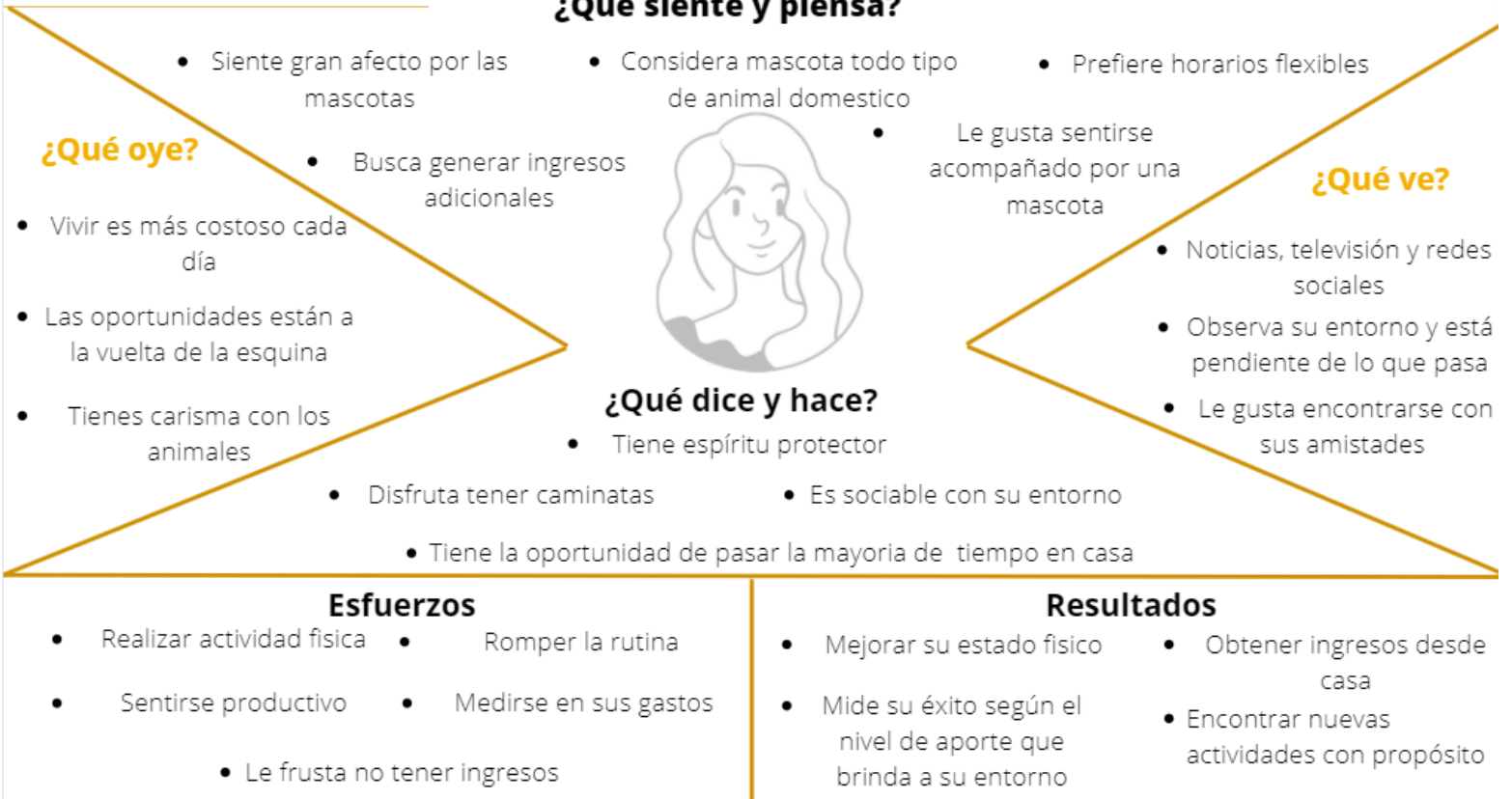
Fuente: Elaboración propia.

El mapa de empatía del cliente-dueño surge a partir de la escucha acerca de los dolores que tiene el segmento. Es el resumen de cada uno de los elementos que influyen en su diario vivir a partir de la manera en la piensa, lo que hace, dice, sus esfuerzos entre otros. Este mapa fue crucial para alinear el propósito del proyecto con la necesidad del mercado, al lograr identificar que para estas nuevas familias multiespecie las mascotas son un miembro más, por lo que su bienestar es una prioridad y lo que para HomeLu es fundamental.

**Figura 6**

*Mapa de empatía cliente cuidador ajustado al segmento*

**MAPA DE EMPATIA: cliente-cuidador**



Fuente: Elaboración propia.

La evolución de este mapa de empatía muestra el perfil del cliente-cuidador que busca HomeLu. Su sentir, pensar y actuar junto a sus deseos son los componentes que convierten en alegría los actuales dolores del mercado de mascotas. Para estos potenciales cuidadores no solo existen los caninos, ellos, a pesar de no tener mascotas, no solo saben el valor que tiene una para cada una de las familias sino, también conoce diversidad de especies que son en el siglo XIX un miembro más.

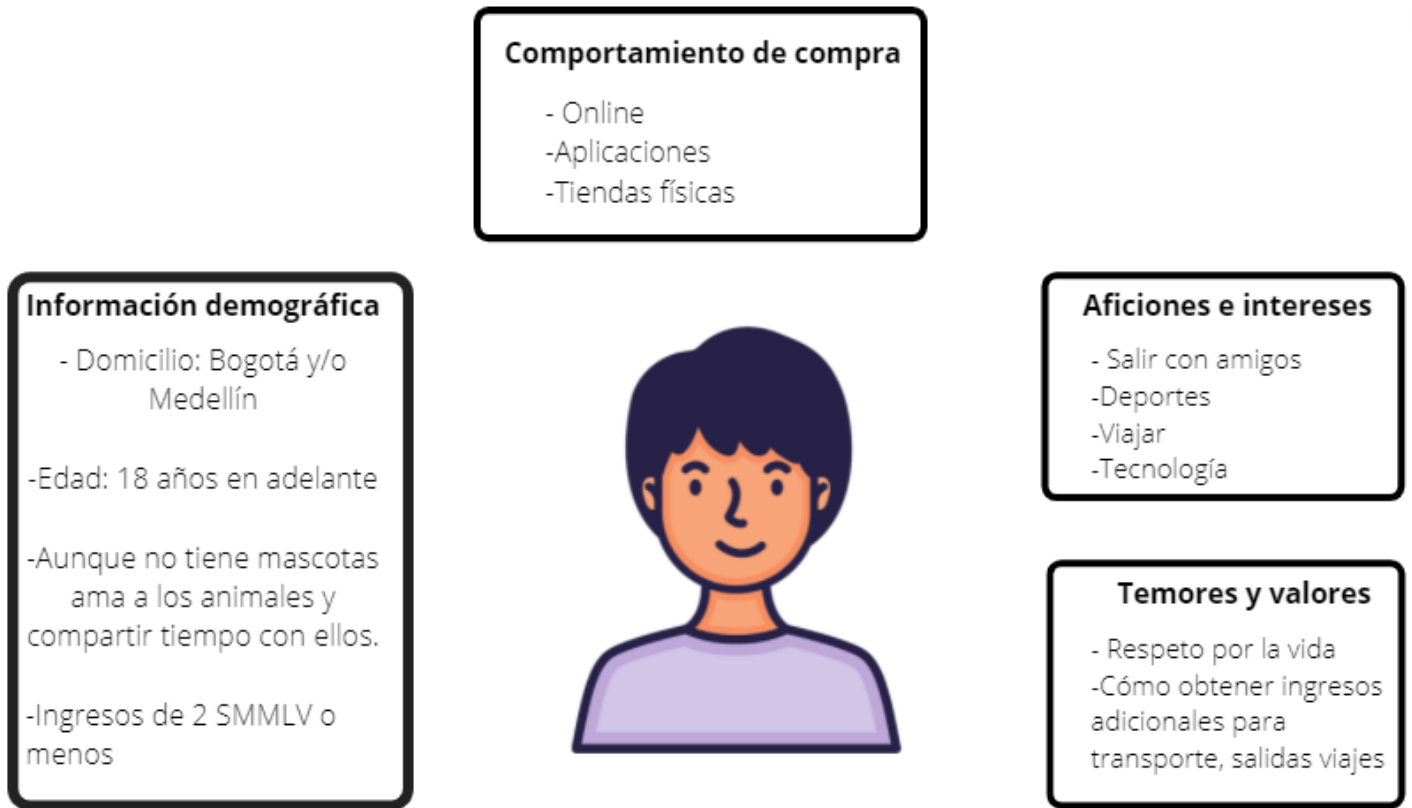
### ▪ Descripción de los consumidores.

Características según tipo de cliente dueño y cuidador definidas por el estilo de vida de cada uno de estos. La metodología Inbound fue utilizada para este hallazgo, se seleccionó dado a que su resultado es la construcción de un buyer persona, un tipo de cliente semi-ficticio a partir de los datos recolectados en el estudio piloto de mercado.

### Figura 7

#### Características de los clientes





## THE BUYER PERSONA

### Cliente 2 - Cuidador

Fuente: Elaboración propia

Los consumidores de la marca HomeLu es definido a través del prototipo de buyer personas. Cliente 1 y 2 corresponden a clientes ideales HomeLu construidos a partir de la información adquirida en los mapas de empatía y perfil del cliente aplicados a las muestras.

### Segmentación de mercado

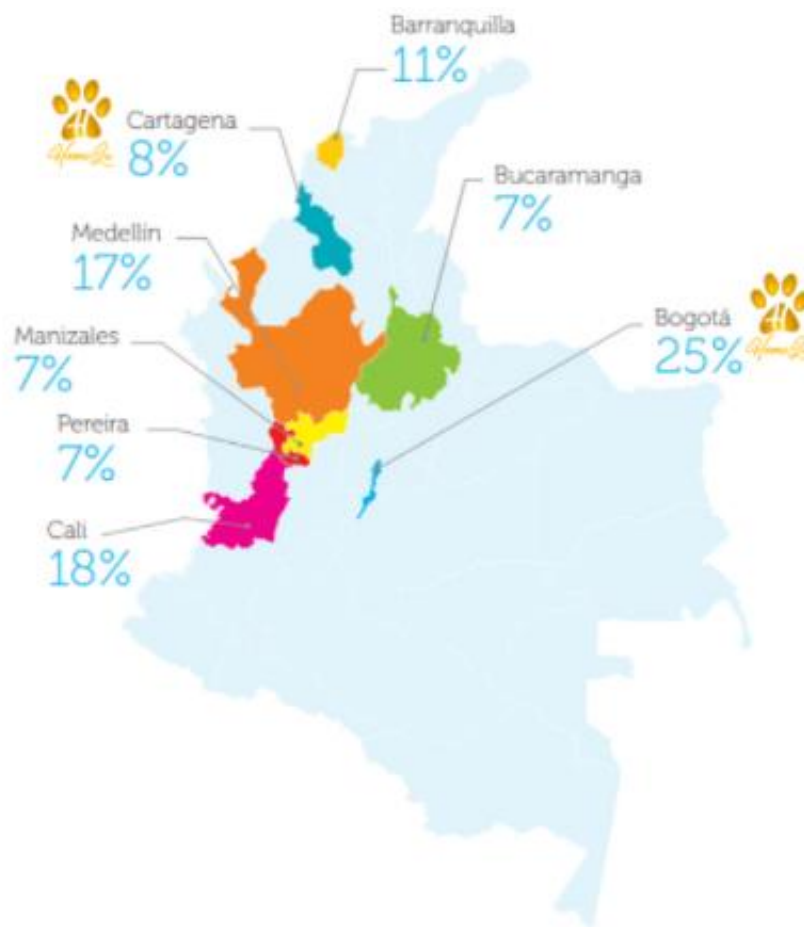
### ▪ Mercado objetivo

#### *Dónde se encuentran los clientes*

En su primera fase de crecimiento, Colombia fue seleccionada como ubicación para la implementación debido al favorable crecimiento de 84.9% (Bancolombia, 2021) que ha presentado el país en el mercado de mascotas como lo muestra la figura (9).

