



**TRABAJO DE GRADO
Opción Seminario-Diplomado.**

**Análisis del Incremento de Oferta y Demanda en Productos y Servicios para Mascotas en
Colombia en el año 2023**

Corporación Universitaria Remington.
Ciencias Administrativas
Administración de Negocios Internacionales

Pamela Rave Facundo
1088031906

Tutor Trabajo de grado: César Augusto García Mosquera. Magíster en Administración
Económica y Financiera.

Opción de Trabajo de grado Seminario-Diplomado.
2023.

Tabla de Contenidos

	2
Resumen.....	3
Palabra clave.....	3
Pregunta orientadora de la búsqueda.....	4
Metodología de búsqueda de la información.....	5
Sustentación teórica de la pregunta.....	6
Direccionamiento estratégico.....	7
mercado de las mascotas	7
importancia de las mascotas en las familias	8
estrategias de ventas en el mercado de las mascotas	9
Competitividad empresarial.....	10
estudio de mercado.....	11
Procesos generales.....	12
Estrategias.....	12
Globalización.....	13
modelo de negociación.....	14
Toma de decisiones.....	15
Liderazgo.....	15
Innovación.....	16
Emprendimiento.....	16
gestión empresarial.....	17
planes de mejoramiento.....	17
prospectiva de los negocios.....	18
discusiones.....	19
lista de referencias.....	20

Resumen

El presente informe tiene como finalidad resaltar la importancia de utilizar herramientas y modelos de negocio, existen planes de empresa que pretenden satisfacer al cliente y ser exitosos, sin embargo no tienen en cuenta grandes factores que delimitan ese éxito. Por eso deben hacer arduas investigaciones, metodologías, procesos, proyecciones y análisis pretenden evaluar adecuadamente su viabilidad, solvencia y rentabilidad a lo largo del tiempo, si son pioneros, entrar a la actualización de mercados para así poder ser líderes en ventas de productos y servicios para el cuidado y sostenimiento de todo tipo de animales a nivel nacional, debido a la gran variedad de artículos, alimentos y nuevos servicios que existen para ellos.

Palabras clave: Metodologías, procesos, proyecciones, investigaciones.

1. Pregunta orientadora de la búsqueda

¿Cuál es la importancia del mercado de productos y servicios para mascotas, en Colombia en el año 2023?

2. Metodología de búsqueda de la información

Se hizo una ardua búsqueda de información para la elaboración del presente informe utilizando un modelo de revisión documental en distintas fuentes bibliográficas a nivel global, regional y local. La información recaudada fue analizada a profundidad utilizando un modelo comprensivo e interpretativo con el objetivo de responder a la temática y enfoque de la investigación.

Se utilizó además herramientas de búsqueda Google académico y su búsqueda fue configurada con palabras claves para mejor comprensión y redacción a la hora de obtener la información y respetar las diversas fuentes de apoyo y sus autores evitando la suplantación.

Una vez, se contó con toda la información bibliográfica como base para el informe, se procedió a realizar los análisis y las conclusiones, en las cuales, se establecieron los puntos finales del informe, lo anterior, dando procedencia al objetivo del informe.

3. Sustentación teórica de la pregunta

4.

4.1 Introducción:

En este documento podemos observar los diferentes modelos de negocio basados en el crecimiento y aumento del mercado de las mascotas, también el comercio electrónico de los últimos años. De allí pudimos observar que la mayoría de la problemática era la falta de publicidad y seguridad al momento de exponer y promocionar productos las empresas por medio de la ayuda digital, así como también los usuarios se limitaban a utilizar estas ayudas digitales. Es una gran solución porque busca enlazar la venta de productos y servicios, entre otros, adicional a esto otra idea de negocio muy importante son los servicios de adopción y donación, esto se puede conseguir con canales de albergues y ayudas comunitarias. Los principales beneficios son el ahorro de tiempo de los usuarios. También podemos observar en las diferentes investigaciones como a través del tiempo nos han mostrado como los animales se han convertido en base fundamental para la familia, así mismo casi que humanizados, se ha convertido en fase importante los productos y servicios para estos, como spa, servicios de taxi, funeraria, salas de velación, juguetes y como parte muy importante los componentes actualizados que tienen los alimentos, que prometen mantener la buena digestión y cuidar el pelaje de estos. (Barboza Girón 2023)

