



Find My Paw

Reuniendo lomitos con sus familias

Socios:

Mariana Arguelles Macosay

Rogelio Gerardo Aquino Santiago

Alam Josué Guillen López



1. Tabla de contenido

Tabla de contenido	2
Resumen ejecutivo	3
Información destacada	3
Objetivos	4
Declaración de objetivos	4
Claves para el éxito	4
Entorno del consumo	5
Poder adquisitivo	5
Gustos y preferencias	6
Tiempo-disponibilidad	6
Conformación social	6
Descripción de la empresa	7
Propiedad de la empresa/entidad jurídica	7
Ubicación	7
Horas de funcionamiento	8
Productos y servicios	8
Proveedores	8
Servicio	8
Administración	8
Administración financiera	9
Marketing	10
Análisis de mercado	10
Segmentación de mercado	11
Competencia	11
Precio	12
Anuncios y promociones	12
Apéndice	13
Gastos de inicio	13
Balance de situación	14
Previsión de ventas	15
Hitos	15
Referencias	15



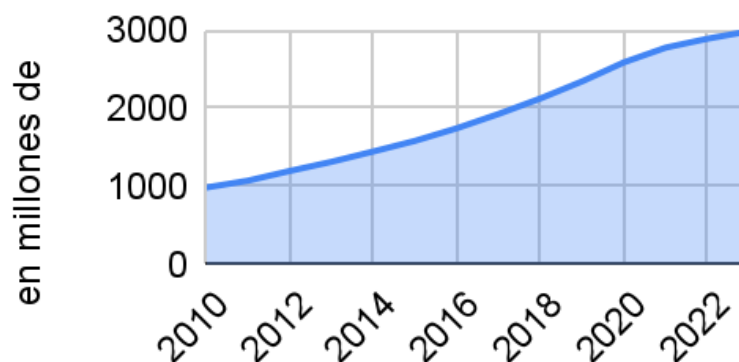
2. Resumen ejecutivo

Find My Paw es una empresa enfocada en las mascotas, dividiendo el mercado de los dueños de estos pequeños compañeros que son usuarios de Android, brindando el servicio de búsqueda y rescate como servicio estrella, manteniendo precios accesibles y un diseño agradable como diferenciador. El posicionamiento de la marca es de vital importancia, se usarán promociones periódicas y un buen empaquetado para conseguirlo. El mercado es prometedor y somos ambiciosos con el porcentaje del que podremos apropiarnos, la competencia es fuerte, pero tenemos buenos diferenciadores.

2.1. Información destacada

Primero mostraremos el crecimiento del mercado de mascotas, para hacerlo usaremos una gráfica que lo ilustrara y dejará en claro el potencial de dicho mercado.

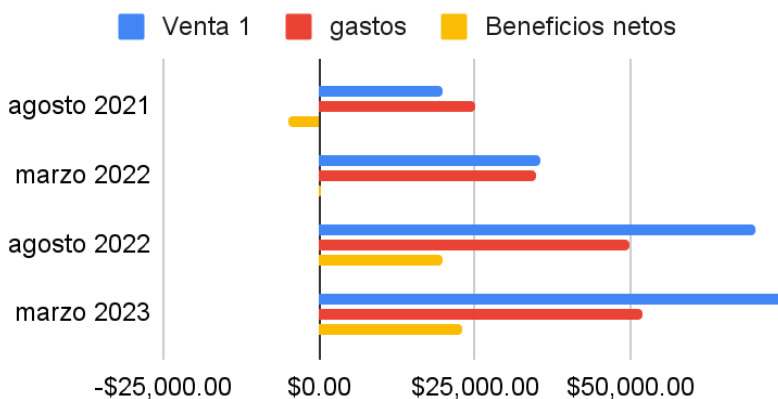
Crecimiento del mercado



Así mismo, mostraremos una gráfica con la proyección de resumen financiero de los próximos meses. Lo que nos dejará ver los beneficios netos que tendrá la empresa en un futuro.



Resumen financiero



2.2. Objetivos

Los objetivos de Find My Paw son en primer lugar de carácter social, pues nuestra misión es ayudar a todas las mascotas que perdieron su camino a casa y así evitar que puedan sufrir de ninguna manera. En segundo lugar, nuestro objetivo es generar un negocio que pueda brindar empleos y ganancias. Como objetivos secundarios estarían, el crear y posicionar una marca que el cliente asocie rápidamente y de manera positiva con el cuidado de mascotas, distribuir el collar GPS, usar de manera eficaz dicho collar para la búsqueda de la mascota, y tener una tienda en línea que venda productos y accesorios para las mascotas.