### Figura 8

#### *Segmentación de mercado objetivo*



Fuente (PetIndustry, 2020)

El mercado objetivo está ubicado en la ciudad de Bogotá, lugar que presenta mayor tenencia de mascotas con un 25%, acompañado de la ciudad de Medellín que además de contar con una alta tenencia de

mascotas (17%), se encuentra en la posición #1 entre las mejores ciudades para vivir en Colombia de acuerdo con estudios realizados por **La Red de Ciudades Cómo Vamos -RCCV** (Broseta, 2021)

- **Tamaño del mercado.**

*Tamaño del mercado*

El 82% de los 7.150.000 habitantes que reportó el DANE para 2019 en Bogotá posee mascotas. Cifras representadas en 63% caninos, 19% felinas 19%, 13% junto a un 3% y 2% que ha optado por conejos y peces (PetIndustry, 2019), lo que determina que el tamaño del mercado obedece a 5.863.000.

*Segmento de mercado*

Gracias a los estudios desarrollados a lo largo del proceso de validación como mapa de empatía, perfil de cliente, entrevistas y lienzo sostenible, fue posible definir el nicho de mercado para HomeLu. Se delimitó de manera demográfica a un segmento conformado por personas de 25 años en adelante, gozan de un salario que oscila entre los 3 SMMLV en adelante, cuentan con mascotas y lo sienten como un miembro de su núcleo familiar, pero, tienen la necesidad de acudir a un tercero para su cuidado.

*Tendencia de crecimiento del mercado*

La relevancia que han ganado los animales como parte de los hogares se ha visto reflejada en que sus productos, ingresaran a la medición de la canasta familiar realizada por el DANE (Bancolombia, 2021). Como consecuencia, el mercadeo de productos relacionados con perros y gatos creció en un 44% de 2011-2016 en donde Fenalco encontró que aproximadamente 1 de cada 3 hogares colombianos optó por adoptar una mascota (Forero, 2016). A 2021 estas cifras continuaron en aumento, la oferta de servicios para animales de compañía presenta una tendencia de crecimiento que ha llegado a el 84.9% en los últimos 5 años (Bancolombia, 2021).

- **Tendencias del mercado**

El impacto de las megatendencias en el mercado de mascotas y la dinámica social actual que acogen los hogares colombianos, abren el camino a un plan de negocio viable, innovador y sostenible en el tiempo: **HomeLu**. Beneficiado por un crecimiento del 84.9% en la industria de mascotas (Bancolombia, 2021) y acompañado por tendencias del mercado como Apps on-demand apoyadas por el ministerios de las TIC, el plan de negocio HomeLu proyecta una favorable penetración del mercado gracias a los resultados de proyectos de MINTIC como la asignación del espectro que a 2021, han logrado mayor cobertura y actualización tecnológica llegando a incrementar a 13,1 millón de conexiones móviles con velocidades promedio de descarga superiores a 10 Mbps (Portafolio, 2021).

## Figura 9

### Megatendencias



Fuente: Elaboración propia

Desde una óptica inversionista HomeLu es un modelo de negocio alivia los dolores actuales del mercado abarcando las tendencias del mercado. La conexión cliente cuidador se desarrolla mediante aplicación móvil. A su vez, hace parte de una industria con tendencia por las iniciativas sostenibles y, finalmente, incorpora Inteligencia Artificial (IA) que emula el comportamiento humano mediante chat virtual e interacción en la

- **Diseño de las herramientas para estudio de clientes.**

### Metodología Inbound

Una de las herramientas adquiridas a lo largo del programa de maestría en Comunicación Estratégica fue la [certificación Inbound](#) en el área de marketing (2022). Metodología adoptada para el estudio piloto de clientes, mediante la cual se aplicarán los fundamentos de:

- Propósito de la compañía: La misión de HomeLu que atrae, engancha y satisface al cliente.
- Metas del negocio: Todos los equipos se encaminan hacia el mismo propósito convirtiendo en alegría el dolor del cliente.
- Buyer personas: Representación de la cliente ideal compuesta por base de datos reales.
- Buyer's journey: Instrumento que personaliza el proceso de compra a través de las etapas de consciencia, consideración y decisión.

Lo anterior, utilizando el sistema tecnológico CRM- Customer Relationship Management. Software que manejará las relaciones e interacciones con consumidores y potenciales clientes de HomeLu y que al ser fusionado con la metodología Inbound, articulará el equipo de marketing, ventas y servicios bajo una misma base de datos, creando sinergia y consistencia con el fin de arrojar estudios certeros.

## 4.2 Análisis de la Competencia

Análisis de los competidores más fuertes para el modelo de negocio HomeLu por su relevancia en el mercado dado su competitivo portafolio de servicios.

**Tabla 8**

*Análisis de la competencia*

Competidores			
Descripción 4 P's	Petcrew	Wakypet	Al aire libre club canino
Punto de venta (Ubicación)	Bogotá, Cali, Medellín a través de página web.	Bogotá por aplicación móvil.	Bogotá mediante página web y vía telefónica.
Producto (Servios)	Sleepover, Dogwalker, Daycare	-Paseadores de perros -Baño mascotas -Guardería perros -Adiestramiento canino -Veterinario domicilio	-Al aire cuida -Al aire adiestra -Al aire hospeda (Servicios exclusivos para caninos)
Precios	Dogwalker: -1 hora \$10.500 -2 horas \$16.000 -3 horas \$26.500  20 paseos - 1h \$190.000 -2h \$296.000 -3h \$390.000  12 paseos -1h \$121.000 -2h \$184.000	1 hora \$8.000  -2 horas \$15.000-20.000  -3 horas \$27.000	<b>Al aire hospeda</b> -L-V (internado) 100.000 -1 día y noche 35.000  <b>Al aire cuida</b> -1 día semana 160.000 -3 días semana 310.000 -5 días semana 420.000  <b>Al aire adiestra</b> -1 día semana 225.000

Competidores			
			-2 días semana 380.000 -3 días semana 520.000  <b>-Transporte 30.000</b>
Promoción	Redes sociales:  Facebook, Instagram.	Redes sociales:  Facebook, Instagram, LinkIn	Redes sociales:  Facebook, Instagram, YouTube
Valores agregados	Petcrew eventos: acompañamiento a las mascotas en eventos Petfriendly .  -Máximo 4 perros por paseo	Actividad en tiempo real (visualización de la ruta del paseador en la App)  -Póliza de seguro Sura para la mascota durante el trayecto	Hectáreas de tierra libres adaptadas para desarrollo motriz, adiestramiento y esparcimiento canino
Link	<a href="https://www.petcrew.co/">https://www.petcrew.co/</a>  <a href="https://instagram.com/petcrew_co?utm_medium=copy_link">https://instagram.com/petcrew_co?utm_medium=copy_link</a>	<a href="https://wakypet.com/">https://wakypet.com/</a>  <a href="https://instagram.com/wakypet.com.co?utm_medium=copy_link">https://instagram.com/wakypet.com.co?utm_medium=copy_link</a>	<a href="https://www.alairelibreclubcanino.com/">https://www.alairelibreclubcanino.com/</a>  <a href="https://instagram.com/alairelibreclubcanino?utm_medium=copy_link">https://instagram.com/alairelibreclubcanino?utm_medium=copy_link</a>

Fuente: Elaboración propia

Figura 10

4 p's HomeLu app – Diferenciadores de la competencia



Fuente: Elaboración propia

El análisis de la competencia logró identificar los criterios más relevantes que poseen los competidores de HomeLu en el mercado. En cuanto a ubicación, se determinó que todos los competidores prestan sus servicios de cuidado, paseo y/o hospedaje en la ciudad de Bogotá principalmente, lo que coincide con el estudio de mercado realizado para HomeLu en el que se observó que es la ciudad con el mayor índice en tenencia de mascotas (25%) en el país (PetIndustry, 2020).

En términos de servicios, Petcrew se posiciona como el competidor más fuerte al tener un portafolio de servicios similar al de HomeLu. Petcrew cuenta con: Sleepover, Dogwalker y Daycare; HomeLu por su parte brinda servicios de: Cuidado diurno, cuidado nocturno y Hospedaje. Sin embargo, es fundamental tener en cuenta que ningún modelo de la competencia posee la propuesta de valor de HomeLu, negociaciones instantáneas en el que las partes acuerden y oferten los precios del mercado.

Al Aire libre es el competidor con mayor alineación en su portafolio de servicios y propósito. El nombre de cada servicio es congruente con su propuesta de valor y, su página web brinda información completa y

detallada para el segmento incluso con los precios establecidos. No obstante, este competidor se centra exclusivamente en los caninos dejando al 38% del mercado de mascotas sin participación.

En suma, el análisis de competencia permitió evidenciar los factores diferenciadores de la aplicación HomeLu para el mercado. Esto, se traduce en la oportunidad para HomeLu de convertir en alegría los dolores del mercado con una propuesta de valor innovadora frente a sus competidores: Servicio de cuidado y hospedaje de mascotas a través de negociaciones instantáneas.

### 4.3 Estrategia y plan de introducción de mercado

Acciones de promoción inicial de negocio con el fin de poner en conocimiento del público el modelo. Junto al plan de comunicación que con que va se va a divulgar y posicionar HomeLu a la vez que atrae y retiene clientes.

**Tabla 9**

*Estrategia de Comunicación y Promoción*

Actividad	Recursos requeridos	Mes de ejecución	Costo mensual	Responsable
Generar alianza bajo acuerdo legal de términos y condiciones	Entidad legal contratada por prestación de servicios con el fin de brindar	6	2'190.000 (López D. , 2021)	Equipo marketing y entidad legal
Paquete de marketing especializado	Entidad contratada para trabajar en conjunto con el equipo de	2	3'700.000 (Lorenzo Gutierrez, 2022)	Agencia de marketing
Pauta publicitaria radio según lo acordado con cada entidad	Pago a estaciones de radio	7	1'280.000 cuña mensual de 10 segundos (Rudas, 2022)	Equipo de marketing
Análisis de indicadores de penetración de mercado	Indicadores mensuales de medición de resultados	12	Gasto de nómina equipo de marketing	Equipo de marketing, ventas y atención al cliente
Publicación en redes sociales	Inversión en redes sociales e influenciadores	3	5'000.000	Equipo de marketing

<b>Actividad</b>	<b>Recursos requeridos</b>	<b>Mes de ejecución</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Responsable</b>
Construcción e implementación publicidad radio	Locutor, creación y dirección libreto	4	630.000 voz (accolombia, 2021)	Empresa de locución, equipo de marketing
Construcción e implementación pauta publicitaria para redes sociales	Acceso a internet, dispositivos móviles, computadores y programas de creación y publicación de contenido	4	Gasto de nómina equipo de marketing	Equipo de marketing
Análisis de mercadeo / resultados estrategia		8	Gasto de nómina equipo de marketing	
Construcción e implementación pauta publicitaria para aplicaciones móviles	Acceso a internet, dispositivos móviles, computadores y programas de creación y publicación de contenido	12	Gasto de nómina equipo de marketing	Equipo de marketing
Análisis de mercadeo / resultados estrategia		16	Gasto de nómina equipo de marketing	
<b>Costo anual Total</b>			12'800.000 mensual  127'320,000	

Estrategias de promoción y comunicación trazadas como plan para la introducción de la aplicación HomeLu en el mercado de mascotas, utilizadas para posicionarse como empresa, entrar en la mente de los clientes potenciales, captando su atención y fidelizándolos con la marca, alcanzar la meta de ventas.

✓ **Estrategia de promoción y comunicación**

Slogan: Te veo bien Humano, te veo HomeLu.

✓ **Propósito**

Incrementar la participación de mercado al generar alianzas: Walky!, Faranda y Airbnb. Esto, de la mano de la estrategia de comunicación que busca posicionarse en el top of mind de los consumidores y clientes potenciales.

✓ **Tiempo**

Corto – Mediana Plazo

Fuente: Elaboración propia

Es importante resaltar que los resultados adquiridos de los análisis de mercado estipulados para cada actividad determinan la continuación, variación o cambio de la estrategia misma. La adopción en el mercado de las pautas publicitarias implementadas y su impacto en la captación - retención de usuarios y ventas de servicios, definirán el trayecto de las actividades propuestas.