3.2 Direccionamiento estratégico

El objetivo de este proyecto es destacar la opinión de los autores sobre la perspectiva del direccionamiento estratégico, para la mejora del desarrollo organizacional. Utilizando la metodología cualitativa, esta es de tipo bibliográfico, para ello se seleccionaron artículos científicos. Como finalidad importante se destaca que, el direccionamiento estratégico contribuye con el desarrollo organizacional. Esto desprende que contar con esta dirección estratégica implementa detalladamente un plan estratégico en cualquier tipo de organización promueve que las empresas estén a la expectativa de los cambios constantes del entorno en el se desarrollan (Armijos 2020)

3.3 Mercado de las mascotas (productos y servicios)

Hay investigaciones donde nos muestran que las mascotas tienen una gran influencia positiva en los hogares y los seres humanos en el núcleo familiar, desde hace mucho tiempo las mascotas han demostrado ser parte importante y ser un gran amigo fiel para todas las personas, importar edades o circunstancias siempre darán felicidad para sus amos.

Hay informes donde nos enseñan que las personas viven con las mascotas por que muestran un apoyo y compañerismo con ellos y sienten un amor incondicional. También nos dice que es rara la vez que haya sentimiento de soledad o desconsuelo por parte de una persona cuando tienen una mascota, ya sea felina o canina, ya que general mente los “millennials” no tienen un hijo pero si una mascota en su gran mayoría, así, la mascota es parte de la familia y esto representa gastos y grandes responsabilidades, estés grupo puede llegar a gastar gran parte de sus ingresos mensuales para sus hijos peludos (Cepeda, 2018).

En este plan de marketing puede definir la forma de introducir en el mercado, una aplicación móvil para interacción inmediata en la venta de alimentos y servicios para mascotas. Este negocio se da en la industria de comercio electrónico a través de tecnología móvil. La app funciona conectando tiendas especializadas (veterinarias y petshop) con compradores de alimentos para mascotas. La comunicación será dispositivos móviles, a través de esta los usuarios de comidas para mascotas podrán conectar una compra y solicitar un despacho como alternativa de entrega. Las empresas que son clientes, que serían tiendas y veterinarias proveedoras de alimentos para mascotas, contarán con un nuevo canal de distribución moderno e innovador, estos se sumaran a los usuales como apoyo a los objetivos comerciales (Martínez, 2018).

3.4 Importancia de las mascotas en las familias

Todos sabemos que la tendencia por estos últimos tiempo con respecto a las mascotas he intensificado, no es un fenómeno del pos humanismo, sino que este proviene de la prehistoria. Esta práctica desprende un cambio actitudinal hacia los animales. Las ánimas aparecen como una característica omnipresente en las familias occidentales, y de la teoría sistémica resulta una perspectiva destacable para este estudio. Convertir animales en parte de la familia es un proceso bidireccional, porque esto sería un rol activo. Las mascotas desempeñan acciones compartidas y particulares, adecuándose y cada día “humanizándose” al comportamiento de cada hogar, manteniendo la cohesión favoreciendo el desarrollo. Los animales tienen, además, un rol estabilizante, siendo este un rol demasiado importante en la crisis humanitaria que hubo, se recomienda para los humanos clínicos pueden incluir las mascotas en el trabajo con familias multispecies. (Videla 2019)

3.5 Estrategias de ventas en el mercado de las mascotas

Para desarrollar una actividad se necesita contar con una estructura definida y un guía que realice los seguimientos a todas las diferentes actividades propuestas, liderar es totalmente fundamental para el funcionamiento de los objetivos, transfiriendo todas las estrategias y valores, aumentando los niveles de productividad en sus equipos, alineando lo que exige la organización. Hay un índice importante hoy en día que es ajustarse a la convivencia de las generaciones actuales, trabajar al ritmo y las capacidades, sabiendo dar manejo al influyente en el desarrollo de las actividades. También es indispensable dar guía constante a las tareas a desarrollar a las exigencias por que las metas no son negociables. Ese liderazgo tiene que ser firme, así se despierta en cada equipo de trabajo sus aptitudes y actitudes, comprometiéndose y con un nivel de comunicación alto, con acuerdos en común para buscar una fácil solución, así se logra

mantenerse fuerte en los momentos difíciles que puedan enfrentar las organizaciones. (Cabezas, 2019).

