



**Universidad
de La Laguna**

Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
Trabajo de Fin de Grado
Grado en Periodismo

Creación de una plataforma digital sobre Mascotas

Alumnos: David Pérez Morales y Raquel del Carmen Quintana Ramos
Tutor: Lucas Morales Domínguez

CURSO ACADÉMICO 2022-2023
Junio 2023

Índice

Resumen.....	2
Introducción.....	3
■ Justificación y proyección social del tema seleccionado.....	3
■ Misión, fines y objetivos de la empresa.....	4
■ Objetivos.....	5
■ Metodología.....	6
■ Hipótesis.....	7
Capítulo I: Marco teórico.....	7
■ Lienzo de proposición de Alex Osterwalder.....	7
■ Business Model Canvas.....	8
■ Contenido mostrado en los nueve bloques del lienzo.....	10
Capítulo II: Metodología.....	12
■ Información básica sobre el mercado.....	12
■ Análisis de la competencia.....	14
■ Lienzo de proposición de valor de Mascotas Chip.....	16
■ Descripción pormenorizada del contenido mostrado en los nueve bloques del lienzo.....	17
■ Segmento de clientes.....	18
■ Propuesta de valor.....	19
■ Canales de distribución.....	21
■ Relación con los clientes.....	22
■ Flujos de ingresos.....	23
■ Actividades clave.....	25
■ Recursos clave.....	41
■ Alianzas clave.....	42
■ Explicación de los ingresos y gastos (Excel a 36 meses de los ingresos y gastos).....	46
Conclusiones.....	57
Bibliografía.....	62

Resumen

Aunque cueste creerlo en España hay más de 29 millones de mascotas, tanto que, podemos afirmar que existen más hogares con mascotas que con niños. Por ello, creemos que existe la necesidad de dar a conocer los distintos cuidados que precisan, así como la diversidad de alimentos y productos de higiene que podemos encontrar en el mercado.

Una plataforma digital que reúna no solo todo lo que estamos acostumbrados a ver por algunos medios (consejos, trucos, etc.), sino también servicios que ayuden a las personas a darle una buena vida a sus mascotas y que puedan estar con ellas el mayor tiempo posible y bajo un techo y con la ayuda de profesionales del mundo animal conseguir poner de manifiesto lo que valen estos seres y lo que significa que nos acompañen a diario.

Mascotas Chip tiene como objetivo proporcionar a una audiencia global un medio de comunicación digital cuya temática se centra en el cuidado y la obtención de materiales y recursos para mascotas, entre otras. En definitiva, concentrar toda la información relacionada con el mundo animal.

Palabras clave: Plataforma digital, mascotas

Abstract

Although it is hard to believe, in Spain there are more than 29 million pets, so much so that we can affirm that there are more homes with pets than with children. For this reason, we believe that there is a need to publicize the different care they require, as well as the diversity of food and hygiene products that we can find on the market.

A digital platform that brings together not only everything we are used to seeing through some means (tips, tricks, etc.), but also services that help people give their pets a good life and that they can be with them as long as possible. as long as possible and under one roof and with the help of professionals from the animal world to show the value of these beings and what it means that they accompany us on a daily basis.

Mascotas Chip aims to provide a global audience with a digital communication medium whose theme is focused on the care and obtaining of materials and resources for pets, among others. In short, to concentrate all the information related to the animal world.

Keywords: Digital platform, pets

Introducción

Justificación y proyección social del tema seleccionado

Sabemos que las mascotas cobran cada vez más importancia en nuestra sociedad, tanto que podemos afirmar, como bien comentábamos antes, que existen más mascotas que niños en este mundo, más de 29 millones para ser exactos. La repercusión que tienen actualmente es mucho mayor de la que creemos, y aunque parezca un tema que está a la orden del día realmente no lo está y podríamos decir que pasa un poco desapercibido.

Cada vez son más las personas que acuden a una protectora de animales en búsqueda de un animal que les haga compañía. Por ello, resulta necesario la existencia de un medio que ayude a todas esas personas durante este proceso. En las protectoras de animales o refugios no encontraremos toda la información y recursos necesarios, pues muchas veces se cae en el error de que las personas conocemos como debemos actuar cuando pasamos a estar acompañados de una mascota.

Tras realizar una búsqueda intensiva para intentar encontrar una plataforma que englobe el cuidado, la higiene, la salud y el bienestar animal, nos hemos percatado que no existe ninguna como tal que trate todos estos temas a la par. Ante la necesidad de la población de poder informarse mejor acerca de las mascotas, hemos querido crear una plataforma digital que cumpla con esta función.

Uno de los motivos clave por el cual hemos decidido emprender en este proyecto es el simple hecho de tener animales en nuestros hogares y no poder tener o facilitar información sobre ellos: el qué pueden comer o no, trucos o *tips* para un buen cuidado, cuáles son las marcas más beneficiosas, dependiendo del tamaño, raza o mascota. Consideramos que son aspectos básicos que la mayoría de personas que tienen animales en sus casas desconocen, por no existir un medio como tal que lo refuerce.

El Trabajo de Fin de Grado que planteamos consistirá en la presentación y defensa de una plataforma digital que apuesta por informar y brindar los recursos necesarios a las personas que en sus hogares cuentan con un animal de compañía. Así nace, *Mascotas Chips*.

Misión, fines y objetivos de la empresa

La plataforma digital Mascotas Chip es un producto informativo y de ventas que se centra en las mascotas. La empresa se caracteriza por proporcionar, de manera clara y sencilla, la información necesaria para el buen cuidado e higiene de uno de los miembros de muchos hogares. Esta plataforma nace debido a que existe una necesidad en el mercado. Aunque se pueden encontrar diversos medios de información en la actualidad, los cuales trataremos con mayor profundidad más adelante, la información que transmiten no es muy específica.

Es decir, existe una gran cantidad de páginas web, canales de YouTube, mucha información a través de las redes sociales y distintos medios digitales, pero ninguno recoge toda la información relacionada con la temática que nos ocupa.

Cada medio se centra en un aspecto en concreto sobre los animales: cuidados, alimentación, veterinaria, peluquería, etc..., pero ninguno los contempla a todos. En definitiva, el objetivo que persigue Mascotas Chip es el de convertirse en una plataforma que concentre todos los intereses de las personas que tengan algún animal de compañía en sus hogares, convirtiéndose en un medio de referencia.

Entre los fines de Mascotas Chip podemos destacar tres categorías diferentes: fines comerciales, fines de organización y fines de gestión de recursos. En primer lugar encontramos los fines comerciales, los cuales hacen referencia a aquellos logros que quiere alcanzar nuestra plataforma en el plano comercial.

En este caso, encontramos que nuestro medio informativo es nuevo y también desconocido. Por tanto, nos queremos dar a conocer convirtiéndonos en uno de los medios de comunicación más populares de internet.

Para conseguir esto debemos de tener en cuenta que necesitamos conseguir un número considerable de seguidores en redes sociales. Para ello se creará contenido específico diferente y original en nuestra página principal. De esta manera, tendremos ganchos en dichas redes para que nuestros futuros clientes visiten nuestros perfiles y páginas. Además, se adaptará dicho contenido al formato de cada red social.

Otro fin comercial es crear desde cero información nueva, rigurosa y con una visión objetiva de la actualidad. Para ello, nuestro equipo debe poseer una plantilla preparada que nos

permita crear un producto de calidad para un público que no tiene nada similar en el mercado, además de establecer relaciones comerciales con distintas empresas del sector animal, con el fin de comercializar sus productos a través de estrategias de socios, en las que ambos salgamos beneficiados. Asimismo, contaremos con la participación de profesionales los cuales jugarán un papel fundamental en diversas entrevistas y reportajes.

Como hemos mencionado anteriormente, Mascotas Chip pretende crear un producto en el que todas las mascotas estén incluidas. Hasta el momento encontramos que la mayoría de los medios de comunicación se centran principalmente en los perros y gatos y no cuentan con tienda online para la venta de productos, ni tampoco con servicios para la mejora de la calidad de vida de estos animales.

Nuestra plataforma digital quiere posicionarse como un medio que visibiliza a todas las mascotas que puedan haber en los hogares de las personas. Cuando se habla por lo general de altos cargos, estos suelen estar asignados a hombres. En este caso, Mascotas Chip apuesta por un equipo mixto, que permita la existencia de una variedad de voces jóvenes y preparadas.

Por último, encontramos la gestión de recursos humanos que hace referencia al departamento que gestiona todo lo relacionado con las personas que trabajan en la empresa. Esto incluiría desde la selección, contratación, formación, nóminas y despidos. Por ello, queremos conseguir un ambiente de trabajo. Al ser una empresa nueva, no se ejecutarán contratos fijos ya que el producto que se está creando aún no se ha estabilizado en el mercado. En cuanto al equipo que conforma la empresa, se subcontratarán algunos servicios según las necesidades con las que nos topemos, ya que no podemos permitirnos desde el principio tener sueldos fijos.

Objetivos

Los trabajos de investigación o creación de plataformas deben tener una finalidad clara. Para ello, se necesita fijar una serie de objetivos desde el primer momento para su posterior cumplimiento.

Para nuestro trabajo dirigido a estos miembros del hogar, el objetivo general es que todas las mascotas dispongan de una buena calidad de vida gracias a los recursos que puedan encontrar

sus dueños y dueñas en nuestra plataforma. Para conseguirlo, nos proponemos también una serie de objetivos específicos:

- **O.E. 1:** Actualizar de manera constante nuestra plataforma con contenido novedoso y actual que pueda resultar interesante de cara a la mejora del estilo de vida de las mascotas.
- **O.E. 2:** Realizar la subcontratación de personal profesional dentro del mundo animal que pueda trabajar para Mascotas Chip con el fin de que puedan prestar sus servicios de manera puntual a nuestra comunidad.
- **O.E. 3:** Incorporar nuevos servicios a la demanda de nuestros clientes, es decir, si una persona nos presenta un problema que de primeras no podemos solucionar, buscar los medios necesarios para solventarlo porque quizás otra persona también lo tenga.

Metodología

Con el fin de realizar un buen estudio de mercado resulta una necesidad llevar a cabo una metodología de tipo cuantitativa con la que podamos observar la viabilidad de nuestro proyecto en cuanto a nivel de ingresos y aceptación del público.

Si nuestra principal premisa es conseguir un buen posicionamiento en el mercado, resultará necesario conocer a nuestra competencia, así como analizarla y descubrir sus puntos fuertes y débiles. De esta forma conseguiremos crear un producto mucho mejor y que cubra las necesidades de este sector de la población. Asimismo será muy importante realizar un proceso de investigación del mercado en el que nos estamos moviendo.

A través de la elaboración de una encuesta averiguaremos cuáles son las necesidades de esa parte de la sociedad que tiene una mascota en su vida y para la que resulta necesario la existencia de una plataforma digital como *Mascotas Chip*. De esta forma, conoceremos la viabilidad de nuestro proyecto y el grado de satisfacción de las personas que lo consuman.

Finalmente, resulta necesario observar esta viabilidad de la que hablábamos antes en función de los ingresos y gastos que recaigan sobre la plataforma digital. No debemos olvidar que es muy importante obtener beneficios a partir de nuestra empresa y que los ingresos con los que

contemos de una manera fija superen la suma de los gastos. Para comprobar que se pueda llevar a cabo lo anterior elaboramos unas tablas de ingresos y gastos que, con cifras reales o aproximadas, demuestren la viabilidad y evolución de nuestro proyecto en un periodo de 36 meses.

Hipótesis

Cuando hablamos de una hipótesis nos referimos a lo que el investigador está buscando y que será el nuevo conocimiento o también todo aquello que una vez concluido se podrá probar (Zamorano, 2013). De este modo, serán los propios datos fruto de nuestra investigación, los que respondan a las diferentes partes de nuestro proyecto. Por lo tanto, nuestras hipótesis serán las siguientes:

- **Hipótesis 1:** No existe ninguna plataforma digital que trate la higiene, alimentación, salud y cuidados a la vez.
- **Hipótesis 2:** El público potencial carece de un medio digital que trate cuestiones predominantes en la vida de las mascotas.
- **Hipótesis 3:** Creemos que Mascotas Chip tendría éxito en el mercado debido a que generaremos beneficios que superen los costes fijos, es decir, se trata de una plataforma viable, rentable y segura a largo plazo.

Capítulo I: Marco teórico

Lienzo de proposición de Alex Osterwalder

La proposición de valor es uno de los aspectos más importantes a la hora de diseñar cualquier negocio, ya que nos permite averiguar si nuestro producto realmente tiene algo que ofrecerle a los clientes, puesto que ellos a su vez suponen otro elemento básico para cualquier empresa. Por lo tanto, es fundamental establecer una buena relación entre la proposición de valor y las necesidades de los clientes (Serrano, 2018).

Es necesario realizar esa conexión entre la idea del producto y el mercado en el que pretende situarse. Para ello Alexander Osterwalder, teórico de negocios suizo, autor, y empresario, ha creado la herramienta “Lienzo de proposición de valor” (Serrano, 2018).

Debido a esto, en el caso de *Mascotas Chip*, es necesario crear un lienzo de proposición de valor adaptado al producto informativo para descubrir si realmente, lo que se pretende ofrecer con la plataforma digital sobre mascotas, supone un beneficio para las audiencias interesadas.

Business Model Canvas

Mascotas Chip es una plataforma digital que se ha desarrollado a partir del Business Model Canvas, conocido como el Lienzo de Alex Osterwalder. Se trata de una herramienta con la que podemos conseguir definir nuestro modelo de negocio y, de una manera clave, definir también la propuesta de valor.