## 5. Aspectos técnicos

- Ficha técnica del producto o servicio

Descripción detallada para cada uno de los servicios que componen el portafolio de HomeLu como solución al dolor del mercado.

**Tabla 10**

*Ficha Técnica Servicio de Cuidado Diurno*

Ítem		Descripción
Servicio específico:	Denominación común del servicio	Cuidado diurno
Nombre comercial:	Denominación comercial que se propone	Cuidado diurno
Unidad de medida:	Unidad de medida a través de la cual se comercializará el servicio a ofrecer.	Cuidado de 6:00 a.m. a 6:59 p.m. medido a partir de horas en el día o días a la semana.

Ítem		Descripción
Descripción general:	Descripción de las características técnicas del servicio:	-Sin costo de instalación al descargar la app -Servicio de jornada continua de 6:00 a.m. a 6:00 p.m. -Acceso del usuario a un único perfil para solicitar y ofertar el servicio -Servicios ilimitados -Mensajería instantánea, imágenes y videos de la mascota durante el servicio a través de la app para brindar tranquilidad -Líneas de atención al cliente de HomeLu 24/7
Condiciones especiales	Describe las advertencias o condiciones especiales de almacenamiento o uso del producto / servicio	<b>Términos y condiciones</b> Es obligación del dueño y/o responsable de la mascota verificar que la cedula / ID del cuidador física, coincida con la cedula/ID publicada en el perfil del cuidador. Al firmar los términos y condiciones de cuidado, el dueño y/o responsable de la mascota acepta y conoce que los cuidadores no poseen conocimientos certificados sobre el cuidado y/o trato de mascotas. El cuidador afirma que es la persona que bajo número de identidad y nombre se muestra en la aplicación. Las partes aceptan que, en caso de pérdida, robo y/o muerte de la mascota HomeLu no se hace responsable por gastos y/o daños morales y emergentes fuera de los establecidos en el seguro de la mascota. Cabe aclarar que el seguro es opcional al momento de contratar el servicio, por lo que debe confirmarse que, al momento de tomar el servicio, la opción del seguro fue tomada y posteriormente pagada. El no pago del seguro de la mascota exime a HomeLu de toda responsabilidad.

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 11**

*Ficha Técnica Servicio de Cuidado Nocturno*

Ítem		Descripción
Servicio específico:	Denominación común del servicio	Cuidado nocturno
Nombre comercial:	Denominación comercial	Cuidado nocturno
Unidad de medida:	Unidad de medida a través de la cual se comercializará el servicio a ofrecer.	Cuidado de 7:00 p.m. a 5:59 a.m. medido a partir de horas en durante la noche o noches a la semana.
Descripción general:	Descripción de las características técnicas del servicio:	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Sin costo de instalación al descargar la app</li> <li>--Servicio de jornada continua de 7:00 p.m. a 5:59 a.m.</li> <li>-Acceso del usuario a un único perfil para solicitar y ofertar el servicio</li> <li>-Servicios ilimitados</li> <li>-Mensajería instantánea, imágenes y videos de la mascota durante el servicio a través de la app para brindar tranquilidad</li> <li>-Líneas de atención al cliente de HomeLu 24/7</li> <li>-Ubicación en tiempo real de la mascota durante el servicio</li> </ul>

Ítem		Descripción
Condiciones especiales	<p>Describe las advertencias o condiciones especiales de almacenamiento o uso del producto / servicio</p>	<p><b>Términos y condiciones</b></p> <p>Es obligación del dueño y/o responsable de la mascota verificar que la cedula / ID del cuidador física, coincida con la cedula/ID publicada en el perfil del cuidador.</p> <p>Al firmar los términos y condiciones de cuidado, el dueño y/o responsable de la mascota acepta y conoce que los cuidadores no poseen conocimientos certificados sobre el cuidado y/o trato de mascotas.</p> <p>El cuidador afirma que es la persona que bajo número de identidad y nombre se muestra en la aplicación.</p> <p>Las partes aceptan que, en caso de pérdida, robo y/o muerte de la mascota HomeLu no se hace responsable por gastos y/o daños morales y emergentes fuera de los establecidos en el seguro de la mascota. Cabe aclarar que el seguro es opcional al momento de contratar el servicio, por lo que debe confirmarse que, al momento de tomar el servicio, la opción del seguro fue tomada y posteriormente pagada. El no pago de la del seguro de la mascota exime a HomeLu de toda responsabilidad.</p>

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 12**

*Ficha Técnica Servicio de Hospedaje*

Ítem		Descripción
Servicio específico:	Denominación común del servicio	Hospedaje
Nombre comercial:	Denominación comercial que se propone	Hospedaje
Unidad de medida:	Unidad de medida a través de la cual se comercializará el servicio a ofrecer.	Cuidado de 24 horas. Puede ser ofertado 1 a partir de un día en adelante sin límite de tiempo, sin embargo, en caso de llegar a los 3 meses continuos, el servicio debe ser renovado por las partes.
Descripción general:	Descripción de las características técnicas del servicio:	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Sin costo de instalación al descargar la app</li> <li>-Servicio de 24 horas jornada continúa</li> <li>-Acceso del usuario a un único perfil para solicitar y ofertar el servicio</li> <li>-Servicios ilimitados</li> <li>-Mensajería instantánea, imágenes y videos de la mascota durante el servicio a través de la app para brindar tranquilidad</li> <li>-Líneas de atención al cliente de HomeLu 24/7</li> <li>-Ubicación en tiempo real de la mascota durante el servicio</li> </ul>
Condiciones especiales	Describe las advertencias o condiciones especiales de almacenamiento o uso del producto / servicio	<p><b>Términos y condiciones</b></p> <p>Es obligación del dueño y/o responsable de la mascota verificar que la cedula / ID del cuidador física, coincida con la cedula/ID publicada en el perfil del cuidador.</p> <p>Al firmar los términos y condiciones de cuidado, el dueño y/o responsable de la mascota acepta y conoce que los cuidadores no poseen conocimientos certificados sobre el cuidado y/o trato de mascotas.</p> <p>El cuidador afirma que es la persona que bajo número de identidad y nombre se muestra en la aplicación.</p> <p>Las partes aceptan que, en caso de pérdida, robo y/o muerte de la mascota HomeLu no se hace responsable por gastos y/o daños morales y emergentes fuera de los establecidos en el seguro de la mascota. Cabe aclarar que el seguro es opcional al momento de contratar el servicio, por lo que debe confirmarse que, al momento de tomar el servicio, la opción del seguro fue tomada y posteriormente pagada. El no pago de la del seguro de la mascota exime a HomeLu de toda responsabilidad.</p> <p>Entendiendo que el dueño de la mascota puede requerir ausentarse por largos periodos de tiempo, HomeLu app solicitará autorización a la renovación del servicio entre las partes en caso de que el servicio de hospedaje complete los 3 meses. Esto con el fin de confirmar la continuación del cuidado por largos periodos de tiempo, asegurando que la mascota continúa</p>

		bajo servicio de cuidado por parte del cuidador y no se presentan casos de abandono por parte del dueño de la mascota.
--	--	--

Fuente: Elaboración propia.

## Normas de calidad

Normativa que aplica para el modelo de negocio HomeLu en aspectos referentes a gestión de calidad, responsabilidad social y gestión ambiental según normas ISO.

**Tabla 13**

*Normas ISO*

<b>Normas ISO</b>	
ISO 9001	Sistema de Gestión de Calidad: Certificación que garantiza a clientes la mejora continua de los productos o servicios buscando la máxima satisfacción de los clientes.
ISO 26000	Sistema de Gestión de Responsabilidad Social: Si bien no es certificable, corresponde a las directrices que una organización debe seguir para operar de forma socialmente responsable, contribuyendo al desarrollo sostenible y mejorando las relaciones con sus grupos de interés.
ISO 14001	Sistema de Gestión Ambiental: Vertiente verde de las organizaciones, es certificable y busca minimizar el impacto sobre el entorno y el cumplimiento de la legislación ambiental.

Elaboración propia. Tomado de (ISOTools, 2022)

Los aspectos técnicos de HomeLu tienen en cuenta las normas ISO 9001, ISO 26000 e ISO 14001 en pro a tener una correcta gestión de procesos, contribuyendo a la calidad de sus servicios de hospedaje y cuidado de mascotas, el medio ambiente y sus diversos grupos de interés. Esto, alineado a la propuesta de valor de HomeLu: negociaciones instantáneas, cuyo propósito es proveer cuidado de mascotas abriendo la oportunidad al mercado para que tanto cuidador como dueño acuerden el precio del servicio. De esta manera, al articular

las normas ISO con la propuesta de valor, el modelo de negocio estará en la capacidad de entregar una solución de calidad, sostenible y responsable al mercado.

▪ **Recursos tecnológicos e infraestructura**

¿Para el funcionamiento del negocio, es necesario un lugar físico de operación? (SI/ NO, justificación)

No se requiere lugar físico. El modelo de negocio de la aplicación HomeLu realiza sus operaciones a través de equipos de comunicación y computo, claves para atraer, enganchar y fidelizar clientes. HomeLu app impartirá y gestionará soluciones integrales para su mercado siendo un intermediario para el cuidado y hospedaje de mascotas en casas locales acordados mediante la aplicación. Su actividad no requiere un lugar físico al operar de manera remota, sus trabajadores trabajan desde casa y el sistema de software recibe soporte durante la operación por parte de Oracle.

▪ **Requerimientos de inversión:**

**Tabla 14**

*Requerimientos de Inversión por Tipo de Activo*

Tipo de Activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario*	Requisitos técnicos
Maquinaria y equipo	Equipos de cómputo con licencias para sistemas requeridos	3	2'500.000	Cámara web integrada Opciones de conectividad: Wifi, bluetooth, USB
	Dispositivo móvil para manejo de redes sociales	1	1'100.000	Cámara integrada frontal y posterior Memoria interna de 128 GB y memoria expandible Opciones de conectividad:
	Transporte para visitas domiciliarias	1	35'000.000	Vehículo liviano, bajo consumo, alimentado por combustible de gasolina

Tipo de Activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario*	Requisitos técnicos
Otros	Aplicación móvil y web	1	70'000.000	Identificar ubicación del dispositivo Proveer direcciones Integración software de mapeo Notificaciones y SMS Integración de pagos
	Almacenamiento en la nube	1	El lanzamiento de la app al mercado utilizará la base "Autonomous data", no genera costo hasta que deba escalar.	Capacidad para soportar futuras Software escalable y parametrizable en el futuro Sistema de contingencia a un click (Configuración escalable)
	Gastos de legalización y constitución	1	4'870.000	

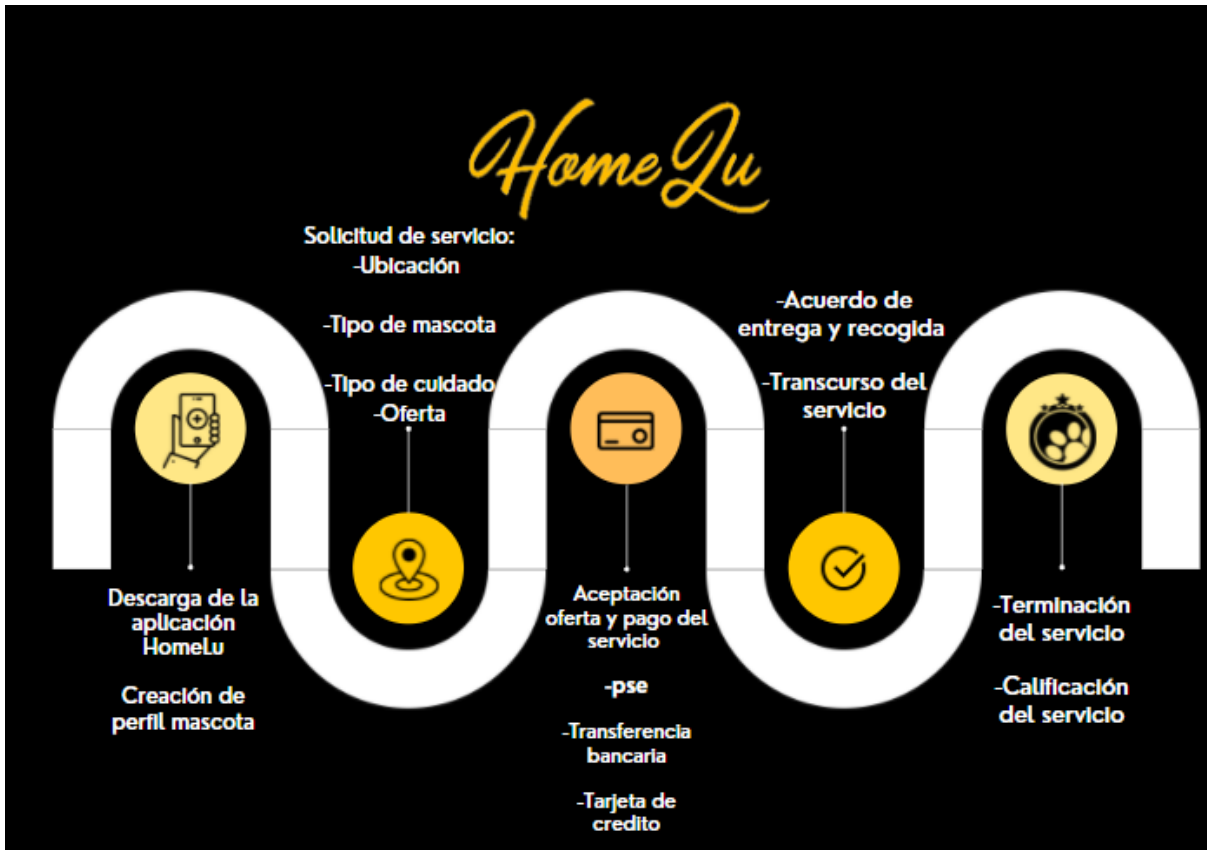
Fuente: Elaboración propia.

