



Maestría en

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tesis previa a la obtención de título de Magíster en Administración de Empresas

AUTORES: Lcda. Jenny Liseth Robles Reyes
Ing. Rosa Jacqueline León Torres
Ing. Carlos Andrés Toscano Mosquera
Ing. José Luis Mejía Noboa
Ing. David Marcelo López Pérez

Desarrollo de un Plan de Negocio Orientado a la creación de la Empresa FurryLove dedicada a facilitar la prestación de servicios para el cuidado de mascotas.

**PROYECTO DE TITULACIÓN – FIN DE MÁSTER
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA ENL
Desarrollo de un Plan de Negocio Orientado a la creación de la Empresa FurryLove
dedicada a facilitar la prestación de servicios para el cuidado de mascotas.**

Por

Jenny Liseth Robles Reyes, Rosa Jacqueline León Torres, Carlos Andrés Toscano Mosquera,
José Luis Mejía Noboa, David Marcelo López Pérez.

Marzo 2023

Aprobado:

Aceptado y Firmado: _____ día, mes, año
Coordinador del programa UIDE Héctor, A, López, P.

A handwritten signature in black ink that reads "Carlos C. Luca de Tena". The signature is written in a cursive style with a horizontal line above and below the text.

Aceptado y Firmado: _____ día, mes, año
Director del programa EIG Carlos, C, Luca de Tena, L.

Autoría del Trabajo de Titulación

Yo, Jenny Liseth Robles Reyes, declaro bajo juramento que el trabajo de titulación titulado **Desarrollo de un Plan de Negocio Orientado a la creación de la Empresa FurryLove dedicada a facilitar la prestación de servicios para el cuidado de mascotas**, es de mi autoría y exclusiva responsabilidad legal y académica; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional, habiéndose citado las fuentes correspondientes y respetando las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.



Jenny Liseth Robles Reyes

Correo electrónico: jennyrobles246@gmail.com

Yo, Rosa Jacqueline León Torres, declaro bajo juramento que el trabajo de titulación titulado **Desarrollo de un Plan de Negocio Orientado a la creación de la Empresa FurryLove dedicada a facilitar la prestación de servicios para el cuidado de mascotas**, es de mi autoría y exclusiva responsabilidad legal y académica; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional, habiéndose citado las fuentes correspondientes y respetando las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.



Rosa Jacqueline León Torres

Correo electrónico: jacquelineleon1490@gmail.com

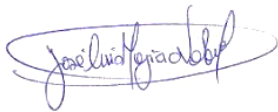
Yo, Carlos Andrés Toscano Mosquera, declaro bajo juramento que el trabajo de titulación titulado **Desarrollo de un Plan de Negocio Orientado a la creación de la Empresa FurryLove dedicada a facilitar la prestación de servicios para el cuidado de mascotas**, es de mi autoría y exclusiva responsabilidad legal y académica; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional, habiéndose citado las fuentes correspondientes y respetando las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.



Carlos Andrés Toscano Mosquera

Correo electrónico: leto.ale.th@gmail.com

Yo, José Luis Mejía Noboa, declaro bajo juramento que el trabajo de titulación titulado **Desarrollo de un Plan de Negocio Orientado a la creación de la Empresa FurryLove dedicada a facilitar la prestación de servicios para el cuidado de mascotas**, es de mi autoría y exclusiva responsabilidad legal y académica; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional, habiéndose citado las fuentes correspondientes y respetando las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.



José Luis Mejía Noboa

Correo electrónico: josemejianoa@gmail.com

Yo, David Marcelo López Pérez, declaro bajo juramento que el trabajo de titulación titulado **Desarrollo de un Plan de Negocio Orientado a la creación de la Empresa FurryLove dedicada a facilitar la prestación de servicios para el cuidado de mascotas**, es de mi autoría y exclusiva responsabilidad legal y académica; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional, habiéndose citado las fuentes correspondientes y respetando las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.



David Marcelo López Pérez

Correo electrónico: davidmlopezp@hotmail.com

Autorización de Derechos de Propiedad Intelectual

Yo, Jenny Liseth Robles Reyes, en calidad de autor del trabajo de investigación titulado **Desarrollo de un Plan de Negocio Orientado a la creación de la Empresa FurryLove dedicada a facilitar la prestación de servicios para el cuidado de mascotas**, autorizo a la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE) para hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o de parte de los que contiene esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación. Los derechos que como autor me corresponden, lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento en Ecuador.