Aunque en ocasiones nos pueda resultar algo muy complejo a simple vista, se trata de dos elementos que cobran mucha importancia a la hora de llevar a cabo un nuevo proyecto de negocio como el que nos ocupa. De esta manera podemos profundizar en la actividad de nuestro negocio y ganar en creatividad para crear una propuesta de valor única y, por supuesto, diferente al resto, ganando un buen lugar en el mundo de los negocios.

La correcta definición de nuestra propuesta de valor nos ayudará a poder tirar de imaginación y crear valor de una manera totalmente diferente a la competencia. Con esto conseguiremos por nosotros mismo reinventarnos y marcar la diferencia. Asimismo, aunque un negocio sea muy creativo o innovador, para que sea reconocido como tal debe resolver un problema para la población y ser útil para la misma.

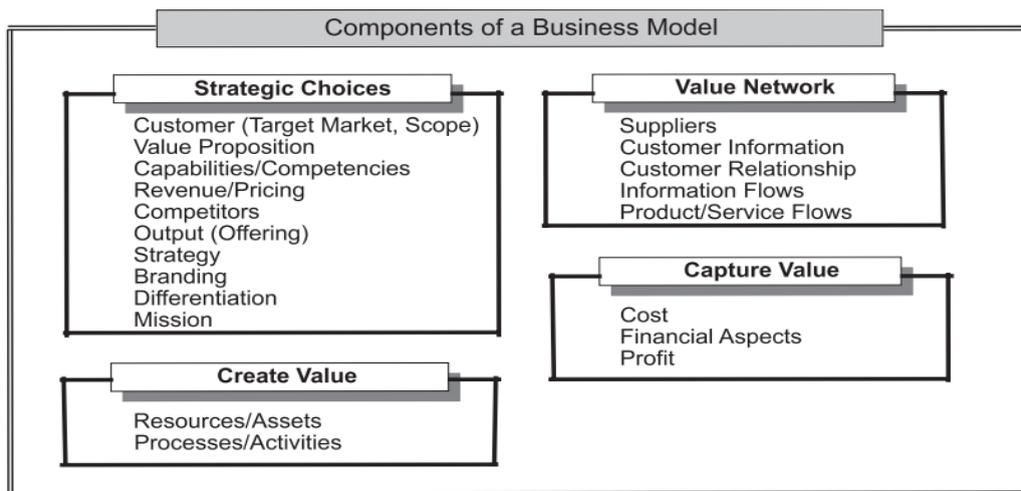
Gracias al Business Model Canvas podemos plasmar todo lo anterior de una manera clara y moldear nuestro modelo de negocio según las necesidades que el mercado precise.

La traducción literal de “*CANVAS*” del inglés al español es Lienzo, de ahí que, como hemos dicho antes, el Business Model Canvas sea conocido como el Lienzo de Alex Osterwalder. Pues bien, dicho esto podemos intuir que nos encontramos ante un documento diferente a lo que estamos acostumbrados a ver. Aunque no estamos ante un gran pergamino, no deja de ser un gran papel en el que podemos ver todo modelo de negocio de una manera muy evidente.

Debemos dejar claro que cuando hablamos de modelo de negocio nos referimos a la forma de organización que tiene todo proyecto donde se visualiza el público al que va dirigido nuestro producto, las necesidades que presenta, qué lo hace diferente al resto, así como también los flujos económicos, tanto los ingresos, como los gastos.

Además, resulta de vital importancia resaltar que existen diversas definiciones de modelo de negocio que pasamos a tratar a continuación:

- (Osterwalder & Pigneur, Generación de modelos de negocio, 2010): “Un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor”
- (Magretta, 2002): “Historias que explican cómo la empresa trabaja”
- Para Amit y Zott (2001): “Un modelo de negocio explicita el contenido, la estructura y el gobierno de las transacciones designadas para crear valor al explotar oportunidades de negocio”
- (Chesbrough & Rosenbloom, 2002): “Articular la proposición de valor, identificar un segmento de mercado, definir la estructura de la cadena de valor, estimar la estructura de costes y el potencial de beneficios, describir la posición de la empresa en la red de valor y formular la estrategia competitiva”
- (Linder & Cantrell, 2000): “Un modelo de negocio operativo es la lógica nuclear de la organización para crear valor”
- (Shafer, Smith, & Linder, 2005): Analizan diferentes definiciones publicadas entre 1989 y 2002 y desarrollan un diagrama de afinidad para identificar las cuatro categorías comunes en todas las definiciones: elecciones estratégicas, creación de valor, captura de valor y red de valor



Fuente: <http://www.matizyasociados.com/wp-content/uploads/2014/02/The-power-of-business-models-Shafer-Smith-Linder.pdf>

Traducción de la imagen:

Elección Estratégica: Cliente (Mercado objetivo, Alcance); Propuesta de Valor; Capacidades/ Competencias; Ingresos/ Precios; Competidores; Salida (Oferta); Estrategia; Marca; Diferenciación; Misión.

Crear Valor: Recursos/ Activos; Procesos / Actividades

Red de Valor: Proveedores; Información al cliente; Relación con el cliente; Flujos de información; Flujos de productos/servicios.

Captura de Valor: Coste; Aspectos financieros; Ganancia

Contenido mostrado en los nueve bloques del lienzo

Aunque parece sencillo, a este lienzo hay que dedicarle tiempo. Se trata de un documento que resulta muy entretenido de elaborar, pero que, en alguna ocasión, nos puede jugar alguna mala pasada. Se divide en 9 bloques que pasamos a mencionar a continuación:

1. La propuesta única de valor

Se trata de presentar nuestra idea convertida en nuestro producto. Un producto único y que se diferencia del resto por una serie de características.

2. El segmento de mercado

Es importante conocer nuestro mercado, es decir, a quién nos dirigimos y si realmente resulta factible sacar al mercado nuestro producto.

3. Los canales de comunicación o distribución

Debemos tener en cuenta de qué forma vamos a hacer llegar nuestro producto al consumidor final, sin olvidarnos de los posibles intermediarios que puedan cruzarse en el proceso.

4. La relación con el cliente

En la actualidad, un gran número de negocios mantienen una relación virtual con sus clientes, pero no debemos olvidar que también existe otro tipo de relaciones, como la presencial que se ha dado siempre.

5. Las fuentes de ingresos

Quizás uno de los bloques más importantes porque representa la supervivencia de nuestro producto en el mercado. La carencia o inexistencia de ingresos podría ser perfectamente sinónimo de riesgo de acabar con nuestra propuesta única de valor y con todo el proceso posterior.

6. Las actividades clave

No pueden estar mejor denominadas porque son las actividades necesarias y aquellas que se deben llevar a cabo para crear valor para nuestro proyecto.

7. Los recursos clave

Es lo que conocemos como el análisis *DAFO*. Debemos tener en cuenta las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades con las que cuenta nuestro proyecto.

8. Las alianzas estratégicas

Son clave porque le darán seguridad y fiabilidad a nuestro proyecto. No será lo mismo encontrarnos solos ante un gran mercado lleno de incertidumbres, que estar atestiguado por otro proyecto, empresa o institución.

9. Estructura de costos

Resulta muy necesario saber cuáles serán los costes fijos y variables de nuestro proyecto para saber si resulta realmente rentable tener nuestro producto en el mercado.

Capítulo II: Metodología

Información básica sobre el mercado

En la actualidad existen numerosas tiendas de mascotas, tanto online como físicas en España. Además, también encontramos la presencia de algunos blogs. Podríamos destacar que Tienda Animal se sitúa como la mejor tienda de animales online con 1.400.000 visitas de media cada mes, según el medio digital *EsdeMarketing*, que trata de analizar el Marketing Digital y *eCommerce* contando con los mejores profesionales.

En primer lugar, como ya sabemos, existe una escasez de plataformas digitales profesionales que contengan información relevante para su audiencia. La existencia de diferentes medios que contengan información sobre las mascotas no implica que se esté difundiendo un producto bueno y de calidad a los consumidores. La mayoría de los medios que existen actualmente y que hemos analizado extraen informaciones de las redes sociales, para posteriormente añadirlas a sus páginas webs. Es por ello que la información que pueden difundir no llega a ser del todo verídica, dado que desconoce quién o quiénes se esconden detrás de esos perfiles.

Además, si tuviéramos que hablar del contenido observamos cómo la mayoría de los medios que existen en la actualidad solo se centran en los perros y los gatos, y se olvidan de que existen muchos más animales, o no se les tiene en cuenta como tal. Aunque con el paso del tiempo, se le ha empezado a dar un buen lugar al resto de mascotas, los perros y gatos siempre han sido los miembros principales de las familias, y así lo afirma el Estudio de Mascotas realizado en junio de 2021 por Veterindustria en colaboración con la Asociación Nacional de Fabricantes de Alimentos para Animales de Compañía (ANFAAC):

“El 50,2% de familias cuentan con un animal de compañía; aumentando de manera significativa respecto a 2019 (39,7%). Lo que se traduce en un incremento de más de diez puntos consolidando una tendencia al alza durante los últimos años; ya que cada vez son más quienes deciden ampliar su familia con una mascota. El perro sigue siendo el preferido con una presencia del 33,2% (25,7% en 2019); aumentando también su número medio por hogar que pasa de un 1,42 en 2019 a un 1,50 en 2021. Igualmente se incrementa el número de hogares con gato (de un 11% en 2019 a un 17,6% en 2021). El resto de los animales de compañía tiene una presencia por debajo del 3,5%”.

En resumen, los perros y los gatos, al ser animales que muestran más cariño y afecto, tienden a ser los preferidos entre las mascotas. Esto no quiere decir que no se le dé importancia a los demás animales, puesto que también son un miembro más de la familia. Sin ir más lejos, en la actualidad encontramos que cada vez son más los hogares que eligen a un hámster o conejo como animal de compañía. A pesar de lo anterior, la oferta informativa actualizada y de calidad es muy limitada. Muchos de los portales y blogs se centran en hablar sobre los perros y los gatos exclusivamente. Hay que destacar que en estos medios digitales se anuncian constantemente multinacionales que se presentan como empresas que miran por el bienestar animal, es decir, engloban a todos los animales dentro de su oferta, sin embargo, realmente no realizan de manera correcta su tarea.

Y es que todo lo comentado anteriormente se debe a que hoy cuesta distinguir qué tipo de animales se pueden o no tener en nuestras casas, según un artículo publicado por Cristina Gadea para La Vanguardia:

“Las adopciones de animales y la compra de pequeños roedores, como hámsters o conejos, se imponen frente a las especies más caras como cerdos vietnamitas o perros con “pedigree” entre quienes buscan un animal de compañía, muchos de los cuales no siempre conocen las consecuencias de adquirir especies exóticas. Aunque la venta de animales exóticos y las adopciones se están “afianzando” la crisis se nota y “afecta a la compra de especies más caras” como los perros con pedigrí o los cerdos vietnamitas”.

El desconocimiento de las necesidades de estos animales quizás es uno de los principales inconvenientes para los dueños, el no saber qué necesitan o sus diferentes cuidados a tratar. Esto acaba afectando a la salud de las mascotas sin quererlo, ya que según Edgar Wefer, veterinario experto en animales exóticos, estos presentan una alimentación inadecuada o carencias nutricionales. Algo que llama la atención dentro del mercado es que muchas personas se dejan llevar por las modas y las últimas tendencias, y desafortunadamente es una práctica incorrecta dejarse llevar por esto último, pero la población no es consciente de ello. Que nuestro referente en las redes sociales, por ejemplo, tenga un gato persa, no quiere decir que nosotros tengamos que tener uno igual. Debemos tener en cuenta que como el resto, este no deja de ser un animal que necesita que le dediquemos tiempo y atención.

En definitiva, hay que pensarse muy bien tener un animal de compañía en nuestras casas ya que no son un entretenimiento. Por ello resulta necesario la creación de una plataforma digital que nos explique y nos aconseje, no solo que nos conciencie. En Mascotas Chip, junto a la secciones que abordamos (alimentación, salud, higiene y actualidad), queremos ayudar a la

población a qué puedan cuidar de las mascotas como si de un hijo se tratase. Aunque parezca que no, ya sabemos lo que está bien y lo que está mal, no es necesario otro medio que nos lo recuerde, lo que realmente hace falta es una plataforma que informe, explique, aconseje y ayude a los dueños de las mascotas, además de ofrecer lo necesario para su alimentación y cuidado.

Análisis de la competencia

En este apartado vamos a centrarnos en analizar los distintos medios de comunicación y entidades que tratan a las mascotas como principal temática. Mascotas Chip es una plataforma digital por lo que nos hemos centrado en medios y portales de internet.

- **Miscota.** Es una tienda online para mascotas y animales entre los que destacan los perros, gatos, roedores, pájaros, peces y reptiles. Cuentan con más de 25 años de experiencia en el sector y trabajan con más de 250 marcas y 40.000 productos para mascotas.
- **Zooplus.** Se trata de otra tienda online con la particularidad de que cuenta con una revista en formato digital en la que anuncian los distintos productos que tienen en venta, y ofrecen varias recetas, sobre todo, para los perros y gatos. No sólo venden alimentos, sino también productos como colchones o mantas.
- **Other Shine Pets.** En este caso estamos ante una página web especializada en perros. Los consejos e informaciones en el ámbito perruno es lo que más predomina y también cuenta con una tienda online que reúne productos de primeras marcas.
- **Mascotas.com.** No podemos establecer la función principal de este medio. Encontramos un foro y un apartado que nos invita a adoptar perros y gatos de diferente raza y procedencia. No dispone de tienda online.
- **Tiendanimal.** Se trata de una tienda online de venta de productos alimenticios de primeras marcas, así como de productos y accesorios de buena calidad. Tiene más de una década de experiencia y dispone de tiendas físicas para recoger los pedidos.
- **Canigat TV.** Estamos ante un foro donde la gente lanza preguntas y podemos encontrar distintos vídeos de charlas de asociaciones que buscan personas que adopten a algún perro, gato... y tratan temas dispares sin una temática centralizada.
- **Mundo animal.** Tienda online que trabaja para ayudar a sus clientes a encontrar el producto más adecuado para sus animales de compañía. Además, se muestran al alcance de las personas para resolver todo tipo de dudas.