▪ **Proceso prestación de servicio**

Diagrama de flujo de la prestación de servicios de cuidado y hospedaje para mascotas en la aplicación HomeLu, ofertada y acordada mediante negociaciones instantáneas.

Figura 11

Diagrama de flujo de la prestación de servicios de cuidado y hospedaje



Fuente: Elaboración propia.

*Fases nucleares*

- 1.Descarga aplicación HomeLu:
- 2.Solicitud servicio:
- 3.Aceptación oferta y pago

*Fases de apoyo*

4. Acuerdos y transcurso del servicio
- 5.Calificación del servicio

**Descripción pasos**

1. *Descarga aplicación HomeLu:* La aplicación es descargada a través de las tiendas estipuladas para sistemas operativos Android (Play Store) y IOS (App Store). Posteriormente, se crea el perfil de usuario en donde se agrega correo electrónico, número de celular, datos de la(s) mascota(s), certificado de vacunas y requerimientos especiales para su cuidado.

2. *Solicitud servicio:* Acto seguido, el nuevo usuario hace la solicitud de servicio especificando ubicación en el que será prestado, tipo de mascota, tipo de cuidado y el precio que está dispuesto a pagar por el cuidado.

3. *Aceptación oferta y pago:* Una vez la negociación instantánea en la que dueño y cuidador ofertan sus precios es aceptada, el dueño de la mascota realiza el pago del cuidado a la aplicación mediante pasarela de pagos (pagos a negocios electrónicos en línea). El pago será consignado en la cuenta del cuidador al día siguiente que se haya prestado el servicio, si el servicio es prestado por más de 1 día, será consignado al 2do día de cuidado.

4. *Acuerdos y transcurso del servicio:* Las partes acuerdan entrega y recogida de la mascota según la línea de producto escogida para dar inicio al servicio.

5. *Calificación del servicio:* Al finalizar el servicio, tanto dueño como cuidador califican el servicio prestado.

*Tabla 5 Calificación servicio*

▪ **Capacidad de prestación del servicio:**

**Tabla 15**

*Capacidad Instalada*

Tipo de Servicio	# Cuidadores	# Mascotas por servicio	# Servicio por día	Subtotal Día	Subtotal semana	Total horas mes
<b>Cuidado diurno</b>	30	2	4	240	1680	6.720
<b>Cuidado nocturno</b>	10	2	2	40	280	1.120
<b>Hospedaje</b>	20	2	2	80	560	2.240
<b>Total capital instalada =10.080</b>						

Fuente: Elaboración propia.  
Schlumberger-Private

La capacidad de la aplicación HomeLu se basa en el cálculo del número de cuidadores con los que puede implementarse el PMV en el mercado multiplicando número de cuidadores \* número de mascotas por servicio = servicios por día \* 7 días de a semana \* 30 días del mes = Obteniendo la capacidad instalada por periodos mensuales de 10.080. Este resultado, se traduce en términos cuantificables, en el posible rendimiento económico que HomeLu obtendrá operando en el mercado de mascotas según los recursos planteados.

- **Equipo de trabajo:**

Para llevar a cabo la operación de la aplicación se tuvieron en cuenta los cargos, funciones, perfiles y tipo de contrato del talento humano óptimo que debe estar en la capacidad de prestar los servicios por el primer año de puesta en marcha de la aplicación de la siguiente manera:

## Tabla 16

Equipo de Trabajo

Nombre del Cargo	Funciones principales	Perfil		Tipo de contratación (jornal, prestación de servicios, nómina)	Dedicación de tiempo (tiempo completo / tiempo parcial)	Unidad	Valor remuneración	Mes de vinculación
		Formación mínima	Experiencia General (años)					
Agentes de atención al cliente	Empatizar con la situación del cliente, entender su requerimiento y brindar una solución integral a este.	Bachiller	Con o sin experiencia	Nómina	Tiempo completo	2	2'500.000	2 meses antes de lanzar la aplicación al mercado
Analista recursos humanos	Coordinar y evaluar programas de selección de personal, contratación y nómina.	Profesionales en administración de empresas, negocios internacionales	Con o sin experiencia	Nómina	Tiempo completo	1	4'000.000	2 meses antes de lanzar la aplicación al mercado
Analista de marketing	Monitorear actividades resultados de marketing de la competencia.  Analizar estrategias de mercado, examinar patrones de consumo.	Profesionales en publicidad, mercadeo, administración de empresas	Con o sin experiencia	Nómina	Tiempo completo	1	4'000.000	2 meses antes de lanzar la aplicación al mercado

**CUIDADO Y HOSPEDAJE DE MASCOTAS EN CASAS LOCALES A TRAVÉS DE NEGOCIACIONES INSTANTÁNEAS**

Cuidadores	<p>Brindar tranquilidad a dueños de mascotas mediante el cuidado personalizado a sus mascotas.</p> <p>Mantener informado al dueño acerca del estado de la mascota través de videos, fotos y mensajes.</p> <p>Crear un lazo de confianza y amistad con la mascota.</p>	N/A		Prestación de servicios		15	80% del servicio prestado	2 meses antes de lanzar la aplicación al mercado
------------	---	-----	--	-------------------------	--	----	---------------------------	--

Fuente: Elaboración propia.

## 6. Aspectos organizacionales y legales

Descripción de la normatividad que debe cumplirse para el portafolio definido anteriormente: Identificación de la norma, procesos, costos y tiempos asociados al cumplimiento de la normatividad.

- **Misión de la Empresa**

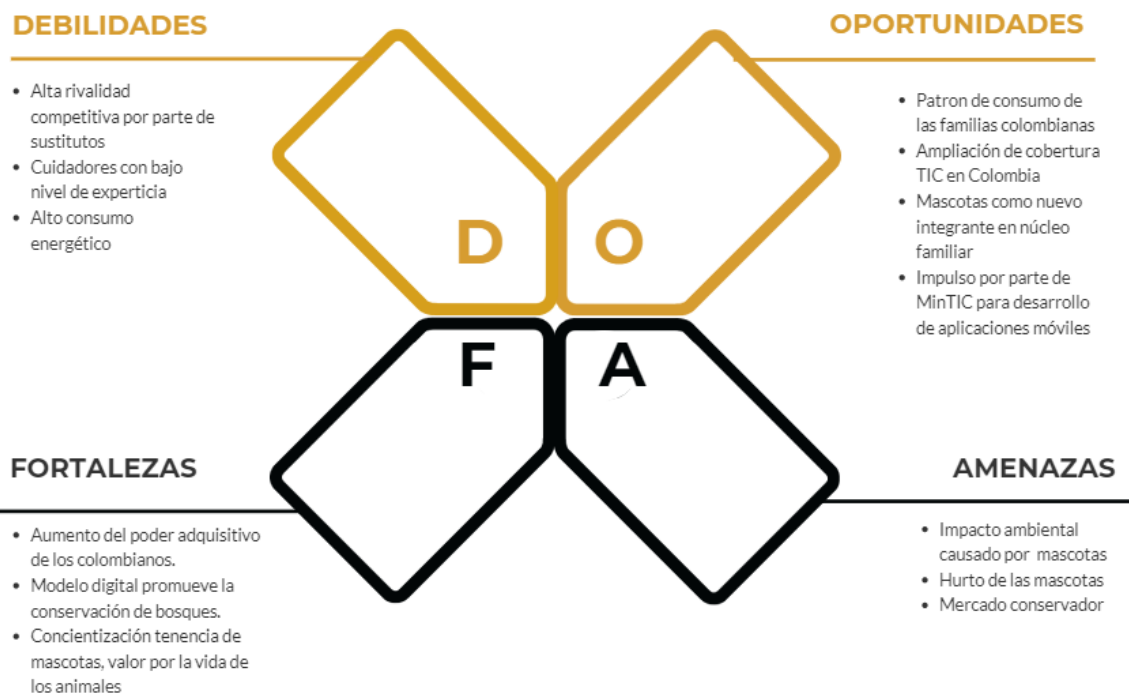
Brindar tranquilidad a los clientes que requieren cuidado y hospedaje para sus mascotas garantizando el encuentro entre dueño y cuidador con precios ofertados por las partes y servicios de calidad. Esto, gracias al comprometido trabajo de cuidadores que, comprenden que cada servicio trae consigo la responsabilidad de una vida invaluable para cada familia que decidió confiar en ellos.
- **Visión de la empresa**

Ser la aplicación número uno para el cuidado y hospedaje de mascotas en el mercado. Convirtiéndonos en líderes del mercado gracias a la innovación en nuestra forma de negociación, siendo reconocidos por nuestros clientes y sus peludos por la huella de calidad que nos caracteriza.

**Figura 12**

Análisis DOFA

## ANÁLISIS DOFA



Fuente: Elaboración propia.

### Debilidades

- *Alta rivalidad por sustitutos* como guarderías y colegios caninos tienen una participación de mercado del 63% del segmento de mascotas en Colombia (Aguirre S. , 2019).

- *Cuidadores con bajo nivel de experiencia* que ejercen el servicio de cuidado y hospedaje, al no ser un requisito contar con capacitación o certificación para la prestación de estos.

-*Alto consumo energético* por servidores, mantenimiento de software, almacenamiento en la nube y uso de dispositivos electrónicos para uso de la aplicación.

### **Fortalezas**

-*Aumento de poder adquisitivo de los colombianos* impactando positivamente a nivel social

- *Modelo digital promueve conservación de bosques* al contar con un plan de negocio sostenible enfocada a digitalizar su operación por medio del uso de aplicación móvil, factura electrónica y marketing digital.

-*Concientización tenencia de mascotas* dado que a través del cuidado brindado en HomeLu, es posible crear campañas de concientización sobre la responsabilidad que tiene la tenencia de mascotas, promoviendo el valor por la vida de los animales.

### **Oportunidades**

-*Patrón de consumo en familias colombianas* a causa del Covid-19 El hogar se convirtió en vivienda y trabajo, adoptando nuevas tecnologías como aplicaciones móviles, lo que beneficia al modelo de negocio HomeLu, debido a que este hace parte de las megatendencias en App on-demand surgidas en la pandemia (Universidad EAN, 2021).

-*Ampliación de cobertura TIC en Colombia* por medio de la asignación del espectro ampliando incluso el periodo de los permisos para el uso del espectro

hasta por 30 años ( (MinTIC, 2018). A 2021, este proyecto ha logrado incrementar a 13,1 millón de conexiones móviles con velocidades promedio de descarga superiores a 10 Mbps (Portafolio, 2021).