2.3. Declaración de objetivos

- Existen muchas mascotas que se pierden día con día, queremos ayudar a que esto no pase más.
- Actualmente necesitamos más pequeños negocios que puedan dar empleos a los trabajadores mexicanos.
- Poder darle a nuestros clientes la certeza de comprar calidad y generar confianza es de vital importancia para nosotros.
- El collar GPS ayudará a muchas mascotas, es importante colocar tantos como sea posible ya poder hacer uso del servicio de manera correcta y tener al cliente feliz, con la confianza que tiene tener a su pequeño compañero seguro.
- El tener una tienda de confianza y con buena imagen es importante para el cliente.

2.4. Claves para el éxito

Las claves para el éxito son el acercamiento con el cliente, la procuración de la marca, y la imagen que generemos, sin olvidarnos de la importancia de la venta del collar con GPS, el cual será nuestro producto estrella, y además, será el foco principal para el cual la app servirá.



3. Entorno del consumo

El entorno del consumo es el entorno en el cual girará nuestro producto. Este mismo entorno viene desde el poder adquisitivo, gustos, intereses, lo social, la disponibilidad, momento de vida entre otros.

En esta sección se explicará cada uno de estos puntos, desglosando en las categorías especificadas anteriormente.

3.1. Poder adquisitivo

Nuestro objetivo es hacer que nuestro producto forme parte de la gran mayoría de personas, es por eso que el mismo collar y el costo del servicio que ofrecemos es barato a comparación de nuestra competencia (el cual en este caso son los “AirTag” de Apple).

Mientras nuestra competencia se basa únicamente en el sector de personas con poder adquisitivo media-alta por su exclusividad de uso con productos Apple y el costo de \$749.00 por unidad.

Nuestro producto se publicita para el sector con poder adquisitivo medio o incluso bajo, esto es por el costo de cada collar que es de \$500.00 y el pago del servicio anual de 300 pesos, y en caso de tener más de un collar, no habría que pagar de más por otra suscripción debido a que la suscripción solo afecta a la cuenta, mas no de cada collar.

Otra cosa que se debe tomar en cuenta es que nuestra aplicación especializada será ofrecida tanto en dispositivos apple como en dispositivos android, incluso en versiones antiguas de android. Esto es en caso de que nuestros clientes tengan un celular antiguo o uno barato, de los cuales tienen la versión de Android más antigua.

3.2. Gustos y preferencias

Nuestro producto se basa en los dueños de mascotas que tengan gusto y preferencia a los animales domésticos más comunes, los cuales son: Los gatos y los perros.

Como se sabe, nuestro producto se basa en los animales y la búsqueda de estos, por lo cual la preferencia a estos es muy importante para nosotros.

Otro de los aspectos a tomar a consideración son las personas las cuales les encanta ayudar a los demás, esto mismo se ve reflejado en la sección de “búsqueda comunitaria” los cuales, personas cercanas, pueden ayudar a los demás a buscar a sus respectivas mascotas.



3.3. Tiempo-disponibilidad

El tiempo y disponibilidad de la aplicación son las 24 horas los 7 días de la semana; Esto es debido a que no hay día y hora establecido para buscar a la mascota perdida.

Mientras que nuestro servicio de paga es durante el año pagado y mientras este pueda ser pagado, sin embargo sin el pago del servicio, la app puede ser utilizada aun sin el pago del servicio en para publicar el rostro de la mascota.

La disponibilidad de nuestros veterinarios será durante días laborales, ya sea sus respuestas en el blog o chat con ellos.

Mientras tanto en el servicio técnico y línea directa con nosotros sera igualmente en días laborales y responderemos a la brevedad los correos que nos manden en la sección de dudas, ya sean opiniones o quejas de nuestra página web o de nuestra aplicación.

En caso de mantenimiento de la página web o de la app, se le notificará con anterioridad y se tratará de realizar pasada las 00:00 horas y se prevé que estos mismos no duren más allá de 2:30 horas.