- **Tienda animales online.** Es una tienda online que presenta las mismas características que la mayoría, pero tiene una particularidad y es que cuenta con un veterinario en línea para solventar las dudas que tengan las personas sobre sus mascotas.
- **Todoanimales.** Se trata de otra tienda online con la particularidad de que cuenta con servicio de WhatsApp para prestar un servicio más rápido y cercano con los clientes que quieran adquirir algún producto a través de la página.
- **Kiwoko Mundo Animal.** Nos encontramos ante otra tienda online, con la peculiaridad de que además disponen de más de 140 tiendas físicas repartidas por todo el territorio nacional.
- **Koala Mascotas.** Al igual que al anterior caso, se trata de una tienda online que cuenta con tiendas físicas, pero esta vez solo en Canarias, en las islas de La Palma, Tenerife, Gran Canaria, Fuerteventura y Lanzarote.
- **MisMascotas.** Es una tienda online que además dispone de servicio de mensajería instantánea a través de la aplicación de WhatsApp para resolver dudas y sugerencias que puedan tener las personas que la visiten.
- **Zoomalia.** Una tienda online donde encontrar las marcas más importantes para comprar lo mejor entre más de 440.000 productos en stock. Además cuenta con un programa de fidelidad para los visitantes.
- **Mascotaplanet.** Con más de 20 años de experiencia en el sector de las mascotas, no solo es una tienda online, sino que además cuentan con dos tiendas físicas y con la intención de abrir franquicias en toda España y Portugal.
- **Baracaldo Vet Shop.** Se describen como una tienda online de productos y comida para mascotas barata que te ayuda a encontrar lo que necesitas para tus mascotas de manera fácil y rápida.
- **Animalcity.es.** Se caracteriza por ser una tienda online perteneciente a la empresa Piensos y Mascotas S.L. que ante la subida de impuestos baja los precios y además cuenta con un blog y servicio de mensajería instantánea.
- **Mascotastur.** Estamos ante una empresa familiar formada en 2008 por un grupo de profesionales del sector de la venta y distribución de productos zosanitarios para animales de producción y mascotas.
- **Tupienso.com.** Tienda online especializada en la venta de productos alimenticios de higiene canina y felina.

En conclusión, después de haber analizado la competencia actual podemos afirmar que existen multitud de tiendas online que se diferencian entre ellas por una tener servicio de WhatsApp, la otra veterinario en línea, etc., pero todas tienen algo en común y es que no dejan de ser tiendas online.

Lienzo de proposición de valor de Mascotas Chip



Fuente: Elaboración Propia

Segmentos de clientes

Dado que no existe una competencia como tal, ya que lo que pretendemos ofrecer es una amplia gama de datos y atención para mascotas, al igual que una tienda *online* para abastecer las necesidades del momento, empezamos a considerar lo más básico dentro de este ámbito. Y es que la mayoría de la competencia, solo se focaliza en vender determinados productos *online* o servicios relacionados con el cuidado animal.

Los vídeos de personas amantes de las mascotas o aficionadas a este mundo ya existen, así como los *blogs* en los que personas de todas partes del mundo comparten cómo se comporta su perro, su gato o su hámster. Detectamos la necesidad de crear un medio fiable y profesional dirigido a todas las personas que tengan mascotas en sus hogares y a las que les resulte complicado encontrar la comida adecuada o los productos de higiene más apropiados, y hasta incluso, los juguetes y accesorios con los que mejorar la vida de nuestros animales, entre otros.

Nuestra plataforma no se centra en una audiencia específica o que ocupe un cierto rango de edad, sino que está dirigida al público en general que quiera o necesite conocer un poco más sobre el amplio mundo animal. En definitiva, una plataforma donde encontrarlo todo abarcando desde lo más simple, hasta lo más costoso. Un lugar que no tengas que abandonar para visitar otro.



Fuente: Elaboración Propia

Propuesta de valor

Mascotas Chip tiene como objetivo proporcionar a una audiencia global un medio de comunicación digital cuya temática se centra en el cuidado y la obtención de materiales y recursos para mascotas, entre otras. La finalidad de nuestra plataforma digital es concentrar toda la información relacionada con el mundo animal. Además, nuestro medio pretende ser un referente para la sociedad ya que los animales ocupan una gran parte en la vida de las personas.

En la actualidad, existen multitud de tiendas online que se diferencian entre ellas a través de una serie de aspectos, que profundizaremos más adelante. Sin embargo, todas tienen algo en común, y es que no dejan de ser tiendas online. Asimismo, encontramos plataformas que no actualizan sus contenidos constantemente y venden productos que ya no están disponibles en el mercado para su comercialización, por lo que consiguen así una pérdida de audiencia y de desinterés, provocando que queden en el olvido. Mascotas Chip alberga tienda online y servicios de veterinaria, guardería y adiestramiento. Además, cuenta con entrevistas de profesionales que ayudarán a asesorar e informar a la población, de manera actualizada teniendo en cuenta las necesidades de la comunidad animal.

Por otro lado, nos enfrentamos a un contexto incierto en la sociedad. Esto se debe a la Ley de Protección Animal. Aunque en los últimos años se ha logrado sensibilizar a la gente para intentar erradicar la violencia hacia las mascotas, la nueva ley pretende una reforma del Código Penal que endurezca las sanciones por maltrato animal. En la actualidad, partidos políticos como PACMA (Partido Animalista con el Medio Ambiente) trabajan por la defensa de los animales, pues el abandono, maltrato y muerte sigue teniendo lugar a pesar de las diversas campañas que han logrado concienciar y conseguir hacer ver a las personas que los animales no dejan de ser seres vivos.

Nuestro principal target no solo espera un producto con un buen contenido, sino que llame la atención y sea innovador.

Con esto nos referimos a una combinación de tienda online, diversos servicios y entrevistas a profesionales, entre otros. La audiencia espera encontrar una plataforma digital que transmita seguridad al tratar un tema de tanta actualidad como el que nos ocupa, y que se encuentra presente en las redes sociales y sitios webs como YouTube. Además, se espera que los

contenidos de Mascotas Chip vayan más allá de lo informativo y consiga orientar y formar al público.

Como ya hemos comentado en párrafos anteriores no existe un referente como tal que trate nuestra temática, a pesar de existir diversos medios destinados a la comunidad animal, pero ninguno como Mascotas Chip.

Un punto a favor es que mantenemos de manera gratuita los artículos menos diferenciales. No obstante, los artículos más profesionales y de mayor valor se podrían leer adquiriendo una suscripción. Contemplando así el muro freemium. Con esto los suscriptores se benefician de una serie de ventajas, como descuentos en nuestra tienda online o acceso a entrevistas que aún no hayan sido publicadas.

Se apuesta por una plataforma digital que combina tanto las características de un medio informativo como las de una tienda online. La idea es crear un producto que informe y ayude en cuestiones de asesoramiento y cuidado animal. En cada publicación la audiencia contará con información sobre cada una de las mascotas domésticas, que contarán con temas como la salud, la alimentación, la higiene o la actualidad, y con un amplio catálogo de artículos presentes en nuestra tienda.

Dentro del bloque de la salud, englobaremos temas como las distintas enfermedades que pueden presentar las mascotas o las vacunas y tratamientos que existen. Además es fundamental dar a conocer el importante papel que desempeñan las clínicas veterinarias. En muchas ocasiones a estos pequeños y grandes seres los tratamos como seres humanos y, aunque como sentimientos personales pueden llegar a serlo, realmente no lo son, es decir, no pueden tomar la misma medicación que nosotros cuando nos duele la cabeza.

Otra de las secciones que podríamos tratar sería la de la alimentación debido a que para garantizar el crecimiento y desarrollo de los animales es necesaria una buena dieta en calidad y cantidad. Para ello, no solo podemos calcular la disponibilidad de la comida durante todo el año, es decir, tenemos que tener en cuenta su posterior conservación ya que puede derivar en trastornos leves en la conducta alimentaria de nuestros animales. Al igual que ocurre con la medicación, con la alimentación pasa lo mismo y es que tampoco es aconsejable darles alimentos que consumamos las personas.

Cabe recalcar la importancia de la higiene en nuestras mascotas. En este apartado se abordarán temas como los productos que repelen los parásitos y los hongos en los animales, así como productos para su cuidado como jabones y cremas, ya que no tienen el mismo pH que los seres humanos. Además debemos tener en cuenta aspectos como el lavado dental que aunque nos parezca algo insignificante resulta ser el principal foco de bacterias.

Por último, la sección de actualidad es una de las más importantes, dado que se tratará de explicar e informar acerca de las nuevas actualizaciones y modernizaciones dentro del mundo animal. Esto nos permitirá ponernos en contacto con diferentes veterinarios y expertos en la materia, fomentando la reflexión y comprensión para la audiencia.

Todas las secciones tratadas anteriormente tienen un punto en común, y es que guardan en cierto modo una relación con el aprendizaje, centradas en explicar conceptos básicos y más complejos del mundo animal. Gracias a este componente divulgativo, el conocimiento sobre las mascotas se expandirá. Esto sin duda, mejoraría la percepción que tienen algunas personas sobre los animales domésticos. Es por ello que el miedo, el abandono, el mal cuidado y otros muchos temores se podrían paliar poniendo en conocimiento toda la información planteada.

Siguiendo con los contenidos que tendría Mascotas Chip, no nos podemos olvidar de nuestra tienda online, en donde existirá una variedad de recursos, productos y alimentos para nuestros animales. Asimismo, nuestra plataforma contará con un formulario de contacto a través del cual las personas que visiten nuestro portal podrán hacernos llegar sus inquietudes, dudas o anécdotas, y en caso necesario, ponerlas en manos de nuestro equipo de profesionales.

Canales de distribución

Dentro de los canales de distribución y comunicaciones debemos destacar que nos encontramos ante un medio nativo digital, es decir, que llegaría a todas las personas que puedan acceder a la red. No ofrecemos un único producto, sino varios, por lo que no es de extrañar encontrar en nuestra plataforma diferentes vídeos de profesionales del mundo animal con lo que poder informar y ayudar a nuestra audiencia.

No queremos construir un medio más, al contrario, queremos un medio cuya consulta no requiera tanto esfuerzo, ni resulte tan pesada.

Además, nuestra plataforma estará presente en las redes sociales de Facebook, Instagram, YouTube y TikTok con las que trabajaremos de dos formas diferentes. Por una parte, publicaremos contenido informativo sobre la temática que nos ocupa, así como vídeos explicativos o entrevistas y, por otra parte, usaremos las redes sociales como método de publicidad a través de las stories o posts publicitarios y así conseguir ampliar nuestra audiencia aún más. Además debemos destacar que trabajaremos con marcas y empresas de alimentos y productos para mascotas que pondremos a disposición de los clientes en nuestra tienda online.

Relación con los clientes

En Mascotas Chip apostamos por una relación directa y cercana con nuestra audiencia por lo que tener en cuenta lo quiere encontrar en nuestra plataforma el consumidor es clave para nosotros a la hora de ofrecer nuevo contenido. Con esta nueva apuesta pretendemos hacer frente a las necesidades de la población con animales de compañía que hasta ahora solo encontraban multitud de tiendas online pero ningún medio que les ofreciera información de relevancia y de calidad. Además, no nos olvidamos de esas personas que en un futuro tengan pensado adoptar alguna mascota y quieran saber qué es lo que resultaría indispensable para ello.

Mascotas Chip contará no solo con una tienda online, sino con diferentes servicios e informaciones y entrevistas actualizadas de manera constante. Además, trataremos las secciones de alimentación, higiene, salud y actualidad para poder acercarnos aún más a nuestro target. Para nosotros, nuestra audiencia es el motor de esta plataforma digital y al ser una empresa que ofrece un servicio a la sociedad se perseguirá la creación de una comunidad que centre su temática principal en las mascotas.

Nuestra plataforma contará con un formulario de contacto con el cual las personas que visiten nuestro portal podrán hacernos llegar sus inquietudes, dudas o anécdotas y en caso necesario, ponerlas en mano de nuestro equipo de profesionales y colaboradores. De esta forma de manera indirecta crearemos la comunidad de la que hablábamos antes y se ampliará en nuestras redes sociales donde de manera más activa se interactuará con todos los seguidores respondiendo mensajes y creando hashtags para las publicaciones.

Flujos de ingresos

Otro de los puntos a tratar es el de los flujos de ingresos, es decir, la forma en la que una empresa genera ingresos en cada segmento de clientes. Para lanzar nuestra plataforma digital hemos solicitado un préstamo bancario por un importe de 3600 euros. El motivo de la elección de este préstamo es porque no necesitamos pagar comisiones de apertura y las mensualidades eran una de las más bajas de todas las opciones que nos ofrecían. Con este préstamo podremos hacer frente al pago del dominio y futuros gastos que se presenten al principio. Además, para generar más ingresos realizaríamos lo siguiente:

Publicidad: Diversas empresas canarias estarían dispuestas a publicitarse en nuestra plataforma digital entre las que destacan las clínicas veterinarias como: Clínica Veterinaria Taco, Clínica Veterinaria Monzón, Hospital Veterinario Cruz de Piedra, Clínica Veterinaria Proxem, Clínica Veterinaria La Gallega, Clínica Veterinaria Traviesos, Clínica Veterinaria Tías, Clínica Veterinaria Arrecife, Clínica Veterinaria Fuerteventura, Clínica Veterinaria Corralejo, Clínica Veterinaria Lynx, Clínica Veterinaria Rafael Matos, Centro Veterinario La Villa, Naturaviva Veterinari.