3.6 Competitividad empresarial

Las estrategias van llevadas de la mano directamente con el conflicto que tienen que ver con los valores y las misiones de las organizaciones. Quiere convivir en el ambiente de la alta dirección de la empresa, empezando por la misión y visión de cada una de estas, así mismo los procesos de culturales que se alinean con la estrategia, por eso es que las compañías cuando no se actualizan con maquinaria, personal o infraestructura tienden a desaparecer, cada día aparecen más y más empresas siendo estos titanes, que se convierten en una amenaza para estas empresas antiguas, por eso tiene que sacar a tiempo estrategias y poner en marcha la creatividad y así mantener la calidad, y la adaptación para enfrentar los riesgos. Así mismo los recursos humanos son elementos claves para el cambio o cualquier tipo de proceso en el aumento o cambio de la productividad y competitividad de las empresas. Así referente a las investigaciones sobre la competitividad de las empresas. Estas metodologías influyen competitividad como: planeaciones estratégicas, producciones y operaciones, calidad, comercialización, contabilizaciones y finanzas, los recursos humanos y las gestiones ambientales, las capacidades directivas, marketing, calidad y los sistemas de innovación, así complementando para estos indicadores de gestión tanto internos como externos utilizados en la competitividad sistémica.

Por otra parte, los países de América Latina como, México, Venezuela, Argentina y Colombia en los últimos años, reportaron importantes cifras en la revista RECITIUTM, que esta es la revista de tecnología y ciencia del Instituto de Tecnología de Maracaibo, dice que desmejoran los indicadores de competitividad organizacional.

Ante esta situación se visualiza la falta de competitividad de las empresas en Colombia y México, entre estos, los súper almacenes Olímpica (SAO) y tiendas COPPE, a causa de que darle poco reconocimiento a sus colaboradoras, esto influye demasiado, habiendo que estos se sientan desanimados y así el pesado ambiente laboral crezca y así perjudique la atención a los clientes o los malos tratos.

También la ausencia de inversión en el personal, son influyentes a afectar la competitividad en la organización. Todo esto a conllevado en el mercado internacional, el poco reconocimiento en el mercado internacional (Ramírez 2018).

3.7 Estudios de mercado

Un estudio de mercado correcto sea en el área que sea, en este caso en el consumo de productos y servicios para mascotas, se debe iniciar por cómo está conformada una población de clientes, que deben estar registradas en una base de datos del área comercial o empresas con el mismo fin, también se puede tener en cuenta seguidores de las diferentes paginas o redes sociales, que marque su seguimiento a la hora de buscar un producto para las mascotas, se debe tener en cuenta que esto solo es un boceto de los mecanismos formales, no asegura que sea la representación total de la población. Ya que este muestreo solo va relacionado según criterio, se requiere un grupo de encuetados para el estudio correcto, y se seleccionan porque estos representan la población a analizar, estos también nos pueden servir para realizar una prueba de producto. El análisis tiene como objetivo hacer un seguimiento para efectuar el comportamiento de la compra de si gusta, de los hábitos y del uso de le darán al producto o servicio a comercializar (Ospina, 2022).

