



**ANDREA AGUIRRE**  
Gerente comercial de  
Mundo Mágico de la Mascota



# Mundo Mágico de la Mascota

## Una historia de emprendimiento familiar

**Por Vanessa Valle**

Asistente de investigación del IDE Business School

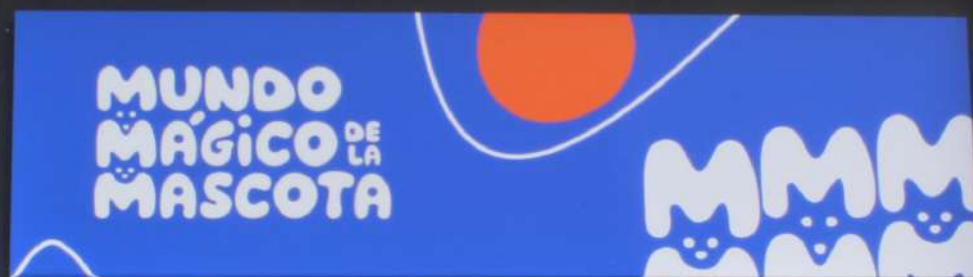
**E**n el inicio de la crisis económica de los noventa, los esposos José Aguirre y Lorena Loaiza estaban desempleados. Necesitaban salir adelante y debían tomar decisiones: José quería invertir en una lubricadora de autos, mientras que Lorena buscaba una idea novedosa para emprender. Fue entonces cuando su amor por las mascotas se convirtió en la inspiración que cambiaría el rumbo de sus vidas.

La familia tenía dos pequeñas hijas y compartían su hogar con un par de miembros peludos: una perrita rescatada y una elegante collie. Pero en un país donde, en ese momento, el acceso a alimentos balanceados para mascotas era escaso, se encontraban frustrados por la falta de opciones adecuadas para sus queridas compañeras. En aquel momento se les ocurrió una idea innovadora: ¿y si creaban su propia empresa para comercializar alimento balanceado? Así nació Mundo Mágico de la Mascota, un negocio que transformaría el mercado de alimentos y accesorios para mascotas en el Ecuador.

### UN MERCADO POR DESCUBRIR

En 1997, en Quito, el mercado de alimentos para mascotas era pequeño y limitado. No había muchas marcas, ni juguetes, ni ropa. La categoría de accesorios era prácticamente nula y las mascotas eran, en su mayoría, alimentadas con una colada de huesos y avena. En ese contexto, esta familia emprendedora inició su negocio con el objetivo de satisfacer una necesidad de trabajo y explotar un mercado aún por descubrir.

El primer local se abrió en la parte norte de la ciudad y, aunque el mercado local no estaba acostumbrado a este tipo de productos, la familia hizo todo lo posible para dar a conocer su propuesta. Desde pequeñas,



las hermanas Aguirre Loaiza ayudaban a sus padres a abrir las grandes fundas de balanceado y luego colocaban las croquetas en muestras que ofrecían a los clientes para que sus mascotas probaran el producto. Esta técnica de *sampling* se hizo de manera artesanal, pero funcionó: las personas comenzaron a comprar el producto y a reconocer su calidad.

En pocos años, el negocio creció y abrieron una sucursal en el sur de Quito, donde el mercado estaba menos desarrollado. La gente no estaba familiarizada con artículos como correas, collares o juguetes para sus mascotas. Por eso, la empresa nuevamente se volcó a promocionar sus productos, a través de muestras gratis y ofrecer regalos para animar a la gente a probarlos. Así, poco a poco, la empresa fue culturizando el mercado y dando a conocer la existencia de alimentos balanceados y accesorios para sus amigos de cuatro patas.

Con el tiempo, la industria nacional se dio cuenta de la oportunidad que había en este mercado y comenzó a producir alimentos y accesorios de calidad para mascotas. Este fue el último impulso que necesitó el mercado para despegar y crecer.