*-Mascotas como nuevo integrante en núcleo familiar* han tenido un crecimiento del 15% según Fenalco Antioquía (2019) durante la pandemia.

*-Impulso por parte de MinTIC para desarrollo de apps*, iniciativa nombrada como: plan Vive Digital para promover la creación de negocios a partir del uso de las TIC (innpulsa Colombia, 2012).

### **Amenazas**

*-Impacto ambiental causado por mascotas*: Investigaciones de la Universidad de California arrojaron que caninos y felinos son responsables del 25% del impacto ambiental causado por la producción de alimentos para su consumo (El espectador, 2017).

*-Posible hurto de mascotas* al momento del cuidado ya sea por parte del cuidador o por personas externas durante la prestación del servicio, panorama planteado durante la etapa de validación.

*-Mercado conservador* hallado durante la etapa de validación al descubrir que el mercado colombiano se caracteriza por mantener un estilo de compra tradicional, por lo que guarderías y colegios caninos tienen mayor participación de mercado.

### **Tabla 17**

#### *Estrategias de Consolidación DOFA*

<b>ESTRATEGIAS DE CONSOLIDACIÓN DOFA</b>
--

Controlar debilidades	-Sistemas de capacitación para el cuidado de mascotas por tipo de animales. -Utilización de energías renovables para mantenimiento de software.
Afianzar fortalezas	-Campañas de concientización y alianzas con marcas para promover la tenencia de animales con calidad de vida.
Aprovechar oportunidades	-Vinculación con Airbnb y Walkypet como aliados estratégicos con el fin de aumentar la participación de mercado de HomeLu.  ¿Cómo? a través de pautas publicitarias en sus sitios de compra dados los patrones de consumo que presentan los colombianos en sus plataformas.
Limitar amenazas	-Apoyar iniciativas sostenibles en la industria de mascotas con el objetivo de minimizar la huella ambiental, promoviendo:  1. Marcas que trabajen con empaques de fácil degradación 2. Aquellas que procesan alimentos con equipos de contención de emisiones atmosféricas.

Fuente: Elaboración propia.

Los factores encontrados favorecen la propuesta de valor permitiendo una penetración de mercado de manera acertada al conocer no solamente la necesidad a satisfacer, sino, además, cuáles son las debilidades y amenazas del modelo al momento de ser implementado en el mercado, tomando las fortalezas y oportunidades de este para solventarlas.

### **Normativas**

- Registro de marca – Propiedad intelectual

Este debe ser ante la Superintendencia de Industria y Comercio. Sólo se puede radicar un (1) logo por cada solicitud de registro; Una vez radicado, el logo NO podrá ser modificado, a menos que se solicite un nuevo registro marcario. La denominación de la marca contendrá TODAS las expresiones que hagan parte del logo enviado.

La Superintendencia de Industria y Comercio no permite el registro de expresiones extensas, slogans o lemas comerciales en una misma solicitud; es decir, junto con la marca. Además, debe tener definido la clasificación del servicio que para el caso de

HomeLu corresponde a la 9 y 43 de la Clasificación Internacional de Niza, junto a los titulares de la marca los cuales para HomeLu son Karen Lorena Díaz Aponte, quien ha desarrollado este proyecto, y, su esposo Leonardo Andrés Pereira Sastoque quien sería parte del modelo de negocio al ser consolidado. Es importante aclarar que el registro de marca será modificado y renovado a HomeLu, dado que el registro actual resultó con la letra H adicional, ver anexo 2.

- Normatividad empresarial (constitución empresa)

La Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) traza los lineamientos para la constitución de la empresa. En primer lugar, debe ser definido el tipo de empresa que se constituirá la cual para el caso de HomeLu sería como persona jurídica delimitada por una Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S.) (Cámara de Comercio de Bogotá, 2021).

- ✓ Documentos necesarios:
- ✓ Documento de identidad original
- ✓ Formato impreso carta de responsabilidades persona jurídica
- ✓ Formulario de Registro Único Empresarial y Social (RUES)
- ✓ Documento privado (Si la empresa posee activos totales por valor inferior a quinientos Salarios Mínimos Mensuales Vigentes o si tiene menos de 10 trabajadores y no se aportan bienes inmuebles)

- Normatividad tributaria

El Régimen Tributario Colombiano según el ministerio de comercio establece los siguientes impuestos de carácter nacional (Guía Legal para hacer Negocios en Colombia, 2011).

- ✓ Impuesto sobre la renta y complementarios: Tarifa general del 33%. Para el caso de HomeLu, considerada empresa “pequeña”, al iniciar sus actividades la tasa será de 0% durante dos años, el tercer año 8,25%, cuarto año 16,50%, quinto año 24,75% y, a partir del sexto año se aplicará la tarifa general del 33%.
- ✓ Impuesto al patrimonio: Topes y tarifas establecidas para personas jurídicas, naturales y sociedades de hecho consideradas declarantes del

Impuesto sobre la Renta.

**Figura 1**

*Base gravable impuesto al patrimonio*

Base Gravable (Patrimonio líquido)	Tarifa
Superiores a aprox. USD 2.770.082	4.8% (+25% de sobretasa)
Entre aprox. USD 1.662.049 y USD 2.770.082	2.4% (+25% de sobretasa)
Entre aprox. USD 1.108.033 y USD 1.662.049	1.4%
Entre aprox. USD 554.015 y USD 1.108.033	1%

Tomado de: (Guía Legal para hacer Negocios en Colombia, 2011)

- ✓ Impuesto sobre las ventas (IVA): Se está obligado al pago de este impuesto frente a la autoridad tributaria en Colombia aun cuando quien lo soporte económicamente sea el consumidor final. La tarifa general del IVA es aplicable a la mayoría de las operaciones con un 16%. Podrá ser descontado en el período fiscal de causación o en dos períodos bimestrales inmediatamente siguientes, y solicitarse en la declaración del período en el cual se haya efectuado su causación. (Guía Legal para hacer Negocios en Colombia, 2011).
- ✓ Gravamen a los movimientos financieros (GMF): Impuesto de carácter permanente y causación instantánea. Sucede al momento que se producen transacciones financieras, mediante las cuales se disponga de recursos depositados en cuentas corrientes o ahorro, cuentas de depósito en el Banco de la República y gro de cheques de gerencia. Su tarifa es del 0,4% del valor total de la transacción, se realiza vía retención de fuente por parte de las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera, de Economía Solidaria o el Banco de la República.
- Normatividad técnica
  - ✓ Registro de software en Colombia: Su fin es otorgar seguridad jurídica a su titular respecto de sus derechos laborales (Cardenas Vega , 2020). Su registro debe ser realizado ante la Dirección Nacional de Derechos

de Autor y comprenden todos los programas de ordenador, soporte lógico o aplicaciones informáticas. El derecho sobre el software dura mientras el autor está en vida y 80 años más después de su muerte. Adicionalmente, la licencia de uso debe ir acorde a lo estipulado en la ley 1341 de 2009 y está protegida por la misma (Secretariassenado, 2022)

- ✓ Condiciones de uso: El usuario debe aceptar los términos y condiciones para usar la aplicación de HomeLu, los ciudadanos-usuarios al acceder, navegar o usar el sitio, reconocen que han leído, entendido y se obligan a cumplir con estos términos. (MinTIC, 2022)
- ✓ Requisitos para alojar la aplicación en Play Store (Android) y App Store (IOS): No se permiten apps que violen los derechos de autor, simulen disparos, acoso, productos peligrosos, contenido sexual explícito, promoción al odio, contenido terrorista, lesiones personales, desórdenes alimenticios o que faciliten – promocionen actividades ilegales (Nieto, 2018).
- ✓ Contenido explícito: Aunque está dentro del marco legal obtener ganancias por medio de publicidad, es necesario que esta aparezca identificada en la app como publicidad.
- ✓ Licencias y permisos de recursos que se utilicen en la aplicación: Datos, elementos gráficos, melodías.
- ✓ Política de seguridad y privacidad de la información: Resolución 0448 de 2022 (MinTIC, 2022).
- ✓ Tratamiento de datos personales: Resolución 924 de 2020 (MinTIC, 2022).
- ✓ Ley jurisdicción aplicable: Disputas o conflictos que puedan generarse entre el usuario y la aplicación, serán resueltos bajo las leyes de la República de Colombia (MinTIC, 2022).

#### ▪ Normatividad laboral

La ley laboral debe ser aplicada a todas las relaciones de trabajo ejecutas en Colombia, busca regular las relaciones de entre el empleador sus trabajadores. Para ello, se requieren los siguientes aspectos:

- ✓ Contrato de trabajo: Clasificados dependiendo su duración

**Figura 2**

*Tipos de contrato – Normativa Colombia*

<b>Tipo de Contrato por Duración</b>	
Término indefinido	Es aquel cuya duración no está determinada por un término fijo o por la duración de una obra o labor contratada, o que no se refiera a un trabajo ocasional o transitorio. Todo contrato verbal se entiende que tiene un término de duración indefinido, aunque las partes no han acordado nada al respecto.
Término fijo	Las partes acuerdan establecer un plazo para la duración del contrato. Este tipo de contratos goza de una formalidad especial, deben constar por escrito, de lo contrario se entenderán de duración indefinida. Los contratos a término fijo inferior a 1 año sólo podrán renovarse por 3 períodos iguales o inferiores. Si se desea renovar nuevamente, la duración en esta oportunidad no podrá ser inferior a 1 año. Los contratos a término fijo entre 1 y 3 años podrán renovarse en forma indefinida. En el evento en que no se desee renovar el contrato, se debe dar aviso a la otra parte por lo menos con 30 días calendario de anterioridad a la fecha de vencimiento del contrato.
Por duración de la obra o labor contratada	El término depende directamente del tiempo que dure la obra o la labor que se haya contratado. La necesidad de describir en forma detallada la obra o labor objeto del contrato, exige que el contrato sea escrito. Los contratos por duración de la obra o la labor contratada no admiten renovaciones.
Accidental o transitorio	Es el contrato que se celebra para la realización de labores distintas de las actividades normales de la empresa y su duración es inferior a 1 mes.

Tomado de: (Guía Legal para hacer Negocios en Colombia, 2011)

O por vinculación especial como lo son:

- ✓ Contrato de prestación de servicios: Servicios prestados con independencia y autonomía técnica, administrativa y financiera.
- ✓ Empresa de servicios temporales (EST): Prestan servicios como proveedores de personal por un periodo de tiempo, contratados en forma directa por parte de la EST la cual figura empleadora.

Es importante, además, tener en cuenta los pagos obligatorios provenientes de la relación laboral que se describen a continuación:

- ✓ Salario: Ordinario o integral

- ✓ Prestaciones sociales: Auxilio de cesantías, Interés a las cesantías, prima de servicios, auxilio de transporte o conectividad.
- ✓ Aportes parafiscales:

**Figura 3**

*Porcentaje aportes parafiscales*

Entidad	% de la Nómina*
CCF	4%
SENA	2%
ICBF	3%

Tomado de: (Guía Legal para hacer Negocios en Colombia, 2011)

▪ **Normatividad ambiental**

La realización de cualquier tipo de actividad que involucre o afecte los recursos naturales, están sujetos a controles y regulaciones. De esta manera, el interesado debe tramitar ante las autoridades ambientales competentes las autorizaciones pertinentes. A continuación, se explican los principales instrumentos de gestión y control que aplican o no para HomeLu.

