

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS



TRABAJO DE GRADO DE LICENCIATURA: MODALIDAD DE ESPECIALIZACIÓN:
MODELO DE NEGOCIOS DIGITALES.

“DISEÑO DE MODELO DE NEGOCIO DIGITAL: PUPPY PELUDITOS”

PRESENTADO POR:

NOMBRE	CÓDIGO DE CARRERA
POSADA SERRANO, KARINA ARELY	L10804
PÉREZ HERRERA, MARLON EDENILSON	L10804

SEPTIEMBRE 2025
CIUDAD UNIVERSITARIA DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA.
SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

AUTORIDADES CENTRALES

RECTOR: MSC. JUAN ROSA QUINTANILLA QUINTANILLA
VICERRECTOR ACADÉMICO: PHD. EVELYN BEATRIZ FARFÁN MATA
SECRETARIO GENERAL: MSC. PEDRO ROSALÍO ESCOBAR CASTANEDA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANO: LICDA. CELINA AMAYA DE CALDERON
SECRETARIA: LIC. JUAN PABLO MARÍN
COORDINADOR GENERAL DE PROCESO DE GRADUACIÓN: MAF. RONALD EDGARFO GÁLVEZ RIVERA

ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL

COORDINADOR DE ESCUELA: LIC. MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA PINEDA
COORDINADORA DE PROCESO DE GRADUACIÓN: LIC. EDWIN DAVID ÁRIAS MANCÍA
DOCENTE ASESOR: LIC. CARLOS ALBERTO HENRIQUEZ CARRILLO
TRIBUNAL EVALUADOR: LIC. CARLOS ALBERTO HENRIQUEZ CARRILLO
EVALUADOR 1
EVALUADOR 2

SEPTIEMBRE 2025

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, quiero expresar mi más sincero agradecimiento a mi familia, por su amor, apoyo incondicional y por ser mi mayor fuente de motivación. A mis padres, quienes siempre me han brindado su apoyo emocional y económico. Su confianza en mí ha sido esencial para alcanzar esta meta. Quisiera también agradecer al guía de especialización Carlos Alberto Henríquez, por su guía y conocimientos compartidos.

Karina Arely Posada Serrano

Quiero agradecer a mis asesores y docentes por su valiosa orientación durante este proyecto. A mi familia, por su apoyo incondicional y motivación constante. A mis compañeros y amigos, por sus consejos y por compartir esta experiencia. A las personas y organizaciones que trabajan por el bienestar de los animales, cuya dedicación inspira este proyecto. Agradezco también a todos los que contribuyeron con su conocimiento y esfuerzo para hacerlo posible. Su apoyo ha sido clave para alcanzar este objetivo.

Marlon Edenilson Pérez Herrera

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO	i
INTRODUCCIÓN	ii
CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO TEÓRICO	1
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
<i>1.1.1 Antecedentes</i>	<i>1</i>
<i>1.1.2 Descripción.</i>	<i>3</i>
<i>1.1.3 Formulación.</i>	<i>4</i>
<i>1.2 Delimitación del problema</i>	<i>5</i>
<i>1.2.1 Geográfica y temporal</i>	<i>5</i>
<i>1.2.2 Teórica</i>	<i>6</i>
<i>1.3 Justificación de la Investigación</i>	<i>7</i>
<i>1.4 Objetivos</i>	<i>9</i>
<i>1.5 Marco teórico</i>	<i>10</i>
<i>1.5.1 Histórico</i>	<i>11</i>
<i>1.5.2 Conceptual</i>	<i>14</i>
<i>1.5.3 Legal</i>	<i>17</i>

CAPÍTULO II METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	21
2.1 METODOLOGIA DE INVESTIGACION	21
2.1.2 <i>Generalidades</i>	22
2.1.2 <i>Método</i>	23
2.1.3 <i>Enfoque de investigación (Mixto)</i>	24
2.1.4 <i>Universo</i>	24
2.1.5 <i>Población</i>	26
2.1.6 <i>Muestra</i>	27
2.1.7 <i>Técnicas de investigación</i>	32
2.1.8 <i>Instrumento de Investigación (Cuestionario – Entrevistas)</i>	36
2.1.9 <i>Presentación de Resultados</i>	36
2.2 <i>Diagnóstico</i>	36
2.2.1 <i>Fuerzas de Michael Porter</i>	37
2.2.2 <i>Desarrollo De Pest.</i>	39
2.2.3 <i>Análisis Foda Cruzado.</i>	40
2.3 <i>Conclusiones del diagnóstico de la situación</i>	43
2.4 <i>Desarrollo de Lienzo Canvas</i>	46
CAPITULO III PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO	49

3.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	49
3.1.1 <i>Nombre del negocio</i>	49
3.1.2 <i>Información General del Negocio</i>	50
3.2 MARCO ESTRATÉGICO	55
3.2.1 <i>Misión</i>	55
3.2.2 <i>Visión</i>	55
3.2.3 <i>Valores</i>	55
3.2.4 <i>Objetivos</i>	56
3.2.5 <i>Metas</i>	56
3.3 DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS	57
3.3.1 <i>Prototipos / Descripción General</i>	60
3.4 VENTAJA COMPETITIVA	60
3.5 PLAN ORGANIZACIONAL	61
a. <i>Objetivos del plan organizacional</i>	61
b. <i>Estructura Organizativa de la empresa</i>	62
c. <i>Organización de gestión y recursos humanos</i>	63
d. <i>Proceso Administrativo</i>	64
e. <i>Identificación y características de Recursos Humanos.</i>	67

3.6 PLAN DE MERCADEO	69
<i>a. Objetivos del Plan de Mercadeo</i>	69
<i>b. Resultados de la Investigación de Mercadeo</i>	69
<i>c. Marketing Mix Digital</i>	70
<i>d. Estrategias del Marketing Mix Digital</i>	72
3.7 PLAN DE VENTAS	76
<i>a. Objetivos del Plan Financiero</i>	76
<i>b. Proyección de Ventas (1 año)</i>	77
3.8 PLAN FINANCIERO	77
<i>a. Objetivos del Plan Financiero</i>	77
<i>b. Plan de Inversión</i>	78
<i>c. Estructura de Costos</i>	79
<i>d. Flujo de Efectivo</i>	80
<i>e. Análisis de Rentabilidad y Punto de equilibrio</i>	80
3.9 PLAN DE TRABAJO	83
<i>a. Objetivos de un Plan de Trabajo</i>	83
<i>b. Cronograma de actividades basado en el plan de acción</i>	85
3.10 INDICADORES DE MEDICIÓN	85

CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN	89
RECOMENDACIONES DEL DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN	90
BIBLIOGRAFÍA	91
ANEXOS	96

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Línea de tiempo sobre la evolución de la adopción de mascotas	11
Tabla 2: Análisis PEST.	39
Tabla 3: Análisis Matriz Foda	40
Tabla 4: Competencia indirecta	46
Tabla 5: Lienzo CANVAS	46
Tabla 6: Ventajas competitivas	60
Tabla 7: Organización de gestión y recursos humanos	63
Tabla 8: Identificación y características de Recursos Humanos.	67
Tabla 9: Estrategias del Marketing Mix Digital	75
Tabla 10: Proyección de Ventas	77

Tabla 11: Supuesto de Inversión y Financiamiento	78
Tabla 12: Proporción del mantenimiento web	79
Tabla 13: Proporción de marketing	79
Tabla 14: Costo de atención al cliente por adopción	80
Tabla 15: Detalle de costos brutos por adopción	78
Tabla 16: Costos totales proyectados (5 años)	78
Tabla 17: Costo de Personal Proyectado	79
Tabla 18: Otros Costos y Gastos	79
Tabla 19: Flujo de Efectivo Proyectado para el Primer Año	80
Tabla 20: Flujo de Efectivo Proyectado para los Siguietes 4 Años	80
Tabla 21: Análisis de Rentabilidad	81
Tabla 22: Punto de Equilibrio Operativo	82
Tabla 23: Plan de trabajo.	85

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Logo de la empresa	49
Figura 2. Valores de la empresa	56

Figura 3. Prototipo en Laptop/ Figura 4. Prototipo en Celular.	60
Figura 5. Organigrama de la empresa	62
Figura 6. Perfil de Facebook	115
Figura 7. Perfil de TikTok	115
Figura 8. Logo de Puppy Peluditos	119
Figura 9. Logo de Puppy Peluditos	122
Figura 10. Aplicaciones del logo en promocionales	123
Figura 11. Aplicaciones del logo en Textiles	123
Figura 12. Aplicaciones publicitarias en banners	124
Figura 13. Aplicaciones publicitarias en dispositivos	124

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto presenta el desarrollo de una plataforma digital innovadora que facilita la adopción de mascotas, conectando a adoptantes con refugios, criadores responsables y clínicas veterinarias. La plataforma ofrece herramientas avanzadas de búsqueda, perfiles detallados de mascotas y una gestión personalizada para cada usuario, optimizando la experiencia de adopción y garantizando bienestar animal.

La empresa opera bajo un modelo de intermediación digital, ofreciendo distintos servicios tanto gratuitos como premium. Además de la adopción, la plataforma incluye un sistema de suscripciones para refugios y veterinarias, espacios publicitarios y comisiones por servicios relacionados, generando múltiples fuentes de ingresos sostenibles.

El creciente interés en la adopción de mascotas y la digitalización de servicios representan una oportunidad significativa. A través del sistema, se busca posicionarnos como la opción más eficiente y confiable para adoptantes y proveedores de servicios relacionados con el bienestar animal.

Los ingresos provienen de suscripciones premium para refugios, criadores y clínicas veterinarias, espacios publicitarios para marcas del sector, y comisiones por adopciones y referencias a servicios veterinarios.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto tiene como objetivo principal el desarrollo de Puppy Peluditos, una plataforma digital diseñada para facilitar la conexión entre adoptantes, refugios, criaderos y veterinarias en El Salvador. Esta iniciativa responde a la creciente necesidad de ofrecer un espacio seguro, accesible y confiable donde las personas puedan encontrar información y servicios relacionados con la adopción y adquisición responsable de mascotas.

El proyecto se enmarca en la problemática del abandono animal y la falta de herramientas tecnológicas que respalden a los refugios y criaderos en su labor de cuidado y promoción de adopciones. Además, busca crear conciencia sobre la importancia de la tenencia responsable mediante la incorporación de recordatorios automáticos para vacunas, desparasitaciones y controles veterinarios, asegurando el bienestar de las mascotas adoptadas a través de la plataforma.

A través de un enfoque innovador, Puppy Peluditos integra soluciones tecnológicas para ofrecer servicios complementarios, como opciones publicitarias para criaderos y enlaces con clínicas veterinarias. Con un modelo de negocio sostenible, la plataforma no solo busca generar ingresos, sino también fortalecer las relaciones entre los actores clave del sector, promoviendo el bienestar animal y aportando valor a la comunidad.

Este documento detalla el análisis, desarrollo y planificación estratégica del proyecto, destacando su potencial para impactar positivamente tanto en la vida de los animales como en las familias que los acogen, consolidándose como un referente en la adopción responsable en el país.

DISEÑO DE MODELO DE NEGOCIO DIGITAL: PUPPY PELUDITOS

CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO

TEÓRICO

En este capítulo se abordará de manera detallada la problemática central que justifica la necesidad de desarrollar la página web para la venta y adopción de cachorros. Este capítulo establecerá el contexto y la relevancia del proyecto, cubriendo los siguientes aspectos clave:

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Antecedentes

Porcentaje de cachorros en El Salvador

“El 60.7% de los hogares salvadoreños urbanos tiene mascotas, y las más comunes son los perros y los gatos, revela una encuesta realizada por LPG Datos, la unidad de investigación social de La Prensa Gráfica.” (Segura, 2019)

Instituciones de Bienestar del Animal en El Salvador

Es la primera institución gubernamental de El Salvador que vela por los animales de compañía y silvestres en cautiverio, y es el máximo ente que regula y aplica la Ley Especial de Protección y Bienestar Animal, que tiene como máximo objetivo construir una sociedad de respeto hacia todo ser vivo. Luego de muchas planificaciones y un arduo

trabajo, esta entidad pudo concretarse cuando el 26 de mayo de 2016 la Asamblea Legislativa aprobó esta importante normativa. (IBA, 2022)

Las Razones para adoptar o comprar una mascota

Básicamente, la gran mayoría de las personas deciden llevar a casa a un perro o a un gato por tres razones fundamentales: afecto, responsabilidad o educación.

La condición afectiva está relacionada con el hecho de brindar atención y amor a una mascota. Es muy normal entre las personas que están completamente solas y que requieren de un compañero en el cual depositar su atención y cariño.

La condición de responsabilidad surge especialmente entre varias personas. Es cuando un núcleo familiar decide hacerse cargo de una mascota y en consecuencia se Distribuyen las obligaciones y los cuidados del nuevo integrante del hogar.

Humanizar a las mascotas

Consiste en verlas como si se tratase de personas. Algunos tutores de perros o gatos tratan de identificar en sus regalones gestos, actitudes, preferencias que solo son acordes con la conducta de las personas, tergiversando por completo sus preferencias y sus instintos animales. Puedes amar a tu perro y a tu gato de una forma especial e incondicional, sin tratarlo como si se tratara el niño menor de la casa, por ejemplo, y respetando la autonomía y las necesidades propias de su raza. (Gabrica, 2019)

1.1.2 Descripción.

Este proyecto tiene como objetivo desarrollar una página web en El Salvador dedicada a la adopción ética de cachorros, que contará con la colaboración de criaderos legalmente certificados bajo la Ley Especial de Protección y Bienestar Animal. La plataforma no solo facilitará la adopción responsable de cachorros, sino también el acceso a servicios veterinarios y productos de alimentación especializados para cachorros, promoviendo una crianza consciente y respetuosa con los animales.

Este proyecto surge a raíz de la deficiencia existente en el sistema de adopciones y en la regulación de criaderos en el país. A pesar de los avances en la legislación sobre el bienestar animal, todavía persisten prácticas irresponsables tanto en el comercio de cachorros como en la gestión de criaderos. La falta de control efectivo y de conciencia ética sobre la adopción y el cuidado responsable de los animales genera un mercado paralelo en el que muchos cachorros son criados en condiciones inadecuadas, sin cumplir con los estándares de salud y bienestar que establece la ley. Además, muchas personas desconocen los beneficios de la adopción en lugar de la compra, lo que contribuye a la sobrepoblación animal.

Por un lado, la iniciativa ofrece una solución positiva al promover prácticas legales, transparentes y responsables en la adopción de cachorros, lo que fomenta una cultura de cuidado y respeto hacia los animales. Sin embargo, la situación actual sigue siendo crítica en cuanto a la falta de infraestructura adecuada, la educación sobre bienestar animal y la regulación de los criaderos, lo que dificulta la implementación efectiva de soluciones. El proyecto busca, por tanto, abordar estos problemas de raíz, ofreciendo un espacio que

integre tanto la adopción como la información y los servicios necesarios para asegurar una tenencia responsable, y colaborar con las autoridades y organizaciones encargadas de mejorar la situación de los animales en el país.

1.1.3 Formulación.

Para lograr comprender la problemática al momento de llevar a cabo el modelo de negocio es necesario formular distintas interrogantes que proporcionan una mejor comprensión de la situación:

¿Es viable crear un modelo de negocio digital basado en un sitio web para la adopción de mascotas que garantice tanto la seguridad como la eficacia en el proceso de adopción, considerando las normativas legales, la transparencia en el proceso y el bienestar de los animales involucrados?

¿Qué características y funcionalidades específicas debe incluir el sitio web para asegurar que el modelo de negocio sea sostenible a largo plazo, considerando aspectos clave como la escalabilidad, la seguridad, la experiencia del usuario y la capacidad de adaptación a cambios regulatorios y de mercado?

¿Cuál es la demanda actual de plataformas digitales para la adopción de mascotas en el mercado local e internacional?

¿Quién es el público objetivo de la Sitio web y cuáles son sus necesidades de compra de alimentos y servicios veterinarios para la adopción de mascotas?

¿Cómo puede la página web garantizar que los procesos de adopción cumplan con los estándares éticos y legales, y cómo pueden las alianzas estratégicas con empresas que

ofrecen productos de alimentación, salud y otros servicios para perros contribuir al éxito y sostenibilidad del modelo de negocio digital de adopción de mascotas?

1.1.3.1 Enunciado del Problema

¿Como en El Salvador, el proceso de adopción y de mascotas enfrenta desafíos debido a la falta de plataformas seguras y centralizadas? Esto limita la conexión efectiva entre adoptantes y criadores, y genera desconfianza en la procedencia y calidad de los animales. Además, la inexistencia de un sistema transparente para la adopción de cachorros, ¿dificultando el acceso a mascotas en condiciones óptimas y la adopción responsable?

1.2 Delimitación del problema

En este capítulo se establece la ubicación geográfica, el período temporal, los aspectos temáticos, la población objetivo, y la metodología que se utilizarán. También justifica por qué se han establecido estas delimitaciones y reconoce las posibles limitaciones del estudio. Este capítulo asegura que el estudio esté enfocado y sea manejable, evitando la dispersión y maximizando la relevancia de los resultados.

1.2.1 Geográfica y temporal

Geográfica

La página web se lanzará en las siguientes zonas de El Salvador en el cual detallamos a continuación:

- Municipio de San Salvador Este (Distrito de Soyapango y distrito de Ilopango).

- Municipio de San Salvador Oeste (Distrito de Apopa)
- Municipio de San Salvador Centro (Distrito de Mejicanos y distrito de San Salvador)
- Municipio de La Libertad Sur (Distrito de Santa Tecla)
- Municipio de La Libertad Este (Distrito de Antigua Cuscatlán y distrito de Nuevo Cuscatlán)
- Municipio de Santa Ana Centro (Distrito de Santa Ana)
- Municipio de Sonsonate Centro (Distrito de Sonsonate)

Temporal

El período destinado para evaluar la viabilidad y desarrollar el modelo de negocio digital, así como para la creación de contenidos y el diseño del proyecto de la página web, que estará disponible tanto en versiones de escritorio como móviles, será de marzo a septiembre de 2024.

1.2.2 Teórica

Los negocios digitales dependen de la tecnología para comercializar productos o servicios y se benefician enormemente de una gestión efectiva en un entorno de constante crecimiento. Aprovechar adecuadamente estas tecnologías puede generar oportunidades significativas y resultados óptimos.

Digitalización

Los modelos de negocios digitales se basan en la tecnología y la digitalización de los procesos. Los productos y servicios se entregan a través de canales digitales y se utilizan herramientas digitales para gestionar y optimizar los procesos.

La digitalización es fundamental para el éxito de los modelos de negocios digitales. Hoy los consumidores esperan cada vez más que las empresas ofrezcan una experiencia de usuario fácil, rápida y personalizada.

Personalización

Los modelos de negocios digitales permiten una mayor personalización de los productos y servicios para satisfacer las necesidades específicas de los clientes. Esto se logra mediante el uso de datos y algoritmos que permiten analizar el comportamiento del cliente y ofrecer soluciones adaptadas a sus necesidades.

Los modelos de negocios digitales que no tienen en cuenta la personalización están perdiendo una gran oportunidad para diferenciarse y destacarse en un mercado cada vez más competitivo. (docuSign, 2023)

1.3 Justificación de la Investigación

En un contexto donde el bienestar animal y la adopción responsable son cada vez más relevantes, la plataforma digital "Puppy Peluditos" surge como una solución innovadora y necesaria en El Salvador. Este proyecto se enfoca en problemas clave, como la transparencia en el proceso de adopción, el acceso seguro a criaderos y veterinarias, y el fomento de un cuidado continuo y responsable de las mascotas.

El objetivo es vincular adoptantes con criaderos certificados y veterinarias confiables, la plataforma se posiciona como un canal seguro para la adopción,

promoviendo al mismo tiempo una ética de bienestar animal y una comunidad más consciente. La investigación de este proyecto se justifica al responder a una gran necesidad de transparencia y confianza en los procesos de adopción de mascotas.

Hoy en día muchos adoptantes enfrentan inseguridad respecto al origen y estado de salud de las mascotas que adoptan, esto dificulta el acceso a adopciones seguras en el país. La plataforma web busca abordar esta problemática conectando a los adoptantes con criaderos y veterinarias reconocidas legalmente, que cumplen con altos estándares de calidad. Con esto los adoptantes pueden tener la tranquilidad de que reciben animales en buen estado de salud y con un historial que les de seguridad, construyendo un modelo de adopción ético y regulado que refuerza la confianza en el proceso de adopción.

Utilidad Social

Este proyecto también responde a la problemática de las mascotas sin hogar la cual es una situación que afecta tanto el bienestar animal como la salud pública en El Salvador. "Puppy Peluditos" brinda una solución accesible y segura para los dueños que no pueden mantener a sus mascotas, conectándoles con potenciales adoptantes y reduciendo el riesgo de abandono.

Con esta iniciativa no solo apoya a los dueños responsables, sino que también contribuye a disminuir la población de animales sin hogar así impactando positivamente en la sociedad y promoviendo un ambiente seguro y saludable. Al facilitar adopciones éticas, gratuitas y seguras, la plataforma ayuda a mitigar los problemas de abandono, promoviendo el cuidado responsable y elevando el estándar de adopción en el país.

Novedad

La novedad radica en su enfoque integral lo que no solo actúa como intermediario entre adoptantes y criaderos certificados, sino que también establece una red de contacto con veterinarias para el seguimiento preventivo en la misma página web, un seguimiento que se realizará exclusivamente a las mascotas adoptadas en Puppy Peluditos donde adoptantes reciben recordatorios automáticos para vacunas, desparasitaciones, etc. Promoviendo un compromiso constante con la salud de los animales. Este aspecto preventivo es lo que diferencia a la plataforma de otras opciones, al incentivar una adopción informada y responsable, en la cual los adoptantes pueden acceder fácilmente a servicios veterinarios de confianza y mantenerse al día con el cuidado de sus mascotas.

Además, la plataforma permite a rescatistas y dueños responsables dar en adopción a sus animales de forma gratuita, creando una red de apoyo en la comunidad y fortaleciendo el bienestar animal a través de prácticas seguras y confiables, la relevancia de Puppy Peluditos se alinea con el crecimiento del mercado de las mascotas en El Salvador, el cual ha visto un aumento constante impulsado por la demanda de productos y servicios de calidad.

1.4 Objetivos

Objetivo general

Desarrollar una plataforma digital que facilite el proceso de adopción de mascotas de manera ética y segura en El Salvador con el propósito de conectar a los adoptantes con criaderos y veterinarias certificadas, fomentando la salud continua de las mascotas a través de recordatorios de cuidados preventivos.

Objetivos específicos

Implementar un sistema de verificación que permita a los adoptantes acceder a la información clara y confiable sobre el estado de salud de las mascotas que se muestran en la plataforma, logrando así al menos 200 adopciones el primer año.

Estructurar alianzas con al menos cinco clínicas veterinarias en el primer año de operación para ofrecer servicios de salud preventiva a los adoptantes, y con esto lograr que reciba recordatorios a través de la plataforma acerca de cuidados esenciales como vacunación y desparasitación.

Fomentar una comunidad de adopción responsable, alcanzando en el primer año el 70% de las mascotas adoptadas a través de la plataforma reciban seguimiento de su bienestar y cuidados, tratando así de fomentar la adopción ética y de apoyo al bienestar animal.

Fomentar una comunidad de adopción responsable, alcanzando en el primer año el 70% de las mascotas adoptadas a través de la plataforma reciban seguimiento de su bienestar y cuidados, tratando así de fomentar la adopción ética y de apoyo al bienestar animal.