3.8 Procesos generales

Uno de los procesos generales más importantes es la implementación de servicios informáticos, que nos permitan la administración y el control de un proceso de negocio, controlar todos los malos procesos y las malas acciones que además del manejo y control de todos y cada uno de los procesos que se puedan llevar a cabo en una organización, la idea informática nos permite ampliamente desarrollar un rol lucrativo y de buen servicio al cliente. Al implementar aplicaciones, estas ayudan a que siempre las compañías tengan un contacto directo con sus clientes ofreciendo todos los productos y servicios para sus mascotas. Una gran alternativa para este es implementar el software iterativa, este aporta una gran ventaja al reducir el riesgo que existe para las necesidades del usuario teniendo acceso directo para la compra o la contratación

del servicio, quedando con sus datos en confidencialidad para una futura base y así mismo un seguimiento, para en un futuro hacerle ofertas a los mismos clientes. (Cotillo, 2017)

3.9 Estrategias

La importancia de implementar estrategias en los mercados de productos y servicios para mascotas, las estrategias son las acciones más utilizadas en el mundo de los negocios y en las organizaciones, tiene que haber una claridad en la implementación de esta, para evitar todos los efectos negativos que pueden conllevar, hay que identificar características y bondades que se encuentren. También definimos que las organizaciones con éxito ben de desarrollar a lo largo del tiempo una adaptación sistémica en su entorno, estas actualizaciones deben estar preparadas para enfrentarse a tres tipos de problemas en este entorno competitivo: problemas de empresa, que se relacionan con la definición producto-mercado en las que operan, problema de ingeniera, y problemas administrativos. También definimos el descubrimiento de los patrones de comportamiento en las compras, que este nos define el comportamiento estratégico coherente. Así mismo podemos asegurar que las organizaciones efectivas, dominan un nicho estrecho de mercados, controlándolos en sus industrias, y en el otro extremo tenemos las empresas falta de estrategias que simplemente son pegadas a prospectos, pero no definen ni buscan constantemente las nuevas oportunidades demercado para sus productos. (Carmona, 2018)

3.10 Globalización

Tenemos claro que las últimas tres o cuatro décadas, hemos visto un desarrollo de estudios con el avance de la globalización, es lo que se explica en una buena medida una acumulación para la escala económica. Durante mucho tiempo, estos estudios se centraron en una macroeconomía. Después a la mitad de los años 70 incorporaron en esta el análisis de los procesos de desarrollo, lo que produjo un cambio en el territorio que paso a ser considerado espacio de relaciones sociales, en función de desarrollo capas de consideras y otorgar valor al proyecto. Esto fue un reto para las últimas décadas que fueron capas de adecuarse a un contexto

económico, en el que el comercio, las finanzas y toda la actividad económica estuvieron fragmentada a nivel global. (Sosa, 2017).

3.11 Modelos de negociación

Si bien estamos claros en los últimos años, hay tendencias que han crecido de manera importante para los modelos de negocios para productos y servicios para las mascotas, que se vinieron de la mano con el cuidado del medio ambiente, la comida saludable para ellos, lo ético y el buen marketing de estos y lo social, así mismo el cuidado hacia ellas. Esta es una tendencia clara, ya que estas especies ya pasaron a ser humanizadas y ser nuestros propios hijos caninos, así mismo los cuidados tanto internos como externo son la preocupación de una población grande hoy en día, como las veterinarias, los baños y lo que incluye y los componentes de su comida. También hay que incluir, sus juguetes, accesorios y tiendas especializadas, en donde también incluyen un servicio de spa como muestra de nuevos modelos de negociación. (Vergas 2019)

3.12 Toma de decisiones

Hace algunos años este proceso se encontraba bajo una especie llamada producción mercantil. Este al convertirse en la llamada toma de decisiones, así halló la necesidad de contratar expertos para que aconsejaran en los diferentes campos, como la ingeniería, las finanzas, el mercado, entre otros. El que tomaba las decisiones se basaba en estadísticas operativas, de allí partían las decisiones que en adelante se tomaran, como nuevos mecanismos para la empresa. En los últimos años comprender la toma de decisiones, de este modo conforman modelos que permiten representar el comportamiento en las situaciones correctas. De cierta manera estos cambios deben pasar por una perspectiva holística, en donde se noten los niveles de conocimiento de la organización, la visión cambia a una visión sistemática cambiada a la acción general, integrando a todos los que forman parte de la gerencia y así tomar en cuenta el resto de la organización (Cobeña 2018).

