



ITSEP

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO ECUATORIANO DE PRODUCTIVIDAD

Formación Emprendedora y Empresarial



Trabajo de Investigación

TECNOLOGÍA SUPERIOR EN:

Administración

CARRERA:

Administración

TEMA:

Plan de Negocios para la creación de la empresa de ropa y accesorios para mascotas “Patitas con Estilo” en la ciudad de Quito, periodo 2026.

AUTOR/ES

Chiguanco Aldaz Jeniffer Pamela

Tirira Cruz Rocío de las Mercedes

TUTOR

Ing. Omar Vinuesa M.B.A.

CIUDAD

Quito, D.M.

AÑO

2026

Agradecimiento

En primer lugar, doy gracias a Dios por haberme otorgado salud, fortaleza y sabiduría para terminar esta fase de estudios. Gracias a su guía, logré seguir adelante y mantenerme perseverante, inclusive en los momentos más difíciles.

Durante todo este proceso, mi familia me brindó amor, paciencia y apoyo incondicional. Les estoy sumamente agradecido. Sus palabras de confianza y ánimo fueron una motivación continua para lograr este objetivo.

A los profesores que, a través de sus experiencias, conocimientos y enseñanzas, ayudaron en mi desarrollo profesional y académico, también les expreso mi agradecimiento sincero. Cada conocimiento adquirido a lo largo de la carrera ha sido esencial para el progreso de esta labor.

A mi querida compañera de tesis merece mi agradecimiento por su compromiso, responsabilidad y esfuerzo conjunto. Enfrentamos dificultades juntas, adquirimos conocimientos de cada vivencia y conseguimos terminar este proyecto con esfuerzo.

Por último, doy las gracias a todas las personas que aportaron directa o indirectamente al desarrollo de esta investigación. Cada palabra de ánimo, consejo y apoyo fue fundamental para lograr este objetivo.

Agradecimiento

Agradezco profundamente a Dios por darme la fortaleza para culminar esta etapa, a mis padres por su constante apoyo y enseñanzas, y a mis docentes por compartir su conocimiento y guía. Extiendo también mi gratitud a mis compañeros y amigos, quienes con su compañía y motivación hicieron más enriquecedor este camino académico.

Dedicatoria

A Dios, en primer lugar, lo dedico este trabajo por brindarme la sabiduría, la fuerza y la perseverancia para seguir adelante a través de cada fase de este proceso y lograr un objetivo tan crucial en mi vida.

A mi familia, por su amor, respaldo y confianza sin condiciones. Por estar conmigo durante los tiempos difíciles, alentarme a persistir y recordarme que cada esfuerzo trae su recompensa.

A las personas que me acompañaron en este trayecto académico, ofreciéndome palabras de aliento, consejos y apoyo en los momentos más difíciles. Cada acto de confianza fue un aliciente para no rendirme.

Este logro simboliza el cierre de un ciclo académico, pero también el comienzo de nuevas oportunidades y sueños.

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mi familia, por su amor incondicional, apoyo y confianza en cada paso de mi camino académico.

A mis padres, por enseñarme con su ejemplo el valor del esfuerzo y la perseverancia; y a quienes, con su compañía y palabras de aliento, hicieron posible que este sueño se convierta en realidad.

Índice General

Abstract - Keywords	14
Introducción.....	1
Definición y Justificación del Tema	2
Planteamiento del Problema	2
Objetivo General.....	3
Objetivos Específicos.....	3
Metodología de la Investigación.....	3
Marco Teórico	4
Plan de Negocios	4
Marketing	5
Estudio de Mercado	5
Ventaja Competitiva	6
Personalización de Productos	6
Gestión Financiera	7
Marketing Digital.....	7
Emprendimiento	8
CAPÍTULO I: Diagnóstico Y Contextualización	9
1.1. Descripción del Tema de Investigación	9
1.1.1. Análisis del Sector	9
1.1.2. Contexto Institucional, Sectorial o Social	9
1.1.3. Identificación del Problema u Oportunidad.....	10
1.2. Caracterización del Objeto de Estudio.....	11
1.2.1. Descripción General.....	11
1.2.2. Naturaleza Jurídica o Normativa	12
1.2.3. Actores Involucrados	12
1.2.4. Estructura Organizacional o Funcional	13
1.2.5. Roles y Perfiles Relevantes	13
1.3. Orientación Estratégica del Proyecto.....	15
1.3.1. Misión / Propósito del Proyecto.....	15
1.3.2. Visión / Proyección Futura.....	15
1.3.3. Valores o Principios Rectores.....	15
1.3.4. Políticas Generales.....	16
1.3.5. Análisis PEST.....	16
P-Político	16
1.3.6. Análisis de las 5 Fuerzas de Porter	19
□ Poder de negociación de los clientes	19

□ Poder de negociación con los proveedores	19
1.3.7. Análisis FODA	21
Fuente. Elaborado por Jeniffer y Rocío.....	23
1.3.8. Estrategias de Desarrollo.....	23
Diferenciación	23
Marketing digital.....	23
Fidelización de los clientes.....	23
Alianzas comerciales	23
Mejora de los procesos productivos.....	23
Crecimiento comercial	24
Innovación.....	24
Financiera	24
1.3.9. Objetivos Estratégicos.....	24
□ Aumentar las ventas de ropa y accesorios personalizados para mascotas a través de la captación de nuevos clientes y la fidelización de los clientes actuales.	24
CAPÍTULO II: Análisis Del Entorno	26
2.1. Análisis de la demanda / necesidad	26
2.1.1. Perfil de los Beneficiarios	27
2.1.2. Tipo de Mercado.....	28
2.1.3. Segmentos y Grupos Objetivo.....	28
Segmentación Geográfica	28
Segmentación Demográfica.....	28
Segmentación Psicográfica.....	29
Segmentación Conductual.....	29
Grupo Objetivo.....	29
2.1.4. Comportamiento, Hábitos	30
2.1.5. Instrumentos de Recolección de Información Primaria	31
2.1.5.1. Encuestas	31
2.1.5.2. Entrevistas	32
2.1.5.3. Análisis e Interpretación de Resultados.....	36
2.2. Análisis de la Oferta / Situación Actual.....	37
2.2.1. Perfil del Actor Principal.....	37
2.3. Plan de Acción o Propuesta.....	38
2.3.1. Producto, Servicio o Intervención Propuesta.....	38
2.3.2. Costos / Accesibilidad.....	39
2.3.3. Comunicación y Difusión.....	39
2.3.4. Distribución o Implementación	39
CAPÍTULO III: Aspectos Técnicos Y Operativos	41

3.1. Procesos y Control de Calidad	41
3.1.1. Diagramas de Flujo del Proceso	41
3.1.2. Mecanismos de Control y Seguimiento.....	43
3.2. Capacidad Operativa.....	43
3.2.1. Capacidad de Ejecución o Producción	43
3.2.2. Dimensionamiento del Proyecto	44
3.3. Infraestructura y Recursos	44
3.3.1. Espacios, Equipos.....	44
3.3.2. Distribución y Organización Física o Lógica	46
3.4. Análisis de Recursos y Proveedores	46
3.4.1. Insumos, Materiales	46
2.4. Normativa Aplicable.....	47
2.4.1. Normas Técnicas.....	47
2.4.2. Medidas de Seguridad y Cumplimiento	47
2.5. Localización o Ámbito de Aplicación	48
2.5.1. Macro Localización	48
2.5.2. Micro Localización	48
2.5.3. Factores de Decisión	49
2.6. Matriz de Impacto y Mitigación	49
2.6.1. Impactos Sociales, Ambientales y Económicos.....	49
2.6.2. Plan de Mitigación	50
CAPÍTULO IV: Estudio Económico Y Evaluación	51
4.1. Estructura Económica del Proyecto	51
4.1.1. Plan de Inversiones	51
4.1.2. Fuentes de Financiamiento	52
4.1.3. Presupuesto de Ingresos	53
4.1.4. Presupuesto de Costo	54
4.1.5. Presupuesto de Gastos.....	54
4.1.6. Estado de Resultados Proyectado	55
4.1.7. Punto de Equilibrio	55
4.1.8. Flujo de Caja Proyectado	57
4.1.9. Balance Proyectado.....	57
4.2. Evaluación del Proyecto	58
4.2.1. Indicadores de Viabilidad: VAN, TIR, ROE/ROA, Período de Recuperación ...	59
PLAN DE CONTINGENCIA Y SALIDA.....	62
Matriz de Situaciones Adversas.....	62
CONCLUSIONES	65

RECOMENDACIONES	66
ANEXOS.....	70
Anexo A. Interpretación y resultado de entrevistas	70
Anexo B. Materia Prima y maquinaria.....	86
Anexo C. Corte y confección de prendas	87
Anexo D. Diseño de prendas terminados	87
Anexo E. Entrega a cliente y empaque.....	89

Índice de Figuras

Figura 1 Estructura Organizacional	13
Figura 2 Pest	19
Figura 3 Flujograma de trabajo	42
Figura 4 Pregunta 1 de la Encuesta.....	71
Figura 5 Pregunta 2 de la Encuesta.....	72
Figura 6 Pregunta 3 de la Encuesta.....	73
Figura 7 Pregunta 4 de la Encuesta.....	75
Figura 8 Pregunta 5 de la Encuesta.....	76
Figura 9 Pregunta 6 de la Encuesta.....	78
Figura 10 Pregunta 7 de la Encuesta.....	79
Figura 11 Pregunta 8 de la Encuesta.....	81
Figura 12 Pregunta 9 de la Encuesta.....	82
Figura 13 Pregunta 10 de la Encuesta.....	84

Índice de Tablas

Tabla 1. Foda	21
Tabla 2. Debilidades y amenazas.....	22
Tabla 3 Beneficiarios Directos	27
Tabla 4. Beneficiarios Indirectos	27
Tabla 5. Grupo Objetivo.....	29
Tabla 6. Médico Veterinario.....	32
Tabla 7. Propietario de tienda.....	33
Tabla 8. Marketing.....	34
Tabla 9. Diseñadora	35
Tabla 10. Matriz.....	49
Tabla 11. Activos Fijos	51
Tabla 12. Formalización Legal y Operativa.....	52
Tabla 13. Capital de Trabajo	52
Tabla 14. Resumen de la Inversión Inicial	52
Tabla 15. Tabla de Amortización	53
Tabla 16. Resumen Financiero	53
Tabla 17. Presupuesto de Ingresos.....	53
Tabla 18. Presupuesto de Costos	54
Tabla 19. Presupuesto de Gastos	54
Tabla 20. Estados de Resultados Proyectado	55
Tabla 21. Costos Fijos Anuales	55
Tabla 22. Costos Variables Anuales	56
Tabla 23. Punto de Equilibrio.....	56
Tabla 24. Punto de Equilibrio en Unidades.....	56
Tabla 25. Punto de Equilibrio en Ventas	56
Tabla 26. Flujo de Caja Proyectado.....	57
Tabla 27. Depreciación Anual de los Activos Fijos	57
Tabla 28. Balance General Proyectado al Cierre del Primer Año	58
Tabla 29. Pasivo y Patrimonio.....	58
Tabla 30. Flujo de Caja para la Evaluación del Proyecto	58
Tabla 31. Valor Actual Neto (VAN).....	59
Tabla 32. Tasa Interna de Retorno (TIR)	59
Tabla 33. Rentabilidad Sobre el Patrimonio (ROE)	60
Tabla 34. Rentabilidad Sobre los Activos (ROA)	60
Tabla 35. Comparación Entre Roa y Roe.....	61
Tabla 36. Periodo de Recuperación de la Inversión	61
Tabla 37. Plan de Contingencia	62
Tabla 38. Matriz de Situaciones Adversas	63
Tabla 39. Pregunta 1 de la Encuesta	70
Tabla 40. Pregunta 2 de la Encuesta	71
Tabla 41. Pregunta 3 de la Encuesta	73
Tabla 42. Pregunta 4 de la Encuesta	74
Tabla 43. Pregunta 5 de la Encuesta	76
Tabla 44. Pregunta 6 de la Encuesta	77
Tabla 45. Pregunta 7 de la Encuesta	78

Tabla 46. Pregunta 8 de la Encuesta	80
Tabla 47. Pregunta 9 de la Encuesta	81
Tabla 48. Pregunta 10 de la Encuesta	83

Resumen Ejecutivo - Palabras Clave

El objetivo del plan de negocio actual es establecer la factibilidad de crear "Patitas con Estilo", una empresa que se especializa en diseñar, confeccionar y vender ropa y accesorios personalizados para animales de compañía en Quito, a lo largo del año 2026. La propuesta surge en respuesta a la demanda creciente de productos específicos para animales de compañía y a la necesidad de brindar ropa que combine funcionalidad, calidad, comodidad y diseños personalizados.

Para el desarrollo del proyecto se realizó un estudio de mercado mediante encuestas y entrevistas, cuyos resultados permitieron identificar las preferencias, necesidades y hábitos de compra de los propietarios de mascotas. Asimismo, se efectuó un análisis del entorno mediante las herramientas PEST y las Cinco Fuerzas de Porter, identificando oportunidades y factores que pueden influir en la competitividad del emprendimiento.

La investigación técnica y organizativa posibilitó la identificación de la ubicación, la capacidad operativa, los procesos de producción, los recursos humanos y materiales, la estructura organizacional y las tácticas de comercialización que son imprescindibles para el funcionamiento de la empresa. Asimismo, se propusieron tácticas de marketing digital a través de redes sociales, anuncios y contenido audiovisual con el propósito de aumentar el reconocimiento de la marca y atraer a nuevos consumidores.

Para concluir, el plan de negocios evidencia que la empresa de "Patitas con Estilo" es factible en términos técnicos, financieros, organizacionales y comerciales. El uso de estrategias de marketing digital, innovación, diferenciación y control financiero contribuirá a que la empresa tenga un mejor posicionamiento en el mercado de ropa y accesorios para mascotas en Quito y a que su crecimiento sostenible sea más fácil.

Términos clave: viabilidad financiera, estudio de mercado, emprendimiento, ropa para mascotas, marketing digital y accesorios para mascotas.

Abstract - Keywords

This business plan aims to determine the feasibility of establishing “**Patitas con Estilo**”, a company dedicated to the design, manufacture, and marketing of customized clothing and accessories for pets in the city of Quito during 2026. The proposal responds to the growing demand for specialized pet products and the need to offer garments that combine comfort, quality, functionality, and personalized designs.

For the development of the project, a market study was conducted through surveys and interviews, which made it possible to identify the preferences, needs, and purchasing habits of pet owners. In addition, an environmental analysis was carried out using PEST analysis and Porter’s Five Forces, identifying opportunities and factors that may influence the competitiveness of the business.

The technical and organizational study established the location, operational capacity, production processes, material and human resources, organizational structure, and marketing strategies required for the operation of the company. Furthermore, digital marketing strategies involving social media, advertising, and audiovisual content were proposed to strengthen brand recognition and attract new customers.

In conclusion, the business plan demonstrates that the establishment of “**Patitas con Estilo**” is commercially, technically, organizationally, and financially feasible. The implementation of differentiation, innovation, digital marketing, and financial control strategies will strengthen the company’s market positioning and promote sustainable growth within the pet clothing and accessories market in Quito.

Keywords: business plan, pet clothing, pet accessories, market research, digital marketing, financial feasibility, entrepreneurship.

Introducción

El mercado de bienes y servicios para mascotas ha tenido un incremento importante en todo el mundo, gracias al cambio en la percepción de los animales de compañía, que ahora se ven como miembros relevantes de las familias. Esta tendencia ha provocado un incremento en la demanda de productos específicos que favorezcan el bienestar, la comodidad y el cuidado de las mascotas; estos incluyen alimentos, accesorios, servicios veterinarios y ropa personalizada. En Ecuador, este fenómeno se ha manifestado además en el aumento de familias con al menos un animal doméstico, lo cual ha generado oportunidades para la creación de nuevos negocios centrados en este sector del mercado(INEC, 2023).

El mercado de ropa y complementos para mascotas en la ciudad de Quito ha experimentado un crecimiento sostenido porque cada vez más dueños están interesados en comprar productos que tengan comodidad, funcionalidad y diseño. La oferta se distingue por la venta de productos importados con pocas alternativas de personalización, restricciones en las tallas y diferencias en la calidad, lo cual obstaculiza el poder satisfacer completamente los gustos y necesidades del cliente. De acuerdo con (Kotler y Armstrong, 2018a), esta circunstancia es una ocasión para fundar empresas innovadoras que proporcionen productos únicos, personalizados para las particularidades de cada animal doméstico.

La elaboración este plan de negocios porque facilita un análisis completo de la viabilidad del emprendimiento, reconociendo las oportunidades y los peligros del entorno, además de las tácticas que refuercen su presencia en el mercado. Facilita la estructuración de procesos administrativos, productivos, comerciales y financieros, con el fin de establecer bases sólidas para el crecimiento de la empresa. Así, la investigación no solo contribuye al desarrollo de una iniciativa emprendedora, sino que además ayuda a aplicar saberes técnicos y administrativos en un caso real.

El objetivo de la investigación es mostrar que "Patitas con Estilo" tiene el potencial de ser una opción competitiva en el sector, siempre que se aplique una planificación adecuada que satisfaga las exigencias de los clientes y las demandas del mercado. Por eso, este estudio busca diseñar estrategias para asegurar la sostenibilidad de la empresa y promover su crecimiento en Quito durante el año 2026.

Definición y Justificación del Tema

En el actual estudio, se desarrolla un plan de negocios para la creación de la empresa "Patitas con Estilo", que tiene como propósito diseñar, confeccionar, vender ropa y complementos personalizados dirigidos a mascotas en Quito durante 2026. La investigación posibilitará el análisis de la viabilidad financiera, operativa y comercial del emprendimiento, además de definir estrategias para su crecimiento y colocación en el mercado.

La investigación se justifica debido al desarrollo del mercado de mascotas en Ecuador y a la creciente necesidad de productos personalizados para animales de compañía. En Quito, existe una oportunidad para hacer negocios porque la oferta de productos es variados, personalizados y de calidad.

Desarrollar el plan de negocios facilitará la identificación de la viabilidad de la empresa, minimizará los riesgos en el proceso de toma de decisiones y posibilitará la formulación de estrategias que favorezcan su expansión y sustentabilidad. Desde el punto de vista académico, posibilitará la utilización de saberes en finanzas, marketing y administración en un proyecto empresarial auténtico.

Planteamiento del Problema

La empresa "Patitas con Estilo", dedicada al diseño y confección de ropa personalizada para mascotas, inició sus operaciones en el año 2025 en el sector de Morán Valverde, al sur de Quito. Sin embargo, durante sus primeros meses de funcionamiento presentó bajos niveles de ventas debido al escaso reconocimiento de la marca en el mercado.

Mediante la aplicación del diagrama de Ishikawa se identificaron diversas causas que afectan el desempeño del negocio, entre ellas la falta de planificación y control de calidad en la producción, limitaciones en capacitación y marketing digital, problemas con proveedores y materiales, insuficiencia de maquinaria especializada y una creciente competencia en el sector. Esta situación evidencia la necesidad de desarrollar un plan de negocios que permita fortalecer la gestión empresarial, mejorar el posicionamiento de la marca e incrementar las ventas de la empresa.

Objetivo General

Desarrollar un plan de negocios para la empresa de ropa y accesorios para mascotas “Patitas con Estilo” en la ciudad de Quito, período 2026, con el fin de determinar su viabilidad comercial, operativa y financiera.