## ANDREA AGUIRRE

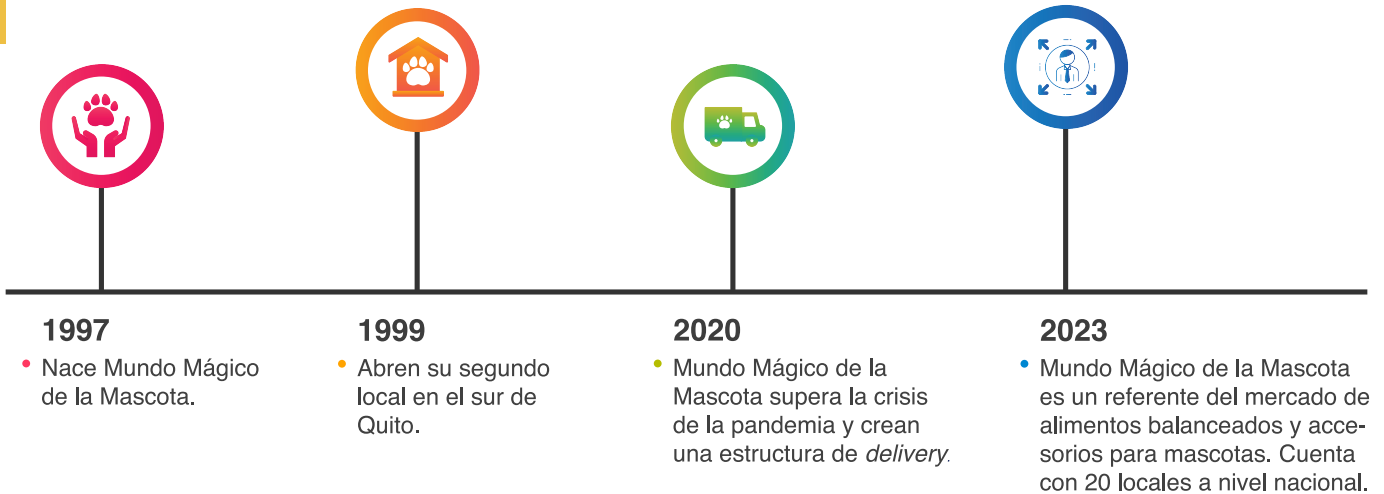
Es la gerente comercial de Mundo Mágico de la mascota. Es ingeniera comercial y cuenta con un diplomado internacional en empresas familiares. Tiene una maestría en Dirección de Empresas por el IDE Business School.

## CRECIENDO EN EL NEGOCIO FAMILIAR

Desde los 9 años, Andrea Aguirre Loaiza y su hermana pasaban los fines de semana ayudando a sus padres en la tienda de Mundo Mágico de la Mascota. Incluso siendo muy pequeñas, se involucraron en las ventas. A menudo, cuando un cliente llegaba, las niñas preguntaban con voz dulce: “¿En qué puedo ayudar, señor?”.

Este compromiso temprano era importante para su familia. Aunque no era una obligación, sus padres creían que era esencial que sus hijas tuvieran una comprensión básica de cómo funciona el negocio familiar. A pesar de haber pasado su infancia en la empresa, cuando Andrea se graduó del colegio e iba a empezar a trabajar, no quiso hacerlo en Mundo Mágico de la Mascota. Sus padres apoyaron su decisión de ganar experiencia laborando en otros lugares. Andrea trabajó en un cine, en la tesorería corporativa de Pronaca y en la Secretaría Nacional de Información y Desarrollo (SENPLADES). Esta experiencia le permitió adquirir habilidades relevantes como la responsabilidad y la puntualidad.

El negocio había crecido y Andrea era un elemento indispensable para el futuro de la empresa. Cuando sus padres le manifestaron que la necesitaban en Mundo Mágico de la Mascota, ella no dudó en asumir el reto de convertirse en la gerente comercial. Sin embargo, era necesario complementar sus conocimientos y experiencia. Fue así como en 2015 decidió realizar un MBA en el IDE Business School, porque le daba la oportunidad de estudiar y trabajar al mismo tiempo, poniendo en práctica todo lo que aprendía.



Además, desde que tuvo que decidir si se quedaba en el país para hacer una maestría o se aventuraba en el extranjero, algo estaba claro: necesitaba establecer contactos para su carrera profesional y el IDE le permitiría conocer personas que podrían convertirse en sus futuros clientes o proveedores.

## ENFRENTANDO LAS DIFICULTADES

La dolarización y la pandemia fueron dos grandes desafíos que el negocio superó. Cuando el país enfrentó la crisis económica, Andrea era demasiado joven para comprender lo que estaba sucediendo a su alrededor, pero recuerda haber ayudado a sus padres llamando al banco para conocer la cotización del dólar, sin tener idea de lo que eso significaba para el futuro de la empresa familiar.

La dolarización significó un gran reto para Mundo Mágico de la Mascota, una empresa que nunca nació con un objetivo a largo plazo, sino como “una pequeña caja chica de la familia”. Sin embargo, superaron aquellos años difíciles y lograron llegar a un hito muy relevante: los 20 años de vida de la empresa.

“Si ya habíamos llegado hasta allí, pensamos en qué más podíamos lograr y empezamos a hacer una planificación hacia dónde queríamos llegar”, menciona Andrea.

En 2020, Andrea y sus padres veían cómo el negocio crecía a un ritmo acelerado, hasta que los noticieros y diarios se llenaron de una noticia: el mundo estaba confinado por la pandemia. “El COVID-19 nos golpeó y nos puso un freno”, menciona. Muchos negocios se vieron afectados por las restricciones y Mundo Mágico de la Mascota no fue la excepción. Tuvieron que cerrar temporalmente sus locales en los centros comerciales debido a las regulaciones gubernamentales. La incertidumbre y el miedo invadió sus mentes y solo podían suponer: “Creo que vamos a llegar hasta aquí”.

Pero Andrea estaba preparada para enfrentarse a los retos más grandes del mundo de los negocios. Cuando entró a la maestría, uno de sus profesores dijo en una de sus clases: “Uno sale de estas aulas siendo una mujer o un hombre de negocios”. Su formación en el IDE no la había preparado para ir al libro y decir: “La teoría dice...”, sino que le había





dado una colección de competencias, conocimientos y habilidades para actuar rápidamente, pensar fuera de la caja, hacer lo necesario para salvar la empresa y mantener los empleos de sus trabajadores.

Andrea y sus padres no se rindieron y buscaron alternativas para mantenerse a flote. Aprovecharon los locales en la calle que sí podían operar y decidieron enfocarse en la entrega a domicilio. Andrea recuerda aquellos días de pandemia, cuando la situación era incierta y las restricciones de movilidad estaban en su punto más alto. “El equipo de *delivery* de Mundo Mágico de la Mascota era bueno, pero la presión era abrumadora”, comenta.

El teléfono sonaba sin cesar y los pedidos se multiplicaban. Con el fin de aliviar la carga de trabajo, decidieron armar una estructura de *delivery* en tan solo dos meses, con choferes, taxis y motos. Pero eso no fue suficiente, ya que luego de lograr un aumento del 300% en las entregas a domicilio, se dieron cuenta de que necesitaban estar presentes en plataformas digitales para satisfacer las necesidades de sus clientes preocupados por la salud de sus mascotas.

Andrea define esta etapa como una verdadera transformación, en la que comprendieron que era necesario adaptarse a los nuevos tiempos para salir adelante. A pesar de las dificultades, no despidieron a nadie y mantuvieron a todos sus empleados.

## CLAVES DEL ÉXITO

Andrea se ha convertido en una pieza clave en la dirección de la gerencia comercial de la empresa. A pesar de no haber asumido aún el liderazgo, colabora estrechamente con sus padres, quienes dirigen el negocio. La empresa familiar, que cumplió 26 años, se basa en la confianza y la colaboración, por lo que Andrea sabe que es importante ir formándose y aprendiendo de sus padres para estar preparada para liderar y asumir retos.

Con 20 locales a nivel nacional, Mundo Mágico de la Mascota se prepara para afrontar los desafíos del futuro, entre ellos la incorporación de servicios complementarios como peluquería y veterinaria, y la competencia cada vez más intensa en el ámbito digital. Para mantenerse a la vanguardia, la empresa ha adoptado estrategias como el uso de un CRM para gestionar información de las mascotas y ofrecer un servicio personalizado.

A la familia Aguirre Loaiza, su amor por los animales no solo les inspiró a crear una empresa, sino que también les llevó a transformar un mercado entero en Ecuador. Con la ayuda de sus hijas, la familia trabajó incansablemente para dar a conocer su propuesta de alimentos y accesorios para mascotas. Gracias a su persistencia y compromiso, hoy en día Mundo Mágico de la Mascota es un referente en el mercado.

## LA AUTORA

**Vanessa Valle** es licenciada en Comunicación Social por la Escuela Superior Politécnica del Litoral. Ha realizado cursos de periodismo especializado. Actualmente es asistente de Investigación del IDE Business School.