3.4. Conformación social

Este es uno de los aspectos más importante, esto es debido a que gran parte de nuestra aplicación se basa en el entorno social. Desde el hecho de hacer collares para mascotas con geolocalizadores para evitar el extravío de la mascota hasta realizar la búsqueda comunitaria, de este modo incentiva a los demás a ayudarse los unos a los otros.

E incluso a las personas que no poseen la suscripción y/o el collar, se le da la posibilidad de anunciar a sus mascotas en la misma app para que, personas a las cercanías, ayuden a encontrarlo.



4. Descripción de la empresa

Find My Paw es una empresa creada por y para la seguridad de nuestros compañeros y mejores amigos: los perros, en Find My Paw sabemos que éstos son parte importante de nuestras familias por lo que decidimos ayudar en sus seguridad, con Find My Paw queremos que nos ayudes a rescatar y encontrar a aquellos que perdieron su camino de regreso a su hogar y que con ayuda de la comunidad protejas a los tuyos de no pasar por lo mismo, al unirse a Find My Paw te será otorgado un collar rastreador por lo que siempre sabrás dónde se encuentra tu compañerito. Ayuda a la comunidad con la alerta Lost My Paw que será activada cuando te encuentres en un radio cercano a un perrito perdido y ayúdalo a encontrar su camino. Además la tienda en línea de Find My Paw ofrece los productos necesarios para cuidar de tu lomito y su seguridad.

4.1. Propiedad de la empresa/entidad jurídica

Find My Paw es una empresa de tipo sociedad, enfocada en una tienda en línea y con el agregado de la comunidad para ayudar a buscar y proteger a sus perros. No son necesarios permisos especiales. Find My Paw es un negocio nuevo, con todos los gastos que esto conlleva.

4.2. Ubicación

Find My Paw es una tienda en línea, así que la empresa no necesita una ubicación en el sentido estricto de la palabra, sin embargo, se propone que la ubicación sean las bodegas, donde se almacenarán los productos y los collares Find My Paw. Estos productos a su vez, serán enviados mediante paquetería y correos de México, dependiendo del tipo de envío que seleccione el comprador.

Las bodegas no necesitan especificaciones importantes en cuanto a su localización, sólo que sean relativamente céntricas, para poder realizar los envíos de manera rápida. Interior

4.3. Horas de funcionamiento

Find My Paw al ser un servicio en línea, no necesita un horario tal cual, ya que tanto el servicio de búsqueda, como el de la tienda en línea estarán disponibles las 24 horas; pero el servicio al cliente será de las 10 de la mañana a las 6 de la tarde.

4.4. Productos y servicios

Find My Paw tendrá una gama de productos que se venderán en la tienda en línea, los cuales serán accesorios y productos para mascotas, enfocándose en perros y gatos; Además del producto estrella: un collar con chip localizador. Los servicios que se ofrecerán serán la búsqueda de mascotas por medio de la comunidad, así como la localización vía GPS de éstas. Además de una suscripción para el mantenimiento y funcionamiento del localización del GPS.



4.5. Proveedores

Find My Paw tendrá como proveedores a los servicios de paquetería mencionados anteriormente, también tendrá proveedores varios para la tienda en línea, pero para el producto estrella se alzarán pedidos de compra con la empresa TodoGPS S.A de C.V una empresa enfocada en la producción de aparatos GPS, quiénes serán los encargados del diseño y manufacturación de los collares con chip localizador.

4.6. Servicio

Find My Paw se compromete a brindar servicio al cliente siempre que sea necesario, y a incentivar a la comunidad para la búsqueda de mascotas miembros de la comunidad. También se compromete al mantenimiento y buen funcionamiento del servicio de GPS así como de la aplicación y tienda en línea.

4.7. Administración

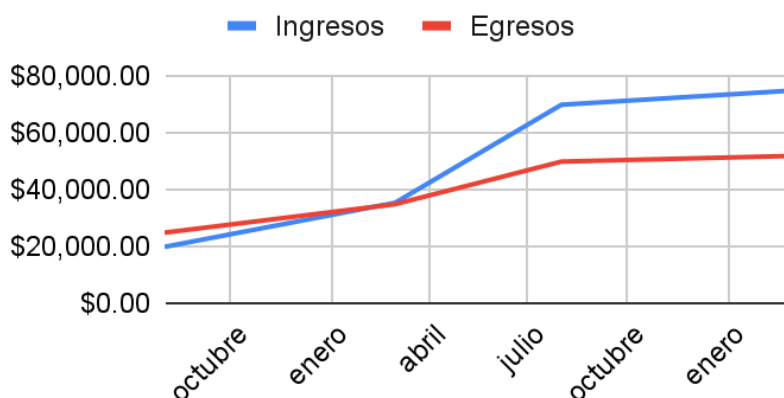
Al ser los 3 socios, ingenieros en computación egresados de la facultad de ingeniería de la UNAM, tenemos los conocimientos necesarios para poder administrar la aplicación de manera eficiente, así como sus mantenimientos necesarios, también contamos con fuertes capacidades de negociación y adaptación, así como amor hacia las mascotas, por las que buscaremos siempre la mejor atención y servicio. Delegamos la atención al cliente hacia empleados.