Objetivos Específicos

- Realizar un estudio del mercado y el ambiente de ropa y accesorios para mascotas en la ciudad de Quito con el fin de hallar oportunidades, riesgos y requerimientos de los consumidores.
- Diseñar tácticas de marketing que faciliten el incremento de la visibilidad, la captación de nuevos clientes y la mejora del posicionamiento de la marca.
- Establecer la estructura de la empresa en cuanto a organización y operación, especificando las actividades, recursos y procesos productivos requeridos para su operación.
- Evaluar la viabilidad financiera del proyecto mediante la elaboración de presupuestos, proyecciones financieras e indicadores de rentabilidad.

Metodología de la Investigación

La presente investigación adoptó el enfoque mixto porque combina información cualitativa y cuantitativa. Cuantitativo hace referencia a la recopilación de análisis de datos numéricos y estadísticos. Permite medir el mercado mediante encuestas, mientras que el cualitativo, comprende percepciones, necesidades y opiniones de los posibles clientes. Es coherente trabajar con un diseño descriptivo y exploratorio su objetivo es caracterizar el mercado y la oportunidad de negocio.

Usando métodos que dan a conocer las preferencias de compra, se puede emplear entrevistas a profesionales o dueños de mascotas, analizando la observación directa al comportamiento de consumo. Obteniendo la visión completa del problema.

Técnicas para la Recolección de Datos

Para obtener la información necesaria en la presente investigación se emplearán las siguientes técnicas:

Encuesta: Se aplicará a propietarios de mascotas de la ciudad de Quito con el propósito de conocer sus preferencias, hábitos de compra, necesidades y nivel de aceptación de ropa y accesorios personalizados para mascotas.

Entrevista: Se realizará a expertos o personas relacionadas con el sector de mascotas y emprendimientos, con la finalidad de obtener información especializada sobre el mercado y las oportunidades de negocio.

Marco Teórico

Plan de Negocios

El plan de negocios es un instrumento que facilita la estructuración y organización de una idea de negocio antes de implementarla. El documento establece las metas de la empresa, los métodos que se aplicarán y los recursos requeridos para lograr los resultados deseados. Asimismo, contribuye a establecer si una idea es factible desde el enfoque financiero, técnico y comercial (Chain et al., 2014).

Es importante porque ayuda a disminuir la incertidumbre cuando se emprende. El emprendedor tiene la posibilidad de reconocer oportunidades de mercado, eventuales riesgos y soluciones alternativas por medio del análisis de datos significativos. Esto hace que la toma de decisiones sea más fácil y ayuda a planificar las actividades empresariales de manera más efectiva.

El análisis financiero, la estructura organizacional, el plan de marketing y el estudio del mercado son algunos de los componentes que integran un plan de negocios. Cada uno de estos elementos brinda información esencial para determinar la viabilidad del proyecto y establecer las acciones que posibilitarán llegar a las metas propuestas.

Para "Patitas con Estilo", el plan de negocios es una herramienta clave para establecer la viabilidad de la empresa que se dedica a fabricar y vender ropa y complementos para animales domésticos. Su implementación posibilitará identificar las necesidades de los clientes, examinar a la competencia y definir estrategias que benefician el desarrollo y la colocación del emprendimiento en Quito.

Marketing

El marketing es la serie de acciones que llevan a cabo las empresas para determinar lo que los clientes necesitan y cumplir con esas necesidades por medio de servicios o productos. Que aportan valor, el objetivo principal es crear una relación provechosa entre la empresa y los clientes, satisfaciendo así sus necesidades y expectativas (Kotler y Armstrong, 2018b).

La importancia del marketing es que posibilita un mejor entendimiento de los consumidores y el mercado. Las empresas pueden establecer tácticas apropiadas para atraer a los clientes, aumentar las ventas y hacer más sólida su presencia ante la competencia.

Los principales trabajos del marketing incluyen la investigación de mercado, la segmentación de clientes, el diseño de productos, el establecimiento de precios, la promoción y la distribución. Estos elementos funcionan juntos para asegurar que los productos sean entregados al cliente de forma eficaz.

Para "Patitas con Estilo", el marketing será esencial para determinar los gustos de los dueños de animales y crear tácticas que ayuden a publicitar los productos de forma eficaz. Esto ayudará a aumentar las ventas y a mejorar la posición de la marca.

Estudio de Mercado

Implica reunir y examinar información vinculada a los clientes, la competencia y el ambiente comercial. El objetivo es identificar las cualidades del mercado y evaluar la factibilidad de un producto o servicio antes de que este sea lanzado (Malhotra, Naresh K., 2016).

La importancia del análisis de mercado radica en que posibilita tomar decisiones fundamentadas en datos reales y no solo en suposiciones. Este análisis permite reconocer las necesidades no satisfechas, las tendencias de consumo y las oportunidades de negocio que pueden beneficiar el éxito de un emprendimiento.

Los hábitos de compra, el perfil del cliente, la competencia, los precios en el mercado y la demanda son algunos de los elementos que examinan una investigación de mercado. Esta información es la base para formular estrategias de negocio apropiadas.

Para "Patitas con Estilo", la investigación de mercado hará posible conocer las preferencias de los propietarios de mascotas en Quito, identificar la demanda de accesorios y ropa personalizada y definir qué rasgos son más valorados por los compradores al adquirir un producto.

Ventaja Competitiva

Habilidad de una empresa para superarse de sus competidores a través de rasgos que crean valor para los consumidores se conoce como ventaja competitiva (Porter, 2008). La distinción puede estar vinculada con cualquier otra característica que haga al producto más atractivo, como la innovación, el servicio, el precio o la calidad.

Es importante porque facilita que las empresas se destaquen en un mercado con muchas opciones disponibles para los consumidores. Una entidad que tiene una ventaja competitiva cuenta con más oportunidades de conseguir clientes y perdurar en el tiempo.

La especialización en un sector particular del mercado, la distinción de productos y el liderazgo en términos de costos son algunas de las tácticas a través de las cuales se pueden generar ventajas competitivas. Estas medidas contribuyen a fortalecer la posición de la empresa frente a sus competidores.

La personalización de prendas para mascotas, la calidad de los materiales y el trato individualizado a los clientes serán las claves para que "Patitas con Estilo" se distinga de otros negocios parecidos.

Personalización de Productos

Se refiere a la adaptación de bienes o servicios según los gustos, preferencias y necesidades individuales de cada cliente (Kotler, Philip , Kartajaya, Hermawan , Setiawan, Iwan, 2021). El objetivo de esta estrategia es brindar al consumidor una experiencia más cercana y gratificante.

La importancia de la personalización se debe a que aumenta la satisfacción y el compromiso del cliente. Cuando a un individuo se le entrega un producto creado de acuerdo con sus preferencias, experimenta una percepción de mayor valor y establece una relación más firme con la marca.

La personalización puede llevarse a cabo eligiendo colores, tamaños, materiales, diseños o detalles particulares que hagan al producto distinto de otros existentes en el mercado. La práctica se ha convertido en una tendencia significativa en varias áreas comerciales.

En "Patitas con Estilo", la personalización de prendas, teniendo en cuenta detalles como el diseño, la talla y las preferencias del dueño, permitirá brindar productos que se ajusten a las características de cada mascota. De este modo, se generará una propuesta de valor única.

Gestión Financiera

Incluye la planificación, la organización y el control de los recursos monetarios de una empresa. (GITMAN/ZUTTER, 2017) afirman que su propósito es asegurar la rentabilidad y la sostenibilidad económica de la entidad.

Para que las empresas puedan satisfacer sus compromisos y lograr sus metas económicas, es esencial una gestión financiera adecuada. También facilita la optimización del empleo de los recursos disponibles y ayuda a evitar dificultades de liquidez.

La administración de inventarios, la elaboración de presupuestos, el control de ingresos y gastos y la evaluación de inversiones son todas tareas que componen la gestión financiera.

En "Patitas con Estilo" permitirá regular los costos de producción, fijar precios apropiados y asegurar la viabilidad económica del negocio a largo plazo.

Marketing Digital

Comprende las tácticas y acciones de promoción que emplean medios digitales para alcanzar a los clientes. Según (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019), esta herramienta simplifica la comunicación directa entre las compañías y sus consumidores.

Su importancia se ha incrementado a causa de la expansión del uso de internet y de las redes sociales. Hoy en día, antes de adquirir un producto, muchas personas investigan sobre los productos y servicios por medio de plataformas digitales.

Las redes sociales, la publicidad en línea, el marketing de contenidos y el comercio electrónico son algunas de las herramientas más importantes del marketing digital. Estas tácticas facilitan que las marcas lleguen a más público y optimizan la interacción con los consumidores.

Para "Patitas con Estilo", la publicidad digital será crucial para dar a conocer los productos a través de Instagram, Facebook y TikTok, lo cual permitirá aumentar el alcance de la marca y consolidar su presencia en el mercado.

Emprendimiento

Es el procedimiento por el cual un individuo descubre una oportunidad de negocio y lleva a cabo acciones para transformarla en una empresa. De acuerdo con (Hisrich et al., 2013), el emprendimiento supone la capacidad de aceptar riesgos, así como la innovación y la creatividad, para lograr las metas de una empresa.

Se considera un impulsor del progreso económico debido a que colabora con la generación de empleo, el establecimiento de empresas nuevas y la activación de los mercados. Asimismo, promueve la competitividad y la innovación.

Para emprender con éxito es necesario contar con planificación, perseverancia y conocimientos sobre el mercado en el que se pretende participar. Estos elementos permiten enfrentar los desafíos que surgen durante el proceso de creación y crecimiento de un negocio.

"Patitas con Estilo" es un emprendimiento que se presenta como una oportunidad para satisfacer la demanda creciente de accesorios y ropa hecha a medida para mascotas. Proporciona productos novedosos que cubren las necesidades de los dueños y ayudan a que las mascotas estén mejor.

CAPÍTULO I: Diagnóstico Y Contextualización

1.1. Descripción del Tema de Investigación

1.1.1. Análisis del Sector

Este proyecto se lleva a cabo en el ámbito textil y comercial, concretamente en el mercado de prendas y complementos para animales domésticos en la ciudad ecuatoriana de Quito. El sector ha tenido un crecimiento en los últimos años porque más hogares ven a las mascotas como parte de la familia, lo que ha creado una demanda más alta de productos especializados para su comodidad y bienestar.

"Patitas con Estilo" se situará en el sector de Morán Valverde, al sur de Quito, un lugar que cuenta con una significativa actividad comercial y es de fácil acceso para los consumidores. La localización es una ventaja para el negocio, dado que posibilita atender a dueños de mascotas que buscan productos de alta calidad y personalizados para sus animales de compañía.

En el sector se encuentran varios negocios que venden ropa y complementos para animales de compañía; no obstante, todavía hay posibilidades con relación a la calidad de los materiales, la atención al cliente y la personalización de productos. Estos rasgos son elementos que pueden ayudar a la empresa a posicionarse en el mercado.

Por lo tanto, el análisis del sector evidencia condiciones favorables para la creación de "Patitas con Estilo", debido al crecimiento de la demanda y al interés de los consumidores por adquirir productos innovadores que contribuyan al bienestar de sus mascotas.

1.1.2. Contexto Institucional, Sectorial o Social

Institucional Ecuador cuenta con marco legal que regulan la creación de y funcionamiento de microempresas. El servicio de rentas internas, registro único contribuyente para toda persona natural o jurídica que realice actividades económicas (RUC, 2015). El municipio del distrito metropolitano de Quito otorga el permiso anual de funcionamiento cumpliendo las normas de uso de suelo, salubridad y seguridad. "Patitas con Estilo" opera desde un taller en el domicilio ubicado (Morán Valverde Quito sur). Este emprendimiento responde a una realidad social en la que las mascotas ocupan

un lugar especial en las familias. El servicio nacional de derechos intelectuales (LUAE, 2026). Permite el registro el nombre comercial y el logotipo, protegiendo la marca frente a posibles imitadores (SENADI, 2021) . También se afiliará a los empleados al instituto nacional de seguridad social (IESS, 2026).

Sectorial se encuentra regulada por normativas de comercio etiquetado, y protección al consumidor. La ley orgánica de defensa al consumidor exige que los productos textiles tengan información clara de composición de telas, cuidado de lavado y tallas, lo que representa una obligación para “Patitas con Estilo” debe cumplir desde sus primeras prendas. Por otro lado el sector textil puede acceder a los beneficios como exoneración del pago del IESS (Lozano & Pesántez, 2023).

Social según el (INEC, 2023), el 70% de los hogares ecuatorianos poseen al menos una mascota. Las personas consideran a sus mascotas como parte de la familia, los llevan de paseos, celebran sus cumpleaños y los visten con prendas que reflejen la personalidad del dueño. Esto hace que los dueños tengan insatisfacción en el ajuste y calidad dicen frases “nunca les queda bien” o “se rompe a la primera lavada” donde se evidencia una oportunidad para una propuesta diferenciada. “Patitas con Estilo” debe implementar plataformas digitales (Facebook, Marketplace, Instagram, Tiktok).

1.1.3. Identificación del Problema u Oportunidad

Problema: "Patitas con Estilo" enfrenta actualmente un bajo nivel de ventas debido a diversos factores internos y externos que afectan su desempeño comercial. Entre los factores internos se identifican la falta de estandarización en los procesos de confección, una planificación limitada de la producción y una escasa presencia en redes sociales, lo que dificulta dar a conocer los productos y llegar a un mayor número de clientes potenciales.

Por otra parte, existen factores externos que también influyen en esta situación. Uno de los principales es la creciente competencia dentro del mercado de ropa y accesorios para mascotas. Se ha identificado la presencia de aproximadamente 40 emprendimientos similares en la ciudad de Quito, los cuales ofrecen una amplia variedad de productos dirigidos al mismo segmento de mercado.

Asimismo, muchos de estos competidores comercializan productos importados a precios bajos, lo que representa un desafío para la empresa al momento de captar y mantener clientes. Aunque estos productos suelen presentar una calidad inferior, algunos consumidores priorizan el precio sobre otros aspectos, incrementando la presión competitiva en el sector.

Adicionalmente, se evidencia cierta desconfianza por parte de algunos clientes hacia los productos personalizados, especialmente en aspectos relacionados con el ajuste, la durabilidad y la calidad de las prendas. Por esta razón, resulta necesario fortalecer las estrategias de diferenciación, mejorar los procesos productivos y aumentar la visibilidad de la marca para lograr un mejor posicionamiento en el mercado.

Oportunidad “Patitas con Estilo” puede alcanzar un posicionamiento basado en la calidad y la personalización. Algo que los dueños de mascotas estarían dispuestos a pagar si se garantiza la comodidad, materiales hipoalérgicos y un ajuste perfecto, esta es una oportunidad real.

Incrementar la eficiencia productiva mediante la estandarización de los procesos como: crear moldes de talla, definir procedimientos de corte y costura e implementar la visibilidad de la marca, fortalecer la producción y mejorar la atención al cliente. Esta realidad presenta una oportunidad importante de mejora y desarrollo mostrando una tendencia favorable hacia los productos personalizados, cómodos y de alta calidad.

1.2. Caracterización del Objeto de Estudio

1.2.1. Descripción General

El objeto de estudio de la presente investigación es la empresa “Patitas con Estilo” se dedica al diseño, confección y comercialización de ropa y accesorios de ropa para mascotas. Debido a la observación de que muchos dueños de mascotas del sector compran ropa importada de tallas estándar que no se ajusta bien, generando incomodidad y gasto de dinero. La propuesta de valor se basa en tres pilares: personalización, calidad de materiales y atención al cliente.

La empresa opera desde un taller ubicado en el sector de Morán Valverde, al sur de Quito, por lo cual reduce costos de arriendo y permite un control directo sobre la producción. Se ofrecen una línea básica (chompas, abrigos, suéteres), una línea premium

(prendas con bordados, nombres, estampados exclusivos), accesorios como pañuelos, gorros y moños. Las tallas abarcan desde la 0 hasta la extragrande.

1.2.2. Naturaleza Jurídica o Normativa

La empresa "Patitas con Estilo" presenta una iniciativa enfocada en crear, fabricar y vender ropa y complementos para animales de compañía en la ciudad de Quito. Para operar, tendrá que acatar la legislación vigente en Ecuador en lo que respecta a la formación de empresas, las responsabilidades fiscales, los permisos para operar y las regulaciones laborales.

Desarrollará la actividad económica de acuerdo con las normativas que ha establecido el Servicio de Rentas Internas (SRI), organismo responsable de la administración tributaria y del acatamiento de las obligaciones fiscales. Para sus actividades comerciales, debe conseguir los permisos y autorizaciones necesarios que sean expedidos por el Gobierno Autónomo Descentralizado del Distrito Metropolitano de Quito.

La empresa estará obligada a acatar las reglas dispuestas por la Constitución de la República del Ecuador, el Código de Trabajo, la Ley de Compañías y otras normativas que sean pertinentes para las actividades comerciales y productivas. Estas normativas aseguran que las empresas funcionen de forma legal, responsable y transparente, favoreciendo el crecimiento económico y el cumplimiento de los compromisos con clientes, proveedores y colaboradores (Constitución, 2008).

En consecuencia, la naturaleza legal de "Patitas con Estilo" se basa en el cumplimiento de las leyes tributarias y jurídicas en vigor, lo que hace posible realizar sus actividades dentro del marco regulador ecuatoriano y reforzar su sostenibilidad en el mercado.

1.2.3. Actores Involucrados

El desarrollo del plan de negocios para la empresa "Patitas con Estilo" involucra a varios participantes que tienen un impacto directo en su formación, operación y posicionamiento en el mercado. Cada uno de ellos desempeña un papel particular dentro del proceso empresarial, por lo que su identificación ayuda a entender mejor el entorno en el que tendrá lugar el emprendimiento.

- **Emprendedora:** dirige y gestiona la empresa.
- **Cientes:** adquieren los productos y establecen la demanda.
- **Proveedores:** proveen insumos y materias primas.
- **Competencia:** tiene un impacto en la estrategia de negocios.
- **Instituciones públicas:** supervisan y dan permiso para la actividad.
- **Colaboradores:** brindan soporte a las operaciones y a la venta.

1.2.4. Estructura Organizacional o Funcional

La empresa "Patitas con Estilo" su objetivo es establecer los niveles de autoridad, responsabilidades y funciones requeridos para que la empresa opere adecuadamente. Se sugiere una estructura sencilla y eficaz, dado que es un proyecto en su fase inicial, para facilitar la coordinación de las tareas vinculadas a la producción, venta y gestión de la empresa.

Figura 1 Estructura Organizacional



Fuente: Elaboración Propia

1.2.5. Roles y Perfiles Relevantes

"Patitas con Estilo" tendrá una organización funcional en la que cada área desempeñará funciones particulares para ayudar a alcanzar las metas empresariales. La distribución de funciones posibilitará una supervisión apropiada a los clientes, la optimización de los recursos y la mejora de la coordinación entre las áreas (Chiavenato et al., 2017).

Dirección General es la responsable de organizar, planificar, controlar y dirigir las acciones de la empresa. Determinará las estrategias de expansión, decidirá sobre la administración y estará atento a que se cumplan los objetivos de la organización.

El área de **Producción y Diseño** estará conformada por el jefe de producción, diseñadores y personal de confección. Sus principales funciones serán diseñar nuevas prendas y accesorios, elaborar los productos personalizados y verificar que cumplan con los estándares de calidad antes de su comercialización.

El equipo de **Marketing y Comercial** estará compuesto por el gerente comercial, el encargado de marketing y redes sociales, además del personal que se encarga del servicio al cliente. Este campo será responsable de fomentar la marca, gestionar las plataformas digitales, idear tácticas publicitarias, atraer nuevos clientes y proporcionar un servicio a tiempo que refuerce la lealtad del cliente.

