

**PETSHOOT COMO PROPUESTA EDUCOMUNICATIVA PARA CONTRARRESTAR  
EL MALTRATO Y ABANDONO ANIMAL**

**Dana Marcela Arredondo Madero, Andrea Carolina Jiménez García,  
Sofía Medina Lozano, Valentina Vega Lozano**

**Universidad Santo Tomás  
División de Ciencias Sociales  
Facultad de Comunicación social para la paz**

**Bogotá D.C. 2020.**

**PETSHOOT COMO PROPUESTA EDUCOMUNICATIVA PARA CONTRARRESTAR  
EL MALTRATO Y ABANDONO ANIMAL**

**Dana Marcela Arredondo Madero, Andrea Carolina Jiménez García,  
Sofia Medina Lozano, Valentina Vega Lozano**

**Presentado como requisito para optar al título de Comunicador social**

**Tutor: Delsar Roberto Gayón**

**Universidad Santo Tomás  
División de Ciencias Sociales  
Facultad de Comunicación social para la paz**

**Bogotá D.C 2020.**

## Dedicatoria

Dedicamos este emprendimiento a Dios, por darnos vida y salud, porque es nuestra fuente, y nos provee sabiduría, fortaleza y paz en todo tiempo; a nuestras familias, porque su amor, dedicación, paciencia y recursos fueron abundantes, lo que nos motivó a seguir adelante, por esto y mucho más, este logro es por y para ustedes.

## Agradecimientos



Queremos agradecer a cada profesor de la Facultad de Comunicación Social para la paz, por su pasión al enseñar, porque dejaron una semilla de conocimiento en nosotras, y sabemos que seguiremos cultivando frutos. Así también, a nuestros compañeros, por cada charla, cada momento de diversión, cada debate, cada trabajo que nos formaron juntos como profesionales; a todos los llevaremos en nuestros corazones, porque aunque nos separemos al graduarnos, siempre nos unirá nuestro glorioso claustro.

## **Tabla de Contenidos**

|                           |    |
|---------------------------|----|
| Tabla de cuadros.....     | 7  |
| Tabla de gráficos.....    | 8  |
| Logo y justificación..... | 9  |
| Introducción.....         | 11 |

### **Capítulo I - El Negocio**

|                                                            |    |
|------------------------------------------------------------|----|
| 1.1 Fundamentación.....                                    | 14 |
| 1.1.1 Conceptos.....                                       | 14 |
| 1.1.2 Investigaciones.....                                 | 15 |
| 1.1.3 Teorías.....                                         | 17 |
| 1.2 Descripción de la Empresa.....                         | 19 |
| 1.3 Planteamiento estratégico.....                         | 19 |
| 1.3.1 Misión.....                                          | 20 |
| 1.3.2 Visión.....                                          | 20 |
| 1.3.3 Objetivos.....                                       | 20 |
| 1.3.4 Valores corporativos.....                            | 21 |
| 1.3.5 Organigrama.....                                     | 22 |
| 1.4 Postura ética.....                                     | 23 |
| 1.5 Descripción del servicio.....                          | 23 |
| 1.6 Etapas del proyecto.....                               | 25 |
| 1.7 La Comunicación y su aporte en la idea de negocio..... | 28 |
| 1.8 Marco legal.....                                       | 30 |

### **Capítulo II - Definición del Servicio**

|                                                    |    |
|----------------------------------------------------|----|
| 2.1 Producto o servicio.....                       | 31 |
| 2.2 Plus o ventaja competitiva.....                | 33 |
| 2.3 Características del producto y/o servicio..... | 35 |

|                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------|----|
| 2.4 Productos o servicios similares en el mercado.....           | 37 |
| 2.5 Registro de empresas que trabajan en el mismo sector.....    | 38 |
| 2.6 Aporte del modelo de negocio en términos de innovación.....  | 39 |
| 2.7 El servicio y su representación como una solución única..... | 40 |

### **Capítulo III - Equipo de Trabajo y Sistema de Negocio**

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| 3.1 Equipo de trabajo.....          | 42 |
| 3.2 Red de contactos y aliados..... | 43 |
| 3.3 Ventajas de las alianzas.....   | 44 |

### **Capítulo IV - Plan de Mercadeo**

|                                                                                                    |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.1 El cliente.....                                                                                | 46 |
| 4.1.1 Caracterización de los clientes o grupos potenciales.....                                    | 46 |
| 4.1.2 Necesidades y problemas más significativos del cliente.....                                  | 47 |
| 4.1.3 Razones por las que compra un cliente.....                                                   | 47 |
| 4.1.4 Estrategias comunicativas para la persuasión del cliente.....                                | 48 |
| 4.1.5 Medios de comunicación para captar la atención del cliente.....                              | 50 |
| 4.2 La competencia.....                                                                            | 51 |
| 4.3. Precio del servicio.....                                                                      | 54 |
| 4.3.1 Precio del servicio y/o producto.....                                                        | 54 |
| 4.3.2 Precio de la competencia.....                                                                | 54 |
| 4.3.3 Precio que el cliente está dispuesto a pagar.....                                            | 55 |
| 4.3.3 Métodos de pago ofrecidos por el modelo de negocio.....                                      | 56 |
| 4.4 Canales de distribución del servicio, captación de clientes y posicionamiento de la marca..... | 57 |
| 4.4.1 Canales de distribución del servicio.....                                                    | 57 |
| 4.4.2 Canales de comunicación para llegar a los clientes.....                                      | 58 |
| 4.4.3 Estrategia de posicionamiento.....                                                           | 58 |

## Capítulo V - Análisis de riesgos

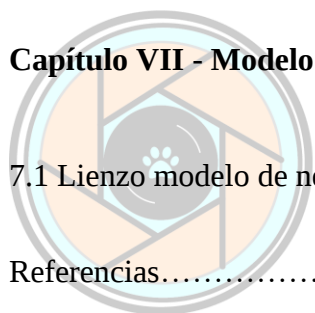
|                       |    |
|-----------------------|----|
| 5.1 Financieros.....  | 60 |
| 5.2 Legislativos..... | 61 |
| 5.3 Mercado.....      | 62 |

## Capítulo VI - Plan Financiero

|                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------|----|
| 6.1 Inversión mínima requerida para iniciar operaciones.....     | 63 |
| 6.2 Tiempo establecido para la recuperación de la inversión..... | 63 |
| 6.3 Definiciones.....                                            | 64 |
| 6.3.1 Costos fijos.....                                          | 64 |
| 6.3.2 Costos variables.....                                      | 65 |
| 6.3.3 Punto de equilibrio.....                                   | 65 |

## Capítulo VII - Modelo de Negocio CANVAS

|                                             |    |
|---------------------------------------------|----|
| 7.1 Lienzo modelo de negocio - CANVAS ..... | 67 |
| Referencias.....                            | 69 |
| Anexos.....                                 | 72 |



## Índice de Tablas

|                                                         |    |
|---------------------------------------------------------|----|
| <i>Tabla 1</i> Presupuesto.....                         | 25 |
| <i>Tabla 2</i> Aportes sociales .....                   | 26 |
| <i>Tabla 3</i> Pre inversión total.....                 | 26 |
| <i>Tabla 4</i> Empresas que trabajan en el sector ..... | 38 |
| <i>Tabla 5</i> Equipo de trabajo.....                   | 42 |
| <i>Tabla 6</i> Contactos y alianzas de Petshoot.....    | 43 |
| <i>Tabla 7</i> Análisis de riesgos financieros.....     | 60 |
| <i>Tabla 8</i> Análisis de riesgos legislativos.....    | 61 |
| <i>Tabla 9</i> Análisis de riesgos de mercado.....      | 62 |
| <i>Tabla 10</i> Costos fijos.....                       | 64 |
| <i>Tabla 11</i> Costos variables.....                   | 65 |



## Índice de Figuras

|                                                            |    |
|------------------------------------------------------------|----|
| <i>Figura 1</i> Logo Petshoot.....                         | 9  |
| <i>Figura 2</i> Organigrama Petshoot.....                  | 22 |
| <i>Figura 3</i> Limitaciones Chapinero.....                | 46 |
| <i>Figura 4</i> Limitaciones Usaquén.....                  | 46 |
| <i>Figura 5</i> Tarta precio de servicio.....              | 55 |
| <i>Figura 6:</i> Tarta sobre medios de pago favoritos..... | 56 |
| <i>Figura 7:</i> Ruta del comprador.....                   | 57 |
| <i>Figura 8:</i> Lienzo CANVAS.....                        | 67 |



## Logo y Justificación

Figura1: logo de Petshoot



Dentro del concepto de imagen corporativa, entendida como “todos aquellos elementos gráficos y visuales propios de una corporación o empresa...es el sello a través del cual una empresa quiere ser identificada y distinguida entre el resto de compañías del sector” (Nuño, 2017, prr. 3), el logo de Petshoot se identifica con un imagotipo, que se compone de imagen y texto, los cuales se unen en un mismo concepto, pero también pueden identificar a la empresa por separado. En la imagen se encuentra el lente de una cámara y en su foco una huella animal, haciendo explícito el objeto social de la organización. Por otra parte, el texto que compone el logo es el nombre *Petshoot*, el cual está acompañado del eslogan “*Tu mascota, nuestro primer plano*”, con esta frase se pretende transmitir el valor o beneficio comercial que se obtiene con el servicio, resaltando el componente social, pues en Petshoot inminentemente el bienestar y la protección de las mascotas va ser siempre la prioridad.

Por otra parte, los colores utilizados en el logo son el azul y el naranja que desde el círculo cromático se complementan a la perfección, combinando un color cálido y uno frío. Además, desde la psicología del color, el azul transmite tranquilidad, amabilidad, favorece la paciencia, y denota fidelidad, mientras que, en contraste, el naranja es un color más alegre que denota

diversión, motivación y vitalidad. Además, es considerado como el color de la comunicación y de la creatividad.

Por último, en cuanto a la tipografía, la utilizada para el nombre Petshoot es una derivada de la tipografía tipo display, denominada “Sweet cake”, este tipo de letra se caracteriza por un trazo grueso y con diseños atractivos, generando un texto bien definido que denota el carácter de la marca, a la vez que da una impresión de confianza, seguridad y creatividad.



## Introducción

Según la Universidad Uniminuto y el Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal, se estima que cerca de 3.5 millones de hogares en Colombia tienen una mascota, que existen en Colombia más de un millón de animales domésticos abandonados, entre perros y gatos, y que entre 2010 y 2016 se presentaron 33 mil casos (2016). Estas cifras llevan a pensar que realmente existe un problema que no se está atendiendo y que por el contrario tiende a incrementar. Al respecto, se han implementado sanciones como la ley 1774 del 2016, en la que se contempla a los animales como seres sujetos de derechos, susceptibles a medidas de protección en caso de ser vulnerados, adicionalmente, en el artículo N° 3 se expresa el compromiso con los animales, “El Estado, la sociedad y sus miembros tienen la obligación de asistir y proteger a los animales con acciones diligentes ante situaciones que pongan en peligro su vida, su salud o su integridad física” (Código Civil, 2016).

Además, el abandono animal también afecta a la salud pública, pues se ha comprobado que la proliferación de animales callejeros tiene un impacto significativo en la difusión de enfermedades a las que el ser humano está expuesto. Por lo tanto, es pertinente recalcar que la problemática no involucra únicamente a fundaciones, ONGs, o a propietarios de animales, sino que afecta a la sociedad en general.

Notando que el fenómeno de abandono animal obedece directamente a un problema de educación, como respuesta nace Petshoot, una empresa especializada en sesiones fotográficas convencionales y temáticas para mascotas, que además de ser una buena oportunidad en el mercado debido a que es un sector poco desarrollado, pretende narrar historias visuales que fortalezcan la protección de los animales, y los lazos afectivos entre dueño y mascota,

Por lo tanto, la empresa respondiendo a la problemática planteada, busca contribuir y avanzar en la implementación de estrategias comunicativas - educativas, que aporten a crear una cultura en torno al cuidado y tenencia responsable de mascotas. Para esto, en primera medida se empleará a la fotografía como transmisora de mensajes sobre la relación adecuada entre familias y animales, y también esta se utilizará para promover la adopción; esto en alianza con fundaciones de animales en condición de abandono.

En cuanto a los canales de comunicación de la empresa, que son principalmente las redes sociales, Facebook, Twitter e Instagram, se utilizarán no solo para difundir nuestro trabajo empresarial, sino también, todo tipo de contenido educomunicativo como infografías o reportajes que ayuden a disminuir la problemática, se visibilice, y así mismo promuevan el cuidado y la protección animal.

Por último, la empresa no busca ser reconocida únicamente por su estilo novedoso y la calidad del producto, sino también, por brindar una experiencia completa, a través de 4 experiencias establecidas a modo de paquete, ya que esta modalidad permite “satisfacer una necesidad específica...el paquete se ajusta a una unidad de necesidad y, por lo tanto, se vuelve más pertinente para que el consumidor la compre.” (Grasset, 2015. Prr. 1). De este modo, la estrategia de precios por paquete, permite que el cliente adquiera varios productos y/o servicios por un precio único y total a pagar.

Teniendo en cuenta lo anterior, Petshoot ofrece 4 paquetes establecidos de la siguiente manera: Retratando huellitas (sesión en estudio), Huellitas naturales (sesión al aire libre), Huellitas creativas (sesión temática), y Huellitas empresariales. Además, el cliente tendrá la

posibilidad de adquirir productos adicionales como retablos, portarretratos e impresión digital en 3D.



## Capítulo I – El Negocio

### 1.1 Fundamentación

#### 1.1.1 Conceptos

Los conceptos necesarios dentro del planteamiento estratégico de Petshoot son: comunicación, educomunicación, tenencia responsable y mascota.