Los puntos fuertes son la negociación, la administración y el mantenimientos, y estas serán las responsabilidades de los socios.

4.8. Administración financiera

Basándose en los productos y servicios que ofrecerá Find My Paw la empresa tiene previsto que las finanzas sean estables a partir del sexto mes de operaciones, y a partir del primer año de operaciones las ganancias tendrán un flujo estable de entrada.

Ingresos y Egresos





Find My Paw

Reuniendo lomitos con sus familias

En un inicio de espera poder iniciar operaciones con un monto de \$25,000.00 con unos ingresos negativos de \$20,000.00, sin embargo, para marzo del año 2022 se espera llegar al punto de equilibrio, con un total de \$35,000.00 tanto en egresos como en ingresos, y a partir de agosto del mismo año se proyecta que las ganancias sean cercanas al 70%, con lo que podría devolverse cualquier financiación en su totalidad en un margen de 2 a 3 años de operaciones continuas. Esto quiere decir que en su primer año, será crítico, necesitando estar al pendiente y con preocupaciones considerables en cuanto a la deuda y los cobros.

Los gastos de inicio de operación se calcularon en la compra de un dominio web, una pc dedicada de servidor, así como productos de stock. También debe considerarse los gastos legales, publicidad, renta de bodega para el inventario y posibles gastos de reparación e imprevistos, lo cual asciende a un total de \$25,000.00.



5. Marketing

Los clientes potenciales de Find My Paw son personas amantes de las mascotas, que disfrutan ayudando a otros amantes, pero sobre todo aman cuidando a sus pequeños compañeros.

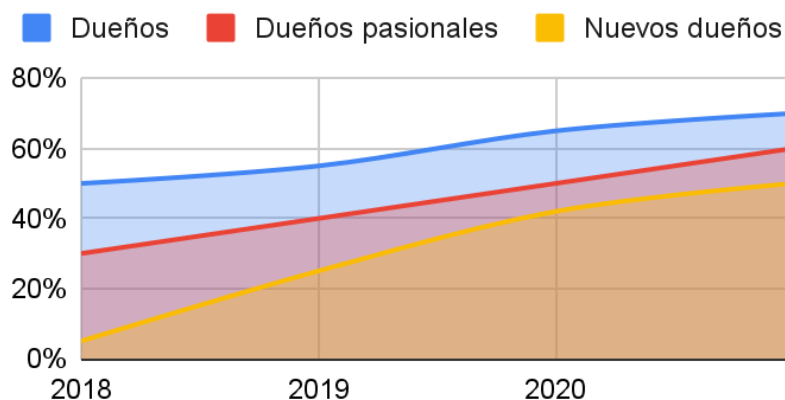
5.1. Análisis de mercado

El mercado objetivo son hombres y mujeres en cualquier rango de edad, pero principalmente enfocado a la población joven, de 18 a 30 años y que tengan mascotas.. El tamaño base de dicho mercado es grande, aproximadamente de 10 millones de posibles clientes, aunque sólo 2.5 millones viven en las ciudades más grandes del país.

La estrategia para hacerles conocer nuestros servicios y productos, es con vídeos, historias, y publicaciones que muestren nuestros productos y a nuestros clientes, a través de las diferentes redes sociales, especialmente en Instagram.