El área **Administrativa y Financiera** será responsable de la contabilidad, el control financiero y la gestión del talento humano. Sus tareas abarcarán la gestión del personal, la creación de presupuestos, el registro de gastos e ingresos y el cumplimiento de las obligaciones tributarias, lo que ayudará a mantener la estabilidad económica de la empresa.

Al final, la sección de **Distribución y Logística** será responsable del seguimiento de inventarios, la gestión del almacenamiento, el procesamiento de pedidos y la programación de las entregas. Su papel primordial será asegurar que los productos arriben a los clientes en el plazo previsto y en las mejores condiciones, lo que aumentará la satisfacción del consumidor.

Al definir estos roles, cada área podrá llevar a cabo tareas particulares, lo cual facilitará una administración eficaz, la coordinación de las actividades y el cumplimiento de los fines propuestos en el plan de negocios.

1.3. Orientación Estratégica del Proyecto

1.3.1. Misión / Propósito del Proyecto

La empresa “Patitas con Estilo” diseña, confecciona y comercializa ropa y accesorios personalizados para mascotas, ofreciendo productos de calidad, comodidad y estilo que satisfagan las necesidades y preferencias de sus clientes en la ciudad de Quito. Su propósito es brindar soluciones innovadoras que contribuyan al bienestar de las mascotas y generen una alternativa diferenciada dentro del mercado local.

1.3.2. Visión / Proyección Futura

Para el año 2030 “Patitas con Estilo” busca consolidarse en el mercado de Quito como una marca reconocida en el diseño, confección y comercialización de ropa y accesorios personalizados para mascotas. Su proyección futura es posicionarse como una empresa innovadora, confiable y competitiva, destacándose por la calidad de sus productos, la atención personalizada y la satisfacción de sus clientes.

1.3.3. Valores o Principios Rectores

- **Responsabilidad:** La empresa cumple con sus obligaciones y asegura productos que han sido elaborados con dedicación y seriedad.
- **Calidad:** La confección de accesorios y prendas funcionales, confortables y resistentes para las mascotas es lo que se prioriza.
- **Innovación:** Se fomenta el diseño único y personalizado que ayude a distinguirse de los competidores.
- **Compromiso:** La empresa sostiene una postura enfocada en el logro de las metas y la mejora constante.
- **Respeto:** Se aprecia el trato apropiado hacia los clientes, los animales de compañía y todos aquellos que están relacionados con la empresa.
- **Honestidad:** Las acciones administrativas y comerciales se llevan a cabo con transparencia y confianza.

1.3.4. Políticas Generales

- **Calidad:** La empresa elaborará productos que cumplan con estándares de comodidad, durabilidad y acabado, procurando la satisfacción del cliente.
- **Atención al cliente:** Se brindará de manera respetuosa, cordial y oportuna, con el propósito de responder a las necesidades y consultas de los compradores.
- **Manufactura:** Los procesos de confección se llevarán a cabo de manera planificada, vigilando la calidad, los materiales y los tiempos para garantizar productos eficientes y personalizados.
- **Comercial:** La empresa fomentará sus artículos a través de medios digitales y físicos, con el fin de aumentar su cobertura y consolidar su posición en la industria.
- **Finanzas:** La gestión de los recursos económicos se realizará de manera responsable, manteniendo un control apropiado de los ingresos, egresos y beneficios.
- **Leyes:** La empresa se ajustará a las regulaciones laborales, tributarias y legales en vigor en Ecuador, asegurando así un funcionamiento transparente y formal.

1.3.5. Análisis PEST

P-Político

Político: El desarrollo de pequeñas empresas y emprendimientos en Ecuador está directamente afectado por la estabilidad política. La inversión, el desarrollo de la economía y la confianza de los consumidores se benefician cuando hay un entorno político estable (Constitución, 2008).

La estabilidad política es una oportunidad para "Patitas con Estilo" para desarrollar sus actividades comerciales y planificar su crecimiento a largo plazo.

Gubernamental: A través de programas de financiamiento, capacitación y respaldo a las empresas pequeñas y medianas, el Gobierno ecuatoriano fomenta el crecimiento de los emprendimientos.

Patitas con Estilo podría salir favorecida por estas medidas, porque posibilitan el acceso a recursos y saberes que ayudan a robustecer y mantener el negocio (MPCEIP, 2023).

Legal: La empresa tiene la obligación de acatar las disposiciones definidas en el Código de Trabajo, la Ley de Compañías, la Constitución de la República del Ecuador y las regulaciones fiscales actuales. Si se satisfacen estos requisitos, la empresa tendrá la posibilidad de funcionar de forma legal, evitando sanciones y aumentando su credibilidad ante los proveedores y los clientes (Constitución, 2008).

La aplicación de estas reglas posibilitará que "Patitas con Estilo" funcione de forma oficial y genere confianza entre sus consumidores.

E-Económico

Económico: No obstante, la expansión del sector de productos para animales de compañía brinda posibilidades para el surgimiento de nuevas empresas en este campo (BCE, 2026).

El poder adquisitivo de los consumidores y el costo de producción están directamente afectados por la situación económica del país. El precio de los productos básicos, la estabilidad de la economía y la inflación son factores que pueden influir en las ganancias de "Patitas con Estilo".

S-Social

Social: Hoy en día, las mascotas son vistas como integrantes valiosas de las familias, lo que ha hecho crecer el interés por comprar artículos que aumenten su confort y bienestar.

De acuerdo con el (INEC, 2023) esta tendencia social ayuda a que prosperen empresas especializadas, como "Patitas con Estilo", que están enfocadas en cubrir las necesidades de los dueños de mascotas.

Cultural: En Ecuador, la cultura de protección y cuidado animal ha aumentado considerablemente. Cada vez más individuos desean productos de alta calidad y personalizados para sus animales, lo que indica un interés creciente por su bienestar,

comodidad e imagen. Esta tendencia cultural supone una oportunidad para la empresa, ya que presenta productos únicos y acordes a los gustos de los clientes.

En este contexto, "Patitas con Estilo" tiene como objetivo brindar accesorios y prendas personalizadas que se ajusten a los gustos y modos de vida de sus consumidores.

Demográfico: La empresa tiene un mercado potencial en la ciudad de Quito, donde se ha incrementado el número de hogares con mascotas. El hecho de que familias, adultos y jóvenes consideren a sus mascotas como miembros de su núcleo familiar aumenta la necesidad de productos especializados y beneficia el desarrollo de empresas dedicadas a este sector del mercado (INEC, 2023).

Para Patitas con Estilo este segmento es una oportunidad para aumentar la cartera de clientes y consolidar el posicionamiento de la marca en el mercado local.

Ecológico: El uso de materiales sostenibles y procesos productivos responsables ha sido fomentado por la inquietud acerca de la protección del medio ambiente.

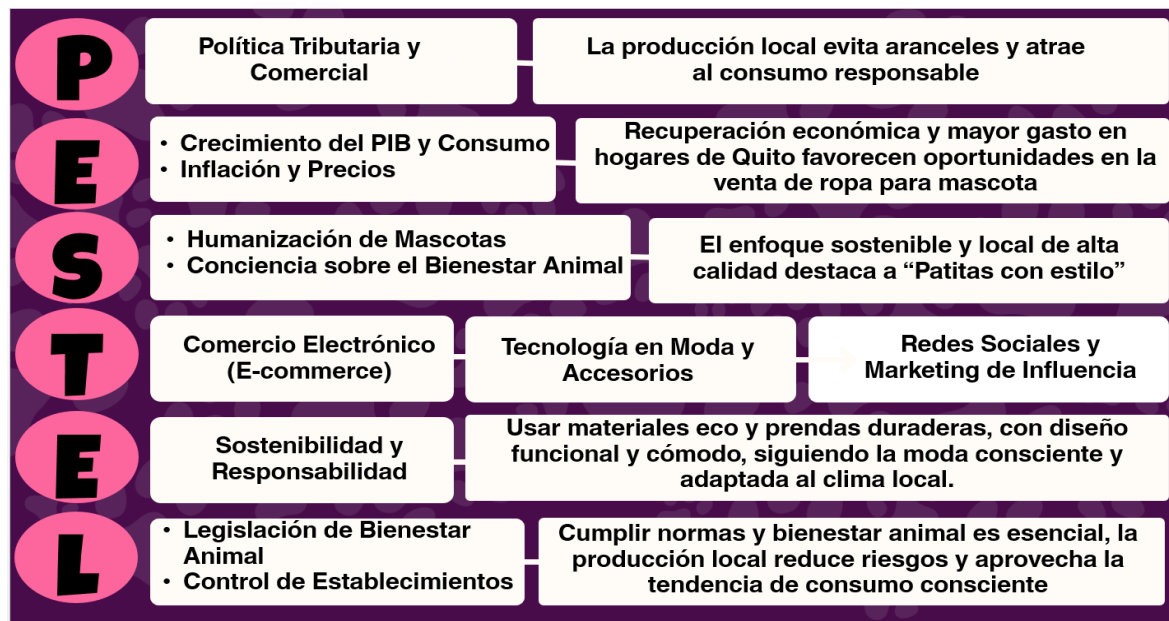
En este escenario, "Patitas con Estilo" tiene la posibilidad de adoptar acciones que sean respetuosas con el medio ambiente, como disminuir los residuos y emplear telas ecológicas, lo cual puede contribuir a crear una buena imagen frente a los clientes.

T-Tecnológico

Tecnológico: El progreso de la tecnología y el uso de plataformas digitales facilitan que las empresas publiquen sus productos de forma más eficaz. La comunicación con los clientes se hace más fácil y el alcance de la marca se expande gracias al empleo de redes sociales, comercio electrónico y herramientas de marketing digital.

La tecnología es un componente esencial para "Patitas con Estilo" con el fin de optimizar su posicionamiento y elevar sus ventas (Kotler y Armstrong, 2018a).

Figura 2 Pest



Fuente: Elaboración Propia

1.3.6. Análisis de las 5 Fuerzas de Porter

- **Poder de negociación de los clientes**

A causa de que tienen a su disposición varias alternativas de compra, tanto digitales como locales, los compradores en el mercado de vestimenta y complementos para animales tienen un nivel de negociación intermedio.

Con respecto a la empresa "Patitas con Estilo", esta fuerza tiene un impacto en el requerimiento de proporcionar productos personalizados y de alta calidad, además de un servicio de atención al cliente que se distinga por su capacidad para generar confianza y lealtad. Según (Porter, 2008), personalizar las prendas es un beneficio para disminuir la sensibilidad de los clientes ante el precio.

- **Poder de negociación con los proveedores**

Se considera medio, ya que la empresa depende de la adquisición de telas, hilos, insumos y accesorios para la confección de sus productos. La rentabilidad del negocio puede verse perjudicada si hay escasez de proveedores confiables o si los costos de los materiales suben. Por esta razón, es relevante sostener vínculos estables con diversos

proveedores con el fin de minimizar riesgos y garantizar que la producción siga siendo continua (Porter, 2008).

Por lo tanto, "Patitas con Estilo" tendrá que crear vínculos comerciales de confianza para garantizar el suministro a tiempo de insumos.

- **Competencia**

La competencia en el mercado de ropa y accesorios para mascotas en Quito es elevada porque ha aumentado la cantidad de empresas emergentes y establecimientos que venden productos nacionales e internacionales.

Esta circunstancia requiere que "Patitas con Estilo" se distinga a través de prendas personalizadas, diseños únicos, materiales de alta calidad y un servicio efectivo al cliente. Para afianzar el posicionamiento de la compañía frente a sus competidores, serán claves las estrategias de marketing digital y la innovación (Kotler y Armstrong, 2018b).

- **Amenaza de nuevos competidores**

La posibilidad de que surjan nuevos competidores es significativa, dado que el mercado de productos para mascotas es atractivo para las nuevas empresas. La entrada de más empresas puede disminuir la cuota de mercado de las empresas ya existentes y aumentar la competencia (Porter, 2008).

Por lo tanto, "Patitas con Estilo" tendrá que establecer una marca conocida, afianzar la lealtad de sus consumidores y sostener una oferta novedosa que le posibilite mantener un beneficio competitivo.

- **Productos Sustitutos**

La amenaza es media, ya que los clientes tienen la posibilidad de elegir accesorios convencionales, ropa genérica o productos importados a precios bajos. A pesar de que estos artículos tienen una función parecida, no siempre brindan personalización ni una adaptación apropiada para las mascotas. Por lo tanto, la empresa tiene que destacar el diseño, la comodidad y la exclusividad de sus productos para distinguirse de las opciones alternativas (Porter, 2008).

Para reducir este peligro, "Patitas con estilo" tendrá que proveer productos a medida, confortables y de gran calidad que brinden un valor añadido y cumplan las demandas concretas de los consumidores, distinguiéndose así de las posibilidades existentes en el mercado.

1.3.7. Análisis FODA

Tabla 1. Foda

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
1. Productos personalizados para cada mascota.	1. El 70% de los hogares ecuatorianos posee al menos una mascota (INEC, 2023).
2. Conocimientos en diseño y confección.	2. Crecimiento anual del mercado de mascotas superior al 8% en América Latina.
3. Atención personalizada al cliente.	3. Más del 60% de consumidores busca productos personalizados.
4. Flexibilidad para adaptar diseños a las necesidades del cliente.	4. Incremento del comercio electrónico en Ecuador superior al 15% anual.
5. Capacidad de innovación en prendas y accesorios.	5. Más del 75% de usuarios de internet utiliza redes sociales para buscar productos.
6. Cercanía con el mercado objetivo.	6. Crecimiento de emprendimientos relacionados con el bienestar animal.
7. Costos operativos relativamente bajos.	7. Aumento de la tendencia de humanización de mascotas en más del 50% de hogares urbanos.
8. Producción bajo pedido que reduce desperdicios.	8. Posibilidad de alianzas con veterinarias y peluquerías caninas.

9. Compromiso con la calidad y comodidad de las mascotas.	9. Aproximadamente el 65% de propietarios adquiere accesorios para sus mascotas al menos una vez al año.
10. Posibilidad de comunicación directa mediante redes sociales.	10. Expansión del mercado de mascotas en Quito por el crecimiento poblacional urbano.
11. Capacidad de diferenciarse de productos masivos.	
12. Emprendimiento enfocado en un nicho específico de mercado.	

Fuente: Elaborado por Jeniffer y Rocío

Tabla 2. Debilidades y amenazas

DEBILIDADES	AMENAZAS
1. Bajo reconocimiento de marca.	1. Incremento de la competencia en el sector de mascotas en aproximadamente un 10% anual.
2. Escasa experiencia en marketing digital.	2. Presencia de productos importados de bajo costo.
3. Limitaciones de capital para expansión.	3. Más del 40% de consumidores prioriza el precio sobre la personalización.
4. Falta de maquinaria especializada.	4. Incremento de precios de materias primas textiles entre el 5% y 10% anual.
5. Procesos de producción poco estandarizados.	5. Cambios en las condiciones económicas que reducen el gasto en productos no esenciales.
6. Dependencia de pocos proveedores.	6. Competencia digital proveniente de plataformas nacionales e internacionales.
7. Capacidad de producción limitada.	
8. Ausencia de un local comercial propio.	

Fuente. Elaborado por Jeniffer y Rocío

1.3.8. Estrategias de Desarrollo

Para la empresa "Patitas con Estilo", con el fin de reforzar su posición, aumentar sus ventas y asegurar su sustentabilidad en el mercado, tomando como base la evaluación hecha y el estudio del entorno.

Diferenciación

La empresa enfocará sus esfuerzos en brindar ropa y accesorios personalizados para mascotas, empleando materiales de alta calidad y patrones únicos que se ajusten a las particularidades y gustos de cada consumidor. Esta táctica posibilitará distinguirse de los productos importados y estandarizados que existen en el mercado (Porter, 2008).

Marketing digital

La empresa reforzará su presencia en redes sociales como Instagram, Facebook y TikTok a través de la continua difusión de contenido, imágenes de los productos y promociones. Para captar nuevos clientes y que la marca sea más reconocida, se llevarán a cabo campañas digitales de publicidad (Kotler y Armstrong, 2018a).

Fidelización de los clientes

La empresa implementará programas de fidelización, rebajas por compras regulares y ofertas especiales para los clientes habituales. Con el objetivo de aumentar la confianza y establecer vínculos prolongados con los clientes, brindará una atención individualizada antes y después de la venta.

Alianzas comerciales

Para expandir la visibilidad de la compañía y alcanzar nuevos sectores del mercado, se fomentarán acuerdos con peluquerías caninas, clínicas veterinarias, tiendas de mascotas y organizadores de ferias.

Mejora de los procesos productivos

Con el propósito de optimizar los tiempos de producción, disminuir los desperdicios y asegurar la creación de productos de calidad superior (Chiavenato et al.,

2017), la empresa estandarizará los procesos de diseño, confección y control del nivel de calidad.

Crecimiento comercial

Los canales físicos y digitales serán utilizados por la empresa para enfocar sus ventas en Quito. Luego, intentará expandir su cobertura a otras ciudades del país mediante la implementación de servicios de entrega a domicilio y comercio electrónico.

Innovación

La empresa sumará de manera periódica nuevos patrones, colecciones por temporada y complementos personalizados, tomando en cuenta las tendencias del mercado y los gustos de los consumidores. Esta táctica posibilitará sostener una oferta atractiva y fortalecer la competitividad de la empresa.

Financiera

Con el objetivo de mejorar la utilización de los recursos financieros y garantizar que el negocio sea rentable, se implementará un control constante del dinero que entra y sale, así como de los inventarios. Asimismo, se crearán presupuestos y previsiones financieras para simplificar la toma de decisiones.

1.3.9. Objetivos Estratégicos

- Incrementar el reconocimiento de la marca “Patitas con Estilo” en la ciudad de Quito mediante estrategias de marketing digital y promoción en redes sociales durante el período 2026.
- Aumentar las ventas de ropa y accesorios personalizados para mascotas a través de la captación de nuevos clientes y la fidelización de los clientes actuales.
- Mejorar la calidad y personalización de los productos mediante la optimización de los procesos de diseño, confección y control de calidad.

- Garantizar la sostenibilidad financiera de la empresa mediante una adecuada administración de los recursos económicos y el control de costos operativos.

CAPÍTULO II: Análisis Del Entorno

2.1. Análisis de la demanda / necesidad

El estudio de la demanda posibilita reconocer las necesidades de los clientes, los artículos que el mercado necesita y el público objetivo del negocio "Patitas con Estilo". El mercado de mascotas ha tenido un notable aumento en estos momentos, ya que los animales de compañía son vistos como un componente esencial de las familias. Esto ha creado una demanda más elevada de productos vinculados con su cuidado, comodidad y bienestar (El Universo, 2023).

En relación con los productos, la empresa ofrecerá ropa y complementos personalizados para mascotas, que abarcarán desde chompas, vestidos, camisetas y disfraces hasta pañuelos, collares y otros accesorios adaptados a las características y gustos de cada cliente. Estos productos tienen como objetivo satisfacer la demanda de los dueños de comprar artículos de calidad, cómodos y exclusivos para sus animales.

En el consumo, se ha notado un aumento en la tendencia de adquirir productos especializados para mascotas. Los clientes no solamente buscan productos útiles, sino también aquellos que demuestren el amor y el cuidado hacia sus animales de compañía (Kotler y Armstrong, 2018b).