Aunque la mayoría de empresas que se anunciarían con nosotros serían clínicas veterinarias, también trabajaríamos con tiendas de mascotas y peluquerías caninas: Maskot, Huellas, Pajarería Fermín, Golden Pet, Jarca Centro Canino, Hundesport Canarias Tacoronte, Coopercity Mascotas, Roedores Tenerife. Además, son muchas las personas que piensan adoptar a algún animal y por esta razón también se anunciarían con nosotros diversas protectoras de animales o refugios como: Casa Refugio para Perros de Candy Raya, Refugio Internacional para Animales, Adepac (Asociación de Defensa y Protectora de Animales), Albergue Comarcal Valle Colino, Apanoc y Refugio Tierra Blanca.

Charlas: Desde los colegios, institutos y universidades, hasta los ayuntamientos, eventos y empresas independientes podrían querer que nuestro equipo informara de todo lo que engloba el mundo animal, así como de todos los servicios con los que contamos. Toda la información que diésemos tenderá a ser lo más interactiva y sencilla posible, apelando a la participación y dudas que surjan en estos encuentros. Es importante tener en cuenta que, aunque muchas personas consideren a sus mascotas como un miembro más de la familia, resulta necesario

concienciar a los dueños de estas de que requieren de unos cuidados y una alimentación diferente a la de los seres humanos.

Además, no está de más recordar que los animales también pueden acudir a distintos profesionales que mejoren su calidad de vida, con ello nos referimos a veterinarios, adiestradores... El importe de nuestras charlas sería de 10 euros la hora.

Afiliación de contenidos: El *marketing* de afiliación es un tipo de *marketing* en el que una persona gana dinero promocionando productos físicos o digitales de otros. En el caso de Mascotas Chip, aparte de vender los productos de otras empresas a través de nuestra tienda *online*, también recomendaríamos distintos accesorios y de esta manera cuando el cliente realice una compra, nuestra empresa se llevaría el 20 % del coste total de esa compra.

Patrocinios: Cuando hablamos de patrocinio nos referimos al convenio entre una persona y otra con el fin de que esté presente la marca o el producto que desea promocionar la empresa patrocinadora. En un vídeo de 30 segundos de duración y por un importe de 50 euros, presentaríamos la marca y recomendaríamos todo lo relacionado con ella.

Publicidad en redes sociales: Utilizaremos los distintos perfiles en redes sociales que poseemos para publicitar a las empresas que deseen trabajar con nosotros. Compartir una historia en formato de imagen costará 10 euros, mientras que, en formato de vídeo serán 20 euros. Las publicaciones en formato de imagen en nuestros *feeds* tendrán un coste de 50 euros, mientras que, si la empresa quiere publicar un *reel*, este le costará 80 euros.

Tienda *online*: La utilizaremos para la venta de productos alimenticios y de higiene de mascotas de primeras marcas y con precios asequibles para todas las personas.

El cobro por la visualización de los medios digitales es la principal tendencia en los medios de comunicación occidentales, con notable retraso en España, para tratar de hacer frente a la crisis que vive la industria, y a la imposibilidad de seguir manteniendo un modelo de negocio basado principalmente en la publicidad por impresiones.

En nuestro caso hemos decidido poner en funcionamiento un muro *freemium* ya que ha sido, hasta ahora, el tipo de muro con más crecimiento en Europa y aquel que mantiene de manera

gratuita siempre los contenidos menos diferenciales, sin que exista cupo mensual, pero los contenidos más trabajados, exclusivos y de más valor, sólo podrán verse si se adquiere una suscripción que en nuestro caso sería de 10 euros al mes.

Actividades clave

Una vez hemos explicado los distintos flujos de ingresos, es necesario hablar de las actividades clave ya que son las tareas más importantes durante la ejecución de la propuesta de valor de una empresa que como sabemos está compuesta por el producto, el *marketing* / gestión comercial, las TIC y la gestión empresarial.

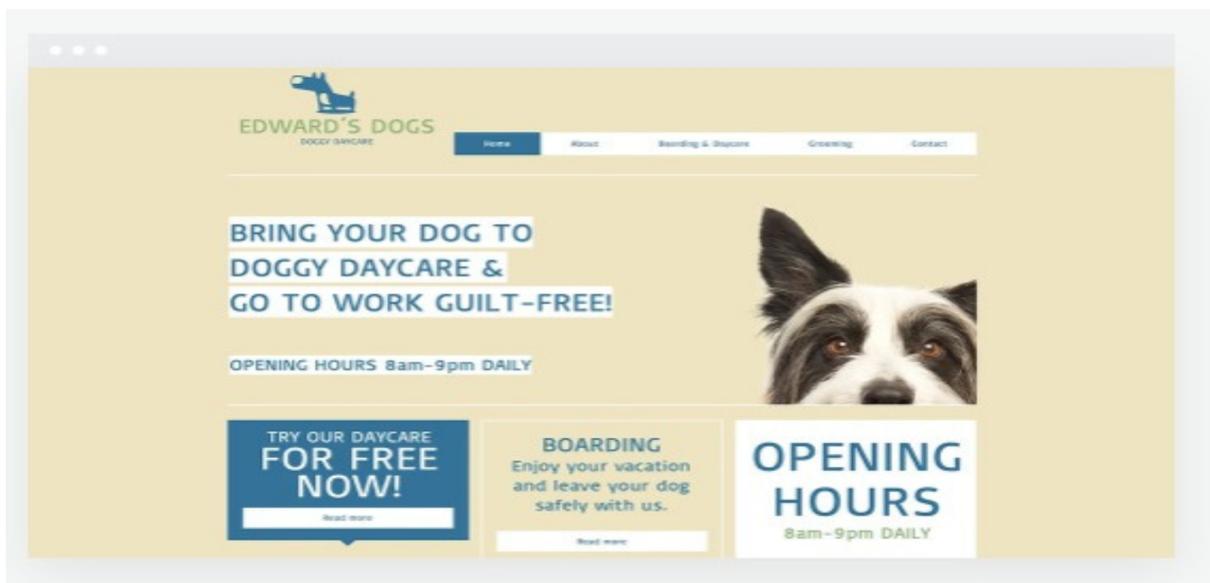
En nuestro caso, Mascotas Chip es nuestro producto. Estamos ante una plataforma digital que se centra en la población que tiene mascotas en sus casas. Existe la necesidad de dar a conocer los distintos cuidados que precisan, así como la diversidad de alimentos y productos de higiene que podemos encontrar en el mercado.

Combinamos información, entrevistas, servicios y tienda *online*. Todo el contenido estará actualizado de manera constante, y los formatos que se utilizarán son publicaciones informativas y asuntos de interés en formato de fotografías, infografías y vídeos. Para todo lo anterior es necesario tener en cuenta recursos técnicos como ordenadores y móviles, además de recursos humanos como el personal de Mascotas Chip para llevar a cabo todo el trabajo que conlleva la plataforma.



Fuente: Elaboración Propia

Nuestra plataforma digital como tal la crearíamos a partir de una plantilla que hemos elegido de <https://es.wix.com/> ya que esta web nos permite la creación de nuestra plataforma con herramientas muy intuitivas y fáciles de usar, y además, permite a los usuarios crear sitios web HTML5 y sitios móviles. Es por ello que, al no tener conocimientos suficientes en la creación y mantenimiento de una web, este *site* nos permite crear nuestra plataforma digital y con ella dar un buen servicio. Una vez que entremos en nuestra plataforma digital, encontraremos la página principal de Mascotas Chip, en la que encontraremos una barra que nos permitirá navegar por el sitio. La barra estará compuesta por “Principal”, “Quiénes somos”, donde explicaríamos cómo nace Mascotas Chip; “Nuestro equipo”, en donde presentaríamos a las personas encargadas de la plataforma y la labor que desempeña cada una; “Videos”, donde la audiencia contará con una pequeña entrada que le permita conocer de qué trata cada publicación antes de su reproducción; “Secciones”, donde encontraremos las mencionadas en párrafos anteriores según la temática, “Tienda *online*”, donde se podrán comprar distintos productos de alimentación y aseo animal y, por último, “Contacto”.



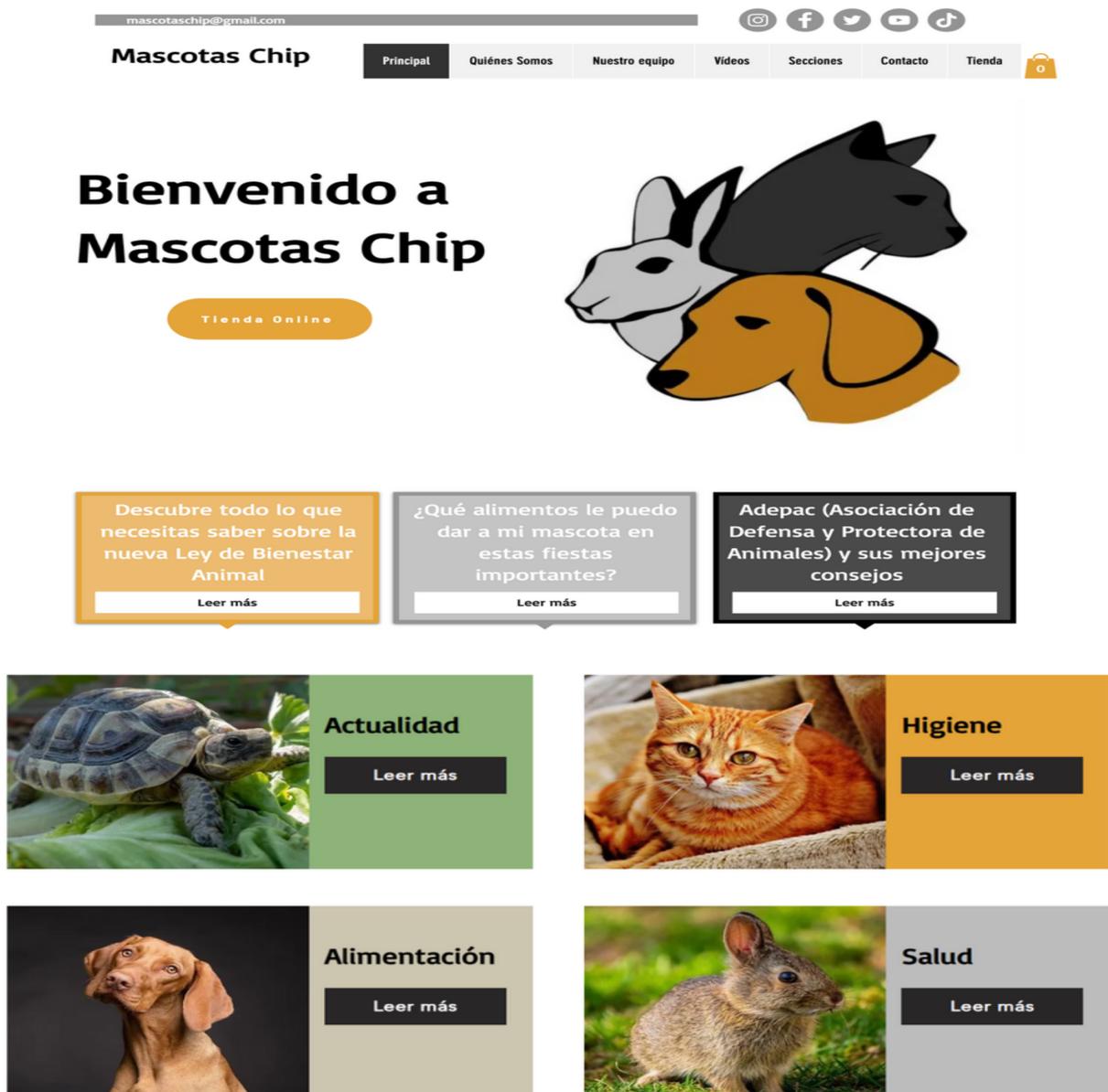
Fuente: <https://es.wix.com/>

En la página principal encontraremos lo último que se haya publicado, es decir, todas aquellas publicaciones más recientes. Así mismo, el usuario podrá encontrar y conocer las publicaciones más populares de nuestra plataforma. No solo contaremos con un contenido

actualizado de manera constante y que mantenga la calidad, sino que además nuestra plataforma digital contará con un buen diseño que la haga cómoda y atractiva para el usuario.

Mascotas Chip no solo contará con una versión web, sino que además dispondrá de una versión móvil para aquellas personas que prefieran visitarnos desde un *smartphone* o *tablet* y que podrán activar entrando desde cualquier buscador y sin perder la identidad que podemos ver desde la versión web.

Mascotas Chip también está presente en Instagram, Facebook, Twitter y TikTok.



Fuente: Elaboración Propia



Mascotas Chip

Añadir a mis amigos

Enviar mensaje



< mascotaschip ...

Publicaciones Seguidores Siguiendo

MASCOTAS CHIP®
Animales y mascotas
Si eres amante de las mascotas o tienes alguna en tu casa, esta es la tuya y la de todas ellas. ¡Bienvenido/a! 🐾

Seguir Mensaje Correo electrónico

Home Search Post Shop

Seguir

MASCOTAS CHIP
@MascotasChip

Si eres amante de las mascotas o tienes alguna en tu casa. ¡Bienvenido/a! 🐾

San Cristóbal de La Laguna
Se unió en noviembre de 2022

Siguiendo Seguidores

Ninguna de las cuentas que sigues sigue a este usuario

Tweets Tweets y respuestas Multimedia Me gusta

MASCOTAS CHIP @MascotasChip · 15s ...