**Figura 4**

*Normatividad ambiental*

Nota:

Aire (Calidad del aire)	La emisión de gases a la atmósfera está regulada. En algunos casos se requerirá un permiso de emisiones atmosféricas. El permiso deberá identificar el tipo de proyecto a realizar, la emisión autorizada y la cantidad y calidad que la caracterizan. La vigencia será de hasta 5 años.  En todos los casos, el proyecto, obra o actividad que emita gases a la atmósfera deberá cumplir con los límites permisibles establecidos en la ley.	N/A
Aire (Calidad de Aire)	Se requerirá autorización para centros de diagnóstico de emisiones con el propósito de realizar la verificación de las emisiones de fuentes móviles dentro del área.	N/A
Agua	En relación con este recurso, la autoridad podrá otorgar los siguientes permisos:  Concesiones: Otorga el derecho al uso y toma del agua de ríos y pozos. La vigencia de estos permisos será de 10 años, y excepcionalmente hasta 50 años para obras destinadas a la prestación de servicios públicos o de servicios necesarios para la construcción de obras de interés social.  Permisos de vertimientos: Otorga el derecho a realizar vertimientos en cuerpos de agua. El término máximo será de 5 años.	N/A
Agua	En el evento en que se requiera intervenir un cauce se requerirá del permiso de ocupación de cauce. Será necesario para adelantar la construcción y funcionamiento de obras hidráulicas para la defensa y conservación de predios, cauces y taludes marginales de los ríos, quebradas y demás cuerpos de agua.	N/A
Agua	Será necesario obtener permiso de prospección de pozos y exploración de aguas subterráneas en el evento en que se pretenda explorar el subsuelo en busca de aguas subterráneas.	N/A
Residuos peligrosos	Existe una regulación especial para el manejo, tratamiento y disposición final de residuos peligrosos, así como para la recolección selectiva y gestión ambiental de los residuos de computadores y/o periféricos.	N/A
Publicidad Exterior Visual	Este tipo de publicidad deberá registrarse previamente ante la oficina del municipio a cargo. Adicionalmente, deberán pagarse los derechos correspondientes.	APLICA
Árboles	Será necesario el permiso de aprovechamiento forestal en el evento en que se pretenda extraer productos de un bosque para la realización de una actividad. También se requerirá de la autorización para la tala y poda de árboles.	N/A

Normativa ambiental que aplica a el proyecto en caso de optar en la estrategia de comunicación y promoción por publicidad exterior visual. Tomado de: (Guía Legal para hacer Negocios en Colombia, 2011)

El instrumento de gestión y control que aplica para HomeLu corresponde a Publicidad Exterior Visual. Instrumento que, a largo plazo, HomeLu podría aplicar como estrategia de mercado en su marketing mix, por ello, es fundamental que al llegar este momento sean acatadas las regulaciones pertinentes según decretos 959 de 2000 y 506 de 2003, entre

otros ante la Secretaría Distrital de Ambiente, entidad encargada de su regulación (Secretaría de Ambiente, s.f.).

## 7. Aspectos financieros

- ¿Cuál es el período de arranque del proyecto (meses)?

El proyecto comenzará operaciones en su noveno mes. Los primeros 7 a 8 meses la aplicación estará en desarrollo por parte del equipo de Oracle, quienes enviarán cada 8 a 15 días los avances de esta y, quedando a la espera de confirmación por parte del equipo HomeLu y modificaciones pertinentes. Una vez pase el periodo de desarrollo, se comenzarán los testeos con el equipo de HomeLu, una vez se tengan los testeos aprobados, se lanzará la prueba piloto al mercado entre el noveno y décimo mes.

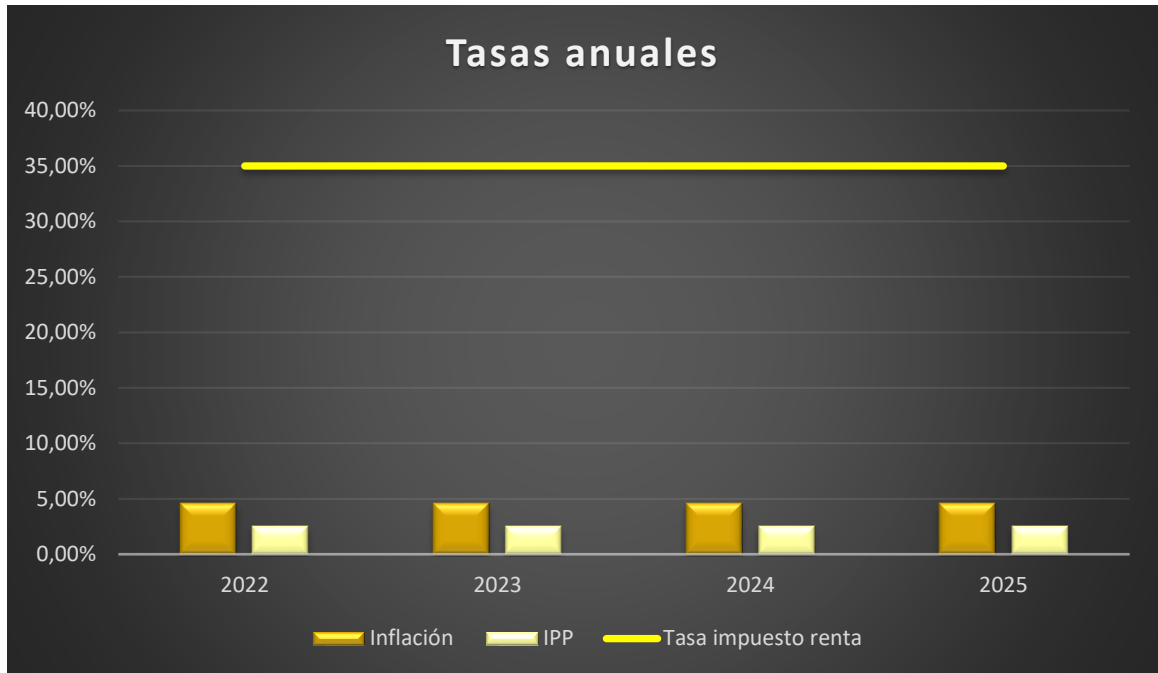
- ¿Cuál es el período improductivo (meses) que exige el primer ciclo de producción?

El periodo improductivo para HomeLu es de nueve a diez meses. Durante este tiempo se tienen en cuenta 4 meses y medio a siete meses en el desarrollo de la aplicación móvil, proceso que incluye diseño front-end, interfaz de usuarios y administradores, autenticación, memoria de la aplicación, pasarela de pagos e integración de back-end. Adicionalmente, es necesario tener distintas versiones de la aplicación que cumplan con los parámetros para diferentes tipos de dispositivos, pasando posteriormente por el proceso de lanzamiento en tiendas de Google Play y App Store (Fuentes, 2018). Una vez esto suceda, comenzaran los testeos con el equipo de HomeLu, una vez se tengan los testeos aprobados, se lanzará la prueba piloto al mercado entre el noveno y décimo mes, sin embargo, es importante aclarar que la aplicación estará en desarrollo continuo según la adaptación del mercado y la escalabilidad en el mismo.

- Proyección de ingresos

**Figura 13**

*Tasas anuales*



Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 18**

*Ingresos por Ventas*

INGRESOS/VENTAS DEL PRIMER AÑO			
NOMBRE DEL PRODUCTO O SERVICIO	CANTIDADES	PRECIO DE VENTA UNITARIO SIN IVA	INGRESOS TOTALES
Servicio de cuidado diurno	53.760,00	\$ 5.000,00	\$ 268.800.000
Servicio de cuidado nocturno	8.960,00	\$ 2.000,00	\$ 17.920.000
Servicio de hospedaje	17.920,00	\$ 6.000,00	\$ 107.520.000
		TOTAL	\$ <b>394.240.000</b>

Fuente: Elaboración propia. Adaptada de: (Giraldo)

Los ingresos han sido medrados de forma anual manejando como año base 2021 con proyecciones de crecimiento 4 años, teniendo en cuenta los factores de inflación, IPP e impuesto a la renta. Dichos ingresos, corresponden a la capacidad de prestación del servicio de HomeLu por la línea de negocio, sumado a ello, el precio de venta unitario es el 20% que toma la aplicación del 100% cobrado por el servicio prestado por parte del cuidador. Lo anterior, determina el ingreso anual en \$394,240,000 de pesos.

**Figura 14**

*Gastos Por Nómina*



Fuente: Elaboración propia.

**Figura 15**

*Gastos Fijos*



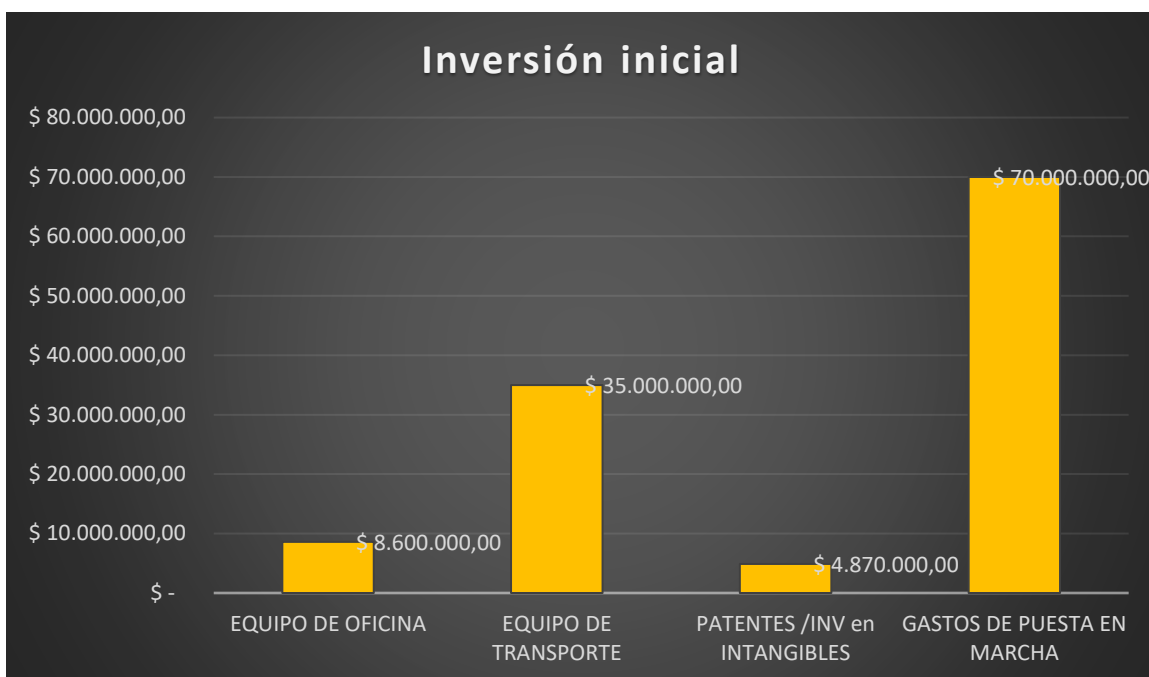
Fuente: Elaboración propia.

Este análisis surge a partir del englobado de costos fijos de manera anual. Aunque la aplicación no maneja costos unitarios por prestación de servicio, en su lugar, independiente de que sean prestados o no los servicios de cuidado, los costos fijos como nóminas, marketing mix, telefonía celular, internet y pólizas de seguro continúan, teniendo como resultado un englobado de costos anuales de \$109,592,000 de pesos. No obstante, es clave resaltar que al ser una aplicación móvil el costo variable se da en el hosting de servicio según la escalabilidad que tenga la demanda en el mercado.