Los principales compradores con mayor frecuencia serán hombres y mujeres de Quito que tienen mascotas, sobre todo gatos y perros, y cuyos ingresos les habilitan para comprar productos personalizados. Este segmento está compuesto por individuos que ven a sus mascotas como miembros de su familia y tienen la intención de invertir en su bienestar, confort e imagen.

Al final, los dueños de animales domésticos serán los beneficiarios directos del proyecto, ya que podrán acceder a productos personalizados de alta calidad. Además, las mascotas se beneficiarán mediante el uso de accesorios y ropa que han sido creados para proporcionar protección y comodidad.

La demanda actual y la expansión del mercado de mascotas constituyen una oportunidad favorable para la implementación de la empresa "Patitas con Estilo", ya que le permite satisfacer las necesidades particulares de un segmento de clientes en constante crecimiento y cada vez más exigente.

2.1.1. Perfil de los Beneficiarios

Beneficiarios Directos

Son los que gozan de los beneficios de la implementación del plan de negocios, ya sea a través del acceso a oportunidades laborales, la obtención de productos o la creación de ingresos, son los beneficiarios directos.

Tabla 3 Beneficiarios Directos

Beneficiarios directos	Perfil
Propietarios de mascotas	Personas de 18 a 60 años de Quito interesadas en el bienestar y cuidado de sus mascotas.
Mascotas	Perros y gatos que requieren prendas cómodas, seguras y personalizadas.
Propietaria de Patitas con Estilo	Emprendedora responsable de la gestión y crecimiento del negocio.
Personal de la empresa	Colaboradores dedicados a la confección, ventas, atención al cliente y marketing digital.

Fuente: Elaboración Propia

Beneficiarios Indirectos

Son aquellos que obtienen beneficios por el funcionamiento de la empresa, a pesar de no ser los compradores principales.

Tabla 4. Beneficiarios Indirectos

Beneficiarios indirectos	Perfil
Proveedores	Empresas que suministran telas, accesorios e insumos textiles.
Veterinarias	Clínicas y profesionales que pueden recomendar o comercializar los productos.
Tiendas de mascotas	Establecimientos que pueden convertirse en aliados comerciales o distribuidores.
Empresas de transporte	Servicios de mensajería y entrega de pedidos a domicilio.

Economía local	Comunidad y comercios que se benefician de la generación de empleo y del movimiento económico.
----------------	--

Fuente: Elaboración Propia

2.1.2. Tipo de Mercado

El mercado Business to Consumer (B2C) es aquel en el que una empresa vende productos o servicios al cliente final con el fin de cumplir con sus necesidades y preferencias (Kotler, 2016).

En el caso de Patitas con Estilo, este modelo se aplica porque la empresa vende ropa y accesorios personalizados directamente a los propietarios de mascotas, sin intermediarios. Esto permite ofrecer una atención más personalizada, conocer las preferencias de los clientes y fortalecer la relación con ellos para incrementar las ventas y la fidelización.

2.1.3. Segmentos y Grupos Objetivo

La empresa "Patitas con Estilo" se enfoca en los dueños de mascotas de Quito que quieren ropa y complementos personalizados, cómodos y de buena calidad para sus animales.

Segmentación Geográfica

La empresa llevará a cabo sus actividades comerciales en el sector Morán Valverde, situado al sur de Quito. Su clientela principal serán los dueños de mascotas del área y sus alrededores.

Segmentación Demográfica

El público objetivo de Patitas con Estilo está integrado por niños, jóvenes, hombres y mujeres que tienen entre 8 y 65 años y que pertenecen a la clase media o media alta. Este grupo está integrado por comerciantes, emprendedores, empleados públicos y privados, estudiantes y profesionales que tienen mascotas y cuentan con los recursos económicos para comprar ropa y accesorios personalizados para su bienestar y cuidado.

Segmentación Psicográfica

El mercado objetivo está compuesto por individuos que ven a sus mascotas como miembros de la familia y que se ocupan de su confort, bienestar y aspecto. Son clientes que aprecian la exclusividad, la calidad y la personalización de los productos, además de tener interés por las tendencias actuales y el trato responsable hacia sus mascotas.

Segmentación Conductual

El grupo de consumidores que compran ropa y complementos para sus mascotas ya sea de manera ocasional o periódica, y que valoran el diseño, la comodidad y la calidad de los productos es lo que se conoce como mercado objetivo. Tienden a buscar información en redes sociales y diferentes opciones antes de realizar una compra y tienen una gran disposición para comprar ropa personalizada que satisfaga las necesidades de sus mascotas.

Grupo Objetivo

El proyecto "Patitas con Estilo" tiene como mercado objetivo a la población del barrio Morán Valverde, situado al sur de Quito. Esta área se distingue por tener un gran número de dueños de mascotas y una demanda en aumento de productos especializados para su atención. El acceso a clientes potenciales y el crecimiento de las actividades comerciales de la empresa se benefician gracias a su ubicación estratégica.

Tabla 5. Grupo Objetivo

Variable	Grupo objetivo de Patitas con Estilo
Ubicación	Quito, Sur
Edad	8 a 65 años
Sexo	Niños, jóvenes, hombres y mujeres
Nivel socioeconómico	Medio y medio alto
Tipo de cliente	Propietarios de perros y gatos
Necesidades	Ropa cómoda, personalizada y de calidad para sus mascotas
Estilo de vida	Personas que consideran a sus mascotas parte de la familia y buscan su bienestar
Frecuencia de compra	Principalmente una vez al año o cada tres meses

Canales de compra preferidos	Tienda física, ferias de mascotas y redes sociales
Redes sociales preferidas	TikTok, Facebook, WhatsApp e Instagram

Fuente: Elaboración Propia

2.1.4. Comportamiento, Hábitos

El análisis de cómo los individuos, las agrupaciones y las entidades eligen, adquieren, emplean y desechan productos, servicios, ideas o experiencias para cubrir sus anhelos y necesidades se conoce como comportamiento del consumidor (Kotler, 2016).

Comportamiento

- Buscan ropa que sea segura y cómoda para sus animales de compañía.
- Antes de hacer una compra, evalúan la calidad de los materiales.
- Comparan los precios entre distintos comercios y marcas.
- Optan por productos que tengan diseños personalizados y modernos.
- Se interesan por ropa que resguarde a sus mascotas del frío y la lluvia.
- Antes de efectuar la compra, buscan consejos y opiniones.
- Para comprobar la calidad, les gusta más comprar productos en tiendas físicas.
- Se valen de las redes sociales para descubrir marcas y promociones nuevas.
- Están dispuestos a adquirir productos novedosos que cumplan con las necesidades de sus animales de compañía.
- Se esfuerzan por lograr una buena relación entre el precio, la calidad y el diseño.

Hábitos

- Adquieren ropa y complementos principalmente trimestralmente o una vez al año.
- Indagan en Facebook, Instagram y Tiktok para informarse sobre productos para animales de compañía.
- Acuden a ferias y eventos vinculados con animales de compañía para descubrir nuevas marcas.
- Durante el proceso de compra, prefieren recibir un servicio personalizado.
- Utilizan promociones y rebajas para efectuar sus compras.
- Compran productos que sean adecuados para la raza y el tamaño de sus animales de compañía.
- Adquieren complementos como correas, collares y juguetes.
- Recomiendan productos a amigos y familiares.
- Buscan productos de fácil acceso y disponibles de inmediato.
- Se decantan por empresas que proporcionen diversidad de modelos, tamaños y colores.

2.1.5. Instrumentos de Recolección de Información Primaria

2.1.5.1. Encuestas

Para la investigación actual se llevaron a cabo 100 encuestas estructuradas, compuestas por 10 preguntas, dirigidas a dueños de gatos y perros en la ciudad de Quito. El propósito fue identificar las preferencias de compra, la frecuencia de consumo, los elementos que afectan la adquisición de accesorios y ropa para mascotas, el grado de aceptación de productos personalizados y la intención de adquirir productos de "Patitas con Estilo". La demanda del mercado fue analizada gracias a la información adquirida, y esta sirvió como fundamento para el diseño del plan de negocios.

Revisar en el Anexo A las preguntas, respuestas y análisis de las encuestas realizadas.

2.1.5.2. Entrevistas

Entrevista 1. Médico Veterinario

Tabla 6. Médico Veterinario

Pregunta 1	¿Considera que el uso de ropa y accesorios puede contribuir al bienestar y protección de las mascotas? ¿Por qué?
Entrevistado	Vicente Carrión
Respuesta	Sí, siempre y cuando se empleen correctamente. Algunas prendas tienen la capacidad de proteger frente a la lluvia, las temperaturas frías, la exposición al sol o algunos problemas médicos. Esto resulta particularmente ventajoso para perros de pelo corto, cachorros, animales ancianos o mascotas con problemas de salud. No obstante, ante todo, la ropa tiene que considerar la funcionalidad y el bienestar del animal por encima de lo estético.
Pregunta 2	¿Qué características debe reunir una prenda para garantizar la comodidad y seguridad de una mascota?
Entrevistado	Vicente Carrión
Respuesta	La prenda tiene que estar hecha con materiales que sean transpirables, livianos y suaves, para evitar irritaciones en la piel. Debe adaptarse de manera adecuada al cuerpo del animal sin restringir su capacidad de moverse, respirar o llevar a cabo tareas cotidianas como sentarse, caminar, correr o tumbarse.
Pregunta 3	¿Cuáles son los errores más frecuentes que observa en la ropa para mascotas disponible en el mercado?
Entrevistado	Vicente Carrión
Respuesta	Los errores más frecuentes son las costuras que causan incomodidad, las telas pocos transpirables, las tallas inapropiadas y los modelos que limitan el movimiento del animal. Es común también hallar prendas que han sido diseñadas solo para lucir bien, sin tener en cuenta la seguridad, la comodidad ni el bienestar. En ciertos casos, el exceso de complementos puede generar incomodidad o estrés en las mascotas.
Pregunta 4	¿Qué recomendaciones daría para el diseño y elaboración de ropa destinada a perros y gatos?
Entrevistado	Vicente Carrión
Respuesta	Sugiero que se diseñen prendas ergonómicas, que sean sencillas de poner y quitar, empleando telas cómodas, hipoalergénicas y duraderas. Es fundamental tener en cuenta las diferencias de la raza, tamaño y estado físico de cada animal. Además, es necesario llevar a cabo pruebas de ajuste para asegurarse de que las prendas no interfieran con la conducta natural del animal. Es preciso tener más cuidado cuando se trata de los gatos, porque tienden a soportar menos el uso de ropa en comparación con los perros.
Pregunta 5	Desde su experiencia, ¿considera que existe demanda de ropa personalizada para mascotas en Quito? ¿Por qué?
Entrevistado	Vicente Carrión

Respuesta	Sí, pienso que hay una demanda en aumento. Hoy en día, muchas personas ven a sus mascotas como miembros de la familia y buscan productos que expresen su personalidad y estilo. Asimismo, se aprecia un interés más fuerte por salvaguardar y cuidar el bienestar de los animales, lo que promueve la adquisición de ropa personalizada y funcional. Esta tendencia también ha sido impactada por las redes sociales, que han aumentado el interés por los accesorios exclusivos y de alta calidad.
-----------	---

Fuente: Elaboración Propia

Entrevista 2. Propietario de Tienda de Mascotas

Tabla 7. Propietario de tienda

Pregunta 1	¿Cuáles son los productos para mascotas que tienen mayor demanda en su establecimiento?
Entrevistado	Vicente Carrión
Respuesta	Los artículos que más se demandan son los productos de higiene, alimentos balanceados, camas, juguetes y accesorios para pasear como correas y arneses. No obstante, en años recientes ha crecido el interés por la vestimenta para animales de compañía, particularmente para perros de razas medianas y pequeñas.
Pregunta 2	¿Qué tipo de ropa o accesorios solicitan con mayor frecuencia los clientes?
Entrevistado	Vicente Carrión
Respuesta	Los clientes frecuentemente piden chaquetas, impermeables, camisetas, atuendos para ocasiones especiales y ropa para abrigar a sus mascotas del frío. Los adornos más solicitados son los arneses con patrones contemporáneos, las placas de identificación, los pañuelos, las correas y los collares personalizados.
Pregunta 3	¿Qué aspectos valoran más los consumidores al momento de comprar ropa para mascotas?
Entrevistado	Vicente Carrión
Respuesta	La calidad de los materiales, la comodidad que ofrece al animal, la durabilidad de las prendas y el diseño son los aspectos que más aprecian los consumidores. Además, creen que es fundamental que la ropa se ajuste bien a la talla de la mascota y que sea fácil de limpiar. El precio incide en la decisión de compra, pero una gran cantidad de clientes están dispuestos a pagar más si los productos son personalizados y de alta calidad.
Pregunta 4	¿Considera que existe oportunidad para una empresa dedicada a la confección de ropa personalizada para mascotas en Quito? ¿Por qué?
Entrevistado	Vicente Carrión

Respuesta	Sí, pienso que hay una buena oportunidad de negocio. En la actualidad, numerosas personas ven a sus mascotas como miembros de la familia y están en búsqueda de productos únicos que representen su estilo y personalidad. Asimismo, la oferta de ropa personalizada es todavía escasa frente a la demanda en aumento, lo que supone una oportunidad para destacar en el mercado.
Pregunta 5	¿Qué recomendaciones daría a un nuevo emprendimiento como “Patitas con Estilo” para posicionarse en el mercado?
Entrevistado	Vicente Carrión
Respuesta	Sugiero centrarse en brindar productos de buena calidad, diseños novedosos y un servicio al cliente óptimo. Además, es fundamental mantener una presencia activa en las redes sociales, compartir contenido interesante y exhibir imágenes auténticas de los animales usando los productos. Por último, para incrementar la visibilidad de la marca, resultaría apropiado brindar opciones de personalización, promociones de lanzamiento y colaboraciones con peluquerías caninas, tiendas de mascotas y veterinarias.

Fuente: Elaboración Propia

3. Entrevista al Especialista en Marketing

Tabla 8. Marketing

Pregunta 1	¿Qué estrategias de marketing considera más efectivas para posicionar una empresa de ropa y accesorios para mascotas?
Entrevistado	Cristian Tirira
Respuesta	Hoy en día, las tácticas más eficaces son la publicidad pagada, el marketing digital, la cooperación con influencers de la industria de mascotas y la generación de contenido en redes sociales. Estas medidas posibilitan alcanzar con rapidez al público objetivo y con una inversión asequible.
Pregunta 2	¿Qué redes sociales recomienda utilizar para promocionar este tipo de negocio?
Entrevistado	Cristian Tirira
Respuesta	Las plataformas más aconsejadas son Instagram, Facebook y Tiktok, porque posibilitan la exhibición de videos y fotos de los productos, la interacción con los consumidores y el incremento del reconocimiento de la marca.
Pregunta 3	¿Qué factores ayudan a fidelizar a los clientes en este mercado?
Entrevistado	Cristian Tirira
Respuesta	Para conseguir la fidelización de los clientes, es esencial que el producto sea de alta calidad, que haya una atención individualizada, que se cumplan las entregas y que exista un contacto constante a través de redes sociales.
Pregunta 4	¿Qué importancia tiene la identidad de marca para un emprendimiento como “Patitas con Estilo”?

Entrevistado	Cristian Tirira
Respuesta	La identidad de marca es fundamental, ya que posibilita la diferenciación del negocio con respecto a sus competidores. Un nombre llamativo, un logotipo profesional y una comunicación coherente fomentan la confianza y permiten posicionarse en el mercado.
Pregunta 5	¿Qué recomendación daría para incrementar las ventas durante el primer año de funcionamiento?
Entrevistado	Cristian Tirira
Respuesta	Se aconseja hacer promociones de lanzamiento, compartir contenido regularmente en las redes sociales, pedir a los clientes que den su opinión, proporcionar descuentos por recomendaciones y formar asociaciones con tiendas de mascotas y clínicas veterinarias.

Fuente: Elaboración Propia

Entrevista 4. Diseñadora de Modas para Mascotas

Tabla 9. Diseñadora

Pregunta 1	¿Qué aspectos considera importantes al diseñar ropa para mascotas?
Entrevistado	Elizabeth Aigaje
Respuesta	Priorizar la comodidad del animal es lo más importante. Las prendas tienen que estar hechas de telas suaves, duraderas y lavables, además de tener el tamaño adecuado y permitir la movilidad.
Pregunta 2	¿Qué materiales recomienda utilizar para elaborar ropa para mascotas?
Entrevistado	Elizabeth Aigaje
Respuesta	Se aconseja el uso de telas impermeables de alta calidad, así como franela, polar y algodón, porque ofrecen comodidad, protección y resistencia de acuerdo con cada temporada y los requerimientos individuales de cada mascota.
Pregunta 3	¿Qué tendencias observa actualmente en el mercado de ropa para mascotas?
Entrevistado	Elizabeth Aigaje
Respuesta	En la actualidad, hay una demanda más alta de accesorios que armonicen con el estilo de los dueños, ropa para estaciones frías, trajes para ocasiones especiales y prendas personalizadas.
Pregunta 4	¿Qué elementos permiten diferenciar una marca de ropa para mascotas de la competencia?
Entrevistado	Elizabeth Aigaje
Respuesta	Atención al cliente, la diversidad en los diseños, acabados de calidad, la personalización y la calidad de los materiales son elementos que hacen que una marca se distinga y que los clientes confíen en ella.
Pregunta 5	¿Qué recomendación daría a la empresa "Patitas con Estilo"?
Entrevistado	Elizabeth Aigaje

Respuesta	Se aconseja dar diseños únicos, emplear las redes sociales para exhibir los productos y escuchar lo que los clientes necesitan para mejorar constantemente las colecciones y los servicios. También es importante mantener altos estándares de calidad.
-----------	---

Fuente: Elaboración Propia

2.1.5.3. Análisis e Interpretación de Resultados

Análisis e Interpretación de Resultados de la Encuesta

La encuesta posibilitó el reconocimiento de las necesidades y preferencias de los clientes potenciales en relación con la ropa y los complementos para mascotas. Según los resultados, la atención al cliente de calidad, el precio asequible, la diversidad de estilos, la comodidad y la calidad son las características que más aprecian los consumidores. Además, se mostró interés por productos personalizados y novedosos, lo que pone de manifiesto la posibilidad de crecimiento para la empresa Patitas con Estilo. Estos hallazgos apoyan la factibilidad del plan de negocios y guían las tácticas comerciales de la empresa.

Análisis e Interpretación de Resultados de las Entrevistas

Las entrevistas hechas a los expertos posibilitaron la adquisición de información importante para el crecimiento del emprendimiento. El veterinario resaltó lo esencial que es crear prendas que sean cómodas, seguras y elaboradas con materiales apropiados para salvaguardar el bienestar de las mascotas. El dueño de la tienda de animales domésticos indicó que hay una demanda en aumento de ropa y complementos, sobre todo si son personalizados y bien hechos. El experto en marketing sugirió consolidar la presencia en las redes sociales, crear una identidad de marca y poner en práctica tácticas de fidelización. Por último, la diseñadora de modas subrayó que para que la empresa se distinga en el mercado es esencial proporcionar diseños únicos, atención al cliente y materiales de alta calidad. Las entrevistas, en su totalidad, corroboran la factibilidad del proyecto y brindan datos valiosos para robustecer la propuesta de valor de Patitas con Estilo.

Análisis General

Los datos obtenidos a través de las entrevistas y la encuesta indican que hay una oportunidad positiva para establecer la empresa **Patitas con Estilo** en Quito. La atención al cliente, la innovación, la personalización, la comodidad y la calidad son elementos cruciales para el triunfo de este tipo de empresas, según concuerdan tanto los expertos como los consumidores.

