

## ANEXOS

### Anexo 1. Registro de centros veterinarios

**REGISTRO DE ESTABLECIMIENTOS VETERINARIOS**  
Datos actualizados al 17-11-2024

País:

Actividad principal:

- PLANTERAS PARA MOSQUITOS Y VENTA
- Tienda de venta de alimentos sacarizado avícola
- CARPAVA VETERINARIA
- Tienda de venta de accesorios para mascotas y...

Nombre actual:

**Nota:** Se procesará únicamente los REGISTROS que se encuentren VÁLIDOS

**NOTIFIAR REPORTE**

País	Nombre	JD	Dirección	Tel
04-9377	VETERINARIA "SARZEN"	Tarje	C/ 847TE VILLA NUEVA SWB/ ESPINARDO E GORDIANO Y RUSTADO MENEZ	CEL. 4762
04-8867	VETERINARIA "LA ECONOMICA"	Tarje	C/ LUIS SANCHEZ EDI. OCEANOJACION	CEL. 7714
04-8940	VETERINARIA "LA FORTALEZA"	Tarje	AV. RUBEN GILBESAD ROLAN C/ CARRETERA	CEL. 7464
04-8278	VETERINARIA LA FORTALEZA	Tarje	C/FRILAN TELERMA N° 191 B/SAN LUIS - ENTRE RASO	CEL. 7467
04-6406	VETERINARIA LA FORTALEZA ( GUAYMAL )	Tarje	B/S LA BANDA MCALLA FRENTE AL MERCADO CAMPESINO	CEL. 7467
04-5203	VETERINARIA "LA MANCA E B"	Tarje	C/ANARCA I B/ SAN C/ Quintero y Algorobas	CEL. 7284
04-6947	VETERINARIA "LA FURBERIA"	Tarje	EL PALMARI	CEL. 7288
04-8398	VETERINARIA "LISEBAS"	Tarje	BARRIO PETROLERO C/ AVANSA I	CEL. 7367
04-7372	VETERINARIA "MARTINEZ"	Tarje	DOMINIO W/ LA EL CARMEN - YACUBA	CEL. 6738
04-8868	VETERINARIA "MIA"	Tarje	C/ANARCA I B/ PETROLERO ENTRE C/ RUSTADO MENEZ Y YATERITE	CEL. 7401
04-8801	VETERINARIA "MONDO ANIMAL"	Tarje	Calle Manuel Beltrame N° 0222	494
04-8713	VETERINARIA "MEDI VET"	Tarje	B/OFENCIONES DE CHAGO AV. PANAMERICANA EDI. PROLAN TELERMA	CEL. 7188
04-9102	VETERINARIA "NITROCAMPO"	Tarje	CALLE AVANSA I BARRIO PETROLERO EDI. YATERITE	7817
04-8852	VETERINARIA "PACISVA"	Tarje	AVANSA ELBERTO SARVERIA	CEL. 7767
04-6544	VETERINARIA "PANTOJA"	Tarje	Avenida 6 de Agosto	CEL. 7289
04-9401	VETERINARIA "RAMOS"	Tarje	CALLE YATERITE SIN BARRIO PETROLERO ENTRE AVANSA I y B	CEL. 6845
04-8303	VETERINARIA "REMPEL"	Tarje	DOMINIO EL BREAL	CEL. 7021
04-6372	VETERINARIA "SAN JOSE"	Tarje	CALLE BALLVAN ENTRE OSIRO Y POTERON	7482
04-9348	VETERINARIA "SANTA CRUZ - REX"	Tarje	AVENIDA LIBERTADORES CALLE 13 Y 14	6954
04-8732	VETERINARIA "SUPER PET"	Tarje	AV. LAS AMERICAS # 492	CEL. 7188

23:46:54 11 1 11

### Anexo 2. Investigación de mercados

La investigación de mercado se constituye en un elemento importante para la toma de decisiones, en cuanto la política de invertir en el emprendimiento. Sin duda, los indicadores obtenidos en cuanto a las características comportamiento del consumidor se consideran como la base esencial para la proyección de las ventas e ingresos, es por ello, de suma importancia la identificación del mercado potencial.

Según Malhotra, la investigación de mercados es “la identificación, recopilación, análisis y difusión de la información de manera sistemática y objetiva, con el propósito de

mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de mercadotecnia”

### **1.1. Planteamiento del Problema**

Las mascotas siempre han sido parte de la vida de las personas, pero en los últimos años han adquirido mayor relevancia dentro de las familias, llegando a ser tratados como un integrante más, llegando a casos extremos de humanización. Esto puede deberse en gran parte al cambio de hábitos de las personas y la concientización sobre el valor de los animales.

Mantener y cuidar un animal de compañía perro y gato, para los Tarijeños cada vez más adquiere relevancia y la manutención se ha convertido en un rubro que adquiere mayor peso en la canasta familiar de los hogares.

Esto se debe a la humanización, este concepto de tenencia responsable de las mascotas, junto con el síndrome del nido vacío, que se viene presentando en las parejas que no desean tener hijos o que se quedan solas por la partida de los que tuvieron y suplen la necesidad de dar afecto y protección con una mascota, ha implicado que el negocio enfocado hacia la venta de productos para dicho mercado crezca cada año un 13 por ciento. (Lozano Garzón, 2014).

De acuerdo con datos del Senasag Tarija (2024) existen alrededor de 100 establecimientos de comercio al por menor que operan con el objeto social de venta de productos y sustento para mascotas y dicha cifra se incrementa en el tiempo.

Según un estudio realizado sobre el mercado de mascotas los productos o accesorios que más se comercializan son los siguientes: Producto de salud o higiene, Juguetes, Antiparásitos, Collar o correa, Comedero, Camas.