Home Search Notifications Mail

Fuente: Elaboración Propia

El **marketing / gestión comercial** estará a cargo de las dos personas que componen el equipo de Mascotas Chip. Hemos decidido trazar nuestro plan estratégico en actividades *online* y actividades *offline*. Relacionado con los recursos utilizados en cada una de estas actividades, destacamos los recursos humanos (personal) y los recursos técnicos (ordenadores, móviles y equipo audiovisual).

Por actividades *online* entendemos las siguientes:

Publicidad: Diversas empresas canarias estarían dispuestas a publicitarse en nuestra plataforma digital, entre las que destacan las clínicas veterinarias. Aunque la mayoría de empresas que se anunciarían con nosotros serían clínicas veterinarias, también trabajaríamos con tiendas de mascotas y peluquerías caninas. Además, son muchas las personas que piensan adoptar a algún animal, y por esta razón también se anunciarían con nosotros diversas protectoras de animales o refugios.

Afiliación de contenidos: El *marketing* de afiliación es un tipo de *marketing* en el que una persona gana dinero promocionando productos físicos o digitales de otros. En el caso de Mascotas Chip, aparte de vender los productos de otras empresas a través de nuestra tienda *online*, también recomendaríamos distintos accesorios y de esta manera, cuando el cliente realice una compra, nuestra empresa se llevaría un porcentaje del coste total de esa compra.

Patrocinios: Cuando hablamos de patrocinios nos referimos al convenio entre una persona y otra con el fin de que ésta presente la marca o el producto que desea promocionar la empresa patrocinadora. En un vídeo de 30 segundos de duración presentaríamos la marca y recomendaríamos todo lo relacionado con ella.

Publicidad en redes sociales: Utilizaremos los distintos perfiles en redes sociales que poseemos para publicitar a las empresas que deseen trabajar con nosotros.

Tienda *online*: La utilizaremos para la venta de productos alimenticios y de higiene de mascotas de primeras marcas y con precios asequibles para todas las personas.

Por otra parte, dentro de las actividades *offline* destacarían principalmente las charlas que desde los colegios, institutos y universidades, hasta los ayuntamientos, eventos y empresas independientes podrían querer que nuestro equipo informara de todo lo que engloba el mundo animal, así como de todos los servicios con los que contamos.

Otra de las actividades clave que destaca por su importancia en Mascotas Chip son las **TIC**, más conocidas como las tecnologías de la información y la comunicación. En nuestro caso debemos destacar la necesidad de ordenadores, móviles y equipo audiovisual, todo ello coincidiendo con los propios recursos técnicos.

Y, por último, pero no menos importante la **gestión empresarial**. Mascotas Chip contará con la gestión empresarial de La Fuente Asesores que se encargará del tema burocrático de la empresa, además de todos los trámites en los distintos organismos como la Seguridad Social (pago de trimestres), facturación, contabilidad, etc.

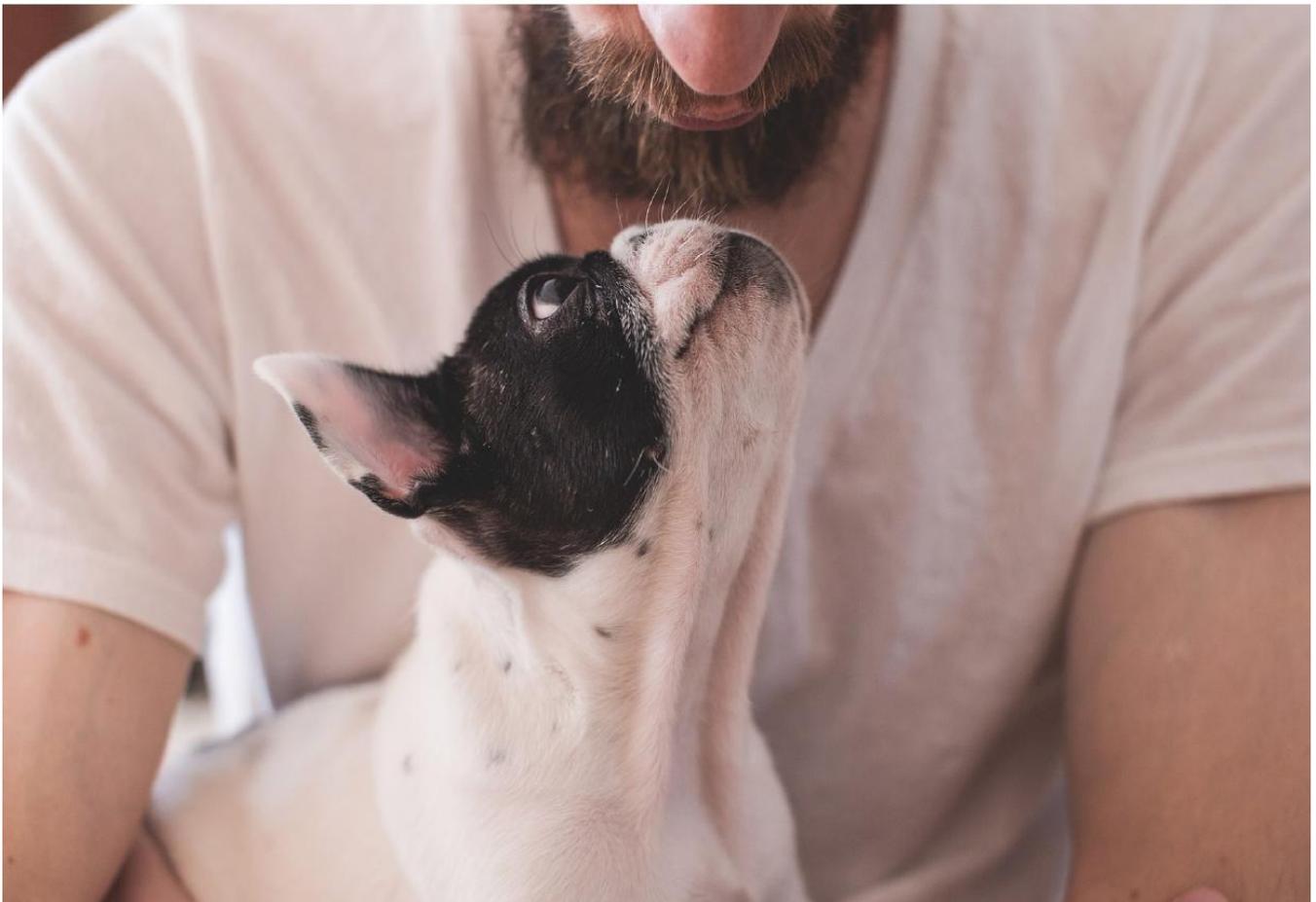
Dentro la empresa es conveniente destacar el papel que desempeñan los recursos humanos en cuanto al personal de La Fuente Asesores se refiere, y también los recursos técnicos que una vez más tienen gran importancia, como es el caso de los ordenadores y móviles.

Ya sea en nuestra web o en nuestras redes, se llevará a cabo una estrategia de *marketing* que permita al usuario disfrutar del contenido a la vez que coexiste con la publicidad. Para ello el anunciante que esté interesado podrá observar nuestro tarifario y buscar la opción que mejor encaje con su marca. Además, también ofrecemos a las empresas presupuestos de publicidad personalizados. Todo lo anterior queda más explicado en nuestro *dossier de elaboración propia*:



TU PLATAFORMA DIGITAL SOBRE MASCOTAS

En España hay más de 29 millones de mascotas, tanto que, podemos afirmar que existen más hogares con mascotas que con niños. Mascotas Chip pretende ser el referente de toda la población que tenga animales domésticos en sus hogares o que sueña con tenerlos. A lo largo de todas nuestras publicaciones pasan profesionales del mundo animal con el fin de explicar e informar a la sociedad de lo que necesitan nuestros animales a través de distintas secciones: Alimentación, Higiene, Salud... Lo que diferencia a Mascotas Chip del resto de medios es que esta plataforma digital no solo informa, entretiene y educa, sino que además cuenta con una tienda *online*.







LA CONSTRUCCIÓN DE NUESTRO TARGET

Mascotas Chip está a disposición de todo el público que visite nuestra página web. Además, nos pueden encontrar en las redes sociales: Instagram, Twitter, Facebook, Tik Tok y plataformas como YouTube.

Las tiendas de animales, clínicas veterinarias, asociaciones y refugios, así como las peluquerías caninas construyen nuestro mejor *target*.



NUESTRAS VISITAS

La principal audiencia de Mascotas Chip tiene una mascota, está tramitando una adopción o quiere informarse antes de pasar a estar acompañada. Atrae a todas las personas que encuentran lo que en otro medio buscaban y nunca llegaron a conseguir.





PENSAMIENTO

Mascotas Chip no es simplemente una plataforma digital, es un medio por el cual puedes conocer las necesidades y cuidados de tu animal. Además, contamos con información de alta calidad y de actualidad sobre las mascotas, entrevistas a profesionales que resolverán todas tus dudas e incertidumbres y una tienda *online* donde encontrarás los productos más exclusivos y de primeras marcas.

MASCOTASCHIP.COM

Combinamos información, entrevistas, servicios y tienda *online*. Todo lo anterior combinado con un contenido actualizado de manera constante con publicaciones informativas y asuntos de interés en formato de fotografía, infografías y vídeos.



TARIFAS Y SUSCRIPCIONES

Para nuestros anunciantes

- **Robapáginas Medium Rectangle.** Su tamaño es de 300 x 250 píxeles: 30 euros / mes
- **Robapáginas Square.** Se trata de un cuadrado de 300 x 300 píxeles: 45 euros / mes
- **Robapáginas Splitscreen.** De tamaño alargado, de 300 x 600 píxeles: 60 euros / mes
- **Interstitial.** También llamado cortinilla, ocupa toda la página donde se encuentra: 70 euros / mes
- **Skin.** Se trata de personalizar el header, el fondo y/o los laterales de la página con una misma temática de la campaña publicitaria: 100 euros / mes
- **Pre-roll, mid-roll y post-roll.** Anuncios que aparecen al principio de un video, en la mitad, o al final, respectivamente: 65 euros / mes

Para nuestra audiencia

- **Suscripción.** Contenido exclusivo, íntegro e ilimitado: 10 euros / mes

Otras posibilidades se presupuestarán aparte.





San Cristóbal de La Laguna

Correo electrónico:
mascotaschip@gmail.com



Recursos clave

El siguiente apartado que vamos a tratar son los recursos clave. Estos hacen referencia a los medios necesarios para crear valor para nuestros clientes. Esto es indispensable de cara a la creación de una empresa, es un gran activo el cual necesita para sostener y apoyar el negocio. Estos recursos se dividen en humanos, financieros, físicos e intelectuales.

En cuanto a los recursos humanos, cabe destacar que este tipo se basa en las personas necesarias para tener en activo nuestra empresa. Como cualquier plataforma o medio de comunicación, Mascotas Chip necesita la ayuda de periodistas, fotógrafos y como no, veterinarios o personal experto en animales domésticos. Además, se debe contar con editores de audio y vídeo, publicistas, un diseñador gráfico, otra persona que se haga cargo del marketing, así como de la tienda online, un programador o Community Manager que mantenga la página y las redes sociales en buen estado, al igual que nuestra entidad como empresa en internet y la gestión comercial. Por último, cabe destacar a los repartidores encargados de distribuir los productos y servicios que compren en nuestra tienda online.

En lo que se refiere a recursos financieros, Mascotas Chip contará con un presupuesto o capital inicial que será utilizado para hacer las primeras compras de materiales, dominio, etc. Además la empresa sería estable económicamente al contar con subvenciones, préstamos y el apartado de ingresos.

Los recursos físicos necesarios para llevar a cabo Mascotas Chip es en primer lugar un espacio físico en el que vamos a asentar la empresa. Debemos tener un local en el que se pueda grabar vídeos o capturar imágenes de animales domésticos, y su posterior edición. Asimismo, necesitamos un buen material para editar y subir nuestro producto a la web, contar con ordenadores y móviles de calidad.

En el estudio se necesitarán mesas, sillas y diferentes elementos de oficina como bolígrafos, papel, impresoras, calendarios a la vista de nuestros trabajadores para así poder reunirnos con empresas vendedoras de alimentos y productos para nuestras mascotas, al igual que con los profesionales para realizar entrevistas.

También se necesitará material de aseo, productos de limpieza, una escobilla de baño, objetos de limpieza como una escoba, recogedor, una fregona y paños para el polvo. Al ser una

empresa pequeña, seremos nosotros mismos quienes nos encarguemos de limpiar las instalaciones que estemos utilizando.

Para acabar este apartado no nos podemos olvidar de los recursos intelectuales, es decir, recursos intangibles como la marca, las patentes, listas de clientes, los derechos de autor e incluso asociaciones y alianzas clave, que explicaremos más adelante. En nuestro caso, al ser una plataforma exclusivamente digital, dependemos de la calidad de internet contratado para que se suba el contenido a la hora indicada y sin ningún impedimento. Asimismo, dependemos de nuestra página web, la cual debe estar estable y permitir al usuario acceder a ella y a nuestro producto; y de programas de edición de vídeo, imágenes y audio para crear y perfeccionar el contenido que se publicará. También debemos permitirnos subir el contenido y mantener la calidad del mismo. Para ello, creemos que un recurso primordial es contratar a un programador informático para inculcarnos sus conocimientos sobre un buen diseño y manejo de la plataforma.