3.13. Liderazgo

La importancia del liderazgo ya sea en las organizaciones o en cualquier tipo de ámbito, es revisar los enfoques que permanecen en la actualidad, la responsabilidad que se debe tener con cada organización es parte muy fundamental de los procesos de esta, ya que así tendría la diferencia entre el compromiso propio y la motivación o cumplir por cumplir. Así mismo los empleados que este comprometidos con su equipo de trabajo, es parte del buen liderazgo y del excelente ambiente laboral representado en cada compañía, el trabajo en equipo conlleva como fin trabajar unidos, pero para esto es sumamente importante que el líder plante unos buenos cimientos para que así pueda construir un excelente equipo de trabajo eficaz e importante. Así el liderazgo bien plasmado puede llevar a una excelente comunicación para resolver difíciles problemas, porque esta labor es un poco complicada, pero al contar con un buen equipo de trabajo, podemos conllevar a la solución de problemas, conflictos y de sacar las compañías a delante (Oblitas 2020).

3.14 Innovación

La innovación empresarial debe coexistir de la mano de la creatividad, son los dos elementos que cobran mayor potencia para actuar de manera colectiva. La creatividad es fundamental para los seres humanos para implementación de ideas y soluciones de problemas que conllevan consigo unos procesos, que poco a poco se van desarrollando y desenredando a través del tiempo del proceso y realidades socioeconómicas, contextuales y diversas. La creatividad es la alternativa mas real de los avances y desarrollo económico (Zúñiga 2018).

3.15 emprendimiento

El emprendimiento importantemente se ha convertido en un estilo de vida que casi que por obligación debemos realizar día a día, ya sea por decisión propia o por presión social, al estar un poco pesada la economía y el desarrollo en general, esto es muy significativo, ya que no

siempre un emprendedor debe depender de una organización para desarrollarse, sino al contrario ve el emprendimiento como oportunidad de independencia y entornos financieros (Solano 2017).

Hay análisis que muestran diferentes razones: económicas, familiares, implementos vinculares entre otros, en múltiples ocasiones, hay jóvenes que no salieron a trabajar o iniciaron su carrera pero no la culminaron, por eso es necesario adquirir unas capacidades que ayuden a lograr sus desempeños. Por otro lado la contraparte de esto, es que independientemente si terminan su carrera o no, ellos optan la gran mayoría con emprender, ya sea en una empresa o negocio pequeño, simplemente es arriesgarse a sacar a delante alguna meta, así que existen jóvenes que emprenden por la participación que tuvieron en la escuela y fuera de ella y otros que les nace o aprenden fuera del sistema educativo. (Prieta 2017).

3.16 Gestión empresarial

Este es un término muy importante en cualquier tipo de emprendimiento, ya que esto abarca todo lo importante que la administración conlleva mientras se desarrolla, mientras tiene su proceso administrativo, abarca todos los elementos para lograr los procesos propuestos, incorporando estrategias y miradas hacia el futuro con los aspectos más importantes. El concepto de gestión empresarial viene evolucionando mediante el hombre se va actualizando, así mismo la mejora de las tecnologías de nuevos productos y servicios, buscando así satisfacer a los clientes, para la mejora y la productividad de la empresa. Quien se hace cargo de esta gestión, tiene que tener en claro que tendrá a cargo la evolución de la sociedad y afrontar el desarrollo de nuevas ideas y de nuevas estrategias, para nuevos mercados nacionales e internacionales. Existen acciones a cargo de la gestión empresarial, estos deben conocer estos son: administración, gestión y dirección, que son fundamentales para el funcionamiento de la gestión empresarial. Así se le considera a la gerencia, como un cargo de manejo estratégico, es quien debe dar direccionamiento al fluimientto de las cosas en lo organizacional. (Quintana 2020)

3.17 Planes de mejoramiento

Los planes de mejoramiento nos permite mantenernos de una forma comparativa con el pasado a priorizar las necesidades que tenemos que desarrollar para el mejoramiento en la ejecución de la reactivación económica de las micro, medianas y grandes empresas, con estos mejoramientos impactan para que cada una de estas tenga en cuenta su proceso y su mejoramiento de calidad en sus planes a futuro. Los clientes seguirán recibiendo sus productos con el mismo realismo, pero siempre teniendo en cuenta el mejoramiento del producto con una visión positiva, siendo rentables y competitivos (Altamirano 2020).