1.5 Marco teórico

El Marco Teórico de este proyecto se estructura en tres secciones clave que proporcionan el contexto y fundamento necesario para comprender la creación y funcionamiento de la plataforma "Puppy Peluditos." La sección Histórico explora la evolución de las plataformas digitales en el sector de la adopción y cuidados de las mascotas, destacando su impacto en la sociedad actualmente. En el apartado Conceptual, se abordan las teorías y modelos que sustentan el negocio digital, como los modelos de

adopción y el e-commerce especializado. Finalmente, la sección Legal analiza las normativas aplicables en El Salvador, incluyendo la Ley Especial de Protección y Bienestar Animal, que regula la operación de criadores oficiales y asegura la legalidad de las adopciones responsables en la plataforma.

1.5.1 Histórico

La adopción de mascotas ha evolucionado considerablemente a lo largo de los años. Tradicionalmente, la adopción de animales domésticos se realiza a través de refugios y organizaciones de bienestar animal, muchas veces de manera informal.

Sin embargo, con la llegada de Internet, surgieron plataformas digitales que facilitaron el acceso a una variedad más amplia de opciones para los interesados en adquirir una mascota. Estas plataformas, al principio, operaban sin mucha regulación, lo que generó preocupaciones en torno al bienestar animal y la procedencia de las mascotas. Las historias de perros provenientes de criaderos clandestinos o de condiciones insalubres llevaron a un creciente escrutinio por parte de organizaciones protectoras de animales y de la sociedad en general.

En El Salvador, los animales callejeros y la falta de adopción responsable ha sido un problema que ha aumentado considerablemente, debido a las condiciones en que muchos dueños tienen a sus mascotas y en la falta de responsabilidad que tienen con el cuidado de ellos, principalmente en las condiciones de salud y esterilización. (Miranda, 2021)

Tabla 1

Línea de tiempo sobre la evolución de la adopción de mascotas

Etapa prehistórica (hace más de 15,000 años)

- * Origen: El perro descende del lobo gris (*Canis lupus*).
 - * Domesticación: Primeras evidencias de domesticación en Asia y Europa.
 - * Función: Compañero de caza y protección.
- Inicio del vínculo humano-animal.
-

Edad Antigua (Egipto, Roma, Grecia)

- * Los perros se integran en la vida cotidiana como guardianes, cazadores y símbolo de estatus.
 - * En Egipto eran incluso momificados y considerados protectores.
 - * Se comienzan a identificar razas primitivas según su función.
-

Edad Media (siglos V–XV)

- * Se utilizan en tareas de caza, pastoreo y vigilancia.
 - * Surgen los primeros criaderos en Europa para mejorar características específicas.
 - * Asociados a la nobleza y la realeza.
-

Siglo XIX: Consolidación de razas

- * Nacen los clubes caninos y los registros genealógicos (como el Kennel Club en 1873).

- * Se definen estándares de razas.

- * Aparece la crianza selectiva para exhibiciones y competencias.

Años 1950–1990: Mascota familiar

- * El perro pasa de tener funciones laborales a ser parte del hogar.

- * Aumenta el interés por su bienestar, salud y adiestramiento.

- * Surgen servicios veterinarios especializados y productos para mascotas.

Años 2000: Internet y plataformas digitales

- * Nace el comercio electrónico de productos para mascotas (alimentos, accesorios, juguetes).

- * Surgen foros y comunidades en línea de dueños de perros.

- * Aparecen servicios digitales como adopciones en línea y entrenamiento virtual.

Años 2010–2020: Era digital y redes sociales

- * Los perros se vuelven protagonistas en redes sociales (influencers caninos, adopciones virales).

- * Crecen las aplicaciones móviles para cuidado, veterinarios y paseadores.

- * Aumentan los servicios premium (spa, guarderías, seguros y alimentación personalizada).

Actualidad (2020–2025): Digitalización total y sostenibilidad

* Expansión del mercado pet tech (dispositivos inteligentes, GPS, cámaras, collares con sensores).

* Página web y plataformas de suscripción (como alimentos a domicilio).

* Enfoque en bienestar emocional y sostenibilidad (productos ecológicos, adopción responsable).

* Uso de inteligencia artificial para monitorear salud y comportamiento.

Fuente: Elaboración propia.

1.5.2 Conceptual

Adopción de Mascotas: Proceso por medio del cual una persona, adquiere la calidad de propietario y toma la responsabilidad de un animal de compañía que ha sido abandonado, decomisado u otros. (Asamblea Legislativa, 2022)

Adopción Responsable: Es un compromiso serio que debe tomarse con plena conciencia de las necesidades y el bienestar del animal. Implica amor, cuidado, dedicación y la comprensión de que estamos asumiendo la responsabilidad de otro ser vivo. (Diputación de Alicante, 2024)

Clínica veterinaria: es una instalación que brinda atención de emergencia, diagnósticos especializados y tratamientos para animales. (Veterinario Karlsruhe)

Criadero: Instalación con fines comerciales donde se reproducen animales domésticos en un medio controlado. (Gobierno de El Salvador, 2023)

Criador: Se dedican a proporcionar los cuidados necesarios para que perros, gatos, caballos, conejos y otros animales crezcan de manera adecuada y de los que se pueda obtener un rendimiento económico. (Wikipedia, 2024)

Digitalización de Servicios: Consiste en posibilitar su prestación por medios telemáticos, permitiendo que todos o parte de sus trámites administrativos se realicen vía internet o, en su caso, por teléfono. En el contexto de adopción de mascotas, esto implica la creación de plataformas en línea que faciliten la comunicación y gestión del proceso de adopción. (Euskadi.eus, 2014)

Grooming: Es una técnica de peluquería canina que implica un cuidado completo del pelaje y otras áreas específicas del animal. Este proceso incluye desde el baño y secado, hasta el corte, desenredado y atención a zonas como las uñas, orejas y oídos. (Tienda Animal Blog)

Hospedaje canino: Es un lugar donde tu perro puede quedarse mientras tú estás de viaje o ausente. Este lugar ofrece un ambiente seguro y acogedor para que tu mascota se sienta como en casa. (Conductcan)

Marketing digital: También conocido como Mercadotecnia Digital es el conjunto de actividades que una empresa (o persona) ejecuta en línea con el objetivo de atraer nuevos negocios, crear relaciones y desarrollar una identidad de marca. Dentro de sus estrategias están el SEO, Inbound Marketing y el Marketing de Contenidos. (Blog.Rockcontent, 2021)

Marketing Social: Philip Kotler, considerado el padre del ‘marketing’ moderno, definía el ‘marketing’ social como “el diseño, implantación y control de programas que

buscan incrementar la aceptación de una idea o causa social en determinados grupos objetivo”. (BBVA)

Bienestar Animal: Conjunto de condiciones que aseguran que los animales vivan sin sufrimiento innecesario, con buena salud física y emocional. Las plataformas de adopción deben promover prácticas éticas y responsables para garantizarlo. (Overall, 2017)

Raza o Variedad: el nombre de la raza siempre debe ir anotado en el registro, así como todos los demás datos generales, en este espacio también se anotan la variedad si es que la raza la tiene, como, por ejemplo; en el Schnauzer, deberá ir anotado si se trata de un miniatura, gigante o estándar, o en el caso del Chihuahueño, si éste es de pelo corto o pelo largo, sólo por citar algunas razas. (Acansal, 2024)

Sitio Web: En inglés website o web site, un sitio web es un sitio (localización) en la world wide web que contiene documentos (páginas web) organizados jerárquicamente. (Urbe.edu, 2012)

Tenencia Responsable: conjunto de derechos y deberes asumidos por personas naturales o jurídicas, respecto de la propiedad, posesión o custodia de los animales, tales como los cuidados idóneos y el espacio vital, para el bienestar de los animales. (Gobierno de El Salvador, 2023)

Modelo Freemium: Es una estrategia de negocio digital que ofrece servicios básicos de manera gratuita mientras se cobran funciones premium o avanzadas. Este modelo permite atraer usuarios sin barreras iniciales y luego monetizar a través de suscripciones o funcionalidades adicionales. (Seufert, 2013)

Plataforma Digital: Es un entorno tecnológico que permite la interacción entre distintos grupos de usuarios, facilitando el intercambio de bienes, servicios o información. En el caso de Puppy Peluditos, conecta adoptantes, criadores, veterinarias y refugios mediante una interfaz centralizada. (Tiwana, 2013)

Economía Colaborativa: Es un modelo socioeconómico basado en el intercambio o colaboración entre individuos y organizaciones a través de plataformas digitales. Favorece la optimización de recursos y el acceso compartido, más que la propiedad individual. (Pacelle, 2016)

Transformación Digital en el Sector Veterinario: Hace referencia al proceso mediante el cual las clínicas y servicios veterinarios adoptan tecnologías digitales para mejorar su eficiencia, comunicación y experiencia del cliente. (Dörr & Nachtmann, 2022)

Experiencia del Usuario (UX): Se refiere a la percepción y satisfacción que un usuario obtiene al interactuar con un producto o servicio digital. En plataformas como Puppy Peluditos, una buena UX asegura que el proceso de adopción sea simple, confiable y agradable. (Malik, Sharma & Chaudhary, 2024)

1.5.3 Legal

En El Salvador, la adopción y el bienestar de los animales están regulados por varias leyes y normativas que buscan proteger y garantizar un trato adecuado a los animales. Algunas de las leyes relevantes son:

Ley Especial de Protección y Bienestar Animal (Decreto Legislativo No. 276):

Promulgada el 16 de febrero del 2022, esta ley establece las normas básicas para la protección y bienestar de los animales de compañía en El Salvador. Sus objetivos incluyen (Asamblea Legislativa, 2022):

- Promover el respeto y la protección de los animales silvestres y domésticos.
- Garantizar el bienestar físico y emocional de los animales.
- Regular la tenencia y cuidado de los animales.
- Fomentar la adopción y evitar el abandono de animales.

Código Penal de El Salvador: Los artículos 261 y 263 incluyen disposiciones que penalizan el maltrato y crueldad hacia los animales, con sanciones que van desde multas hasta penas de prisión. (Asamblea Legislativa, 2021)

Ley De Bienestar animal: Criaderos Art. 48.- Quien establezca un centro para la cría de animales de compañía estará obligado a cumplir lo siguiente:

- Cuidar que los animales en todas sus etapas de desarrollo se alimenten, se reproduzcan y se mantengan en un ambiente adecuado, limpio, sano, sin hacinamiento y libre de maltrato.
- Procurar el bienestar y las condiciones básicas para la vida del animal como alimento, agua, ambiente propicio, atención veterinaria, prevención y tratamiento de enfermedades.

- Programar la preñez y partos de manera escalonada y conforme a naturaleza de cada una de las especies, de tal forma, que las hembras se recuperen adecuadamente, evitando la explotación y/o reproducción masiva de éstas.
- No abandonar ni descartar animales que hayan alcanzado su vida reproductiva útil, debiéndoles brindar cuidado y condiciones dignas de vida.

Los reglamentos de la presente Ley desarrollarán la autorización, supervisión, inspección, período de reproducción, comercialización y otras obligaciones con respecto a estos criaderos. (Gobierno de El Salvador, 2023)

Ley de marca y otros signos distintivos

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto regular la adquisición, mantenimiento, protección, modificación y licencias de marcas, expresiones o señales de publicidad comercial, nombres comerciales, emblemas, indicaciones geográficas y denominaciones de origen, así como la prohibición de la competencia desleal en tales materias. (Asamblea Legislativa, 2013)

Plazo del Registro y Renovación

Art. 21.- El registro de una marca tendrá una vigencia de diez años a partir de la fecha de su inscripción. Podrá renovarse indefinidamente su registro, por períodos sucesivos de diez años, contados desde la fecha del último vencimiento. (Asamblea Legislativa, 2002)

Ley de comercio electrónico

Art. 13.- Los proveedores de bienes y servicios que deseen enviar comunicaciones, de carácter publicitario o de promociones, y que no cuenten con el previo consentimiento del usuario para remitirle este tipo de comunicaciones, solo podrán hacerlo si cumplen los siguientes requisitos:

a) Indicar expresamente en las mismas, que constituyen una comunicación comercial electrónica publicitaria o promocional no solicitada. b) Incluir en el mensaje una opción sencilla, gratuita y viable para solicitar la exclusión de las listas de destinatarios de este en cualquier momento. c) Que los datos de los destinatarios hayan sido obtenidos sin infringir los derechos de protección de datos personales. (Asamblea Legislativa, 2020)

Art. 17.- Todo proveedor de productos o servicios que realice el ofrecimiento o venta de estos por medio del uso de cualquier tecnología o de redes de comunicación interconectadas, una vez realizada la transacción, enviará al usuario por vía electrónica el comprobante de pago. (Asamblea Legislativa, 2020)

Art. 18.- La factura electrónica emitida por los proveedores de bienes y servicios a los usuarios de comercio electrónico, tendrá la misma validez contable y tributaria que la factura convencional, siempre que cumplan con la legislación pertinente, las normas tributarias y sus disposiciones reglamentarias. (Asamblea Legislativa, 2020)

Código de comercio

Las reformas al Código de Comercio establecidas por la Asamblea Legislativa permiten la constitución de las Sociedades por Acciones Simplificadas (SAS), un nuevo

mecanismo que facilitará la tramitología para que una sola persona establezca la operación de un negocio.

También incluye al comercio informal, a las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) que aún no han sido registradas se puedan formalizar. (Legislativa, 2023)

Comercio electrónico

Cuyo objetivo será establecer un marco legal de las relaciones electrónicas de índole comercial, contractual, realizadas por medios digitales, electrónicos o tecnológicamente equivalentes. Será aplicable a todo tipo de relación contractual, de carácter comercial o factible de beneficio económico, celebrados de forma electrónica, digital o tecnológicamente equivalente. Esta ley será aplicada a toda persona natural o jurídica, pública o privada establecida en El Salvador.

CAPÍTULO II METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En este capítulo se presentan los métodos y enfoques utilizados para el desarrollo de la investigación. Se describe el tipo de estudio, las técnicas de recolección de datos y el proceso de análisis aplicado para validar la viabilidad del proyecto. La metodología empleada permite obtener información objetiva y fundamentada sobre el mercado, la competencia y las necesidades de los usuarios, asegurando así una base sólida para la toma de decisiones estratégicas:

2.1 METODOLOGIA DE INVESTIGACION

La metodología de investigación establece el proceso sistemático para recolectar y analizar información clave sobre el mercado de adopción de mascotas en El Salvador. Este proyecto utiliza un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos, para comprender las necesidades de adoptantes, rescatistas y veterinarias. Se definen el universo, la población y la muestra, utilizando herramientas como cuestionarios y entrevista a rescatista. Los datos obtenidos permiten un análisis integral del entorno, asegurando que las estrategias estén fundamentadas en información relevante y adaptada al contexto local.

2.1.2 Generalidades

La meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales. A lo largo de la historia de la ciencia han surgido diversas corrientes de pensamiento (como el empirismo, el materialismo dialéctico, el positivismo, la fenomenología, el estructuralismo) y diversos marcos interpretativos, como el realismo y el constructivismo, que han abierto diferentes rutas en la búsqueda del conocimiento. Sin embargo, y debido a las diferentes premisas que las sustentan, desde el siglo pasado tales corrientes se “polarizaron” en dos aproximaciones principales de la investigación: el enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo. Ambos enfoques emplean procesos cuidadosos, metódicos y empíricos en su esfuerzo para generar conocimiento, por lo que la definición previa de investigación se

aplica a los dos por igual. En términos generales, estos métodos utilizan cinco estrategias similares y relacionadas entre sí (Grinnell, 1997)

Para la elaboración del diseño metodológico se deben de tomar en cuenta diferentes aspectos que trazan la dirección de la investigación, en ese sentido, los elementos a describir son el enfoque y tipo de investigación, de la misma forma, las fuentes de información, las técnicas e instrumento de investigación que permitirán detectar y definir los principales hallazgos objeto de la investigación.

2.1.2 Método

El método de razonamiento elegido fue el deductivo porque parte de lo general a lo específico, el cual parte de teorías generales y principios sobre bienestar animal, adopción responsable y acceso a servicios veterinarios para derivar conclusiones aplicables al contexto específico de El Salvador. Este enfoque permite analizar cómo una plataforma digital puede resolver problemáticas identificadas en el proceso de adopción de mascotas y mejorar la transparencia en la intermediación entre adoptantes y criadores.

La aplicación del método deductivo facilita la validación de hipótesis mediante la observación, recolección de datos y análisis, asegurando que las soluciones propuestas sean coherentes con las necesidades reales del público objetivo. Gracias a este enfoque, se puede garantizar que las herramientas implementadas en la plataforma sean efectivas y respondan a las necesidades reales de los adoptantes y de los perros en busca de un hogar. Además, el análisis de datos y la observación continua aseguran que el sistema

pueda mejorar constantemente, optimizando la experiencia de adopción y promoviendo una cultura de tenencia responsable.

2.1.3 Enfoque de investigación (Mixto)

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2008)

2.1.4 Universo

El universo del estudio comprende todos los actores y elementos relacionados con la adopción de perros en El Salvador que interactúan de manera directa o indirecta con la plataforma Puppy Peluditos. Se considera un universo amplio porque abarca no solo a los adoptantes, sino también a los refugios, criadores y clínicas veterinarias, así como la interacción digital que existe en redes y medios electrónicos.

1. Adoptantes potenciales:

Incluye a todas las personas interesadas en adoptar perros, sin importar su edad, género o ubicación geográfica dentro del país. Se consideran tanto quienes ya han adoptado en el pasado como quienes están en proceso de búsqueda. Este grupo es fundamental, ya que representa la demanda real de mascotas y los beneficiarios directos de la plataforma.

2. **Refugios y criadores:**

Comprende las organizaciones, fundaciones, asociaciones o individuos que poseen perros disponibles para adopción. Estos actores son clave porque proveen la oferta de mascotas que se gestiona mediante la plataforma. Además, su participación es necesaria para garantizar información actualizada, confiable y completa sobre cada animal (edad, raza, historial de salud, vacunas, etc.).

3. **Clínicas veterinarias aliadas:**

Incluye todos los centros de salud animal que participan brindando servicios como consultas, vacunación, esterilización y seguimiento post-adopción. También proporcionan asesoría profesional que asegura que el proceso de adopción sea responsable y que las mascotas tengan bienestar garantizado.

Empresas Asociadas

Las empresas relacionadas con el cuidado animal complementan el ecosistema al ofrecer servicios y productos esenciales para el bienestar de las mascotas. Estas incluyen:

- ***Proveedores de comida para perros:*** Empresas que comercializan alimentos balanceados para perros y gatos, y que podrían colaborar con promociones exclusivas en la plataforma.
- ***Clínicas veterinarias:*** Actores clave para garantizar la salud preventiva y atención médica oportuna de las mascotas adoptadas.
- ***Tiendas de artículos para mascotas:*** Espacios que proveen accesorios, juguetes y productos para el cuidado general de las mascotas.

2.1.5 Población

La población del estudio está conformada por los actores específicos dentro del universo que participan de manera directa en el proceso de adopción de perros a través de la plataforma *Puppy Peluditos*. Esta población es relevante porque permite enfocar la investigación en los sujetos y elementos que impactan directamente en los objetivos del proyecto.

1. **Adoptantes registrados en la plataforma:** Todas las personas que crean un perfil en *Puppy Peluditos* para consultar información sobre mascotas disponibles y participar en procesos de adopción. Esta población permite medir la demanda real y evaluar el comportamiento de los usuarios frente a los servicios ofrecidos.
2. **Refugios y criadores activos:** Entidades y personas que publican regularmente perros disponibles para adopción en la plataforma. Esta población es clave para analizar la oferta de mascotas y la efectividad de las herramientas digitales que se ofrecen para facilitar la adopción.
3. **Clínicas veterinarias aliadas:** Clínicas que participan en la plataforma ofreciendo asesoría profesional, seguimiento post-adopción y servicios médicos. Su población permite evaluar el impacto del acompañamiento profesional en la adopción responsable y el bienestar animal.
4. **Usuarios activos en interacciones digitales:** Incluye a todos los adoptantes, refugios, criadores y clínicas que realizan acciones dentro de la plataforma o en sus redes sociales, como consultas, mensajes, likes, comentarios y compartidos. Esta población

permite medir la efectividad de la plataforma en generar engagement y conversiones hacia adopciones concretas.

En conjunto, esta población proporciona la base necesaria para analizar el comportamiento, necesidades y resultados de todos los actores dentro del ecosistema de adopción digital en El Salvador.

2.1.6 Muestra

En esta investigación, se seleccionó una muestra de **30 personas** a quienes se les aplicará una **encuesta**. El objetivo de este estudio es explorar las actitudes, comportamientos y factores motivacionales de las personas interesadas en la adopción de cachorros, así como los procesos que los refugios de animales implementan para facilitar la adopción de perros rescatados. Además, se llevarán a cabo entrevista a persona rescatista de perros y líder de una organización de rescate animal

1. Población Objetivo:

La población objetivo de este estudio **está compuesta por personas interesadas en la adopción de cachorros**, es decir, individuos que están considerando la adopción de un perro, así como los responsables de refugios de animales que facilitan la adopción a través del rescate y cuidado de animales.

Rescatistas y líderes de organizaciones de rescate animal:

Se incluirá **1 persona** con experiencia en rescate animal y liderazgo de una organización

de refugio. Este participante proporcionará información valiosa sobre las necesidades de los refugios, el manejo de adopciones y la interacción con adoptantes.

2. Técnica de Muestreo:

Se emplea un **muestreo no probabilístico** de tipo por **conveniencia**, ya que se seleccionarán a los participantes que estén disponibles y dispuestos a colaborar en la encuesta y en las entrevistas. Este tipo de muestreo es adecuado cuando no se tiene acceso a toda la población o cuando el estudio tiene un enfoque exploratorio, como es el caso de este estudio, que incluye tanto a personas interesadas en la adopción de cachorros como a emprendedores que venden productos para mascotas. Según

Hernández, Sampieri y Mendoza (2014), el muestreo por conveniencia permite obtener una muestra representativa en contextos donde no es posible realizar un muestreo probabilístico, y resulta útil en investigaciones cualitativas y exploratorias.

3. Criterios de Inclusión:

Los participantes seleccionados deben cumplir con los siguientes criterios de inclusión:

Adoptantes potenciales:

- Personas mayores de 18 años interesadas en adoptar un perro.
- Residentes en El Salvador específicamente departamentos de La Libertad, San Salvador y Sonsonate
- Que tengan acceso a internet y puedan interactuar con la plataforma digital.
- Que acepten participar voluntariamente en el estudio.

Rescatistas / líderes de refugios:

- Personas que lideren o trabajen activamente en organizaciones de rescate animal.
- Que tengan experiencia en la gestión de adopciones y cuidado de perros.
- Dispuestos a brindar información sobre procesos de adopción y manejo de refugios.

4. Criterios de Exclusión:

Adoptantes potenciales:

- Personas que no estén interesadas en adoptar perros.
- Menores de 18 años o que no residan en El Salvador.
- Personas sin acceso a internet o que no puedan interactuar con la plataforma.

Rescatistas / líderes de refugios:

- Personas sin experiencia en manejo de adopciones o cuidado de perros.
- Organizaciones que no manejen perros disponibles para adopción.
- Quienes no deseen participar en la investigación o compartir información relevante.

5. Tamaño de la Muestra:

Se estableció una **muestra de 30 personas** debido a que, siguiendo las recomendaciones de **Hernández, Sampieri y Mendoza (2014)**, este número es adecuado para investigaciones exploratorias en contextos cualitativos. De acuerdo con los autores, en estudios de tipo no probabilístico, como los que utilizan encuestas, así como por 3 emprendedores que venden productos para mascotas, este tamaño es suficiente para obtener una muestra representativa y realizar análisis descriptivos que proporcionen información relevante.

Hernández, Sampieri y Mendoza (2014) también señalan que el tamaño de la muestra en investigaciones exploratorias no siempre tiene que ser grande, siempre que se elijan correctamente los participantes que son relevantes para el tema de estudio.