Inicialmente, entendemos la comunicación, según la definición de Paulo Freire (1973), quien la explica como un proceso que implica reciprocidad dada a través del significado y significante, en donde los sujetos no son sujetos pasivos, y la define como una característica y elemento necesario en la educación. Sin embargo, sin desconocer la importancia de la comunicación como un proceso básico en toda relación e interacción, en Petshoot la educomunicación o comunicación popular será el pilar fundamental dentro del objeto social con la cual “estamos siempre buscando, de una y otra manera, un resultado formativo. Decimos que producimos nuestros mensajes para que los destinatarios tomen conciencia de su realidad, o para suscitar una reflexión, o para generar una discusión” (Kaplún, 2002, Pg. 15).

Por otra parte, al hablar de tenencia responsable de mascotas, la entendemos según la definición del Ministerio de salud de Colombia, que afirma que “es el Conjunto de obligaciones que contrae una persona cuando decide aceptar y mantener una mascota o animal de compañía y que consisten, entre otras, en proporcionarle alimento, albergue y buen trato, brindarle los cuidados indispensables para su debido bienestar y no someterlo a sufrimientos evitables” (Carreño.L, 2017, P.10).

Del mismo modo, la entidad estatal afirma que el concepto de mascota denota “todo animal doméstico o domesticado que convive con el hombre para fines de compañía y entretenimiento principalmente y que son absolutamente dependientes del ser humano para asegurar su bienestar y supervivencia” (Carreño.L, 2017,P. 10). Además, explica que existen 3 categorías: Animales de compañía, resumidos básicamente en perros y gatos; animales de producción, que son aquellas especies destinadas a suplir necesidades como ovinos, caprinos, equinos, entre otros; y animales no convencionales, aquellos que han sido adoptados por el hombre erróneamente como animales de compañía.

### **1.1.2 Investigaciones**

Actualmente, son muchas las investigaciones que dan cuenta de la importancia de las mascotas, no solo dentro de la conformación de las familias, sino también en la industria comercial. La revista Dinero (2019) en el artículo “Las familias colombianas tienen más mascotas y menos hijos”, aseguró que según la firma de consultoría Kantar World Panel, en Colombia hay 3,5 millones de hogares con mascotas: 67% son perros, 18% gatos y 16% afirma tener ambos, en los cuales, el promedio mensual de gasto en comida es de \$177.000, con una equivalencia de 3% en la canasta familiar. De acuerdo con lo anterior, el director de nuevos negocios de Kantar World Panel, Miguel de la Torre, comentó que la tenencia de mascotas se ve impulsada porque los nuevos hogares tienden a tener menos hijos e invierten esos gastos en tener una mascota.

Según el artículo, el auge de la tenencia de mascotas es tan alto que muchas compañías de diversas actividades económicas se han interesado en potencializar sus ventas mediante la

prestación de algún servicio centralizado en este nicho. Como ejemplo de lo anterior, se encuentra Bancolombia que ahora ofrece seguros para las mascotas. Así también, diferentes entidades públicas y privadas, como centros comerciales, restaurantes, bancos, entre otros, que están ligados a la tendencia *petfriendly*. El texto concluye asegurando que el negocio entorno a la mascotas en Colombia seguirá creciendo, en la medida en que siga la tendencia a tener más mascotas y menos hijos.

Con la idea anteriormente planteada concuerda el artículo “Los 'millennials' no quieren tener hijos sino mascotas” publicado por El Tiempo, basándose en tres estudios: El primero, “Pet Owner Paths” realizado por la Asociación Americana de Productos para Mascotas, Unfenced, Merck y Kynetic. El segundo, un estudio elaborado por la firma de comercio electrónico [www.zulily.com](http://www.zulily.com). Y por último, una investigación realizada en varios países de Europa por Ipsos y Purina (Carreño, L. 2017).

Estas investigaciones, entre otros resultados, concluyeron que actualmente el sector que constituye el porcentaje principal de propietarios de perros y gatos, son los ‘millennials’, quienes consideran que tener una mascota es importante para prepararse de cara a construir una familia.

Además, afirmaron que el 83% de los millennials españoles llevarían a sus animales de compañía a su lugar de trabajo, e incluso estarían dispuestos a tener una reducción en el salario para que esto les fuera permitido.

Finalmente, este artículo evidencia el trasfondo que tiene el hecho de tener una mascota hoy día en un hogar. Las mascotas hacen parte de la conformación familiar, y los estilos de vida de las personas se acomodan en torno al beneficio y bienestar de las mismas.

En contraste, Cuponatic.com realizó un estudio llamado “Análisis: cuánto invierten los colombianos en sus mascotas”, que demostró que el comercio electrónico cada vez es más potente en nuestro país, y que cada vez son más las personas que se animan a utilizar este medio para adquirir un producto y obtener un servicio que les llegue hasta la puerta de sus casas, entre estos, se encuentra el de los animales. La investigación mostró que en promedio un hogar nacional invierte \$60.000 de su salario en alimentos, juguetes y accesorios que permitan el sano desarrollo y entretenimiento de estos animales, cifras que representan el 20% de aumento, en comparación con datos arrojadas en 2015. Además, la investigación concluyó que las mujeres son las que más productos para mascotas están comprando en el país, pues ellas participan un 65%, mientras que los hombres 35% (Pérez, E. 2016).

### ***1.1.3 Teoría y Líneas Conceptuales***

La Declaración Universal de los derechos del animal es un documento que se emitió el 15 de octubre de 1978 por la Liga Internacional de los Derechos del Animal y Ligas Nacionales afiliadas, y que posteriormente fue aprobado por la UNESCO. Allí se considera que todo animal es poseedor de derechos, y que el desconocimiento los mismos ha hecho que las diferentes especies a lo largo de la historia se vean vulneradas por los hombres. Además, considera a la educación como un pilar elemental en el objetivo del respeto hacia los animales, la cual se debe emplear para enseñar a la infancia el respeto y amor por estos seres.

La declaración a través de los 14 artículos que la componen, entre otras cosas, proclama que todo animal sin importar su clase o especie, tiene derecho al cuidado y protección por parte del hombre, y no debe ser sometido a actos crueles o explotado para esparcimiento del mismo. Además, dice que estos derechos deben ser defendidos por la ley, y que se debe hablar de genocidio o crimen contra la especie cuando algún acto implique la muerte de un gran número de animales salvajes.

En concordancia con lo anterior, en el 2017 el Gobierno de Colombia a través del Ministerio de salud, emitió un informe titulado “Lineamientos para la política de tenencia responsable de animales de compañía y producción”, en el que se hace explícita la necesidad de establecer una política pública de tenencia de responsable, aún no existente, que permita garantizar los derechos de los animales en todas sus especies, atribuyendo responsabilidad compartida a instituciones, entidades y a la comunidad en general. El hecho de que no exista una política pública que esté a la par de la normatividad existente en Colombia, hace que no sean claras las posturas y responsabilidades desde los diferentes actores y sectores del país. (Carreño, L. 2017).

Así mismo, la cartilla explica que a pesar de que es obligación del Gobierno garantizar el bienestar de los animales, las entidades de salud han liderado el tema de tenencia responsable en Colombia, esto debido a que los daños o enfermedades de los animales inciden directamente y negativamente en la salud de la población. No obstante, menciona que otros sectores también contribuyen en su buen funcionamiento, estos son: Propietarios, sector agropecuario, profesionales de ciencias agropecuarias, sector ambiente, comunidad y sector educación.

## 1.2 Descripción De La Empresa

En Petshoot tu mascota es la protagonista, es por esto que bajo el eslogan de “Tu mascota, nuestro primer plano”, la empresa ofrece un servicio de fotografía pensado exclusivamente en y para tus amigos peludos, pues sabemos que ellos también hacen parte de tu familia.

En la organización te brindamos una experiencia completa, en la que tú y tu mascota compartirán un agradable momento a través de una sesión fotográfica que se adecua a tus gustos y necesidades. Nuestros paquetes ofertados son: Retratando huellitas (sesión en estudio), Huellitas naturales (sesión al aire libre), Huellitas creativas (sesión temática) y Huellitas empresariales (paquete ofrecido a entidades estatales, fundaciones, ONGs, etc.). Además, podrás adquirir productos adicionales como portarretratos, mugs, e impresión 3D, pues sabemos que tus fotografías favoritas querrás plasmarlas en tus objetos preferidos.

Reconociendo el estado de vulnerabilidad actual en el que se encuentran los animales, en Petshoot nos comprometemos con el cuidado, respeto, y protección hacia ellos, recordando que son seres sintientes y poseedores de derechos. Por esto, a través de estrategias educomunicativas aplicadas, principalmente, a través de nuestros canales de comunicación, se pretende promover la tenencia responsable de mascotas y evitar el abono y el maltrato, generando autenticidad y recordación de la marca.

## 1.3 Planteamiento Estratégico

### 1.3.1 Misión

Petshoot es una empresa especializada en sesiones fotográficas convencionales y temáticas para mascotas, las cuales emplean estándares de alta calidad e innovación, ofreciendo variedad en el servicio, con el fin de que cumpla las expectativas y necesidades del cliente

### 1.3.2 Visión

Petshoot en el 2022 se posicionará como una empresa referente a nivel nacional por su servicio especializado en sesiones fotográficas para mascotas, caracterizándose por su servicio innovador y la calidad de su producto, y destacándose por su atención personalizada, reflejada en clientes satisfechos que conservarán los recuerdos de sus mascotas en fotografías.

### 1.3.3 Objetivos

**Objetivo General.** Narrar historias visuales que fortalezcan la protección de los animales, y la relación de concienciación y del buen cuidado entre dueño y mascota.

#### **Objetivos Específicos.**

- Promover la tenencia responsable de mascotas a través estrategias educacionales
- Generar una línea y estilo novedoso de fotografía para mascotas que permita reconocimiento y autenticidad de la marca.
- Promover prácticas de cuidado, respeto y bienestar animal, en función de evitar el abandono y humanización, mediante dinámicas educacionales.
- Implementar mejoras constantes para incrementar la calidad del servicio.

### 1.3.4 Valores Corporativos

**Calidad.** En Petshoot ningún detalle lo pasamos por desapercibido, por muy pequeño que parezca, es por esto que nuestros productos y cada uno de los servicios prestados cuenta con altos estándares de calidad que pretenden satisfacer las necesidades y expectativas de cada uno de los clientes, pues precisamente la calidad es un concepto clave dentro de nuestra misión y objetivos corporativos.

**Innovación.** Desde el primer momento, Petshoot se pensó como una idea de negocio innovadora, que se saliera de los estándares y modelos comerciales tradicionales, y que incursionara dentro de un mercado e industria poco explorado, pero evidentemente en auge. Es así como la innovación está presente desde el objeto social de la empresa, y en función del mismo, donde los diseños novedosos y propuestas alternativas caracterizan al servicio.

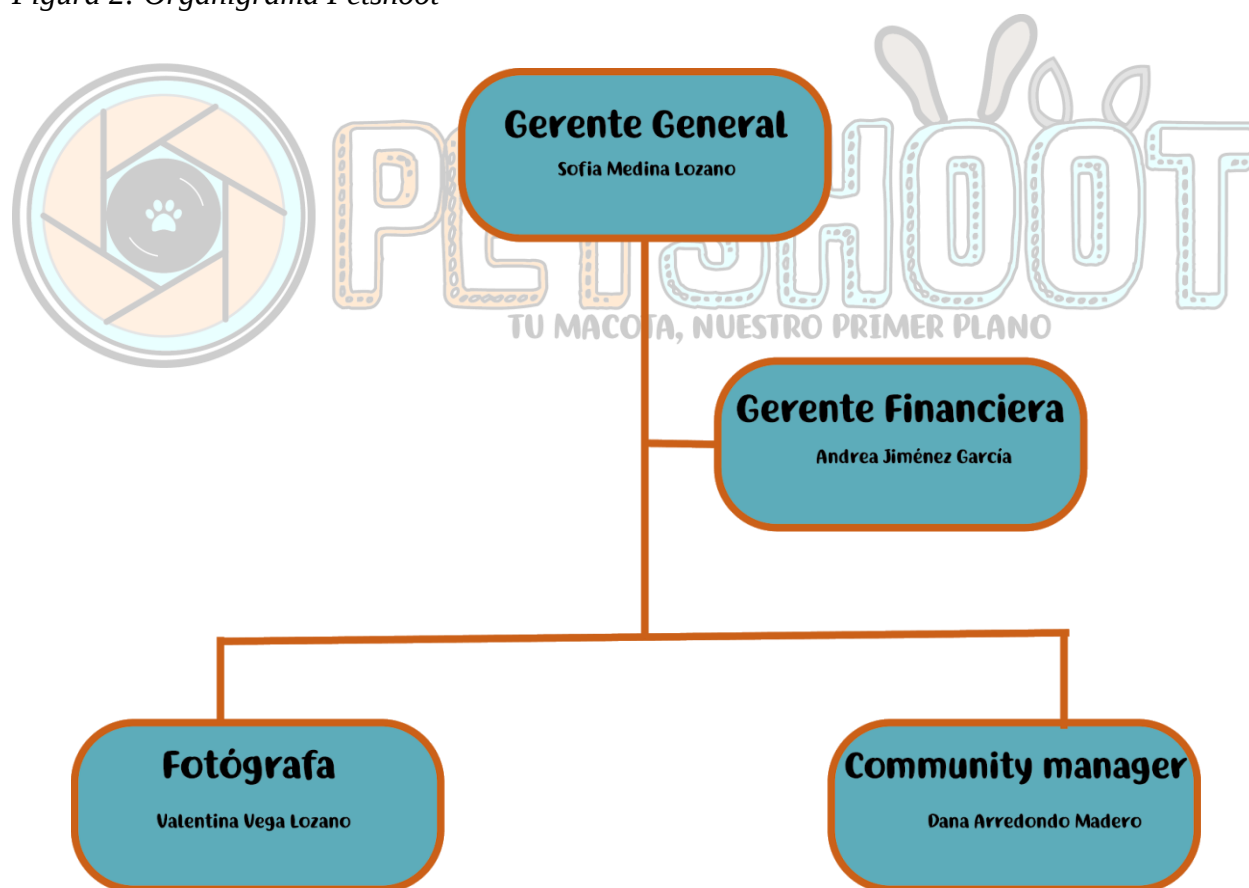
**Confianza.** En Petshoot inspiramos la confianza que necesitas para dejar a tu mascota en nuestras manos. Te puedes sentir completamente seguro de que el bienestar de tu animal es lo más importante para nosotros, pues nos encontramos asesorados de un médico veterinario para garantizar que tu experiencia y la de tu amigo peludo sea la mejor.