En conjunto, los resultados respaldan la viabilidad del plan de negocios, ya que demuestran la existencia de una demanda potencial y proporcionan información relevante para definir estrategias de producción, comercialización y diferenciación que permitan satisfacer las expectativas del mercado objetivo.

2.2. Análisis de la Oferta / Situación Actual

El análisis de la oferta evidencia que **Patitas con Estilo** tiene la oportunidad de diferenciarse mediante el diseño y confección de prendas personalizadas, elaboradas con materiales de calidad, diseños innovadores y precios accesibles, adaptándose a las necesidades de cada mascota. A través del uso de redes sociales, plataformas de comercio electrónico y servicios de envíos a nivel nacional, **Patitas con Estilo** puede llegar a clientes de diferentes provincias del Ecuador, fortaleciendo su posicionamiento y aumentando su competitividad en el mercado nacional. De esta manera, la empresa cuenta con condiciones favorables para consolidarse como una marca reconocida de ropa y accesorios para mascotas en el país.

Patitas con Estilo tiene actualmente un nivel de ventas bajo, lo cual se debe a la escasa notoriedad de la marca y a que las estrategias de marketing no son aplicadas en gran medida. La empresa tiene una presencia limitada en las redes sociales, poca publicidad y no ejecuta acciones continuas para atraer y fidelizar clientes. Además, necesita robustecer la innovación en sus diseños, diversificar su gama de productos y optimizar la promoción de sus accesorios y prendas. Su competitividad y su crecimiento en el mercado de ropa para mascotas están limitados.

2.2.1. Perfil del Actor Principal

La principal responsable del desarrollo de la empresa “**Patitas con Estilo**” es **Sofía Aldaz**, emprendedora de 42 años, quien desempeña el cargo de gerente y cumple funciones polifuncionales dentro del negocio. Al tratarse de un emprendimiento que inicia

sus actividades desde su domicilio, asume de manera directa las labores administrativas, productivas y comerciales, contribuyendo al funcionamiento integral de la empresa.

En el ámbito académico, cuenta con estudios de **corte y confección** y ha culminado el **primer año de bachillerato**, conocimientos que le han permitido desarrollar habilidades en la elaboración de prendas y el manejo de maquinaria de costura. Su experiencia práctica constituye la base para el diseño y confección de ropa y accesorios personalizados para mascotas.

Dentro de la empresa, Sofía Aldaz se encarga del diseño de los modelos, la confección de las prendas, la atención al cliente, la promoción de los productos y la gestión de las ventas. Asimismo, administra la compra de materiales, coordina los pedidos y supervisa la calidad de cada producto antes de su entrega.

Su perfil se caracteriza por el compromiso, la responsabilidad y el interés por ofrecer productos de calidad que satisfagan las necesidades de los propietarios de mascotas. Estas cualidades le permiten liderar el emprendimiento y proyectar el crecimiento de “Patitas con Estilo” en el mercado de la ciudad de Quito.

2.3. Plan de Acción o Propuesta

2.3.1. Producto, Servicio o Intervención Propuesta

La propuesta es establecer la empresa "Patitas con Estilo" en Quito, cuyo objetivo es diseñar, confeccionar y vender ropa y complementos para animales de compañía personalizados. Con el objetivo de proporcionar comodidad, protección y un diseño atractivo, la empresa ofrecerá productos hechos con materiales de alta calidad y adaptados a las dimensiones y requerimientos de cada animal doméstico.

La empresa va a ofrecer, entre otros productos, chompas, vestidos, pañuelos, collares y otras piezas personalizadas para gatos y perros. Cada artículo será elaborado teniendo en cuenta las características, la talla y los gustos del cliente, asegurando así un producto que se distinga por su funcionalidad.

"Patitas con Estilo", además de ofrecer productos a la venta, proporcionará un servicio de atención personalizada. Esto permitirá que los clientes elijan colores, diseños, materiales y detalles específicos para sus animales de compañía. Además, la empresa

empleará las redes sociales y medios digitales para publicitar sus productos, gestionar pedidos y sostener una comunicación directa con los clientes.

La propuesta busca satisfacer la creciente demanda de ropa y accesorios personalizados para mascotas, ofreciendo productos de calidad que permitan diferenciar a la empresa de la competencia y fortalecer su posicionamiento en el mercado de la ciudad de Quito.

2.3.2. Costos / Accesibilidad

La empresa "Patitas con Estilo" brindará ropa y complementos para animales de compañía a precios razonables, que variarán entre \$5 y \$30 dependiendo del diseño, la clase de producto y el grado de personalización. Esta estrategia hará posible satisfacer las necesidades de clientes con presupuestos diversos sin comprometer la calidad de los materiales y la confección. Además, ofrecerá opciones de pago en efectivo, transferencia bancaria y billeteras digitales, permitiendo que los clientes adquieran los productos de forma rápida y segura.

Asimismo, los productos se podrán adquirir a través de WhatsApp, redes sociales y atención personalizada, facilitando el acceso y la compra para los clientes de la ciudad de Quito.

2.3.3. Comunicación y Difusión

La empresa "Patitas con Estilo" estará orientada a dar a conocer la marca y sus productos al mercado objetivo mediante estrategias de marketing digital. Para ello, se utilizarán redes sociales como Facebook, Instagram, Tiktok y WhatsApp Business, donde se publicarán fotografías, videos, promociones y contenido relacionado con el cuidado y la moda para mascotas.

Además, la empresa fomentará la interacción con los clientes mediante respuestas oportunas, promociones y publicaciones constantes, con el propósito de fortalecer el posicionamiento de la marca y aumentar las ventas. El uso de estos canales permitirá llegar a un mayor número de consumidores con una inversión accesible y una comunicación directa (Kotler y Armstrong, 2018b).

2.3.4. Distribución o Implementación

La distribución de los productos de “Patitas con Estilo” se realizará mediante venta directa y canales digitales, con el fin de facilitar el acceso de los clientes a la ropa y accesorios para mascotas. Los pedidos se recepcarán a través de Facebook, Instagram, Tiktok y WhatsApp Business, donde los clientes podrán solicitar productos personalizados de acuerdo con las características de sus mascotas.

La implementación de la propuesta iniciará con la adquisición de materiales e insumos, el diseño y confección de las prendas, la promoción de la marca en redes sociales y la comercialización de los productos. Posteriormente, se realizará el seguimiento a los clientes para conocer su nivel de satisfacción e identificar oportunidades de mejora, contribuyendo al crecimiento y posicionamiento de la empresa en el mercado (Kotler y Armstrong, 2018b).

CAPÍTULO III: Aspectos Técnicos Y Operativos

3.1. Procesos y Control de Calidad

La empresa "Patitas con Estilo" llevará a cabo un proceso de producción estructurado que incluye recibir el pedido, medir al animal, diseñar, cortar la tela, confeccionar, terminar y entregar el producto. Cada fase posibilitará la confección de accesorios y prendas personalizadas en función de los gustos y necesidades del cliente.

Para asegurar la calidad, cada producto será sometido a una revisión previa a su entrega, en la que se comprobarán las costuras, acabados, dimensiones y el confort de los materiales empleados. Además, se utilizarán tejidos apropiados y resistentes para el bienestar de las mascotas con el objetivo de proporcionar artículos funcionales y duraderos.

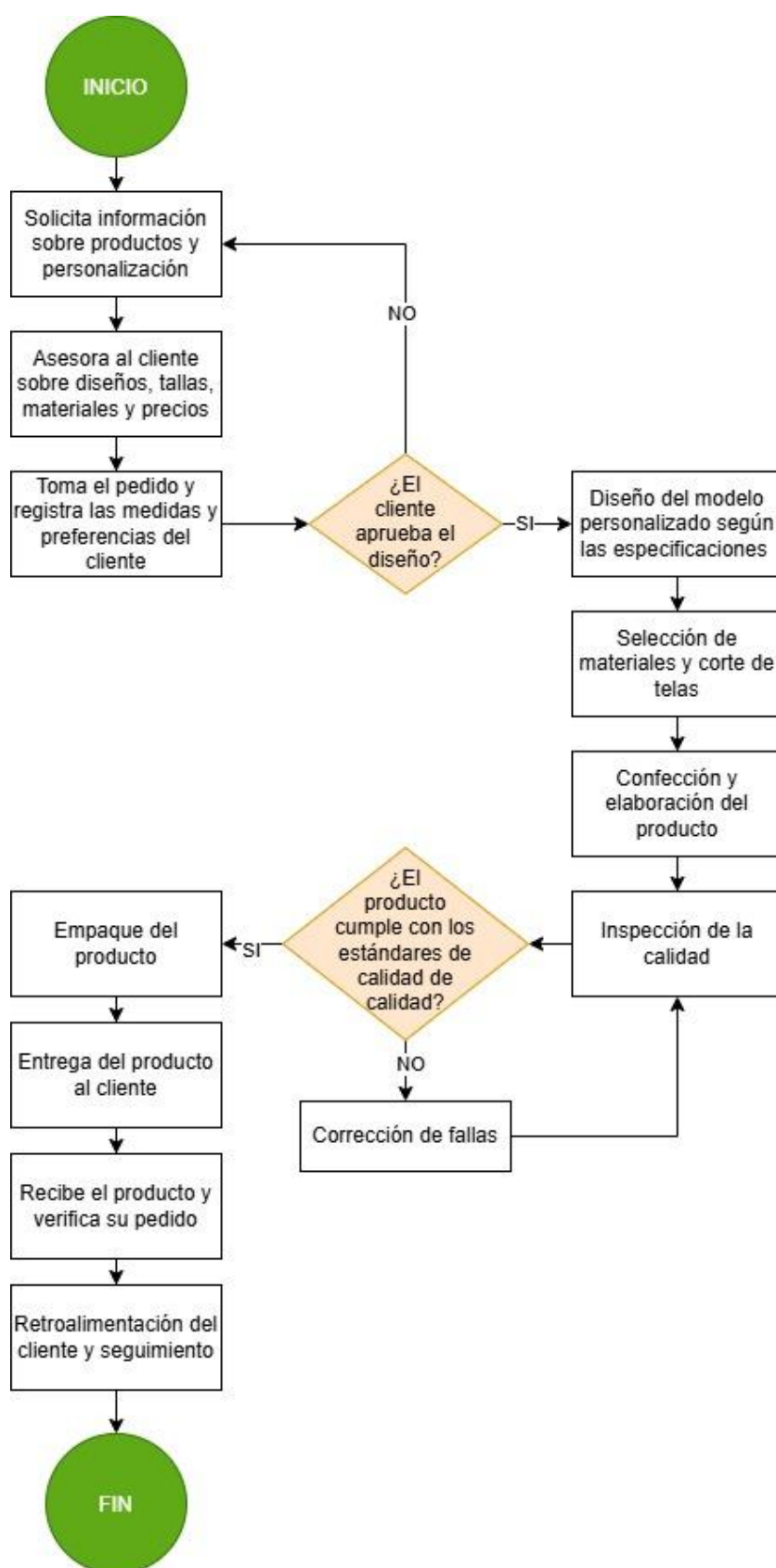
La implementación de estos procesos y controles ayudará a mantener la calidad en cada producto elaborado, mejorar la satisfacción del cliente y reforzar la imagen corporativa (Kotler y Armstrong, 2018b).

3.1.1. Diagramas de Flujo del Proceso

El diagrama de flujo ilustra el método de atención, producción y distribución de productos personalizados de "Patitas con Estilo". Comienza con la solicitud de información del cliente, luego sigue con el asesoramiento, la toma del pedido y la aprobación del diseño. Posteriormente, se escogen los materiales, se confecciona el producto y se lleva a cabo un control de calidad. Si hay errores, se corrigen; si cumple con los estándares, el siguiente paso es empaquetar y entregar al cliente, además de hacer un seguimiento hasta que el proceso termine.

La evidencia del procedimiento de confección y entrega de producto se puede observar en los anexos, donde el Anexo B muestra la materia prima, en el Anexo C la confección, Anexo D el diseño de las prendas y en el Anexo E la entrega de indumentaria.

Figura 3 Flujograma de trabajo



Fuente: Elaboración Propia

3.1.2. Mecanismos de Control y Seguimiento

Los métodos de control y seguimiento posibilitarán comprobar que las operaciones del negocio "Patitas con Estilo" se ejecuten conforme al plan establecido, asegurando la calidad de los artículos y la satisfacción del cliente. Estos procedimientos ayudarán a determinar problemas potenciales y a llevar a cabo acciones de mejora constante en los procesos de producción y venta (Chiavenato et al., 2017).

Se mantendrá un registro de los pedidos, la disponibilidad de materiales, los tiempos de confección y las entregas efectuadas como parte del control operativo. Asimismo, se revisará cada artículo antes de ser entregado para verificar que las medidas, costuras, acabados y materiales satisfacen los estándares de calidad establecidos por la empresa.

En el ámbito comercial, se llevará a cabo un seguimiento de las ventas, la cantidad de clientes atendidos y la interacción en redes sociales para valorar cuán eficaces son las tácticas de marketing. Además, se requerirá el punto de vista de los clientes a través de encuestas de satisfacción, lo que posibilitará determinar su grado de aceptación e identificar oportunidades para mejorar.

Por último, la empresa hará revisiones regulares de los resultados logrados, los cuales serán comparados con las metas que se establecieron en el plan de negocios. Este seguimiento permitirá tomar decisiones a tiempo y ayudará a que "Patitas con Estilo" crezca y se fortalezca.

3.2. Capacidad Operativa

3.2.1. Capacidad de Ejecución o Producción

Los medios disponibles para la fabricación de ropa y complementos personalizados para animales domésticos determinan la capacidad operativa de la empresa "Patitas con Estilo". Estos recursos son humanos, materiales y tecnológicos. La dueña se encargará de la producción en sus primeras etapas, llevando a cabo las tareas de diseño, confección y venta de los bienes.

La empresa operará bajo un esquema de producción por pedido, lo que posibilitará la confección de prendas en función de los gustos y requerimientos de cada cliente,

maximizando el aprovechamiento de materiales y minimizando desperdicios. Conforme la demanda crezca, se proyecta que la capacidad de producción también aumente por medio de la incorporación de maquinaria y personal adicional.

Esta modalidad posibilitará que se ofrezcan productos de calidad, que se cumplan los plazos de entrega y que las necesidades del mercado sean atendidas de manera eficaz.

3.2.2. Dimensionamiento del Proyecto

El proyecto "Patitas con Estilo" se llevará a cabo en la ciudad de Quito como una microempresa que se enfoca en diseñar, confeccionar y vender ropa y complementos personalizados para animales domésticos. En su fase inicial, las operaciones se centrarán en satisfacer la demanda del sector sur de la ciudad, haciendo un uso eficaz de los recursos existentes.

La producción comenzará bajo pedido, lo que posibilitará la optimización de materiales, la disminución de costos y la oferta de productos personalizados. Es previsible que, conforme la empresa aumente su base de clientes y sus ventas, expanda su capacidad de producción y alcance a más mercados.

3.3. Infraestructura y Recursos

3.3.1. Espacios, Equipos

La empresa "Patitas con Estilo" tendrá áreas de trabajo organizadas que posibilitarán la realización eficaz de tareas como diseñar, confeccionar y vender ropa y complementos para animales. El flujo del proceso de producción será más fluido, se utilizarán mejor los recursos y se contribuirá a mantener el orden y la calidad en cada fase productiva gracias a la distribución de las áreas (Chiavenato et al., 2017).

- **Área de diseño y toma de medidas**

En esta área, se llevará a cabo la atención al cliente, la medición de las mascotas y la determinación de los atributos del producto, incluyendo el color, diseño, tipo de tela y complementos que tendrá la prenda. Un adecuado registro de esta información permitirá reducir errores y garantizar que el producto se adapte correctamente a las necesidades del cliente.

- **Área de corte de telas**

El área de corte de telas estará equipada con una mesa de trabajo y las herramientas necesarias para delinear patrones y recortar las telas e insumos requeridos para la confección de cada prenda, buscando optimizar el uso de los materiales y minimizar los residuos. Un proceso de corte eficiente facilitará la confección de prendas de calidad.

- **Área de confección**

La zona de confección será el sitio donde se armarán las prendas y complementos para animales domésticos. Se emplearán máquinas y utensilios de costura en este lugar para confeccionar cada producto de acuerdo con lo que el cliente ha especificado. Asimismo, se comprobará que los acabados y las costuras satisfagan las normas de calidad definidas por la empresa.

- **Área de almacenamiento de materiales y productos terminados**

Esta zona se utilizará para almacenar de manera organizada botones, cierres, telas, hilos y otros insumos que se usan en la producción. Además, los productos acabados se mantendrán hasta que sean entregados al consumidor. Una buena organización posibilitará la protección de los materiales, el control del inventario y la preservación de las condiciones óptimas en el área laboral.

- **Área de empaque y despacho**

La zona de empaque y despacho servirá para inspeccionar los productos acabados, embalar y prepararlos para ser entregados. Se comprobará de nuevo la calidad de las prendas antes de mandarlas al cliente en esta fase. Un proceso de empaquetado apropiado ayudará a resguardar los productos y optimizar la imagen de la marca.

- **Espacio para atención al cliente**

El espacio para la atención al cliente estará destinado a proporcionar información acerca de los productos y a responder preguntas, pedidos y solicitudes. En esta zona, se proporcionará una atención amable y personalizada, guiando al cliente a lo largo del proceso de compra. El fortalecimiento de la confianza de los clientes y la lealtad hacia la empresa "Patitas con Estilo" se verán favorecidos por un servicio de calidad.

3.3.2. Distribución y Organización Física o Lógica

La empresa "Patitas con Estilo" tendrá una distribución física ordenada que permitirá el desempeño de las tareas de diseño, confección y venta de ropa y complementos para animales de compañía. Para mejorar la atención al cliente y hacer más eficiente el proceso de producción, el espacio se dividirá en zonas funcionales.

La distribución incluirá una zona de atención al cliente y recepción, donde se tomarán las medidas de los animales domésticos y se registrarán los pedidos; un área para el diseño y confección, que será empleada para la costura, el corte y la fabricación de las prendas; una sección de almacenamiento para productos acabados, insumos y telas; así como un espacio destinado a empaquetar y entregar los pedidos.

Esta organización ayudará a optimizar el uso de recursos, mejorar el flujo de trabajo y asegurar un proceso productivo eficaz y ordenado. Esto permitirá cumplir con los plazos de entrega y satisfacer al cliente (Chiavenato et al., 2017).

Falta foto

3.4. Análisis de Recursos y Proveedores

3.4.1. Insumos, Materiales

- **Recursos Humanos**

Los recursos humanos son un componente esencial para la operación de "Patitas con Estilo". Durante la fase inicial, la dueña ejercerá tareas multifuncionales que tienen que ver con la administración, el diseño, la confección, las ventas y el servicio al cliente. Su colaboración hará posible la coordinación de las operaciones comerciales y operativas del negocio. Una vez que la demanda suba, será posible sumar empleados de apoyo con el fin de robustecer la capacidad productiva y optimizar el servicio prestado.

- **Recursos Materiales**

Los insumos requeridos para fabricar ropa y accesorios para animales de compañía. Entre ellos se incluyen botones, cierres, elásticos, etiquetas, hilos, telas y materiales de decoración. Para asegurar un buen nivel y presentación de los productos,

estos componentes son esenciales. La administración apropiada de los materiales hará que los costos se optimicen y que el derroche disminuya durante el proceso de confección.