Alianzas clave

Para tratar las alianzas clave hemos realizado una agenda de contactos con empresas y asociaciones vinculadas con el mundo animal y que consideramos posibles anunciantes:

Clínica Veterinaria Taco

Clínica Veterinaria
Teléfono: 608722722
Correo electrónico: hola@clinicaveterinariataco.es

Casa Refugio para Perros de Candy Raya

Refugio Para Animales
Teléfono: 619034838

Clínica Veterinaria Monzón

Clínica Veterinaria
Teléfono: 928220230 - 928275349
Página web: <https://cvmonzon.com/>

Refugio Internacional para Animales

Protectora de animales

Teléfono: 676445547

Correo electrónico: info@refugiodeanimales.org

Hospital Veterinario Cruz de Piedra

Clínica Veterinaria

Teléfono: 922256553 - 922266297

Correo electrónico: info@hvcruzdepiedra.com

Adepac

Asociación de Defensa y Protectora de Animales

Teléfono: 669767448

Correo electrónico: adepac@adepaccanarias.com

Clínica Veterinaria Proxem

Clínica veterinaria

Teléfono: 928340184

Página web: <https://clinicaveterinariaproxem.com/>

Albergue Comarcal Valle Colino

Protectora de animales

Teléfono: 673895015

Correo electrónico: info@alberguevallecolino.org

Clínica Veterinaria La Gallega

Clínica veterinaria

Teléfono: 922620899

Correo electrónico: info@veterinarioslagallega.es

Apanot

Protectora de animales

Teléfono: 634936500

Correo electrónico: apanotenerife@hotmail.com

Clínica Veterinaria Traviesos

Clínica veterinaria
Teléfono: 928238404
Página web: <https://cvtraviesos.com/>

Refugio Tierra Blanca

Refugio para animales
Teléfono: 606500171
Correo electrónico: cpa.tierrablanca@tragsa.es

Clínica Veterinaria Tías

Clínica Veterinaria
Teléfono: 928833990 - 629356514
Correo electrónico: veterinarianariatiaslanzarote@gmail.com

Maskot

Tienda de animales
Teléfono: 675993229

Clínica Veterinaria Arrecife

Clínica Veterinaria
Teléfono: 928814650
Correo electrónico: info@clinicaveterinariaarrecife.com

Huellas

Tienda de animales
Teléfono: 627551641

Clínica Veterinaria Fuerteventura

Clínica Veterinaria
Teléfono: 928530267 - 928868414
Correo electrónico: veterinariafuerteventura@yahoo.com

Pajarería Fermín

Tienda de animales
Teléfono: 673271472

Clínica Veterinaria Corralejo

Clínica Veterinaria
Teléfono: 928535738 - 628020666
Correo electrónico: clinicaveterinariacorralej@gmail.com

Peluquería Canina Golden Pet

Peluquería Canina
Teléfono: 651326448

Clínica Veterinaria Lynx

Clínica Veterinaria
Teléfono: 922420278 - 639114883
Correo electrónico: clinicalynx@gmail.com

Jarca Centro Canino

Peluquería Canina
Teléfono: 626916306
Correo electrónico: tufamiliaperruna@jarcacentrocanino.com

Clínica Veterinaria Rafael Matos

Clínica Veterinaria
Teléfono: 922413241 - 696455955
Correo electrónico: vet922413241@gmail.com

Hundesport Canarias Tacoronte

Tienda de Animales
Teléfono: 683378332
Correo electrónico: hundesportcanariastacoronte@gmail.com

Centro Veterinario La Villa

Clínica Veterinaria

Teléfono: 616969097

Correo electrónico: centroveterinariolavilla@vlavilla.com

Coopercity Mascotas

Tienda de animales

Teléfono: 696452299

Correo electrónico: info@coopercity.es

Naturaviva Veterinaria

Clínica Veterinaria

Teléfono: 922551322

Correo electrónico: naturvet@mail.com

Explicación de los ingresos y gastos

En este apartado trataremos la estructura de costos, es decir, la suma de todos los gastos que nuestra empresa debe incurrir para existir y efectuar su actividad de manera productiva. Asimismo, dicha estructura de costos es muy importante ya que engloba todo aquello que resulta necesario para que la empresa desarrolle su propio modelo de negocio. Es importante destacar que Mascotas Chip es un producto informativo y de venta sobre los animales domésticos, que trata sobre su higiene y cuidados para su bienestar.

En primer lugar, entre nuestros principales gastos destacan los sueldos de las personas que componen el equipo de Mascotas Chip que con el paso de los años ascenderá pero que se situará en 200€ a partir del tercer año. Y aunque no serán sueldos fijos, cuando tengamos que acudir a un veterinario o profesional del mundo animal deberemos pagar la labor que haya realizado, por eso los situaremos como gastos variables.

No podemos descartar la presencia de la figura de un informático que cobraría 10 euros la hora y que nos visitaría según nuestras necesidades. Sin embargo, no debemos olvidarnos que durante el primer año seremos nosotros los que nos encarguemos de mantener la plataforma digital desde <https://theforest.net/> ya que esta web nos permite gestionar y mantener nuestra plataforma con herramientas fáciles de usar y muy intuitivas. Sin embargo, a partir

del segundo año sí tendremos que contar con la presencia de un informático de manera más continuada.

Respecto a la cuota de autónomo, como los miembros del equipo de Mascotas Chip somos menores de 30 años, esta se mantiene en 60 euros el primer año para cada uno de los miembros, subiendo a 146,97€ el segundo año y finalmente a 205,76€ a partir del tercer año. Además otro de los gastos a los que debemos hacer frente es el de Internet y móvil que nos saldría 44,85€ con Movistar ya que es la marca principal de la multinacional española de telecomunicaciones Telefónica y la que mejor calidad de servicio ofrece.

Desde el primer año contaremos con el gasto fijo de la asesoría. Además de llevarnos el tema burocrático de la empresa, se encargará de los trámites en los distintos organismos como la Seguridad Social (pago de trimestres), facturación, etc. Nos cobrará 60 euros mensuales.

El dominio se refiere al nombre de la marca en Internet, fácil de recordar y que nos permite, entre otras cosas, visitar páginas web o enviar correos electrónicos. Está compuesto, generalmente, por dos palabras separadas por un punto. La palabra inicial identifica el nombre y la final (denominada extensión) al tipo. También es algo que debemos de tener en cuenta a la hora de plantear los costos iniciales. Si queremos crear una marca debemos de ver si está registrada y si fuera el caso, a qué precio podemos hacernos con ella. Tras consultar la página web, DonDominio, se observó que mascotaschip.com no tenía propiedad y se podía usar. El coste total del dominio junto con el hosting para la página web y el correo para los 3 primeros años es de 116,85€.



¡El dominio está disponible!

mascotaschip.com

Regístralo por solo
13,95 €

✓ Añadido al carrito

Añadir **mascotaschip.online** gratis
Te regalamos el .online durante 1 año al registrar un dominio .com

Añadir **.online**

Fuente: <https://www.dondominio.com/es/>

Las extensiones de los gTLDs en sus inicios iban dirigidas a la creación de un tipo de web en concreto, por ejemplo los .org para organizaciones, .net para empresas tecnológicas, o los .edu para organizaciones educacionales. Esta orientación hoy día tiene un carácter más anecdótico, ya que se ha generalizado el uso de extensiones como .com para todo tipo de proyectos y solo en algunos casos se mantiene la relación entre la extensión y su objetivo original.

Los gastos en publicidad también hay que tenerlos en cuenta. Por ello, hemos decidido invertir 900€ en publicidad anualmente que durante el primer año serán suplidos por el préstamo bancario previamente concedido. Dado que nos dirigimos a un público amplio nos anunciaremos tanto en radio, como en redes sociales. Una radio que tiene cobertura en todo el archipiélago canario nos cobrará 100€ al mes por 6 cuñas diarias de lunes a domingo. Por otro lado, invertiremos 50€ en publicidad en redes sociales. En definitiva nos gastaremos 150€ todos los meses en publicitar Mascotas Chip.



Fuente: Elaboración Propia

En segundo lugar, hablaremos sobre los ingresos de nuestra empresa, es decir, la forma en la que una empresa genera ingresos en cada segmento de clientes. Para lanzar nuestra plataforma digital hemos solicitado un préstamo bancario por un importe de 3.600€. El

motivo de la elección de este préstamo es porque no necesitamos pagar comisiones de apertura y las mensualidades eran una de las más bajas de todas las opciones que nos ofrecían. Con este préstamo podremos hacer frente al pago del dominio y futuros gastos que se presenten al principio. Además, para generar más ingresos realizaríamos lo siguiente:

Publicidad: Diversas empresas canarias estarían dispuestas a publicitarse en nuestra plataforma digital entre las que destacan las clínicas veterinarias como: Clínica Veterinaria Taco, Clínica Veterinaria Monzón, Hospital Veterinario Cruz de Piedra, Clínica Veterinaria Proxem, Clínica Veterinaria La Gallega, Clínica Veterinaria Traviesos, Clínica Veterinaria Tías, Clínica Veterinaria Arrecife, Clínica Veterinaria Fuerteventura, Clínica Veterinaria Corralejo, Clínica Veterinaria Lynx, Clínica Veterinaria Rafael Matos, Centro Veterinario La Villa, Naturaviva Veterinari.

Aunque la mayoría de empresas que se anunciarán con nosotros serían clínicas veterinarias, también trabajaríamos con tiendas de mascotas y peluquerías caninas: Maskot, Huellas, Pajarería Fermín, Golden Pet, Jarca Centro Canino, Hundesport Canarias Tacoronte, Coopercity Mascotas, Roedores Tenerife.

Además, son muchas las personas que piensan adoptar a alguna animal y por esta razón también se anunciarían con nosotros diversas protectoras de animales o refugios como: Casa Refugio para Perros de Candy Raya, Refugio Internacional para Animales, Adepac (Asociación de Defensa y Protectora de Animales), Albergue Comarcal Valle Colino, Apanoc, Refugio Tierra Blanca.

Charlas: Desde los colegios, institutos y universidades, hasta los ayuntamientos, eventos y empresas independientes podrían querer que nuestro equipo informara de todo lo que engloba el mundo animal, así como de todos los servicios con los que contamos. Toda la información que diésemos tenderá a ser lo más interactiva y sencilla posible apelando a la participación y dudas que surjan en estos encuentros.

Es importante tener en cuenta que aunque muchas personas consideren a sus mascotas como un miembro más de la familia, resulta necesario concienciar a los dueños de estas de que requieren de unos cuidados y una alimentación diferente a la de los seres humanos. Además, no está de más recordar que los animales también pueden acudir a distintos profesionales que

mejoren su calidad de vida, con ello nos referimos a veterinarios, adiestradores... El importe de nuestras charlas sería de 12 euros la hora.

Afiliación de contenidos: El marketing de afiliación es un tipo de marketing en el que una persona gana dinero promocionando productos físicos o digitales de otros. En el caso de Mascotas Chip, aparte de vender los productos de otras empresas a través de nuestra tienda online, también recomendaremos distintos accesorios y de esta manera cuando el cliente realice una compra, nuestra empresa se llevaría el 20% del coste total de esa compra.

Sponsor: Cuando hablamos de sponsor estamos ante un patrocinio, es decir, el convenio entre una persona y otra con el fin de que ésta presente la marca o el producto que desea promocionar la empresa patrocinadora. En un vídeo de 30 segundos de duración y por un importe de 50€ presentaremos la marca y recomendaremos todo lo relacionado con ella.

Publicidad en redes sociales: Utilizaremos los distintos perfiles en redes sociales que poseemos para publicitar a las empresas que deseen trabajar con nosotros. Compartir una historia en formato de imagen costará 10 euros, mientras que, en formato de vídeo serán 20 euros. Las publicaciones en formato de imagen en nuestros feeds tendrán un coste de 50 euros, mientras que, si la empresa quiere publicar un reel, este le costará 80 euros.

Tienda online: La utilizaremos para la venta de productos alimenticios y de higiene de mascotas de primeras marcas y con precios asequibles para todas las personas.

El cobro por la visualización de los medios digitales es la principal tendencia en los medios de comunicación occidentales, con notable retraso en España, para tratar de hacer frente a la crisis que vive la industria, y a la imposibilidad de seguir manteniendo un modelo de negocio basado principalmente en la publicidad por impresiones.

A la hora de pensar una estrategia de pago por contenidos, la mayor parte de los medios se decantan por la puesta en marcha de un muro de pago. En nuestro caso hemos decidido poner en funcionamiento un muro freemium ya que ha sido, hasta ahora, el tipo de muro con más crecimiento en Europa y aquel que mantiene de manera gratuita siempre los contenidos menos diferenciales, sin que exista cupo mensual, pero los contenidos más trabajados, exclusivos y de más valor, sólo podrán verse si se compra una suscripción que en nuestro caso sería de 10 euros al mes.



Fuente: Elaboración Propia

Para entender mejor el apartado de la estructura de costos, hemos realizado las siguientes tablas de ingresos y de gastos que generarían nuestra plataforma digital durante los tres primeros años, pero antes es necesario explicar lo que podemos observar en ellas.

Las tres primeras tablas corresponden a los ingresos que Mascotas Chip generaría en los tres primeros años. Si nos detenemos en la primera fila, encontraremos los ingresos obtenidos mediante la publicidad. En el mes de enero obtendríamos 160 euros que vienen de la contratación por parte de nuestros clientes de un robapáginas *medium rectangle* por un importe de 30 euros, un robapáginas *splitscreen* que cuesta 60 euros y un *interstitial* que cuesta 70 euros. La suma de lo anterior tiene como resultado los 160 euros que encontramos en la tabla del año 1, en la fila de publicidad del mes de enero.