3.18 Prospectiva de los negocios

En las últimas décadas la prospectivas de los negocios para los nuevos profesionales y los nuevos negocios, viene cambiando consecuentemente para mayores retos a futuros, esto nos deja claro que no es suficiente con una educación básica, ya que para la implementación de nuevas ideas, también debemos basarnos en estrategias, planeaciones, direccionamiento y un control para una mejor ejecución de los próximos proyectos, esto para plasmar una mejor idea de negocio y direccionamiento estratégico, el profesional tendrá que enfrentar diferentes problemáticas sobretodo de avances tecnológicos y tendencias nuevas de mercados tanto nacionales como internacionales, por la causa que de la demanda económica últimamente en los últimos tiempos, también nos debemos basar en que la persona encargada de realizar esos prospectos de nuevos proyectos no necesariamente tiene que ser una persona con escolaridad avanzada, pero si tener ciertos conocimientos en demandas de mercados laborales y competitividad empresarial. La prospectiva se basa en la observación laboral y el análisis de las tendencias sociales y tecnológicas, para asistir las necesidades de formación de conocimiento profesional. (Sánchez 2019)

3.19gestión en la calidad de las empresas

La gestión de la calidad en las empresas y en cuanto al servicio al cliente, se puede evidenciar que hay varios puntos como: procesos, sistemas, estrategias, exigencias, beneficios y una necesidad. La gestión de la calidad para pequeñas y medianas empresas, es importante la aplicación de las normas iso 9000 para que las estrategias competitivas den lugar al desarrollo de las empresas, esto no se basa únicamente en las necesidades que pueda tener sino también en la satisfacción de los clientes ante los productos y los servicios de estas mismas, la gestión de la calidad es vista como un proceso, un conjunto para lograr la satisfacción del cliente, también relaciona un conjunto de variables cuyo objetivo es lograr la satisfacción del cliente. Y lo mas importante es contar con la necesidad de controlar una gestión que permita posicionar la empresa en los mercados

(choez 2020)

3.20 Discusiones

Se tiene claro que la evolución de este mercado para las mascotas está creciendo mucho más cada día, así mismo tenían que estar actuales los cuidados para estos, como los alimentos la cual tiene una función muy importante sobre la economía colombiana, así pues se determinó la importancia en el desarrollo de estos alimentos, pero también que fueran acorde con la anatomía y la digestión de estas mascotas; se tuvo en cuenta también la correcta preparación de estos alimentos, teniendo en cuenta los valores nutricionales aportados a esta, adaptándose a las patologías de las mascotas, es también importante darle protagonismo a la historia de las empresa, como evolucionaron, organización estructural y empresarial, las estrategias de marketing y cuáles fueron las estrategias para hacer posicionamiento de este mercado (Rodríguez Hernández, 2023).

4. Conclusiones

Para este punto desde el pensamiento administrativo, nos queda totalmente claro que las empresa dedicadas a este nuevo proyecto de productos y servicios para las mascotas, más que desarrollarse como empresa deben actuar de una manera estratégica para poder actuar de manera efectiva ante la toma de decisiones y de conflicto y mantenerse totalmente actualizada ante las necesidades de cada cliente y de cada evolución que hay a medida de que pasa cada década o cada generación, ya que está claro que para esta generación, más que un animas ya hacer parte de las familias y que adicional a esta prácticamente humanizados hay muchas preferencias en cuanto a sus cuidados y su protección, haciendo así que cada cosa que vemos en la evolución como, los spa, los taxis, los crematorios, los helados, las tortas de cumpleaños y muchas cosas más, son muy importantes para el desarrollo que sigue evolucionando en la humanidad y por ente que deben evolucionar las empresas día a día.