- **Recursos Tecnológicos**

La gestión y promoción de la empresa se verán favorecidas gracias a los recursos tecnológicos. Para llevar a cabo la gestión de pedidos, el registro de datos y la creación de estrategias de marketing digital, se emplearán dispositivos como un teléfono móvil, una computadora, una impresora y acceso a internet. Además, se utilizarán plataformas como Instagram, Facebook, WhatsApp Business y Tiktok para mejorar la comunicación con los clientes y dar a conocer los productos.

- **Recursos Financieros**

Los recursos financieros posibilitarán cubrir los gastos de operación y la inversión inicial de la empresa. La adquisición de maquinaria, materiales, equipos tecnológicos y otros elementos necesarios para comenzar las operaciones será financiada con estas herramientas. Una buena gestión de las finanzas ayudará a mantener los costos bajo control y a asegurar la sostenibilidad económica del negocio emprendido en el largo plazo.

2.4. Normativa Aplicable

2.4.1. Normas Técnicas

El proyecto "Patitas con Estilo" se llevará a cabo conforme a las leyes ecuatorianas actuales. La Constitución de la República del Ecuador, la Ley de Compañías, la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, el Código del Trabajo y la Ley de Régimen Tributario Interno son algunas de las principales disposiciones legales. Asimismo, los reglamentos técnicos sobre el etiquetado de ropa y complementos textiles que emite el INEN también se incluyen. Además, tendrá que respetar las leyes municipales del Distrito Metropolitano de Quito para conseguir permisos y ejecutar actividades comerciales.

2.4.2. Medidas de Seguridad y Cumplimiento

La empresa "Patitas con Estilo" tomará medidas de seguridad y cumplimiento con el fin de salvaguardar a los individuos, los equipos y los materiales empleados en el proceso de confección. Según el (Código del trabajo, 2024), estas acciones ayudarán a evitar riesgos en el trabajo y asegurar un entorno laboral ordenado y seguro.

Entre las principales medidas se encuentra el uso adecuado de la maquinaria y herramientas de costura, el mantenimiento preventivo de los equipos y el orden permanente del área de trabajo para evitar accidentes. Asimismo, se utilizarán elementos de protección cuando sean necesarios y se capacitará al personal sobre el manejo correcto de los equipos.

Respecto al cumplimiento, la empresa llevará a cabo sus actividades conforme a las leyes en vigor en Ecuador, cumpliendo con los deberes municipales, laborales y tributarios. Asimismo, implementará prácticas responsables para gestionar los desechos textiles y supervisará la calidad de los productos, lo cual ayudará a proteger el medioambiente.

2.5. Localización o Ámbito de Aplicación

2.5.1. Macro Localización

La provincia de Pichincha, en Ecuador, específicamente la ciudad de Quito es donde se ubica el proyecto en términos de macro localización. Esta localización fue escogida debido a que es una de las ciudades más importantes del país y cuenta con un mercado en constante aumento para productos y servicios orientados a mascotas.

La empresa "Patitas con Estilo" tiene la posibilidad de desarrollarse en Quito, pues ha crecido el número de familias que tienen mascotas y los clientes están interesados en comprar artículos personalizados para mejorar la comodidad y el bienestar de sus animales. La ciudad también dispone de un extenso comercio, acceso a proveedores de insumos textiles y vías de distribución que permiten la venta de productos.

Debido a estas propiedades, la ciudad de Quito constituye un ambiente apropiado para poner en marcha el proyecto y crear tácticas comerciales enfocadas en el desarrollo y posicionamiento de la empresa en el mercado local (INEC, 2023).

2.5.2. Micro Localización

El sector de Morán Valverde, que se sitúa en la zona sur de Quito y pertenece a la provincia de Pichincha, es donde se encuentra la micro localización del proyecto. La accesibilidad, la proximidad a las principales rutas que permiten el transporte de clientes y proveedores, así como la presencia de servicios básicos, fueron los motivos por los cuales se eligió este lugar.

Además, la ubicación permite desarrollar las actividades de diseño, confección y comercialización de ropa y accesorios para mascotas en un espacio adecuado, optimizando los recursos disponibles durante la etapa inicial del emprendimiento. Asimismo, la empresa podrá atender pedidos de diferentes sectores de la ciudad mediante la venta directa y el uso de canales digitales como redes sociales y WhatsApp Business.

2.5.3. Factores de Decisión

La empresa "Patitas con Estilo" eligió su localización tomando en cuenta elementos que benefician el ejercicio de sus funciones. El acceso sencillo para los clientes y los proveedores, la disponibilidad de servicios esenciales, la proximidad a las carreteras principales y la capacidad de repartir los productos en varias áreas de Quito son algunos de los factores más importantes.

Asimismo, se consideraron la seguridad del sector, la proximidad al mercado objetivo y la existencia de un espacio apropiado para crear y fabricar ropa y complementos para mascotas. Estos elementos ayudarán a que la empresa funcione de manera eficaz y a que sus metas comerciales se cumplan.

2.6. Matriz de Impacto y Mitigación

2.6.1. Impactos Sociales, Ambientales y Económicos

Tabla 10. Matriz

Tipo de impacto	Impacto identificado	Medida de mitigación
Social	Generación de empleo y fortalecimiento del emprendimiento local.	Brindar un ambiente de trabajo seguro, promover la capacitación continua y ofrecer un servicio de calidad a los clientes.
Social	Mayor bienestar para las mascotas mediante productos personalizados.	Elaborar prendas con materiales cómodos y

		seguros, adaptados a las necesidades de cada mascota.
Ambiental	Generación de residuos textiles durante la confección.	Reutilizar retazos de tela, clasificar los residuos y reducir el desperdicio de materiales.
Ambiental	Consumo de energía eléctrica por el uso de maquinaria.	Utilizar los equipos de forma eficiente y apagarlos cuando no estén en funcionamiento.
Económico	Incremento de la actividad comercial y generación de ingresos.	Mantener una adecuada planificación financiera y un control permanente de costos y gastos.
Económico	Dependencia de proveedores para la adquisición de insumos.	Trabajar con varios proveedores para garantizar el abastecimiento y obtener mejores precios.

Fuente: Elaboración Propia

2.6.2. Plan de Mitigación

Para prevenir y minimizar los riesgos que pueden obstaculizar el desarrollo de sus operaciones, la empresa "Patitas con Estilo" llevará a cabo un plan de mitigación. Estas medidas posibilitarán que la calidad de los productos mejore, que el medio ambiente esté protegido y que el funcionamiento del emprendimiento sea eficaz.

En el área operativa, se supervisará la confección para evitar fallos en la elaboración de las prendas y se llevará a cabo un mantenimiento regular de las máquinas. En el campo del medio ambiente, se fomentará la reutilización de retazos de tela, la eliminación adecuada de los residuos producidos durante la producción y el empleo responsable de los materiales.

En términos comerciales, la empresa reforzará sus tácticas de mercadeo digital para mejorar su posición y disminuir el riesgo de ventas bajas. Asimismo, sostendrá vínculos con diferentes proveedores para garantizar que haya suficientes materiales y prevenir demoras en la producción.

CAPÍTULO IV: Estudio Económico Y Evaluación

4.1. Estructura Económica del Proyecto

La estructura económica del proyecto busca determinar los recursos financieros que se necesitan para la creación de la empresa "Patitas con Estilo", la cual tiene como objetivo diseñar, confeccionar y vender ropa y complementos para animales de compañía en Quito. La maquinaria, los equipos e insumos requeridos para poner en marcha las actividades de producción se conseguirán mediante la inversión inicial (Gitman y Zuter, 2018).

4.1.1. Plan de Inversiones

Tabla 11. Activos Fijos

Detalle	Cantidad	Valor Unitario (USD)	Valor Total (USD)
Máquina Overlock de 4 hilos	1	850	850
Máquina Recubridora	1	800	800
Máquina Cortadora de tela	1	500	500
Máquina Estampadora	1	1.000,00	1.000,00
Máquina Bordadora	1	1.100,00	1.100,00
Herramientas de confección	1	200	200
Mesa de corte	1	200	200
Mesa de trabajo	1	150	150
Sillas	2	40	80
Computadora	1	500	500
Impresora	1	160	160
Estantería	1	150	150
Plancha industrial	1	300	300
Total, Activos Fijos			5.990,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 12. Formalización Legal y Operativa

Detalle	Valor (USD)
Permisos y Patente Municipal	50
Registro de marca	150
Publicidad de lanzamiento	350
Diseño de imagen corporativa	100
Total, Activos Diferidos	650

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 13. Capital de Trabajo

Detalle	Valor (USD)
Compra inicial de telas	400
Recursos Humanos	800
Etiquetas y empaques	60
Servicios básicos e internet	50
Transporte y gastos operativos	50
Caja chica	2.000,00
Total, Capital de Trabajo	3.360,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 14. Resumen de la Inversión Inicial

Concepto	Valor (USD)
Activos Fijos	5.990,00
Activos Diferidos	650
Capital de Trabajo	3.360,00
Inversión Total	10.000,00

Fuente: Elaboración Propia

4.1.2. Fuentes de Financiamiento

El proyecto "Patitas con Estilo" se llevará a cabo gracias a un préstamo concedido por la Cooperativa de Ahorro y Crédito 23 de Julio, que será la fuente externa de financiación. El plazo del crédito es de 36 meses, con un monto de USD 10.000 y una tasa de interés anual del 14,5 %.

La selección de esta fuente de financiación hará posible cubrir la inversión inicial necesaria para adquirir equipos, maquinaria, mobiliario, materiales y suministros que se requieran para que la empresa funcione. Además, el plazo de 36 meses permitirá cumplir con las obligaciones financieras a través de cuotas mensuales cercanas a USD 344.21, sin que esto impacte de manera significativa en el flujo de caja del negocio.

El financiamiento externo será de ayuda para que la empresa empiece a operar y hará posible implementar el plan de negocios sin limitar la disponibilidad de recursos para los procesos operativos y comerciales. Asimismo, una gestión apropiada del crédito beneficiará el desarrollo financiero y la expansión de "Patitas con Estilo" (Gitman y Zuter, 2018).

Tabla 15. Tabla de Amortización

Concepto	Valor
Monto del préstamo	USD 10.000,00
Entidad financiera	Cooperativa 23 de Julio
Tasa de interés anual	14,50%
Tasa de interés mensual	1,21%
Plazo	36 meses
Sistema	Cuota fija (francés)
Cuota mensual aproximada	USD 344,21

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 16. Resumen Financiero

Concepto	Valor (USD)
Préstamo	10.000,00
Cuota mensual	344,21
Total, pagado (36 cuotas)	12.391,56
Intereses aproximados	2.391,56

Fuente: Elaboración Propia

4.1.3. Presupuesto de Ingresos

Tabla 17. Presupuesto de Ingresos

Producto	Cantidad mensual	Cantidad anual	Precio (USD)	Ingreso mensual (USD)	Ingreso anual (USD)
-----------------	-------------------------	-----------------------	---------------------	------------------------------	----------------------------

Vestidos variados	40	480	6	240	2.880,00
Chompas	65	780	8	520	6.240,00
Camisetas	110	1.320	3	330	3.960,00
Enterizos	25	300	8	200	2.400,00
Suéteres	55	660	6	330	3.960,00
Ternos esmoquin	12	144	12	144	1.728,00
Disfraces	15	180	6	90	1.080,00
Abrigos	65	780	8	520	6.240,00
Camisas	20	240	5	100	1.200,00
Mamelucos	20	240	5	100	1.200,00
Camas	4	48	12	48	576
Suéteres deportivos	45	540	6	270	3.240,00
Impermeables	10	120	5	50	600
TOTAL	486	5.832	—	2.942,00	35.304,00

Fuente: Elaboración Propia

4.1.4. Presupuesto de Costo

Tabla 18. Presupuesto de Costos

Detalle	Costo mensual (USD)	Costo anual (USD)
Compra de telas e insumos	400	4.800,00
Recursos humanos (Operaria de confección)	500	6.000,00
Recursos humanos (Asistente de ventas)	300	3.600,00
Etiquetas y empaques	60	720
Internet	20	240
Energía eléctrica	20	240
Agua potable	10	120
Transporte y gastos operativos	50	600
Mantenimiento de maquinaria y equipos	20	240
Total	1.380,00	16.560,00

Fuente: Elaboración Propia

4.1.5. Presupuesto de Gastos

Tabla 19. Presupuesto de Gastos

Detalle	Gasto Mensual (USD)	Gasto Anual (USD)
---------	---------------------	-------------------

Arriendo del local	300	3.600,00
Publicidad y marketing digital	100	1.200,00
Papelería y útiles de oficina	30	360
Mantenimiento de equipos	20	240,00
Total, Presupuesto de Gastos	450,00	5,400.00

Fuente: Elaboración Propia

4.1.6. Estado de Resultados Proyectado

Tabla 20. Estados de Resultados Proyectado

Concepto	Mensual (USD)	Anual (USD)
Ingresos por ventas	2.942,00	35.304,00
(-) Costos de producción	-1.380,00	-16.560,00
Utilidad Bruta	1.562,00	18.744,00
(-) Gastos operativos	-450	-5.400,00
(-) Depreciación	-24,96	-299,5
Utilidad Operacional	1.087,04	13.044,50
(-) Gastos financieros (intereses)	-105,48	-1.265,77
Utilidad antes del impuesto a la renta	981,56	11.778,73
(-) Impuesto a la renta (15 %)	-147,23	-1.766,81
Utilidad Neta del Ejercicio	834,33	10.011,92

Fuente: Elaboración Propia

4.1.7. Punto de Equilibrio

Tabla 21. Costos Fijos Anuales

Concepto	Valor (USD)
Gastos operativos	5.400,00
Depreciación	299,50

Total, Costos Fijos	5.699,50
----------------------------	-----------------

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 22. Costos Variables Anuales

Concepto	Valor (USD)
Costos de producción	16.560,00
Total, Costos Variables	16.560,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 23. Punto de Equilibrio

Concepto	Resultado
Ventas anuales	USD 35.304,00
Producción anual	5.832 unidades
Precio promedio de venta	USD 6,05
Costo variable anual	USD 16.560,00
Costo variable unitario	USD 2,84
Costos fijos	USD 5.699,50
Margen de Contribución Unitario	USD 3,21

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 24. Punto de Equilibrio en Unidades

Concepto	Valor
Costos fijos	USD 5.699,50
Precio promedio de venta	USD 6,05
Costo variable unitario	USD 2,84
Margen de contribución unitario	USD 3,21
Punto de equilibrio anual	1.776 unidades
Punto de equilibrio mensual	148 unidades

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 25. Punto de Equilibrio en Ventas

Concepto	Cálculo	Resultado
Punto de equilibrio anual	1.776 unidades	-

Precio promedio de venta	USD 6,05	-
Punto de equilibrio en ventas	$1.776 \times 6,05$	USD 10.744,80
Punto de equilibrio mensual	$10.744,80 \div 12$	USD 895,40

Fuente: Elaboración Propia

4.1.8. Flujo de Caja Proyectado

Tabla 26. Flujo de Caja Proyectado

Concepto	Mensual (USD)	Anual (USD)
Utilidad neta del ejercicio	834,33	10.011,92
(+) Depreciación	24,96	299,5
Flujo de caja operativo	859,29	10.311,42
(-) Amortización del capital del préstamo	-238,73	-2.864,75
Flujo neto de caja	620,56	7.446,67

Fuente: Elaboración Propia

4.1.9. Balance Proyectado

Tabla 27. Depreciación Anual de los Activos Fijos

Activo	Valor (USD)	Valor residual (50%) (USD)	Vida útil	Depreciación anual (USD)
Máquina Overlock	850	425	5 años	42,50
Máquina Recubridora	800	400	5 años	40,00
Máquina Cortadora	500	250	5 años	25,00
Máquina Estampadora	1.000,00	500	5 años	50,00
Máquina Bordadora	1.100,00	550	5 años	55,00
Mesa de corte	200	100	5 años	10,00
Mesa de trabajo	150	75	5 años	7,50
Sillas	80	40	5 años	4,00
Computadora	500	250	5 años	25,00
Impresora	160	80	5 años	8,00
Estantería	150	75	5 años	7,50
Plancha industrial	300	150	5 años	15,00

Total	5.990,00	2.995,00		299,50
--------------	-----------------	-----------------	--	---------------

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 28. Balance General Projectado al Cierre del Primer Año

ACTIVOS	USD
Activo Corriente	
Caja y bancos	11.456,67
Total, Activo Corriente	11.456,67
Activo No Corriente	
Maquinaria y equipos	5.990,00
(-) Depreciación acumulada	-299,5
Activo fijo neto	5.690,50
TOTAL, ACTIVOS	17.147,17

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 29. Pasivo y Patrimonio

PASIVO Y PATRIMONIO	USD
Pasivo	
Préstamo pendiente	7.135,25
Total, Pasivo	7.135,25
Patrimonio	
Utilidad del ejercicio	10.011,92
Total, Patrimonio	10.011,92
TOTAL, PASIVO + PATRIMONIO	17.147,17

Fuente: Elaboración Propia

4.2. Evaluación del Proyecto

Tabla 30. Flujo de Caja para la Evaluación del Proyecto

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión inicial	-10.000,00	—	—	—	—	—

Flujo neto de efectivo	—	7.446,67	7.446,67	7.446,67	7.446,67	7.446,67
Recuperación del capital de trabajo	—	—	—	—	—	3.360,00
Flujo total	-10.000,00	7.446,67	7.446,67	7.446,67	7.446,67	

Fuente: Elaboración Propia

4.2.1. Indicadores de Viabilidad: VAN, TIR, ROE/ROA, Período de Recuperación

Tabla 31. Valor Actual Neto (VAN)

Año	Flujo Neto (USD)	Factor de descuento (14,5 %)	Valor Presente (USD)
0	10.000,00	1,000	10.000,00
1	7.446,67	0,8734	6.504,72
2	7.446,67	0,7628	5.680,32
3	7.446,67	0,6662	4.960,57
4	7.446,67	0,5818	4.332,48
5	10.806,67	0,5081	5.490,67
		Total, Valor Presente	26.968,76
		(-) Inversión inicial	10.000,00
		VAN	USD 16.968,76

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

El resultado es positivo del Valor Actual Neto obtenido es de USD 16.968,76, lo que indica que el proyecto devuelve la inversión inicial de USD 10.000,00 y produce un provecho adicional de USD 16.968,76 después de descontar los flujos futuros a una tasa anual del 14,50 %. Por lo tanto, el proyecto es factible.

Tabla 32. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Concepto	Resultado
----------	-----------

Tasa Interna de Retorno (TIR)	71%
--------------------------------------	------------

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

Significa que el proyecto es capaz de producir un rendimiento anual del 71 % sobre la inversión realizada. Dado que esta rentabilidad es más alta que la tasa de descuento del 14,50 %, el proyecto no solo recupera la inversión, sino que también genera beneficios económicos, lo cual lo hace financieramente viable.

Tabla 33. Rentabilidad Sobre el Patrimonio (ROE)

Concepto	Valor
Utilidad neta del ejercicio	USD 10.011,92
Patrimonio promedio	USD 10.011,92
ROE	100%

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

El proyecto fue financiado completamente por medio de un préstamo, lo que explica el ROE del 100 %. Dado que la utilidad neta de USD 10.011,92 producida en el primer año se integró como patrimonio, ambos valores son equivalentes. Este resultado muestra la creación de patrimonio a través de la operación del negocio, no un rendimiento del 100 % sobre el capital propio.

Tabla 34. Rentabilidad Sobre los Activos (ROA)

Concepto	Valor
Utilidad neta	USD 10.011,92
Activos totales	USD 17.147,17
ROA	58,39%

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

Esto quiere decir que la empresa produce una ganancia equivalente al 58,39 % de lo que valen sus activos. En otras palabras, la empresa logra alrededor de 0.58 dólares en ganancias netas por cada dólar que invierte en activos durante su primer año de funcionamiento.

Tabla 35. Comparación Entre Roa y Roe

Indicador	Resultado	Interpretación
ROE	100%	Mide la rentabilidad obtenida sobre el patrimonio.
ROA	58,39%	Mide la rentabilidad obtenida sobre el total de los activos.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 36. Periodo de Recuperación de la Inversión

Indicador	Valor
Inversión inicial	USD 10.000,00
Flujo neto anual	USD 7.446,67
Período de recuperación	1 año y 4 meses

Fuente: Elaboración Propia

PLAN DE CONTINGENCIA Y SALIDA

Tabla 37. Plan de Contingencia

Riesgo identificado	Plan de contingencia
Disminución de las ventas	Fortalecer las campañas de marketing digital, implementar promociones y ampliar la oferta de productos personalizados.
Incremento del precio de los insumos	Mantener una cartera de varios proveedores y negociar compras al por mayor para reducir costos.
Daños en maquinaria o equipos	Realizar mantenimiento preventivo periódico y disponer de recursos para reparaciones oportunas.
Retrasos en la entrega de materiales	Contar con un inventario mínimo de seguridad y proveedores alternativos.
Baja demanda estacional	Desarrollar nuevas colecciones según la temporada y ofrecer descuentos para incentivar las ventas.
Problemas de liquidez	Controlar el flujo de caja, reducir gastos no esenciales y reprogramar pagos cuando sea necesario.

Fuente: Elaboración Propia

Plan de Salida

Si la empresa no logra los resultados esperados o si el proyecto resulta financieramente inviable, se llevará a cabo un procedimiento organizado para cerrar sus operaciones. En primer lugar, se hará el pago de las obligaciones que aún están pendientes con proveedores, empleados y entidades financieras. Después, se procederá a vender el mobiliario, los equipos y la maquinaria para recuperar una parte de la inversión inicial. Asimismo, se llevará a cabo el cierre de las labores comerciales siguiendo la normativa vigente y se liquidará el inventario existente a través de promociones especiales.

Por último, se llevará a cabo la anulación de los permisos de funcionamiento, el cierre de las responsabilidades tributarias con el Servicio de Rentas Internas (SRI) y la finalización de los registros municipales pertinentes. Estas medidas posibilitarán que las actividades del emprendimiento finalicen de manera ordenada, clara y en cumplimiento con la ley ecuatoriana.

Matriz de Situaciones Adversas

Tabla 38. Matriz de Situaciones Adversas

Situación adversa	Probabilidad	Impacto	Nivel de riesgo	Acción preventiva	Acción correctiva
Disminución de las ventas	Alta	Alto	Alto	Fortalecer la publicidad en redes sociales y realizar promociones periódicas.	Implementar descuentos y ampliar la cartera de clientes.
Incremento del precio de las telas e insumos	Media	Alto	Alto	Mantener convenios con varios proveedores y planificar compras anticipadas.	Buscar nuevos proveedores y ajustar los costos de producción.
Retraso en la entrega de materiales	Media	Medio	Medio	Mantener un inventario mínimo de seguridad.	Reprogramar la producción y utilizar proveedores alternativos.
Daño de maquinaria o equipos	Baja	Alto	Medio	Ejecutar mantenimiento preventivo de forma periódica.	Reparar o reemplazar el equipo para evitar interrupciones.
Baja interacción en redes sociales	Media	Medio	Medio	Publicar contenido frecuente y campañas promocionales.	Contratar campañas publicitarias y mejorar la estrategia digital.
Problemas de liquidez	Baja	Alto	Medio	Controlar el flujo de caja y mantener una reserva financiera.	Reducir gastos no esenciales y renegociar obligaciones de pago.
Aparición de nuevos competidores	Media	Medio	Medio	Innovar constantemente en los diseños y mejorar la atención al cliente.	Diferenciar los productos mediante personalización y promociones.

Cambios en la normativa tributaria o comercial	Baja	Medio	Bajo	Mantenerse informado sobre las disposiciones legales vigentes.	Adaptar los procesos administrativos y cumplir con la normativa.
--	------	-------	------	--	--

Fuente: Elaboración Propia

CONCLUSIONES

La investigación de mercado reveló que en la ciudad de Quito hay una demanda potencial para vender ropa y accesorios para mascotas. Los dueños de mascotas consideraron la calidad, la comodidad y la personalización de los productos como elementos importantes, según lo evidenciado por entrevistas y encuestas. Este hecho supone una oportunidad para que "Patitas con Estilo" se posicione y crezca en este mercado.

Al establecer la localización, los procesos de producción, la capacidad operativa, los recursos requeridos y la estructura organizacional, el análisis técnico, operativo y organizativo evidenció que es factible poner en marcha el emprendimiento. Asimismo, se definieron estrategias de marketing digital y la utilización de redes sociales como instrumentos para incrementar la competitividad de la empresa, atraer a nuevos consumidores y potenciar la imagen de la marca.

La viabilidad económica y la rentabilidad del proyecto fueron confirmadas por el análisis financiero, que requirió una inversión inicial de USD 10.000,00 a través de un préstamo y mostró resultados positivos en los indicadores financieros más importantes. La puesta en marcha de "Patitas con Estilo" se muestra como una opción sostenible, capaz de reintegrar la inversión y producir ganancias económicas durante el periodo de evaluación.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda implementar la propuesta de negocio para la creación de la empresa "Patitas con Estilo" es factible y tiene posibilidades de expansión en el mercado de ropa y complementos para mascotas en Quito, según los análisis organizacionales, técnicos, financieros y de mercado. Por ello, se aconseja llevar a cabo la propuesta comercial. Se aconseja, además, que se fortalezcan las tácticas de marketing digital a través del uso constante de redes sociales, promociones y campañas publicitarias que contribuyan a aumentar el posicionamiento de la marca y atraer nuevos consumidores.
- Es aconsejable mantener un seguimiento constante de los costos de producción, el inventario, el flujo de caja y otros recursos financieros, mediante la evaluación regular de los indicadores económicos para ayudar a tomar decisiones adecuadas. Asimismo, se estima que es apropiado formar alianzas estratégicas con peluquerías caninas, clínicas veterinarias y comercios de mascotas para extender los canales de venta y reforzar la presencia de la empresa en el mercado.
- Se sugiere innovar de manera constante en el diseño y la creación de ropa y complementos para mascotas, incluyendo materiales, tendencias y productos personalizados que se ajusten a los gustos de los clientes. Asimismo, se recomienda evaluar periódicamente el rendimiento de la empresa a nivel financiero, operativo y comercial para descubrir oportunidades para mejorar, perfeccionar los procesos y garantizar un crecimiento sostenible en el largo y medio plazo.

BIBLIOGRAFÍA

BCE. (2026). BCE. Banco Central del Ecuador. <https://www.bce.fin.ec/>

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing: Seventh edition. Pearson UK.

Chain, N. S., Sapag Chain, R., Sapag Puelma, J. M., & Sapag Chain, N. (2014).

Preparación y evaluación de proyectos (6a. ed). México [México] : McGraw - Hill / Interamericana Editores, S. A. de C. V.

Chiavenato, L. J., Ritzman, L. P., & Malhotra, M. K. (2017). Administração De Produção E Operações. Prentice Hall Brasil.

Codigo del trabajo. (2024, enero 2). Dirección de Seguridad en el Trabajo y Prevención de Riesgos Laborales. Ministerio del Trabajo.

<https://www.trabajo.gob.ec/direccion-de-seguridad-en-el-trabajo-y-prevencion-de-riesgos-laborales/>

Constitucion. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Asamblea Nacional del Ecuador. <https://www.asambleanacional.gob.ec/es/contenido/constitucion-de-la-republica-del-ecuador>

El Universo. (2023, septiembre 26). Inec. El Universo.

<https://www.eluniverso.com/noticias/informes/41-millones-de-hogares-a-nivel-nacional-reportaron-tener-al-menos-una-mascota-cual-podria-ser-la-huella-ecologica-de-nuestros-animales-domesticos-nota/>

Gitman y Zuter. (2018). Gitman—Principles of Managerial Finance 13e—Free Download PDF. https://kupdf.net/download/gitman-principles-of-managerial-finance-13e_5b83c4afe2b6f5b168d3dfa8_pdf

GITMAN/ZUTTER, V. (2017). UK TITLE Fundamentals of Financial Management 13e.

Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2013). Entrepreneurship (9ª edición).

McGraw-Hill.

IESS. (2026). IESS - INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL.

IESS. <https://www.iess.gob.ec/>

INEC. (2023). INEC. Instituto Nacional de Estadística y Censos.

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/mas-de-2-millones-de-ninos-en-el-ecuador-viven-con-mascotas/>

Kotler, P. (with Internet Archive). (2016). Marketing management. New York : Pearson.

http://archive.org/details/marketingmanagem0000kntl_f0a5

Kotler, Philip , Kartajaya, Hermawan , Setiawan, Iwan. (2021). Marketing 5.0 / (1st edition). Wiley,.

Kotler y Armstrong. (2018a). eBook—Principles of marketing, 17th ed. OverDrive.

<https://www.overdrive.com/media/5762820/principles-of-marketing-17th-ed>

Kotler y Armstrong. (2018b). Kotler, Principles of Marketing, Global Edition, 17/E.

<https://www.pearson.com/se/Nordics-Higher-Education/subject-catalogue/marketing/Principles-of-Marketing-Kotler-Armstrong.html>

Lozano, G. C. S., & Pesántez, F. S. P. (2023). Analizar los factores que debe cumplir el emprendimiento para ser eficiente y eficaz en el marco jurídico ecuatoriano.

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 7(2), 877-903.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i2.5372

LUAE. (2026). Municipio de Quito. Municipio de Quito. <https://www.quito.gob.ec/>

Malhotra, Naresh K. (2016). Marketing research: An applied orientation. 7 th ed

Pearson education. VitalSource.

<https://www.vitalsource.com/products/essentials-of-marketing-research-naresh-k-malhotra-v9780133401820>

- MPCEIP. (2023). Ministerio de Producción promueve el crecimiento y competitividad de las MIPYMES ecuatorianas – Ministerio de Producción, Comercio Exterior e Inversiones. <https://www.produccion.gob.ec/ministerio-de-produccion-promueve-el-crecimiento-y-competitividad-de-las-mipymes-ecuatorianas/>
- Porter, M. E. (2008). Competitive Strategy by Michael E. Porter. <https://www.perlego.com/book/780079/competitive-strategy-techniques-for-analyzing-industries-and-competitors-pdf>
- RUC. (2015). RUC personas naturales—Intersri—Servicio de Rentas Internas. https://www.sri.gob.ec/nl/ruc-personas-naturales?utm_source=chatgpt.com
- SENADI. (2021). Registro de Marcas de Productos y Servicios único para personas naturales y jurídicas sean nacionales o extranjeras | Ecuador—Guía Oficial de Trámites y Servicios. <https://www.gob.ec/senadi/tramites/registro-marcas-productos-servicios-unico-personas-naturales-juridicas-sean-nacionales-extranjeras>

ANEXOS

Anexo A. Interpretación y resultado de entrevistas

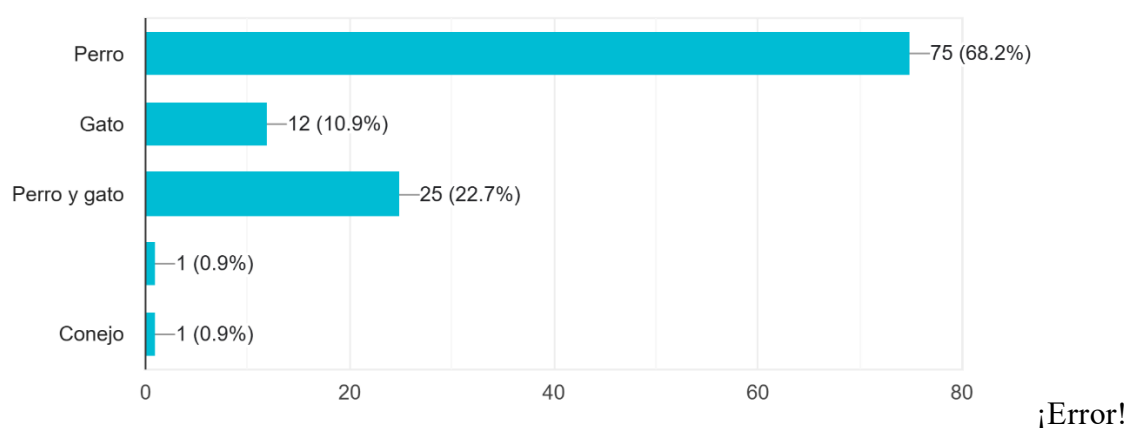
Pregunta 1: ¿Qué tipo de mascota tiene?

Tabla 39. Pregunta 1 de la Encuesta

Tipo de mascota	Frecuencia	Porcentaje
Perro	75	68,20%
Gato	12	10,90%
Perro y gato	25	22,70%
Ave	1	0,90%
Conejo	1	0,90%
Total, de respuestas	110	100,00%

Elaboración Propia

Figura 4 Pregunta 1 de la Encuesta



Vínculo no válido.

Elaboración Propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta, se observa que la mayoría de los encuestados, correspondientes posee perros (68,2%), mientras que el 22,7% tiene perros y gatos. En menor proporción, el 10,9% cuenta únicamente con gatos y el 0,9% posee conejos u otro tipo de mascota.

Análisis

La información evidencia que el mercado objetivo está conformado principalmente por propietarios de perros. Por ello, la empresa Patitas con Estilo debe enfocar su oferta en ropa y accesorios para perros, sin dejar de considerar una línea de productos para gatos y otras mascotas, con el fin de atender las diferentes necesidades de los clientes.

Pregunta 2: ¿Con qué frecuencia compra ropa o accesorios para su mascota?

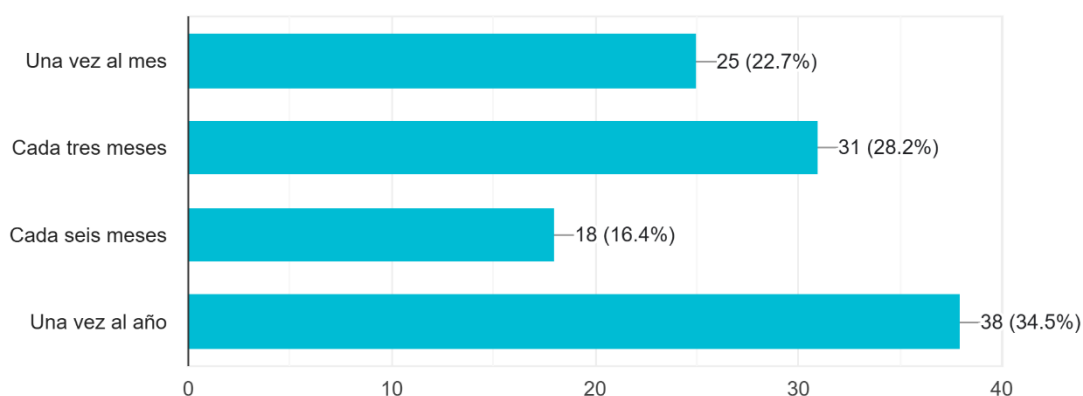
Tabla 40. Pregunta 2 de la Encuesta

Frecuencia de compra	Frecuencia	Porcentaje

Una vez al mes	25	22,70%
Cada tres meses	31	28,20%
Cada seis meses	18	16,40%
Una vez al año	38	34,50%
Total	110	100,00%

Elaboración Propia

Figura 5 Pregunta 2 de la Encuesta



Elaboración Propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta, se observa que la mayoría de los encuestados, correspondiente al 34,5% indicó que adquiere ropa o accesorios para su mascota una vez al año, lo que representa la frecuencia de compra más habitual. El 22,7% efectúa estas compras mensualmente, mientras que el 28,2% las ejecuta cada tres meses. Por último, el 16,4% afirmó que adquiere estos productos semestralmente.

Análisis

La información evidencia que la compra de ropa y accesorios para mascotas es una adquisición ocasional, predominando la frecuencia anual. No obstante, existe un

grupo importante de clientes que compra de forma trimestral o mensual, lo que representa una oportunidad para que Patitas con Estilo implemente promociones, nuevos diseños y estrategias de fidelización que incentiven una mayor frecuencia de compra.

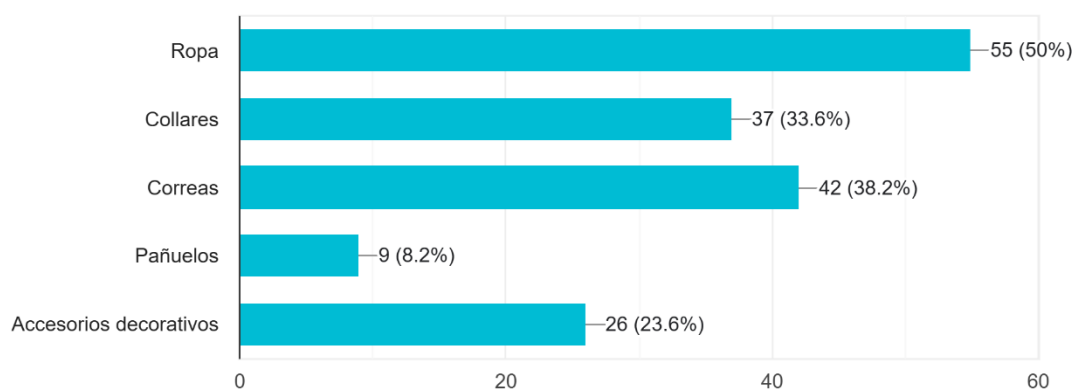
Pregunta 3: ¿Qué tipo de producto compra con mayor frecuencia para su mascota?

Tabla 41. Pregunta 3 de la Encuesta

Tipo de producto	Frecuencia	Porcentaje
Ropa	55	50,00%
Correas	42	38,20%
Collares	37	33,60%
Accesorios decorativos	26	23,60%
Pañuelos	9	8,20%
Total, de respuestas	110	100,00%

Elaboración Propia

Figura 6 Pregunta 3 de la Encuesta



Elaboración Propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta, se observa que la mayoría de los encuestados, correspondiente a los 110, el 50% mencionó que la ropa es lo que más frecuentemente adquiere para su mascota, convirtiéndose así en el producto más solicitado. En segundo lugar, el 38,2% dijo que adquiriría correas; después, el 33,6% informó que compraba collares. El 23,6% también indicó que prefiere los accesorios decorativos; sin embargo, solo el 8,2% adquiere pañuelos.

Análisis

Los resultados muestran que la ropa para mascotas es el producto con mayor demanda entre los encuestados. Esto representa una oportunidad para Patitas con Estilo, ya que confirma el interés del mercado por este tipo de artículos. Además, ofrecer correas, collares y otros accesorios como productos complementarios permitirá ampliar la oferta y satisfacer mejor las necesidades de los clientes.

Pregunta 4: ¿Qué aspecto considera más importante al comprar ropa para su mascota?