6. Justificación del Tamaño de la Muestra:

El tamaño de la muestra se justifica por el enfoque cualitativo del estudio, que busca comprender las motivaciones, actitudes y comportamientos de las personas en relación con la adopción de cachorros. A pesar de que no se busca hacer generalizaciones estadísticas, una muestra de 30 participantes permitirá obtener información relevante sobre las percepciones de los adoptantes potenciales, los retos que enfrentan y sus expectativas con respecto a los refugios de animales. La muestra estará compuesta por personas interesadas en la adopción de cachorros y por 3 emprendedores que venden productos para mascotas. Esto permitirá explorar tanto los factores motivacionales de los adoptantes como las perspectivas de los emprendedores sobre el mercado de productos para animales y la relación con el proceso de adopción.

7. Instrumentos de Recolección de Datos:

Instrumento compuesto por una serie de preguntas cerradas sobre el uso de plataformas de adopción de mascotas en línea, así como la interacción con refugios, criadores y veterinarias a través de la web. Además, explora las ventajas, desventajas y factores de motivación percibidos por los adoptantes y usuarios de los servicios. Su aplicación se realiza mediante una muestra por conveniencia, utilizando herramientas digitales para la recolección de datos.

Para la recolección de datos, se utilizarán los siguientes instrumentos principales:

Encuesta estructurada:

- ✓ Se aplicará una encuesta con preguntas cerradas y abiertas para conocer las motivaciones, las actitudes y los comportamientos de los prospectos de adopción. La encuesta incluirá preguntas sobre:
 - ✓ Las razones por las cuales consideran adoptar un cachorro.
 - ✓ El conocimiento que tienen sobre los refugios de animales.
 - ✓ Factores que influyen en su decisión de adoptar (como el costo, la disponibilidad de cachorros, el proceso de adopción, etc.).
 - ✓ La encuesta será distribuida de manera presencial o en línea, dependiendo de la accesibilidad de los participantes.

Entrevistas semiestructuradas con rescatistas:

Preguntas semiestructuradas dirigidas a personas encargadas o dueñas de refugios, criaderos y clínicas veterinarias en la zona occidental del país para la recolección de datos cualitativos precisos que permitieron analizar la viabilidad y aceptación del proyecto, así como identificar las principales necesidades y desafíos del sector.

Aspectos abordados en la entrevista:

1. Problemas actuales en el proceso de adopción:

La rescatista destacó la falta de visibilidad de los animales rescatados, lo que dificulta encontrar adoptantes responsables. Además, mencionó que sus esfuerzos suelen limitarse a redes sociales y al boca a boca.

2. Costos asociados al cuidado de los animales:

Se exploró cómo los gastos en alimentación, atención veterinaria, esterilización y otros servicios recaen únicamente en ella y en un reducido grupo de donantes, generando una presión económica constante.

3. Seguimiento post-adopción:

Identificó la ausencia de recursos para dar seguimiento adecuado a las mascotas adoptadas, lo que dificulta garantizar su bienestar a largo plazo.

4. Expectativas hacia la plataforma:

La rescatista brindó ideas sobre cómo una herramienta como *Puppy Peluditos* podría ser útil, sugiriendo funcionalidades como un sistema de donaciones, validación de adoptantes, recordatorios de vacunas, y una sección educativa sobre cuidados responsables.

2.1.7 Técnicas de investigación

En esta investigación, se emplearon **dos técnicas** de recolección de datos: **encuestas y entrevistas**. Ambas técnicas son apropiadas para este estudio, ya que buscan obtener información tanto cuantitativa como cualitativa sobre las motivaciones, actitudes y comportamientos de los prospectos de adopción de cachorros, así como sobre el proceso de adopción facilitado por los **refugios de animales** y las perspectivas de los **emprendedores** sobre el mercado de productos para mascotas.

Encuesta estructurada: Se aplicará una encuesta con preguntas cerradas y abiertas a las personas interesadas en la adopción de cachorros. La encuesta abordará aspectos

como las razones para adoptar, el conocimiento sobre los refugios de animales y los factores que influyen en la decisión de adoptar.

Entrevistas semiestructuradas con rescatistas: Implementadas para profundizar en los desafíos que enfrentan en el proceso de rescate y adopción, incluyendo aspectos como la falta de recursos, visibilidad limitada de los animales y las dificultades para hacer seguimiento post-adopción. Este instrumento permitió comprender mejor sus necesidades y evaluar cómo Puppy Peluditos puede atenderlas.

Estas técnicas permiten abordar de manera integral los objetivos del estudio, recopilando información clave tanto de los adoptantes como de los emprendedores, así como de los procesos de adopción gestionados por los **refugios de animales**.

Técnica de Investigación Cuantitativa Para Utilizar

A. Encuesta:

La encuesta es una técnica cuantitativa que permite obtener datos estructurados de manera sistemática y estandarizada de los participantes. Según **Hernández, Sampieri y Mendoza (2014)**, las encuestas son apropiadas cuando se busca obtener información de un gran número de personas sobre características, opiniones, creencias o comportamientos, permitiendo realizar análisis descriptivos y comparativos.

Objetivo de la encuesta:

El objetivo principal de la encuesta es conocer las **motivos, percepciones y actitudes** de los **prospectos de adopción** hacia el proceso de adopción de cachorros en refugios de animales. Se busca identificar los factores que influyen en la decisión de

adoptar un perro, los obstáculos que perciben durante el proceso de adopción, y las expectativas que tienen respecto a los refugios de animales.

Diseño de la encuesta:

La encuesta incluirá una combinación de **preguntas cerradas** (de opción múltiple o escala Likert) y **preguntas abiertas**, lo que permitirá obtener tanto información cuantitativa como cualitativa. Las principales áreas temáticas de la encuesta serán:

- ✓ **Motivos para adoptar un perro:** Razones personales o sociales que llevan a las personas a considerar la adopción de un cachorro.
- ✓ **Percepción sobre los refugios de animales:** Opiniones sobre el trabajo de los refugios, el proceso de adopción, la calidad de los animales disponibles, etc.
- ✓ **Obstáculos percibidos:** Dificultades que los prospectos de adopción encuentran en el proceso (ejemplo: desconocimiento, miedos, costo, procesos burocráticos).
- ✓ **Expectativas respecto a la adopción:** Qué esperan los adoptantes potenciales al momento de adoptar un perro.

Aplicación de la encuesta:

La encuesta será aplicada a un total de **30 personas** que estén considerando adoptar un perro a través de refugios de animales. La recolección de los datos se llevará a cabo de manera presencial y/o en línea, dependiendo de la accesibilidad de los participantes y su disponibilidad. Los participantes serán contactados a través de refugios de animales locales y plataformas de adopción en línea.

Justificación:

De acuerdo con **Hernández, Sampieri y Mendoza (2014)**, la encuesta es adecuada para obtener datos de un grupo amplio de personas, lo cual permite realizar análisis estadísticos descriptivos y obtener una visión general de las características y actitudes del grupo de estudio. Además, al ser una técnica estandarizada, garantiza que todos los participantes respondan a las mismas preguntas, lo que facilita la comparación de las respuestas.

Técnica de Investigación Cualitativa Para Utilizar***B. Entrevista:***

Las entrevistas son especialmente útiles cuando se desea comprender en detalle las experiencias, creencias y opiniones de los participantes sobre un tema específico. Hernández, Sampieri y Mendoza (2014)

Objetivo de las entrevistas:

El objetivo de las entrevistas es obtener una comprensión más profunda sobre las perspectivas de los emprendedores con respecto a la adopción de cachorros y cómo esta influye en la demanda de productos para mascotas. Se busca explorar la relación entre la adopción de perros y las necesidades del mercado, los desafíos que enfrentan los emprendedores y las oportunidades que perciben en este sector.

Diseño de las entrevistas:

Las entrevistas estarán dirigidas unos rescatistas de perros. La entrevista será semiestructurada, lo que permitirá una conversación flexible pero enfocada en los siguientes temas:

- **Contexto del Rescatista:** Experiencia y métodos actuales para promover adopciones.
- **Problemáticas Actuales:** Falta de visibilidad, costos elevados y seguimiento post-adopción.
- **Oportunidades para Puppy Peluditos:** Funcionalidades como donaciones, monitoreo y educación.
- **Recomendaciones:** Opinión sobre características necesarias en la plataforma

Duración y lugar:

La entrevista tendrá una duración aproximada de 10 a 15 minutos. Las entrevistas se llevarán a cabo de manera presencial.

2.1.8 Instrumento de Investigación (Cuestionario – Entrevistas)

Nota: Cuestionario y Resultados revisar en ANEXOS.

2.1.9 Presentación de Resultados

Nota: Cuestionario y Resultados revisar en ANEXOS.

2.2 Diagnóstico

Este capítulo analiza el estado presente del tema de investigación, proporcionando una evaluación detallada de la situación, incluyendo aspectos positivos y negativos, así como factores internos y externos que afectan el problema:

2.2.1 Fuerzas de Michael Porter

Amenaza de Nuevos Competidores

La creciente digitalización del comercio electrónico y la popularidad de servicios en línea han incrementado la entrada de nuevos actores en el mercado de adopción de mascotas. Aunque las barreras de entrada son moderadas debido a la accesibilidad de herramientas tecnológicas para crear plataformas, destacarse en el mercado de adopciones requiere una propuesta de valor diferenciada. La plataforma puede minimizar esta amenaza ofreciendo una experiencia única: adopciones responsables con soporte de salud y bienestar animal, servicios integrados y alianzas exclusivas con clínicas veterinarias y tiendas de mascotas.

Poder de Negociación con los Proveedores: Moderado

En el contexto de "Puppy Peluditos," los proveedores incluyen principalmente refugios, clínicas veterinarias, tiendas de mascotas, groomers y guarderías de animales. Estos aliados ofrecen servicios esenciales para los adoptantes y valor añadido a la plataforma. Como los proveedores en este sector no dependen exclusivamente de la plataforma y pueden acceder a otros canales de distribución, el poder de negociación es moderado. La plataforma puede reducir su dependencia de ciertos proveedores mediante asociaciones con múltiples clínicas y tiendas para diversificar su oferta y servicios.

Poder de Negociación de los Compradores: Moderado

Los clientes de "Puppy Peluditos," son principalmente los usuarios de la plataforma (adoptantes potenciales), tienen un poder de negociación moderado. En un mercado donde pueden recurrir a refugios o redes sociales para adoptar, el poder de los adoptantes radica en la disponibilidad de opciones. Sin embargo, al ofrecer una experiencia diferenciada como apoyo post adopción, servicios de salud, descuentos en servicios como clínicas veterinarias, Pet shop y demás servicios para el bienestar de las mascotas, la plataforma aumenta su valor percibido, manteniendo así un equilibrio en la negociación.

Amenaza de Productos Sustitutos: moderada

La principal amenaza de sustitutos proviene de otros métodos de adopción, como las adopciones directas a través de refugios, grupos de Facebook, y Marketplace en redes sociales. Sin embargo, estos métodos no ofrecen el mismo nivel de seguridad, transparencia, y regulación que "Puppy Peluditos." La plataforma se distingue al proporcionar servicios adicionales, como certificación de salud, alianzas con clínicas veterinarias, pet shop y servicios adicionales que se pueden verificar y adquirir a precios especiales dentro del sitio web generando así una experiencia más confiable y completa, lo que reduce el atractivo de los sustitutos.

Rivalidad entre Competidores del Sector: moderada-alta

La competencia directa incluye plataformas como Encuentra24.com, Adopte.org, y marketplace en redes sociales, que también ofrecen servicios de adopción de mascotas. Aunque la competencia es moderada-alta, la plataforma se posiciona de forma competitiva mediante su enfoque en adopciones responsables y su red de servicios

complementarios, como clínicas y tiendas aliadas. Este enfoque le permite destacarse en el mercado de adopciones de mascotas, ofreciendo una propuesta de valor sólida y diferenciada.

2.2.2 Desarrollo De Pest.

Tabla 2.

Análisis PEST.

POLÍTICO.	<p>La Ley de Comercio Electrónico establece un marco legal para las transacciones digitales, asegurando la protección y legalidad en la adopción de cachorros y caninos jóvenes y adultos en línea.</p> <p>Es esencial cumplir con las regulaciones sobre bienestar animal para evitar problemas legales y ganar la confianza del mercado.</p>
ECONÓMICO.	<p>El 28.3% de la población recibe un sueldo mensual de \$365.00, lo cual puede influir en la disposición a gastar en cachorros, caninos jóvenes y adultos y productos relacionados.</p> <p>El PIB creció un 17% en 2021 y se espera un crecimiento del 2.9% en 2022, lo que puede impulsar el gasto en servicios para mascotas.</p>
SOCIAL.	<p>Con el 55% de la población usando internet y el 66.1% redes sociales, hay una buena oportunidad para promocionar la página web y crear una comunidad en línea activa y comprometida.</p>

La creciente sensibilización por el bienestar animal y la humanización de las mascotas está incrementando el interés en adoptar en lugar de comprar, lo cual apoya el crecimiento de plataformas de adopción.

TECNOLÓGICO.

La inversión en TIC ha aumentado significativamente, lo que favorece el desarrollo de plataformas digitales como la página web de cachorros, caninos jóvenes y adultos.

Iniciativas gubernamentales para mejorar el acceso a la tecnología están facilitando la adopción digital, lo que ayuda a llegar a más usuarios potenciales.

El aumento del 30% en empleos en TIC sugiere una fuerza laboral capacitada que puede apoyar el desarrollo y mantenimiento de la página web.

Fuente: Elaboración propia.

2.2.3 Análisis Foda Cruzado.

Tabla 3.

Análisis Matriz Foda

FACTORES INTERNOS.

FORTALEZAS.

DEBILIDADES.

F1.	Plataforma	D1. Marca nueva en el
innovadora en el mercado de	mercado de	adopción de
mascotas.	cachorros.	

F2. Experiencia en desarrollo y diseño de plataformas digitales.

D2. Presupuesto inicial limitado para marketing y desarrollo.

F3. Accesibilidad desde cualquier dispositivo.

D3. Falta de experiencia específica en e-commerce para el sector de mascotas.

OPORTUNIDADES.	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
O1. Expansión del comercio electrónico en el mercado de mascotas.	F1, O4: Aprovechar la plataforma innovadora y el acceso a nuevas tecnologías para crear una red sólida de socios y alianzas comerciales,	D2, O1: Diseñar una plataforma que se ajuste al presupuesto inicial limitado, centrando los esfuerzos en funcionalidades clave para cubrir las necesidades principales de los usuarios y adaptarse al crecimiento del
O2. Creciente interés por la adopción responsable y compra en línea.	expandiendo la oferta de cachorros.	comercio electrónico en el sector de mascotas.
O3. Baja competencia en plataformas dedicadas exclusivamente a cachorros.	F2, O2: Utilizar la experiencia en desarrollo y diseño digital para crear una plataforma que sirva como un canal efectivo para conectar a adoptantes con cachorros disponibles, optimizando la experiencia del usuario.	D3, O2: Fortalecer el conocimiento en e-commerce específico para el sector de mascotas mediante capacitaciones y estudios de mercado, y utilizar este

O4. Acceso a tecnologías digitales avanzadas.		conocimiento para ofrecer una plataforma que cumpla con las expectativas de los usuarios.
AMENAZAS.	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
A1. Riesgos de seguridad en línea como software malicioso o hackers.	F1, A2: Crear relaciones estratégicas con proveedores y socios para mantenerse a la vanguardia frente a la competencia, innovando con productos y servicios que diferencien la plataforma en el mercado.	D1, A2: Implementar estrategias de marketing digital para posicionar la nueva marca en el mercado de adopción de caninos, aumentando su visibilidad y atrayendo a clientes potenciales.
A2. Entrada de nuevos competidores al mercado de adopción de cachorros.	F2, A1: Desarrollar una plataforma segura y confiable, que transmita confianza a los usuarios mediante un manejo seguro de datos e información, así como una pasarela de pago robusta para prevenir fraudes.	D3, A3: Mantenerse actualizado y adaptarse a las nuevas leyes y regulaciones sobre la adopción de mascotas, buscando asesoría legal y realizando ajustes en la plataforma según sea necesario para cumplir con las normativas vigentes.
A3. Cambios en las leyes y regulaciones sobre la adopción de mascotas.		

Fuente: Elaboración propia.

2.3 Conclusiones del diagnóstico de la situación

Puppy Peluditos ofrece una propuesta de valor significativamente diferenciada al incorporar la adopción de cachorros prenatales y un sistema de verificación oficial para criadores. Esta estructura promueve la transparencia, la seguridad, y la confianza, aspectos que actualmente no están suficientemente abordados por la competencia directa. Al enfocarse en la adopción ética y la innovación en el proceso de adquisición de mascotas, hay una ventaja competitiva que puede captar a un público que busca confianza y seguridad en la adopción de mascotas.

- ***Entrevista a rescatista de animales***

La entrevista identifica tres problemas clave:

- **Falta de visibilidad:** Limitada difusión de animales rescatados.
- **Altos costos de cuidado:** Escasos recursos económicos para alimentación y atención médica.
- **Seguimiento post-adopción:** Dificultades para monitorear el bienestar de los animales adoptados.

Oportunidades para Puppy Peluditos

- Ampliar el alcance de adopciones.
- Facilitar donaciones económicas.
- Proveer herramientas de seguimiento post-adopción.
- Promover educación sobre bienestar animal.

Problemas Actuales Identificados Falta de visibilidad de los animales rescatados:

La rescatista enfrenta dificultades para encontrar adoptantes confiables para los perros bajo su cuidado. Sus esfuerzos suelen limitarse a publicaciones en redes sociales y al boca a boca, lo que reduce significativamente las posibilidades de que estos animales lleguen a un público más amplio.

Altos costos en el cuidado de los animales: Los gastos asociados con la alimentación, el cuidado médico y las esterilizaciones recaen exclusivamente en ella o en un grupo reducido de donantes, lo que supone una presión económica considerable.

Deficiencia en el seguimiento post-adopción: A pesar de realizar esfuerzos para entregar las mascotas a hogares responsables, no siempre dispone de los recursos necesarios para efectuar un seguimiento adecuado y garantizar el bienestar de los animales tras la adopción.

Potenciales oportunidades para Puppy Peluditos:

En respuesta a los desafíos identificados, Puppy Peluditos tiene el potencial de posicionarse como una herramienta esencial para superar estas limitaciones:

- Alcance ampliado: La plataforma podría incorporar una sección exclusiva para animales rescatados, ofreciendo a los cuidadores un espacio destacado donde promuevan la adopción. Esto facilita que más posibles adoptantes descubran a los perros disponibles, incrementando las probabilidades de encontrarles un hogar adecuado.
- Recopilación de donaciones: Ante la necesidad manifiesta de mayor apoyo económico por parte de las rescatistas, Puppy Peluditos podría incluir una

funcionalidad para realizar donaciones directas. Estas podrían destinarse a casos específicos de animales o respaldar campañas generales impulsadas por refugios y organizaciones.

- **Monitoreo post-adopción:** Incorporar herramientas para compartir actualizaciones sobre el estado de las mascotas adoptadas permitiría a los adoptantes ser parte activa de la comunidad. Además de brindar tranquilidad a los rescatistas, esto promovería una cultura de cuidado responsable y conexión entre usuarios.

Perspectiva sobre las funcionalidades de Puppy Peluditos:

Cuando se preguntó sobre la idea de una plataforma como Puppy Peluditos, la rescatista señaló aspectos clave que podrían marcar su éxito:

- **Transparencia y confianza:** Considera que un sistema que valide a los adoptantes y registre el historial de las mascotas elevaría la confianza en el proceso de adopción.
- **Fomento de la educación:** Sugiere integrar contenidos educativos relacionados con el bienestar animal, vacunación y esterilización. Esto sería un aporte valioso para crear conciencia y promover una adopción más informada y responsable.

Competencia indirecta

Acua-Fauna

Tiendas locales de mascotas

Tabla 4.

Competencia indirecta

Características/Plataformas	Puppy Peluditos	Acua-Fauna	Tiendas de Mascotas Locales
Enfoque Principal	Adopción responsable con tecnología eficiente.	Adopción de mascotas y productos para acuarios y mascotas	Adopción de mascotas y productos varios
Transparencia	Documentación certificada	Información general sobre productos	Información general sobre productos
Seguridad en Transacciones	Alta, con control y verificación	Alta, con garantía de productos	Variable, depende de la tienda
Innovación	Seguimiento post-adopción y suscripciones premium	Enfoque en productos y accesorios para mascotas	Venta tradicional de mascotas y accesorios

Fuente: Elaboración propia.

Diagnóstico: El análisis de la competencia indirecta, como tiendas de mascotas tradicionales, muestra que, aunque tienen una presencia significativa en El Salvador, su enfoque está en la venta de productos físicos y servicios tradicionales, sin innovar en áreas clave como la adopción ética o la subasta de mascotas. La plataforma se distingue al ofrecer un modelo especializado en la adopción de caninos, con la participación exclusiva de criadores avalados por la ley.

2.4 Desarrollo de Lienzo Canvas

Tabla 5.

Lienzo CANVAS

SOCIOS CLAVES.	ACTIVIDADES CLAVES.	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CON EL CLIENTE.	SEGMENTO DE CLIENTES.

Desarrolladores de Software	Desarrollo y Diseño de la Web	Plataforma Intuitiva para la adopción	Confianza y Transparencia en el proceso de adopción	Personas entre 25-45 años interesadas en la adopción responsable de mascotas.
Diseñadores Gráficos	Promoción y Marketing Digital	Certificación de Salud	Servicio Ágil y amable	
Instituciones Financieras	Creación de Contenido	Acceso a servicios de cuidado	Soporte al Cliente	Familias que buscan adoptar mascotas y darles un hogar adecuado.
Proveedores de Servicios Básicos	Atención y soporte al Cliente	Integral	Comunicación Continua	
Centros de Adopción y Refugios	Colaboración con refugios y centros de adopción	Soporte Completo	Opciones de donación y voluntariado para apoyar la adopción	Refugios y dueños de mascotas que desean encontrar buenos adoptantes para sus perros.
Proveedores de Equipos y Software	Programas de voluntariado y charlas de concientización	Red de apoyo para nuevos adoptantes	CANALES.	
Personal Técnico	RECURSOS CLAVES.	Acceso a recursos educativos sobre el cuidado de mascotas	Página Web de la plataforma de adopciones	
Clínicas veterinarias		Contenido de calidad sobre el cuidado y adopción de mascotas	Redes Sociales (Facebook, Instagram, TikTok)	
Pet shop	Plan de seguridad para la plataforma y los usuarios	Estrategias de marketing digital	Publicidad en Línea (Google Ads, Facebook Ads)	
Servicios de grooming para mascotas			Colaboraciones y alianzas con	
Guarderías y hospedajes para mascotas				

	<p>Red de profesionales</p> <p>Herramientas de certificación y seguimiento de salud</p> <p>Inicio del formulario</p> <p>Final del formulario</p>		<p>Clínicas, Refugios y Pet Shops</p>	
<p align="center">ESTRUCTURA DE COSTOS.</p> <p align="center">Fijos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo y Mantenimiento de la Web • Licencias y Permisos • Publicidad y Marketing <p align="center">Variables:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servicios Técnicos y Mantenimiento • Gastos en Publicidad • Comisiones de Pagos: Gastos por el uso de pasarelas de pago integradas en la plataforma. • Principio del formulario • Final del formulario 			<p align="center">FUENTES DE INGRESO.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuotas por servicios de adopción premium • Comisiones por servicios externos • Publicidad y patrocinios con las alianzas de veterinarias y petó shop • Venta de productos y servicios complementarios • Membresías para socios comerciales • Donaciones y crowdfunding 	

Fuente: Elaboración propia.