En cuanto al resto de meses, los ingresos en publicidad varían según la publicidad que contraten las empresas, dado que no siempre contaremos con la misma cantidad de clientes. Por ejemplo, una clínica veterinaria puede contratar un robapáginas en enero, en febrero dejar de anunciarse y en marzo volver a retomar su publicidad contratando un *skin*. Por ello, encontramos diversas cantidades en los ingresos por publicidad.

En la segunda fila encontraremos los ingresos obtenidos mediante las charlas. En el mes de enero obtendríamos 50 euros que vienen de la realización de dos charlas, una de 2 horas y la otra de 3 horas. Como las charlas las cobramos a 10 euros la hora y en total en el mes de enero hicimos 5 horas, generamos un total de 50 euros.

En cuanto al resto de meses, los ingresos por las charlas varían según las que realicemos, unos meses haremos más, otros menos e incluso habrán meses que no realicemos ninguna charla.

En la fila que trata la afiliación de contenidos, encontramos que en el mes de enero ganamos 80 euros. Ese importe corresponde al 20 % de algún producto que se vendió a través de nuestra tienda *online* y que nos correspondía percibir a nosotros previo acuerdo con la marca afiliada. Como podemos observar las cantidades también varían llegando incluso a contemplar meses en los que no se genera ningún ingreso relacionado con la afiliación de contenidos.

En la siguiente fila encontramos los ingresos generados a partir de los patrocinios. En el mes de enero facturamos 50 euros, cantidad que corresponde con el coste de un vídeo de 30 segundos que una empresa ha contratado y con el que presentaríamos la marca y recomendaríamos todo lo relacionado con ella. En los meses de febrero, mayo y junio ocurre lo mismo, pero no tiene por qué ser la misma empresa. Ya en los meses de noviembre y diciembre tienden a subir los ingresos coincidiendo con la época navideña en la que llegan a contratar con nosotros hasta 6 vídeos, de ahí que ganemos 300 euros, por ejemplo, en el mes de diciembre.

Para nuestra audiencia contamos con suscripciones por un importe de 10 euros. En el mes de enero ganamos 100 euros porque diez usuarios de Mascotas Chip deciden suscribirse a nuestra plataforma digital. En este caso, los ingresos por suscripciones también varían y es que al tratarse de suscripciones mensuales, no mantenemos todos los meses a los mismos

usuarios suscritos, es decir, hay personas que deciden irse y pasados unos meses volver o personas que directamente permanecen suscritas durante 3 meses seguidos.

También contamos con empresas que deciden anunciarse en nuestras redes sociales de ahí que exista la siguiente fila en nuestras tablas de ingreso. Sin ir más lejos, en el mes de enero del año 1 una empresa contrata una publicación que permanezca fija en nuestro perfil por el importe de 50 euros, los mismos 50 euros que aparecen reflejados en la tabla de ingresos, en la fila de publicidad en redes sociales.

Por otra parte, encontramos diversas cantidades en la fila que corresponde a los ingresos generados en la tienda *online*. Las cantidades varían a lo largo de los meses en función de las ventas que realizamos cada mes, desde muchos productos baratos, hasta pocos productos más caros o ambos, llegando incluso a contemplar meses en los que no percibimos ingresos por parte de la tienda *online*.

Y, por último, encontramos la fila destinada al préstamo concedido. Lo hemos distribuido en distintas cantidades y según lo hemos necesitado.

Las tres últimas tablas corresponden a los gastos que Mascotas Chip tendría en los tres primeros años. Si nos detenemos en la primera y segunda fila encontraremos que durante los primeros seis meses no, pero a partir del séptimo mes inclusive 400€ irían destinados a pagar los sueldos de cada una de las personas que forman el equipo humano de la plataforma digital de Mascotas Chip.

La siguiente fila corresponde a las cuotas de autónomo que tenemos que pagar todos los meses y aumentan cada año según lo estipulado por la Seguridad Social.

En la tercera fila, aunque no son gastos fijos todos los meses, hay meses que decidimos que nos tendríamos que anunciar en algún medio de comunicación e incluso en las redes sociales. En enero, por ejemplo, destinamos 150 euros que se usarían para publicitar nuestra plataforma digital. El resto de meses aumentan o disminuyen las cantidades porque no siempre contrataríamos la misma cantidad de publicidad, ni tampoco en el mismo formato.

También queremos reflejar en las tablas de gastos de los tres primeros años, el préstamo bancario y, aunque para usarlo lo hemos distribuido de manera desigual, para devolverlo

hemos llegado a un acuerdo con la entidad bancaria en el que podemos devolver el préstamo en cuotas mensuales de 100 euros hasta completar el total del préstamo concedido.

Como hemos explicado anteriormente, nuestro equipo no cuenta con un informático fijo en la plantilla. Acudiríamos a él según nuestras necesidades. Un ejemplo claro de ello son los meses de enero y junio en el primer año en los que contemplamos unos gastos totales de 100 y 50 euros respectivamente, en relación con las horas que estuvo trabajando el informático en tareas de mantenimiento y mejora de nuestra plataforma digital. Nos cobraría 10 euros la hora y en enero le dedicaría 10 horas a nuestro portal y 5, en el mes de junio, de ahí las cantidades anteriores.

La siguiente fila corresponde al dominio y es que para mantenerlo activo debemos pagar un total de 38,95 euros anualmente.

La asesoría es otro de los gastos a tener en cuenta. Al mes nos cobrará 120 euros por gestionar todo lo relacionado con los seguros de autónomo, los trimestres, etc., salvo el primer mes que serán 300 euros ya que será la asesoría quien se encargue de tramitar el alta de los autónomos.

Tener Internet y una línea móvil con la compañía de Movistar nos costará 44,85 euros al mes. Dado que hemos cerrado un contrato cuya tarifa es para siempre, las cantidades que podemos observar en esa fila no varían en ninguna de las tres tablas.

Y, por último, hemos distribuido un total de 1500 euros entre los tres primeros años que irían destinados a cubrir gastos varios, es decir, roturas de equipo técnico y que, por tanto, haya que arreglar, compra de material, etc.

Ingresos Año 1	Ene	Feb	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sep	Oct	Nov	Dic	
Publicidad	160	160	230	230	230	290	195	265	230	220	195	360	2765
Charlas	50	50	100	100	50				100	50		200	700
Afiliación de contenidos	80		80			100	100	100			100	300	860
Patrocinios	50	50			50	50			100	100	200	300	900
Suscripciones	100	100	100	100	100	80	80	80	90	90	70	70	1060
Publicidad en redes sociales	50	50	80	80	80	130			50	80	130	130	860
Tienda Online	100	85	120	40	90	120	70			80	200	350	1255
Préstamo	100		100		100		100		100		200	200	900
	690	495	810	550	700	770	545	445	670	620	1095	1910	9300

Ingresos Año 2	Ene	Feb	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sep	Oct	Nov	Dic	
Publicidad	390	405	400	500	390	500	445	370	395	300	300	600	4995
Charlas	100	100	250	200	300				300		400	350	2000
Afiliación de contenidos	100	300				150	400	400		200	300	450	2300
Patrocinios	100	100	250			300		50	150	400	400	350	2100
Suscripciones	200	120	300	110	400				150	250	210	230	1970
Publicidad en redes sociales	100	100	500	120		80				230	300	320	1750
Tienda Online	200	50	200	80	130				300	300	440	600	2300
Préstamo	200	100				50			50		100	200	700
	1390	1275	1900	1010	1220	1080	845	820	1345	1680	2450	3100	18 115

Ingresos Año 3	Ene	Feb	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sep	Oct	Nov	Dic	
Publicidad	500	450	600	550	700	850	700	700	550	850	850	950	8250
Charlas	150	150	300		150	150			300	150	250	350	1950
Afiliación de contenidos	320	250	310			400	550		500	650	700	800	4480
Patrocinios	200	250	250			250		150	350	300	550	650	2950
Suscripciones	300	300	400	500	500	300			600		750	800	4450
Publicidad en redes sociales	230	245	360	270		280				295	590	700	2970
Tienda Online	480	350	380			300			350	500	540	800	3700
Préstamo	150	100	100	100	100	150	150	100	150	150	250	500	2000
	2330	2095	2700	1420	1450	2680	1400	950	2800	2895	4480	5550	30 750

Gastos Año 1	Ene	Feb	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sep	Oct	Nov	Dic	
Sueldo 1							200	200	200	200	200	200	1200
Sueldo 2							200	200	200	200	200	200	1200
Seguros de autónomo	160	160	160	160	160	160	160	160	160	160	160	160	1920
Publicidad	150	150				150		150		150		150	900
Préstamo	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1200
Informático	100					50							150
Dominio	38,95												38,95
Asesoría	300	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1620
Internet y teléfono	44,85	44,85	44,85	44,85	44,85	44,85	44,85	44,85	44,85	44,85	44,85	44,85	538,20
Varios		100				100					100	100	400
	893,80	674,85	424,85	424,85	424,85	724,85	824,85	974,85	824,85	974,85	924,85	1074,85	9167,15

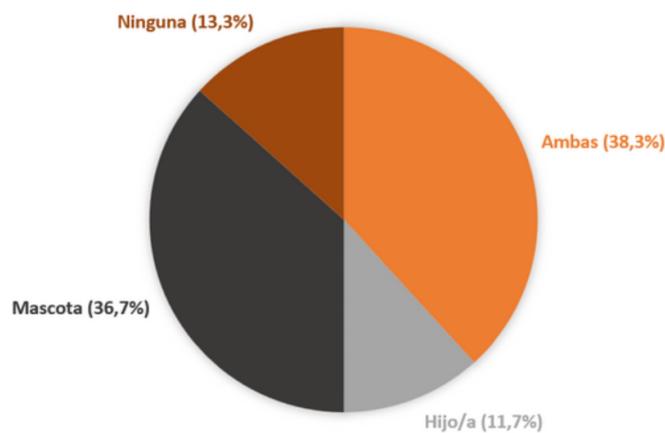
Gastos Año 2	Ene	Feb	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sep	Oct	Nov	Dic	
Sueldo 1	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4800
Sueldo 2	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4800
Seguros de autónomo	293,94	293,94	293,94	293,94	293,94	293,94	293,94	293,94	293,94	293,94	293,94	293,94	3527,28
Publicidad	150		150			150	150	150				150	900
Préstamo	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1200
Informático	100					50					50		200
Dominio	38,95												38,95
Asesoría	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1440
Internet y teléfono	44,85	44,85	44,85	44,85	44,85	44,85	44,85	44,85	44,85	44,85	44,85	44,85	538,2
Varios	100		100			100			100			100	500
	1747,74	1358,79	1608,79	1358,79	1358,79	1658,79	1508,79	1508,79	1458,79	1358,79	1408,79	1608,79	17 944,43

Gastos Año 3	Ene	Feb	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sep	Oct	Nov	Dic	
Sueldo 1	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	8400
Sueldo 2	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	8400
Seguros de autónomo	411,52	411,52	411,52	411,52	411,52	411,52	411,52	411,52	411,52	411,52	411,52	411,52	4938,24
Publicidad		150	150			150	150				150	150	900
Préstamo	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1200
Informático		50					50					50	150
Dominio	38,95												38,95
Asesoría	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1440
Internet y teléfono	44,85	44,85	44,85	44,85	44,85	44,85	44,85	44,85	44,85	44,85	44,85	44,85	538,2
Varios	100				100			100	100		100	100	600
	2215,32	2276,37	2226,37	2076,37	2176,37	2226,37	2276,37	2176,37	2176,37	2076,37	2326,37	2376,37	26 605,39

Conclusiones

Para comprobar si nuestra idea de proyecto de empresa sería exitosa o no, hemos realizado una encuesta entre personas de 16 a 50 años de edad. Para ello, a las personas encuestadas les hemos realizado varias preguntas relacionadas con la presencia o no de mascotas en sus hogares, los gastos que les supone tener una mascota en casa, etc.

La mayoría de las personas que han participado en la encuesta coinciden en que, cuando llegan a sus casas, tienen que atender a sus hijos e hijas, y también a sus mascotas. Para ser exactos, el 38,3 % de las respuestas. Pero, el otro 36,7 % afirma que solo tienen mascotas en casa, lo que nos hace corroborar lo que mencionamos antes. E incluso el 13,3 % no tiene ni hijos, ni mascotas, con lo que podemos sostener que las protagonistas de los hogares son las mascotas.

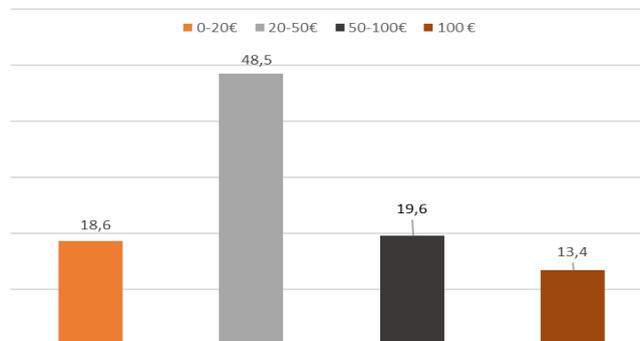


Fuente: Elaboración Propia

Otro aspecto interesante para observar a partir de la encuesta es descubrir que el 78,1 % de las personas que la realizan tienen un perro o varios como animal de compañía, seguido del 25 % que tienen uno o varios gatos. Además, nos sorprendió ver cómo hay personas que a sus caballos, burros y cabras también los consideran como mascotas.