5. Lista de Referencias.

- Altamirano, K. L., Cordero, C. F. A., Luna, A., & Segovia, W. A. S. (2020). Plan de mejora para la reactivación económica en momentos de iliquidez para las MiPymes de Cuenca-Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 6(3), 101-120.
- Armijos-Robles, L., Campos-Carrillo, A., & Hidalgo-Luzuriaga, Y. (2020). Estudio del direccionamiento estratégico en el desarrollo organizacional en Latinoamérica: Una revisión de literatura (2009-2018). *Economía y Negocios*, 11(1), 104-117.
- Barboza Girón, B. J., Espinoza Villanueva, M. A., Leonardo López, W., & Vilcahuaman Hinostroza, K. I. (2023). Modelo prolab: Petilove, app que integra productos y servicios para mascotas en Lima Metropolitana.
- Cepeda Caicedo, A. M., & Díaz del Castillo, L. M. (2018). Estudio de los motivadores de la demanda de productos y servicios para mascotas en Bogotá y de la oportunidad de negocios en este mercado.
- Cabezas Collazos, Y. (2019). Estrategias de mercadeo idóneas en el mediano plazo para acceder al mercado de e-commerce enfocado en productos para mascotas en la Gran Área Metropolitana.
- Cotillo Yafac, L. M., Gálvez Romero, L. E., & Mamani Ramírez, G. P. (2017). Plan de negocios para la implementación de una empresa Club Integral para Canes, dedicada a prestar servicios de cuidado, educación y recreación para perros.
- Carmona-De Ríos, C. (2018). ¿Cuál es la importancia de implementar estrategias en las organizaciones?. *Revista científica anfibios*, 1(1), 71-79.
- Cobeña, C. B., Guerra, P. V., & Pozo, R. A. (2018). Los sistemas de información en la toma de decisiones gerenciales en las empresas comerciales de Portoviejo. *ECA Sinergia*, 9(2), 45-54.
- Choez, F. N. Z., & Moreira, E. M. V. (2020). La gestión de la calidad y el servicio al cliente como factor de competitividad en las empresas de servicios-Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 6(3), 264-281.

Rodríguez Hernández, M. A. (2023). Evolución del mercado de alimentos para mascotas en Colombia (historia, tendencias y futuro).

Martínez, F., & Tapia, A. (2018). Alimentos para mascotas.

Ospina Arias, M., & Amariles Gomez, J. C. (2022). *Estudio de mercados para la formulación de estrategias de comercialización para los nuevos productos en la línea de juguetes comestibles Dokel Bone* (Doctoral dissertation, Universidad Católica de Pereira).

Oblitas, G. I. A. (2020). Importancia del liderazgo en los equipos de trabajo. *Gestión en el tercer milenio*, 23(46), 89-98.

Quintana, P. D. C. J. (2020). Importancia del modelo de gestión empresarial para las organizaciones modernas. *Revista de Investigación en Ciencias de la Administración ENFOQUES*, 4(16), 272-283.

Ramírez Molina, R. I., & Ampudia Sjogreen, D. M. (2018). Factores de competitividad empresarial en el sector comercial.

Ramírez Molina, R. I., & Ampudia Sjogreen, D. M. (2018). Factores de competitividad empresarial en el sector comercial.

Sosa Arencibia, M. (2017). Globalización y desarrollo local: El papel de las cadenas globales de valor en la inserción externa. *Economía y desarrollo*, 158(1), 106-115.

Solano, S. E., Martínez-Losa, N. A., & Casado, P. P. (2017). Emprendimiento social. *Revista de estudios de juventud*, (118), 69-81.

Sánchez Leyva, J. L., Sánchez Zeferino, D. E., & Zapata Lara, H. D. (2019). Prospectiva del mercado laboral para la carrera de gestión y dirección de negocios en la región sur de Veracruz. *VinculaTégica EFAN*, 267-283.

Vargas Vásquez, V. F. (2019). Propuesta de un modelo de negocio basado en la necesidad de seguridad y diversión para los hijos caninos creando un Club Spa–Mi hijo Canino.

Zuñiga, E. C., Toro, J. L. C., & Quesada, N. C. (2018). Creatividad e innovación: Motores de desarrollo empresarial. *Lámpsakos*, (19), 55-65.