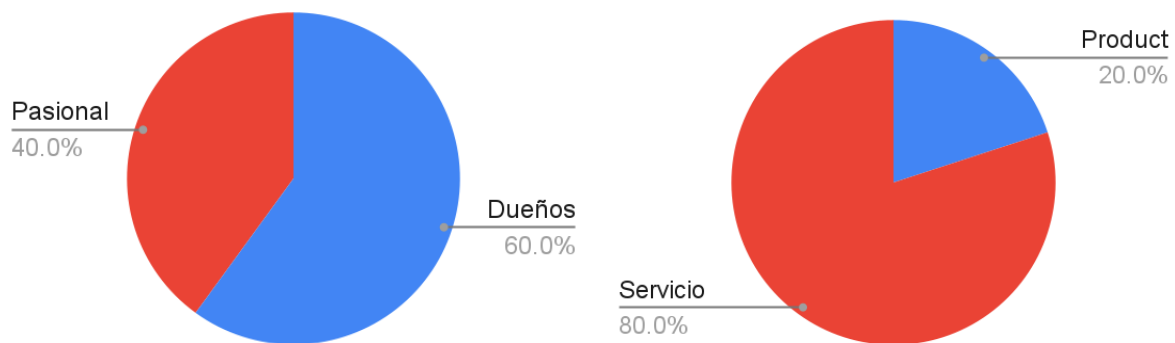
Estamos seguros que el mercado existe y que está dispuesto a usar nuestros servicios, ya que en los últimos años el mercado de las mascotas se ha hecho más fuerte, y el amor que sus dueños tienen por ellas es enorme. El mercado objetivo se mantiene a la alza, y estamos seguros que podemos alcanzar un mínimo del 50% del mercado como compradores de productos y podemos alcanzar de un 20% hasta un 100% del servicio estrella, dando la difusión correcta.

Análisis de mercado



5.2. Segmentación de mercado

El mercado objetivo se encuentra dividido en dos grandes grupos, el grupo de dueños y el grupo de dueños pasionales, a su vez existen dos mercados, aquellos que sólo harán uso de la tienda en línea, y aquellos que usarán el servicio de Find My Paw, prevemos que nuestro mercado principal será precisamente este último sector, mientras que la tienda en línea será el menor, por lo que nuestro porcentaje total del mercado principal estará estimado en un 40% del mercado total. Dejándonos con 1 millón de potenciales clientes a nuestro mercado principal.



5.3. Competencia

Nuestra principal competencia es Apple, pero aunque ya tiene un porcentaje del mercado ganado, en su totalidad son usuarios de su marca, por lo que nos deja a todos los usuarios de Android disponibles y en busca de un servicio similar, que Find My Paw cumplirá con creces. Aunque es nuestro principal competidor, no nos enfrentaremos directamente, pues la plataforma nos mantendrá lo suficientemente separados, sin embargo, podemos aprender de ellos, de lo que hacen y cómo lo hacen.

5.4. Precio

Los precios fueron seleccionados con base a los precios de productos similares en el mercado, manejamos precios distintos el collar GPS costará \$400.00 con un costo agregado de \$50.00 mensual, es decir, un total de \$1,000.00 el primer año, lo cual incluirá la membresía al club de búsqueda y rescate, con el que podrán ayudar y que los ayuden a buscar a su pequeño compañero. El mismo collar pero sin la membresía, costará sólo 500.00 y los precios de la tienda se manejan como precio de distribuidor estándar, es decir, precio de compra + 30%.

Estos precios nos permitirán mantener un grado de competitividad y aún así generar ganancias.

Los precios se revisan periódicamente para ajustarse a los posibles cambios.

5.5. Anuncios y promociones

Como mencionamos en los puntos pasados, principalmente se usaran las redes sociales, haciendo un enfoque crítico sobre Instagram, usando post de mascotas, imágenes graciosas, historias con contenido de nuestros productos, y de nuestros servicios y por último realizando una sesión en vivo semanal, con la que buscamos tener una relación mas cercana con los clientes, esperamos tener feedback en dichas sesiones, para poder agregar diferentes productos que el cliente solicite. Además se realizarán una serie de anuncios con los que se buscará pagar promociones en diversas redes sociales, para llegar rápidamente al mercado que nos interesa, dichos anuncios se repetirán periódicamente durante el primer año.

Se realizará un seguimiento del crecimiento en redes sociales.



Find My Paw

Reuniendo lomitos con sus familias

Existe también la idea de asociarnos eventualmente con grupos de protección y de rescate de animales, lo cual nos asegura una buena publicidad, además de la ayuda a las mascotas.

Es importante que todos los productos sean empaquetados vistiendo el logotipo de la empresa, en una caja de cartón, tratando de mantener siempre una vista limpia y alegre. El costo del empaquetado ya está contemplado en el precio del producto.