- Inversión requerida y fuentes de financiación

**Figura 16**

*Inversión Requerida*



**Tabla 19**

*Cálculo de Capital*

<b>CALCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO INICIAL</b>			
	<b>MESES</b>		<b>VALOR</b>
<b>NÓMINAS</b>	6	\$	78.000.000
<b>MARKETING MIX</b>	6	\$	63.660.000
<b>GASTOS FIJOS</b>	6	\$	54.796.000
<b>TOTAL</b>		<b>\$</b>	<b>196.456.000</b>
<hr/>			
<b>TOTAL, INVERSIÓN</b>		<b>\$</b>	<b>314.926.000,00</b>
<b>APORTE DE LOS EMPRENDEDORES</b>		<b>\$</b>	<b>94.477.800,00</b>

---

<b>PRÉSTAMO POR SOLICITAR</b>	<b>\$ 220.448.200,00</b>
-------------------------------	--------------------------

---

Fuente: Elaboración propia. Adaptada de: (Giraldo)

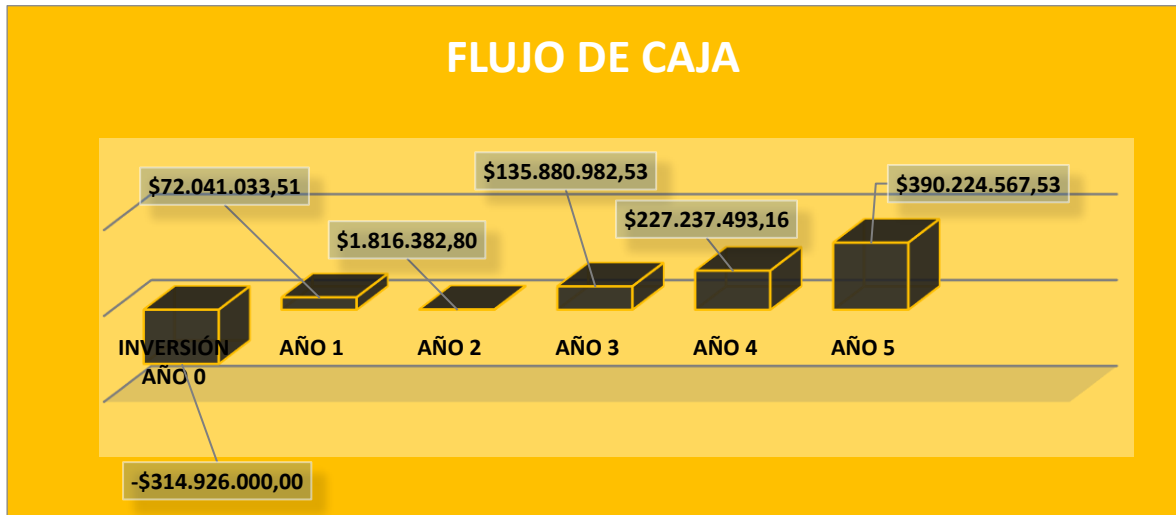
La inversión requerida para la puesta en marcha de la aplicación toma en cuenta dos factores vitales. En primer lugar, la inversión inicial por equipos, constitución legal y gastos de puesta en marcha (\$118,470.000 pesos). En segundo lugar, el costo del capital de trabajo que debe ser financiado por la inversión inicial durante 6 meses (\$196,456,0000 pesos), teniendo en cuenta que se establecieron anteriormente 9 meses improductivos durante el primer ciclo de producción de los cuales se requiere el capital de trabajo dijo a partir de los meses 7-8 una vez el piloto de la aplicación ha sido desarrollado.

Lo anterior, resulta en una inversión total para la puesta en marcha de \$314,926,000 de pesos, de este valor el aporte de los emprendedores corresponde al 30%, por lo que el préstamo a solicitar es del 70% (\$220,448,200 pesos), valor cuya fuente de financiación tiene como opciones el capital semilla de Bancolombia en conjunto con el SENA o inversionistas externos que sean persuadidos por HomeLu, la aplicación que a través de su valor agregado de negociaciones instantáneas logrará penetrar el mercado de mascotas, posicionarse y generar rentabilidad al negocio y sus inversionistas.

- Evaluación financiera

**Figura 17**

*Flujo de Caja*



Fuente: Elaboración propia. Adaptada de: (Giraldo)

**Tabla 20**

*Evaluación Financiera*

<b>VALOR PRESENTE NETO DEL PROYECTO</b>	\$ 91.412.883,56
<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>	29%
<b>PERIODO DE RECUPERACIÓN:</b>	3,9 años
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO EN PESOS (VALOR VENTAS MÍNIMAS EN TOTAL SIN IVA)</b>	\$ 392.912.000,00
	76.496,14 unidades

Fuente: Elaboración propia. Adaptada de: (Giraldo)

La evaluación financiera arrojó indicadores positivos para el modelo de negocio HomeLu. Allí, un valor presente neto (VPN) por ejemplo se estimó en \$91,412,883 lo que resulta ser la ganancia y valor del proyecto una vez sea pago el préstamo inicial. Acompañado por un periodo de recuperación de capital de 3 años y 9 meses con una tasa de retorno (TIR) de 29% lo que traduce en un costo de oportunidad beneficioso para el inversionista, alcanzando el punto de equilibrio del proyecto al tener ventas valoradas en \$392,912,000 de pesos, es decir, al vender alrededor de 76.496 servicios, teniendo además, un flujo de caja que para el año 1 es negativo dado su ciclo improductivo de nueve a diez meses y que a partir del año 2 comienza su crecimiento positivo bajo las proyecciones basadas en presupuestos reales del mercado actual.

- En caso de que la idea no sea exitosa, ¿cuál es mi plan de salida de la inversión?

Como plan de contingencia, en primera instancia se evaluaría por qué no se alcanzan las metas, limitando la oferta de los servicios en caso la demanda sea mayor que la capacidad de prestación de servicio, ante todo el bienestar de las mascotas, la tranquilidad de los clientes y la calidad de los servicios son la prioridad. Llegado el caso que los indicadores reflejen baja capacidad para sostener la compañía, se procedería a realizar su venta ya que la empresa tendría atractivos irresistibles para su compradores potenciales con mayor capacidad: ganar cuota de mercado, acceder a la tecnología del software de HomeLu y poder usarla bajo su exclusividad, llegar a un mercado desconocido, posicionar su negocio de cara al futuro al ser un negocio basado en tecnología y servicios por aplicación móvil y/o generar nuevos productos combinado tecnologías comunes y, en última instancia eliminar a un competidor.

- En caso de que la idea sea exitosa, ¿cuál es mi plan de salida de la inversión?

Convertir un dolor en oportunidad de negocio es como hallar agua en medio del desierto, no se pasa enfrente de ella, de hecho, se atesora, se valora y se busca su sostenibilidad. La aplicación HomeLu y el modelo de negocio que gira a su alrededor es el resultado de vivencias reales, es el desenlace de la historia de Alelu, cuyo nombre sigue produciendo nostalgia en los recuerdos.

HomeLu surge de la búsqueda por un hogar amoroso (Home) que pudiera cuidar a Alelu (Lu) mientras sus dueños debían ausentarse por largos periodos de tiempo, sin embargo, el mercado no logró aliviar su dolor, por lo que poniendo como prioridad el bienestar de Alelu, fue adoptado por un corazón con el mismo amor que sus dueños pero que contaba con el tiempo para su cuidado; el vacío fue tan grande que sus dueños se dieron a la tarea de encontrar una solución para aquellos que vivían esta situación.

Este, es un ejemplo de que las marcas que tienen historia, propósito y significado son aquellas que permanecen y dejan huella en el corazón de sus clientes; HomeLu es sin duda una de ellas, por lo que si la idea es exitosa en el mercado y tiene la capacidad de convertir su dolor en alegría generando utilidad entonces la pregunta sería: ¿por qué tener un plan para salir de esta inversión?

## 8. Enfoque hacia la sostenibilidad

El enfoque hacia la sostenibilidad de HomeLu maneja una estrategia empresarial de 360 grados. Sus cuatro dimensiones, hacen posible tener una visión completa de los procesos operacionales y decisiones de la compañía y, su impacto en los ámbitos social, ambiental, gubernamental y económico,

**Figura 18**

### *Dimensiones*

permitiendo a la aplicación dejar huellas positivas en sus clientes y grupos de interés.



Fuente: Elaboración propia.

- Dimensión social:

Concientizar a la sociedad sobre la responsabilidad que tiene la tenencia de mascotas, promoviendo el valor por la vida de los animales a través de la aplicación, publicidad, conferencias y los servicios de cuidado.

- Dimensión ambiental:

Iniciativas sostenibles

- ✓ Más clicks menos papel: Digitalización de procesos operativos y administrativos y marketing digital.
- ✓ Campaña en zonas residenciales: Se incentivará la reutilización de bolsas instalando canecas que ocupen poco espacio, pero sean llamativas visualmente ya sea en parques o conjuntos residenciales, esto con el fin de sean depositas allí bolsas previamente utilizadas, limpias y sin agujeros. De esta manera, al sacar a las mascotas se puede tomar las bolsas necesarias para recoger sus heces mitigando el impacto al medio ambiente.

- Dimensión económica:

Crecimiento de poder adquisitivo para los colombianos. Dado que en Colombia trabajos por prestación de servicios y/o remotos son poco comunes, HomeLu brinda la oportunidad de aumentar los ingresos a aquellas personas dedicadas a su hogar y estudiantes universitarios, permitiendo que cubran necesidades parciales sin salir de casa.

- Dimensión de gobernanza:

Cumplimiento de la normativa establecida para operar como empresa tanto empresarial como laboral, técnica, ambiental y tributarias abordadas en el punto seis como aspectos organizaciones y legales de la aplicación

## 9. Conclusiones

El modelo de negocio HomeLu presentó un progreso notable frente a los resultados arrojados en el anteproyecto. Gracias a una investigación más profunda y con las bases cimentadas en el estudio previo, se comprobó la hipótesis cumpliendo con los objetivos específicos propuestos al inicio del proyecto con el fin de comprobar su veracidad en el mercado.

En primer lugar, el estudio piloto de mercado permitió acercarse a los potenciales clientes, conocer qué piensan, qué hacen, sus miedos y esfuerzos, empatizar con su ser, sus alegrías y comprender su dolor. A través de instrumentos como el mapa de empatía, entrevistas, encuestas y análisis de la competencia se comprobó la hipótesis planteada: el dolor actual del mercado de mascotas es la inajustada oferta para su cuidado y hospedaje. Adicionalmente al desarrolló del primer objetivo, se articularon los resultados arrojados del estudio piloto con las tendencias del mercado, análisis del sector, entorno y el análisis PESTEL aplicado, se delimitó el segmento de mercado objetivo para HomeLu en las ciudades de Bogotá y Medellín, prototipando 2 tipos de clientes: cliente cuidador y cliente dueño para los cuales la aplicación HomeLu será su puente conector.

El segundo objetivo mostró un estudio técnico viable y abrió el camino del proyecto en el mercado y mostró. En función de que la viabilidad técnica y operativa del plan de negocio cuenta con una capacidad instalada de 10.080 servicios por mes, la oferta que puede entregar HomeLu es positiva, clara y debe mantenerse a este máximo para evitar exceso de demanda y poder entregar servicios de calidad orientados al cuidado y hospedaje de mascotas acordados a través de negociaciones instantáneas en la aplicación como propuesta de valor. La ficha técnica de HomeLu se estableció con tres servicios: Servicio de cuidado diurno (6:00 a 6:59 p.m.), servicio de cuidado nocturno (7:00 p.m. a 5:59 a.m.) y hospedaje (24 horas). Este innovador modelo de negocio facilita a sus usuarios tomar servicios de cuidado diurno y nocturno a partir de 1 hora en adelante, el precio de cada servicio se negocia entre el cuidador y el dueño de la mascota por medio de la aplicación (negociaciones instantáneas), aplicación que puede obtenerse mediante descarga móvil en sistemas IOS y Android. No obstante, la seguridad de la mascota, la información de los

usuarios y la calidad tanto del servicio como de cada uno de los clientes internos de la organización son prioridad, razón por la cual los aspectos organizacionales y legales fueron claves en el desarrollo de este modelo de negocio.

Como tercer objetivo se determinó la viabilidad financiera del modelo de negocio HomeLu app arrojando atractividad del mercado en virtud a su llamativa tasa de crecimiento 84.9% (Bancolombia, 2021). Su capacidad instalada fue la base para definir el posible rendimiento económico de HomeLu operando en el mercado. De cada uno de los servicios del portafolio (cuidado diurno, nocturno y hospedaje) la aplicación recibirá el 20% del valor total del servicio lo que proyecta ingresos de \$394,240,000 cop para el primer año. Por otro lado, el englobado de costos para el año 1 es de \$109,592,000 cop resaltando que el costo variable en el hosting de servicio incrementará según la escalabilidad que tenga la demanda en el mercado. Finalmente, evaluación financiera arrojó que la inversión inicial requerida corresponde a \$314,926,000 cop, estimando un periodo de recuperación de capital de 3 años y 9 meses de retorno (TIR) de 29% lo que traduce en un costo de oportunidad beneficioso para el inversionista. Teniendo, además, un flujo de caja que para el año 1 es negativo dado su ciclo improductivo de nueve a diez meses y que a partir del año 2 comienza su crecimiento positivo bajo las proyecciones basadas en presupuestos reales del mercado actual.