D. M. Quito, Marzo de 2023

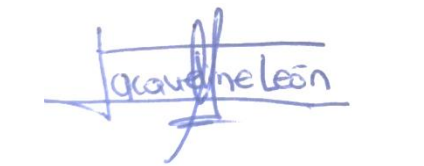


Jenny Liseth Robles Reyes

Correo electrónico: jennyrobles246@gmail.com

Yo, Rosa Jacqueline León Torres, en calidad de autor del trabajo de investigación titulado **Desarrollo de un Plan de Negocio Orientado a la creación de la Empresa FurryLove dedicada a facilitar la prestación de servicios para el cuidado de mascotas**, autorizo a la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE) para hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o de parte de los que contiene esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación. Los derechos que como autor me corresponden, lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento en Ecuador.

D. M. Quito, Marzo de 2023



Rosa Jacqueline León Torres

Correo electrónico: jacquelineleon1490@gmail.com

Yo, Carlos Andrés Toscano Mosquera, en calidad de autor del trabajo de investigación titulado **Desarrollo de un Plan de Negocio Orientado a la creación de la Empresa FurryLove dedicada a facilitar la prestación de servicios para el cuidado de mascotas**, autorizo a la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE) para hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o de parte de los que contiene esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación. Los derechos que como autor me corresponden, lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento en Ecuador.

D. M. Quito, Marzo de 2023

Carlos Andrés Toscano Mosquera

Correo electrónico: leto.ale.th@gmail.com

Yo, José Luis Mejía Noboa, en calidad de autor del trabajo de investigación titulado **Desarrollo de un Plan de Negocio Orientado a la creación de la Empresa FurryLove dedicada a facilitar la prestación de servicios para el cuidado de mascotas**, autorizo a la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE) para hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o de parte de los que contiene esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación. Los derechos que como autor me corresponden, lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento en Ecuador.

D. M. Quito, Marzo de 2023

José Luis Mejía Noboa

Correo electrónico: josemejianoboa@gmail.com

Yo, David Marcelo López Pérez, en calidad de autor del trabajo de investigación titulado **Desarrollo de un Plan de Negocio Orientado a la creación de la Empresa FurryLove dedicada a facilitar la prestación de servicios para el cuidado de mascotas**, autorizo a la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE) para hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o de parte de los que contiene esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación. Los derechos que como autor me corresponden, lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento en Ecuador.

D. M. Quito, Marzo de 2023



David Marcelo López Pérez

Correo electrónico: davidmlopezp@hotmail.com

Dedicatoria

A nuestras familias, quienes siempre son nuestra fuente de amor y apoyo infinitos. Su fe constante en nuestra capacidad, en toda situación y la adversidad, ha sido nuestro mayor principio de fortaleza. Sus sacrificios y orientación han sido invaluableles y les estaremos eternamente agradecidos. Esta tesis va dedicada a ellos, con todo nuestro afecto, admiración y amor.

Jenny, Jacqueline, Carlos, José, David.

Agradecimiento

Quisiéramos expresar nuestro más sincero agradecimiento a todas las personas que nos han apoyado a lo largo de esta trayectoria académica.

También nuestra gratitud a nuestros profesores, por sus clases inspiradoras, sus comentarios constructivos en los debates y por brindarnos oportunidades de crecimiento y aprendizaje. Así también a nuestra Universidad, por la oportunidad de crecimiento personal y profesional.

A nuestros compañeros, por su amistad y entrega, por mantenernos motivados durante este período.

Finalmente, nos gustaría expresar nuestro amor a nuestras familias, por su apoyo y aliento incondicionales. Su confianza ha sido la fuerza impulsora detrás de nuestros logros académicos y personales.

Esta tesis y maestría no hubiera sido posible sin la ayuda y el apoyo de todos. Gracias desde el fondo de nuestros corazones.

Jenny, Jacqueline, Carlos, José, David.