6. Apéndice

En este apartado se agregan documentos e información adicional para el desarrollo de Find My Paw.

6.1. Gastos de inicio

Los gastos de inicio de Find My Paw no son tan fuertes como podría esperarse, pues muchos de ellos pueden ser cubiertos por los socios, sin embargo se enlistan aquellos que son indispensables.

Gasto	Monto
Alquiler de bodega	\$8,000.00
1000 collares rastreadores con GPS	\$5,000.00
1000 productos varios para stock de tienda	\$5,000.00
Publicidad previa a la apertura	\$5,000.00
Cajas especiales con logo de la empresa	\$2,000.00
Saldo final	\$25,000.00

6.2. Balance de situación

La situación inicial de la empresa al momento de iniciar operaciones, por un lado los activos de la empresa y sus deudas previas, son inexistentes, y que al ser una empresa nueva, todos estos comenzarán a generarse, sin embargo, podemos considerar como activos el inventario inicial y el efectivo de inversión inicial, el cual será de \$15,000.00 y como deudas lo \$10,000.00 extras, necesarios para iniciar operaciones

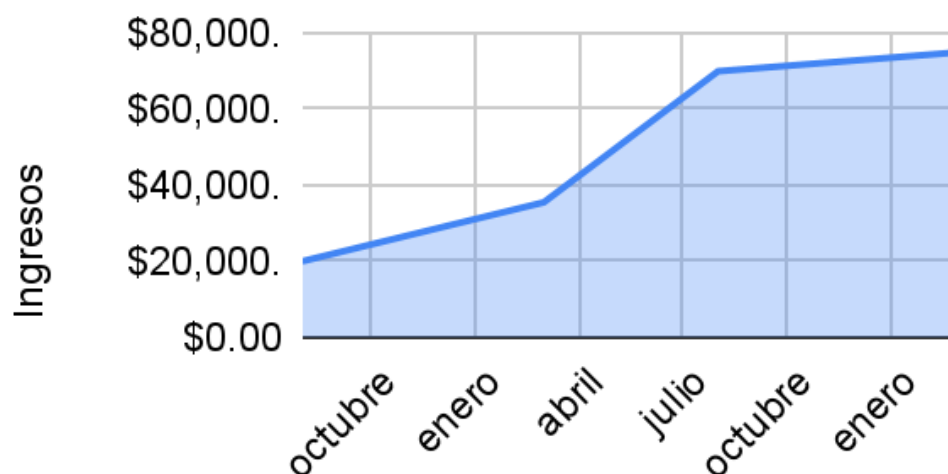
Activos	Monto
Efectivo:	\$15,000.00
Inventario:	\$10,000.00
Total de activos:	\$25,000.00



Deudas	Monto
Deuda inicial	\$10,000.00
Intereses anuales:	\$14,400.00
Total de deudas:	\$24,400.00

6.3. Previsión de ventas

Previsión de ventas



Dado que es un proyecto nuevo en el mercado se obtiene la estimación de ventas comparándolo con productos similares aunque el modelo se encuentre en una región de mercado hasta la fecha inexistente, se plantea incursionar entre las tiendas de mascotas para posicionar el nombre de la marca y prestigio.

6.4. Hitos

Los objetivos fijados son el posicionar la marca en un máximo de 1 año, mantener la publicidad de inicio hasta tres meses después, y a partir de ese punto, continuar con publicidad cada tres meses, también mantener bien alimentada la comunidad en RSS, con principal enfoque de alcanzar los 1000 seguidores en los primeros 6 meses de operación y por último alcanzar el equilibrio fiscal en marzo del próximo año.



6.5. Referencias

- https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/EstSociodemo/ResultCenso2020_Nal.pdf
- <https://www.legiscomex.com/Documentos/mascotas-mexico-un-mercado-de-mas-de-usd2222-millones-virginia-perez-actualizacion>
- <https://es.linkedin.com/pulse/mercado-mexicano-de-alimentos-para-mascotas-2020-mercado-cisneros>
- <https://blog.storecheck.com.mx/sabes-cuánto-vale-la-industria-de-las-mascotas>
- <https://www.legiscomex.com/Documentos/mascotas-mexico-un-mercado-de-mas-de-usd2222-millones-virginia-perez-actualizacion>