Está claro que tener una mascota supone tener un gasto. El 48,5 % de las personas gastan entre 20 y 50 euros, seguido del 19,6 % que se gasta entre 50 y 100 euros. Además, es increíble comprobar que el 13,4 % se gasta más de 100 euros en productos alimenticios o de higiene, hasta incluso en juguetes. Con esta muestra queda probado que en muchas ocasiones

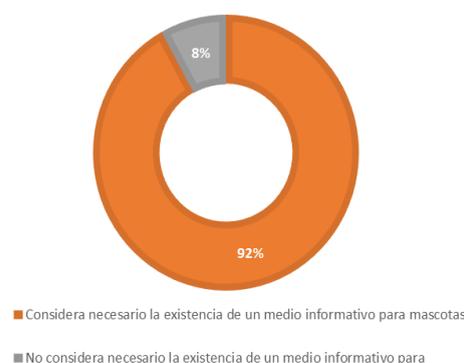
las personas tratamos a nuestras mascotas como si fuesen niños pequeños. Y, esto último, guarda relación con otra de las preguntas que le hicimos a nuestros encuestados y es que el 92,9 % de las personas consideran a su mascota como un miembro más de la familia.



Fuente: Elaboración Propia

Dado que no existe ningún medio informativo que hable sobre las mascotas y los distintos cuidados que necesitan, así como la diversidad de alimentos y productos de higiene que podemos encontrar en el mercado, hemos decidido crear esta plataforma ya que resulta muy necesario para los amantes de los animales y así lo afirma el 74,3 % de las personas que participaron en la encuesta que dicen no conocer ningún medio para tal fin, frente al 25,7 % que tampoco conocen ningún medio informativo que no sea algún documental de televisión, un vídeo por Internet o un perfil de alguna persona en una red social.

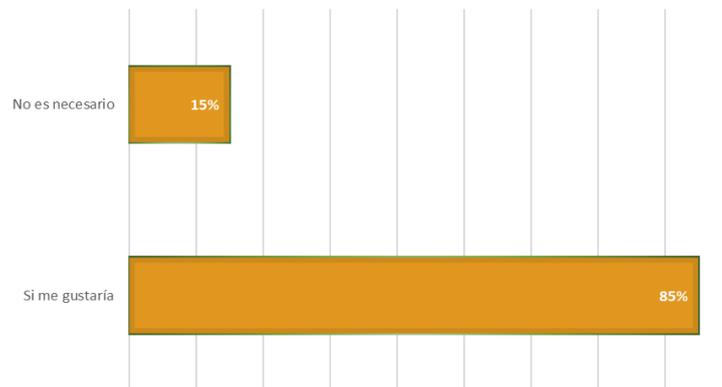
Otro aspecto importante para nosotros y que, sin duda, confirma lo que decíamos antes es que el 92 % cree que resultaría necesario un medio informativo que trate sobre los distintos cuidados que necesitan, así como la diversidad de alimentos y productos de higiene que podemos comprarle a nuestros animales.



Fuente: Elaboración Propia

Además, creemos que existen formas de evitar que se produzcan tantos abandonos animales, pues es la salida que encuentran muchas personas en la actualidad ante el desconocimiento de cómo adiestrar a su mascota, cómo cuidarla o qué darle de comer. El 85,5 % de las personas que realizaron la encuesta afirma gustarle la idea de que se llevara a cabo un medio donde se ofrezcan distintos servicios de guardería, adiestramiento o veterinaria.

Ante esta realidad se contempla la necesidad de crear una plataforma digital que reúna no solo todo lo que estamos acostumbrados a ver por algunos medios (consejos, trucos, etc.), sino también servicios que ayuden a las personas a darle una buena vida a sus mascotas y que puedan estar con ellas el mayor tiempo posible y bajo un techo. Una plataforma que con la ayuda de profesionales del mundo animal consiga poner de manifiesto lo que valen estos seres y lo que significa que nos acompañen todos los días en nuestras casas.



Fuente: Elaboración Propia

Las más de 100 personas que participaron en la encuesta coincidieron en algo, actualmente las mascotas han cobrado un papel muy importante dentro de muchos hogares y no existen medios que lo traten. Son como las personas, necesitan una casa, algo que comer, alguien que las cuide, una higiene en condiciones y muchos más aspectos que se deben tener en cuenta para darles una buena vida.

Por todo lo anterior podemos corroborar que es necesario una plataforma digital que se centre en esta parte de las familias que para la mayoría de la población es importante, a pesar del desconocimiento o escasez de información que existe en la sociedad.

Una vez que damos por finalizado el estudio y la investigación pertinente podemos complementar las afirmaciones que dábamos anteriormente:

- **Hipótesis 1:** No existe ninguna plataforma digital que trate la higiene, alimentación, salud y cuidados a la vez.

Como hemos comprobado no existe ningún medio como el que planteamos nosotros. Además, como ya demostramos en el apartado de resultados y discusión, la mayoría de personas que realizaron la encuesta no conocen ningún otro medio que englobe todo lo que podemos encontrar en *Mascotas Chip*.

Con la creación de este proyecto nos hemos dado cuenta de la escasez de medios informativos que tratan aspectos claves y básicos en el cuidado de cualquier animal doméstico. Sólo nos encontramos con páginas webs o tiendas online que no cuentan con información verídica. Además, muchas de estas plataformas no están actualizadas y cuentan con datos de hace años.

- **Hipótesis 2:** El público potencial carece de un medio digital que trate cuestiones predominantes en la vida de las mascotas.

Tras realizar una encuesta a más de 100 personas para que nos comentaran la situación desde su punto de vista, nos hemos percatado que, entre otros resultados, un 36,7% de los encuestados solo tiene mascotas en sus hogares; y el otro 38,3% afirma tener animales domésticos con hijos e hijas en la vivienda. El resto de las personas participantes, un 13,3% no tiene ni animales ni personas menores a cargo. A raíz de este resultado podríamos decir que las mascotas, a día de hoy, cobran especial protagonismo en los hogares.

Otro de los datos que nos ha resultado curioso es que el 92% de los encuestados coincide en la necesidad de crear una plataforma digital sobre mascotas, ya que se desconoce la existencia de alguna de ellas. Además, creemos que existen formas de evitar que se produzcan tantos abandonos animales, pues es la salida que encuentran muchas personas en la actualidad ante el desconocimiento de cómo adiestrar a su mascota, cómo cuidarla o qué darle de comer.

En cuanto a los gastos, aunque estos pueden ser diversos dependiendo de la situación económica de cada familia, casi el 50% de los participantes gastan entre 20-50€ al mes en su

mascota, una cifra bastante asequible si nos ponemos a mirar todo lo que necesita un animal doméstico.

En resumen, creemos que resulta imprescindible para el público potencial que se cree una plataforma digital como Mascotas Chips, en donde, por una vez, nuestros animales sean los protagonistas.

- **Hipótesis 3:** Creemos que Mascotas Chip tendría éxito en el mercado debido a que generaremos beneficios que superen los costes fijos, es decir, se trata de una plataforma viable, rentable y segura a largo plazo.

Como hemos visto mientras analizábamos nuestra competencia comprobamos que la mayoría tenía algo en común y es que eran tiendas online. *Mascotas chip* tiene una dentro de su plataforma y, aunque no es su principal motor, hace que genere beneficios. Pero otro aspecto a tener en cuenta y con los que nuestra plataforma genera ingresos son los distintos servicios que ofrecemos a la población.

Servicios como el de guardería, adiestramiento o peluquería destacan por ser muy demandados entre las personas que forman parte de nuestra comunidad que buscan en Mascotas Chip una solución a la hora de irse de viaje o educar a su mascota cuando salen a la calle con ella.

Además, como hemos visto en nuestras tablas de ingresos, nuestra plataforma digital sería rentable con el paso del tiempo gracias a la tienda online, a los distintos servicios que ofrecemos y también, a las diferentes formas de anunciarse las diversas empresas del sector.

Bibliografía

- Sarmiento Vargas, I.; García Calva, A. Lilia y Hernández Camacho, J. (s.f.). Business Model Canvas. Recuperado de: https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/productos/6519/business_model_canvas.pdf
- Ferreira Herrera, D. Carolina (2015). *El Modelo Canvas en la Formulación de Proyectos*. Dialnet. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5352671>
- Shafer, S.; Smith, H. y Linder, J. (s.f.). *The power of business models*. Recuperado de: <http://www.matizyasociados.com/wp-content/uploads/2014/02/The-power-of-business-models-Shafer-Smith-Linder.pdf>
- Rodríguez Ribo, G. (s.f.). *¿Animales de primera y de segunda?* Abogacía Española Consejo General. Recuperado de: [https://www.abogacia.es/publicaciones/blogs/blog-de-derecho-de-los-animales/animales-de-primera-y-de-segunda/#:~:text=M%C3%A1s%20del%2050%25%20de%20los,\(ANFAAC\).](https://www.abogacia.es/publicaciones/blogs/blog-de-derecho-de-los-animales/animales-de-primera-y-de-segunda/#:~:text=M%C3%A1s%20del%2050%25%20de%20los,(ANFAAC).)
- MSD Animal Health (2021). *Aumenta el número de mascotas en los hogares españoles: una de cada dos familias convive con un animal de compañía*. MSD Animal Health. Recuperado de: [https://www.msd-animal-health.es/2021/09/20/aumenta-el-numero-de-mascotas-en-los-hogares-espanoles-una-de-cada-dos-familias-convive-con-un-animal-de-compania/#:~:text=Seg%C3%BAn%20el%20Estudio%20de%20Mascotas,2019%20\(39%2C7%25\).](https://www.msd-animal-health.es/2021/09/20/aumenta-el-numero-de-mascotas-en-los-hogares-espanoles-una-de-cada-dos-familias-convive-con-un-animal-de-compania/#:~:text=Seg%C3%BAn%20el%20Estudio%20de%20Mascotas,2019%20(39%2C7%25).)
- Gadea, C. (2014). *Más adopciones y menos especies exóticas*. La Vanguardia. Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/vida/20140201/54400732961/mas-adopciones-y-menos-especies-exoticas.html>
- Sonderegger, P. (2021). *Cómo utilizar el Business Model Canvas (Lienzo de Modelo de Negocio) para reducir el riesgo*. Revista Abierta de Informática Aplicada. Recuperado de: <http://portalrevisciencia.uai.edu.ar/ojs/index.php/RAIA/article/view/8>
- Delgado, J.; Barba, C.; Camacho, M.; Sereno, F.; Martínez, A. y Vega-Pla, J. (2011). *Caracterización de los animales domésticos en España*. Cambridge University Press. Recuperado de: <https://www.cambridge.org/core/journals/animal-genetic-resources-resources-genetic-ues-animales-recursos-geneticos-animales/article/abs/caracterizacion-de-los-animales-domesticos-en-espana/6EF4FB242199CAF2CAA48AF742930F05#>
- Camacho Vallejo, M.; Delgado Bermejo, J. Vicente y Barba Capote, C. (s.f.). *Recursos genéticos de animales domésticos en España situación actual y sistemas tradicionales de explotación*. Dialnet. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4192>

- Soler Cruz, M. (2000). *El estudio de las miasis en España durante los últimos cien años*. Universidad de Granada. Recuperado de: <https://digibug.ugr.es/handle/10481/28331>
- Orozco Piñán, F. (s.f.). *Problemática de la conservación de razas de animales domésticos en España. Algunas ideas a tener en cuenta en su estudio y proyección*. Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/11502555.pdf>
- Del Hoyo Ramírez, M. Concepción (2018). *Enterobacterias aisladas de infecciones urogenitales de perro y gato, evolución temporal de la resistencia a los antibióticos y valoración de los resultados respecto a la salud humana y animal*. Universidad Zaragoza. Recuperado de: <https://zaguan.unizar.es/record/69548>
- Gómez Giraldo, Leonardo F.; Atehortua, Camilo G. y Orozco Padilla, Sonia C. (2007). *La influencia de las mascotas en la vida humana*. Universidad de Antioquia. Recuperado de: <https://bibliotecadigital.udea.edu.co/handle/10495/8007>
- Díaz Videla, M. (2015). *El miembro no humano de la familia: las mascotas a través del ciclo vital familiar*. Revista Ciencia Animal: No. 9 , Article 7. Recuperado de: <https://ciencia.lasalle.edu.co/ca/vol1/iss9/7/>
- Gutiérrez, G; Granados, D y Piar, N (2007). *Interacciones humano-animal: características e implicaciones para el bienestar de los humanos*. Dialnet. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3245451>
- Díaz Videla, M. y Rodríguez Ceberio, M. (2019). *Las mascotas en el sistema familiar. Legitimidad, formación y dinámicas de la familia humano-animal*. Revista de Psicología. Universidad Nacional de La Plata. Recuperado de: <https://revistas.unlp.edu.ar/revpsi/article/view/6441>
- García Puga, Y. (2022). *El Lienzo de Modelo de Negocios o Modelo Canvas: Herramienta para Emprendedores*. Universidad de Panamá. Recuperado de: https://revistas.up.ac.pa/index.php/faeco_sapiens/article/view/3530/3038
- Mendoza Vargas, R.; Morante Ponce, A. y Noriega Carranza, J. (2018). *Plan de negocio: plataforma digital colaborativa de servicios y productos para mascotas Flashpet*. Universidad del Pacífico. Recuperado de: <https://repositorio.up.edu.pe/handle/11354/2327>
- Suárez, P., Candedo, R., Pando, C., Puente, M., Sánchez, E., Sturdivant, S. (2020). *Plan de negocios para el desarrollo de una empresa de intermediación de servicios especializados para mascotas a través de una plataforma digital (aplicación móvil)*. Universidad de Alcalá. Recuperado de: <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3157719>
- Rodríguez Chávez, K. y Valderrama Duque, J. (2021). *Modelo de negocio mediante una plataforma digital para el servicio de atención médica de mascotas a domicilio denominada Loyal animal*. Universidad de Ciencias Aplicadas y Ambientales. Recuperado de: <https://repository.udca.edu.co/handle/11158/3946>