Índice General

Índice General	11
Índice de Tablas.....	14
Índice de Figuras	16
Resumen Ejecutivo	17
Abstract.....	18
Palabras Claves.....	19
Introducción.....	20
1. Plan de Negocios	21
1.1 Descripción de la Idea Empresarial.....	21
1.2 Misión.....	23
1.3 Visión	23
1.4 Valores	23
1.5 Objetivos	24
1.5.1 Objetivo General.....	24
1.5.2 Objetivos Específicos	24
1.6 Análisis del Entorno	25
1.6.1 Análisis Externo	26
1.6.2 Análisis Interno.....	30
1.6.3 Modelo CANVAS	33
1.6.4 Análisis DAFO y Matriz CAME.....	34
1.7 Estrategia y Tácticas.....	36
1.7.1 Público Objetivo	36
1.7.2 Propuesta de Valor.....	37
1.7.3 Modelo estratégico	37
1.7.4 Estrategia Corporativa	38
1.7.5 Estrategia Competitiva	38
1.7.6 Estrategias Funcionales	38
	11

2	Plan de Marketing.....	40
2.1	Objetivos del Plan de Marketing.....	40
2.1.1	Objetivo General.....	40
2.1.2	Objetivos Específicos	40
2.2	Posición competitiva	40
2.3	Canales de comunicación:.....	41
2.3.1	Redes Sociales	42
2.3.2	Página WEB	42
2.3.3	Medios Tradicionales	43
2.4	Presupuesto.....	43
2.5	KPI's del Plan de Marketing.....	43
2.6	Plan de Contingencia.....	44
3	Plan Comercial	45
3.1	Objetivos del Plan Comercial.....	45
3.2	Rango de Precios.....	46
3.3	Estrategias y Tácticas del Plan Comercial	47
3.3.1	On-line.....	47
3.3.2	Off-line	50
3.4	Distribución.....	50
3.4.1	En las instalaciones del prestador del servicio	50
3.4.2	En las instalaciones del cliente	50
3.5	Recursos Humanos.....	51
3.6	Herramientas y Sistemas	52
3.7	Métricas.....	53
3.8	KPI'S del Plan Comercial	53
4	Plan de Servicio al Cliente.....	54
4.1	Objetivos del Plan de Servicio al Cliente.....	54
4.2	Estrategias y Tácticas del Plan de Servicio al Cliente	54

4.3	Flujograma de Servicio al Cliente.....	56
4.4	KPI'S del Plan del Servicio al Cliente	58
5	Diseño Organizacional y Plan Financiero	59
5.1	Diseño Organizacional	59
5.1.1	Equipo directivo y organización.....	59
5.1.3	Ficha Técnica de cargos	61
5.1.4	Calendario de contrataciones.....	63
5.1.5	Cálculo de Sueldos y Salarios	63
5.2	Previsiones Financieras.....	64
5.2.1	Ingresos.....	65
5.2.2	Costos	67
5.2.3	Costo de Ventas.....	67
5.2.4	OPEX.....	69
5.2.5	CAPEX.....	71
5.2.6	Cuenta de Explotación.....	73
5.2.7	Punto de Equilibrio:.....	73
5.3	Financiación y Rentabilidad Financiera.....	74
5.3.1	Fondo de Maniobra.....	74
5.3.2	Balance	75
5.3.3	Estado Cash Flow	77
5.3.4	Estructura de la Deuda.....	78
5.3.5	Necesidades de Financiación.....	79
5.4	Rentabilidad del proyecto.....	80
	Conclusiones y Aplicaciones.....	82
	Referencias Bibliograficas.....	84
	Anexos.....	85

Índice de Tablas

Tabla 1 Modelo CANVAS de FurryLove.....	33
Tabla 2 Debilidades y Corregir.....	34
Tabla 3 Amenazas y Afrontar.....	34
Tabla 4 Fortalezas y Mantener.....	35
Tabla 5 Oportunidades y Explorar.....	36
Tabla 6 Presupuesto de ejecución del Plan de Marketing.....	43
Tabla 7 Plan de Contingencia del Plan de Marketing.....	44
Tabla 8 Rango de precios promedio y de FurryLove.....	46
Tabla 9 Recursos Humanos y Departamentos necesarios.....	51
Tabla 10 Estructura del Departamento Comercial de FurryLove.....	52
Tabla 11. Relación de Cargos y Salarios.....	60
Tabla 12. Ficha técnica de Cargos.....	61
Tabla 13 Calendario de contrataciones de FurryLove.....	63
Tabla 14 Proyección de Gastos de Personal de FurryLove.....	64
Tabla 15 Proyección de ingresos por servicio de FurryLove.....	65
Tabla 16 Resumen de Proyección de ingresos, Proyecto FurryLove.....	66
Tabla 17 Proyección Costos de Ventas de FurryLove.....	68
Tabla 18 Proyección de Costos de Explotación de FurryLove.....	70
Tabla 19 Inversiones (CAPEX) de FurryLove.....	72
Tabla 20 Cuenta de Explotación Proyectada de FurryLove.....	73
Tabla 21 Punto de Equilibrio de FurryLove.....	74
Tabla 22 Unidades requeridas para llegar al Punto de Equilibrio de FurryLove.....	74