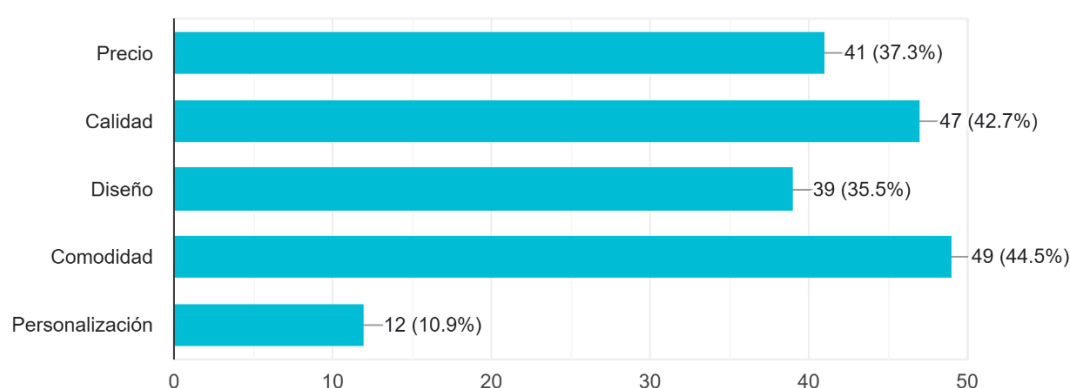
Tabla 42. Pregunta 4 de la Encuesta

Aspecto	Frecuencia	Porcentaje
Comodidad	49	44,50%
Calidad	47	42,70%
Precio	41	37,30%
Diseño	39	35,50%

Personalización	12	10,90%
Total, de respuestas	110	100,00%

Elaboración Propia

Figura 7 Pregunta 4 de la Encuesta



Elaboración Propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta, se observa que la mayoría de los encuestados, correspondiente al 44.5% considera que la comodidad es el factor más importante en el momento de adquirir ropa para su mascota, lo cual lo convierte en el elemento más significativo. En segundo lugar, el 42,7% valora la calidad de las prendas. Después de eso, el precio es valorado por el 37,3%. Además, para el 35,5% de los encuestados, el diseño tiene una gran relevancia; en cambio, solo el 10,9% de ellos considera que la personalización de los productos es más importante.

Análisis

Los resultados muestran que los clientes priorizan el bienestar de sus mascotas al momento de adquirir ropa, valorando principalmente la comodidad y la calidad del producto. En este sentido, Patitas con Estilo debe enfocarse en confeccionar prendas cómodas, resistentes y de buena calidad, sin dejar de ofrecer diseños atractivos y precios competitivos para satisfacer las preferencias del mercado.

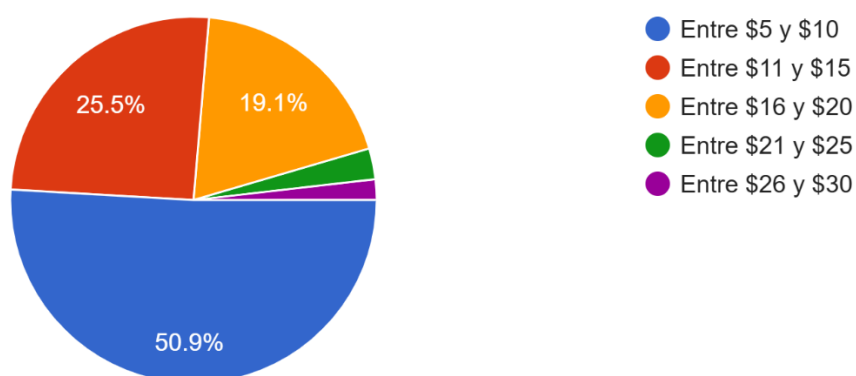
Pregunta 5: ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por una prenda personalizada para su mascota?

Tabla 43. Pregunta 5 de la Encuesta

Rango de precio	Frecuencia	Porcentaje
Entre \$5 y \$10	56	50,90%
Entre \$11 y \$15	28	25,50%
Entre \$16 y \$20	21	19,10%
Entre \$21 y \$25	3	2,70%
Entre \$26 y \$30	2	1,80%
Total	110	100,00%

Elaboración Propia

Figura 8 Pregunta 5 de la Encuesta



Elaboración Propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta, se observa que la mayoría de los encuestados, correspondiente al 50,9% de los 110 reveló que estaría dispuesto a desembolsar entre \$5 y \$10 por un artículo personalizado para su mascota, lo cual representa el rango de precio más aceptado. En segundo lugar, el 19,1% dijo que pagaría entre \$16 y \$20; al mismo tiempo, el 25,5% manifestó que pagaría entre \$11 y \$15. Por último, un bajo porcentaje (2,7% acepta precios más altos, que están entre \$21 y \$25; mientras que el 1,8% lo hace con precios de entre \$26 y \$30.

Análisis

Los resultados reflejan que la mayoría de los potenciales clientes prefiere prendas personalizadas a precios accesibles. En este contexto, Patitas con Estilo debería establecer una estrategia de precios principalmente entre \$5 y \$15, ofreciendo además modelos con mayor valor agregado para el segmento dispuesto a pagar precios superiores.

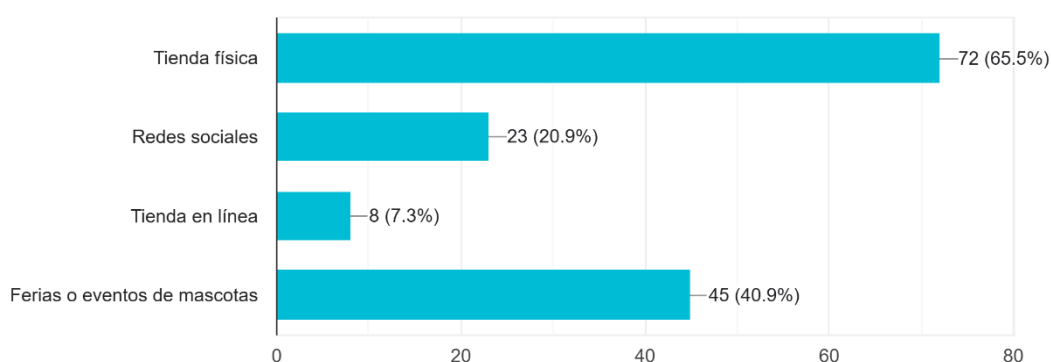
Pregunta 6: ¿Dónde prefiere comprar ropa y accesorios para su mascota?

Tabla 44. Pregunta 6 de la Encuesta

Lugar de compra	Frecuencia	Porcentaje
Tienda física	72	65,50%
Ferias o eventos de mascotas	45	40,90%
Redes sociales	23	20,90%
Tienda en línea	8	7,30%
Total, de respuestas	110	100,00%

Elaboración Propia

Figura 9 Pregunta 6 de la Encuesta



Elaboración Propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta, se observa que la mayoría de los encuestados, correspondiente al 65,5% de los 110 elige comprar ropa y accesorios para sus mascotas en una tienda física, lo que la convierte en la opción más popular. En segundo lugar, el 20,9% apuntó a las redes sociales como su medio preferido para adquirir productos, mientras que el 40,9% dijo que prefería asistir a ferias o eventos de mascotas. Finalmente, solamente el 7,3% afirmó que opta por hacer sus compras a través de una tienda en línea.

Análisis

Los resultados muestran que los consumidores aún prefieren realizar sus compras de manera presencial, ya que les permite observar la calidad de los productos antes de adquirirlos. Por ello, Patitas con Estilo debe fortalecer su presencia en puntos de venta físicos y participar en ferias de mascotas, sin dejar de utilizar las redes sociales como un canal complementario para promocionar sus productos.

Pregunta 7: ¿Por qué medio le gustaría conocer la marca "Patitas con Estilo"?

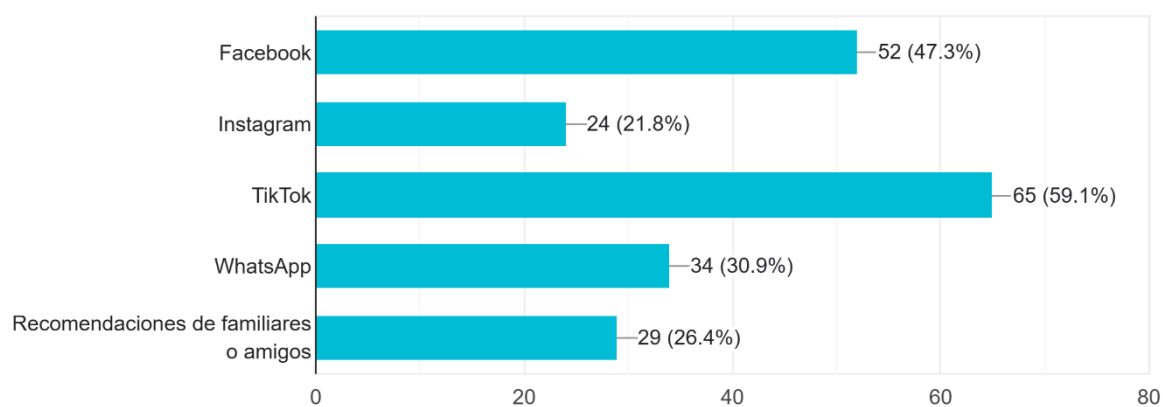
Tabla 45. Pregunta 7 de la Encuesta

Medio de difusión	Frecuencia	Porcentaje
-------------------	------------	------------

Tiktok	65	59,10%
Facebook	52	47,30%
WhatsApp	34	30,90%
Recomendaciones de familiares o amigos	29	26,40%
Instagram	24	21,80%
Total, de respuestas	110	100,00%

Elaboración Propia

Figura 10 Pregunta 7 de la Encuesta



Elaboración Propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta, se observa que la mayoría de los encuestados, correspondiente a las 110, el 59,1% expresó que le gustaría conocer la marca "Patitas con Estilo" por medio de Tiktok, lo que la convirtió en el canal de difusión más preferido. En segundo lugar, WhatsApp fue mencionado por el 30,9%, y

después Facebook con el 47,3%. El 21,8% optó por Instagram, mientras que el 26,4% prefirió enterarse de la marca a través de recomendaciones de conocidos o familiares.

Análisis

Los resultados evidencian que las redes sociales, especialmente TikTok y Facebook, representan los principales medios para dar a conocer la marca. Por ello, Patitas con Estilo debe fortalecer su estrategia de marketing digital en estas plataformas, complementándola con WhatsApp y el boca a boca para ampliar su alcance y atraer nuevos clientes.

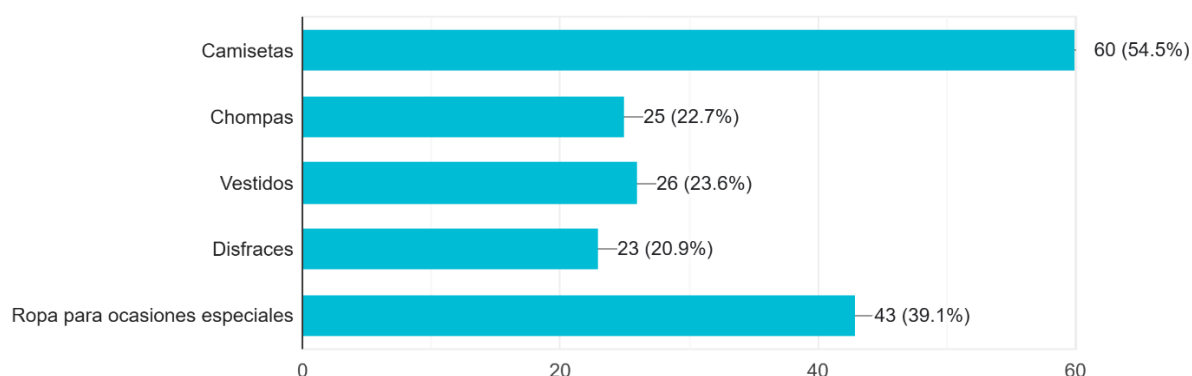
Pregunta 8: ¿Qué tipo de ropa le gustaría encontrar para su mascota?

Tabla 46. Pregunta 8 de la Encuesta

Tipo de ropa	Frecuencia	Porcentaje
Camisetas	60	54,50%
Ropa para ocasiones especiales	43	39,10%
Vestidos	26	23,60%
Chompas	25	22,70%
Disfraces	23	20,90%
Total, de respuestas	110	100,00%

Elaboración Propia

Figura 11 Pregunta 8 de la Encuesta



Elaboración Propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta, se observa que la mayoría de los encuestados, correspondiente al 54,5% de los 110 expresó que le gustaría hallar camisetas para sus mascotas, lo que la establece como el tipo de atuendo más deseado. El 39,1%, en segundo lugar, mostró interés por la ropa para eventos especiales, a diferencia del 23,6% que seleccionó vestidos. De igual modo, el 22,7% indicó las chompas y el 20,9% expresó su interés por los disfraces.

Análisis

Los resultados reflejan que existe una mayor demanda por prendas de uso cotidiano, especialmente camisetas, sin dejar de lado el interés por ropa para ocasiones especiales. Por ello, Patitas con Estilo debe priorizar la confección de estos productos e incorporar variedad de diseños que respondan a las preferencias del mercado objetivo.

Pregunta 9: ¿Compraría ropa y accesorios personalizados para su mascota en la empresa "Patitas con Estilo"?

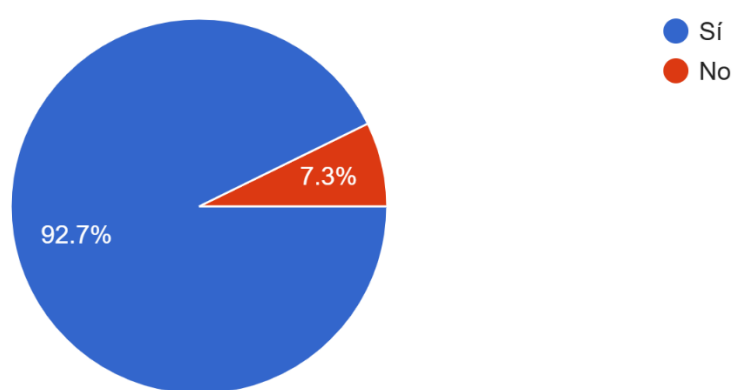
Tabla 47. Pregunta 9 de la Encuesta

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
-----------	------------	------------

Sí	102	92,70%
No	8	7,30%
Total	110	100,00%

Elaboración Propia

Figura 12 Pregunta 9 de la Encuesta



Elaboración Propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta, se observa que la mayoría de los encuestados, correspondiente al 92,7% dijo que sí adquirirían ropa y accesorios personalizados para su mascota en la compañía "Patitas con Estilo", mientras que solo el 7,3% expresó que no lo haría.

Análisis

Los resultados evidencian un elevado interés por los productos personalizados, lo que confirma la viabilidad comercial de Patitas con Estilo. En consecuencia, la empresa cuenta con una oportunidad favorable para ingresar al mercado ofreciendo prendas y accesorios diferenciados que respondan a las preferencias de los clientes.

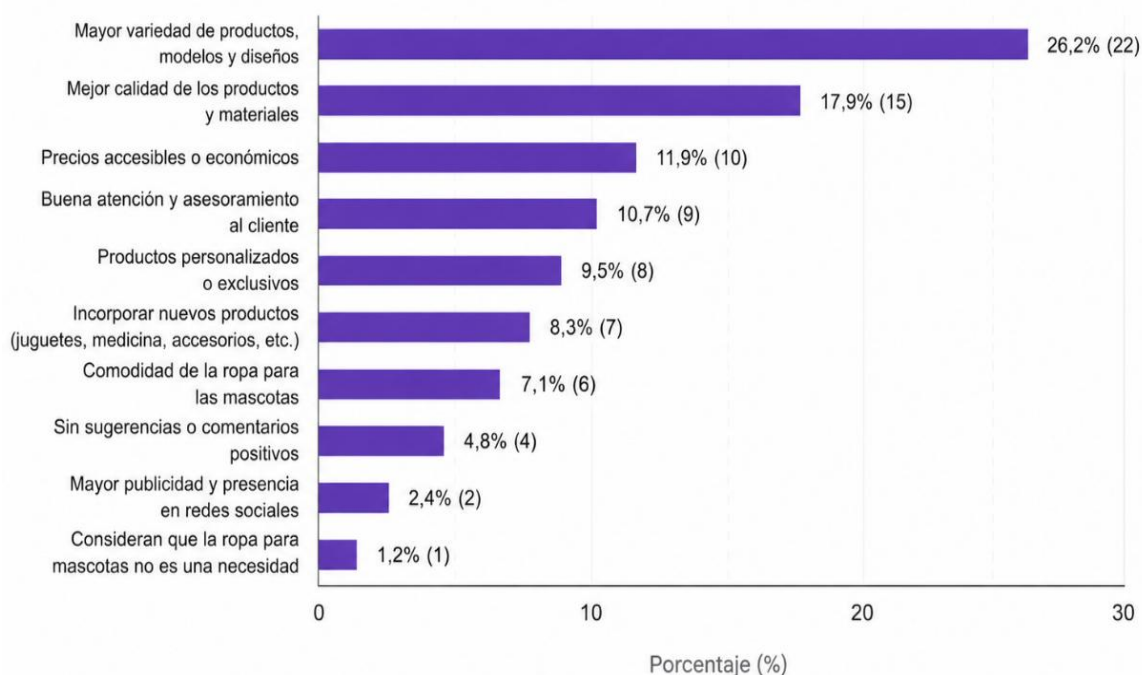
Pregunta 10: ¿Qué sugerencias tendría para que una empresa de ropa y accesorios para mascotas satisfaga mejor sus necesidades?

Tabla 48. Pregunta 10 de la Encuesta

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Mayor variedad de productos, modelos y diseños	22	26,20%
Mejor calidad de los productos y materiales	15	17,90%
Precios accesibles o económicos	10	11,90%
Buena atención y asesoramiento al cliente	9	10,70%
Productos personalizados o exclusivos	8	9,50%
Incorporar nuevos productos (juguetes, medicina, accesorios, etc.)	7	8,30%
Comodidad de la ropa para las mascotas	6	7,10%
Mayor publicidad y presencia en redes sociales	2	2,40%
Sin sugerencias o comentarios positivos	4	4,80%
Consideran que la ropa para mascotas no es una necesidad	1	1,20%
Total	84	100%

Elaboración Propia

Figura 13 Pregunta 10 de la Encuesta



Elaboración Propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados de las 84 respuestas obtenidas en la encuesta, se observa que evidencian que la principal sugerencia de los encuestados es que la empresa ofrezca una mayor variedad de productos, modelos y diseños (26,2%), seguida por la necesidad de mantener una alta calidad en los materiales y productos (17,9%). Los participantes consideran importante ofrecer precios accesibles (11,9%) y brindar una excelente atención al cliente (10,7%).

Otro grupo significativo recomienda desarrollar productos personalizados o exclusivos (9,5%), así como ampliar el catálogo incorporando juguetes, accesorios y otros artículos para mascotas (8,3%). Además, varios encuestados resaltan que las prendas deben ser cómodas para las mascotas (7,1%). Solo una persona manifestó que la ropa para mascotas no constituye una necesidad (1,2%), mientras que un pequeño porcentaje indicó no tener sugerencias o expresó comentarios positivos sobre la propuesta.

Análisis

Los resultados evidencian que los clientes priorizan la calidad, la variedad, el precio y la comodidad al momento de adquirir ropa y accesorios para mascotas. Estas preferencias representan una oportunidad para que la empresa desarrolle una oferta diferenciada, fortalezca el servicio al cliente e incorpore productos innovadores que permitan satisfacer las necesidades del mercado objetivo

Anexo B. Materia Prima y maquinaria



Anexo C. Corte y confección de prendas



Anexo D. Diseño de prendas terminados



Anexo E. Entrega a cliente y empaque