**Compromiso.** Es un componente realmente importante desde nuestro ejercicio, pues no solo nos encontramos comprometidos con nuestros clientes, llevando a cabalidad lo que pactamos, sino que nuestro compromiso más grande se encuentra con los animales. Desde el primer momento nos atribuimos la responsabilidad de mitigar y contrarrestar una problemática latente como lo es el maltrato animal en sus diferentes formas, y asumimos como propia la tarea de concientizar a la ciudadanía sobre la protección y cuidado para con estos seres.

**Responsabilidad Social.** Ligado al compromiso que tenemos con los animales, Petshoot realiza convenios con diversas fundaciones de perros y gatos en condición de vulnerabilidad, promoviendo la adopción de aquellos que no cuentan con un hogar. Así mismo, resaltamos y damos a conocer mediante nuestros canales de comunicación, las labores y experiencias animalistas desde diferentes sectores, que fomentan un mejor lugar y entorno para la convivencia con estos seres que tanto queremos.

### 1.3.5 Organigrama

Figura 2: Organigrama Petshoot



## **1.4 Postura Ética**

Petshoot busca ser reconocida por su servicio innovador, excelente calidad de producto, así como por el sentido de responsabilidad y compromiso con los animales, mediante la intención comunicativa de cada una de las fotografías tomadas y en los diversos contenidos que se transmiten a través de los canales de comunicación, con los cuales se promueven sus derechos y se exponen diferentes parámetros de cuidado animal. Es así como se adopta la visión humanista de la Universidad Santo Tomás, resaltando la importancia de la formación integral, el bien común, la convivencia y el compromiso desinteresado, en función de la transformación social. (USTA. sf)

Como respuesta a una problemática latente en la sociedad, se propone un modelo de negocio innovador que no atiende únicamente a intereses económicos, sino que adopta una postura de construcción ciudadana desde la educomunicación, orientada al cuidado y respeto animal, pues si bien hoy en día existen varios movimientos animalistas, aún hace falta re pensar la manera en que las personas conviven con sus mascotas. Gracias al ejercicio fotográfico, Petshoot busca crear una experiencia agradable alrededor del cuidado de las mascotas y la concientización sobre la responsabilidad que implica brindarles un verdadero entorno de bienestar.

## **1.5 Descripción Del Servicio**

Petshoot ofrece 4 paquetes de sesiones fotográficas, basadas en experiencias compartidas entre mascotas y dueños, estos son:

### **Experiencia No. 1: Retratando Huellitas (Sesión En Estudio)**

Esta experiencia consiste en una sesión fotográfica en estudio a través del estilo de retrato. El producto final consta de un portafolio de 20 fotografías (seleccionadas por el cliente) en formatos físico y digital, por un precio de \$200.000.

### **Experiencia No. 2: Huellitas Creativas (Sesión Temática)**

Esta experiencia consiste en una sesión fotográfica en estudio que ofrece múltiples escenografías (estaciones del año, amor y amistad, halloween, Navidad y eventos deportivos). Sin embargo, hay que recalcar que la temática de la sesión sólo se aplicará en la escenografía, por lo tanto, los animales no se disfrazarán. El producto final, consta de 20 fotografías en formato físico y digital seleccionadas por el cliente, por un precio total de \$250.000.

### **Experiencia No. 3: Huellitas Naturales (Sesión Al Aire Libre)**

La idea de esta experiencia consiste en sacar de la rutina al amo y a su mascota, mediante una sesión fotográfica inspirada en la naturaleza y biodiversidad de Colombia. De este modo, se sitúan a las mascotas en ambientes exteriores y salvajes que evoquen su naturaleza primitiva. Estos escenarios podrán ser escogidos por el cliente. El producto final, consta de un álbum con 20 fotografías en formatos físico y digital y un retablo pequeño. Tiene un precio total de \$300.0000.

### **Experiencia No. 4: Huellitas Empresariales**

Esta experiencia ofrece las tres experiencias anteriores adaptándose en todos sus aspectos a la campaña y necesidades del cliente (entidades gubernamentales, fundaciones, ONGs, entre otras).

Está disponible para licitaciones y contrataciones públicas con entidades Estatales o contrataciones con empresas privadas.

Este paquete se arma a gusto del cliente, quien podrá escoger un portafolio desde 20 hasta 100 fotografías, las cuales serán entregadas en formato físico y digital, atendiendo también los requerimientos específicos de la campaña. En esta modalidad también se ofrece la posibilidad de generar piezas para redes sociales a partir de las fotografías. Es necesario mencionar que el costo depende de la cantidad de fotos seleccionadas por el cliente, y si el mismo solo las requiere de forma digital. El precio varía entre \$200.000 y \$500.000.

Además, ofrecemos artículos opcionales que el cliente podrá adquirir con valor adicional, los cuales son: retablos, portarretratos e impresión digital en 3D.

## 1.6 Etapas del proyecto

### a. Pre inversión

Tabla 1

| Presupuesto                |                    |          |            |
|----------------------------|--------------------|----------|------------|
| Elemento                   | Proveedor          | Cantidad | Valor      |
| Luces para fotografía      | Mercadolibre       | 1        | \$ 190.000 |
| Tapete didáctico           | Homecenter         | 1        | \$ 40.000  |
| Telas                      | Facol              |          | \$ 300.000 |
| Tapete pasto sintético     | Homecenter         | 1        | \$ 100.000 |
| Piscina plástica           | Piñatería Aki Toys | 1        | \$ 40.000  |
| Paquete de pelotas         | Piñatería Aki Toys | 1        | \$ 30.000  |
| Pendones                   | Crazy people       | 2        | \$ 100.000 |
| Publicidad                 | Crazy people       |          | \$ 100.000 |
| Botiquín primeros auxilios | Éxito              | 1        | \$ 50.000  |
| Implementos aseo           | Éxito              | 1        | \$ 50.000  |
| Accesorios                 | Mascotas Bichos    |          | \$ 100.000 |
| Cartulinas                 | Distronce Ltda     | 20       | \$ 20.000  |
| Papel seda                 | Distronce Ltda     | 100      | \$ 20.000  |

|                           |                |   |              |
|---------------------------|----------------|---|--------------|
| Paquete de plumas blancas | Distronce Ltda | 1 | \$ 8.000     |
| Guata                     | Facol          |   | \$ 7.500     |
| Caja impresión            | Fotojapón      | 2 | \$ 180.000   |
| Total                     |                |   | \$ 1.335.500 |

Nota. Arredondo. D, Jiménez. A, Medina. S, Vega. V. Presupuesto Petshoot. 2020.

Tabla 2

| Aportes sociales     |          |              |
|----------------------|----------|--------------|
| Elemento             | Cantidad | Cantidad     |
| Escritorio           | 1        | \$ 200.000   |
| Silla giratoria      | 1        | \$ 150.000   |
| Equipos fotográficos | 3        | \$ 4.500.000 |
| Computador           | 1        | \$ 1.300.000 |
| Impresora de fotos   | 1        | \$ 800.000   |
| Total                |          | \$ 6.950.000 |

Nota. Arredondo. D, Jiménez. A, Medina. S, Vega. V. Aportes sociales 2020.

Tabla 3

| Pre inversión total |                     |
|---------------------|---------------------|
| Pre inversión       | Aportes sociales    |
| \$ 1.135.000        | \$ 6.950.000        |
| <b>Total</b>        | <b>\$ 8.285.000</b> |

Nota. Arredondo. D, Jiménez. A, Medina. S, Vega. V. Pre inversión total

## b. Recursos

**Recursos Humanos.** La empresa cuenta con un equipo de 4 personas, las cuales desempeñan los siguientes cargos: Gerente general (encargado de la monitorización), Gerente financiero (verificando de gestión de recursos), Fotógrafa (toma de fotografías y edición de material) y

finalmente Community manager (lleva a cabo la monitorización y gestión de las redes sociales y contacto con el cliente).

**Recursos Económicos.** Inicialmente se cuenta con una pre inversión de \$8.285.000

### ***c. Promoción***

En Petshoot promocionamos la marca mediante tres métodos. En primer lugar, a través de publicidad en veterinarias, fundaciones, y asociaciones animalistas. En segundo lugar, en convenio con *influencers* destacados en el mundo animal por redes sociales. Y en último lugar, asistiendo a diversos eventos y ferias animalistas en la ciudad de Bogotá.

### ***d. Operatividad***

Para contratar el servicio de Petshoot, el cliente debe seguir el siguiente proceso: Primero, hace contacto con la empresa a través de los canales de comunicación de la misma, en ese momento nosotros le suministramos la información requerida. Seguidamente, escoge el paquete según su gusto y necesidad y se asigna una cita. Luego se realiza la sesión fotográfica según lo pactado con anterioridad, una vez terminado el servicio, las fotos se envían al cliente, él selecciona sus favoritas, y estas van a edición. Finalmente, el producto es entregado.

### ***e. Convenios***

Inicialmente, contamos con un convenio establecido en el 2019 con la Fundación Doggy in Home, donde apoyamos y aportamos en la labor de esta entidad sin ánimo de lucro, visibilizando la problemática del maltrato y abandono animal, y resaltando su trabajo. Además, se espera realizar sesiones fotográficas a los animales de esta fundación, con el fin de contribuir a su

pronta adopción. A pesar de que en este momento solo contamos con este convenio, esperamos establecer tres más.

### **1.7 Comunicación y Su Aporte A La Idea De Negocio**

Uno de los factores diferenciales que tiene la empresa frente a otras que ofrecen el mismo servicio, es que en Petshoot tenemos un componente comunicativo relevante y primordial. En primera medida, el componente semiótico y la definición de las líneas narrativas y estéticas le dan un valor agregado a cada fotografía. Según Umberto Eco, “cualquier proceso de comunicación entre seres humanos... presume un sistema de significación como condición propia necesaria” (Eco, 2000. P. 25), es por esto que es innegable la gran cantidad de carga semiótica que puede llegar a tener una imagen convirtiéndose en transmisora de mensajes mediante encuadres, planos y colores, según lo que se quiera comunicar. Por ejemplo, una fotografía que suscite a adoptar, visualmente se verá diferente a una que evoque recuerdos familiares con las mascotas.

Así mismo, teniendo en cuenta que uno de los propósitos y objetivos corporativos de la empresa es contribuir a la resolución de un problema latente en Colombia como lo es el maltrato y el abandono animal, Petshoot, naciendo desde la Facultad de Comunicación Social Para la Paz de la Universidad Santo Tomás, se liga a su línea de investigación “Comunicación, Gobierno y Ciudadanía”, la cual “apunta a reconocer sujetos políticos con capacidad de agenciamiento en distintos procesos en el ámbito de la vida cotidiana” (USTA, sf. Párr. 4). Por lo tanto, Petshoot pretende crear ciudadanía, fortaleciendo y promoviendo los derechos de los animales, recalcando que se deben resguardar desde los deberes del hombre como ciudadano.

Por lo anterior, la educomunicación toma un papel muy importante dentro de nuestro quehacer, pues toda la idea de negocio se liga directamente con este campo comunicativo, a través de la cual “los sujetos educadores y educandos mediante el diálogo reconocen el mundo que los rodea y la necesidad de toma de conciencia de su realidad, su contexto, su ambiente, su cosmos, en consecuencia asumen la responsabilidad de sus acciones” (Basto, 2012. P. 19).

Además, se debe tener claro que cuando se habla de educomunicación no es lo mismo que escolarización o educación formal sino que, “atraviesa toda la existencia humana ubicada y contextualizada. A su vez, la comunicación es consustancial a la persona y a la sociedad, potencia la naturaleza social e inteligente del ser humano, capaz de trascender a través de su capacidad de comunicación” (Daza, 2010. P. 336).

Así mismo, la doctora en comunicación Gladys Daza Hernández, afirma que actualmente la educomunicación tiene cinco retos importantes que son: articular el acceso a la educación con la convivencia social, desarrollar en las nuevas generaciones la inteligencia interpersonal hacia la responsabilidad ciudadana, utilizar la comunicación mediática y las TIC's para afianzar las competencias ciudadanas, conciliar los Derechos Humanos fundamentales de la educación y la comunicación con los deberes y derechos ciudadanos, y por último hacer de las políticas públicas un foro permanente de participación, control y legitimación ciudadana (2010). Posición con la que concuerda plenamente las posturas políticas y éticas de Petshoot .