CAPITULO III PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO

En este capítulo se presenta la propuesta del plan de negocio, cuyo propósito es estructurar y definir de manera clara y concisa los aspectos clave que guiarán el desarrollo y la operatividad de la empresa. A través de este plan, se busca establecer los objetivos estratégicos, los recursos necesarios, el mercado al que se dirige y las proyecciones financieras, con el fin de asegurar el éxito y la sostenibilidad del proyecto a corto, mediano y largo plazo. Asimismo, se expondrá el enfoque innovador o diferenciador que la empresa propone dentro de su sector, así como los pasos y estrategias específicas para alcanzar su crecimiento y competitividad.

3.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

3.1.1 Nombre del negocio



Figura 1. Logo de la empresa

Fuente: Elaboración propia.

El nombre **Puppy Peluditos** fue elegido para reflejar de manera cálida, cercana y accesible la esencia del negocio, que se centra en la adopción de mascotas y la venta de productos para su cuidado. Cada palabra en el nombre fue pensada con el objetivo de

conectar emocionalmente con la audiencia y transmitir los valores fundamentales de la plataforma.

Por qué elegimos este nombre:

Atractivo emocional: El nombre transmite inmediatamente un sentimiento positivo y emocional. "Puppy" y "Peluditos" son palabras que provocan una respuesta afectiva, lo que facilita que los adoptantes se identifiquen con la misión de la plataforma, que es encontrar un hogar lleno de amor para cada mascota.

Amigabilidad y cercanía: La combinación de un término en inglés (Puppy) con uno en español (Peluditos) tiene un toque internacional pero accesible, permitiendo que personas de diferentes culturas y edades se sientan cómodas con la marca.

Atractivo para todos los públicos: El nombre está diseñado para ser atractivo tanto para adultos como para niños, creando un vínculo emocional con personas de todas las edades que deseen adoptar una mascota o comprar productos para el bienestar de sus animales.

Simplicidad y Memorable: "Puppy Peluditos" es un nombre fácil de recordar, corto y divertido, lo cual facilita la recomendación del sitio por parte de los usuarios a sus amigos y familiares, aumentando la visibilidad y el reconocimiento de la marca.

3.1.2 Información General del Negocio

Tipo de Negocio:

Plataforma digital (sitio web) que actúa como intermediaria para la adopción de mascotas y servicios relacionados.

Puppy Peluditos es una plataforma digital que funciona como un sitio web interactivo diseñado para facilitar el proceso de adopción de mascotas. Actúa como intermediaria entre adoptantes, refugios, criadores responsables y veterinarias, creando un ecosistema que promueve la adopción responsable y el bienestar animal.

A diferencia de otros sitios de anuncios clasificados, Puppy Peluditos garantiza un proceso seguro y transparente, ofreciendo herramientas digitales que permiten evaluar a los adoptantes, realizar seguimientos post-adopción y conectar a los usuarios con servicios esenciales para el cuidado de sus mascotas.

Ubicación:

El negocio operará principalmente de manera virtual a través de su sitio web accesible desde todo El Salvador, con alcance nacional. La plataforma estará disponible para:

- **Adoptantes** que busquen perros en adopción en cualquier parte del país.
- **Refugios y rescatistas** que necesiten una plataforma confiable para publicar información sobre sus animales disponibles.
- **Criaderos responsables** que cumplan con criterios de ética y bienestar animal.
- **Clínicas veterinarias y proveedores de productos para mascotas**, brindando servicios complementarios a los adoptantes.

Sector:

Tecnología y servicios orientados al bienestar animal. Su modelo de negocio combina:

- **Innovación tecnológica**, utilizando herramientas digitales para optimizar el proceso de adopción.
- **Responsabilidad social**, promoviendo la adopción en lugar de la compra impulsiva de mascotas.
- **Servicios para mascotas**, facilitando el acceso a veterinarias y proveedores de productos esenciales.

Objetivo General del Negocio:

Facilitar el proceso de adopción responsable de mascotas, conectando adoptantes con refugios, criaderos y veterinarias mediante una plataforma innovadora que también ofrezca servicios de seguimiento y promoción del cuidado responsable de las mascotas.

Para lograrlo, la plataforma también ofrecerá herramientas innovadoras como:

- **Perfiles detallados de cada mascota**, con información sobre su salud, comportamiento y necesidades especiales.
- **Evaluaciones de compatibilidad**, para asegurar que cada adoptante reciba recomendaciones de mascotas adecuadas a su estilo de vida.
- **Sistema de seguimiento post-adopción**, con recordatorios y asesoramiento para garantizar el bienestar del animal a largo plazo.
- **Espacios de concienciación y educación**, con contenido sobre cuidados, entrenamiento y derechos de los animales.

De esta manera, Puppy Peluditos no solo facilita la adopción, sino que también educa y sensibiliza sobre la importancia del bienestar animal.

Público Objetivo:

- Adoptantes: Personas interesadas en adoptar mascotas, especialmente perros y gatos.
- Refugios y rescatistas: Instituciones y personas independientes que buscan promover la adopción de animales rescatados.
- Criaderos responsables: Negocios enfocados en la crianza ética de mascotas.
- Veterinarias: Empresas que ofrecen servicios médicos, vacunación y productos para el cuidado animal.

Servicios Principales:

Plataforma de Adopción de Mascotas

- Sistema de búsqueda avanzada con filtros por edad, raza, características físicas, comportamiento y necesidades específicas.
- Perfiles detallados de cada mascota con fotos, historial de salud y requisitos de adopción.
- Contacto directo con refugios y criadores autorizados.

Espacios Publicitarios

- Publicidad para veterinarias, tiendas de mascotas, alimentos, accesorios y otros negocios relacionados.

- Anuncios destacados dentro de la plataforma y en redes sociales asociadas.

Suscripción Premium para Refugios y Criadores

- Perfiles personalizados y mayor visibilidad dentro de la plataforma.
- Acceso a estadísticas sobre interacciones con sus publicaciones.
- Publicaciones destacadas para atraer más adoptantes.

Suscripción Premium para Veterinarias y Empresas Asociadas

- Espacios exclusivos para promocionar sus servicios dentro de la plataforma.
- Acceso a clientes potenciales interesados en salud y bienestar animal.
- Integración con sistema de reservas para consultas o procedimientos médicos.

Suscripción Premium para Adoptantes

- Acceso prioritario a nuevas publicaciones de mascotas en adopción.
- Notificaciones personalizadas según las preferencias del usuario (edad, raza, tamaño, ubicación, etc.).
- Asesoría y guía exclusiva sobre cuidados, alimentación y educación de la mascota adoptada.
- Descuentos en servicios de veterinarias y tiendas asociadas.
- Historial y seguimiento de la adopción con recordatorios para vacunas y controles médicos.

3.2 MARCO ESTRATÉGICO

3.2.1 Misión

Conectar mascotas en busca de un hogar con adoptantes responsables a través de una plataforma digital innovadora, promoviendo la adopción responsable y el bienestar animal. Además, brindar servicios integrales de seguimiento y acceso a servicios veterinarios exclusivos de la plataforma.

3.2.2 Visión

Ser la plataforma líder en la promoción de la adopción responsable de mascotas, reconocida por su impacto positivo en el país, fomentando una comunidad comprometida con el bienestar animal y ofreciendo servicios innovadores dentro de la plataforma digital.

3.2.3 Valores



Figura 2. Valores de la empresa

Fuente: Elaboración propia

3.2.4 Objetivos

Objetivo general

Posicionar Puppy Peluditos como una plataforma digital rentable y sostenible para la adopción responsable de mascotas y la oferta de servicios complementarios. El modelo de negocio se basará en estrategias digitales que permitan su rentabilidad y sostenibilidad, logrando un reconocimiento significativo en el mercado durante los primeros 12 meses.

Objetivos específicos

- Diseñar e implementar la plataforma digital en los próximos 6 meses, garantizando una navegación intuitiva y funcionalidad completa de la plataforma para adoptantes y proveedores.
- Establecer colaboraciones con al menos 15 refugios de animales en el primer año para garantizar una oferta inicial de mascotas disponibles para adopción.
- Iniciar una campaña de marketing digital en redes sociales y motores de búsqueda durante los primeros 3 meses para atraer a los primeros 500 usuarios registrados en la plataforma.

3.2.5 Metas

Meta Financiera:

- Alcanzar ingresos anuales de **\$11,568** a través de suscripciones premium, publicidad y comisiones por adopciones y donaciones.

Meta de Usuarios:

- Obtener al menos **500 usuarios registrados**, incluyendo adoptantes, refugios, criadores y veterinarias asociadas.

Meta de Adopciones:

- Facilitar la adopción de al menos **200 mascotas** a través de la plataforma.

Meta de Alianzas:

- Establecer convenios con al menos **10 veterinarias y 15 refugios/criaderos** para ampliar la oferta de adopción y servicios adicionales.

1.3 DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

Puppy Peluditos es una plataforma digital diseñada para conectar adoptantes con criaderos responsables, clínicas veterinarias, y organizaciones rescatistas de animales. Su principal objetivo es facilitar el proceso de adopción y cuidado de mascotas, promoviendo la adopción responsable y brindando herramientas que aseguren el bienestar de los animales en cada etapa del proceso.

Suscripción Premium para Adoptantes

- **Plan gratuito:**
 - Acceso a perfiles básicos de perros disponibles (foto, edad, raza y descripción).
 - Posibilidad de enviar mensajes iniciales a refugios o criadores.

- Exploración del catálogo de mascotas sin limitaciones de tiempo.
- **Plan premium (opcional y de pago):**
 - Alertas personalizadas según raza, tamaño o ubicación.
 - Acceso anticipado a nuevas publicaciones de mascotas.
 - Asesoría virtual sobre cuidados, alimentación o salud.
 - Facilita que los adoptantes tomen decisiones más informadas y acelera el proceso de adopción.
 -

Suscripción Premium para Refugios y Criadores

Este modelo permite que refugios y criadores comiencen usando la plataforma sin costo, y luego accedan a funcionalidades avanzadas mediante un plan de pago:

- **Plan básico gratuito:**
 - Publicación limitada de mascotas (por ejemplo, hasta 5 perros activos).
 - Ficha básica de adopción con información esencial (foto, edad, vacunas).
 - Recepción de mensajes de adoptantes interesados.
- **Plan premium (opcional y de pago):**
 - Publicaciones ilimitadas y mayor visibilidad en listados.
 - Herramientas avanzadas de gestión: estadísticas de visitas y clics, chat con filtros para clasificar interesados.
 - Integración automática con redes sociales para compartir las publicaciones.

Objetivo: Atraer refugios y criadores, demostrar valor desde el primer contacto y motivarlos a pagar por herramientas que aumenten su alcance y eficiencia en adopciones.

2. Modelo de Suscripción para Clínicas Veterinarias

Además de las suscripciones premium, la plataforma obtiene ingresos a través de: A diferencia del modelo freemium, para las clínicas se implementa un **modelo de suscripción directa**, ya que su participación genera valor concreto para los adoptantes:

- **Plan de suscripción:**
 - Presencia como clínica aliada en la plataforma.
 - Posibilidad de ofrecer servicios como consultas, vacunación y esterilización.
 - Envío de promociones personalizadas a adoptantes.
 - Participación en el proceso de adopción brindando acompañamiento profesional.
 - Pago mediante mensualidad fija o porcentaje de servicios agendados.

Objetivo: Digitalizar la presencia de las clínicas, generar nuevos clientes y garantizar adopciones responsables mediante supervisión veterinaria.

3.3.1 Prototipos / Descripción General

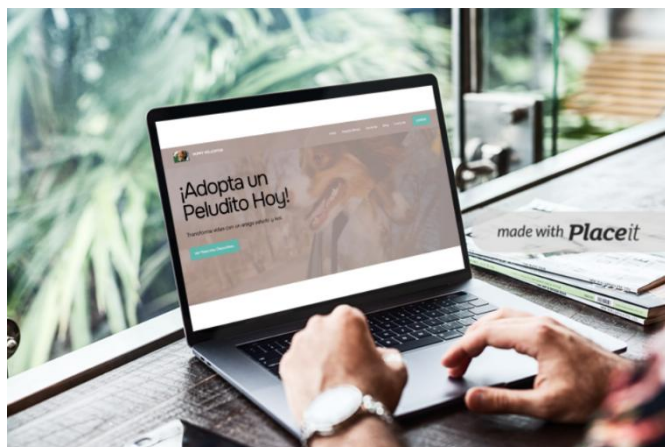


Figura 3. Prototipo en Laptop

Fuente: Elaboración propia.

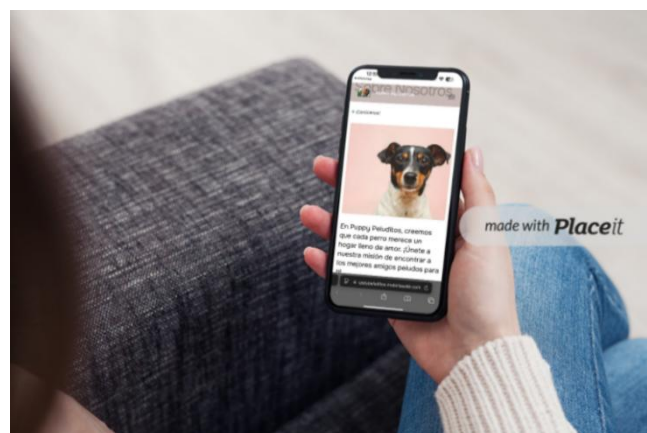


Figura 4. Prototipo en Celular.

Fuente: Elaboración propia.

2.3 VENTAJA COMPETITIVA

La plataforma **Puppy Peluditos** se posiciona como un modelo innovador y exclusivo en El Salvador, siendo la primera de su tipo en el país. La ventaja competitiva radica en una combinación única de servicios, estrategias de ingresos diversificados y un enfoque en el bienestar animal y la experiencia del usuario.

Tabla 6.

Ventajas competitivas

Estrategia	Ventaja Competitiva	Detalle Adicional
Seguimiento automatizado de mascotas adoptadas.	Garantiza el bienestar de las mascotas al recordar vacunas, desparasitaciones y chequeos médicos.	Mejora la confianza de los adoptantes y refuerza la relación con la plataforma.
Promoción de clínicas veterinarias y sus servicios.	Generación de ingresos mediante comisiones por clientes referidos.	Incentiva la participación de clínicas, ofreciendo mayor alcance a sus servicios.

Membresías premium para refugios.	Incrementa la visibilidad de animales rescatados y mejora las herramientas para las organizaciones.	Permite a refugios gestionar mejor su impacto y optimizar procesos de adopción.
Educación sobre bienestar animal y adopción responsable.	Fomenta una comunidad informada y comprometida con el cuidado de las mascotas.	Crea un valor intangible que diferencia a Puppy Peluditos de otras iniciativas.
Actualizaciones post-adopción sobre las mascotas.	Refuerza el sentido de comunidad al conectar a adoptantes y rescatistas en el seguimiento del animal.	Promueve una adopción responsable y una mayor conexión emocional con la plataforma.

Fuente: Elaboración propia.

2.4 PLAN ORGANIZACIONAL

a. Objetivos del plan organizacional

Objetivo general

Establecer una estructura organizativa eficiente y sostenible para *Puppy Peluditos*, la plataforma digital de adopción de animales, que permita una gestión efectiva de los recursos humanos, tecnológicos y operacionales, asegurando una experiencia de usuario óptima y promoviendo la adopción responsable de animales.

Objetivos específicos

- Desarrollar y mantener una estructura organizativa clara y bien definida, donde cada área de trabajo tenga funciones específicas que contribuyan al éxito global del proyecto.
- Reclutar, capacitar y retener a profesionales comprometidos con la misión de la plataforma, brindándoles las herramientas necesarias para desempeñar sus roles de manera eficiente y eficaz.

- Fomentar un ambiente laboral basado en el respeto, la colaboración y el compromiso con el bienestar animal, donde todos los miembros del equipo trabajen en armonía para alcanzar los objetivos comunes.
- Impulsar la creatividad y la innovación dentro del equipo, promoviendo la constante mejora de la plataforma, los procesos de adopción y los servicios ofrecidos, con el fin de adaptarse a las necesidades del mercado y los usuarios.

b. Estructura Organizativa de la empresa

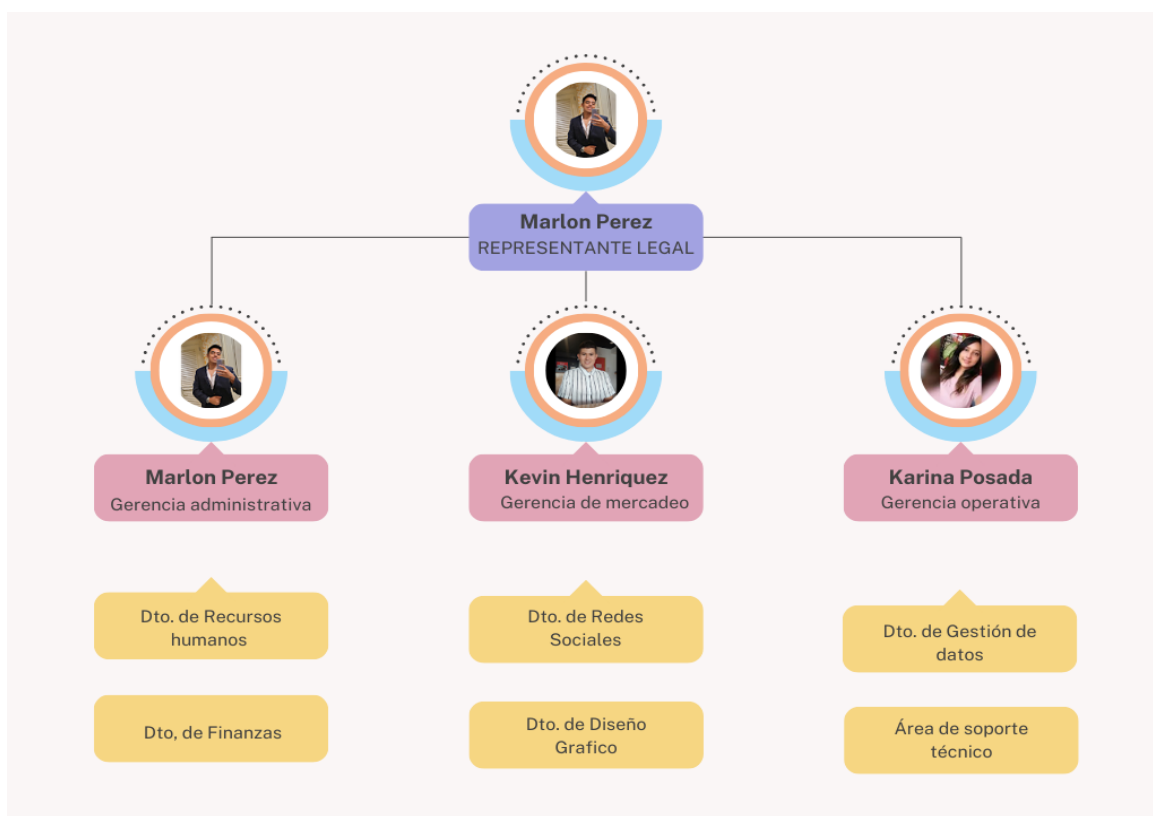


Figura 5. Organigrama de la empresa

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7.

Organización de gestión y recursos humanos

c. Organización de gestión y recursos humanos

<i>Área de Gestión</i>	<i>Responsabilidades</i>	<i>Habilidades Requeridas</i>	<i>N° de Personas</i>	<i>Persona Responsable</i>
Representante Legal	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Elaborar y firmar todos los documentos legales necesarios para el funcionamiento de la entidad.</i> • <i>Celebrar contratos y acuerdos en nombre de la organización.</i> • <i>Asegurar el cumplimiento de las normativas legales y las obligaciones fiscales.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Capacidad de negociación y resolución de conflictos.</i> • <i>Razonamiento lógico y estratégico.</i> • <i>Habilidades organizativas y atención al detalle.</i> 	<i>1</i>	<i>Marlon Pérez</i>
Gerencia Administrativa	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Supervisar la gestión de presupuestos y recursos financieros.</i> • <i>Optimización de costos y recursos de la empresa.</i> • <i>Realizar proyecciones financieras y análisis de viabilidad de nuevos proyectos.</i> • <i>Definir estrategias y caminos a seguir en cuestiones financieras y operacionales.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Capacidad para realizar análisis financieros profundos.</i> • <i>Capacidad para gestionar proyectos de manera efectiva y cumplir plazos.</i> • <i>Habilidades numéricas y contables.</i> • <i>Capacidad de liderazgo y toma de decisiones.</i> 	<i>1</i>	<i>Marlon Pérez</i>
Gerencia de Mercadeo	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Investigación y análisis de mercado para identificar nuevas oportunidades.</i> • <i>Análisis de competencia y</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Creatividad para desarrollar campañas de marketing innovadoras.</i> 	<i>1</i>	<i>Kevin Henríquez</i>

	<p>posicionamiento de la marca en el mercado.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planificación y ejecución de estrategias de comunicación y marketing digital. • Gestión de campañas publicitarias pagadas y seguimiento de su rendimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Habilidades de análisis e interpretación de datos. • Conocimiento avanzado de herramientas de marketing digital y redes sociales. • Pensamiento estratégico, enfocado en resultados y objetivos a largo plazo. 		
Gerencia Operativa	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisión de la infraestructura tecnológica y la automatización de procesos internos. • Mantener el sistema informático actualizado y asegurar la protección de datos e información sensible. • Proveer soporte técnico para usuarios internos y externos. • Monitoreo y optimización del rendimiento de los sistemas operativos utilizados en la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento avanzado en desarrollo de software y bases de datos. • Capacidad para resolver problemas técnicos y ofrecer soluciones rápidas. • Conocimientos avanzados en redes, seguridad informática y administración de sistemas operativos. • Habilidades analíticas y enfoque orientado a la mejora continua de los sistemas. 	<i>1</i>	Karina Posada

Fuente: Elaboración propia.

d. Proceso Administrativo

Planificación:

- ✓ En esta etapa se establecen los objetivos y estrategias clave para el funcionamiento de Puppy Peluditos.
- ✓ Definir la misión y visión de la empresa.
- ✓ Establecer objetivos a corto, mediano y largo plazo (captación de criaderos y veterinarias, crecimiento de la base de adoptantes, mejora de la plataforma web).
- ✓ Identificar los recursos necesarios, tanto financieros como humanos y tecnológicos.
- ✓ Desarrollar estrategias de marketing para posicionar la plataforma y atraer más usuarios.
- ✓ Elaborar un plan financiero que asegure la sostenibilidad del negocio.

Organización:

- ✓ Aquí se asignan los recursos y se establecen responsabilidades para ejecutar la planeación de manera eficiente.
- ✓ **Definir la estructura organizativa** con roles específicos (Dirección General, Atención al Cliente, Marketing, Tecnología y Finanzas).
- ✓ **Asignar tareas y responsabilidades** a cada área para garantizar la eficiencia operativa.
- ✓ **Establecer flujos de trabajo y protocolos** para la gestión de adopciones, validación de criaderos y atención al cliente.
- ✓ **Coordinar la integración de la plataforma** con criaderos y veterinarias para garantizar disponibilidad de mascotas.

- ✓ **Definir los procesos financieros** para la administración de costos, ingresos y reinversión en la plataforma.

Dirección:

- ✓ Se centra en la ejecución de estrategias, la supervisión del equipo y el cumplimiento de los objetivos.
- ✓ Implementar estrategias de marketing digital para aumentar la visibilidad de la plataforma.
- ✓ Gestionar alianzas con criaderos y veterinarias para garantizar una oferta confiable y segura de mascotas.
- ✓ Supervisar el desempeño del equipo y fomentar la motivación a través de incentivos y capacitaciones.
- ✓ Asegurar una comunicación fluida entre todas las áreas para mejorar la toma de decisiones.
- ✓ Implementar herramientas tecnológicas para automatizar procesos y mejorar la experiencia del usuario.

Control:

- ✓ En esta fase se evalúan los resultados y se hacen ajustes para optimizar la operación de **Puppy Peluditos**.
- ✓ **Monitorear indicadores clave de desempeño** (número de adopciones, satisfacción de usuarios, tráfico en la plataforma).
- ✓ **Analizar la efectividad de las estrategias de marketing** y hacer ajustes si es necesario.

- ✓ **Evaluar el desempeño del equipo** y proponer mejoras en la gestión del talento humano.
- ✓ **Optimizar procesos operativos y administrativos** con base en feedback y datos analíticos.
- ✓ **Asegurar la estabilidad financiera** mediante la revisión de ingresos, egresos y rentabilidad.

e. Identificación y características de Recursos Humanos.

Tabla 8.

Identificación y características de Recursos Humanos.

Nombre del área	Responsabilidad Principal	Habilidades Requeridas	Número de Personas	Persona Responsable	Contacto	Forma de Pago
Dirección General	Supervisión y toma de decisiones estratégicas, manejo de las operaciones generales.	Liderazgo, visión estratégica, habilidades de toma de decisiones, comunicación efectiva, y capacidad para la resolución de conflictos.	1	Mariana Ramírez	2255-2022	Contado
Administración y Finanzas	Gestión de presupuesto, planificación financiera y monitoreo de la viabilidad económica.	Conocimiento en finanzas, análisis de datos, planificación, habilidades organizativas y gestión de presupuestos.	2	Carlos Hernández	2200-1100	Contado

Desarrollo Web y Soporte Técnico	Creación y mantenimiento de la plataforma, asegurando que el sitio funcione correctamente.	Conocimientos en desarrollo web (HTML, CSS, JavaScript), programación, ciberseguridad, manejo de bases de datos y optimización de sistemas.	3	Andrés Soto	2511-1000	Contador
Marketing y Comunicación	Gestión de campañas publicitarias, redes sociales y estrategias de marketing digital.	Creatividad, habilidades en redes sociales, marketing digital, diseño gráfico, redacción, análisis de datos y habilidades comunicacionales.	3	Sofía Martínez	2164-5133	Contador
Atención al Cliente	Asesoramiento a usuarios, gestión de dudas sobre adopciones y atención a quejas.	Empatía, habilidades de comunicación, resolución de conflictos, manejo de quejas y orientación al cliente.	2	Laura González	2000-1555	Contador
Bienestar Animal y Veterinarios	Supervisión del cuidado de los animales adoptables, contacto con veterinarios y seguimiento del estado de salud animal.	Conocimiento en medicina veterinaria, cuidado de animales, atención al detalle, capacidad de observación y empatía.	5	Dr. Javier Pérez	2200-2256	Contador
Gestión de Alianzas y Proveedores	Negociación y gestión de relaciones con proveedores de productos y servicios para animales.	Habilidades de negociación, gestión de relaciones, conocimiento del mercado de servicios y productos para animales.	4	Samuel López	2500-2100	Contador

Fuente: Elaboración propia.

3.6 PLAN DE MERCADEO

a. Objetivos del Plan de Mercadeo

- ✓ Posicionar a Puppy Peluditos como la principal plataforma digital para la adopción y el cuidado responsable de mascotas en El Salvador.
- ✓ Promover la importancia del bienestar animal y aumentar la adopción desde refugios y criaderos responsables.
- ✓ Establecer relaciones sólidas con los usuarios al ofrecer una experiencia segura, transparente y enriquecedora en el proceso de adopción y el seguimiento post adopción.
- ✓ Aumentar la colaboración con clínicas veterinarias, refugios y criaderos responsables para ampliar la base de datos de la plataforma.
- ✓ Lograr un incremento en la cantidad de usuarios activos mediante estrategias de marketing digital y fidelización.

b. Resultados de la Investigación de Mercadeo

Preferencias de los Adoptantes: La mayoría de los encuestados prefieren adoptar mascotas a través de plataformas digitales que brinden información detallada sobre el origen, estado de salud y proceso de adopción. También valoran la facilidad de contacto con refugios y criadores, así como la posibilidad de agendar consultas veterinarias directamente desde la plataforma.

Factores de Decisión: La confianza y transparencia son clave al momento de adoptar. Los adoptantes valoran la certificación de criaderos y veterinarias asociadas, así

como la garantía de que las mascotas recibirán sus vacunas y desparasitaciones en los tiempos adecuados.

Interés en Servicios de Salud Veterinaria: Un número significativo de encuestados manifestó interés en acceder a consultas veterinarias regulares y en recibir recordatorios para vacunas y desparasitaciones. Esta necesidad refuerza la oportunidad de incluir un servicio dentro de la plataforma que conecte a los adoptantes con clínicas asociadas.

Interés en Servicios Premium: Personas dispuestas a adoptar y estarían dispuestos a pagar por una suscripción premium que les brinde mayor visibilidad y herramientas de gestión dentro de la plataforma, especialmente si incluye funciones para facilitar la programación de citas y el seguimiento de clientes.

Publicidad Digital y Alianzas Estratégicas: Se determinó que la publicidad en redes sociales y Google Ads es la forma más efectiva de atraer usuarios. Además, alianzas con clínicas veterinarias y tiendas de mascotas pueden generar tráfico adicional y fortalecer la marca, especialmente si se incluyen beneficios exclusivos para los usuarios de la plataforma.

c. Marketing Mix Digital

1. Producto

Plataforma digital de adopción de perros en El Salvador, conectando adoptantes, refugios/criadores y clínicas veterinarias.

Funcionalidades:

- Perfiles de mascotas con fotos, edad, raza y estado de salud.

- Alertas personalizadas para adoptantes premium.
- Panel de gestión para refugios y criadores (freemium).
- Presencia y promoción de clínicas veterinarias aliadas.
- Asesoría virtual y acompañamiento durante el proceso de adopción.

Valor agregado: Experiencia integral que combina **adopción responsable**, acompañamiento veterinario y educación sobre cuidado de mascotas.

2. Precio

La plataforma tendrá un modelo de monetización basado en:

- **Suscripción Adoptantes (Freemium):** acceso básico gratuito + plan premium opcional con funciones avanzadas.
- **Suscripción Refugios/Criadores (Freemium):** plan básico gratuito + plan premium de pago con mayor visibilidad y herramientas avanzadas.
- **Suscripción Clínicas Veterinarias:** plan de pago mensual o porcentaje de servicios agendados.
- **Ingresos por publicidad:** venta de espacios publicitarios a marcas de alimentos, accesorios y servicios para mascotas.

3. Plaza

- Plataforma web optimizada para **computadora y dispositivos móviles**.
- Promoción y acceso vía **redes sociales** (Facebook, Instagram, TikTok) y campañas de Google Ads.
- Integración con correo electrónico para recordatorios, alertas y promociones.

4. Promoción

Para captar y retener usuarios, la estrategia de promoción se centrará en:

- Publicidad en redes sociales y Google Ads con segmentación específica para adoptantes y negocios del sector.
- Marketing de contenido con publicaciones educativas sobre cuidado animal y adopción responsable.
- Colaboraciones con influencers y veterinarios para generar confianza y credibilidad.
- Email marketing y notificaciones push para fidelización y promociones especiales.
- SEO optimizado para mejorar el posicionamiento orgánico de la web en búsquedas relacionadas con adopciones de mascotas.

d. Estrategias del Marketing Mix Digital

1. Generar valor percibido desde el plan gratuito

- Los usuarios deben experimentar **beneficios tangibles y emocionales** desde su primer contacto con la plataforma.
- Estrategia: mostrar información clara de los perros disponibles, historias de adopciones exitosas y recursos educativos básicos.
- Objetivo: que los adoptantes comprendan que la versión premium les ofrece **ventajas exclusivas**, no disponibles en el plan gratuito.

2. Funcionalidades premium atractivas y diferenciadas

- Resaltar características que faciliten y personalicen la experiencia de adopción:
 - Alertas personalizadas según raza, tamaño o ubicación.
 - Acceso anticipado a nuevos perros disponibles.
 - Asesoría virtual y acompañamiento en el proceso de adopción.
- Estrategia: mostrar un **adelanto de las funciones premium** mediante notificaciones dentro de la plataforma (“Solo premium puede acceder a esta alerta”).
- Objetivo: generar **curiosidad y deseo de upgrade**, haciendo que los beneficios sean claros y percibidos como necesarios.

3. Email marketing y notificaciones personalizadas

- Enviar correos electrónicos segmentados a usuarios gratuitos destacando:
 - Nuevos perros que cumplen sus preferencias.
 - Recordatorios de adopciones iniciadas, pero no completadas.
 - Consejos y contenido educativo que solo usuarios premium pueden ampliar.
- Estrategia: usar un **tono cercano y educativo**, mostrando que el premium optimiza la experiencia y aumenta la posibilidad de adoptar exitosamente.

4. Campañas de retargeting digital

- Impactar a usuarios que ya interactuaron con la plataforma, pero **no completaron el proceso de adopción**.

- Estrategia: anuncios dinámicos en redes sociales y Google Ads mostrando perros que vieron o funciones premium relevantes.
- Objetivo: **recordar el valor de premium** y motivar la conversión con mensajes directos y personalizados.

5. Gamificación y recompensas

- Implementar elementos de gamificación: puntos, insignias o reconocimientos por interacción.
- Estrategia: desbloquear funcionalidades premium como recompensa a ciertas acciones gratuitas (“Comparte tu primera historia de adopción y accede a 1 semana de premium”).
- Objetivo: **incentivar el upgrade** mediante experiencias interactivas y gratificantes.

6. Testimonios y casos de éxito

- Mostrar historias reales de adoptantes que usaron la versión premium y lograron adoptar más rápido o con mayor satisfacción.
- Estrategia: videos cortos, publicaciones en redes y banners dentro de la plataforma.
- Objetivo: **crear confianza y deseo** de replicar la experiencia positiva mediante el plan premium.

Tabla 9.

*Estrategias del Marketing Mix Digital***e. Estrategias del Marketing Mix Digital**

ESTRATEGIA	DESCRIPCIÓN	OBJETIVO PRINCIPAL	TÁCTICAS
Optimización SEO y SEM	Mejorar la visibilidad orgánica en motores de búsqueda mediante palabras clave relevantes. Complementar con campañas pagadas para aumentar tráfico.	Incrementar la visibilidad y el tráfico web.	Optimizar el contenido para palabras clave como "adopción responsable El Salvador". Usar Google Ads para búsquedas locales específicas.
Contenido emocional y educativo	Crear videos, fotos e historias de éxito que conecten emocionalmente con los usuarios y eduquen sobre adopción y cuidado animal.	Conectar emocionalmente y educar a la audiencia.	Publicar testimonios de adoptantes, historias de rescates y consejos de cuidado en el blog de la plataforma y redes sociales.
Campañs de remarketing	Impactar a usuarios que visitaron la plataforma, pero no completaron acciones importantes, como iniciar el proceso de adopción o abandonaron el proceso.	Aumentar la conversión de usuarios interesados.	Mostrar anuncios personalizados en redes sociales y correos electrónicos para usuarios que abandonaron el proceso de adopción con el fin de generar interés nuevamente, y lograr una nueva conexión para que el proceso se reanude y pueda ser exitoso.
Gamificación	Implementar recompensas virtuales para fomentar el compromiso, como logros por adopciones responsables o donaciones recurrentes.	Mejorar la retención y motivar acciones positivas.	Crear un sistema de logros en los perfiles de usuario: "Insignia por primera adopción" o "Certificado de Donador Recurrente".
Desarrollo de la comunidad	Crear espacios digitales para conectar a adoptantes,	Fomentar fidelización y sentido de pertenencia.	Establecer grupos en Facebook o foros en la plataforma donde los

rescatistas y veterinarios, promoviendo interacción y apoyo mutuo entre los usuarios.

usuarios puedan compartir experiencias, consejos y recomendaciones.

Fuente: Elaboración propia.

3.7 PLAN DE VENTAS

a. Objetivos del Plan Financiero

Objetivo General

- Incrementar los ingresos y la sostenibilidad financiera del proyecto a través de la comercialización de espacios publicitarios, comisiones por adopciones, donaciones y referidos a clínicas veterinarias, asegurando un crecimiento progresivo en las ventas.

Objetivos Específicos

- Posicionar la plataforma como un canal confiable para anunciantes y clínicas veterinarias, incrementando la venta de espacios publicitarios y referencias a servicios asociados.
- Optimizar la captación de usuarios y organizaciones para aumentar la cantidad de adopciones concretadas y, con ello, las comisiones generadas.
- Fomentar las donaciones mediante campañas estratégicas que impulsen la contribución de usuarios a casos específicos y refugios, fortaleciendo la participación en la plataforma.

Tabla 10.

Proyección de Ventas

b. Proyección de Ventas (1 año)

MES	Suscripción Premium para Adoptantes	Suscripción Premium Refugios y Criadores	Suscripción Premium Veterinarias y Empresas	Ingresos por publicidad	Total Ingresos
Enero	\$34.00	\$67.00	\$47.00	\$78.00	\$226.00
Febrero	\$37.40	\$73.70	\$51.70	\$85.80	\$248.60
Marzo	\$41.14	\$81.07	\$56.87	\$94.38	\$273.46
Abril	\$45.25	\$119.17	\$62.56	\$103.82	\$330.80
Mayo	\$49.78	\$175.18	\$68.81	\$114.20	\$407.98
Junio	\$54.76	\$257.52	\$75.69	\$125.62	\$513.59
Julio	\$96.37	\$453.24	\$133.22	\$221.09	\$903.92
Agosto	\$169.62	\$797.70	\$234.47	\$389.12	\$1,590.90
Septiembre	\$313.79	\$1,475.74	\$433.77	\$719.87	\$2,943.17
Octubre	\$611.89	\$2,877.69	\$845.85	\$1,403.75	\$5,739.18
Noviembre	\$1,284.97	\$6,043.15	\$1,776.28	\$2,947.87	\$12,052.28
Diciembre	\$2,698.44	\$12,690.61	\$3,730.20	\$6,190.54	\$25,309.78
	\$5,437.41	\$25,111.76	\$7,516.42	\$12,474.06	\$50,539.66

Fuente: Elaboración propia.

3.8 PLAN FINANCIERO

a. Objetivos del Plan Financiero

Objetivo General

- Garantizar la sostenibilidad y crecimiento de Puppy Peluditos mediante una inversión estratégica y una estructura financiera eficiente, maximizando el retorno de inversión para los accionistas.

Objetivos Específicos:

- Optimizar la asignación de recursos para el desarrollo y mantenimiento de la plataforma digital, asegurando su funcionalidad y escalabilidad.
- Generar ingresos diversificados a través de suscripciones, publicidad y comisiones por servicios para alcanzar la rentabilidad en el primer año.
- Establecer un modelo financiero sostenible que permita la expansión del negocio sin necesidad de financiamiento externo en sus primeras etapas.

b. Plan de Inversión

La inversión inicial será cubierta con fondos propios, aportados en partes iguales por tres accionistas:

- Marlon Pérez (Gerente Administrativo)
- Kevin Henríquez (Gerente de Mercadeo)
- Karina Posada (Gerente Operativa)

Cada uno aportará \$3,500, sumando una inversión total de \$10,500 para cubrir los costos de desarrollo, operación y promoción del proyecto en su primer año.

Tabla 11.

Supuesto de Inversión y Financiamiento

Concepto	Costo Estimado
1. Desarrollo de la Plataforma Web	\$7,120.00
Mantenimiento web	\$3,000.00
Programación y desarrollo web	\$4,000.00
Hosting y dominio (1 año)	\$120.00
2. Infraestructura y Operación	\$6,055.00
Renta del local	\$2,100.00
Pago de servicios básicos	\$1,200.00
Internet	\$400.00
Equipos de oficina (computadoras, escritorios, sillas)	\$2,355.00
3. Marketing y Publicidad Digital	\$4,445.00

Campañas en redes sociales (Meta, TikTok, Google Ads)	\$1,245.00
Creación de contenido digital (fotos, videos, copywriting)	\$3,200.00
4. Gastos Administrativos y Legales	\$600.00
5. Registro legal y constitución de la empresa	\$150.00
6. Capital de trabajo	\$15,000.00
Salario	\$15,000.00
6. Fondo para imprevistos y mejoras	\$1,000.00
Total, Inversión Inicial	\$34,370.00

Fuente: Elaboración propia.

c. Estructura de Costos

Tabla 12.

Proporción del mantenimiento web

Total del costo anual de mantenimiento web	
Hosting y dominio	\$120.00
Actualizaciones y soporte técnico	\$7,000.00
Herramientas para administración y comunicación	\$6,055.00
Total	\$13,175.00

Total del costo anual de marketing	
3. Marketing y Publicidad Digital	\$4,445.00
Campañas en redes sociales (Meta, TikTok, Google Ads)	\$1,245.00
Creación de contenido digital (fotos, videos, copywriting)	\$3,200.00
Total	\$4,445.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 13.

Proporción de marketing

Total, del costo anual de marketing	
Campañas en redes sociales	\$1,000.00

Diseño de materiales publicitarios	\$250.00
Impresión de materiales físicos	\$400.00
Total	\$1,650.00

Fuente: Elaboración propia.

Costo anual de marketing \$1,650.00

Número de adopciones anuales proyectadas \$480 (40 adopciones mensuales)

Proporción por adopción $\frac{\$1,650.00}{\$480} = \$3.44$

Tabla 14.

Costo de atención al cliente por adopción

Total del costo anual atención al cliente por adopción	
Sueldo para personal (encargados atención al cliente, proceso de adopción)	\$15,000.00
Total	\$15,000.00

Fuente: Elaboración propia.

Costo anual atención al cliente por adopción \$1,440.00

Número de adopciones anuales proyectadas \$480 (40 adopciones mensuales)

Proporción por adopción $\frac{\$1,440.00}{\$480} = \$3.00$

Tabla 15.

Detalle de costos brutos por adopción

	Suscripción Adoptantes		Suscripción Refugios/Criadores		Suscripción Clínicas	
	Costo	%	Costo	%	Costo	%
Desarrollo y mantenimiento web	\$0.80	20.00%	\$1.10	26.19%	\$1.10	20.75%
Publicidad y promoción	\$2.50	62.50%	\$2.50	59.52%	\$3.40	64.15%
Comisiones y costos de transacción	\$0.30	7.50%	\$0.30	7.14%	\$0.30	5.66%
Atención al cliente y soporte	\$0.40	10.00%	\$0.30	7.14%	\$0.50	9.43%
Total	\$4.00	100%	\$4.20	100%	\$5.30	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 16.

Costos totales proyectados (5 años)

	Año 2025			Año 2026			Año 2027			Año 2028			Año 2029		
	Unidades	Costo unitario	Total	Unidades	Costo unitario	Total	Unidades	Costo unitario	Total	Unidades	Costo unitario	Total	Unidades	Costo unitario	Total
Suscripción Adoptantes	206	\$7.50	\$1,545.00	235	\$7.50	\$1,762.50	268	\$7.50	\$2,010.00	305	\$7.50	\$2,287.50	348	\$7.50	\$2,610.00
Suscripción Refugios/Criadores	97	\$17.00	\$1,649.00	119	\$17.00	\$2,023.00	135	\$17.00	\$2,295.00	154	\$17.00	\$2,618.00	176	\$17.00	\$2,992.00
Suscripción Clínicas	67	\$16.50	\$1,105.50	76	\$16.50	\$1,254.00	87	\$16.50	\$1,435.50	99	\$16.50	\$1,633.50	113	\$16.50	\$1,864.50
Ingresos por Publicidad	109	\$15.00	\$1,635.00	203	\$15.00	\$3,045.00	256	\$15.00	\$3,840.00	264	\$15.00	\$3,960.00	301	\$15.00	\$4,515.00
Total	479	\$56.00	\$5,934.50	633	\$56.00	\$8,084.50	746	\$56.00	\$9,580.50	822	\$56.00	\$10,499.00	938	\$56.00	\$11,981.50

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 17.

Costo de Personal Proyectado

COSTO DE PERSONAL	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Año 2028	Año 2029
Empleados	3	3	3	3	3
Salarios	\$ 26,820	\$ 26,820	\$27,000	\$48,000	\$51,000
Prestaciones	\$4,000	\$5,540	\$7,000	\$10,000	\$11,000
Total costo de personal	\$30,820	\$32,360	\$34,000	\$58,000	\$62,000

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 18.

Otros Costos y Gastos

Otros Costos y Gastos	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Año 2028	Año 2029
Agua	0.40%	0.40%	0.40%	0.40%	0.40%	0.40%
Alquiler de local	1.50%	1.50%	1.50%	1.50%	1.50%	1.50%
Impuestos y Permisos Legales	0.40%	0.40%	0.40%	0.40%	0.40%	0.40%
Electricidad	1.10%	1.10%	1.10%	1.10%	1.10%	1.10%
Hosting y dominio web	0.30%	0.30%	0.30%	0.30%	0.30%	0.30%
Internet	0.40%	0.40%	0.40%	0.40%	0.40%	0.40%
Publicidad y promoción	2.20%	2.20%	2.20%	2.20%	2.20%	2.20%
Software antivirus	0.70%	0.70%	0.70%	0.70%	0.70%	0.70%
Útiles de oficina	0.60%	0.60%	0.60%	0.60%	0.60%	0.60%

Fuente: Elaboración propia.

d. Flujo de Efectivo

Tabla 19.

Flujo de Efectivo Proyectado para el Primer Año

	Año 2025												Total
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Ganancia neta	\$ 226.00	\$ 248.60	\$ 273.46	\$ 330.80	\$ 407.98	\$ 513.59	\$ 903.92	\$ 1,590.90	\$ 2,799.99	\$ 4,927.98	\$ 8,673.24	\$ 15,698.57	\$ 36,595.03
Mas													
depreciación	\$ 9.90	\$ 9.90	\$ 9.90	\$ 9.90	\$ 9.90	\$ 9.90	\$ 9.90	\$ 9.90	\$ 9.90	\$ 9.90	\$ 9.90	\$ 9.90	\$ 118.80
Flujo de caja neto(FCN)	\$ 216.10	\$ 238.70	\$ 263.56	\$ 320.90	\$ 398.08	\$ 503.69	\$ 894.02	\$ 1,581.00	\$ 2,790.09	\$ 4,918.08	\$ 8,663.34	\$ 15,688.67	\$ 36,476.23

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 20.

Flujo de Efectivo Proyectado para los Sigüientes 4 Años

	Flujo de efectivo proyectado											Año 2028	Año 2029
	Año 2026					Año 2027							
	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total			
Ganancia neta	\$3,066.35	\$3,219.67	\$3,380.65	\$3,786.33	\$13,453.00	\$4,240.69	\$4,325.50	\$4,541.78	\$5,223.05	\$18,331.02	\$23,000.00	\$25,300.00	
Mas													
depreciación	\$29.70	\$29.70	\$29.70	\$29.70	\$118.80	\$29.70	\$29.70	\$29.70	\$29.70	\$118.80	\$118.80	\$475.20	
Flujo de caja neto (FCN)	\$3,096.05	\$3,249.37	\$3,410.35	\$3,816.03	\$13,571.80	\$4,270.39	\$4,355.20	\$4,571.48	\$5,252.75	\$18,449.82	\$23,118.80	\$25,775.20	

Fuente: Elaboración propia.

e. Análisis de Rentabilidad y Punto de equilibrio

Tabla 21.

Análisis de Rentabilidad

Ingreso por ventas	\$50,539.66	\$73,787.90	\$102,565.15	\$146,668.20	\$221,468.99
Costo de Bienes vendidos	\$5,934.50	\$8,084.50	\$9,580.50	\$10,499.00	\$11,981.50
Ganancia bruta	\$44,605.16	\$65,703.40	\$92,984.68	\$136,169.20	\$209,487.49
Salarios	\$26,820	\$26,820.00	\$27,000.00	\$48,000.00	\$51,000.00
Prestaciones	\$4,000.00	\$5,540.00	\$7,000.00	\$10,000.00	\$11,000.00
Alquileres de locales	\$2,100.00	\$2,562.00	\$3,125.64	\$3,813.28	\$4,652.20
Internet	\$400.00	\$450.00	\$450.00	\$600.00	\$600.00
Agua	\$700.00	\$700.00	\$700.00	\$700.00	\$700.00
Electricidad	\$500.00	\$1,250.00	\$1,250.00	\$1,250.00	\$1,250.00
Software antivirus	\$45.70	\$47.99	\$50.38	\$52.90	\$55.55
Publicidad y promoción	\$4,445.00	\$5,422.90	\$6,615.94	\$8,071.44	\$9,847.16
depreciación	\$118.80	\$118.80	\$118.80	\$118.80	\$118.80
Dominio página web	\$120.00	\$320.25	\$336.26	\$353.08	\$370.73
Total de gastos generales de administración	\$5,355.66	\$22,471.46	\$46,337.66	\$63,209.70	\$129,893.04
Intereses pagados	-	-	-	-	-
Ganancia grabable(GAI)	\$2,495.60	\$4,459.18	\$7,163.16	\$13,164.35	\$15,670.76
Impuesto sobre la renta	\$1,606.70	\$6,741.44	\$13,901.30	\$18,962.91	\$38,967.91
Ganancia neta	\$1,253.36	\$11,270.84	\$25,273.20	\$31,082.44	\$75,254.37

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 22.

Punto de Equilibrio Operativo

Producto o servicio	Unidad de medida	Ventas del primer año	Porcentaje de participación	Precio de venta unitario	Costo variable unitario	Margen de contribución	Unidades de equilibrio	Ingreso de equilibrio
Suscripción Adoptantes	Unidad	300	40%	\$ 29.90	\$ 4.00	\$ 25.90	95	2,840.50
Suscripción Refugios/Criadores	Unidad	150	20%	\$ 34.90	\$ 4.20	\$ 30.70	48	1,675.20
Suscripción Clínicas	Unidad	90	12%	\$ 59.90	\$ 5.30	\$ 54.60	29	1,737.10
Ingresos por Publicidad	Unidad	210	28%	\$ 49.90	\$ 6.00	\$ 43.90	67	3,343.30
VOLUMEN TOTAL DE VENTAS		750	100%			\$ 38.87	239	9,596.10

Fuente: Elaboración propia.

$$\begin{aligned}
 \text{Unidades combinadas de equilibrio} &= \frac{\text{Total de costos operativos fijos}}{\text{Margen de contribuci3n combinado}} \\
 &= \frac{\$9596.10}{\$38.87} = 247 \text{ Unidades}
 \end{aligned}$$

El punto de equilibrio de 366 unidades indica que la plataforma necesita alcanzar esta cantidad de suscripciones y publicidad para cubrir sus costos. Esto es factible con estrategias de marketing digital, retenci3n de clientes y optimizaci3n de costos. La diversificaci3n de ingresos reduce el riesgo financiero y mejora la estabilidad del negocio. Un enfoque en la fidelizaci3n de usuarios garantizar3 un crecimiento sostenible. A partir de este punto, la empresa generar3 rentabilidad y podr3 reinvertir en su expansi3n.

3.9 PLAN DE TRABAJO

a. Objetivos de un Plan de Trabajo

1. Organizaci3n y Eficiencia

- Establecer un esquema claro de tareas, roles y responsabilidades para evitar duplicidades o confusiones.
- Optimizar el uso de recursos humanos, t3cnicos y financieros.

2. Planificaci3n Estrat3gica

- Definir metas alcanzables y medibles a corto, mediano y largo plazo.

- Desarrollar cronogramas que sirvan como guías para completar las actividades dentro de los plazos establecidos.

3. Monitoreo y Control

- Evaluar el progreso de los proyectos en tiempo real mediante indicadores de desempeño (KPI's).
- Identificar posibles desviaciones y corregirlas rápidamente para cumplir con los objetivos.

4. Mejora Continua

- Detectar áreas de oportunidad para optimizar procesos.
- Promover un ciclo de aprendizaje que permita implementar mejores prácticas en futuras tareas o proyectos.

5. Comunicación y Colaboración

- Facilitar el flujo de información entre los miembros del equipo.
- Garantizar que todas las partes interesadas comprendan su papel y las expectativas asociadas.

6. Alcance de Resultados

- Garantizar el cumplimiento de las metas específicas planteadas al inicio del proyecto.
- Alinear los esfuerzos con los objetivos generales de la organización.

7. Evaluación de Impacto

- Medir los resultados obtenidos en términos de calidad, tiempo y costo.
- Determinar si los objetivos estratégicos y operativos fueron alcanzados.

Tabla 23.

Plan de trabajo.

b. Cronograma de actividades basado en el plan de acción

Acciones	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Selección y contratación del personal administrativo para la plataforma de peluditos	■	■										
Elección de desarrollador y tecnología para la plataforma web y la aplicación de peluditos			■	■	■							
Creación y diseño inicial del prototipo de la página web de peluditos	■	■	■									
planificación de la estrategia de contenido digital para redes sociales y pagina web	■			■	■		■	■	■		■	■
Establecimiento de cuentas oficiales en redes sociales: Facebook, Instagram, TikTok for business, Google Workspace, etc.	■	■										
Publicación de contenido en redes sociales dirigido a futuros adoptantes y a la comunidad de cuidadores de mascotas	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Fusión de contenido en redes sociales para conectar con dueños de peluditos y amantes de los animales	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Inauguración oficial de la página web de Peluditos en línea	■											
Lanzamiento oficial de la plataforma web para adopciones, venta de productos y servicios para peluditos	■	■	■	■								
implementación de campañas publicitarias en redes sociales para promover servicios y adopciones de mascotas	■	■			■		■		■		■	■
Diseño y formulación de una encuesta de satisfacción para evaluar la experiencia de los usuarios					■						■	
Seguimiento y análisis continuo de la satisfacción de los usuarios mediante encuestas de Feedback							■	■				■
Optimización continua y mantenimiento de la plataforma web y sus funcionalidades para peluditos			■	■	■				■	■	■	
Monitoreo y seguimiento de suscripciones de usuarios y registros de nuevos miembros en la web		■	■			■	■		■	■		■

Fuente: Elaboración propia.

3.10 INDICADORES DE MEDICIÓN

- **Inversión por adopción lograda:**

Gasto promedio en publicidad digital (Facebook, Instagram, Google Ads, etc.) para convertir a un usuario interesado en un adoptante final a través de la página web.

- **Número de adopciones completadas:**

Cantidad total de perros adoptados a través del sitio web durante un período específico (mensual, trimestral o anual).

- **Cantidad de usuarios registrados en la plataforma:**

Total de personas (potenciales adoptantes o visitantes) que se han creado una cuenta en la página web para consultar información sobre las adopciones disponibles.

- **Interacciones generadas en redes sociales:**

Total de interacciones (likes, comentarios, compartidos) en las publicaciones de redes sociales que promocionan perros disponibles para adopción, consejos de cuidado, etc.

- **Tasa de conversión desde redes sociales:**

Porcentaje de personas que interactúan con las publicaciones en redes sociales y luego visitan la página web para comenzar el proceso de adopción.

- **Visitantes únicos mensuales:**

Número de personas diferentes que acceden al sitio web de adopción cada mes, sin contar visitas repetidas del mismo usuario.

- **Duración promedio de la visita:**

Tiempo promedio que un usuario pasa explorando la página web, buscando perros para adoptar o informándose sobre el proceso.

- **Índice de retención de usuarios:**

Porcentaje de usuarios que regresan a la página web después de su primera visita, mostrando interés continuo en adoptar o en servicios relacionados con las mascotas.

- **Interacciones por publicación en redes sociales:**

Promedio de interacciones obtenidas (likes, comentarios, compartidos) por cada publicación realizada en las redes sociales, ya sean orgánicas o promocionadas, sobre adopciones de perros.

- **Nivel de satisfacción de los adoptantes:**

Porcentaje de personas que completan encuestas post-adopción para valorar su experiencia con la página web y el proceso de adopción.

- **Cantidad de compartidos de historias de adopción:**

Número de veces que los usuarios comparten historias de éxito (por ejemplo, adopciones realizadas) en sus redes sociales, ayudando a aumentar la visibilidad de la plataforma.

- **Seguimiento de leads provenientes de redes sociales:**

Cantidad de personas interesadas en adoptar que provienen de las redes sociales y luego completan el proceso de adopción en la web.

- **Nivel de participación por seguidor en redes sociales:**

Promedio de interacciones (likes, comentarios, compartidos) por cada seguidor de las cuentas de redes sociales, reflejando el grado de involucramiento de la audiencia.

- **Adopciones realizadas desde dispositivos móviles:**

Porcentaje de adopciones que se completan desde teléfonos móviles o tabletas en comparación con las realizadas desde computadoras de escritorio.

- **Tasa de abandono del proceso de adopción online:**

Porcentaje de usuarios que inician el proceso de adopción en el sitio web, pero no lo finalizan, lo que podría señalar áreas de mejora en la experiencia del usuario.

CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN

- Según datos recientes, un 65% de la población en la región tiene acceso a internet, con un 55% de los usuarios pertenecientes a la franja etaria de 25 a 40 años. Este segmento demográfico representa un mercado potencial significativo para una plataforma de adopción de perros, dado su alto nivel de conectividad y utilización de servicios en línea por sus necesidades diarias.
- La generación actual de adultos jóvenes y de mediana edad está muy familiarizada con el uso de tecnologías digitales y la búsqueda de soluciones en línea para sus necesidades diarias. Este grupo demográfico tiende a valorar la comodidad y la eficiencia que ofrecen las plataformas digitales, lo que indica que la página web de adopciones de perros podría tener una buena recepción y aceptación en el mercado.
- Un posible desafío que podría enfrentar la página web es la inseguridad y la desconfianza de los usuarios hacia una nueva plataforma en un sector tan sensible como la adopción de mascotas. La falta de familiaridad con plataformas en línea especializadas en este rubro y las preocupaciones sobre la transparencia y seguridad del proceso, pueden afectar la aceptación inicial. Para superar estos obstáculos, es crucial implementar medidas de seguridad, ofrecer información transparente clara y verificada y establecer protocolos claros para la protección del usuario y de las mascotas con el fin de lograr una adopción responsable exitosa en cada caso.

RECOMENDACIONES DEL DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN

- Para aprovechar el mercado potencial de adultos jóvenes y de mediana edad con alta conectividad, se recomienda desarrollar una plataforma intuitiva y optimizada para dispositivos móviles, implementar estrategias de marketing digital enfocadas en redes sociales y publicidad en línea, y facilitar el acceso con opciones de registro rápido a través de redes sociales.
- Para adaptarse a las necesidades y hábitos digitales de los usuarios, es esencial ofrecer una experiencia de usuario fluida con un diseño moderno, integrar herramientas digitales como filtros avanzados de búsqueda y chat en vivo con rescatistas y veterinarios, además de generar contenido educativo sobre adopción responsable a través de blogs, videos y guías interactivas.
- Para generar confianza y seguridad en la plataforma, se recomienda implementar un sistema de verificación de usuarios y refugios, incluir testimonios de adoptantes anteriores, establecer protocolos de adopción claros y transparentes con asesoramiento personalizado y seguimiento post-adopción, así como garantizar la protección de datos mediante políticas de privacidad y certificaciones de seguridad.

BIBLIOGRAFÍA

Libros:

Metodología De La Investigación- Hernández-Sampieri. 6ta Edición. (2014)

Urbe.edu. (27 de agosto de 2012). *Capitulo II Marco Teórico*. Obtenido de Chrome- Segura, E. (29 de septiembre de 2019). pág. 1.

Revistas especializadas:

UNIMER. (2020). *Salvadoreños prefieren perros “de raza” y no adoptan, dice estudio*. Recuperado el septiembre de 2024, de Elsalvador.com: <https://unimercentroamerica.com/>

Periódicos:

Diario El Salvador. “Una segunda oportunidad para los animales sin hogar en El Salvador.” *Diario El Salvador*, 25 August 2024, https://diarioelsalvador.com/una-segunda-oportunidad-para-los-animales-sin-hogar/553630/#google_vignette. Access Ed 21 October 2024.

Miranda, N. M. (2021). *Adopción y hogares temporales: opciones para los animales de la calle*. Recuperado el septiembre de 2024, de Diario El Salvador.

Documentos web.:

Acansal. (2024). *Acansal*. Obtenido de <https://acansal.com/que-es-pedigri/>

Asamblea Legislativa. (2002). *Ley de marca y otros signos distintivos*.

Asamblea Legislativa. (10 de febrero de 2020). *Ley de Comercio Electrónico*. Obtenido de chrome-

docuSign. (18 de 05 de 2023). *docuSign*. Obtenido de docuSign: <https://www.docuSign.com/es-mx/blog/modelos-de-negocios-digitales>

Obtenido de Gobierno Vasco: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/opcion01_innovacion_publica/es_dc_in_pu/adjuntos/MDS%20color.pdf

Gabrica. (2019). *Gabrica*. Obtenido de Gabrica: <https://www.gabrica.cl/conoce-todos-los-riesgos-que-corres-al-humanizar-a-las-mascotas/#:~:text=Humanizar%20a%20las%20mascotas%20consiste,preferencias%20y%20sus%20instintos%20animales>.

Gobierno de El Salvador. (abril de 2023). *Instituto De Bienestar Animal*. Obtenido de Ley Legislativa, A. (2022). chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://virtual.urbe.edu/tesispub/0093361/ca

Especial de Protección y Bienestar Animal: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.iba.gob.sv/wp-content/uploads/2023/04/Ley-de-Bienestar-Animal.pdf

Huellitas, F. (s.f.). *Fundación Huellitas*. Obtenido de Fundación Huellitas: <https://fundacionhuellitassv.wixsite.com/fundacion-huellitas>

IBA. (20 de 05 de 2022). *IBA*. Obtenido de <https://www.iba.gob.sv/>

Tienda Animal Blog. “¿Qué es y en qué consiste el grooming en perros?” https://www.tiendanimal.es/articulos/grooming-en-perros/?srsltid=AfmBOoryE6pCk-phYKBasBofbrrZA0vTjc_iGiKn1uSgzcCWdZ_IdRYy.

Conductcan. “Hospedaje canino precios: lo que debes saber.” *Conductcan*, 21 February 2023, <https://conductcan.com/residencia/hospedaje-canino-precios-lo-que-debes-saber/>. Accessed 3 November 2024.

Veterinario Karlsruhe. *¿Qué es una clínica veterinaria?*, 2024, <https://tierarzt-karlsruhe-durlach.de/es/clinica-veterinaria-versus-consultorio-de-animales-pequenos-%C2%BFcual-es-la-diferencia-/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20una%20cl%C3%ADnica%20veterinaria,las%20cl%C3%ADnicas%20de%20animales%20peque%C3%B1os.>

Wikipedia. (11 de junio de 2024). *Criador*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Criador#:~:text=Los%20criadores%20se%20dedican%20a,pueda%20obtener%20un%20rendimiento%20econ%C3%B3mico.>

BBVA. “Marketing' social: qué es y para qué sirve.” *BBVA*, 31 Mayo 2018, <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/marketing-social-sirve/>. Accessed 21 octubre 2024.

PETFOOD. (2022). *Industria latinoamericana en mascotas*. Recuperado el septiembre de 2024, de PETFOOD Latinoamérica.

Petcare, M. (2022). *Conoce el “Índice de las Mascotas Sin Hogar” un estudio de Mars Petcare*. Recuperado el septiembre de 2024, de MARS: https://mex.mars.com/es-MX/noticias-historias/comunicados-de-prensa/perros-y-gatos-en-condicion-de-calle?language_content_entity=es-MX

Obando, D. (2020). “E-COMMERCE en El Salvador”. *REDCOES*. Obtenido de REDCOES: <https://www.reddecontadores.com/wp-content/uploads/2021/02/Boletin-25-2020-E-COMMERCE-en-El-Salvador-1.pdf>

Legislativa, A. (2013). *Ley de marca y otros signos distintivos*.

Legislativa, A. (7 de 09 de 2023). *Asamblea Legislativa*. Obtenido de Asamblea Legislativa:
<https://www.asamblea.gob.sv/node/13033>

LEGISLATIVA, A. (2022). ASAMBLEA LEGISLATIVA. En F. G. Pérez, *LEY DE MARCAS Y OTROS SIGNOS DISTINTIVOS*. (pág. 2). San Salvador. Obtenido de <https://elsalvador.eregulations.org/media/LEY%20DE%20MARCAS%20Y%20OTROS%20SIGNOS%20DISTINTIVOS.pdf>

ANEXOS



DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL
ANTECEDENTES FONETICOS DE UN SIGNO DISTINTIVO

FECHA: 25/08/2024
HORA: 22:07:29

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CLASE SOLICITADA

NÚMERO DE PRESENTACIÓN: **20240272761**CLASE: **44**DISTINTIVO: **Puppy Peluditos**

20180273037 Distintivo	21/08/2018 2018171122	ST94 KPELI BEAUTY SALON	00073 00348	01/03/2019	--	BERNARDINO LUE, EDITH JANNETH	M01	31
20130194017 Distintivo	06/12/2013 2013132081	STPNO BEAUTY TO GO	-- --	--	--	IMPORTADORA MANHATTAN, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - IMPORTADORA MANHATTAN, S.A. DE C.V.	M01	31
20180268266 Distintivo	03/05/2018 2018168703	ST94 PEEL	00060 00346	05/02/2019	--	ArthurSteenHorneAdamson Ltd	T01	29
20180268270 Distintivo	03/05/2018 2018168705	ST94 PEEL	00073 00345	24/01/2019	--	ArthurSteenHorneAdamson Ltd	M01	29
20220334200 Distintivo	08/02/2022 2022202399	ST94 GROOMITOS	00122 00428	01/09/2022	--	GIRON CASTILLO, VALERIA BEATRIZ	M01	29
20220342175 Distintivo	08/07/2022 2022206637	ST94 BUDDY	00030 00433	27/10/2022	--	BRILLAT, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - BRILLAT, S.A. DE C.V.	M01	29
20230368342 Distintivo	17/11/2023 2023220287	ST94 TUPIEL	00244 00460	11/06/2024	--	INTERNATIONAL PHARMACEUTICAL SUPPLIERS, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - INTERPHARMAS, S.A. DE C.V.	M01	27
20220339154 Distintivo	09/05/2022 2022204803	ST32 MI POLLITO PIO PIO	-- --	--	--	GALINDO GALINDO, MAXIMILIANO ANTONIO	M01	25
20220335062 Distintivo	22/02/2022 2022202786	ST94 THE BEAUTY ROOM	00001 00421	30/05/2022	--	REGALADO LOPEZ, BRYAN NICOLAS	M01	25



DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL
 ANTECEDENTES FONETICOS DE UN SIGNO DISTINTIVO

FECHA: 25/08/2024

HORA: 22:07:29

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CLASE SOLICITADA

NÚMERO DE PRESENTACIÓN: **20240272761** CLASE: **44**

DISTINTIVO: **Puppy Peluditos**

Clase: **05,10,44**

Presentación	Fecha Sol.	Ultimo Estado	No. Ins.	Libro Ins.	Fecha Ins.	Nacionalidad	PETICIONARIO	Tipo	%P
20190293096	30/09/2019	ST94	00196	00371	22/05/2020	--	RIVERA GOMEZ, ANA MARCELA	M01	31
Distintivo	2019181212	PETERINARIA PELITOS							

Clase: **05,35,44**

Presentación	Fecha Sol.	Ultimo Estado	No. Ins.	Libro Ins.	Fecha Ins.	Nacionalidad	PETICIONARIO	Tipo	%P
20160229292	05/02/2016	ST94	00238	00292	21/10/2016	--	CORPORACION JUAREZ, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE -	M01	41
Distintivo	2016149930	LUPITO JUAREZ							

Clase: **05,43,44**

Presentación	Fecha Sol.	Ultimo Estado	No. Ins.	Libro Ins.	Fecha Ins.	Nacionalidad	PETICIONARIO	Tipo	%P
20180276472	31/10/2018	ST200	--	--	--	--	RIVERA GOMEZ, ANA MARCELA	M01	31
Distintivo	2018172970	PETERINARIA PELITOS							

Clase: **09,36,39,44**

Presentación	Fecha Sol.	Ultimo Estado	No. Ins.	Libro Ins.	Fecha Ins.	Nacionalidad	PETICIONARIO	Tipo	%P
20220343613	10/08/2022	ST94	00409	00437	23/01/2023	--	MAPFRE ASISTENCIA COMPAÑIA INTERNACIONAL DE SEGUROS Y REASEGUROS, SOCIEDAD ANONIMA -	M01	30
Distintivo	2022207493	MAWDY							

Clase: **36,43,44**

Presentación	Fecha Sol.	Ultimo Estado	No. Ins.	Libro Ins.	Fecha Ins.	Nacionalidad	PETICIONARIO	Tipo	%P
20210322185	11/06/2021	ST000	00130	00402	28/09/2021	--	INVERSIONES SIMCO, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE -	T01	25
Distintivo	2021196170	BEAUTY HALL							

Clase: **44**

Presentación	Fecha Sol.	Ultimo Estado	No. Ins.	Libro Ins.	Fecha Ins.	Nacionalidad	PETICIONARIO	Tipo	%P
20150224030	12/10/2015	ST94	00142	00279	22/04/2016	--	FIGUEROA VALLE, KARLA BEATRICE	M01	49
Distintivo	2015147251	PELUDOS							
20130183500	26/04/2013	STDN	--	--	--	--	FIGUEROA VALLE, KARLA BEATRICE	M01	49
Distintivo	2013126475	PELUDOS							

Instrumento de investigación: CUESTIONARIO

1. ¿Cuál es tu edad?

Menos de 18 años

18-24 años

25-34 años

35-44 años

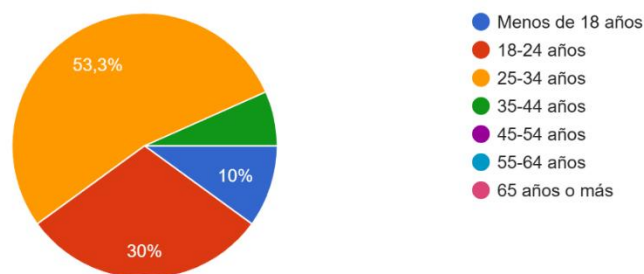
45-54 años

55-64 años

65 años o más

Objetivo: Identificar el rango de edad de los participantes para segmentar la población y comprender cómo este factor influye en las decisiones relacionadas con la adopción de mascotas.

¿Cuál es tu edad?
30 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

Análisis: La mayoría de los encuestados (51.56%) se encuentra en el rango de 24 a 34 años,

seguido por el 32.6% entre 18 y 24 años, reflejando un perfil predominantemente joven. Solo el 9.7% pertenece al grupo de 65 a 64 años, representando una minoría significativa.

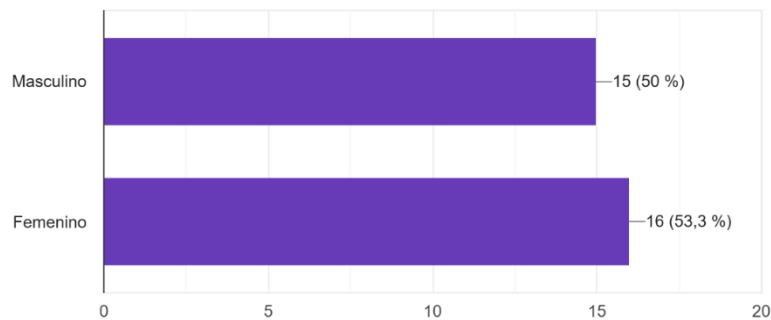
2. ¿Cuál es tu género?

Masculino

Femenino

Objetivo: Determinar la distribución de género entre los encuestados para analizar posibles diferencias en las actitudes y comportamientos hacia la adopción de mascotas.

¿Cuál es tu género?
30 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

Análisis: El género femenino predomina ligeramente con el 52.6%, mientras que el masculino representa el 48.4%, mostrando una distribución casi equilibrada entre ambos grupos.

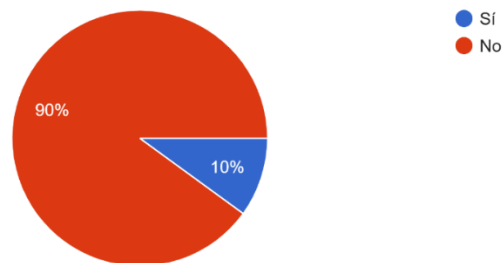
3. ¿Tienes hijos?

Sí

No

Objetivo: Identificar si los encuestados tienen hijos para evaluar cómo la presencia de niños en el hogar puede influir en la decisión de adoptar una mascota y las expectativas respecto a la adopción.

¿Tienes hijos?
30 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

Análisis: El 9.7% de los encuestados tiene hijos, mientras que la gran mayoría, equivalente al 90.3%, no los tiene, reflejando una base predominantemente sin responsabilidades parentales.

4. ¿En qué tipo de hogar vives?

Solo/a

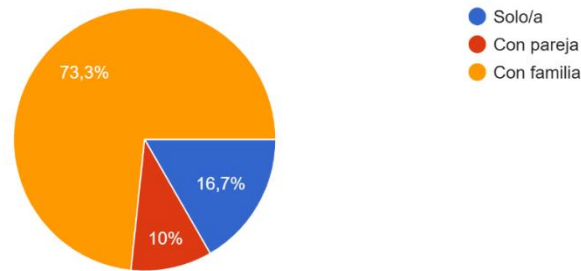
Con pareja

Con familia

Otro (especificar): _____

Objetivo: Conocer el tipo de hogar en el que viven los encuestados para comprender cómo la dinámica familiar influye en la decisión de adoptar una mascota y qué características buscan en la adopción según su tipo de hogar.

¿En qué tipo de hogar vives?
30 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

Análisis: La mayoría de los encuestados, un 71%, vive con su familia, seguido por un 18.4% que vive solo/a y un 9.7% que vive con pareja, mostrando una tendencia hacia hogares familiares como el tipo predominante.

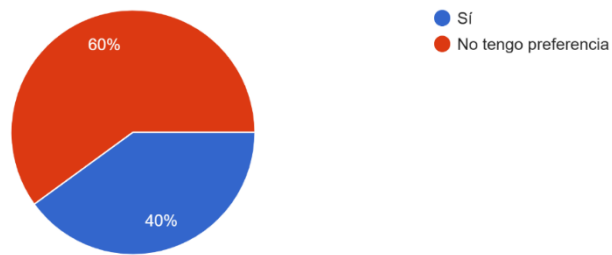
5. ¿Estás considerando adoptar un cachorro?

- Sí
- No
- No estoy seguro/a

Objetivo: Identificar la intención de los encuestados de adoptar un cachorro, lo que permitirá analizar el nivel de interés en la adopción de mascotas y entender las razones detrás de la decisión de adoptar o no.

¿Tienes alguna preferencia en cuanto a la raza del perro que deseas adoptar?

30 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

8. ¿Qué tipo de perro estás buscando?

Cachorro

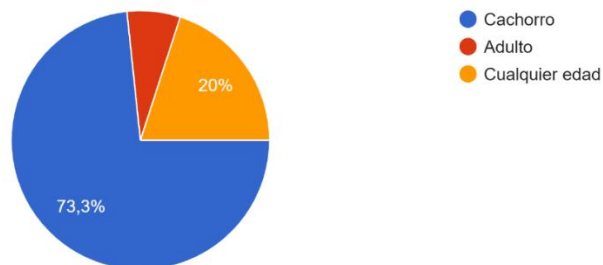
Adulto

Cualquier edad

Objetivo: Determinar la preferencia de los adoptantes potenciales en cuanto a la edad del perro que desean adoptar, lo que permitirá ajustar la oferta de la plataforma y orientar mejor los servicios hacia las necesidades específicas de los usuarios.

¿Qué tipo de perro estás buscando?

30 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

Análisis: La mayoría de los encuestados (74.2%) prefiere adoptar cachorros, mientras que un 19.4% está interesado en adoptar un perro adulto, y el resto no tiene preferencia por la edad, mostrando un interés más flexible en la adopción.

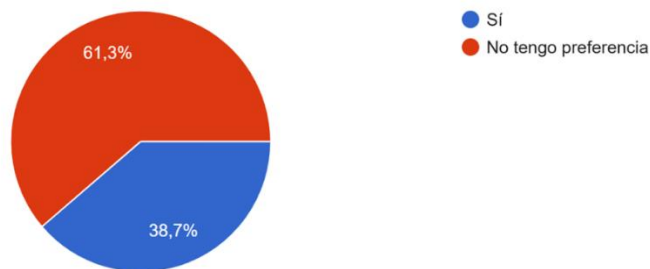
8. ¿Tienes alguna preferencia en cuanto a la raza del perro que deseas adoptar?

Sí (Especificar): _____

No tengo preferencia

Objetivo: Identificar si los adoptantes potenciales tienen preferencias sobre la raza de perro que desean adoptar, lo que permitirá a la plataforma personalizar las recomendaciones y facilitar la adopción de acuerdo con estas preferencias.

¿Tienes alguna preferencia en cuanto a la raza del perro que deseas adoptar?
31 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

Análisis: El 61.3% de los encuestados no tiene preferencia por la raza del perro que desean adoptar, mientras que el resto (38.7%) sí muestra una preferencia, lo que indica una apertura general hacia adoptar perros de diversas razas.

9. ¿Estás dispuesto/a a adoptar un perro con necesidades especiales (por ejemplo, un perro con alguna discapacidad o problema de salud)?

Sí

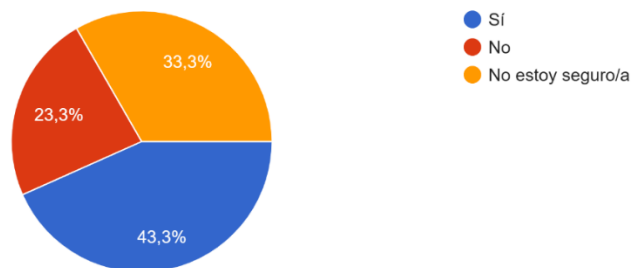
No

No estoy seguro/a

Objetivo: Evaluar la disposición de los adoptantes potenciales a aceptar perros con necesidades especiales, lo que permitirá identificar la demanda para este tipo de adopciones y ajustar las opciones disponibles en la plataforma.

¿Estás dispuesto/a a adoptar un perro con necesidades especiales (por ejemplo, un perro con alguna discapacidad o problema de salud)?

30 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

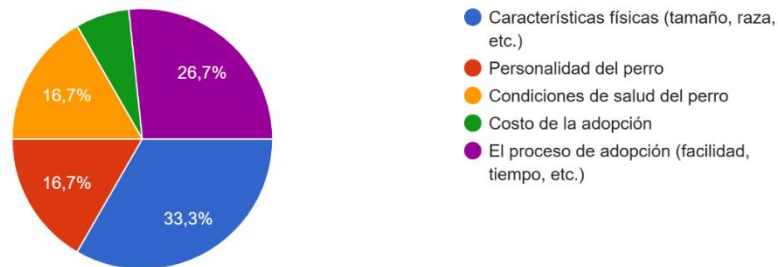
Análisis: Casi la mitad de los encuestados (45.2%) está dispuesta a adoptar un perro con necesidades especiales, mientras que el 22.8% no lo considera, y el resto se muestra indeciso, indicando una actitud positiva moderada hacia la adopción de mascotas con condiciones particulares.

10. ¿Cuál es el principal factor que consideras al momento de decidir adoptar un cachorro?

- Características físicas (tamaño, raza, etc.)
- Personalidad del perro
- Condiciones de salud del perro
- Costo de la adopción
- El proceso de adopción (facilidad, tiempo, etc.)
- Otro (especificar): _____.

¿Cuál es el principal factor que consideras al momento de decidir adoptar un cachorro?

30 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

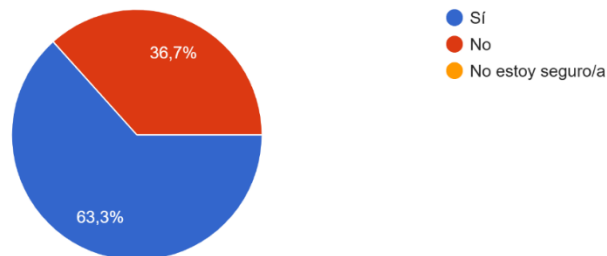
11. ¿Conoces refugios de animales donde puedas adoptar perros?

- Sí
- No
- No estoy seguro/a

Objetivo: Evaluar el nivel de conocimiento sobre refugios de animales para identificar oportunidades de sensibilización e informar sobre la adopción responsable de perros.

¿Conoces fundaciones de animales donde puedas adoptar perros?

30 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

Análisis: El 64.5% de los encuestados conoce refugios de animales donde pueden adoptar perros, mientras que el 35.5% no está familiarizado con estas opciones, lo que sugiere una oportunidad para aumentar la visibilidad de los refugios.

12. ¿Has visitado alguna fundación de animales para informarte sobre la adopción de cachorros?

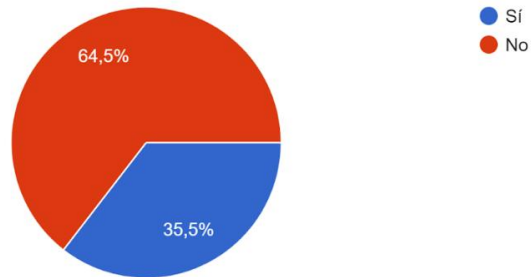
Sí

No

Objetivo: Evaluar la familiaridad de las personas con el proceso de adopción de cachorros y su interacción previa con fundaciones de animales, con el fin de entender el nivel de interés, experiencia, o compromiso con la adopción responsable de mascotas

¿Has visitado alguna fundación de animales para informarte sobre la adopción de cachorros?

31 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

Análisis: El 64.5% indica que las personas encuestadas han visitado alguna fundación de animales, para recibir información sobre la adopción de mascotas, mientras que el 35.5% indica que no han visitado una fundación, esto podría deberse a varios factores, como falta de interés o falta de acceso a la información.

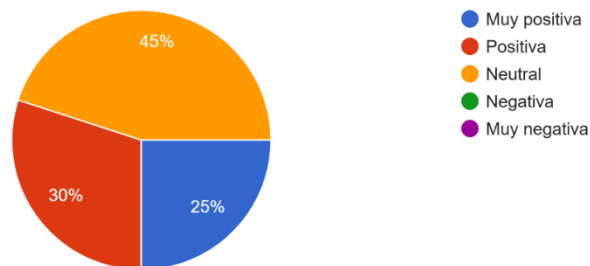
13. Si respondiste "Sí" a la pregunta anterior, ¿Cómo calificarías tu experiencia al visitar una fundación de animales?

Si respondiste "No" pasa a la siguiente pregunta

- Muy positiva
- Positiva
- Neutral
- Negativa
- Muy negativa

Objetivo: Evaluar la calidad de la experiencia de quienes visitaron una fundación de animales, entendiendo que si para ellos la visita fue satisfactoria o si hay aspectos que pueden mejorarse, con el fin de medir el impacto de las fundaciones en la percepción de los usuarios y poder así tomarlo en cuenta para la creación de la aplicación como mejoras en su funcionamiento, comunicación y servicios.

Si respondiste "Sí" a la pregunta anterior, ¿Cómo calificarías tu experiencia al visitar una fundación de animales? Si respondiste "No" pasa a la siguiente pregunta
20 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

Análisis: A partir de los datos se puede observar que un 25% de los usuarios tuvieron una experiencia muy positiva al visitar una fundación de mascotas, mientras el 30% tuvieron una experiencia muy positiva en su visita, sin embargo podemos observar que el 45% de los usuarios respondieron que la calidad de su visita a una fundación fue neutral, por lo tanto se puede observar que los usuarios necesitan que hayan mejorar en la atención a los usuarios por parte de las fundaciones, para que sus experiencia sea mucho más positiva.

14. ¿Qué opinas sobre las fundaciones de animales que rescatan perros?

Muy importante

Importante

Neutral

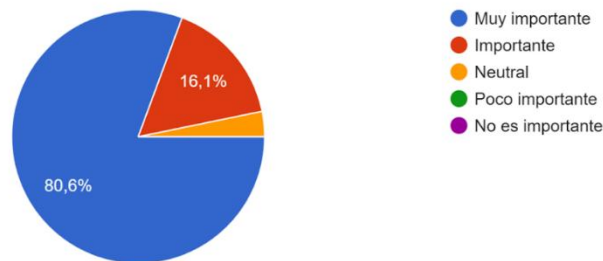
Poco importante

No es importante

Objetivo: Evaluar la percepción general de las personas, sobre la labor que realizan las fundaciones de animales en el rescate de perros, lo que puede ser útil para orientar campañas de concienciación, recaudación de fondos o colaboración con la comunidad.

¿Qué opinas sobre las fundaciones de animales que rescatan perros?

31 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

Análisis: El 80.6% refleja un reconocimiento de que las fundaciones realizan una actividad muy importante en el rescate de animales, el 16.1% indica que para ellos también es importante las funciones que realizan las fundaciones, y para un 3.3% las actividades que realizan las fundaciones de animales, en su opinión son neutrales, por lo que indica que podría estar compuesto por personas menos sensibilizadas o con poco conocimiento sobre el impacto de las fundaciones.

15. ¿Cuánto estarías dispuesto/a a pagar por la adopción de un perro?

Menos de \$50

\$51 - \$100

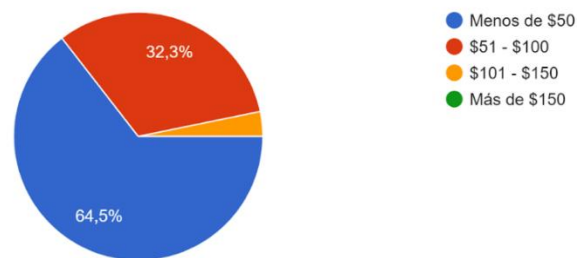
\$101 - \$150

Más de \$150

Objetivo: comprender cuánto valor económico las personas están dispuestas a asignar a la adopción de un perro. Esto puede ayudar a las fundaciones de animales a definir precios razonables para el proceso de adopción.

¿Cuánto estarías dispuesto/a a pagar por la adopción de un perro?

31 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

Análisis: El 64.5% de los encuestados están dispuestos a pagar una cantidad menor a \$50 dólares, lo que sugiere que perciben la adopción como un proceso que no debería ser tan costoso, mientras que el 32.3% está dispuesto a pagar más de \$51 dólares, lo que indica que este rango podría ser percibido como razonable, y solamente un 3.2% indica que le parece bien pagar más de \$101 dólares, posiblemente porque reconocen el costo de cuidado previo al proceso de adopción o porque tienen mayor capacidad económica.

16. ¿Qué tan importante consideras que es la información que proporcionan los refugios sobre el perro (por ejemplo, historia, personalidad, salud)?

Muy importante

Importante

Neutral

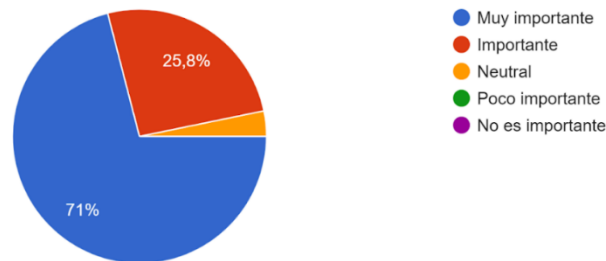
Poco importante

No es importante

Objetivo: Medir el grado de importancia que los adoptantes potenciales asignan a la información proporcionada sobre los perros disponibles para adopción, esto puede ayudar a las organizaciones a priorizar la transparencia y el detalle en los datos que ofrecen.

¿Qué tan importante consideras que es la información que proporcionan las fundaciones sobre el perro (por ejemplo, historia, personalidad, salud)?

31 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

Análisis: El 71% de los encuestados indican que consideran muy importante recibir información detallada sobre el perro, como su historia, personalidad y estado de salud, así mismo para un 25.8% reconocen que es importante y relevante conocer toda esta información sobre el perro a adoptar, y solo un 3.2% se muestra indiferente al tema y respondió que es neutral al saber la información sobre los animales.

17. ¿Cuáles son los obstáculos que consideras en el proceso de adopción de cachorros?

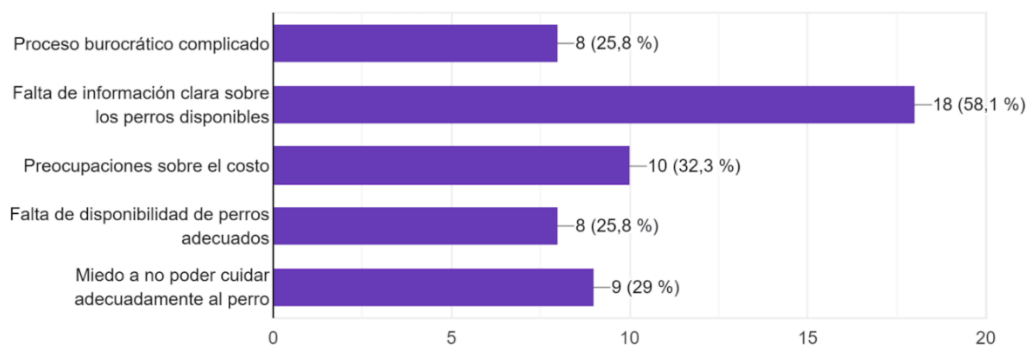
(Marca todas las opciones que apliquen)

- Proceso burocrático complicado
- Falta de información clara sobre los perros disponibles
- Preocupaciones sobre el costo
- Falta de disponibilidad de perros adecuados
- Miedo a no poder cuidar adecuadamente al perro
- Otros (especificar): _____

Objetivo: Identificar las principales barreras que las personas perciben en el proceso de adopción de animales, con el fin de conocer los obstáculos y de esta manera optimizar los procedimientos de adopción.

¿Cuáles son los obstáculos que consideras en el proceso de adopción de cachorros? (Marca todas las opciones que apliquen)

31 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

Análisis: Falta de información clara sobre los perros disponibles, esta es la barrera más mencionada, por un 58% de los encuestados, lo que indica que muchas personas sienten que no tienen acceso a detalles suficientes sobre los perros en adopción, así mismo otra de las barreras más significativas de los encuestados con un 32.3% es la preocupación sobre el costo del cuidado a una mascota.

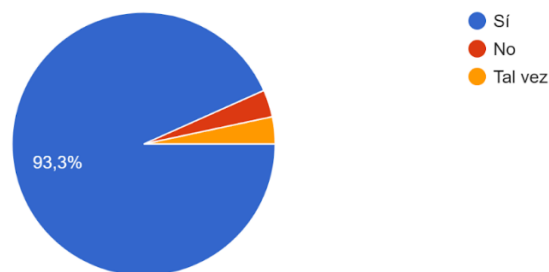
18. ¿Te gustaría recibir algún tipo de orientación o educación sobre el cuidado y comportamiento de los perros antes de adoptar uno?

- Sí
- No
- Tal vez

Objetivo: Determinar el interés de los adoptantes potenciales en recibir orientación o educación sobre el cuidado y comportamiento de los perros antes de completar una adopción, esto ayuda a las fundaciones a identificar si ofrecer programas educativos podría facilitar el proceso de adopción y garantizar el bienestar del perro.

¿Te gustaría recibir algún tipo de orientación o educación sobre el cuidado y comportamiento de los perros antes de adoptar uno?

30 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

Análisis: El 93% de los encuestados que es en su mayoría muestra interés en recibir orientación, lo que refleja un reconocimiento de la importancia de estar preparados para asumir la responsabilidad de cuidar un perro, y el 3.3%, no considera necesario recibir educación previa, lo que podría ser debido a que ya posee experiencia previa en el cuidado de perros, y por último el 3.3% indica que tal vez podría necesitar información sobre qué orientación y cuidados de los perros.

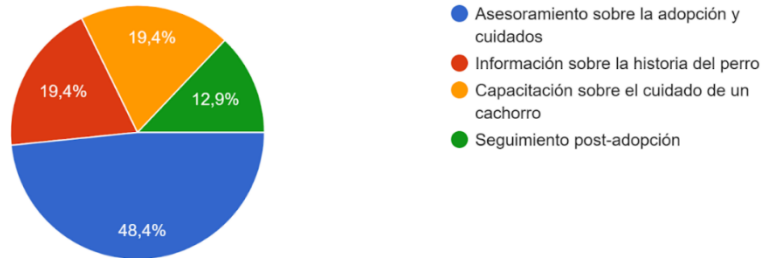
19. ¿Qué tipo de apoyo te gustaría recibir por parte de las organizaciones de adopción después de llevar a tu mascota a casa?

- Asesoramiento sobre la adopción y cuidados
- Información sobre la historia del perro
- Capacitación sobre el cuidado de un cachorro
- Seguimiento post-adopción
- Otros (especificar): _____

Objetivo: Identificar las formas de apoyo que los adoptantes esperan recibir después de llevar a casa a su nueva mascota. Esto permite a las organizaciones de adopción priorizar y personalizar los servicios de seguimiento y apoyo.

¿Qué tipo de apoyo te gustaría recibir por parte de las organizaciones de adopción después de llevar a tu mascota a casa?

31 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

Análisis: El 48.4% Casi la mitad de los encuestados prioriza el asesoramiento general, lo que destaca la necesidad de orientación continua en temas de salud, comportamiento y bienestar del perro. Mientras que el resto indica que podría ayudarle a entender mejor el comportamiento de los perros con información sobre el historial de cada uno de ellos, y al igual la capacitación sobre el cuidado de las mascotas. Y por último un 12.9% indica que, si le gustaría tener un seguimiento post adopción, con el fin de seguir recibiendo apoyo o resolver problemas después de la adopción.

20. ¿Qué tan importante es para ti la idea de adoptar un perro en lugar de comprarlo en una página web o criadero?

Muy importante

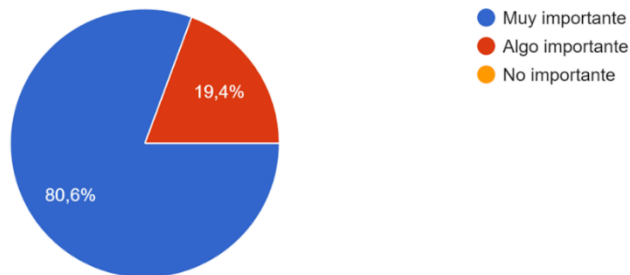
Algo importante

No importante

Objetivo: Medir la percepción y el valor que las personas otorgan a la adopción de perros frente a la compra en página web o criaderos. Esto ayuda a comprender el nivel de concientización sobre la importancia de la adopción como alternativa ética y responsable.

¿Qué tan importante es para ti la idea de adoptar un perro en lugar de comprarlo en una tienda o criadero?

31 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

Análisis: El 80.6% de los encuestados consideran muy importante la adopción como la opción preferida, lo que refleja un alto nivel de conciencia sobre los beneficios éticos y sociales de esta práctica, y al igual el 19.4% de los demás encuestados valora la adopción como algo importante lo que hace destacar que la mayoría de las personas encuestadas están a favor de la adopción y podrían ser un segmento al cual va perfectamente dirigida la aplicación a desarrollar.

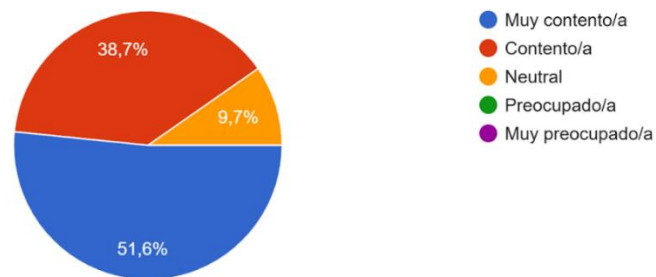
21. ¿Cómo te sentirías al saber que el cachorro que adoptas proviene de un refugio de rescate?

- Muy contento/a
- Contento/a
- Neutral
- Preocupado/a
- Muy preocupado/a

Objetivo: El objetivo de esta pregunta es evaluar las emociones y actitudes de los prospectos de adopción al saber que el cachorro que desean adoptar proviene de un refugio de rescate. Esta pregunta busca identificar cómo influye el origen del cachorro en la decisión de adopción, explorando sentimientos positivos o negativos que puedan tener los adoptantes potenciales respecto a la procedencia del animal.

¿Cómo te sentirías al saber que el cachorro que adoptas proviene de un refugio de rescate?

31 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

Análisis: El 51.6% de los encuestados se sienten muy contentos, lo que refleja un estado emocional sumamente positivo y una alta satisfacción con relación al contexto en cuestión. Además, el 38.7% de los participantes se declaran contentos, lo que también indica un nivel significativo de satisfacción y bienestar. Solo el 9.7% de los encuestados se sienten neutrales, lo que sugiere que no tienen opiniones o sentimientos fuertes respecto al tema. Es notable que no hay encuestados que se sientan preocupados o muy preocupados, lo cual reafirma el predominio de una disposición emocional positiva. Esto destaca que la mayoría de los encuestados (90.3%) tienen una actitud favorable, lo que podría ser un segmento ideal para dirigir cualquier iniciativa o proyecto relacionado con el ámbito de la encuesta.

22. ¿Cuáles son tus principales expectativas durante el proceso de adopción? (Respuesta abierta)

Objetivo: El objetivo de esta pregunta es conocer las expectativas de los adoptantes potenciales durante el proceso de adopción de un cachorro, tanto en términos de eficiencia como de bienestar del animal. A través de las respuestas, se busca entender qué aspectos del proceso son más valorados por los adoptantes, como la rapidez, la seguridad y la transparencia, así como sus preocupaciones relacionadas con la salud y el historial de los animales adoptados.

Análisis: Las respuestas de los encuestados revelan que las expectativas más comunes durante el proceso de adopción son la rapidez, facilidad, seguridad y transparencia. Los adoptantes esperan un proceso ágil, sin complicaciones burocráticas, y garantizando tanto su seguridad como la del animal. También valoran la información clara sobre el historial y comportamiento del perro, así como un proceso sencillo y accesible.

Además, algunos participantes mencionan motivaciones emocionales y altruistas, como el deseo de ayudar a los animales a tener un mejor futuro. Sin embargo, también hay preocupaciones sobre la falta de información, lo que indica que mejorar la comunicación durante el proceso de adopción podría optimizar la experiencia para los adoptantes.

23. ¿Qué tipo de servicios veterinarios consideras más importantes para asegurar el bienestar de tu nueva mascota?

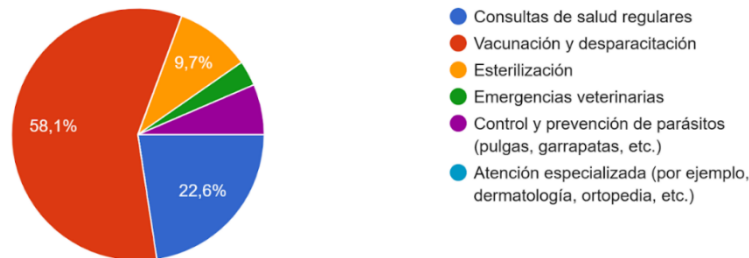
- Consultas de salud regulares
- Vacunación y desparasitación
- Esterilización

- Emergencias veterinarias
- Control y prevención de parásitos (pulgas, garrapatas, etc.)
- Atención especializada (por ejemplo, dermatología, ortopedia, etc.)

Objetivo: El objetivo de esta pregunta es identificar qué servicios veterinarios consideran más importantes los adoptantes potenciales para garantizar el bienestar de su nueva mascota. La información obtenida permitirá comprender las prioridades de los adoptantes en cuanto a la salud y el cuidado preventivo de los perros adoptados, así como sus expectativas sobre el tipo de atención veterinaria que consideran esencial para asegurar la salud del animal.

¿Qué tipo de servicios veterinarios consideras más importantes para asegurar el bienestar de tu nueva mascota?

31 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

Análisis: El 58.1% de las consultas veterinarias son para vacunación y desparasitación, lo que destaca la importancia que los dueños de mascotas otorgan a la prevención de enfermedades. Las consultas de salud regulares representan el 22.6%, subrayando la preocupación por el bienestar

continuo de las mascotas. Las esterilizaciones comprenden el 9.7% de las consultas, mientras que las emergencias veterinarias, el control y prevención de parásitos, y la atención especializada, cada una, constituyen un porcentaje pequeño del total de consultas.

Este análisis muestra que la vacunación y desparasitación son las prioridades más comunes en la atención veterinaria, seguidas de las consultas de salud regulares y la esterilización. Las emergencias y cuidados especializados, aunque menos frecuentes, siguen siendo una parte importante de la atención veterinaria general.

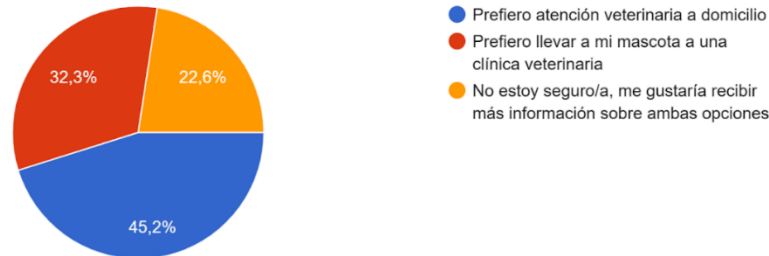
24. ¿Estarías interesado en recibir servicios veterinarios a domicilio o prefieres llevar a tu mascota a una clínica?

- Prefiero atención veterinaria a domicilio
- Prefiero llevar a mi mascota a una clínica veterinaria
- No estoy seguro/a, me gustaría recibir más información sobre ambas opciones

Objetivo: El objetivo de esta pregunta es evaluar las preferencias de los adoptantes en cuanto al tipo de atención veterinaria que consideran más conveniente para su mascota. A través de esta pregunta se busca conocer si los adoptantes preferirían recibir atención veterinaria a domicilio, llevar a sus mascotas a una clínica, o si están indecisos y necesitan más información sobre ambas opciones. Esto permitirá a los refugios y proveedores de servicios veterinarios adaptar su oferta a las necesidades y expectativas de los adoptantes potenciales.

¿Estarías interesado en recibir servicios veterinarios a domicilio o prefieres llevar a tu mascota a una clínica?

31 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

Análisis: El 45.2% de los encuestados prefiere la atención veterinaria a domicilio, lo que muestra una tendencia significativa hacia la comodidad y conveniencia de recibir servicios en casa. El 32.3% de los participantes prefiere llevar a su mascota a una clínica veterinaria, destacando la confianza en las instalaciones y recursos disponibles en las clínicas. Un 22.6% de los encuestados no está seguro y les gustaría recibir más información sobre ambas opciones, lo que indica una oportunidad para educar y orientar a los dueños de mascotas sobre los beneficios y desventajas de cada opción.

En resumen, hay una fuerte preferencia por los servicios veterinarios a domicilio, pero una porción considerable aún prefiere la atención en clínicas. Además, existe un segmento significativo de indecisos que pueden ser influenciados con la información adecuada.

25. ¿Hay algo más que te gustaría agregar sobre tu interés en adoptar un cachorro o tu experiencia con refugios de animales?

(Respuesta abierta)

Objetivo: El objetivo de esta pregunta es obtener comentarios adicionales de los encuestados sobre su interés en la adopción de cachorros o su experiencia con refugios de animales. Permite

recoger información cualitativa y opiniones sobre temas no abordados previamente, como mejoras en los refugios, políticas de adopción, o cualquier otra consideración relevante que los participantes deseen compartir. Esta información ayudará a enriquecer el análisis y a identificar áreas de mejora en el proceso de adopción o en el cuidado de los animales rescatados.

Análisis: Las respuestas destacan varias preocupaciones sobre la adopción de cachorros y los refugios de animales. Los encuestados mencionan la necesidad de concientizar sobre la adopción, garantizar la salud y el bienestar de los perros en los refugios, y hacer el proceso de adopción más accesible. También valoran la labor de los refugios y sugieren mejorar las políticas para asegurar la calidad de vida de los animales y la responsabilidad de los adoptantes. Además, se enfatiza la importancia de conocer el historial de salud de los cachorros y el control sobre los adoptantes para evitar el abandono posterior. En general, las respuestas buscan una adopción más transparente y responsable.

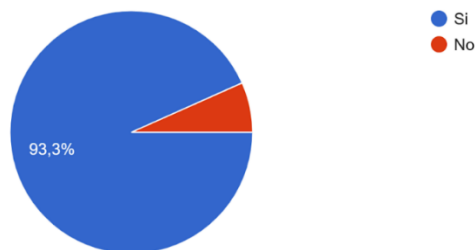
26. ¿Le parece útil una plataforma que conecte adoptantes con criaderos legales y veterinarias confiables?

Sí

No

Objetivo: El objetivo de esta pregunta es evaluar la percepción de los encuestados sobre la utilidad de una plataforma que conecte a los adoptantes con criaderos legales y veterinarias confiables. Se busca comprender si los participantes consideran beneficioso contar con una herramienta que facilite el acceso a criaderos éticos y a servicios veterinarios, lo que podría mejorar la transparencia y la confianza en el proceso de adopción y cuidado de las mascotas.

¿Le parece útil una plataforma que conecte adoptantes con criaderos legales y veterinarias confiables?
30 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

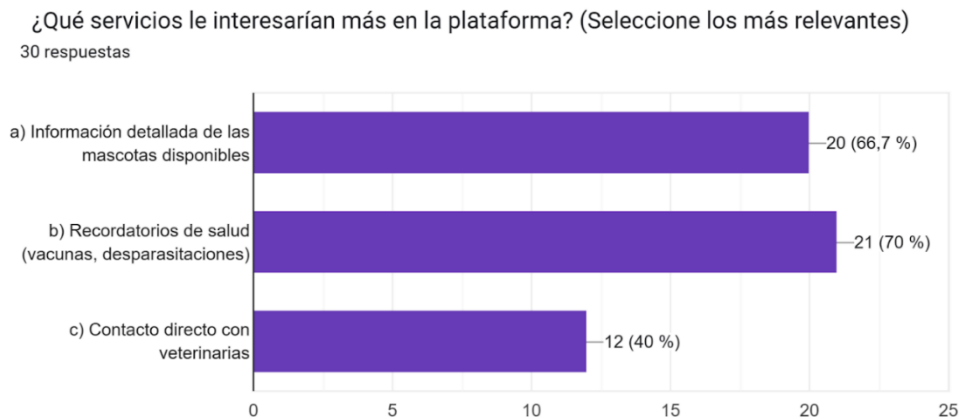
Análisis: La mayoría de los encuestados (93.3%) considera útil una plataforma que conecte adoptantes con criaderos legales y veterinarias confiables, lo que indica un fuerte respaldo y alta demanda potencial. Solo un pequeño porcentaje (6.7%) no ve utilidad en la plataforma, posiblemente por falta de información o preferencias personales. En resumen, existe un alto apoyo para su desarrollo.

27. ¿Qué servicios le interesaría más en la plataforma? (Seleccione los más relevantes)

- Información detallada de las mascotas disponibles
- Recordatorios de salud (vacunas, desparasitaciones)
- Contacto directo con veterinarias
- Otro: _____-

Objetivo: El objetivo de esta pregunta es identificar los servicios más valorados por los encuestados en una plataforma que conecte adoptantes con criaderos legales y veterinarias confiables. Se busca conocer qué funcionalidades serían más útiles para los usuarios, lo que

permitirá adaptar la plataforma a sus necesidades y preferencias, y así mejorar la experiencia en el proceso de adopción y cuidado de las mascotas.



Fuente: Elaboración propia.

Análisis: La mayoría de los usuarios está interesada en recibir recordatorios de salud para sus mascotas, como vacunas y desparasitaciones, con un 70% de los votos. Además, un 66.7% de los usuarios considera importante contar con información detallada sobre las mascotas disponibles en la plataforma. El contacto directo con veterinarias también es valorado, aunque en menor medida, con un 40% de los votos.

28. ¿Estaría dispuesto(a) a pagar una pequeña tarifa por el uso de la plataforma?

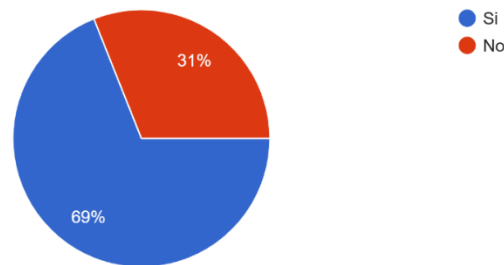
Sí

No

Objetivo: El objetivo de esta pregunta es evaluar la disposición de los encuestados a pagar una tarifa por el uso de la plataforma que conecta adoptantes con criaderos legales y veterinarias confiables. Esta información ayudará a determinar la viabilidad económica de la plataforma,

identificando si los usuarios están dispuestos a cubrir un costo para acceder a los servicios y funcionalidades que ofrece.

¿Estaría dispuesto(a) a pagar una pequeña tarifa por el uso de la plataforma?
29 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

Análisis: La mayoría de los usuarios encuestados (70%) están dispuestos a pagar una pequeña tarifa por el uso de la plataforma, lo que sugiere una buena disposición del mercado hacia un modelo de negocio basado en suscripciones o tarifas de uso. Sin embargo, es importante considerar el 30% que no está dispuesto a pagar, tal vez ofreciendo opciones gratuitas limitadas o planes de bajo costo para satisfacer a este segmento

29. ¿Considera que una plataforma como "Puppy Peluditos" podría fomentar la adopción responsable en El Salvador?

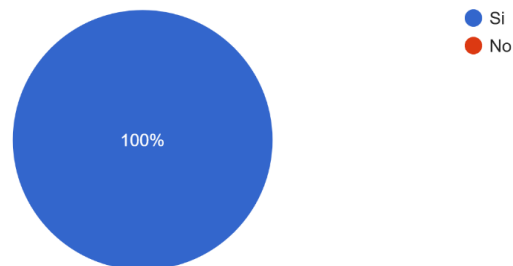
Si

No

Objetivo: El objetivo de esta pregunta es evaluar la percepción de los encuestados sobre la capacidad de una plataforma como "Puppy Peluditos" para promover la adopción responsable de

mascotas en El Salvador. Esta información es crucial para determinar si la plataforma podría tener un impacto positivo en la sociedad, contribuyendo a una mayor conciencia y a la práctica de adopciones responsables, garantizando el bienestar de los animales y la educación de los adoptantes.

¿Considera que una plataforma como "Puppy Peluditos" podría fomentar la adopción responsable en El Salvador?
29 respuestas



Fuente: *Elaboración propia.*

Análisis: La unanimidad en las respuestas indica un fuerte respaldo hacia la idea de que una plataforma como "Puppy Peluditos" podría ser muy efectiva para promover la adopción responsable en El Salvador. Este apoyo completo sugiere que los usuarios ven un valor significativo en la implementación de dicha plataforma y están altamente motivados a utilizarla para mejorar las prácticas de adopción de mascotas en el país.

REDES SOCIALES



Figura 6. Perfil de Facebook
Fuente: Elaboración propia.



Figura 7. Perfil de TikTok
Fuente: Elaboración propia.

COTIZACIONES

Cotización de laptop y equipo de oficina

2 Productos



Dell
Laptop Dell Inspiron 3520 Intel Core I5-...
Vendido por Siman

\$649.00

Hasta 24 cuotas



Dell
Laptop Dell Inspiron 3535 AMD Ryzen 5-...
Vendido por Siman

\$659.00

Hasta 24 cuotas



Xtech
Silla secretarial
Vendido por Siman

\$103.20 **-20%**
~~\$129.00~~



Exclusivo Online
Multilaser
Silla de Escritorio Multilaser Ajustable
Vendido por Tecno Avance

\$99.00



Exclusivo Online
Ecolux
Silla Weger
Vendido por MobelArt

\$89.00



Exclusivo Online
Politorno
Silla ejecutiva - negra Y1887
Vendido por Politorno

\$113.00

Chatea con nosotros

Cotización de dominio web

Los dominios incluyen Protección de privacidad gratis para siempre. ⓘ

COINCIDENCIA EXACTA

puppypeluditos.com

~~\$21.99~~ **\$0.01**
Únicamente el primer año con un plazo de 3 años ⓘ

[Compralo ya](#)

Por qué es genial: "Puppy" es una palabra clave de alto valor que tiene un precio de venta promedio de \$2,557.00.

ALTERNATIVA EXCELENTE

puppypeluditos.online

~~\$49.99~~ **\$0.99**
por el primer año ⓘ

[Compralo Ya](#)


Por qué es genial: puppypeluditos es de 15 caracteres o menos.

puppypeluditos.shop \$47.99 **\$0.99** por el primer año ⓘ

Cotización de antivirus

mejor antivirus de los principales laboratorios de pruebas en línea, como AV Comparatives, AV Test, PcMag y The Anti-Malware Testing Standard Organization.

1 EL MEJOR ANTIVIRUS



Bitdefender →

Compatibilidad: **9.8**




EL MEJOR ANTIVIRUS

[Visita Bitdefender >](#)


Garantía de devolución de dinero de 30 días

Denominado como el programa antivirus n. 1 de 2025. Proporciona una excelente protección contra virus, una larga lista de características y un impacto mínimo en el rendimiento del sistema.

- ✓ Excelente capacidad de detección de virus
- ✓ Habla en las redes sociales famosas de forma segura
- ✓ Aumenta la vida de la batería en portátiles y tabletas
- ✓ Protege los dispositivos móviles del robo físico
- ✓ Paquete básico con funcionalidades de alta calidad
- ✓ Navega por la web de manera segura y anónima
- ✓ **Descuento del 50% entre el 3-10 February**
- ✓ Detección galardonada reconocida por:



2



norton →

Compatibilidad: **9.2**


EXCELENTE

[Visita Norton >](#)

Antivirus de alta precisión y alto impacto con capacidad de hacer copia de seguridad en internet

- ✓ Detecta virus sin falsas alarmas
- ✓ Protege tus nombres de usuario y contraseñas
- ✓ Impide la infiltración de piratas informáticos con facilidad
- ✓ Gestiona tus dispositivos desde un portal en línea
- ✓ Previene y recupera el robo de identidad
- ✓ Haz copia de seguridad de los datos y guárdalos en la nube

3



MUY BUENO

Cotización de Internet de plan de internet

Escoge tu plan

 Internet de Fibra Óptica 150 Megas	 Internet de Fibra Óptica 200 Megas	 Internet de Fibra Óptica 300 Megas
Precio \$35.00 al mes	Precio \$42.00 al mes	Precio \$50.00 al mes
Ver detalle de plan	Ver detalle de plan	Ver detalle de plan
Contrátalo aquí	Contrátalo aquí	Contrátalo aquí

[Ver todos los planes](#)

MANUAL DE MARCAS



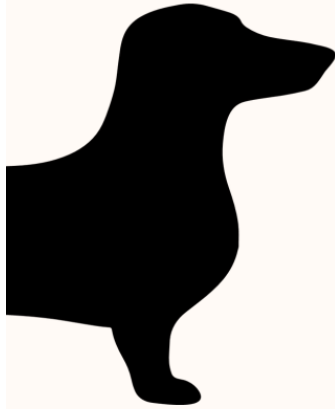


Figura 8. Logo de Puppy Peluditos
Fuente: Elaboración propia.



El presente manual de marca establece los lineamientos para la identidad visual y comunicacional de la plataforma. Su objetivo es garantizar coherencia y reconocimiento en todos los puntos de contacto con el público.

Identidad



2.1. Logo

El logotipo representa la esencia de la plataforma, reflejando confianza, accesibilidad e innovación en la adopción responsable de mascotas.

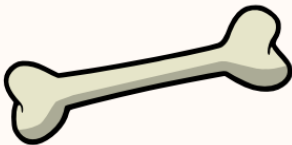
El logotipo representa la esencia de la plataforma, reflejando confianza, accesibilidad e innovación en la adopción responsable de mascotas.

- **Versión principal:** Se utilizará en todos los materiales oficiales.
- **Versión monocromática:** Para fondos oscuros o aplicaciones en blanco y negro.
- **Uso incorrecto:** No deformar, cambiar colores o agregar elementos extra al logotipo.

Voz de la Marca

Nuestra comunicación debe ser:

- **Cercana:** Nos dirigimos a nuestra audiencia con calidez y empática.
- **Profesional:** Transmitimos confianza y conocimiento en el tema.
- **Motivadora:** Fomentamos la adopción responsable y el cuidado animal.



Mensajes Claves

"Facilitamos la adopción responsable de mascotas."

"Conectamos corazones con patas."

"Juntos por un hogar para cada mascota."



Tipografía

Tipografía

- **Principal:** Aharoni- Para títulos
- y elementos destacados.

Abcdefghijklmnñ
opqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ





Colores corporativos

2.2. Colores Corporativos

- **Primario:** Azul (#3498db) - Representa confianza y profesionalismo.
- **Secundario:** Naranja (#e67e22) - Aporta energía y dinamismo.
- **Neutro:** Blanco y gris oscuro para contraste y legibilidad.



Papelería corporativa

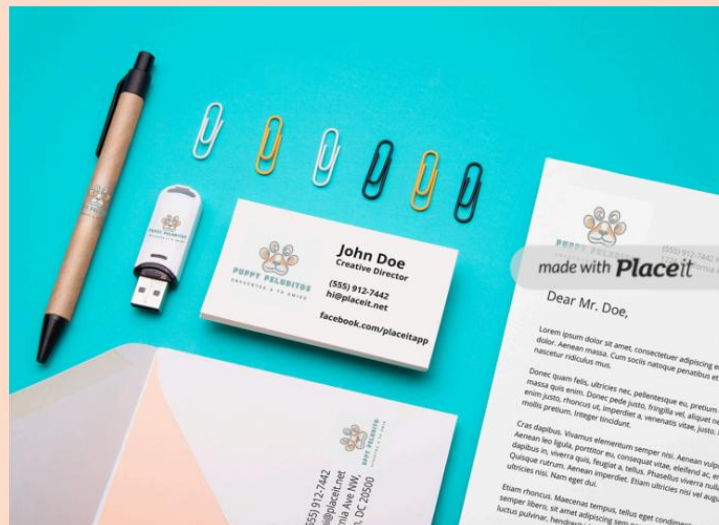


Figura 9. Logo de Puppy Peluditos
Fuente: Elaboración propia.

Promocionales



Figura 10. Aplicaciones del logo en promocionales

Fuente: Elaboración propia.

Aplicaciones Textiles



Figura 11. Aplicaciones del logo en Textiles

Fuente: Elaboración propia



Aplicaciones publicitarias



Figura 12. Aplicaciones publicitarias en banners
Fuente: Elaboración propia



Figura 13. Aplicaciones publicitarias en dispositivos
Fuente: Elaboración propia