El cuarto objetivo consistió en diagnosticar el grado de sostenibilidad que tendrá el modelo, el impacto en el medio ambiente y la comunidad en el cual será desarrollado. Allí, se tuvieron en cuenta la dimensión social con la concientización de la tenencia de mascotas y el valor de su vida, la dimensión ambiental con campañas de recolección de bolsas para desechos en zonas residenciales y digitalización de procesos en la empresa, la dimensión económica con el crecimiento del poder adquisitivo de los colombianos y finalmente, la dimensión de gobernanza al hacer efectivo el cumplimiento de las normativas correspondientes para HomeLu app. De modo que, el enfoque de HomeLu hacia la sostenibilidad maneja una estrategia empresarial de 360 grados. Sus cuatro dimensiones, hacen posible tener una visión completa de los procesos operacionales y decisiones de la compañía y, su impacto en los ámbitos social, ambiental, gubernamental y económico permitiendo dejar huellas positivas en sus clientes y grupos de interés,

y a su vez, transmitiendo las bases que la Universidad EAN a construido en el proyecto.

En conclusión, la hipótesis formulada como problema central fue comprobada y los objetivos planteados fueron desarrollados verificando la viabilidad del negocio. La profundidad de la investigación facultó a el modelo de negocio HomeLu para entregar servicios de calidad que alivia los dolores del creciente mercado que ha venido incrementando sus ventas 84% los últimos 5 años (Bancolombia, 2021). Un portafolio de servicios para el cuidado y hospedaje de mascotas en casas locales que presenta como propuesta de valor un diferencial innovador: negociaciones instantáneas. Un modelo de negocio atractivo para inversión y con una propuesta real y crucial para el mercado, HomeLu app.

## 10. Referencias

- accolombia*. (2021). Obtenido de *accolombia*: <https://accolombia.com/tarifas/>
- Aguirre, S. (22 de Enero de 2019). *PetIndustry*. Obtenido de *PetIndustry*: <https://petindustry.co/gerencia/proyecciones-del-mercado-para-mascotas-2019/>
- Aguirre, S. (29 de Enero de 2019). *PetIndustry*. Obtenido de *PetIndustry*: <http://petindustry.co/gerencia/proyecciones-del-mercado-para-mascotas-2019/>
- Airbnb*. (s.f.). Obtenido de *Airbnb*: <https://news.airbnb.com/what-makes-airbnb-airbnb/>
- ANDI*. (2020). Obtenido de <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/10744/ParradoMaribel2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bancolombia*. (21 de 04 de 2021). Obtenido de *Bancolombia*: [https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/negocios/actualizate/tendencias/mercado-mascotas-2021!/ut/p/z0/04\\_Sj9CPykssy0xPLMnMz0vMAfljo8zijdwtPQ29TQz9LzDjA0CjU0DzRxDgkEc\\_YJsR0UA7\\_pOKQ!!](https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/negocios/actualizate/tendencias/mercado-mascotas-2021!/ut/p/z0/04_Sj9CPykssy0xPLMnMz0vMAfljo8zijdwtPQ29TQz9LzDjA0CjU0DzRxDgkEc_YJsR0UA7_pOKQ!!)
- Broseta, A. (02 de 02 de 2021). *Rankia*. Obtenido de *Rankia*: <https://www.rankia.co/blog/mejores-opiniones-colombia/3120172-mejores-ciudades-para-vivir-colombia-2021>
- Bustamante, C. (2021). *La pandemia incrementó un 15% las mascotas en los hogares antioqueños*. Antioquia: Fenalco Antioquia.
- Cámara de Comercio de Bogotá*. (2021). Obtenido de *Cámara de Comercio de Bogotá*: <https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa>
- Cardenas Vega*. (07 de abril de 2020). Obtenido de *Cardenas Vega*: <https://www.cardenasvega.com/index.php/cardenas-vega/boletin-intelectual/item/como-registrar-software>

Carrasquel, M. (21 de 02 de 2020). *Armadillo Amarillo SL*. Obtenido de Armadillo Amarillo SL: <https://www-dev.armadilloamarillo.com/blog/tendencias-en-aplicaciones-moviles-en-2020/>

*Consejo privado de competitividad*. (2020). Obtenido de Consejo privado de competitividad: [https://compite.com.co/wp-content/uploads/2020/11/CPC\\_INC\\_2020\\_2021\\_Ciencia-tecnologia.pdf](https://compite.com.co/wp-content/uploads/2020/11/CPC_INC_2020_2021_Ciencia-tecnologia.pdf)

*Ecoavant*. (2019). Obtenido de Ecoavant: <https://arkin.mx/las-mascotas-contaminan/>

*El espectador*. (06 de 08 de 2017). Obtenido de El espectador: <https://www.elespectador.com/ambiente/la-verdad-detras-del-impacto-ambiental-de-las-mascotas-article-706761/>

Elejalde, L. L. (5 de 06 de 2020). *La Republica*. Obtenido de La Republica: <https://www.larepublica.co/empresas/mercado-de-alimentos-y-productos-de-mascotas-movera-43-billones-en-2020-en-colombia-3014644>

*Farandahotels*. (2021). Obtenido de Farandahotels: <https://en.farandahotels.com/>

Forero, R. Á. (16 de 06 de 2016). *Semana*. Obtenido de Semana: <https://www.semana.com/opinion/columnistas/articulo/mascotas-en-colombia-carino-con-millones-por-raul-avila/224703/>

Fuentes, I. (12 de Mayo de 2018). Obtenido de <https://11aplicacionesmoviles4amp.wordpress.com/2018/05/12/cuanto-tiempo-toma-desarrollar-una-aplicacion-movil/>

*Gabrica, expertos en mascotas*. (2021). Obtenido de Gabrica, expertos en mascotas: <https://www.gabrica.co/el-mercado-de-las-mascotas-y-el-covid-19/>

Giraldo, M. R. (s.f.). Simulador 2.12. *Simulador 2.12*.

(2011). *Guía Legal para hacer Negocios en Colombia*. Bogotá D.C.: Fiducoldex – Fideicomiso Proexport Colombia. Obtenido de <https://www.mipymes.gov.co/mipymes/media/mipymes/Documentos/Guia-Legal-Para-Hacer-Negocios-en-Colombia.pdf>

- innpulsa Colombia.* (2012). Obtenido de *innpulsa Colombia*:  
<https://innpulsacolombia.com/apps-co/apps.html>
- ISOTools.* (2022). Obtenido de ISOTools: <https://www.isotools.org/normas/>
- López, D. (20 de Abril de 2021). *Soluciones legales corporativas.* Obtenido de Soluciones legales corporativas: <https://www.solucioneslegales.net.co/afiliate>
- López, N. L. (21 de Septiembre de 2021). *CENTRO JURIDICO INTERNACIONAL.* Obtenido de CENTRO JURIDICO INTERNACIONAL:  
<https://acolombianlawyers.com/noticias/2021/09/21/proyecto-de-ley-busca-generar-licencia-de-luto-por-muerte-de-mascota/>
- Lorenzo Gutierrez.* (2022). Obtenido de <https://lorenzogutierrez.net/es/marketing-digital/precios-y-paquetes-de-marketing-digital-2/>
- Minciencias.* (2019). Obtenido de Minciencias:  
[https://minciencias.gov.co/viceministerios/conocimiento/direccion\\_transferencia/beneficios-tributarios](https://minciencias.gov.co/viceministerios/conocimiento/direccion_transferencia/beneficios-tributarios)
- MinTIC.* (23 de 09 de 2018). Obtenido de MinTIC:  
<http://micrositios.mintic.gov.co/modernizamos-sector-tic/proyecto.html>
- MinTIC.* (15 de febrero de 2022). Obtenido de MinTIC:  
<https://mintic.gov.co/portal/inicio/Secciones-auxiliares/Politicasy2627:Politicasyde-Privacidad-y-Condiciones-de-Uso>
- Nieto, J. G. (9 de diciembre de 2018). *Xatakandroid.* Obtenido de Xatakandroid:  
<https://www.xatakandroid.com/aplicaciones-android/estos-requisitos-que-app-debe-cumplir-quiere-estar-google-play>
- Oracle.* (s.f.). Obtenido de Oracle: <https://www.oracle.com/co/cloud/>
- PetIndustry.* (16 de Marzo de 2020). Obtenido de PetIndustry:  
<https://petindustry.co/gerencia/un-nuevo-hogar-colombiano/>

*Portafolio.* (4 de Febrero de 2021). Obtenido de Portafolio:  
<https://www.portafolio.co/economia/el-comportamiento-de-conectividad-en-colombia-en-el-tercer-trimestre-548835>

R., L. F. (13 de 09 de 2018). *La Republica.* Obtenido de La Republica:  
<https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/empresas-de-mascotas-que-tienen-un-caracter-sostenible-2770251>

Rudas, C. E. (13 de Marzo de 2022). *LA REPUBLICA.* Obtenido de LA REPUBLICA:  
<https://www.larepublica.co/ocio/conozca-los-costos-para-pautar-en-radio-y-como-le-ayuda-potencializar-su-marca-3302221>

*Secretaría de Ambiente.* (s.f.). Obtenido de Secretaría de Ambiente:  
<https://ambientebogota.gov.co/publicidad-exterior-visual.-pev>

*Secretariassenado.* (15 de febrero de 2022). Obtenido de Secretariassenado:  
[http://secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1273\\_2009.html](http://secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1273_2009.html)



*Universidad EAN.* (31 de Mayo de 2021). Obtenido de Universidad EAN:  
<https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/10744/ParradoMaribel2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y>



## Anexos

Documentos que complementan el trabajo generando valor a la investigación y para el lector.

### Anexo 1

*Entrevistas validación preliminar cualitativa*

Entrevistado		Link	Anexos
Aliado Clave	Oracle	<a href="https://drive.google.com/file/d/1YK_jb9GraUVzYKdny29_ZRROcdh13EHn/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1YK_jb9GraUVzYKdny29_ZRROcdh13EHn/view?usp=sharing</a>	 Formato_de_entrevistas_2021%20-Aliado%
Cliente dueño	Valentina Alarcón	<a href="https://drive.google.com/file/d/1iq0oISg60XN3nwUM4TXAokofpJOI5A6z/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1iq0oISg60XN3nwUM4TXAokofpJOI5A6z/view?usp=sharing</a>	 Formato_de_entrevistas_2021%20-Clientes
	Juan Hernández	<a href="https://drive.google.com/file/d/1kliuQgVuC3_CXGj4oW76-GuuN5f0vsMz/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1kliuQgVuC3_CXGj4oW76-GuuN5f0vsMz/view?usp=sharing</a>	
Cliente cuidador	Gabriel Ruíz	<a href="https://drive.google.com/file/d/1zrOKEUKPrOmvpvOAvs3YHtswQ6qMyvw5/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1zrOKEUKPrOmvpvOAvs3YHtswQ6qMyvw5/view?usp=sharing</a>	

Entrevistado	Link	Anexos
	<p>Gina León Barrera</p> <p><a href="https://drive.google.com/file/d/1ATfp8cXmtDk2ENoVnVdM49nTZZacMxOt/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1ATfp8cXmtDk2ENoVnVdM49nTZZacMxOt/view?usp=sharing</a></p>	
Empresario	<p>Diego Bula</p> <p><a href="https://drive.google.com/file/d/1GniH63ZfAIGXfsl8-7mge8GFQpuf5HDh/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1GniH63ZfAIGXfsl8-7mge8GFQpuf5HDh/view?usp=sharing</a></p>	 Formato_de_entrevistas_2021%20-Empresario
Experto técnico	<p>Erick Vallejo</p> <p><a href="https://drive.google.com/file/d/1J-Y-HFNSmWwXzW-japbMb1NGJajGOoDW/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1J-Y-HFNSmWwXzW-japbMb1NGJajGOoDW/view?usp=sharing</a></p>	 Formato_de_entrevistas_2021%20-Experto:

Fuente: Elaboración propia.

## Anexo 2

Encuesta

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdZ9siQBm3z9zLFq\\_8rZ2fjP5ROr5Dpb9L0TBuSU2dBLmvGYw/viewform?usp=sf\\_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdZ9siQBm3z9zLFq_8rZ2fjP5ROr5Dpb9L0TBuSU2dBLmvGYw/viewform?usp=sf_link)

## Anexo 3

Registro de marca PDF



Certificado registro de marca.pdf

## Anexo 4

*Simulador financiero HomeLu*



SIMULADOR%20%20  
0%20FINANCIERO%: