

GPSPETS SAC

22%
Textos sospechosos



22% Similitudes
0% similitudes entre comillas
17% entre las fuentes mencionadas
< 1% Idiomas no reconocidos

Nombre del documento: GPSPETS SAC.docx
ID del documento: 528f6a9d714e3e85bd90c1865ee439c37671fa65
Tamaño del documento original: 3,8 MB
Autores: []

Depositante: IRELA PRETEL
Fecha de depósito: 27/11/2024
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 27/11/2024

Número de palabras: 9543
Número de caracteres: 59.614

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes de similitudes

Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	repositorioacademico.upc.edu.pe 4 fuentes similares	8%		Palabras idénticas: 8% (828 palabras)
2	andina.pe 4 fuentes similares	5%		Palabras idénticas: 5% (490 palabras)
3	coworkingspain.es Los 5 principios básicos de 'The Lean Startup' - Noticias Cowo... 1 fuente similar	2%		Palabras idénticas: 2% (162 palabras)
4	javiermegias.com Validar tu modelo de negocio es transformar opiniones en hech... 1 fuente similar	2%		Palabras idénticas: 2% (162 palabras)
5	www.infoautonomos.com La propuesta de valor del negocio 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (88 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	Entregable 02 - G.05.09.docx Entregable 02 - G.05.09 #182673 El documento proviene de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (16 palabras)
2	www.sosencontrandomascotas.com ¿Cómo afrontar los traumas de tu mascota ... El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (18 palabras)
3	MEJORA CMAC HUANCAYO.docx MEJORA CMAC HUANCAYO #921616 El documento proviene de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (14 palabras)
4	Documento de otro usuario #59a6ba El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (10 palabras)
5	www.mercadonegro.pe Arruf, la app peruana gratuita para buscar mascotas perdi... El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (10 palabras)

Fuentes ignoradas Estas fuentes han sido retiradas del cálculo del porcentaje de similitud por el propietario del documento.

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	GPSPETS SAC.docx GPSPETS SAC #b61c4c El documento proviene de mi grupo	100%		Palabras idénticas: 100% (9543 palabras)
2	Documento de otro usuario #a32b13 El documento proviene de otro grupo	8%		Palabras idénticas: 8% (766 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

1	https://repositorioacademico.upc.edu.pe
2	https://www.infoautonomos.com
3	https://coworkingspain.es
4	https://tractive.com
5	https://tractive.com/blog/es/seguridad/razones-para-equipar-a-tu-perro-con-un-localizador-gps

Puntos de interés

□



Documento de otro usuario

El documento proviene de otro grupo

ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA "ZEGEL IPAE"

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

PROYECTO INNOVACION COMERCIALIZACIÓN DE GPS PARA PERROS DE LA PROVINCIA DE ICA "GPSSETS" SAC

Proyecto de innovación para optar el Grado Académico de Bachiller en Administración de Negocios

TOLEDO MANRIQUE,



KAIREL MAILINE IC70405084

TRIGOSO MEDINA,

CRISTOFER ANDRE IC74075566

Ica, 2021

Dedicatoria

El Plan de Innovación Empresarial PIE está dedicado a nuestros padres por todo su colaboración y apoyo económico en nuestros estudios superiores y a nuestros docentes de ZEGEL IPAE sede Ica por todas sus enseñanzas a lo largo de nuestra carrera profesional.

RESUMEN EJECUTIVO

El Proyecto de Innovación Empresarial que hemos realizado trata sobre identificar primero en el Capítulo I si es que hay un problema o una necesidad en la provincia de Ica, para esto realizamos la siguiente situación problemática de VESTER, después de colocar varias variables en relación a los perros, la que obtuvo mayor puntaje fue el de GPS collar para monitorear en caso de pérdida a los perros de los hogares de la provincia de Ica, PROBLEMA Es un problema de salud, frustración y pena la pérdida (abandono) de un perro tanto para los niños como los jóvenes y adultos de un hogar en la provincia de Ica. El Perú, en especial la ciudad de Ica, tiene una proyección muy amplia en productos y servicios veterinarios enfocados a mascotas, que está en constante aumento.

En el siguiente Capítulo II Diagnostico del negocio, Los médicos veterinarios han hechos cálculos sobre los gastos que incurrirá el dueño de una mascota por ejemplo en el perro unos 800 soles al año, este cálculo nos permite encontrar nuevas oportunidades para desarrollar nuevos productos.

Podemos ver en el Capítulo III La elaboración del modelo del negocio, lo que buscamos con la propuesta de valor de nuestro negocio, que es un producto que se basa en un collar al cual se le ha adherido un dispositivo GPS (El Sistema de Posicionamiento Global, originalmente Navstar GPS, es un sistema que permite posicionar cualquier objeto sobre la Tierra con una precisión de hasta centímetros, aunque lo común son unos pocos metros) para poder ubicar a su perro, en caso de pérdida desde un celular.

Capítulo IV validación del modelo del negocio con segmentar el mercado por segmentación geográfica, segmentación demográfica y segmentación psicografica, se efectuaron encuestas el trabajo de campo se realizó en 15 días de trabajo de campo y luego se procedió a organizar la información para luego ser procesada en la hoja electrónica Excel.

Capítulo V en la parte financiera hemos determinado los costos y gastos tantos fijos como variables, así como la inversión del proyecto se ha obtenido después de elaborar un flujo de caja proyectado el VAN económico del proyecto nos muestra un saldo positivo de S/ 52,424.95 es decir el proyecto es viable. Esta TIR tasa interna de retorno fue obtenida a través del flujo económico dando como resultado 48.33 % el proyecto es rentable, el coeficiente beneficio costo económico es de S/ 1.69, lo cual indica que por cada sol obtenido se obtiene una ganancia de S/ 0.69, el proyecto es viable.

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO

INDICE

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I. IDENTIFICACION DEL PROBLEMA U OPORTUNIDAD10

1.1. Selección del problema o necesidad a resolver10

1.2. Validación del problema14

1.3. Descripción del cliente21

CAPÍTULO II. DISEÑO DEL PRODUCTO O SERVICIO INNOVADOR24

2.



1. Aplicación de la metodología Desing Thinking:

24

2.2. Características del producto o servicio innovador validado .25

CAPÍTULO III. ELABORACION DEL MODELO DE NEGOCIO26

3.1. Definición de la propuesta de valor del negocio26

3.2. Elaboración del lienzo de modelo de negocio27

3.3. Descripción del prototipo de lanzamiento27

CAPÍTULO IV. VALIDACION DEL MODELO DE NEGOCIO30

4.1. Aplicación de la metodología Lean Startup30

4.2. Descripción del modelo del negocio validado34

CAPÍTULO V. ANALISIS DE LA RENTABILIDAD35

5.1. Determinación del punto de equilibrio35

5.2. Determinación de las necesidades de inversión38

5.3. Evaluación económica y financiera44

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES47

CAPÍTULO VII. ANEXOS49

CAPÍTULO VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS50

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 01: SITUACIÓN PROBLEMÁTICA MATRIZ DE VESTER13

TABLA N° 02: HIPOTESIS CLIENTE15

TABLA N° 03: HIPÓTESIS PROBLEMA17

TABLA N° 04: HIPÓTESIS SOLUCIÓN18

TABLA N° 05: ENCUESTA A HOGARES N° 0119

TABLA N° 06: ENCUESTA A HOGARES N° 0120

TABLA N° 07: ENCUESTA A HOGARES N° 0120

TABLA N° 08: ENCUESTA A HOGARES N° 0120

TABLA N° 09: FORMULA DE LA MUESTRA22

TABLA N° 10: SEGMENTACIÓN DE LOS CLIENTES23

TABLA N° 11: LIENZO MODELO DE NEGOCIO CANVAS27

TABLA N° 12: FORMULA DE LA MUESTRA31

TABLA N° 13: SEGMENTACIÓN DE LOS CLIENTES31

TABLA N° 14: ENCUESTA N° 132

TABLA N° 15: ENCUESTA N° 132

TABLA N° 16: ENCUESTA N° 133

TABLA N° 17: ENCUESTA N° 133

TABLA N° 18: MODELO DEL DOMINIO35

TABLA N° 19: PRONOSTICO DE VENTAS UNIDADES35

TABLA N° 20: PRONOSTICO DE VENTAS UNIDADES MONETARIAS36

TABLA N° 21: PLANILLA DE LA EMPRESA36

TABLA N° 22: CANTIDAD DE HOGARES POR NSE37

TABLA N° 23: DATOS PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO37

TABLA N° 24: FORMULA DEL PUNTO DE EQUILIBRIO38

TABLA N° 25: PUNTO DE EQUILIBRIO38

TABLA N° 26: PLAN DE INVERSIONES39

TABLA N° 27: ACTIVO FIJO TANGIBLE39

TABLA N° 28: ACTIVO FIJO INTANGIBLE40

TABLA N° 29: GASTOS ADMINISTRACIÓN40

TABLA N° 30: GASTOS DE VENTAS40

TABLA N° 31: COSTOS DIRECTOS DE COMERCIALIZACIÓN41

TABLA N° 32: COSTOS INDIRECTOS DE COMERCIALIZACIÓN41

TABLA N° 33: TOTAL COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN41

TABLA N° 34: SERVICIO DE LA DEUDA42

TABLA N° 35: ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA DE APERTURA43

TABLA N° 36: ESTADO DE RESULTADOS44

TABLA N° 37: TASA DE DESCUENTO44

TABLA N° 38: FLUJO DE CAJA PROYECTADO45

TABLA N° 39: VALOR ACTUAL NETO45

TABLA N° 40: TASA INTERNA DE RETORNO45

TABLA N° 41: BENEFICIO/COSTO46

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 01: CLASIFICACIÓN MATRIZ DE VESTER14
GRÁFICO N° 02: PROPUESTA DE VALOR DEL NEGOCIO26
ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA N° 01: CLASIFICACIÓN MATRIZ DE VESTER25
FIGURA N° 02: PROTOTIPO DEL PRODUCTO COLLAR DE PERRO CON GPS29
FIGURA N° 01: MODELO DEL DOMINIO34

□

INTRODUCCIÓN

Los localizadores GPS para perros han llegado para quedarse gracias a su capacidad para enviar señales indicando la ubicación del animal en tiempo real. Te ayuda a encontrar a tu perro en la oscuridad. Tu perro se ha escapado alguna vez para dar un paseo nocturno o ha salido de casa antes del amanecer. Con la ayuda de un localizador GPS podrás encontrarlo incluso en la más absoluta oscuridad. Desde la app móvil puedes activar la luz LED y el Sonido de tu localizador podrás dar con tu curioso explorador. Quieres recibir un aviso si tu perro se aleja de casa. Las vallas para perros son eficaces, pero nuestros amigos perrunos podrían ser capaces de excavar un agujero para escaparse. Por otro lado, las vallas eléctricas invisibles para perros no son realmente éticas, ya que dan una desagradable descarga eléctrica provocando aún más miedo y ansiedad. Toma nota: con la app de Tractive GPS podrás crear una Valla Virtual alrededor de tu jardín o cualquier otra zona que tú consideres segura. Gracias a la tecnología GPS, el localizador detectará las coordenadas de tu perro en cualquier momento y te enviará una notificación a tu teléfono móvil si sale de la valla. Genial, ¿verdad? (TRACTIVE, 2022)

CAPÍTULO I. IDENTIFICACION DEL PROBLEMA U OPORTUNIDAD

1.1. SELECCIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD A RESOLVER

La provincia de Ica tiene las siguientes características:

UBICACIÓN. - La provincia de Ica se encuentra ubicada a 14° 04' 00" de Latitud Sur, a 75° 43' 24" de Latitud Oeste, y a una altura de 406 m.s.n.m. y a 306 kms. al sur de la ciudad de Lima, Capital de la República.

LIMITES. - La provincia de Ica, limita por el norte con la provincia de Pisco, por el sur con las provincias de Palpa y Nazca, por el este con el Departamento de Huancavelica y por el oeste con el Océano Pacífico.

EXTENSION. - La provincia de Ica se desarrolla en una extensión de 789,405.00 Ha. que constituyen el 37% de la superficie total del departamento de Ica (2'132,783.00 Ha.).

El territorio iqueño posee grandes yacimientos de oro, plata, cobre, sulfato de cobre, cobalto, entre otros minerales, que no pueden ser explotados por falta de inversión.

Actualmente, basa su economía en la agricultura, el turismo y en una floreciente industria vitivinícola y de producción de pisco, aguardiente de uva oriundo del Perú.

El territorio del Departamento de Ica, es el más antiguo del Perú, y en 1937, se han descubierto los únicos vertebrados fósiles conocidos en el Perú, sobre los terrenos de la edad terciaria del Valle de Ica, los cuales han sido clasificados por especialistas del Museo de Historia Natural de Nueva York, como pertenecientes a un cetáceo desaparecido, y cuyos restos son únicos en el mundo.

También se encontró una mandíbula de mastodonte en el terreno cuaternario inferior, que según opinión del sabio francés Paul Rivet, fue compañero de los primeros hombres en América, hallazgos que fueron constatados por la Comisión de la Facultad de Ciencias de la Universidad Mayor de San Marcos, que en 1940 presidió el Catedrático de Paleontología y Geología, ingeniero Jorge A. Broggi, y la clasificación de cuya mandíbula como la del Mastodon Andinum fue confirmada por el profesor J. Newel, catedrático de Paleontología de la Universidad de Columbia.



www.bbc.com | BBC Mundo - Ciencia y Tecnología - Origen de los perros domésticos, en duda

https://www.bbc.com/mundo/ig/ciencia_tecnologia/2009/08/090804_perros_domesticos_rg

Se sabe que los perros descienden de los lobos grises de Eurasia, que fueron domesticados entre 15.000 y 40.000 años atrás, según explica la periodista de la BBC Judith Burns. Sin embargo, los autores del estudio afirman que el proceso por el que el hombre domesticó a estos animales ha sido mal comprendido.



andina.pe

<https://andina.pe/agencia/noticia-unas-420000-mascotas-se-pierden-cada-ano-peru-falta-identificacion-732435.aspx>

Unas 420,000 mascotas, entre perros y gatos principalmente, se pierden anualmente en el Perú y son muy pocas las que son encontradas o devueltas a sus dueños, debido a que es muy difícil identificarlas.

Las principales razones por las que se pierde una mascota son: robo, se las deja salir de casa solas, se asustan por ruidos fuertes como el claxon de vehículos o fuegos artificiales, corren detrás de otro animal, o sus dueños las pierden de vista, señaló el gerente general de OnePet, Jorge Villarreal Pérez.

Pero, además, los gatos y perros menores de un año muchas veces se pierden porque no han logrado identificarse instintivamente con sus nuevos dueños o su nueva casa. En el otro extremo, los perros y gatos mayores de entre ocho y 10 años, también son propensos a perderse al sufrir el síndrome de disfunción cognitiva, un proceso de desgaste de su sistema nervioso central similar al que sufren los seres humanos con la demencia senil o el Alzheimer.

La identificación de mascotas por lo general se hace a través de plaquitas metálicas colgadas en su cuello, con su nombre y el teléfono del propietario. Otros optan por insertarles un chip bajo la piel y algunos pocos, por lo costoso, prefieren los GPS e, incluso, tatuárselas.

A estas opciones acaba de sumarse una nueva forma de identificación mediante un geo localizador que requiere de un código QR, el cual permite acceder mediante un teléfono celular a una ficha virtual donde no solo figura el nombre de la mascota, de su propietario y su dirección, sino también su fecha de nacimiento y posibles enfermedades o alergias que sufra.

Además, en caso de pérdida, el propietario puede saber la ubicación de su mascota apenas alguien lea el código QR, el cual también le permite estar conectado al veterinario de la mascota, de modo que en su ficha queden registrados sus tratamientos. (ANDINA, 2011)

El código QR que se cuelga con un collar en la mascota, ha sido desarrollado por OnePet y es uno de los sistemas de identificación más accesibles al público en general, pues si bien el chip también es seguro, su lectura requiere de un equipo especial, mientras que un QR puede ser leído por cualquier Smartphone y es mucho más económico.

Según el Market Report octubre 2018 elaborado por CPI, el 60% de hogares a nivel nacional posea al menos una mascota.

Ante la pérdida de sus mascotas, las personas optan por buscarlas mediante carteles pegados en postes, a través de redes sociales, anuncios en medios de comunicación u ofreciendo recompensas en dinero o con entradas a conciertos o partidos de fútbol.

En Estados Unidos se recupera el 50% de las mascotas perdidas porque el sistema de identificación de las mismas está muy extendido.

En el Perú no existen normas que obliguen a los dueños de mascotas a llevar una identificación más compleja, como en Chile donde es obligatorio que tengan un chip.



repositorioacademico.upc.edu.pe

https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/10757/626553/3/AguirreP_C.pdf

En la actualidad existe la tendencia de humanizar a las mascotas, y cada año que pasa las personas destinan una mayor cantidad de sus ingresos hacia el cuidado de ellos, como en salud, belleza y moda. Sin embargo, a la par de este crecimiento, también se encuentran las pérdidas o robos de los animales. Tan solo en el Perú se pierden alrededor de 420,000 mascotas al año, de las cuales sólo el 18% regresan con sus dueños. La idea de negocio que se está presentando consiste en un collar geo localizador para mascotas que estará vinculado a una aplicación móvil a través de la cual se podrá saber las 24 horas del día la ubicación exacta de quien utilice el dispositivo. El nombre de la empresa es "GPSPETS" SAC, que además contará con un geo cerco con el que se podrá establecer un perímetro de dónde no puede salirse el aparato; y en caso lo traspasará, llegará automáticamente una alerta al celular del dueño indicando hacia qué dirección debe ir a buscarlo. Sin embargo, las funciones no sólo se centran en el localizador, sino en brindarles algo más a los usuarios, por lo que también cuenta con una red social en la que los dueños de mascotas podrán interactuar y subir información de sus perros o gatos. El principal motivo para la creación de "GPSPETS" SAC es disminuir la pérdida de mascotas en la provincia de Ica y mantener la seguridad de quienes hoy en día también forma parte fundamental de las familias.

Tabla N° 01 Situación Problemática Matriz de VESTER

□

NO GENERA INDIRECTAMENTE LO GENERA MODERADAMENTE LO GENERA DIRECTAMENTE LO GENERA
0 1 2 3

Fuente: Elaboración Propia año 2022

Grafico N° 01 Clasificación Matriz de VESTER

□

Fuente: Elaboración Propia año 2022

PROBLEMA

Es un problema de salud, frustración y pena la pérdida (abandonado) de un perro tanto para los niños como los jóvenes y adultos de un hogar en la provincia de Ica.

1.2. VALIDACION DEL PROBLEMA

El Perú, en especial la ciudad de Ica, tiene una proyección muy amplia en productos y servicios veterinarios enfocados a mascotas, que está en constante aumento.



repositorioacademico.upc.edu.pe

https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/10757/626553/3/AguirreP_C.pdf

La tendencia hacia los animales está en crecimiento en todo el mundo y cada vez son más las personas que se declaran pet lovers.

Incluso tratamientos médicos que hace algunos años solo se practicaban en humanos, ahora también se realizan en veterinarias. Incluso en las actividades sociales se ha incrementado la tendencia de incluir a las mascotas, es por ello que también han crecido los spas para perros y gatos, los gimnasios, los restaurantes, las tiendas de ropa, entre otros, pues las personas están dispuestas a gastar grandes cantidades de dinero en ellos como lo harían con sus seres queridos. Actualmente el tema de trabajo o estudio suele tener menos tiempo en sus hogares y por ende, junto a sus mascotas.

Es así que se empieza a generar la preocupación por saber dónde se encuentran, si están a salvo o que actividad están realizando los animales. Es lamentable encontrar avisos en las redes sociales o pegados en paredes o postes de las calles refiriéndose a mascotas extraviadas. Si bien muchas veces el final de estas situaciones es feliz, muchas otras los perros o gatos desaparecen para siempre, ya sea por robos o porque sencillamente no contaban con número de registro que permita identificarlos en algún otro distrito.

Según un artículo del diario del comercio, la aplicación Pata de Perro realizó una encuesta a 892 personas donde se encontró que sólo el 18% de mascotas regresan a sus hogares una vez que

se extraviaron. (Aguirre Pacheco & Agüero Solano, 2019)

Tabla N° 02 Hipótesis Cliente

□

Fuente: Elaboración Propia año 2022

La hipótesis de cliente está asociada



javiermegias.com | Validar tu modelo de negocio es transformar opiniones en hechos | Startups, Estrategia y Modelos de negocio

<https://javiermegias.com/blog/2013/02/validar-modelo-negocio-hipotesis-cliente-problema-solucion/#:~:text=HIPOTESIS DE CLIENTE>

al perfilado del cliente (segmentación socio-demográfica), su forma de entender la vida y sus características concretas, en nuestro caso la segmentación es la provincia de Ica geográficamente, Hogares, NSE A-B-C, algo que habitualmente hemos recogido en el sector "Segmentos de cliente" del CANVAS. (Megias, 2013)

ENTREVISTAS: Se realizaron 30 entrevistas estamos poniendo las más significativas por las respuestas, no se les pregunto sus datos personales a los entrevistados.

1. Señora buenos días nos contó que usted tenía un perro, nos puede contar como llegó su perro a su casa

Bueno mi perrita Lulú, llegó a mi casa hace 4 años la trajo mi hijo Juan Carlos el cual se lo regalo su prima Lucia, ya que ella tenía una perrita que estaba preñada, nuestra perrita es de

raza Golden.

2. Señora como es un día de su perro en casa

Un día de mi perrita en casa, apenas nos levantamos ella también ya está levantada y moviéndonos la cola, para que uno le haga masajes, a eso de las 9 am se le sirve en su plato su comida de perro y un tasita de su agua, después nos sigue a donde estemos, duerme, se levanta, duerme, tiene como un corralito donde se echa, a la hora del almuerzo también se le da de comer otra vez su comida de perro, por la tarde esta donde estemos en la casa, por la noche se le sirve un poquito más de comida de perro hasta que todos nos vamos a dormir y ella también.

3. Que productos consume para su perro

Los productos que consume mi perrita son su comida de perro, champú para su baño, algún juguete, galletitas para perro, de vez en cuando carne molida de res.

1. Señora buenos días nos contó que usted tenía un perro, nos puede contar como llegó su perro a su casa

Tenemos en casa un perrito de 1 año y siete meses, mi hija un día acompañó a una amiga una casa de su enamorado que estudia veterinaria y es criador de perros, al parecer ella se encariñó con una perrita recién nacida de pocos días, así que el enamorado se lo regalo, así que un día apareció en nuestra casa con la perrita y tuvimos que aceptarla, ya que era un regalo.

2. Señora como es un día de su perro en casa

Nuestra perita se levanta con nosotros desde temprano, se le sirve sus alimentos antes que tomemos nuestro desayuno para que nos deje desayunar tranquilos, ya es bastante lambiscona, como esta pequeña es bien juguetona, a la hora del almuerzo también se le sirve primero, por la misma razón, por la tarde a veces mi hija la saca a dar unas vueltas y por la noche ya todos nos vamos a dormir la perrita duerme en el cuarto de mi hijita.

3. Que productos consume para su perro

Nosotros le compramos por el momento su comida de perro para cachorros, sus juguetes, también la llevamos donde el enamorado de su amiga, quien le puso unas vacunas.

Tabla N° 03 Hipótesis Problema

□

Fuente: Elaboración Propia año 2022



javiermegias.com | Validar tu modelo de negocio es transformar opiniones en hechos | Startups, Estrategia y Modelos de negocio

<https://javiermegias.com/blog/2013/02/validar-modelo-negocio-hipotesis-cliente-problema-solucion/#:~:text=HIPOTESIS DE CLIENTE>

Esto supone que debemos validar que existe un grupo de clientes que tiene este problema, que para ellos es algo importante que vale la pena resolver y que están buscando activamente una solución porque, aunque un cliente nos diga que sí tiene un problema, pero su alternativa actual no es solucionarlo, será que no es tan grave.

En nuestro proyecto los clientes muchos desconoces que existe nuestro producto collar de perro con GPS.

1. Señora ha tenido la experiencia alguna vez donde su perro se haya escapado de su casa, puede contarnos con detalle.

Si algunas veces, al tener a nuestra perita en casa y al salir poco, algunas veces si se nos ha escapado ya que solo tenemos una puerta a la calle, hemos tenido que salir corriendo a perseguirla, ella piensa que estamos jugando con ella y sigue corriendo, nos hace sudar, después de correr se detiene al reconocer su nombre Lulú, es ahí donde la agarramos y la llevamos otra vez a la casa.

1. Señora ha tenido la experiencia alguna vez donde su perro se haya escapado de su casa, puede contarnos con detalle.

No he tenido la experiencia de que se me haya perdido mi perrito, si bien es cierto se ha escapado, pero nunca se nos ha perdido.

Tabla N° 04 Hipótesis Solución

□

Fuente: Elaboración Propia año 2022



javiermegias.com | Validar tu modelo de negocio es transformar opiniones en hechos | Startups, Estrategia y Modelos de negocio

<https://javiermegias.com/blog/2013/02/validar-modelo-negocio-hipotesis-cliente-problema-solucion/#:~:text=HIPOTESIS DE CLIENTE>

Esta es habitualmente el área por la que empezamos a analizar hipótesis sin haber tenido en cuenta que los dos puntos anteriores, las hipótesis de quién es el cliente y las de qué problema pensamos que tiene son mucho más importante ya que si construimos un magnífico producto que no le resuelve un problema a ningún cliente, nuestro futuro es más bien negro.

La solución es encontrar alguna tecnología que permita encontrar a una mascota en este caso a un perro cuando este se ha perdido o ha sido robado.

1. Señora tiene conocimiento que existe un producto collar GPS (localizador) en caso se pierda su perro

No tenía conocimiento ahora que hay tanto adelantos tecnológicos, debe ser, y cómo funcionan.

1. Señora tiene conocimiento que existe un producto collar GPS (localizador) en caso se pierda su perro

La verdad es que no tengo conocimiento de la existencia de ese producto, lo que, si se es que se le puede poner a un auto, ya que el mío tiene un GPS en caso se pierda, la compañía de seguro nos pidió que se lo instalaran ya que sacamos el vehículo con un préstamo del banco.

Sondeo:



es.slideshare.net | metodología usada para medir la opinión pública | PPT

<https://es.slideshare.net/slideshow/metodologia-usada-para-medir-la-opinin-publica/171913511>

Un sondeo de opinión es un método para recolectar información sobre la opinión pública de un grupo de personas. Esta herramienta generalmente involucra una muestra de participantes que representan una población más grande.

A través de un sondeo de opinión, es posible conocer el camino que tomará el público objetivo, ya que aplicando una o varias preguntas, el investigador puede obtener una gran variedad de respuestas que lo orientarán hacia una mejor toma de decisiones.

ENCUESTA

Acá se ha realizado un sondeo de opinión con un grupo de personas que pasan por la plaza de armas de la ciudad de Ica.

1.- Sr (a) Usted ha tenido o tienen un perro en su casa

Si

No

Tabla N° 05 Encuesta a hogares N° 01

ELECCION FRECUENCIA PORCENTAJE

SI 29 83%

NO 6 17%

TOTAL 35 100.00%

Fuente: Elaboración Propia año 2022

Conclusión: Podemos apreciar que un alto porcentaje de personas 83% han tendido o tienen un perro actualmente.

2.- Se le ha escapado su perro alguna vez

Si

No

Tabla N° 06 Encuesta a hogares N° 02

ELECCION FRECUENCIA PORCENTAJE

SI 25 86%

NO 4 14%

TOTAL 29 100.00%

Fuente: Elaboración Propia año 2022

Conclusión: Podemos concluir que a todos los dueños o propietarios de un perro en algún momento se les ha escapado de su hogar, el porcentaje es de 86%

3.- Alguna vez se le ha perdido su perro

Si

No

Tabla N° 07 Encuesta a hogares N° 03

ELECCION FRECUENCIA PORCENTAJE

SI 18 62%

NO 11 38%

TOTAL 29 100.00%

Fuente: Elaboración Propia año 2022

Conclusión: Las personas que tiene perro si se les ha perdido algunas veces el perro, con un porcentaje de 62%.

4.- Logro encontrar a su perro perdido

Si

No

Tabla N° 08 Encuesta a hogares N° 04

ELECCION FRECUENCIA PORCENTAJE

SI 15 52%

NO 14 42%

TOTAL 29 100.00%

Fuente: Elaboración Propia año 2022

Conclusión: En esta pregunta podemos concluir que solo un 52% logro encontrar a su perro y otro 42% no encontró su perro por diversos motivos (se perdió, accidente, robo, etc).

1.3. DESCRIPCION DEL CLIENTE

PROPUESTA DE VALOR:



repositorioacademico.upc.edu.pe

https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/10757/626553/3/AguirreP_C.pdf

Localización de las mascotas en tiempo real: Nuestra propuesta brinda una localización en tiempo real lo cual permitirá monitorear a la mascota en cada momento así no te encuentres con él.

Producto de Alta Calidad: Nuestro dispositivo vendrá junto a un collar de alta calidad que permitirá larga duración y protección del dispositivo. Así como también resistente a los cambios climáticos como el agua, suciedad, entre otros.

Red Social para mascotas: Desarrollaremos una red social donde los dueños podrán colocar la información, fotos y videos sobre sus mascotas, con el objetivo de que pueda interactuar con otros usuarios, de modo que encuentren amigos y parejas a sus mascotas, así como también organizar salidas o encuentros entre las mascotas para eventos como cumpleaños.

Registro de Actividad de la mascota: Una de las funciones que brindará nuestra App es que los usuarios podrán observar el ritmo cardíaco de la mascota, al mismo modo de que podrán ver resultados de sus caminatas para brindar reportes de su estado de salud, historial de actividad, de peso y dietas.

Registro de lugares Pet-Friendly y veterinarias: Los usuarios podrán observar los pet shops y veterinarias a su alcance desde el punto donde se encuentran, del mismo modo se informará otros datos como su dirección, página web o número telefónico.

Tips e Información relevante para las mascotas: Además de la función de localización de nuestra App también contará con otras funciones como tips y consejos. Así como también informar de futuras campañas, competencias y ferias de mascotas.

Tranquilidad y Seguridad: Nuestro dispositivo otorgará tranquilidad y seguridad, ya que brinda alertas en caso de que la mascota se aleje del perímetro que usualmente recorre, establecido por el usuario gracias a uno de los beneficios que ofrecemos, lo que permitirá tener un mayor control y saber en qué caso se trata de un extravío de la mascota. Asimismo, los usuarios tendrán la opción de alertar a los demás dueños de mascotas, dejando comentarios en lugares específicos sobre el estado de lugares públicos como parques.

El cliente son personas pertenecientes a un nivel socioeconómico A, B y C que buscan un dispositivo (GPS) que permita ubicar a su perro en caso de pérdida o robo.

La encuesta se realizará a 384 personas, se segmenta a HOGARES que tienen como mascota a un perro.

Nuestros clientes son:

SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA:

Provincia de Ica

SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA:

Hogares de la provincia de Ica

Perros de acuerdo a edades, peso y tamaño

Cachorro

El Trabajo de campo se realizó en 15 días de trabajo de campo y luego se procedió a organizar la información para luego ser procesada en la hoja electrónica Excel, siendo los resultados a continuación:

Tabla N° 09 Formula de la muestra

□

Fuente: Elaboración Propia 2021

Z:Nivel de confianza (95%) = 1,96
P:Probabilidad de éxito = 0,5
Q:Probabilidad de fracaso = 0,5
E:Error permisible = 0,05
n= Tamaño de la muestra
n = 384.16
n = 384

METODOLOGIA

La técnica usada en la investigación es la encuesta que utiliza una herramienta de un cuestionario.

LA ENCUESTA: Luego de recolectar la información del sistema, podemos dar respuestas a nuestras preguntas en base a los términos descriptivos y variables. De esta manera podremos detectar los patrones y relaciones entre los consumidores

EL CUESTIONARIO: Es la técnica de recopilación de datos más utilizada en los métodos de encuesta.

Comprende los pensamientos y comportamientos de los entrevistados a través de preguntas realizadas en ello.

Tabla N° 10 Segmentación de los clientes

DESCRIPCION TOTAL

POBLACION TOTAL DE LA PROVINCIA DE ICA 376,899

PROMEDIO O NUMERO DE HABITANTES POR HOGAR 4

CANTIDAD DE HOGARES 94,225

NIVEL SOCIO ECONOMICONSE A-B-C 55.60%

CANTIDAD DE HOGARES x NSE 52,389

Fuente: INEI, APEIM 2020

En la tabla N° se ha realizado una segmentación basado en la demografía, cantidad de población de la provincia de Ica, después hemos sacado la cantidad de hogares que hay en la provincia de Ica, luego se ha segmentado por NSE A-B-C obteniendo una cantidad de hogares a los que nos vamos a dirigir de 52,389.

CAPÍTULO II. DIAGNOSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO

2.1. APLICACIÓN DE LA METODOLOGIA DESING THINKING

EMPATIA

Que piensa y siente

Una mascota es un miembro más de la familia inclusive en su tarjeta de vacunación lleva el apellido de su dueño

Lleva a pasear a su mascota por las calles o parques de la ciudad de Ica o de su distrito

Las mascotas en este caso el perro es un guardián a personas extrañas a su hogar

Existe hoy en día legislación sobre el cuidado y maltrato de los animales como puede ser un perro

Que oye

Los médicos veterinarios han hechos cálculos sobre los gastos que incurrirá el dueño de una mascota por ejemplo en el perro unos 800 soles al año.

Que ve

Se puede ver a perros callejeros sin dueños, o los que sus dueños los dejan salir y después reconocen su llamado, también se puede ver perros caminado junto con su dueño o con collar y cadena.

PROBLEMA

El vínculo que se establece con el animal desencadena emociones similares a la muerte de una persona querida. En la cultura occidental no está extendido el duelo por la muerte de un perro. No obstante, la empatía, alegría y amor incondicional del can genera un vínculo único que deja un vacío cuando desaparece.



wamiz.es | ¿Cómo se comporta un perro que ha sido maltratado?

<https://wamiz.es/perro/consejos/13122/traumas-de-un-perro-perdido-o-maltratado-como-detectarlos>

A fin de cuentas, un perro perdido se siente desorientado, asustado, solo, abandonado, triste y hambriento. Y eso hay que tenerlo muy presente.

IDEAR

Ofrecer en el mercado de la provincia de Ica collares con GPS para perros

PROTOTIPOS

Figura N° 01 Prototipo de collar con GPS

□

Fuente: Elaboración Propia 2021

EVALUAR

En la encuesta realizada al mercado objetivo, a la pregunta si estarían dispuesto a comprar nuestro producto collar con GPS para su perro, el 71% respondió que sí. Lo que significa que hay un potencial mercado que estarían dispuesto a comprar nuestro producto, para poder rastrear a su mascota en caso de pérdida o robo.

2.2. CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO INNOVADOR VALIDADO

Localización GPS y seguimiento de actividad para perros y gatos: el cuidado de mascotas más inteligente está aquí.

Alertas proactivas: recibe notificaciones de email, app o texto cuando tu mascota salga de su lugar seguro antes de que se alejen demasiado.

Seguimiento avanzado: seguimiento rápido y preciso con tecnología GPS, celular y Wi-Fi, para que puedas encontrar a tu mascota en minutos si se alejan.

Cobertura nacional: Whistle utiliza tecnología GPS y celular avanzada para identificar la ubicación de su mascota en cualquier lugar de Perú.

Monitor de actividad: controla la actividad diaria de tu perro y apoya para mantener a tu compañero en gran forma por su edad, peso y raza.

Duradero y resistente al agua: se sujeta a cualquier collar o arnés de hasta 1 "de ancho y está diseñado para ir a cualquier lugar con tu mascota, incluso para nadar.

Larga modo de reposo: 120 H en espera, función de recordatorio de batería baja, tiempo de espera prolongado no pierde contacto

CAPÍTULO III. ELABORACION DEL MODELO DEL NEGOCIO

3.1. DEFINICION DE LA PROPUESTA DE VALOR DEL NEGOCIO



www.infoautonomos.com | La propuesta de valor del negocio
<https://www.infoautonomos.com/plan-de-negocio/lienzo-propuesta-de-valor/>

Dentro de la estrategia empresarial, la propuesta de valor es el grueso de un modelo de negocio y recopila todos los beneficios que la empresa aporta al cliente mediante la oferta de sus productos y servicios satisfaciendo así sus necesidades específicas. Por tanto, de la propuesta de valor deriva la ventaja competitiva del negocio. La propuesta de valor da respuesta a la pregunta por qué un cliente debe comprarte a ti y no a tu competencia, por lo que es capaz de situarte como primera opción de compra. (AUTONOMOS, 2021)

Grafico N° 02 Propuesta de Valor del Negocio

□

Fuente: Elaboración Propia 2021

Con cada solución a un problema, una persona busca valores diferentes y eso es, precisamente lo que buscamos con la propuesta de valor de nuestro negocio, que es un producto que se basa en un collar al cual se le ha adherido un dispositivo GPS (El Sistema de Posicionamiento Global, originalmente Navstar GPS, es un sistema que permite posicionar cualquier objeto sobre la Tierra con una precisión de hasta centímetros, aunque lo común son unos pocos metros) para poder ubicar a su perro, en caso de pérdida desde un celular.

3.2. ELABORACION DEL LIENZO DE MODELO DE NEGOCIO

Tabla N° 11 Lienzo Modelo de Negocio CANVAS

□

Fuente: Elaboración Propia 2021

Debemos reflexionar sobre qué tipo de modelo de negocio pondremos en marcha para dar respuesta a las nuevas formas de consumo. En nuestro modelo CANVAS la propuesta de valor es brindarles a los clientes un producto collar para perros que tiene adherido un GPS para poder rastrearlo en caso se pierda, se lo roben y pueda ubicarlo rápidamente desde su celular.

Los ingresos de la empresa serán las ventas de los collares con GPS, la relación con los clientes, es personalizada donde se le brindara información del uso, beneficios, característica del collar con GPS. Recurso Clave, es contar con un local que podamos posicionarlo. Los proveedores pueden ser por importación o compra en el país, el que resulte más conveniente y beneficioso para la empresa como para los clientes.

3.3. DESCRIPCION DEL PROTOTIPO DE LANZAMIENTO

Petonaut F9 Collar de Perro inteligente: rastreador de ubicación GPS, Monitor de actividad, el rastreador de perros ideal/rastreador de mascotas para el seguimiento de perros, el localizador de perros y el accesorio de collar resistente al agua para mascotas

Descripciones:

LaPetonautF9Localizador de perro por GPS no solo es resistente al agua y robusto, sino que también le permite ver la ubicación de su mascota desde cualquier lugar y en cualquier momento. Puedes rastrear a tu amigo peludo en tiempo real, sin límites.

Accede al historial de ubicación de tu smartphone y disfruta de muchas más funciones divertidas junto con tu mascota. Es sin duda el momento de nuevas aventuras, así que consigue tu rastreador de mascotas. Estos productos GPS se pueden usar con gatos y perros en casi cualquier lugar del mundo.

Independientemente de si estás de viaje o en casa.



Incluso si vive cerca de la frontera, los rastreadores GPS usarán la mejor red celular disponible.

Simplemente coloque el rastreador gps en el collar, inicie el seguimiento en vivo y Reciba Alertas geofence.

Características y destacados:

1. Localización GPS y seguimiento de actividad para perros y gatos: el cuidado de mascotas más inteligente está aquí.
2. Alertas proactivas: recibe notificaciones de email, app o texto cuando tu mascota salga de su lugar seguro antes de que se alejen demasiado.
3. Seguimiento avanzado: seguimiento rápido y preciso con tecnología GPS, celular y Wi-Fi, para que puedas encontrar a tu mascota en minutos si se alejan.
4. Cobertura nacional: Whistle utiliza tecnología GPS y celular avanzada para identificar la ubicación de su mascota en cualquier lugar de los EE. UU. En la red más grande de América.
5. Monitor de actividad: controla la actividad diaria de tu perro y apoya para mantener a tu compañero en gran forma por su edad, peso y raza.
6. Duradero y resistente al agua: se sujeta a cualquier collar o arnés de hasta 1 "de ancho y está diseñado para ir a cualquier lugar con tu mascota, incluso para nadar.

7. Larga modo de reposo: 120 H en espera, función de recordatorio de batería baja, tiempo de espera prolongado no pierde contacto

Nombre del producto: rastreador GPS para mascota

Modelo de producto: F9

Peso Juego completo / máquina individual: 130 g / 24,5 g

Tamaño de la máquina: 49 * 46 * 20 MM

Figura N° 02 Prototipo del producto Collar de perro con GPS

□

Fuente: Imágenes Google 2022

CAPÍTULO IV. VALIDACION DEL MODELO DE NEGOCIO

4.1. APLICACIÓN DE LA METODOLOGIA LEAN STARTUP

 **coworkingspain.es** | Los 5 principios básicos de 'The Lean Startup' - Noticias | Coworking Spain
<https://coworkingspain.es/magazine/noticias/los-5-principios-basicos-de-lean-startup>

Aunque en su origen pensada para compañías de alta tecnología, la filosofía conocida como 'The Lean Startup', desarrollada por Eric Ries y Steve Blank en 2008, se aplica en la actualidad a cualquier individuo, grupo o empresa que busca introducir nuevos productos o servicios en el mercado y en especial a las cada vez más numerosas y pujantes startups o nuevas empresas innovadoras.

Hoy LEAN STARTUP es un procedimiento empresarial para acometer el lanzamiento de servicios o productos basado en 3 elementos fundamentales que permiten acortar los ciclos de desarrollo del producto, evaluar el progreso real sin recurrir a indicadores maquillados y ayudar a entender qué es lo que realmente quieren los consumidores:

Aprendizaje validado

Experimentación científica

Iteración en los lanzamientos del producto

Así las STARTUPS que, aunque muy innovadoras y emprendedoras suelen ser pequeñas empresas con pocos fondos, pueden planear sus estrategias aprendiendo de sus clientes, sin necesidad de una gran financiación inicial y reduciendo al máximo el coste de lanzamiento.

(COWORKING, 2016)

Nuestros clientes son:

SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA:

Provincia de Ica

SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA:

Perros de acuerdo a edades, peso y tamaño

Cachorro

Adulto

SEGMENTACION PSICOGRAFICA

NSE: A-B-C

El Trabajo de campo se realizó en 15 días de trabajo de campo y luego se procedió a organizar la información para luego ser procesada en la hoja electrónica Excel, siendo los resultados a continuación:

Tabla N° 12 Formula de la muestra

□

Fuente: Elaboración Propia 2021

Z:Nivel de confianza (95%) = 1,96

P:Probabilidad de éxito = 0,5

Q:Probabilidad de fracaso = 0,5

E:Error permisible = 0,05

n= Tamaño de la muestra

n = 384.16

n = 384

METODOLOGIA

La técnica usada en la investigación es la encuesta que utiliza una herramienta de un cuestionario.

LA ENCUESTA: Luego de recolectar la información del sistema, podemos dar respuestas a nuestras preguntas en base a los términos descriptivos y variables. De esta manera podremos detectar los patrones y relaciones entre los consumidores

EL CUESTIONARIO: Es la técnica de recopilación de datos más utilizada en los métodos de encuesta.

Comprende los pensamientos y comportamientos de los entrevistados a través de preguntas realizadas en ello.

Tabla N° 13 Segmentación de los clientes

DESCRIPCION TOTAL

POBLACION TOTAL DE LA PROVINCIA DE ICA 376,899

PROMEDIO O NUMERO DE HABITANTES POR HOGAR 4

CANTIDAD DE HOGARES 94,225

NIVEL SOCIO ECONOMICONSE A-B-C 55.60%

CANTIDAD DE HOGARES x NSE 52,389

Fuente: INEI, APEIM 2020

En la tabla N° se ha realizado una segmentación basado en la demografía, cantidad de población de la provincia de Ica, después hemos sacado la cantidad de hogares que hay en la provincia de Ica, luego se ha segmentado por NSE A-B-C obteniendo una cantidad de hogares a los que nos vamos a dirigir de 52,389.

ENCUESTA

1.- Buen día Sr(a) ¿Tiene alguna mascota como un perro en su casa?

Tabla N° 14 Encuesta N° 1

ALTERNATIVAS FRECUENCIA %

SI 279 73%

NO 105 27%

TOTAL 384 100.00%

Fuente: Elaboración Propia 2021

ANALISIS:
Tenemos como resultado de la encuesta que el 73% de los hogares de la provincia de Ica tienen un perro en su casa. Tenemos con este resultado un potencial mercado para nuestro producto.

2.- ¿Alguna vez por descuido se les ha escapado su perro?

Tabla N° 15 Encuesta N° 2

ALTERNATIVAS FRECUENCIA %

SI 202 72%

NO 77 28%

TOTAL 279 100.00%

Fuente: Elaboración Propia 2021

ANALISIS:
Tenemos como resultado de la encuesta que el 72% de los hogares de la provincia de Ica, sus perros se les ha escapado alguna vez. Este nos demuestra que los perros muchas veces salen de las casas por descuido de sus dueños o por alguna negligencia.

3.- ¿Cuando se le ha escapado el perro lograron encontrarlo?

Tabla N° 16 Encuesta N° 3

ALTERNATIVAS FRECUENCIA %

SI 157 56%

NO 122 44%

TOTAL 279 100.00%

Fuente: Elaboración Propia 2021

ANALISIS:
Tenemos como resultado de la encuesta que el 56% de los hogares de la provincia de Ica, sus perros se les ha escapado y lograron encontrarlo. Este nos demuestra que el 44% no lograron encontrar nunca a su perro. Este resultado nos deja una buena oportunidad para el posicionamiento de nuestro producto.

4.- ¿Estaría dispuesto a comprar un sistema colocado en un collar de perro, por el cual usted en caso de pérdida de su perro, puede monitorearlo y así poder ubicarlo?

Tabla N° 17 Encuesta N° 4

ALTERNATIVAS FRECUENCIA %

SI 198 71%

NO 81 29%

TOTAL 279 100.00%

Fuente: Elaboración Propia 2021

ANALISIS:
Tenemos como resultado de la encuesta que el 71% de los hogares de la provincia de Ica, los dueños o propietarios de sus perros estarían dispuestos a comprar nuestro collar de perro con GPS.

Informe Técnico del GPS

El modelo del dominio es el artefacto más importante que se crea durante el análisis, pues representa las clases conceptuales del mundo real, no de componentes software y se muestra en la Figura. En ella pueden verse las cinco principales clases del proyecto:



Usuario, Perro, Paseo, Ruta y Localización,
con sus respectivos atributos y relaciones.

Figura N° 03 MODELO DEL DOMINIO

□

Fuente: Elaboración Propia 2021

4.2. DESCRIPCION DEL MODELO DE NEGOCIO VALIDADO



aleph.org.mx | cómo funcionan los llaveros gps
<https://aleph.org.mx/como-funcionan-los-llaveros-gps>

Así que su funcionamiento es realmente sencillo, le colocamos al perro el collar GPS con su correspondiente tarjeta SIM activada y dejamos a la mascota que siga normal como siempre. Desde nuestro teléfono móvil y gracias a la App móvil podremos ver a tiempo real donde está nuestro perro y monitoreándolo a cada momento.



www.kippy.eu | Collar con GPS
<https://www.kippy.eu/blog/es/collar-con-gps/#:~:text=El collar con GPS es un tipo particular,al collar, siempre podrás encontrar a tu mascota.>

El collar con GPS es un tipo particular de collar que permite hacer un seguimiento de las actividades de tu amigo perruno e identificar exactamente su posición mediante un teléfono móvil. Gracias al dispositivo GPS conectado al collar, siempre podrás encontrar a tu mascota.

Figura N° 04 Modelo del GPS Collar perro monitoreado desde un celular

Fuente: Imagen Google 2021

CAPÍTULO V. ANALISIS DE LA RENTABILIDAD

5.1. DETERMINACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

5.1.1. PRONOSTICO DE VENTAS

 www.salesforce.com | Pronóstico de Ventas: ¿qué es y cómo hacerlo? | Salesforce
<https://www.salesforce.com/mx/blog/pronostico-de-ventas/>

El pronóstico de ventas es un referencial técnico de desempeño formulado a partir de métricas e indicadores claros. Esto asegura el planeamiento estratégico, que puede anticipar la evolución del embudo de ventas y calcular los próximos pasos a partir de datos reales.

Nuestro pronóstico de ventas empieza en el mes de enero con un total de 200 unidades por tres meses de ahí pasamos a ventas de 255 por tres más, pasamos a 350 unidades por otros tres meses hasta llegar a 430 unidades mes de octubre, 435 unidades mes de noviembre y 440 unidades al mes de diciembre. Ventas acumuladas proyectadas de 3,720 unidades en un año.

Tabla N° 18 Pronostico de ventas unidades

DESCRIPCION	ENE	FEB	MAR	ABRIL	MAYO	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Modelo 1	64	64	82	82	112	112	112	138	139	141			
Modelo 2	56	56	71	71	71	98	98	98	120	122	123		
Modelo 3	50	50	50	64	64	64	88	88	88	108	109	110	
Modelo 4	30	30	30	38	38	38	53	53	53	65	65	66	
TOTAL	200	200	200	255	255	255	350	350	350	430	435	440	3,720

Fuente: Elaboración Propia 2021

Tabla N° 19 Pronostico de ventas unidades monetarias

DESCRIPCION	ENE	FEB	MAR	ABRIL	MAYO	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Modelo 1	5,952.00	5,952.00	5,952.00	7,588.80	7,588.80	7,588.80	7,588.80	10,416.00	10,416.00	12,796.80	12,945.60	13,094.40	
Modelo 2	5,208.00	5,208.00	5,208.00	6,640.20	6,640.20	6,640.20	6,640.20	9,114.00	9,114.00	9,114.00	11,197.20	11,327.40	11,457.60
Modelo 3	4,000.00	4,000.00	4,000.00	6,640.20	6,640.20	6,640.20	6,640.20	9,114.00	9,114.00	9,114.00	11,197.20	11,327.40	11,457.60
Modelo 4	2,400.00	2,400.00	2,400.00	5,100.00	5,100.00	5,100.00	5,100.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	8,600.00	8,700.00	8,800.00
TOTAL	17,560.00	17,560.00	17,560.00	18,380.40	18,380.40	18,380.40	25,228.00	25,228.00	25,228.00	43,791.20	44,300.40	44,809.60	316,406.40


Fuente: Elaboración Propia 2021

5.1.2. PLANILLA DE LA EMPRESA

El Registro de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE), es un registro en el que pueden inscribirse las micro y pequeñas empresas (MYPE) para acceder a beneficios laborales y tributarios, con el propósito de que puedan desarrollarse, consolidarse en el mercado y generar empleo y desarrollo.

¿Quiénes pueden acceder?

Pueden entrar en REMYPE

 **PLAN DE NEGOCIO SNACK DE MACAMBO.docx** | PLAN DE NEGOCIO SNACK DE MACAMBO
 El documento proviene de mi grupo

las micro y pequeñas empresas constituidas por personas naturales o jurídicas dedicadas a actividades como extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Asimismo, deben tener como mínimo un trabajador.

No pueden acceder a este registro empresas del rubro de bares, discotecas, casinos y juegos de azar.

Tabla N° 20 Planilla de la Empresa

PUESTO N°	REM	ASIG	BONIF	TOTAL	GRATIF	CTS	SIS	VACAC	TOTAL	TOTAL	
		PERS BASICA FAM		EXTRAORD		SUELDO 2		MENSUAL		ANUAL	
Gerente General	1	1,500.00	No aplica	No aplica	1,500.00	No aplica	No aplica	15.00	62.50	1,577.50	18,930.00
Vendedor Tienda	1	1,200.00	No aplica	No aplica	1,200.00	No aplica	No aplica	15.00	50.00	1,265.00	15,180.00
Vendedor Campo	2	1,200.00	No aplica	No aplica	1,200.00	No aplica	No aplica	15.00	50.00	1,265.00	15,180.00
TOTAL	4	S/.3,900.00	No aplica	No aplica	S/.3,900.00	No aplica	No aplica	S/.45.00	S/.4,107.50	S/.49,290.00	

Fuente: Elaboración Propia 2021

Tabla N° 21 Cantidad de hogares por NSE

DESCRIPCION	TOTAL
POBLACION TOTAL DE LA PROVINCIA DE ICA	376,899
PROMEDIO O NUMERO DE HABITANTES POR HOGAR	4
CANTIDAD DE HOGARES	94,225
NIVEL SOCIO ECONOMICONSE A-B-C	55.60%
CANTIDAD DE HOGARES x NSE	52,389

Fuente: Elaboración Propia 2021

Población total de la provincia de Ica = 376,899 personas al año 2019

Promedio o número de habitantes por hogar es de 4 personas 376,899 personas/4 personas = 94,225 hogares nos vamos a dirigir a los NSE A-B-C = 55.60% este porcentaje lo aplicamos al total de hogares de la provincia de Ica = 52,389 hogares

El precio del collar con GPS ers de S/. cualquier modelo y tamaño

5.1.3. ESTIMACION DE LA DEMANDA

5.1.3.1. MERCADO TOTAL. - El mercado total son todos los hogares de la provincia de Ica 94,225 hogares de la provincia Ica que están en los NSE A-B-C 55.60% = son 52,389 hogares

5.1.3.2. MERCADO POTENCIAL. - El mercado potencial de nuestra empresa son los hogares de la provincia de Ica que pueden tener un interés en nuestra empresa. ¿Estaría dispuesto a comprar un sistema colocado en un collar de perro, por el cual usted en caso de pérdida de su perro, puede monitorearlo y así poder ubicarlo? 71% respondieron que si = 37,196 hogares

5.1.3.3. MERCADO OBJETIVO. - El mercado objetivo es el mercado meta que es el conjunto de hogares, en este caso nuestro mercado objetivo será para el primer año el 10% del mercado

potencial = 3,720 hogares

5.1.4. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es un término que sirve para definir el momento en que una empresa cubre sus costos fijos y variables; es decir, cuando los ingresos y los egresos están al mismo nivel.

La importancia de hallar el punto de equilibrio es que, a partir de ese logro, el producto, con este volumen mínimo de producción y venta, será rentable para la empresa y así se mantendrá en la medida en que la empresa consiga sostener el ritmo en la producción y las ventas.

Tabla N° 22 Datos para el punto de equilibrio

CONCEPTOS AÑO 1

Costos Fijos

Gastos de Administración 68,785.20

Gastos de Ventas 24,420.00

Gastos Financieros 4,746.10

Total Costos Fijos 97,951.30

Costos Variables 188,600.00

Fuente: Elaboración Propia 2021

Tabla N° 23 Formula del punto de equilibrio

PEUnit.= Costo Fijos Totales

Precio de Venta Unitario - Costo Variable Unitario

Fuente: Elaboración Propia 2021

Tabla N° 24 Punto de equilibrio

PEUnit.= 97,951.00

86,50 - 50.698924

Fuente: Elaboración Propia 2021

Punto de equilibrio Unidades Físicas = 2,736 unidades

Punto de equilibrio Unidades Monetarias = 236,664 soles

5.2. DETERMINACION DE LAS NECESIDADES DE INVERSION

5.2.1. PLAN DE INVERSIONES

La inversión total es de S/. 76,198.39

Tabla N° 25 Plan de Inversiones

PLAN DE INVERSIONES

RUBRO SOLES PORCENTAJE

Activo Fijo Tangible 19,240.00 25%

Activo Fijo Intangible 9,489.99 12%

Capital de Trabajo 47,468.40 62%

TOTAL S/. 76,198.39 100%

Fuente: Elaboración Propia 2021

5.2.2. ACTIVO FIJO TANGIBLE

El total del activo fijo tangible asciende al monto de S/. 19,240.00

Tabla N° 26 Activo Fijo Tangible

ACTIVO FIJO TANGIBLE

RUBRO PRECIO UNID PRECIO

UNITARIO TOTAL SOLES

EQUIPOS Y ARTEFACTOS

Lap Top 3,200.00 2 6,400.00

Aire Acondicionado 1,890.00 2 3,780.00

Luces de emergencia 65.00 3 195.00

TV 55' SONY 3,500.00 1 3,500.00

Sub Total 13,875.00

HERRAMIENTAS

Luces y focos 220.00 1 450.00

Extintor 105.00 2 500.00

Señales de seguridad 135.00 1 450.00

Sub Total 1,400.00

MUEBLES

Mostrador de vidrio 675.00 3 2,025.00

Tachos 35.00 2 70.00

Escritorio 480.00 1 480.00

Silla de ejecutivo 105.00 1 105.00

Cuadros de decoración y otros adornos para tienda de collares de perros 1,200.00 1 1,200.00

Silla de mostrador 85.00 1 85.00

Sub Total 3,965.00

TOTAL S/. 19,240.00

Fuente: Elaboración Propia 2021

5.2.3. ACTIVO FIJA INTANGIBLE

El monto del activo fijo intangible es de S 4,472.25

Tabla N° 27 Activo Fijo Intangible

ACTIVO FIJO INTANGIBLE

RUBRO IMPORTE

SOLES

Tramites de marca 514.25

Constitucion de empresa (Gastos Notariales y SUNARP) 498.00

Certificado INDECI 60.00

Licencia de funcionamiento MPI 285.00

Creacion de pagina web 835.00

Garantia de Alquiler 1 mes adelantado 2,280.00

TOTAL S/. 4,472.25

Fuente: Elaboración Propia 2021

Tabla N° 28 Gastos Administración

GASTOS DE ADMINISTRACION

DESCRIPCION MONTO CANTIDAD MES 1 MES 2 TOTAL

Gerente General 1,577.50 1 1,577.50 1,577.50 3,155.00

Alquiler de local 2,850.00 1 2,850.00 2,850.00 5,700.00

Contador (externo) 620.00 1 620.00 620.00 1,240.00

Útiles de escritorio 36.00 1 36.00 36.00 72.00

Luz 105.00 1 105.00 105.00 210.00

Materiales de limpieza 302.00 1 302.00 302.00 604.00

Línea celular 29.90 4 119.60 119.60 239.20

Línea internet 79.00 1 79.00 79.00 158.00

Agua 43.00 1 43.00 43.00 86.00

TOTAL S/. 5,732.10 S/. 5,732.10 S/. 11,464.20

Fuente: Elaboración Propia 2021

Tabla N° 29 Gastos de Ventas

GASTOS DE VENTAS

DESCRIPCION MONTO CANTIDAD MES 1 MES 2 TOTAL

Vendedor Tienda 1,265.00 1 1,265.00 1,265.00 2,530.00

Vendedor Campo 1,265.00 1 1,265.00 1,265.00 2,530.00

Software de gestión comercial 145.00 1 145.00 145.00 290.00

Página web redes sociales 125.00 1 125.00 125.00 250.00

Volantes 5000 500.00 1 500.00 500.00 1,000.00

TOTAL S/. 2,035.00 S/. 2,035.00 S/. 4,070.00

Fuente: Elaboración Propia 2021

Tabla N° 30 Costos Directos de Comercialización

COSTOS DIRECTOS DE COMERCIALIZACION

DESCRIPCION CANTIDAD PRECIO MES 1 MES 2 TOTAL

Collar modelo 1 64 50.00 3,200.00 3,200.00 6,400.00

Collar modelo 2 56 50.00 2,800.00 2,800.00 5,600.00

Collar modelo 3 50 50.00 2,500.00 2,500.00 5,000.00

Collar modelo 4 30 50.00 1,500.00 1,500.00 3,000.00

TOTAL DE COSTOS DIRECTOS S/. 4,000.00 S/. 4,000.00 S/. 8,000.00

Fuente: Elaboración Propia 2021

Tabla N° 31 Costos Indirectos de Comercialización

COSTOS INDIRECTOS DE COMERCIALIZACION

DESCRIPCION CANTIDAD PRECIO MES 1 MES 2 TOTAL

Gasolina Moto 1 100.00 100.00 100.00 200.00

TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS S/. 100.00 S/. 100.00 S/. 200.00

Fuente: Elaboración Propia 2021

Tabla N° 32 Total Costos de Comercialización

DESCRIPCION TOTAL

COSTO TOTAL DIRECTO 8,000.00

COSTO TOTAL INDIRECTO 200.00

TOTAL S/. 8,200.00

Fuente: Elaboración Propia 2021

5.2.4. CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo es un indicador financiero que se utiliza para determinar los recursos financieros con que dispone una empresa para operar sin sobresaltos y de forma eficiente.

Tabla N° 33 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO SOLES

DESCRIPCION MES 1 MES 2 TOTALES PORCENTAJE

Costo de Producción 8,200.00 8,200.00 16,400.00 35%

Gastos de Administración 11,464.20 11,464.20 22,928.40 48%

Gastos de Ventas 4,070.00 4,070.00 8,140.00 17%

TOTAL 23,734.20 23,734.20 47,468.40 100%

El prestamos será solicitado al Banco Interbank del Perú por el monto de S/ 26,198.39
 Con una tasa de interés de 23.00% a dos años de pago.

Tabla N° 34 Servicio de la Deuda
 N° de Cuotas: 24

N °	SALDO	AMORTIZACIÓN	CUOTA
CAPITAL INTERES (%)			
23.00 ANUAL			
0 S/.	26,198.39	1.74	MENSUAL
1	25,309.57	888.8166	455.87 1,344.69
2	24,405.29	904.2828	440.41 1,344.69
3	23,485.27	920.0180	424.67 1,344.69
4	22,549.25	936.0271	408.66 1,344.69
5	21,596.93	952.3148	392.38 1,344.69
6	20,628.04	968.8859	375.80 1,344.69
7	19,642.30	985.7453	358.95 1,344.69
8	18,639.40	1,002.8981	341.79 1,344.69
9	17,619.05	1,020.3494	324.34 1,344.69
10	16,580.95	1,038.1043	306.59 1,344.69
11	15,524.78	1,056.1682	288.52 1,344.69
12	14,450.23	1,074.5464	270.14 1,344.69
13	13,356.99	1,093.2444	251.45 1,344.69
14	12,244.72	1,112.2678	232.42 1,344.69
15	11,113.10	1,131.6222	213.07 1,344.69
16	9,961.79	1,151.3134	193.38 1,344.69
17	8,790.44	1,171.3472	173.34 1,344.69
18	7,598.71	1,191.7296	152.96 1,344.69
19	6,386.24	1,212.4667	132.22 1,344.69
20	5,152.68	1,233.5647	111.13 1,344.69
21	3,897.65	1,255.0297	89.66 1,344.69
22	2,620.78	1,276.8683	67.82 1,344.69
23	1,321.69	1,299.0869	45.60 1,344.69
24	0.00	1,321.6921	23.00 1,344.69
S/.26,198.39 S/.6,074.19 S/.32,272.58			

Fuente: Elaboración Propia 2021

5.2.5. ESTADO DE SITUACION FINANCIERA DE APERTURA

El estado de situación financiera de apertura o balance de apertura refleja la situación patrimonial de la empresa en un tiempo determinado, es decir, los recursos que posee y la forma en cómo estos se financian.

Tabla N° 35 Estado de Situación Financiera de Apertura
 ESTADO DE SITUACION FINANCIERA DE APERTURA

ACTIVO PASIVO Y PATRIMONIO	
ACTIVO CORRIENTE PASIVO CORRIENTE	
Efectivo y equivalente de efectivo	52,486.14 Deudas de corto plazo
11,748.16	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	52,486.14 TOTAL PASIVO CORRIENTE
11,748.16	
ACTIVO NO CORRIENTE PASIVO NO CORRIENTE	
Inmuebles, maquinaria y equipos	19,240.00 Deudas a largo plazo
14,450.23	
Activos Intangibles	4,472.25
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	23,712.25 TOTAL PASIVO NO CORRIENTE
14,450.23	
TOTAL PASIVO	26,198.39
PATRIMONIO	
Capital	50,000.00
TOTAL PATRIMONIO	50,000.00
TOTAL ACTIVO S/.	76,198.39 TOTAL PASIVO+PATRIMONIO S/.
76,198.39	

Fuente: Elaboración Propia 2021

5.2.6.

18 **Documento de otro usuario**
 El documento proviene de otro grupo

ESTADO DE RESULTADOS

El Estado de resultados es un estado financiero básico en el cual se presenta información relativa a los logros alcanzados por la empresa durante un periodo determinado; asimismo, hace notar los esfuerzos que se realizaron para alcanzar dichos logros.

La diferencia entre logros y esfuerzos es un indicador de la eficiencia de la administración y sirve de medida para evaluar su desempeño.

Nuestro estado de resultado está proyectado para 5 años.

Tabla N° 36 Estado de Resultados Proyectado
ESTADO DE RESULTADOS

PARTIDAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	316,406.40	348,047.04	382,851.74	421,136.92	463,250.61
(Costo de Ventas)	188,600.00	207,460.00	228,206.00	251,026.60	276,129.26
Utilidad Bruta	127,806.40	140,587.04	154,645.74	170,110.32	187,121.35
(Gastos Admnsitrativos)	68,785.20	68,785.20	68,785.20	68,785.20	68,785.20
(Gastos de Ventas)	24,420.00	24,420.00	24,420.00	24,420.00	24,420.00
(Depreciacion)	3,848.00	3,848.00	3,848.00	3,848.00	3,848.00
Utilidad de la Operación	30,753.20	43,533.84	57,592.54	73,057.12	90,068.15
(Gastos Financieros)	4,388.12	1,686.05			
Utilidad antes de Impuestos	26,365.08	41,847.79	57,592.54	73,057.12	90,068.15
Impuesto a la Renta (29.5%)	4,746.10	5,220.71	5,742.78	6,317.05	6,948.76
UTILIDAD DEL EJERCICIO	21,618.98	36,627.08	51,849.76	66,740.07	83,119.39

Fuente: Elaboración Propia 2021

5.3. EVALUACION ECONOMICA Y FINANCIERA

5.3.1. TASA DE DESCUENTO

La tasa de descuento de los flujos de fondos o flujo de caja de un proyecto mide el costo de oportunidad de los fondos y recursos que se utilizan en el mismo.

Tabla N° 37 Tasa de Descuento

TASA DE DESCUENTO A B C D

IMPORTE COSTO DE

ESTRUCTURA COSTO CAPITAL

A/TOTAL ANUAL B X C

Prestamo Bancario 26,198.39 34.38% 23.00% 7.91%

Capital Propio 50,000.00 65.62% 25.00% 16.41%

TOTAL APORTADO S/. 76,198.39 100% 24.32%

Fuente: Elaboración Propia 2021

5.3.2. FLUJO DE CAJA PROYECTADO

El flujo de caja es un informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingresos y gastos de dinero que tiene la empresa en un período dado.

Tabla N° 38 Flujo de Caja Proyectado

CUENTAS AÑO 0 AÑO 1 AÑO 2 AÑO 3 AÑO 4 AÑO 5

INGRESOS

Ventas 316,406.40 348,047.04 382,851.74 421,136.92 463,250.61

Aportes 76,198.39

TOTAL INGRESOS 316,406.40 348,047.04 382,851.74 421,136.92 463,250.61

EGRESOS

Costos Produccion 188,600.00 207,460.00 228,206.00 251,026.60 276,129.26

Gastos Administrativos 68,785.20 68,785.20 68,785.20 68,785.20 68,785.20

Gastos de Ventas 24,420.00 24,420.00 24,420.00 24,420.00 24,420.00

Depreciacion 3,848.00 3,848.00 3,848.00 3,848.00 3,848.00

Impuesto a la Renta (1.5%) 4,746.10 5,220.71 5,742.78 6,317.05 6,948.76

TOTAL EGRESOS 290,399.30 309,733.91 331,001.98 354,396.85 380,131.22

(-) Inversion 76,198.39

FLUJO DE CAJA ECONOMICO -76,198.39 26,007.10 38,313.13 51,849.76 66,740.07 83,119.39

(+) Prestamo 26,198.39

(-) Amortizacion 11,748.16 14,450.23

(-) Interes 4,388.12 1,686.05

FLUJO DE CAJA FINANCIERO -181,423.71 9,870.82 22,176.85 51,849.76 66,740.07 83,119.39

Fuente: Elaboración Propia 2021

5.3.3. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Tabla N° 39 Valor Actual Neto

VAN: 52,424.95

Fuente: Elaboración Propia 2021

El VAN económico del proyecto nos muestra un saldo positivo de S/ 52,424.95 es decir el proyecto es viable.

5.3.4. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Tabla N° 40 Tasa Interna de Retorno

TIR: 48.33 %

Fuente: Elaboración Propia 2021

Esta tasa interna de retorno fue obtenida a través del flujo económico dando como resultado 48.33 % el proyecto es rentable

5.3.5. BENEFICIO COSTO (B/C)

El coeficiente beneficio costo económico es de S/ 1.69, lo cual indica que por cada sol obtenido se obtiene una ganancia de S/ 0.69, el proyecto es viable

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

PRIMERA CONCLUSION

En las veterinarias el promedio de gastos al año es de 800 soles, el problema de ofrecer algún producto que los usuarios necesiten para sus mascotas.

SEGUNDA CONCLUSION

El mercado total son todos los hogares de la provincia de Ica y que se encuentre en los NSE A-B-C.

TERCERA CONCLUSION

Los resultados del Van y TIR son positivos VAN con S/ 52,424.95, TIR 48.33 %

RECOMENDACIONES

PRIMERA RECOMENDACIÓN

Se recomienda realizar estudio e investigación del mercado cada dos años para ofrecer nuevos productos o servicios a los usuarios y clientes de la provincia de Ica

SEGUNDA RECOMENDACIÓN

Se recomienda poner en ejecución el siguiente Proyecto de Innovación Empresarial por ser positivos sus resultados y rentables para sus accionistas.

CAPÍTULO VII. ANEXOS

ANEXOS

CAPÍTULO VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguirre Pacheco, C. F., & Agüero Solano, J. (1 de JULIO de 2019). REPOSITORIO ACADEMICO UPC. Obtenido de https://repositorioacademico.upc.edu.pe:https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/626553/AguirreP_C.pdf?sequence=3&isAllowed=y
ANDINA. (noviembre de 2011). ANDINA. Obtenido de www.andina.pe: <https://andina.pe/agencia/noticia-unas-420000-mascotas-se-pierden-cada-ano-peru-falta-identificacion-732435.aspx>
AUTONOMOS, I. (3 de DICIEMBRE de 2021). INFO AUTONOMOS. Obtenido de <https://www.infoautonomos.com>: <https://www.infoautonomos.com/plan-de-negocio/lienzo-propuesta-de->

valor/

COWORKING. (9 de AGOSTO de 2016). COWORKING. Obtenido de <https://coworkingspain.es>: <https://coworkingspain.es/magazine/noticias/los-5-principios-basicos-de-lean-startup>
Megias, J. (21 de febrero de 2013). www.javiermegias.com. Obtenido de JAVIER MEGIAS: <https://javiermegias.com/blog/2013/02/validar-modelo-negocio-hipotesis-cliente-problema-solucion/#:~:text=HIPOTESIS%20DE%20CLIENTE,pena%20resolver%20para%20nuestro%20cliente%E2%80%A6>
TRACTIVE. (2022). TRACTIVE. Obtenido de <https://tractive.com>: <https://tractive.com/blog/es/seguridad/razones-para-equipar-a-tu-perro-con-un-localizador-gps>