Al aplicar el modelo educomunicativo que proponemos como empresa, se busca modificar la visión que tienen las familias en torno a la tenencia de sus mascotas, generando conciencia de las necesidades del animal y alentando a mejorar las condiciones de vida de otros animales que han sufrido maltrato o han sido abandonados. Además, cada sesión fotográfica es una motivación

más para crear momentos familiares que permitan la interacción, reconocimiento y fortalecimiento de lazos entre dueño y mascota.

Finalmente, luego de un análisis de las empresas con la misma razón social en el mercado, se notó que una de las falencias que presentan es que la comunicación e interacción con el cliente es mínima o incluso nula. Por lo tanto, en Petshoot pretendemos ofrecer la mejor atención al cliente online teniendo un chat con respuesta en tiempo real y casi inmediato en nuestros canales de comunicación. Del mismo modo, la comunicación toma un papel importante en la realización e implementación de estrategias comunicacionales que potencialicen -internamente- y visibilicen -externamente- los valores corporativos de la empresa. Producto de eso será una organización fortalecida en sus áreas de acción.



### 1.8 Marco Legal

Legalmente Petshoot se constituirá como una Sociedad Anónima Simplificada; ente societario creado por la Ley 1258 de 2008 en Colombia; esta es una sociedad de capitales de naturaleza comercial, que permite la simplificación de los trámites y la responsabilidad unánime de los socios. Dentro de la relación institucional entra la operatividad de la Cámara de comercio de Bogotá, la cual administra los registros mercantiles de las empresas y sociedades creadas en esta ciudad. Esta entidad realiza el estudio de legalidad de los estatutos previamente presentados, y allí se registran los libros de actas y de accionistas, y la resolución de facturación. Otra institución que interviene en la ejecución y creación de Petshoot es la DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales), allí se tramita el RUT (Registro único Tributario) definitivo, y se presenta la información exógena tributaria. También, participa en el proceso el Concejo

Municipal, que autoriza el uso del suelo para la actividad económica propuesta, ya que pueden existir restricciones en zonas específicas. De no cumplir con todos los papeles requeridos existe el riesgo de que la empresa sea sometida a sanciones o que sea cerrada permanentemente.

También, se encuentran los impuestos y contribuciones legales, como: las retenciones en el momento de pago de las facturas; Impuesto Sobre la Renta; el Impuesto al Valor Agregado; y el Impuesto de Industria y Comercio.

Así también, se deben contemplar las normas y leyes que defienden y promueven los derechos de los animales, para ejercer el ejercicio corporativo dentro de la legalidad. Según la Política Pública de Protección y Bienestar Animal, “actualmente se tienen vigentes alrededor de 45 disposiciones normativas que, de forma directa e indirecta, regulan lo concerniente a los animales tanto silvestres como domésticos en el país. Dicho componente normativo enuncia una amplia relación de acciones constitutivas de maltrato animal” (PYBA, 2014.P. 17).

En primera medida, el artículo 8 de la Constitución Política de Colombia, dice que “Es obligación del Estado y de las personas proteger las riquezas culturales y naturales de la Nación” (1991), disposición que claramente incluye a los animales.

La Ley 84 de 1989 “por la cual se adopta el Estatuto Nacional de Protección de los Animales”, afirma que todos los animales tendrán especial protección contra el sufrimiento de forma directa o indirecta por el hombre, y establece una serie de deberes por parte del hombre con todo tipo de animal sin importar su especie, los cuales permiten unas condiciones mínimas y vitales del mismo.

Con relación a lo anterior, la Ley 1774 del 2016, dicta disposiciones sobre los derechos de los animales, y se resalta la protección y bienestar de los mismos, recalcando la solidaridad social, en la cual el Estado y la sociedad tienen la obligación de asistirlos y protegerlos con acciones diligentes.



## Capítulo II - Definición Del Servicio

### 2.1 Servicio

Somos una empresa especializada en sesiones fotográficas para mascotas.

Como organización ofrecemos variedad en el servicio, permitiendo que el cliente escoja a su gusto y necesidad la opción de sesión fotográfica adecuada. Entre estas están las convencionales, las temáticas, en exteriores, y un paquete de servicio exclusivo para entidades privadas y públicas. Además, la compañía ofrece productos adicionales como fotografías 3D, portarretratos y mugs. Nuestro servicio otorga una experiencia de acercamiento y concienciación entre miembros de la familia y mascotas a través del tiempo compartido durante cada servicio fotográfico. Del mismo modo, cada fotografía se convierte en un recuerdo que inmortaliza momentos compartidos en familia.

Teniendo en cuenta lo anterior, podemos definir que en Petshoot prestamos un servicio tangible, representado en el álbum fotográfico entregado luego de cada sesión; privado, al nacer con recursos propios; y a domicilio, pues en Petshoot las sesiones fotográficas se trasladan a los escenarios preferidos por cada uno de nuestros clientes, desde sus casas hasta los mejores sitios de Bogotá, y lugares aledaños a la ciudad.

### 2.2 Plus o Ventaja Competitiva

Como se mencionó anteriormente, uno de los factores diferenciales y primordiales dentro del objeto social de Petshoot es su componente educomunicativo, pues más allá de la creación de un negocio, se quiere atender y aportar en la disminución de un fenómeno que aqueja a más de un

millón de mascotas abandonadas en Colombia (Romero, 2019) a las que se suman cientos día a día. Este aporte lo realizamos a través de convenios con diferentes fundaciones con el fin de promover la adopción mediante la fotografía, basándonos en narrativas y elementos semióticos de la imagen que ayuden a la disminución de la problemática. Del mismo modo, contribuimos a la prevención del abandono animal, creando espacios de concientización y sensibilización con respecto a la tenencia responsable de la mascota, fortaleciendo el lazo con la misma y evidenciando los beneficios de conductas de cuidado y respeto animal.

Por otra parte, cuando se habla de maltrato animal, se debe tener en cuenta la humanización a la que son sometidas las mascotas en esta industria a través de los diferentes servicios que se especializan en ellos. Por ejemplo, la moda implementada y adaptada a los animales que hace que consuman más productos de los que ellos necesitan. Según el experto en comportamiento animal y creador del Centro Psicológico Canino, César Millán “(...) los animales se sienten incompletos porque no son seres humanos y tienen otras necesidades físicas y psicológicas” (semana, 2016), refiriéndose a las conductas humanizantes que llevan a los animales a sufrir altos niveles de estrés y ansiedad, que a su vez pueden generar mal comportamiento y agresividad. Es por esto que en Petshoot prima el bienestar y protección de cada uno de los animales, por lo que durante nuestros servicios, ellos no se disfrazan ni utilizan accesorios que lleguen a incomodarlos, como sucede en las empresas existentes. Además, cada uno de los entornos utilizados para cada sesión fotográfica es analizado previamente en conjunto con un médico veterinario, que ayuda a identificar si las locaciones son apropiadas y no causan estrés para el animal.

Otros de las ventajas competitivas, es que nuestros servicios de “Retratando Huellitas” “Huellitas Creativas”, se realizan desde la comodidad de la casa de nuestros clientes, pues contamos con elementos y accesorios fotográficos móviles que nos permiten adecuar espacios para hacer los mejores retratos de las mascotas. Este servicio no lo incluye ninguna de las otras dos empresas con el mismo objeto social en Colombia.

Además, analizando los resultados del “mystery shopping”, una de las herramientas empleadas en el estudio de mercado, pudimos ver que las empresas en competencia no cuentan con un sistema de comunicación con el cliente tan efectivo, y muy demorado. En Petshoot cada uno de nuestros clientes puede estar seguro que la respuesta inmediata caracteriza al servicio, y sus inquietudes serán resueltas en el menor tiempo posible.

Por último, en Petshoot ofrecemos la opción de adquirir adicionalmente una impresión innovadora como lo es la 3D, que hasta el momento ninguno de los servicios fotográficos de mascotas en Colombia ha promocionado dentro de sus negocios.

## **2.3 Características Del Producto y/o Servicio**

Petshoot ofrece 4 paquetes de sesiones fotográficas, basadas en experiencias compartidas entre mascotas y dueños, estos son:

### ***Experiencia No. 1: Retratando Huellitas (Sesión En Estudio)***

Esta experiencia consiste en una sesión fotográfica en estudio a través del estilo de retrato. Este paquete se realiza en las casas de los clientes, recreando en cada hogar un estudio de fotografía con los implementos y elementos necesarios para que cada fotografía sea única y con

excelente calidad. La experiencia dura una hora y media desde el momento de la primera toma, el producto final consta de un portafolio de 20 fotografías (seleccionadas por el cliente) en formatos físico y digital, y tiene un precio de \$200.000.

### ***Experiencia No. 2: Huellitas Creativas (Sesión Temática)***

Esta experiencia consiste en una sesión fotográfica en estudio que ofrece múltiples escenografías, entre ellas estaciones del año, amor y amistad, halloween, Navidad y eventos deportivos. Sin embargo, hay que recalcar que la temática de la sesión sólo se aplica en la escenografía, y por lo tanto los animales no se disfrazan. La experiencia dura una hora y media desde el momento de la primera toma, el producto final consta de un portafolio de 20 fotografías (seleccionadas por el cliente) en formatos físico y digital, y tiene un precio de \$250.000

### ***Experiencia No. 3: Huellitas Naturales (sesión al aire libre)***

La idea de esta experiencia consiste en sacar de la rutina al amo y a su mascota mediante una sesión fotográfica inspirada en la naturaleza y biodiversidad de Colombia. De este modo, se sitúan a las mascotas en ambientes exteriores y salvajes que evocan su naturaleza primitiva. Estos escenarios pueden ser escogidos por el cliente, ya sea en Bogotá o en sitios aledaños a la ciudad. La experiencia dura una hora y media desde el momento de la primera toma, y el producto final consta de un álbum con 20 fotografías en formatos físico y digital + retablo pequeño, por un precio total de \$300.000

#### ***Experiencia No. 4: Huellitas Empresariales***

Este paquete de servicio ofrece las tres experiencias anteriores adaptándose en todos sus aspectos a la campaña y necesidades del cliente (entidades gubernamentales, fundaciones, ONGs, entre otras). Está disponible para licitaciones y contrataciones públicas con entidades estatales o contrataciones con empresas privadas.

Este paquete se arma a gusto del cliente, quien podrá escoger un portafolio desde 20 hasta 100 fotografías, las cuales serán entregadas en formato físico y digital, atendiendo también los requerimientos específicos de la campaña. Por lo que en esta modalidad también se ofrece la posibilidad de generar piezas para redes sociales a partir de las fotografías. Es necesario mencionar que el costo depende de la cantidad de fotos seleccionadas por el cliente, o si el mismo solo las requiere de forma digital. El precio varía entre \$200.000 y \$500.000.

Además, en Petshoot les damos la oportunidad a nuestros clientes de adquirir artículos adicionales como portarretratos, mugs e impresión 3d con su fotografía preferida.

#### **2.4 Servicios Similares En El Mercado**

Las empresas encontradas en el mercado colombiano con el mismo servicio son:

##### ***Petcolors***

Es una empresa de fotografía especializada en mascotas ubicada en la ciudad de Bogotá. Tienen cuatro modalidades de sesiones fotográficas: Naturaleza, familia, estudio y exteriores. No

cuentan con escenografía. La atención e interacción con el cliente mediante sus redes sociales es muy poca. (Petcolors, 2019)

### ***La Fotoperrería.***

Es la empresa de un fotógrafo bogotano que se especializa en fotografías exclusivamente para perros. No solo ofrece servicios de sesiones fotográficas, sino que también realiza talleres con respecto a esta temática. La empresa cuenta con redes sociales de Instagram y Facebook, las cuales se enfocan básicamente en exponer el trabajo, por lo cual la interacción con el cliente es casi nula. (La Fotoperrería, 2014).

## **2.5 Registro De Empresas Que Trabajan En El Mismo Sector**

Como se referenció anteriormente, en Colombia son solo dos las empresas que poseen la misma razón social que Petshoot, incluso no están registradas formalmente. Sin embargo, en el mismo sector están las empresas que trabajan las sesiones fotográficas convencionales:

*Tabla 4*

| Empresas Que Trabajan En El Sector |                 |                  |
|------------------------------------|-----------------|------------------|
| Nombre                             | Ciudad          | Categoría        |
| 20 20 Fotografía                   | Cauca           | establecimiento  |
| Alma store                         | Aburrá sur      | establecimiento  |
| Andrés Vélez fotografía            | Medellín        | establecimiento  |
| Arte y fotografía Kytsé            | Bucaramanga     | establecimiento  |
| Colibrí fotografía                 | Bucaramanga     | establecimiento  |
| Cubitos y algo más                 | Barrancabermeja | establecimiento  |
| Didier Franco Arte y Fotografía    | Medellín        | persona jurídica |
| Edward fotografía                  | Medellín        | establecimiento  |
| Elen arte y fotografía             | Ipiales         | establecimiento  |
| Espinosa Rodríguez Miller          | Medellín        | persona natural  |
| Fotomontajes cruz la fotografía    | Medellín        | establecimiento  |

|                                    |              |                  |
|------------------------------------|--------------|------------------|
| Festival Fotografía Villa de Leyva | Bogotá       | persona jurídica |
| Futura fotografía y video          | Medellín     | establecimiento  |
| Global logic service               | Barranquilla | establecimiento  |
| HG Consultoría fotográfica         | Bogotá       | persona jurídica |
| Hurtado Ramíres Angélica           | Tuluá        | persona natural  |
| Lili think fotografía              | Bogotá       | establecimiento  |
| Little paws company s.a.s          | Cali         | persona jurídica |
| M&m fotografía profesional         | Medellín     | establecimiento  |
| Marcela Henao fotografía           | Medellín     | establecimiento  |
| Martha Posada diseño y fotos       | Guajira      | establecimiento  |
| Mondol productions                 | Cali         | establecimiento  |
| Mundo al natural                   | Bogotá       | establecimiento  |
| Muñoz Gomez Dori                   | Bogotá       | persona natural  |
| Picnic fotografía S.A.S            | Medellín     | establecimiento  |
| Ponce Baldovino Erika              | Santa Marta  | persona natural  |
| Raul Garrido Fotografía            | Valledupar   | persona natural  |
| Rodríguez Miguel Juan              | Ibagué       | persona natural  |
| Sanalejo fotografía                | Cali         | establecimiento  |
| Sobretablas fotografía SAS         | Medellín     | persona jurídica |
| Uribe fotografía SAS               | Bogotá       | persona jurídica |
| Valu fotografía y diseño           | Bogotá       | establecimiento  |
| Vanesa Sanchez fotografía          | Bucaramanga  | establecimiento  |
| Vazcor fotografía                  | Monería      | establecimiento  |

Arredondo, Jiménez, Medina, Vega. Empresas que trabajan en el sector de Petshoot. Información tomada de:  
[http://versionanterior.rues.org.co/RUES\\_Web/Consultas](http://versionanterior.rues.org.co/RUES_Web/Consultas)

## 2.6 Aporte Del Modelo De Negocio en Términos de Innovación

Petshoot busca implementar un modelo de negocio basado en una propuesta educomunicativa que contribuye a través del ejercicio fotográfico a la resolución concreta de dos formas de maltrato animal: el abandono y humanización de mascotas.