Las camas para mascotas son un producto que se comercializa con mucha facilidad y ha tomado mucha popularidad dentro del mercado de accesorios para mascotas debido a que brinda confort y bienestar a nuestros animales a la hora de descansar. Sin embargo, este crecimiento ha generado una mayor competencia entre las marcas y tiendas que las comercializan dificultando así que dichas tiendas destaquen y logren fidelizar a sus clientes.

Son muchos los factores que influyen en la decisión de compra de este tipo de producto, pero se ha identificado, que, en el mercado actual de camas para mascotas, existen problemas de duración, ya que los materiales usados suelen ser de baja calidad y no cuentan con fundas lavables. Al realizar el lavado la espuma sufre deterioro lo cual genera que el producto tenga un menor tiempo de vida, adicional a ello, no se valora ciertas características de la mascota como peso o tamaño, esto genera que se propague un desgaste aún más rápido, inclusive si la cama está ubicada en el exterior, además de los usos adicionales que le da la mascota como jugar con el producto. Esto ha generado que los dueños de mascotas busquen productos de mayor calidad, generando la posibilidad de implementar nuevos modelos de camas para mascotas de materiales alternativos a los habituales del mercado.

### **1.1.2. Formulación Del Problema**

¿Cuáles son las características o atributos que debe tener las camas para mascotas para que sean aceptadas en el mercado de Tarija?

### **1.1.3. Hipótesis**

Una cama ecológica, de buena calidad y precio justo son las características principales que debe poseer el producto para ser aceptado en el mercado tarijeño.

### **1.1.4. Problema de decisión gerencial**

¿Será una alternativa viable introducir al mercado camas ecológicas para mascotas?

### **1.1.5. Problema de investigación de mercados**

¿Cuáles son las características o atributos que deben tener las camas ecológicas en el mercado de Tarija?

## **1.2. Objetivos de la investigación de mercados**

Para la presente investigación de mercados, se plantean los siguientes objetivos.

### **1.2.1. Objetivo general**

Determinar las preferencias e intenciones de compra del consumidor para las camas ecológicas para mascotas en la ciudad de Tarija.

### **1.2.2. Objetivos Específicos**

- ✓ Recabar información en cuanto a la frecuencia de compra de una cama para mascota.
- ✓ Conocer las características y atributos que destaca el consumidor que compra una cama para mascota.
- ✓ Determinar el nivel de aceptación de la cama ecológica en el mercado.
- ✓ Analizar la participación de la competencia en el mercado.

## **1.3. Metodología de la investigación**

Para el presente trabajo se utilizará los siguientes niveles y diseños de investigación para una adecuada investigación de mercados en la ciudad de Tarija.

### **1.3.1. Nivel de profundidad de la investigación**

Se distinguirá dos niveles de profundidad, los cuales son:

### **1.3.1.1. Exploratoria**

Es una técnica muy flexible, utilizada para estudiar un problema que no está claramente definido, para comprenderlo mejor, esto implica que el investigador esté dispuesto a correr riesgos, ser pacientes y receptivo.

### **1.3.1.2. Descriptiva**

Describe las características de la población que se está estudiando, donde se recopila información de manera abundante.

### **1.3.2. Fuentes de información**

- ✓ **Fuentes Primarias:** Consistirá en la recolección de información de primera mano a través del uso de la técnica de la encuesta, mediante la aplicación de un conjunto de preguntas cerradas a una muestra de la población, por lo tanto, se considerará esta información precisa y confiable
- ✓ **Fuentes Secundarias:** Se realizó la revisión de documentos con información y datos en relación a nuestro tema en particular. Se puede mencionar: libros, periódicos digitales datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), revistas, páginas de internet, etc.

### **1.3.3 Técnicas de recopilación de datos**

La técnica más importante que se emplea para realizar la investigación de mercados es:

#### **1.3.3.1. La Encuesta**

Es una técnica de recopilación de información, que consiste en un cuestionario estructurado, que se realiza a una determinada muestra de la población y está diseñado para

obtener información específica respecto a su comportamiento, intenciones de compra, actitudes y su estilo de vida; para así poder conocer la percepción del potencial cliente con respecto al producto, gustos, preferencias, etc. Y de esta manera comprobar la aceptación que podría tener el producto en el mercado.

#### **1.3.4. Tipo de cuestionario**

El tipo de cuestionario que se utilizará, es un instrumento que corresponde al método de encuesta electrónica por internet, el cual consistirá en la aplicación de un cuestionario estructurado diseñado en un formato electrónico aplicado a los sujetos de estudio; es decir, que el cuestionario se proporcionará de manera digital e individual a los participantes de tal manera que se evite cualquier grado de influencia del encuestador sobre el encuestado.

#### **1.3.5. Determinación de la población y tamaño de la muestra**

##### **1.3.5.1. Población Objetivo**

La población objetivo a la cual va dirigido el estudio son familias que viven en la ciudad de Tarija que pertenezcan a la denominada clase social media o alta.

Para definir la población meta en el proyecto de investigación es importante tomar en cuenta las siguientes características:

**Elementos:** La población a la que se aplicará este proyecto son las personas que se encuentran en el departamento de Tarija Provincia Cercado que conforman una familia.

**Unidades de Muestra:** las unidades de muestra que se tomarán en cuenta para el proyecto de investigación son: Dadas las características de nuestro producto se encuentra

dirigidos jefes del hogar padres y madres de familia, definidas como las personas que están a cargo de la compra de accesorios para sus mascotas.

**Extensión geográfica:** La investigación se llevará a cabo en el departamento de Tarija-provincia cercado

**Tiempo:** El tiempo para la ejecución de la encuesta tendrá una duración de una semana para evitar posibles errores que se puedan dar.

**Técnica de muestreo :** Para la selección de la muestra se decidió utilizar un muestreo probabilístico aleatorio simple (M.A.S.) el cual nos permite emitir algún juicio de valor en particular, esto con el fin de evitar sesgos en la selección y utilizar la teoría estadística para derivar propiedades de los estimadores de la encuesta.

### 1.3.6. Cálculo del tamaño de la muestra

Se ha tomado como marco muestral a toda la población de la provincia cercado de la ciudad de Tarija de 272,692 habitantes según proyecciones del INE.

#### Proyecciones de Población, según departamento y municipio, 2012-2022

DEPARTAMENTO Y MUNICIPIO	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TARIJA</b>	<b>503.886</b>	<b>513.923</b>	<b>523.910</b>	<b>533.840</b>	<b>543.689</b>	<b>553.471</b>	<b>563.182</b>	<b>572.823</b>	<b>582.376</b>	<b>591.828</b>	<b>601.214</b>
<b>Cercado</b>											
Tarija	219.263	224.606	229.959	235.319	240.670	246.025	251.375	256.723	262.062	267.378	272.692
<b>Aniceto Arce</b>											
Padcaya	17.716	17.895	18.066	18.230	18.385	18.532	18.671	18.803	18.925	19.040	19.148
Bermejo	35.971	36.792	37.612	38.430	39.245	40.057	40.867	41.673	42.473	43.269	44.062
<b>Gran Chaco</b>											
Yacuiba	98.647	99.907	101.131	102.316	103.459	104.563	105.628	106.653	107.638	108.578	109.481
Caraparí	14.637	14.850	15.059	15.262	15.461	15.653	15.840	16.022	16.198	16.367	16.532
Villamontes	42.347	43.624	44.915	46.220	47.538	48.869	50.212	51.569	52.935	54.314	55.704
<b>Aviles</b>											
Uriondo	13.889	14.150	14.408	14.664	14.917	15.166	15.411	15.654	15.892	16.127	16.359
Yunchará	6.178	6.140	6.099	6.055	6.007	5.957	5.906	5.851	5.794	5.736	5.675
<b>Méndez</b>											
Villa San Lorenzo	21.706	22.144	22.578	23.010	23.436	23.859	24.277	24.691	25.101	25.504	25.904
El Puente	11.422	11.484	11.540	11.590	11.636	11.674	11.708	11.735	11.758	11.774	11.786
<b>Burnet Oconnor</b>											
Entre Ríos	22.110	22.331	22.543	22.744	22.935	23.116	23.287	23.448	23.600	23.741	23.871

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadista (INE).

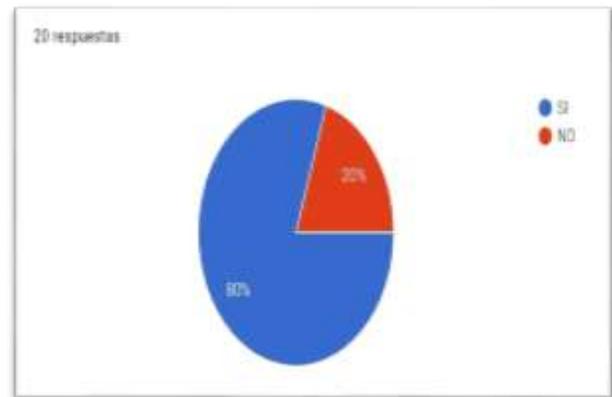
Para conocer el número de familias dividimos entre 4 debido a que las familias mayormente están integradas por 4 personas, la muestra se tomó de esta manera debido a que no se estima el número exacto de familias en la zona urbana.

### Número promedio de personas por hogar

PROVINCIA Y MUNICIPIO	TOTAL	TAMAÑO PROMEDIO DEL HOGAR
<b>BOLIVIA</b>	<b>2,803,982</b>	<b>3.50</b>
<b>TARIJA</b>	<b>126,248</b>	<b>3.67</b>
<b>Cercado</b>	<b>54,926</b>	<b>3.62</b>
Tarija	54,926	3.62
<b>Aniceto Arce</b>	<b>14,102</b>	<b>3.63</b>
Padcaya	5,090	3.57
Bermejo	9,012	3.66
<b>Gran Chaco</b>	<b>36,422</b>	<b>3.82</b>
Yaculba	22,138	3.97
Carapari	3,995	3.33
Villamontes	10,289	3.67
<b>Avilez</b>	<b>5,646</b>	<b>3.50</b>
Uriondo	4,162	3.49
Yunchará	1,484	3.52
<b>Méndez</b>	<b>9,737</b>	<b>3.51</b>
Villa San Lorenzo	6,484	3.59
El Puente	3,253	3.37
<b>Burnet O'Connor</b>	<b>5,415</b>	<b>3.73</b>
Entre Ríos	5,415	3.73

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadística, Encuesta de Hogares 2011-2022

Para el cálculo de la probabilidad de éxito y fracaso se aplicó una encuesta piloto a 20 personas con una sola pregunta a través de un formulario de google forms.



**Fuente:** Elaboración propia con ayuda de google drive.

Para el cálculo de la muestra de la población, asumiremos un nivel de confianza del 95%.  
un margen de error del 6%.

El cálculo de la muestra es el siguiente:

$$n = \frac{(z^2 \times N) (p \times q)}{(e^2 \times (N-1) + z^2 (p \times q))}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

Z =Valor de Confianza 95% 1,96 (Valor en Tablas)

N= Universo o población = 68.173 familias.

p =Probabilidad de éxito = 0,80

q= Probabilidad de fracaso = 0,20

e =Nivel de error de estimación = 0,06

**Remplazando en la fórmula se tiene:**

$$n = \frac{(1.96^2 \times 68.173) (0.80 \times 0.20)}{(0,06 * (68.173 - 1) + 1.96^2 (0.80 \times 0.20))}$$

$$n = 170$$

**Calculo de la muestra definitiva (n)**

$$n = \frac{n}{1 + \frac{n}{N}}$$

$$n = \frac{170}{1 + \frac{170}{68.173}} = 169,55 \sim 170$$

$$n = 170 \text{ familias a encuestar}$$

### **1.3.7. Diseño del cuestionario**

El diseño del cuestionario estará conformado por 11 preguntas cerradas con opciones múltiples para obtener datos confiables y precisos, con un orden predeterminado.

### **1.4. Presentación y Análisis de resultados**

Los resultados obtenidos de la investigación de mercados, permiten dar a conocer datos importantes relacionados con las características y atributos que valoran más los dueños de mascotas a la hora de comprar una cama. A continuación, se presenta los resultados de las encuestas aplicadas a la población.

**PREGUNTA N°1**

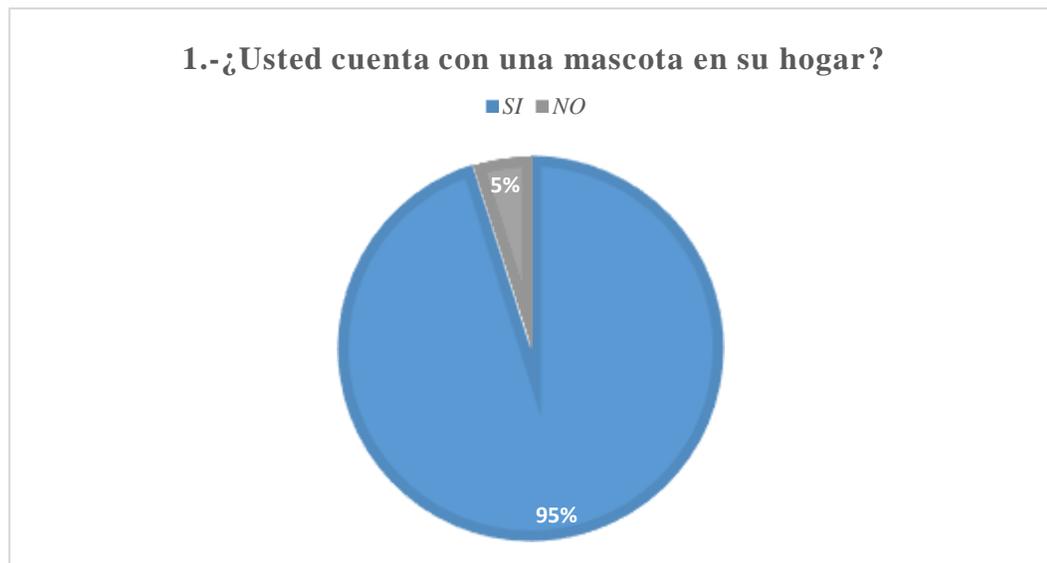
1.- ¿Usted cuenta con una mascota en su hogar?

**CUADRO N° 57. PREGUNTA N° 1**

Opciones	Porcentaje	Numero de Respuestas
SÍ	95%	161,5
NO	5%	8,5
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>170</b>

**Fuente:** Elaboración Propia.

Percepción sobre la tenencia de mascotas



**Fuente:** Elaboración Propia.

Interpretación :De 170 encuestas realizadas a familias de los diferentes barrios de la ciudad de Tarija el 95% respondieron positivamente que tienen una mascota en su hogar considerado animal de compañía y el resto 5% no cuenta con ninguna mascota en su hogar.

**PREGUNTA N°2**

2.- ¿Qué tipo de mascota (s) tienes en tu hogar?

**CUADRO N° 58. PREGUNTA N° 2**

Opciones	Porcentaje	Numero de Respuestas
Perro	63%	107,1
Gato	32%	54,4
Otro	5%	8,5
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>170</b>

**Fuente:** Elaboración Propia



**Fuente:** Elaboración Propia.

**Interpretación:** De 170 encuestas realizadas a familias de los diferentes barrios de la ciudad de Tarija el 63% respondieron positivamente que tienen una mascota en su hogar y en este caso es un perro, el 32% de los encuestados nos afirman que tienen como mascota un gato y el restante 5% tienen otra especie de mascota.

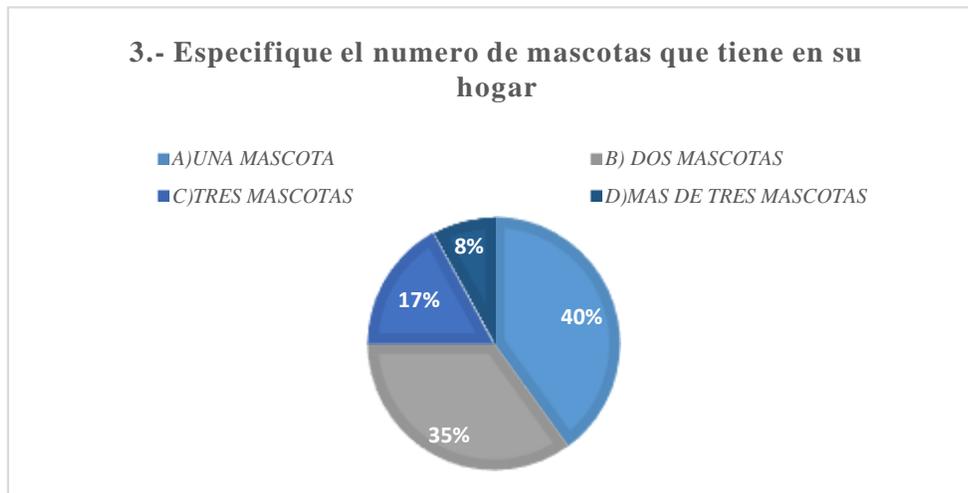
**PREGUNTA N°3**

3.- Por favor especifique el número de mascotas que tiene en su hogar de ese tipo (Perro-Gato)

**CUADRO N° 59. PREGUNTA N° 3**

Opciones	Porcentaje	Numero de respuestas
Una Mascota	40%	68
Dos Mascotas	35%	59,5
Tres mascotas	17%	28,9
Más de tres mascotas	8%	13,6
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>170</b>

**Fuente:** Elaboración Propia



**Fuente:** Elaboración Propia

**Interpretación :** De 170 encuestas realizadas a familias de los diferentes barrios de la ciudad de Tarija el 40% respondieron que su hogar lo integran por una mascota, el 35% de los encuestados nos afirman que el número de mascotas que tienen en su hogar son dos, 17% de los encuestados cuentan con más de tres mascotas y el restante 8% cuentan con más de tres mascotas en su hogar.

**PREGUNTA N°4**

4.- ¿Usted ha comprado alguna vez una cama para su mascota?

**CUADRO N° 60. PREGUNTA N° 4**

Opciones	Porcentaje	Numero de Respuestas
SÍ	70%	119
NO	30%	51
TOTAL	100%	170

**Fuente:** Elaboración Propia.



**Fuente:** Elaboración Propia

**Interpretación:** De 170 encuestas realizadas a familias de los diferentes barrios de la ciudad de Tarija que respondieron positivamente que tienen una mascota en su hogar considerado animal de compañía, el 70 % de estos encuestados nos afirman que han comprado camas para mascotas y el restante 30% no realiza la compra de camas para mascotas.

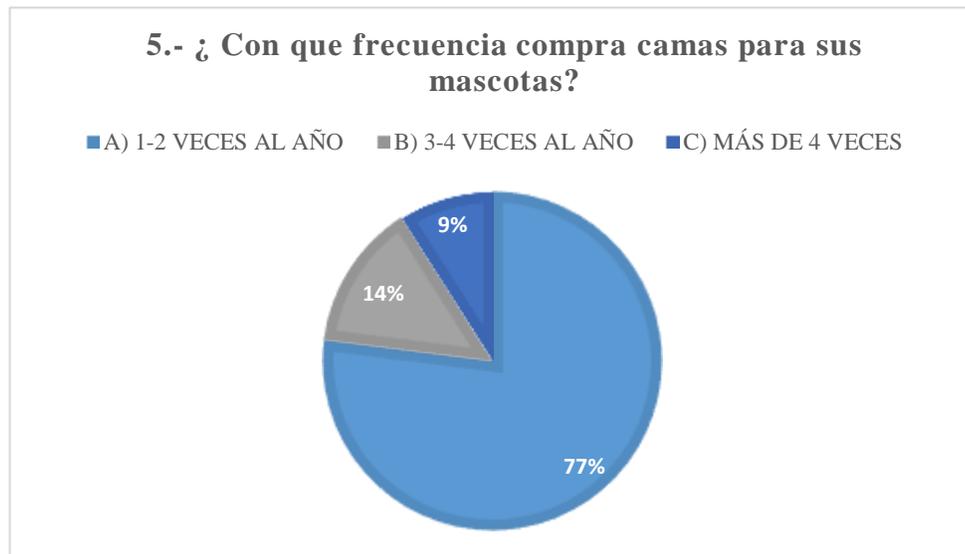
**PREGUNTA N°5**

5.- En base a la pregunta anterior, ¿Con qué frecuencia compra camas para su mascota?

**CUADRO N° 61. PREGUNTA N° 5**

Opciones	Porcentaje	Numero de Respuestas
1-2 veces al año	77 %	130,9
3-4 veces al año	14 %	23,8
Más de 4 veces al año	9 %	15,3
TOTAL	100%	170

**Fuente:** Elaboración Propia.



**Fuente:** Elaboración Propia

**Interpretación:** De 170 encuestas realizadas a familias de los diferentes barrios de la ciudad de Tarija que respondieron positivamente que realizan la compra de camas para mascotas, el 77 % de estos encuestados nos afirman que han comprado 1 a 2 veces al año una cama para mascotas, el 14 % de estos encuestados nos dicen que de 3 a 4 veces es su frecuencia de compra al año, y el restante 9% realiza la compra de camas para sus mascotas más de 4 veces al año.

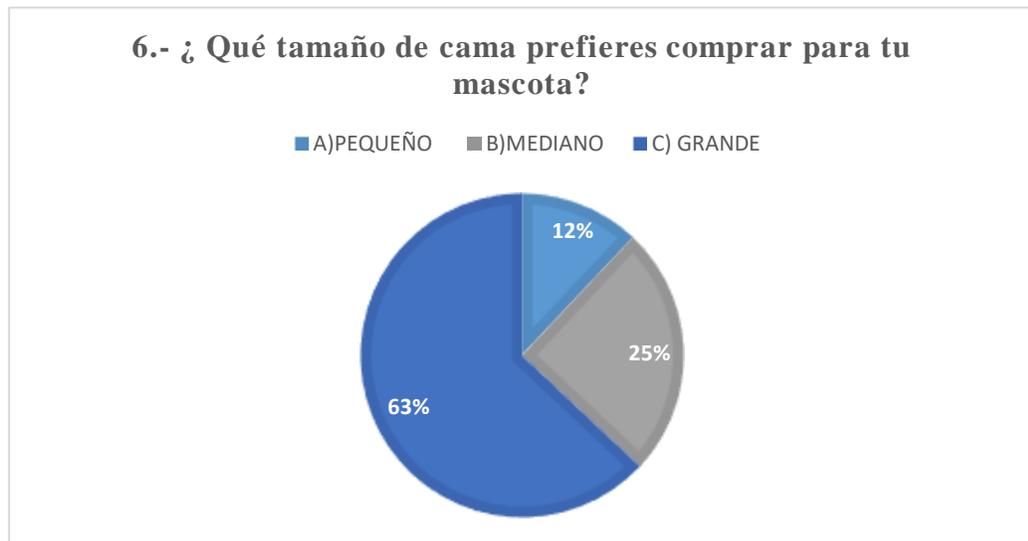
**PREGUNTA N°6**

6.- ¿Qué tamaño de cama prefieres comprar para tu mascota?

**CUADRO N° 62. PREGUNTA N° 6**

Opciones	Porcentaje	Numero de Respuestas
Pequeña	12%	20,4
Mediana	25%	42,5
Grande	63%	107,1
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>170</b>

**Fuente:** Elaboración Propia.



**Fuente:** Elaboración Propia.

**Interpretación:** De 170 encuestas realizadas a familias de los diferentes barrios de la ciudad de Tarija que respondieron positivamente que realizan la compra de camas para mascotas, el 63% de estos encuestados nos afirman que prefieren comprar camas de tamaño grande, el 25% de estos encuestados nos dicen que prefieren comprar una cama de tamaño mediano y el restante 12% prefiere comprar una cama pequeña para sus mascotas.

**PREGUNTA N°7**

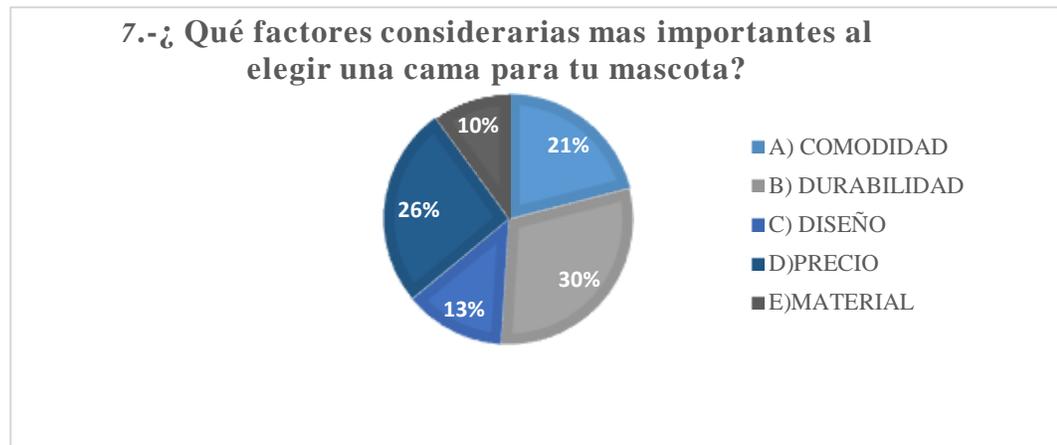
7.- ¿Qué factores consideraría más importantes al elegir una cama para tu mascota?

(seleccione todas las que correspondan)

**CUADRO N° 63. PREGUNTA N° 7**

Opciones	Porcentaje	Numero de Respuestas
Comodidad	21%	35,7
Durabilidad	30%	51
Diseño	13%	22,1
Precio	26%	44,2
Material	10%	17
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>170</b>

**Fuente:** Elaboración Propia.



**Fuente:** Elaboración Propia.

**Interpretación:** De 170 encuestas realizadas a familias de los diferentes barrios de la ciudad de Tarija, el 30 % de estos encuestados nos afirman que valoran la durabilidad al momento de realizar la compra de una cama, el 26% valora el precio a la hora de realizar la compra, el 21% valoran la comodidad al momento de comprar, el 13% de estos encuestados nos

dicen que valoran el diseño al momento comprar una cama y el restante 10% valora el material de la cama al momento de realizar su compra.

### PREGUNTA N°8

8.- ¿Cuánto es lo máximo que llego a pagar por una cama de mascota en el mercado local?

**Cuadro n° 64. PREGUNTA N° 8**

Opciones	Porcentaje	Numero de respuestas
50-100bs	47%	79,9
100-150bs	51%	86.7
150-200bs	2%	3,4
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>170</b>

**Fuente:** Elaboración Propia



**Fuente:** Elaboración Propia

**Interpretación:** De 170 encuestas realizadas a familias de los diferentes barrios de la ciudad de Tarija, el 47 % de estos encuestados nos afirman que han pagado un rango de precio de entre 50 a 100bs por una cama de mascota, el 51 % de estos encuestados nos dicen que han

pagado un rango de precio entre los 100 a 150bs por una cama para su mascota y el restante 2% pago un rango de precio entre 150 a 200bs por una cama para sus mascotas.

#### PREGUNTA N°9

9.- ¿De dónde suele compra habitualmente la cama para su mascota?

**CUADRO N° 65. PREGUNTA N° 9**

Opciones	Porcentaje	Numero de Respuestas
Veterinarias	42%	110,25
Tiendas online	25%	93,1
Ferias	33%	24,5
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>170</b>

**Fuente:** Elaboración Propia.



**Fuente:** Elaboración Propia.

**Interpretación:** De 170 encuestas realizadas a familias de los diferentes barrios de la ciudad de Tarija que respondieron positivamente que realizan la compra de camas para mascotas, el 42 % de estos encuestados nos afirman que realizan su compra en una veterinaria, 33 % realiza su compra en una feria local, el 25 % de estos encuestados nos dicen que realizan su compra mediante tiendas en línea.

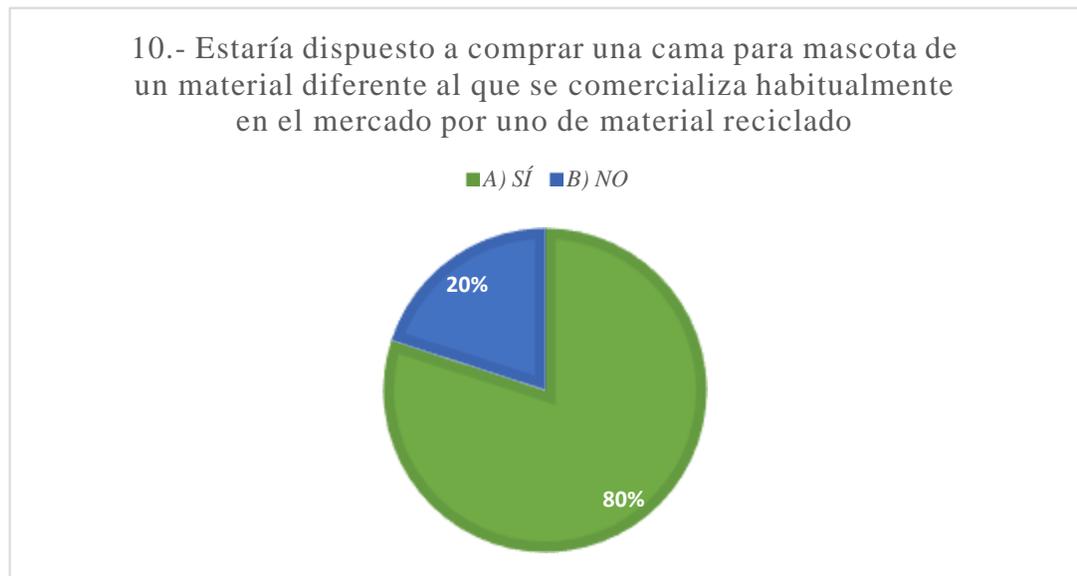
**PREGUNTA N°10**

10.- Estaría dispuesto a comprar una cama para su mascota de un material diferente al que se comercializa habitualmente en el mercado, por uno de material reciclado.

**CUADRO N° 66. PREGUNTA N° 10**

Opciones	Porcentaje	Numero de Respuestas
SÍ	80%	136
NO	20%	34
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>170</b>

**Fuente:** Elaboración Propia.



**Fuente:** Elaboración Propia.

**Interpretación:** De 170 encuestas realizadas a familias de los diferentes barrios de la ciudad de Tarija que respondieron positivamente que realizan la compra de camas para mascotas, el 80 % de estos encuestados nos afirman que estarían dispuestos a comprar una cama de material reciclado y el 20 % restante nos informa que no estaría dispuesto a comprar una cama para mascotas de este estilo.

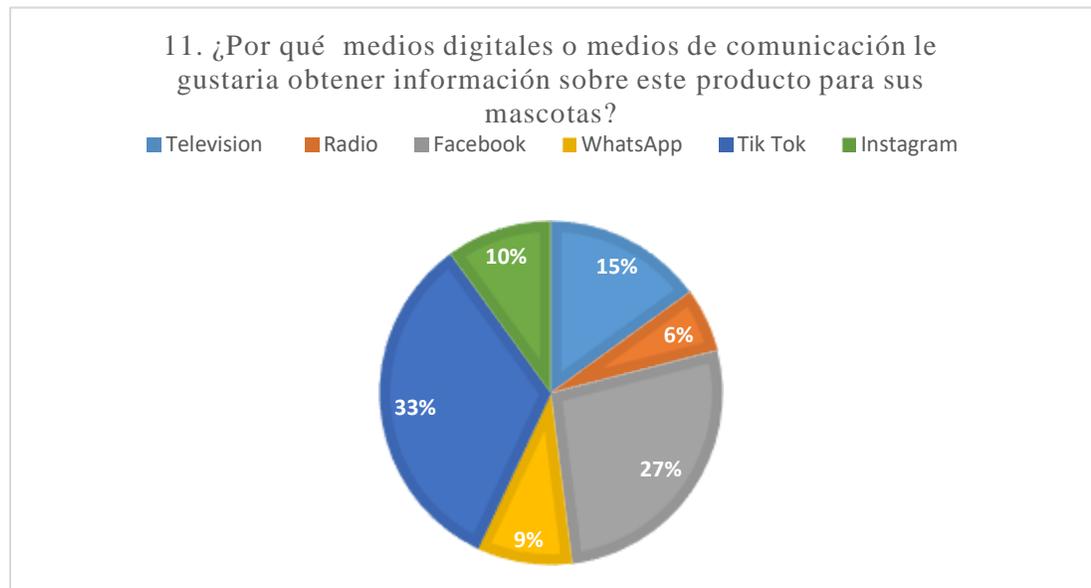
**PREGUNTA N°11**

11. ¿Por qué medios digitales o medios de comunicación le gustaría obtener información sobre este producto para sus mascotas?

**CUADRO N° 67. PREGUNTA N° 11**

Opciones	Porcentaje	Numero de Respuestas
Televisión	15%	25,5
Radio	6%	10,2
Facebook	27%	45,9
WhatsApp	9%	15,3
Tik Tok	33%	56,1
Instagram	10%	17
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>170</b>

**Fuente:** Elaboración Propia



**Fuente:** Elaboración Propia

**Interpretación:** De 170 encuestas realizadas a familias de los diferentes barrios de la ciudad de Tarija, el 33% de estos encuestados nos afirman que les gustaría recibir información por medio de la red social de Tik Tok, el 27% le gustaría recibir información por medio de Facebook, el 15% le gustaría recibir información por medio de la televisión, el 10 % le gustaría recibir información por medio de Instagram, 9% por medio de WhatsApp y el restante 6% le gustaría recibir información por Radio.

### **1.5. Conclusiones de la Investigación de Mercados**

De 170 personas encuestadas de los diferentes barrios de la ciudad de Tarija, el 95% nos respondieron que tienen una mascota, el número de mascotas por hogar es de 1 a 3, el 63% tiene un perro y el 32% cuenta con un gato, estos datos nos reflejan que existe un mercado objetivo potencial, debido a que los dueños de varias mascotas, tienen mayor probabilidad de que necesiten más de una cama para sus mascotas. Estos datos son fundamentales para entender el perfil del cliente, y adaptar el producto a sus necesidades.

Las personas encuestadas nos informan que sí realizan la compra de una cama para su mascota en un 70% estos datos nos revelan que las personas están dispuestas a gastar en un producto para sus mascotas, con una frecuencia de 1 a 2 veces al año este dato nos permite saber cuántas camas podrán venderse en cierto periodo de tiempo.

En su mayoría las personas prefieren comprar una cama de tamaño grande representando un 63% de los encuestados, esto debido a que en su mayoría las personas cuentan con un perro como mascota, y el restante tiene como mascota un gato, este dato nos ayuda a entender las preferencias y necesidades de los compradores para sus mascotas, debido a que los perros por

su tamaño necesitan más espacio o soporte para sus articulaciones, en cambio un gato presenta otras necesidades.

Los factores que las personas consideran más importantes al momento de comprar una cama es la durabilidad es decir las personas se fijan en que la cama para su mascota pueda tener un material resistente que dure un tiempo aproximado, el segundo factor más importante es el precio llegando a pagar un estimado de hasta 200bs dependiendo de que la cama cumpla con estos estándares de precio y durabilidad. Este dato nos ayuda a desarrollar nuestro producto para que pueda cumplir con estos factores y adaptarse al mercado.

Las personas suelen comprar en gran medida las camas para sus mascotas en veterinarias y ferias locales, esto debido es el lugar más convencional para adquirir una cama para mascotas, este dato nos permite adecuar nuestra estrategia de distribución.

El 80% de los encuestados nos refleja una aceptación para la introducir nuestra idea de negocio de camas ecológicas para mascotas y con un 20% de rechazo esto puede deberse al desconocimiento de nuestro producto en el mercado al ser una idea poco conocida.

Las personas encuestadas en su mayoría prefieren recibir información y promoción por medio redes sociales debido a que es lo que más se adecua con la modernidad, siendo la red preferida Tik Tok con un 33%. Esta información es clave para enfocarnos en nuestra estrategia de promoción para posicionar nuestras camas mascotas en el mercado local.

### Anexo 3. Visita a tiendas de mascotas para alianzas estratégicas



#### Anexo 4. Tasas Nominales de interés por préstamos bancarios

<b>BANCO CENTRAL DE BOLIVIA</b>			
INFORMACIÓN SOBRE EL INTERÉS QUE PAGAN LAS EMPRESAS POR SUS PRÉSTAMOS CON ENTIDADES FINANCIERAS			
Semana del 8 al 14 de enero de 2024 (En porcentajes)			
Entidades	PRODUCTIVO		
	MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA	MEDIANA EMPRESA
<b>Tasas máximas*</b>	11.50	7.00	6.00
<b>BANCOS MÚLTIPLES</b>			
NACIONAL DE BOLIVIA	10.92	6.98	6.00
MERCANTIL SANTA CRUZ	9.65	6.66	5.99
CRÉDITO DE BOLIVIA	11.50	7.00	6.00
BISA	11.39	7.00	6.00
UNIÓN	11.16	7.00	6.00
ECONÓMICO	10.46	6.90	6.00
GANADERO	7.90	7.00	6.00
NACIÓN ARGENTINA			
DO BRASIL			

**Fuente:** Banco central de Bolivia

#### Anexo 5. Plan Financiero

Proyección de costos variables escenario optimista

<b>Egresos C.V x Q</b>				
AÑO	C.V.U	Q	Costo Variable	Credito IVA (13%)
1	48	792,6	38044,8	4945,824
2	48	807	38736	5035,68
3	48	821,4	39427,2	5125,536
4	48	835,2	40089,6	5211,648
5	48	838,2	40233,6	5230,368

**Fuente:** Elaboración Propia.

**Proyección de costos variables escenario esperado**

<b>Egresos C.V x Q</b>				
<b>AÑO</b>	<b>C.V.U</b>	<b>Q</b>	<b>Costo Variable</b>	<b>Credito IVA (13%)</b>
1	48	660,5	31704	4121,52
2	48	672,5	32280	4196,4
3	48	684,5	32856	4271,28
4	48	696	33408	4343,04
5	48	698,5	33528	4358,64

**Fuente:** Elaboración Propia.

**Proyección de costos variables escenario pesimista**

<b>Egresos C.V x Q</b>				
<b>AÑO</b>	<b>C.V.U</b>	<b>Q</b>	<b>Costo Variable</b>	<b>Credito IVA (13%)</b>
1	48	528,4	25363,2	3297,216
2	48	538	25824	3357,12
3	48	547,6	26284,8	3417,024
4	48	556,8	26726,4	3474,432
5	48	558,8	26822,4	3486,912

**Fuente:** Elaboración Propia.