A través de la narrativa visual y mediática, Petshoot pretende reconocer el papel de las mascotas como miembros importantes en la conformación de la familia, por lo tanto, un valor agregado se basa en el compromiso con el fortalecimiento de causas a favor de derechos de los

animales, por medio de alianzas, actividades y las piezas difundidas en redes corporativas, donde no solo se promueve un cuidado para las mascotas, sino también, se estimulan procesos de adopción, de rescate y de acompañamiento a los animales afectados.

Así también, Petshoot busca ser un referente de calidad gracias a la implementación de sesiones fotográficas con altos niveles de producción y postproducción digital, con narrativas estéticas concretas y la incorporación de la tecnología en impresión 3D, una técnica que hasta el momento ninguna de las dos empresas competentes en el mercado con la misma razón social tienen.

## **2.7 El Servicio y Su Representación Como una Solución Única**

Petshoot presenta una solución única, al ofrecer un servicio más completo en comparación a la competencia, debido a dos factores: comunicación y educación por medio de la fotografía. El servicio estimula las buenas prácticas de cuidado y tenencia de mascotas, contando historias que se immortalizan a través de cada foto.

Por otra parte, por medio de una relación entre los integrantes de Petshoot y los clientes, se creará un espacio de relacionamiento con información no solo de los productos por adquirir, sino que también encontrarán *tips* para el cuidado animal. Así también, se tendrá una comunicación permanente con el equipo de trabajo para aclarar cualquier duda por parte de los clientes y de esta manera, se mejorará la experiencia del servicio prestado a través de diversos análisis de satisfacción del cliente.

A los clientes no les quedará ni una sola duda que Petshoot es la mejor alternativa para adquirir sesiones fotográficas para mascotas, pues en nuestro servicio encuentran la calidad, cuidado, responsabilidad, protección, y confianza que necesitan para dejar a las mascotas en nuestras manos, o mejor, “detrás de nuestro lente”.



## Capítulo III – Equipo de Trabajo y Sistema de Negocio

### 3.1 Equipo de Trabajo

Tabla 5

| Caracterización del equipo de trabajo                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Integrante                                                                                                         | Rol                                                                                                                                                                                                                               | Competencias                                                                                                       | Aporte al modelo de negocio                                                                                                                                                                     |
| <b>Dana Arredondo Madero</b>                                                                                       | <b>Community manager</b><br>Encargada del manejo de redes, creación y administración de la comunidad de red a través de contenidos digitales. Además, tiene relación directa con el cliente en el primer momento de acercamiento. | Habilidades comunicativas y de persuasión. Buen manejo de redes sociales para el posicionamiento de marca.         | Crear las plataformas para vender nuestro producto. Administrar el contenido de las redes sociales y llegar a un amplio público por medio las mismas, resaltando el componente educomunicativo. |
| <br><b>Andrea Jiménez García</b> | <b>Gerente Financiera</b><br>Encargada del presupuesto, distribución de nómina y recursos monetarios, así como la supervisión de precios en el mercado.                                                                           | Conocimientos en gestión de activos y contabilidad. Habilidades administrativas. Destrezas en aplicación numérica. | Creación del modelo financiero que permita una optimización de los recursos. Comunicación con los stakeholders. Certificar la correcta distribución de los recursos.                            |
| <b>Sofia Medina Lozano</b>                                                                                         | <b>Gerente general</b><br>Encargada de supervisar continuamente todos los procesos en curso al interior de la organización, así como de la comunicación y procesos externos.                                                      | Habilidades en liderazgo, dirección y negociación. Pensamiento estratégico y visión a futuro.                      | Buscar convenios estratégicos en la empresa. Consolidación de relaciones externas. Ordenamiento funcional y supervisión del cumplimiento de las tareas de cada integrante.                      |
| <b>Valentina Vega Lozano</b>                                                                                       | <b>Fotógrafa</b><br>Encargada de realizar las fotografías a las mascotas, define la línea narrativa y estética de cada foto.                                                                                                      | Conocimientos en fotografía. Creatividad. Afinidad con los animales.                                               | Calidad en el servicio y por lo tanto en el producto final. Factor diferencial de la fotografía de Petshoot, definido por el carácter semiótico de cada foto.                                   |

Arredondo, Jiménez, Medina, Vega. Caracterización del equipo de trabajo. 2020.

### 3.2 Red de Contactos y Alianzas

Tabla 6

| Contactos y alianzas de Petshoot                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Proveedores<br>Mascotas Bichos                                                                                                                                                                                       | Aliados estratégicos<br>Doggy In Home                                                                                                                                                                                                                                                                                | Entidades animalistas<br>Instituto Distrital de<br>Protección y Bienestar<br>Animal                                                                                                                                               | Fundaciones<br>Doggy In Home                                                                                          |
| Tienda virtual de artículos para mascotas, dónde se van a adquirir juguetes y snacks para la satisfacción de las mascotas.                                                                                           | <p>Fundación en pro del rescate, rehabilitación y proceso de adopción de animales abandonados.</p> <p>Lo que se busca con la alianza es fortalecer el componente de responsabilidad social de Petshoot, mediante jornadas de fotografía a los animales de la fundación para su visibilización y pronta adopción.</p> | Es la entidad del distrito encargada de promover e impartir dinámicas de cuidado y respeto hacia la fauna silvestre, doméstica y la naturaleza en Colombia.                                                                       |                                                                                                                       |
|  <p><b>Distronce LTDA</b></p> <p>Tienda Miscelánea, donde se van a adquirir elementos decorativos para las sesiones temáticas.</p> | <p><b>Médico Veterinario</b></p> <p>Lo que se busca con esta alianza es tener un soporte médico permanente para propiciar escenarios adecuados para cada mascota.</p>                                                                                                                                                | <p><b>Amigos del Planeta</b></p> <p>Es una organización que se encarga de la protección de animales perdidos y abandonados, trata de encontrar a los dueños, realiza jornadas de adopción y promueve dinámicas eco amigables.</p> | <p><b>Adopta no Compres Fundación</b></p> <p>Es una fundación que promueve la adopción de los animales sin hogar.</p> |

**Mercado Libre**

Tienda virtual, donde se van a adquirir tanto elementos técnicos como luces para estudio, juguetes y otros elementos necesarios para la escenografía y comodidad de las mascotas.

**Black Shark Technology (impresión 3D)**

Esta alianza busca en primer lugar aportar un componente innovador a los productos adicionales que busca ofrecer Petshoot, así como esta organización también puede llegar a contribuir a otras causas a favor de los animales, por ejemplo en ferias y demás recaudando fondos en conjunto con Petshoot para la rehabilitación de cierto número de animales en situación de abandono.

**Policía ambiental**

Se concentra en la preservación de la fauna y recursos naturales del país, además controla y erradica el tráfico de animales salvajes que intentan ser vendidos como mascotas.

**El Gatio Fundación**

Es una fundación enfocada en el rescate, rehabilitación y proceso de adopción de gatos que han sido abandonados o maltratados por sus antiguos dueños.

**Fotojapon**

Empresa encargada de la provisión de tinta y papel fotográfico.

**Guardería Jorge**

Guardería de perros con los que se establecerá convenios futuros que permitan beneficios a los clientes de ambas organizaciones.

**Tapitas por patitas**

Fundación con iniciativa de recolección de tapas plásticas para ayuda de animales en condición de vulnerabilidad.

Arredondo, Jiménez, Medina, Vega. Contactos y alianzas de Petshoot. 2020.

### 3.3 Ventajas De Las Alianzas

Las alianzas le permiten a Petshoot y a los diferentes aliados encontrar beneficios mutuos, dado que cada empresa por medio de su servicio o producto aporta un componente importante, en relación al funcionamiento de la red de alianzas que se busca conformar. Por lo tanto, al contar con las alianzas se inicia un trabajo mancomunado en pro del fortalecimiento estructural de la empresa, disminuyendo el desgaste que produce la disputa con la competencia, focalizándonos en trabajar y brindar el mejor servicio, logrando así, aumentar el rango de alcance de cada una de las empresas aliadas.

Por una parte, las alianzas con los diferentes proveedores, nos permite disponer de la materia prima siempre que se necesite, y así mismo, garantizar a nuestros clientes unanimidad en los productos entregados en cada servicio. Del mismo modo, a mediano plazo la alianza reflejará ventajas de costos, disminuyendo la inversión en el producto, pero manteniendo siempre la calidad que queremos transmitir.

En cuanto a las alianzas con organizaciones animalistas, estas nos permiten reflejar el compromiso real que tenemos con los animales, así mismo, compartir conocimiento y contar con una asesoría profesional dentro de nuestro ejercicio empresarial, sin olvidar que incluye seres vivos y sentientes.

Por último, a través de las alianzas con fundaciones pretendemos contribuir directamente a la disminución de la problemática de maltrato y abandono animal a través de la educomunicación reflejada mediante el ejercicio fotográfico, dando a conocer las historias detrás de cada animal vulnerado, y promoviendo su adopción; al mismo tiempo, resaltamos y visibilizamos estas importantes iniciativas. En un primer momento, ya se cuenta con un convenio formal con la Fundación Doggy in Home, con la cual a través de un reportaje audiovisual dimos a conocer la importancia de su labor, y promovimos la adopción de los perros y gatos que se encuentran sin hogar. A futuro, pretendemos establecer las alianzas formalmente con las fundaciones Adopta no compres, El Gatio Fundación, y Tapitas por patitas. Todas las actividades realizadas desde nuestra empresa n representarán ningún costo para los aliados, pues las realizamos en el marco de la Responsabilidad Social Empresarial.

## Capítulo IV – Plan de Mercadeo

### 4.1 El Cliente

#### 4.1.1 Caracterización De Los Clientes o Grupos Potenciales

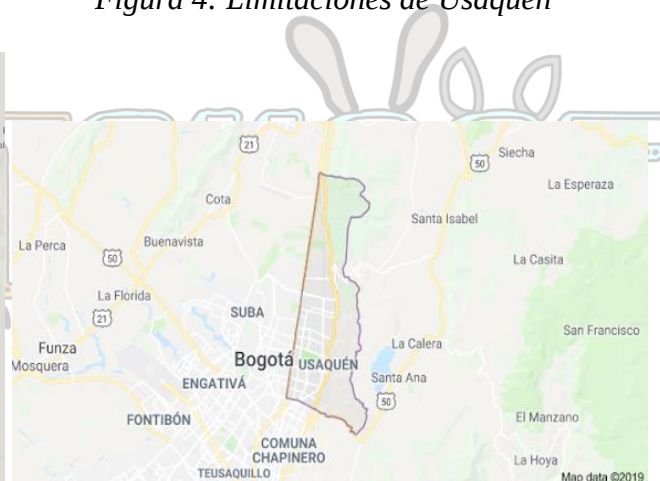
La segmentación de los clientes en Petshoot la realizamos según las siguientes variables:

**Geográficas.** De la ciudad de Bogotá, Colombia, residentes de las localidades de Usaquén y Chapinero.

*Figura 3: Limitaciones de Chapinero.*



*Figura 4: Limitaciones de Usaquén*



**Demográficas.** Hombres y mujeres, de 18 a 50 años, estrato 4 a 6.

**Pictográficas.** Personas amantes de los animales y familias con una mascota en su hogar.

**Conductuales.** Acceso a Internet, manejo de redes sociales, gusto por la fotografía.

#### ***4.1.2 Necesidades y Problemas Más Significativos del Cliente***

El servicio que prestamos en Petshoot se presenta como un servicio exclusivo, en el que nos caracterizamos por ser minuciosos con cada detalle por muy pequeño que parezca. Si alguna persona con mascota desea plasmar en una fotografía un lindo recuerdo familiar, la mejor alternativa la encontrará en nuestra empresa, donde no solo tenemos precios más bajos que las otras organizaciones con el mismo objeto social, sino que también, tenemos altos estándares de calidad representados en la excelencia y profesionalismo mostrado durante el servicio y entrega del producto. Además, nos encontramos asesorados de un médico veterinario, que nos ayuda a que la experiencia para cada animal sea la mejor. Si el cliente requiere un servicio fotográfico comprometido con el cuidado animal, que inspire confianza, y demuestre innovación, no dudará en contactarnos.

Así mismo, respondemos a la necesidad de entidades públicas y privadas que requieran apoyo fotográfico en jornadas, campañas, eventos y reuniones que incluyan mascotas, donde además de realizar un excelente registro fotográfico, también elaboramos piezas comunicativas según requiera el cliente para satisfacer su necesidad

#### ***4.1.3 Razones Por Las Que Compra Un Cliente***

Muchas veces los clientes no compran estrictamente lo que representa una necesidad para ellos, sino que también, compran porque se ven movidos por las emociones y el deseo. En Petshoot reconocemos a la fotografía como transmisora de mensajes, es por esto que gracias a los componentes semióticos utilizados en cada imagen, transmitimos mensajes que mueven todo tipo de emociones según la intención comunicativa que se le dé.

Una de las razones que hacen que el cliente adquiera nuestro servicio es que inspiramos seguridad y confianza, sabemos que las mascotas son un miembro más de las familias, y con nosotros estarán en buenas manos, pues una de nuestras premisas es el cuidado animal como base de nuestra idea comercial.

Por otra parte, a pesar de que no conocemos con certeza los precios establecidos por la empresa Petcolors, sí sabemos que ofrecemos precios más accesibles que La Fotoperrería, por lo que en nosotros ven una alternativa más económica, pero claramente de buena calidad. Del mismo modo, Petshoot al ser un servicio exclusivo, genera de cierto modo estatus al cliente que lo adquiere, gracias al auténtico e innovador sello de la marca. Esto va de la mano con la tendencia, pues sabemos que actualmente está en auge la industria animal, nos encontramos en una generación animalista, y la tendencia *petfriendly* crece constantemente.

#### **4.1.4 Estrategias Comunicativas Para La Persuasión Del Cliente**

**Conectividad o simpatía.** Petshoot no busca ser reconocida únicamente por su excelente calidad y servicio, sino también por su compromiso con la contribución a la problemática de maltrato y abandono animal. Es por esto que los clientes podrán ver en nosotros un factor diferencial frente a las demás empresas, generando atracción y recordación gracias a los contenidos y piezas educomunicativas emitidas a través de nuestras redes sociales. Además, cada persona que ingrese a cualquiera de nuestros canales de comunicación, se sentirá identificada, al hablar de unos seres tan importantes en nuestras vidas como los son las mascotas, esto moverá

fibras y generará emociones gracias a la marca. Incluso, se crea comunidad y conectividad entorno a una misma causa, en este caso la animal.

**Intercambio estratégico con Influencers.** Actualmente, los *influencers* e *instagramers* representan un factor importante dentro de la decisión de compra de los clientes, incluso influyen directamente en ella, pues su experiencia y estilo de vida es ejemplo para sus seguidores. Teniendo en cuenta lo anterior, Petshoot busca generar impacto y expectativa hacia la marca con la colaboración de personajes reconocidos en el mundo digital por su compromiso con los animales, y amor hacia sus mascotas. Luego de una selección detallada y minuciosa de los *influenciadores*, se les brindará demostraciones del servicio, para que ellos reproduzcan nuestro trabajo en sus redes sociales, lo promocionen, y así mismo, den fe de la calidad y buen servicio de la empresa. Como ejemplo de estos *influenciadores* está la actriz Lina Tejeiro, que tiene dos perros de raza Pomerania y Chihuahua, y que cuentan con un perfil propio de Instagram con más de 53.000 seguidores. Así también, la periodista y presentadora Alejandra Giraldo, que tiene una sección propia dedicada a los animales en Noticias Caracol del fin de semana, y en sus redes sociales constantemente publica cuidados que tiene con sus 3 perros, uno de ellos adoptado.

**Autoridad.** Al contar con el acompañamiento de un médico veterinario dentro de nuestro ejercicio empresarial, los clientes se sentirán seguros de que una voz autorizada avale nuestro servicio, y los procesos incluidos en él. Del mismo modo, a través de las redes sociales, se subirán entrevistas con expertos, zootecnistas y veterinarios que no solo contribuyan a informar y a educar entorno a la tenencia responsable de mascotas, sino también, que argumenten porqué Petshoot es la mejor alternativa en sesiones fotográficas para nuestros pequeños amigos peludos.

#### **4.1.5 Medios De Comunicación Para La Captación Del Cliente**

**Instagram.** Canal principal para la interacción y promoción de Petshoot con el target. Según un estudio realizado por DMR business statistics, esta plataforma se encuentra entre las tres más usadas alrededor del mundo, además, sus funciones están en sintonía con el carácter visual de la idea de negocio propuesta, ya que pone a disposición varias herramientas útiles para establecer una estética llamativa, bajo un perfil empresarial, así como la retroalimentación del público. Al ser el canal principal compartimos publicaciones constantemente, mostrando el trabajo realizado en Petshoot , y contenido educomunicativo con relación a la protección y cuidado animal.

**Blog.** Canal destinado a exponer la idea de negocio de una manera más completa y precisa. Así también, en este espacio dedicamos una sección a la difusión de artículos e investigaciones referentes a la situación del abandono animal en la ciudad de Bogotá y actividades de adopción, con el fin de visibilizarlas. También, se exponen sesiones fotográficas realizadas, para que así el cliente tenga un punto de referencia de qué va a contratar. Además, no solo los clientes, sino cualquier persona con mascota, podrá ingresar en él y aprender de cuidados que se deben tener con ellas, cómo convivir con las mismas en tiempos de pandemia, y cómo contribuir con la protección animal desde la casa.

**Facebook:** En este canal se expone el componente educomunicativo de la empresa, orientado a la sensibilización de la audiencia con respecto a la tenencia responsable de las mascotas, así como con aquellas que no tienen hogar. Del mismo, replica y difunde diferentes investigaciones, artículos y noticias que surjan dentro del mundo animal.

**Twitter:** Esta red social que se emplea para promover y apoyar causas que contribuyen a la disminución del maltrato y abandono animal. Además, ampliamos la audiencia a la que queremos llegar utilizando *hashtags* que identifiquen la labor que realizamos, en un primer momento #LucesCámaraAdopción.

**Whatsapp.** Destinado a dar respuesta inmediata a los clientes 12 horas al día (8:00am - 8:00pm). Así también, es el canal de comunicación donde se agendan los servicios.

## 4.2 La Competencia

Tabla 7



### ¿Quiénes son?

Como su nombre lo indica, se centra en sesiones para perros, trabajando únicamente en exteriores, maneja tres planes diferentes que van desde los \$450.00 hasta \$780.000.

### Tipo de competencia

Directa

|                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Aliados estratégicos</b>               | <p><b>Pro-photo:</b> Es una empresa que otorga un software para crear páginas webs con diseños establecidos o a preferencia del cliente. La Fotoperrería emplea este servicio en el diseño de su página en internet, “pro-photo” aparece al final de la página como creadores y diseñadores.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Competidores directos e indirectos</b> | <p><b>PayU:</b> Es una plataforma de pagos online en Colombia. En este caso, La Fotoperrería utiliza su servicio para otorgar una modalidad de pago más accesible al cliente.</p> <p>Petcolors, Petshoot</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Diferencial del producto</b>           | <p>En cada producto se refleja la experiencia del fotógrafo, su afinidad con los animales fotografiados y la experiencia que le brinda a cada familia. Uno de los factores diferenciales es que esta empresa ofrece tarjetas de regalo con los diferentes paquetes. Por otra parte, en su página web son publicados videos de la experiencia con cada una de las mascotas y sus familias. Además, la empresa ofrece talleres en fotografía para perros, strobist, lightroom, retrato, y blanco y negro. Por último, en dos de los paquetes se otorga una revista al cliente con las mejores fotos logradas en el foto estudio.</p> |
| <b>Análisis del entorno</b>               | <p>La empresa está ubicada en la ciudad de Bogotá, con presencia en Tampa, Florida. Uno de los paquetes (Plan Picnic) se lleva a cabo en lugares aledaños a la ciudad. No cuentan con un establecimiento físico, prefieren el dinamismo, espontaneidad y diversidad que ofrece un lugar al aire libre.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

Arredondo, Jiménez, Medina, Vega. Análisis de La Fotoperrería. 2020.

Tabla 8

#### Análisis de Petcolors

Logo



|                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>¿Quiénes son?</b></p>                      | <p>Trabajan con diferentes animales como perros, gatos y mini pigs, no especifican el valor de los planes. Se diferencian cuatro modalidades: Exteriores, estudio, familia y naturaleza. En algunas de las sesiones de estudio se evidencia la humanización de las mascotas al disfrazarlas.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <p><b>Tipo de competencia</b></p>                | <p>Directa</p> <p><b>Verde fusión:</b> Es un restaurante de comida saludable y pet friendly, ubicado en la ciudad de Bogotá, cerca al parque de la 93, dónde PetColors organizó hace un tiempo una actividad llamada “Brunch Saludable junto a tu mascota”.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <p><b>Aliados estratégicos</b></p>               | <p><b>Agro Campo:</b> Es una tienda de artículos para mascotas y del sector agrícola, ubicada en Bogotá, en la calle 72, con la que Petcolors llevó a cabo el evento “AgroHalloween 2016”, donde los asistentes que llevaran a su mascota disfrazada recibían una foto gratis, a manera de promoción, sin embargo, no se encontró registro de que se haya llevado a cabo nuevamente.</p> <p><b>El Edén de los perros:</b> Es un hotel canino, ubicado en Cota, Cundinamarca, allí se fotografiaron a varias mascotas en el día de la familia, esto fue en el año 2016.</p> <p>La Fotoperrería, Petshoot.</p>                     |
| <p><b>Competidores directos e indirectos</b></p> | <p>A través de la página web de Petcolors se publican artículos reseñando las sesiones fotográficas realizadas a modo de diario, destacando fechas importantes en cuanto a los animales. Por otra parte, son varios los eventos en los que Petcolors ha estado presente, significando una estrategia de posicionamiento importante en el mercado. Además, en su página web tienen un espacio reservado para cada uno de los clientes que han adquirido el servicio, en el que se publica el trabajo realizado, sin embargo, se conserva la privacidad de la familia utilizando claves para acceder a cada uno de los sitios.</p> |
| <p><b>Diferencial del producto</b></p>           | <p>Teniendo en cuenta que se encuentra ubicada en Bogotá, se evidencia que su focalización en el centro de competencia del servicio en Colombia. No cuentan con un establecimiento físico establecido, los servicios se realizan a domicilio y en lugares al aire libre.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <p><b>Análisis del entorno</b></p>               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

### 4.3. Precio Del Producto y/o Servicio

#### 4.3.1 Precio Del Servicio

Petshoot ofrece cuatro paquetes de servicio fotográfico que oscilan entre \$200.000 y \$500.000. El valor de cada una de las experiencias que brinda Petshoot están dadas de la siguiente manera:

**Retratando Huellitas.** \$200.000

**Huellitas Creativas.** \$250.000

**Huellitas Naturales.** \$300.000

**Huellitas Empresariales.** \$200.000 – 500.000

#### 4.3.2 Precio De La Competencia

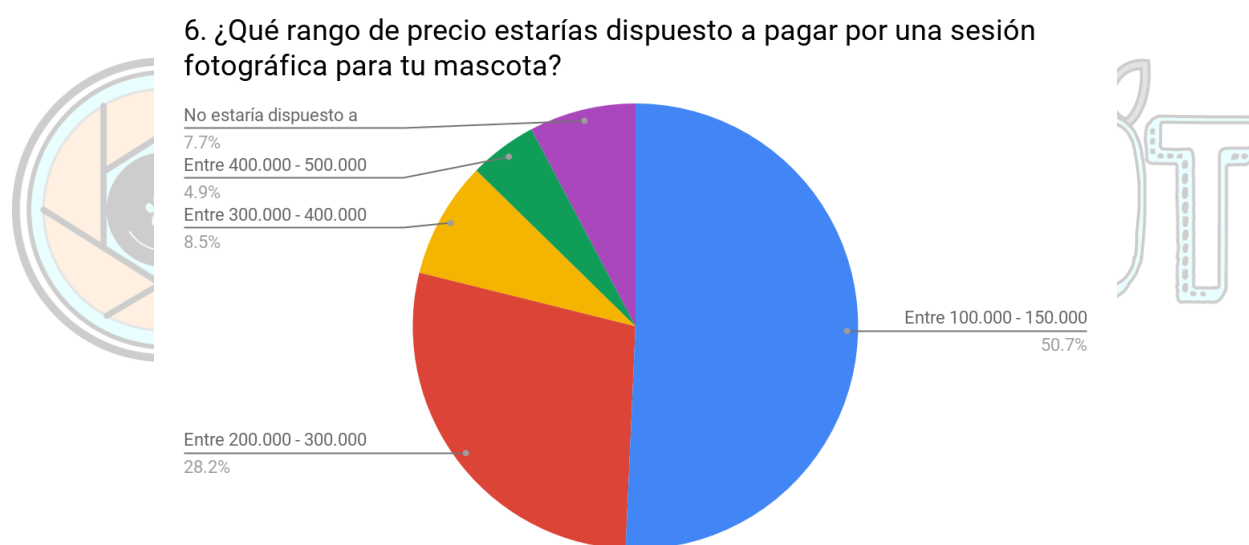
Como se referenció anteriormente, directamente son dos las empresas que compiten con Petshoot: Petcolors y la Fotoperrería. Pese a que se intentó saber con certeza los precios manejados por la empresa Petcolors, no fue posible. En La Fotoperrería, su paquete más sencillo que es el “Plan Parque”, tiene un costo de \$450.000, seguido del paquete “Plan Paseo” de \$680.000, y por último el servicio más costoso es el de “Plan Picnic” que tiene un valor de \$780.000.



### 4.3.3 Precio Que El Cliente Está Dispuesto A Pagar

Basándonos en las encuestas realizadas dentro del estudio de mercado en el año 2019, se observó que el 50% de los encuestados estarían dispuestos a pagar entre \$100.000 y \$150.000 por un servicio fotográfico para sus mascotas, valor que es demasiado bajo para el costo de producción, desplazamiento y tiempo invertido; sin embargo, el 28% de los encuestados asignaron un valor más acorde al servicio, entre \$200.000 y \$300.000. (Ver anexo de estudio de mercado).

Figura 5: Torta precio de servicio



Además, empleando los resultados obtenidos dentro del mystery shopping, pudimos ver que hasta el momento La Fotoperrería ha sido un negocio exitoso, aun teniendo precios más elevados que los nuestros. De esta manera, tomamos un rango medio que sea accesible para nuestros clientes potenciales, según la segmentación dada a través de las variables nombradas con antelación.

#### 4.3.4 Métodos De Pago Ofrecidos Por El Modelo De Negocio

El cliente realiza el pago 50% para reservar la cita de prestación del servicio, y 50% cuando el producto final es entregado. Los dos abonos los podrá realizar en efectivo, los podrá consignar en Efecty o a través de la cuenta en Bancolombia, destinada únicamente para este fin. Lo anterior, atendiendo a los resultados arrojados por la encuesta, en los que el 53.2% de los encuestados manifestó pagar sus compras con efectivo, 34% débito y 12.8% crédito.

Figura 6: Torta sobre medios de pago favoritos



## 4.4 Canales De Distribución, Captación Del Cliente y Posicionamiento De Marca

### 4.4.1 Canales De Distribución Del Servicio

A partir del estudio de las fuerzas de Porter, se identificó que no se requiere una línea de distribución compleja, ni un canal específico para llegar al comprador, ya que él mismo es quien tiene la decisión final de compra, para lograr influenciar tal decisión, se trabajará específicamente en la comunicación clara, eficiente y eficaz con cada cliente potencial, generando un canal exclusivo de difusión, sumado al voz a voz generado por medio de alianzas estratégicas y presencia en ferias.

Figura 7: Ruta del comprador



#### ***4.4.2 Canales De Comunicación Para Llegar a los Clientes***

**Marketing Digital.** Principalmente a través de Facebook e Instagram, ya que estas permiten interacción y diálogo fluido con el cliente, de este modo el proceso comunicativo será exitoso. Por otro lado, facilitan la creación de espacios para la opinión y relacionamiento continuo alrededor del cuidado animal. Esto va de la mano con la publicidad emitida a través del mismo medio, gracias a las herramientas que proporcionan las redes sociales Instagram y Facebook para llegar a un mayor público.

**Exposiciones y Ferias.** A través de la participación de Petshoot en ferias de mascotas, tales como, “Nos damos garra” y “Expopet”, Petshoot contará con un stand en el que se promocionarán los paquetes y se presentará el portafolio; del mismo modo en eventos patrocinados y originados desde las facultades de veterinaria de las universidades de la ciudad, como también acompañamiento a las actividades propuestas por nuestros aliados lograremos el reconocimiento de nuestros grupos de interés.

#### ***4.4.3 Estrategia de posicionamiento***

Para lograr un lugar destacado frente a la competencia, y reconocimiento en los clientes, se contempla la siguiente estrategia:

**Demostración De La Experiencia A Clientes Potenciales.** Actualmente ya se realizó una primera prueba piloto, con resultados satisfactorios, tanto para el cliente, como para la empresa en materia del mensaje que se quiere transmitir, esta sesión se realizó al aire libre y retrata de manera natural el carácter juguetón y alegre de la mascota. Se seguirán realizando más pruebas

de este tipo con el fin de que la audiencia reconozca el valor emocional y comercial de la marca y se sienta atraído a adquirir el servicio.

**Jornadas De Adopción En Alianza Con La Fundación Doggy In Home.** Desde Petshoot se va a realizar una sesión especial a los animales que esperan por un hogar en las instalaciones de la fundación. Se creará un portafolio que hará parte de las redes corporativas, de esta manera, a la vez que la empresa se relaciona directamente con la resolución de la problemática, también se establece una base de datos, que permita identificar a las familias de las mascotas adoptadas para brindarles beneficios especiales.

**Presencia En Eventos Pet friendly:** Con el fin de generar un acercamiento directo con los clientes, brindarles información del producto, las causas que se promueven y el trasfondo social de la empresa, haremos presencia en diferentes eventos, campañas y jornadas dentro del mundo animal que se lleven en la ciudad de Bogotá. A los asistentes, les brindaremos una pequeña muestra de fotografía, para que a futuro se animen a contratar el servicio.

**Neuromarketing:** Recurso para la adecuada segmentación de los mensajes emitidos desde las redes corporativas, partiendo del principio de sensibilización y empatía de la audiencia/clientes, hacia la labor desarrollada por Petshoot, en el ámbito social, motivando el interés por la actividad comercial.

## Capítulo V – Análisis De Riesgos

### 5.1 Financieros

Tabla 7

#### Riesgos financieros

| Explicación                                                                                                                                                                                                                                                 | Impacto                                                                                                                                                | Líneas de acción                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Debido al alza de la cotización del dólar u otros factores económicos, se incrementa el precio de materia prima y productos que requiere Petshoot, que sumados se saldrían del presupuesto estimado que maneja el emprendimiento.                           | Esto podría generar incumplimiento en el pago de los productos.<br><br>Acceder a materia prima más económica que represente disminución en la calidad. | Concertar anticipadamente con los proveedores el precio estándar de los insumos, y llegado el caso, cambiar de proveedores buscando aquellos que ofrezcan productos de calidad a un precio asequible. |
| En el momento de solicitar un crédito, de ser necesario, puede ser posible que se reciba una respuesta negativa por parte de la entidad bancaria, debido a la situación que enfrenta la economía mundial y el temor que este produce en los inversionistas. | Falta de dinero para iniciar proyectos o sostener la gestión actual.                                                                                   | Gestionar un monto de ahorro, el cual será destinado para suplir los requerimientos en momentos de crisis.                                                                                            |
| Daño de algún equipo fotográfico o de producción que signifique un nuevo gasto empresarial.                                                                                                                                                                 | Demora en entregas, así como retrasos en Recorte de presupuesto para otros materiales o gastos.                                                        | Monitoreo mensual y revisión técnica del equipo electrónico empleado en la compañía.                                                                                                                  |
| No vender el mínimo de paquetes requeridos para cumplir el punto de equilibrio.                                                                                                                                                                             | No tener fuente de ingresos representando pérdidas.                                                                                                    | Invertir cada mes pronosticando lo necesario, basándonos en meses anteriores.                                                                                                                         |

## 5.2 Legislativos

Tabla 8

### Riesgos Financieros

| Explicación                                                                                                                                                                                                                          | Impacto                                                         | Líneas de acción                                                                                                                                                                                                     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Posible nueva legislación para las empresas prestadoras de servicios, que requieren contacto con grupos de personas, debido al estado de emergencia, declarado por el Gobierno Nacional, lo cual puede afectar la labor de Petshoot. | Operatividad limitada de Petshoot.                              | Contar con asesoría especializada para realizar los cambios que sean necesarios, para continuar con la operación.                                                                                                    |
| Incumplimiento de contratos por entes externos o por parte de Petshoot.                                                                                                                                                              | Problemas por crecimiento de trámites legales.                  | Debido al orden con el cual Petshoot maneja los contratos evitará su incumplimiento, y en el caso de los entes externos, buscar principalmente llegar a concertar para evitar a toda costa iniciar trámites legales. |
| Cambios y modificaciones de estatutos, leyes y normatividades que marginen el servicio de Petshoot.                                                                                                                                  | Cese de actividades en Petshoot, incluso su cierre,             | Cumplimiento estricto de la normatividad que involucra a los animales en Colombia y en el mundo.                                                                                                                     |
| Incumplimiento con algún documento requerido legalmente en la constitución de la empresa.                                                                                                                                            | Clausura de la empresa por autoridades y entes gubernamentales. | Seguimiento minucioso por parte de la Gerente Financiera junto con la Gerente General para llevar al día los documentos corporativos.                                                                                |

Arredondo, Jiménez, Medina, Vega. Análisis de riesgos legislativos. 2020.

### 5.3 De Mercado

Tabla 9

#### Riesgos De Mercado

| Explicación                                                                                                                                                                                      | Impacto                                                                                | Líneas de acción                                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Las personas no deseen comprar paquetes o adquirir los servicios de Petshoot temiendo por su salud y la de sus mascotas, debido a los agentes de contagio que se pueden encontrar al aire libre. | Reducción alta de ingresos, disminuyendo el flujo de caja.                             | A pesar de que se abordará un tema sensible se buscará que el mensaje relevante llegue a las personas, mueva sus fibras y los impacte de manera que les interese aportar en la causa.                                                               |
| Pérdida de interés por parte del consumidor, por razones diferentes al contexto de emergencia sanitaria.                                                                                         | Poca interacción con el consumidor y baja visibilización de la empresa en el contexto. | Lograr que el público comprenda de mejor manera el trabajo de Petshoot, entendiendo que no es solo un discurso en pro del cuidado de los animales que se queda en palabras, sino que todo el accionar de la empresa está enfocado a dicho objetivo. |
| Incurción de nuevas empresas al mercado con el mismo objeto social.                                                                                                                              | Disminución de la demanda del servicio.                                                | Resaltar factor diferencial de la empresa.<br>Emplear estrategias de persuasión del cliente.                                                                                                                                                        |
| Daño a la reputación y buen nombre de la marca.                                                                                                                                                  | Disminución de la demanda del servicio.                                                | Constante, oportuna y eficaz comunicación con el cliente a través de redes corporativas.<br>Fortalecer canales de comunicación, medios de comunicación y factor educativo.                                                                          |

Arredondo, Jiménez, Medina, Vega. Análisis de riesgos de mercado. 2020.

## Capítulo VI – Plan Financiero

### 6.1 Inversión Mínima Requerida Para Iniciar Operaciones

Para iniciar servicios de manera eficaz y completa en Petshoot se requiere una inversión inicial de \$8.285.000, valor en el que se incluyen aportes sociales, equipos fotográficos y elementos de escenografía, entre otros (ver tabla 1).

### 6.2 Tiempo Establecido Para La Recuperación De La Inversión

Para calcular el retorno de inversión se aplicó una fórmula por el periodo de tiempo de un año y con la expectativa de ingreso anual de \$30.000.000, dicha cifra se plantea basándonos en los datos del punto de equilibrio el cual indica que se requiere la venta de 6 paquetes mensuales para encontrar el punto de equilibrio, a esa cifra se le agregaron 2 paquetes más lo cual sumando anualmente da como resultado la cifra de expectativa de ingreso anual planteada anteriormente, relacionando estas cifras con el monto de inversión realizado para iniciar el emprendimiento, el cual fue \$8.285.000.

Ahora bien, la fórmula consiste en obtener el porcentaje de retorno de inversión al finalizar el año de operaciones, dicho porcentaje se calcula restando la inversión a la expectativa de ingreso, y esa cifra se divide entre la inversión nuevamente.

#### ***Fórmula***

$(\text{Expectativa de ingreso} - \text{Inversión}) / \text{Inversión} = \text{ROI}$

$(30.000.000 - 8.285.000) / 8.285.000 = 2.6 \times 100 = 260\%$

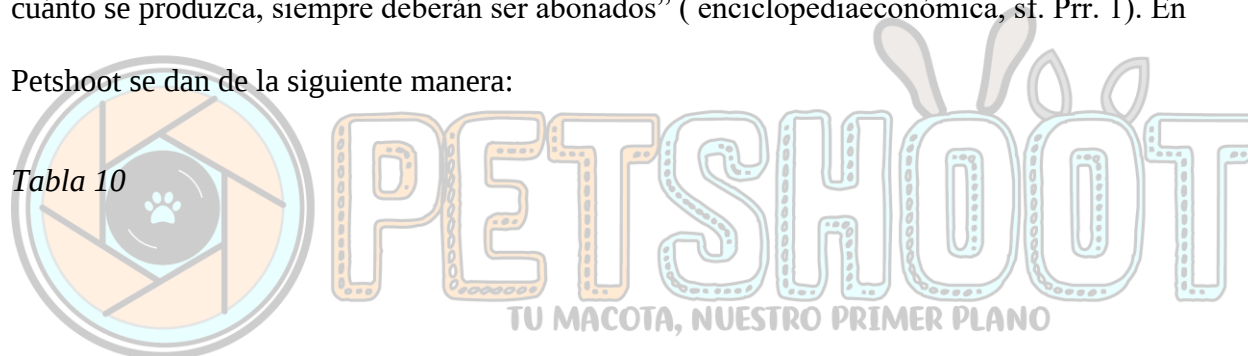
Explicando los resultados, para obtener un retorno de la inversión en un porcentaje superior al 200% en el transcurso del año, se requiere cumplir con la expectativa de meta de ingresos anuales, que en relación con Petshoot se refiere a la venta de 100 paquetes anuales.

## 6.3 Definiciones

### 6.3.1 Costos Fijos

Los costos fijos son “aquellos que la empresa siempre debe cancelar independientemente de su nivel de producción. Se les conoce como fijos porque no varían ante los cambios a nivel de producción de bienes y servicios. Es decir, que los costos fijos son aquellos que no importa cuánto se produzca, siempre deberán ser abonados” ( enciclopediaeconómica, sf. Prr. 1). En Petshoot se dan de la siguiente manera:

Tabla 10



#### Costos fijos

| Costo                            | Valor               |
|----------------------------------|---------------------|
| Salarios                         | \$1.200.000         |
| Servicios de transporte          | \$ 150.000          |
| Publicidad (Instagram, facebook) | \$15.000            |
| Servicios (luz, agua, internet)  | \$80.000            |
| <b>Total</b>                     | <b>\$ 1.445.000</b> |

Arredondo, Jiménez, Medina, Vega. Costos fijos Petshoot. 2020.

### 6.3.2 Costos Variables

Los costos variables, “son aquellos costos que varían de acuerdo con la producción que se desarrolla en una empresa u organización, es decir, con la cantidad de bienes o servicios que se estén produciendo (enciclopediaeconomica, sf. Prr.1). En Petshoot los costos variables son:

Tabla 11

#### Costos variables

| Costo                       | Valor             |
|-----------------------------|-------------------|
| Impresión                   | \$ 80.000         |
| Álbumes                     | \$ 78.600         |
| Bolsas personalizadas       | \$ 30.000         |
| Implementos de escenografía | \$ 120.000        |
| <b>Total</b>                | <b>\$ 308.600</b> |

Arredondo, Jiménez, Medina, Vega. Costos variables Petshoot. 2020.

### 6.3.3 Punto De Equilibrio

El punto de equilibrio sirve para “definir el nivel de ventas en donde se cubren los costos totales. Cuando una empresa llega al punto de equilibrio obtiene un beneficio, aunque la remuneración monetaria se determine como cero. Esto quiere decir que, aunque no gana dinero tampoco lo pierde” ( enciclopediaeconómica, sf. Prr. 1).

En el caso de Petshoot, luego de aplicada la fórmula se obtuvo que el punto de equilibrio son 6 paquetes al mes.

Para entender la fórmula aplicada se requiere definir los conceptos presentados en la misma, los cuales se presentan a continuación:

**Precio de venta.** Debido a que Petshoot ofrece paquetes con diferentes precios se obtuvo la media de los precios de venta.

**Unidades a vender.** Es la información que se pretende obtener por medio de la aplicación del punto de equilibrio.

**Costo variable unitario.** Se obtiene dividiendo los costos variables entre la cantidad de paquetes que se pueden producir al mes con el monto de costos, el resultado es \$61.720.

La fórmula aplicada para hallar el punto de equilibrio es la siguiente, se multiplica el precio de venta del producto por el número de unidades a vender, este resultado se resta con el costo variable unitario multiplicado con las unidades a vender; pero como se busca obtener el valor de las unidades a vender, se despeja restando al precio de venta el costo variable unitario, finalmente ese resultado divide los costos fijos y es allí en donde se obtiene la cantidad de unidades a vender para lograr el punto de equilibrio.

### ***Fórmula***

$(\text{Precio de venta} \times \text{Unidades a vender}) - (\text{Costo Variable Unitario} \times \text{Unidades a vender}) - \text{Costos Fijos} = 0$

$$(300.000 \times U) - (77.159 \times U) - 1.445.000 = 0$$

$$(223.159 \times U) - 1.445.000 = 0$$

### ***Despejando***

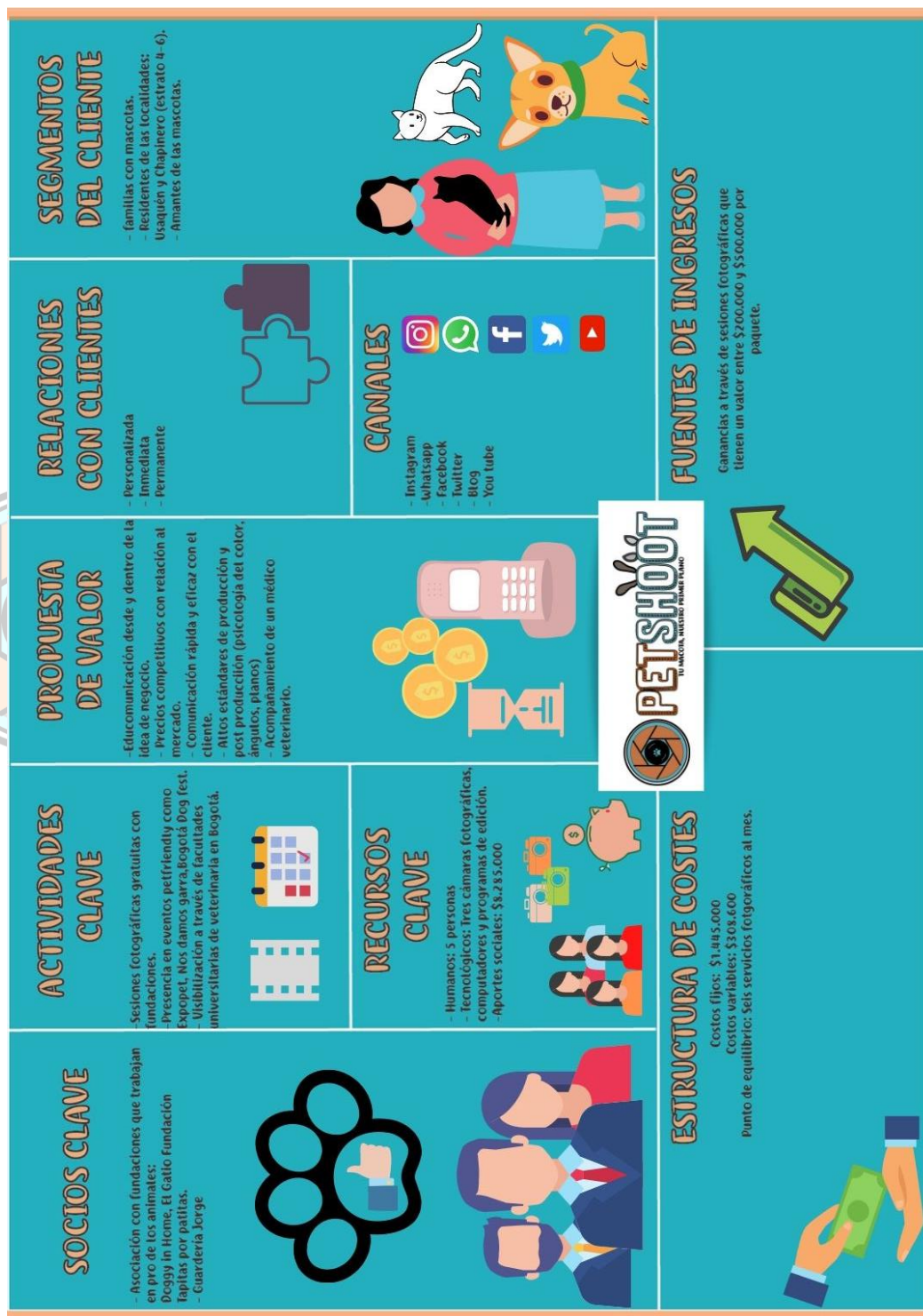
$$223.159 \times U = 1.445.000$$

$$U = 1.445.000 / 223.159$$

U = 6 servicios fotográficos.

## Capítulo VII –Lienzo De Modelo CANVAS

Figura 8: CANVAS





*“El único lugar donde el éxito viene antes del trabajo es en el diccionario.”*

*Vidal Sassoon*



## Bibliografía

Alzate, L. & González, J. (2016). Identificación de las causas de abandono de perros y gatos en el municipio de Viterbo Caldas, Colombia. Repositorio UTP. Disponible en <https://bit.ly/2HDjYgX>

Arredondo, Jiménez, Medina, Vega. (2020). Análisis de La Fotoperrería. 2020.

Arredondo, Jiménez, Medina, Vega. (2020). Análisis de Petcolors 2020.

Arredondo, Jiménez, Medina, Vega. (2020). Análisis de riesgos financieros. 2020.

Arredondo, Jiménez, Medina, Vega. (2020). Análisis de riesgos legislativos. 2020.

Arredondo, Jiménez, Medina, Vega. (2020) Análisis de riesgos de mercado. 2020.

Arredondo, Jiménez, Medina, Vega. (2020). Caracterización del equipo de trabajo. 2020.

Arredondo, Jiménez, Medina, Vega. (2020). Contactos y alianzas de Petshoot. 2020.

Arredondo, Jiménez, Medina, Vega. (2020) Costos fijos Petshoot. 2020.

Arredondo, Jiménez, Medina, Vega. (2020) Costos variables Petshoot. 2020.

Arredondo, Jiménez, Medina, Vega. (2020). Empresas que trabajan en el sector de Petshoot.

Información tomada de: [http://versionanterior.rues.org.co/RUES\\_Web/Consultas](http://versionanterior.rues.org.co/RUES_Web/Consultas)

Basto, P. (2012). *Un diseño de educación ambiental desde las perspectivas ecológicas y ed comunicativas*. Recuperado de Dianlet: [file:///C:/Users/MI%20COMPUTADORA/Downloads/Dialnet-UnDisenoDeEducacionAmbientaDesdeLasPerspectivasEc-3923396%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/MI%20COMPUTADORA/Downloads/Dialnet-UnDisenoDeEducacionAmbientaDesdeLasPerspectivasEc-3923396%20(1).pdf)

Carreño, L. (2017). *Ministerio de salud*. Recuperado de <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/SA/lineamientos-tenencia-responsables-acy.pdf>

Constitución política de Colombia. (1991). Recuperado de:  
[http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion\\_politica\\_1991.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991.html)

Daza, G. (2010). Desafíos de la educomunicación y alternativas pedagógicas en la construcción de la ciudadanía. *Revista Científica de Información y Comunicación*, 33-345.  
 Recuperado de: [http://institucional.us.es/revistas/comunicacion/7/art\\_16.pdf](http://institucional.us.es/revistas/comunicacion/7/art_16.pdf)

Dinero. (2018). *Las familias colombianas tienen más mascotas y menos hijos*. Recuperado de  
 Dinero: <https://www.dinero.com/edicion-impres/negocios/articulo/mascotas-en-los-hogares-de-colombia-en-2018/264423>

Freire, P. (1973). *¿Extensión o comunicación?* Ciudad de México: siglo veintiuno editores sa.  
 Recuperado de <https://grandeseducadores.files.wordpress.com/2015/07/extensic3b3n-o-comunicac3b3n-la-conciencia-en-el-medio-rural-1973.pdf>

Enciclopediaeconomica, sf. Costos fijos. Recuperado de Enciclopedia Económica  
 (<https://enciclopediaeconomica.com/costos-fijos/>).

Grasset, G. (2015). *LOKAD. Fijación de precios por paquete*, Julio de 2015. Obtenido de <https://www.lokad.com/es/definicion-de-fijacion-de-precios-por-paquete>

Kaplún, M. (2002). *Una pedagogía de la comunicación (el comunicador popular)*. Madrid: Editorial Caminos.

Nuño, P. (2017). Emrendrepyme.net. 24 de noviembre de 2017. Recuperado de:  
<https://www.emprendepyme.net/que-es-la-imagen-corporativa.html>

La Fotoperrería. (2014). *Lafotoperrería.com*. Recuperado de: <https://www.lafotoperreria.com/>

Ley 84 de 1989. Por la cual se adopta el Estatuto Nacional de Protección de los Animales y se crean unas contravenciones y se regula lo referente a su procedimiento y competencia. Minambiente.gov.  
 Recuperado de:  
[https://www.minambiente.gov.co/images/BosquesBiodiversidadyServiciosEcosistemicos/pdf/Normativa/Leyes\\_ley\\_0084\\_271289.pdf](https://www.minambiente.gov.co/images/BosquesBiodiversidadyServiciosEcosistemicos/pdf/Normativa/Leyes_ley_0084_271289.pdf)

Ley 1258 de 2008. *Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada*. Secretariassenado.gov. Recuperado de: [http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1258\\_2008.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1258_2008.html)

Ley 1774 del 2016. *Por medio de la cual se modifican el código civil, la ley 84 de 1989, el código penal, el código de procedimientos penal, y se dictan otras disposiciones*. Prsidencia.gov.co. Recuperado de: <https://bit.ly/24I8qNP>

Pérez, E. (2016). *Análisis: Cuánto invierten los colombianos en sus mascotas*. Recuperado de: <https://www.revistapym.com.co/destacados/cuanto-gastan-colombianos-en-mascotas>

Petcolors. (2019). *Petcolors.net*. Recuperado de: <https://www.petcolors.net/>

PYBA. (2014). *Política pública de protección y bienestar animal*. ambientebogota.gov.co. Obtenido de [http://www.ambientebogota.gov.co/c/document\\_library/get\\_file?uuid=68eccc33-d792-49a1-89d8-43306e0fb429&groupId=10157](http://www.ambientebogota.gov.co/c/document_library/get_file?uuid=68eccc33-d792-49a1-89d8-43306e0fb429&groupId=10157)

Romero, G. (2019). *En Colombia hay más de un millón de animales en la calle*. Recuperado de Uniminutoradio: <https://www.uniminutoradio.com.co/en-colombia-hay-mas-de-un-millon-de-animales-en-la-calle>

Semana, R. (2016). “Tratar a un perro como un ser humano también es maltrato animal”. *Semana*, Párrafo 4. Recuperado de <https://www.semana.com/vida-moderna/articulo/cesar-millan-dice-que-humanizar-a-los-perros-tambien-es-maltrato-animal/474746>

## Anexos

<https://drive.google.com/drive/folders/12TxZ8BRq8cENVDBPs69BVe8W7tZ4o7o9>