Tabla 23 Fondo de Maniobra Proyectado de FurryLove.....	75
Tabla 24 Balance de Situación Proyectado de FurryLove.....	76
Tabla 25 Estado de Cash Flow Proyectado de FurryLove.....	77
Tabla 26 Calendario de Amortización de Deudas de FurryLove.	79
Tabla 27 Necesidades de Financiación de FurryLove.	80
Tabla 28 Cálculo de la Rentabilidad del Proyecto de FurryLove.	81

Índice de Figuras

Figura 1 Plan de Medios de FurryLove.	42
Figura 2 Objetivos Comerciales en el primer año de FurryLove.....	46
Figura 3 Estrategia Comercial de FurryLove.....	48
Figura 4 Estrategia de Impacto en Redes Sociales de FurryLove.	49
Figura 5 Flujograma del Servicio al Cliente.	56
Figura 6. Estructura Organizacion.	59

Resumen Ejecutivo

FurryLove es una empresa dedicada a facilitar la prestación de servicios para el cuidado de mascotas con base en la interacción mediante página web y aplicación móvil. Provee un servicio innovador, ya que, agrupa varios proveedores en una sola plataforma, con opciones en función de la ubicación y precio y logra establecer un contacto fácil y seguro, permitiendo, planificar cuándo y dónde se llevará a cabo. Además, satisface una necesidad en constante aumento en función de los cuidados que requieren las mascotas.

Consiste en afiliar a los proveedores relacionados en nuestra base de datos para brindar servicios de:

- Hospedaje o alojamiento (en el domicilio del proveedor),
- Cuidado a domicilio (de la mascota),
- Guardería (por horas),
- Paseo para perros.

Posteriormente, se establece el registro de usuarios que buscan este tipo de servicios para posteriormente contratarlo. La plataforma permitirá conocer la reputación tanto de proveedores como de clientes mediante calificaciones y comentarios. La gestión de cobro y pago a través de medios electrónicos los cuales se generan previo a la recepción del servicio.

Abstract

FurryLove is a company dedicated to facilitating the provision of pet care services based on interaction through a website and mobile application. It provides an innovative service, since it brings together several providers on a single platform, with options based on location and price, and it manages to establish easy and secure contact, allowing planning when and where it will take place. In addition, it satisfies a constantly increasing need based on the care that pets require.

It consists of affiliating the providers listed in our database to provide the following services:

- Lodging (in the provider's home),
- Home care (of the pet),
- Nursery (by the hour),
- Dog walk.

Subsequently, the registry of users who seek this type of service is established to later contract it. The platform will allow knowing the reputation of both suppliers and customers through ratings and comments. The management of collection and payment through electronic means, which are generated before receiving the service.

Palabras Claves

“FurryLove”, “mascotas”, “cuidado”, “servicio”, “hospedaje”, “paseo”, “plan”, “negocios”, “plataforma”, “aplicación”.

Introducción

El presente documento tiene por objetivo, establecer los diferentes lineamientos que permiten llevar a cabo el proyecto de creación de la empresa FurryLove para lo cual se detallan diferentes directrices mediante los cuales se define el camino que se trazará y permitirá posteriormente generar la información adecuada, para el éxito del funcionamiento de ésta.

Dentro de los ejercicios planteados se observan datos necesarios para definir la estructura del proyecto requerida y dentro de la cual podemos diferenciar aspectos como el diseño y desarrollo del proyecto, con el cual observamos de forma general su comportamiento, así como características en cuanto a la calidad del mismo y sus posibles resultados; por otra parte se muestran las diferentes etapas de la creación del proyecto de la empresa FurryLove considerando los aspectos más importantes, como son el plan de Negocios, de Marketing, Comercial, y Atención al Cliente, pasando por la descripción de estos, su impacto, efectos, valoración, y demás.

Adicionalmente, se podrá encontrar su diseño organizacional y el plan Financiero, mostrando posibles resultados de la ejecución de este, en un ambiente conocido como es la ciudad de Quito-Ecuador, principalmente.

Este trabajo, por ende, permite observar herramientas que acceden identificar las partes clave de un proyecto mediante las cuales podremos facilitar la consecución del objetivo inicialmente definido.

Plan de Negocios

1.1 Descripción de la Idea Empresarial

FurryLove es una empresa dedicada a facilitar la prestación de servicios para el cuidado de mascotas con base en la interacción mediante página web y aplicación móvil entre usuarios que requieren de una actividad específica y otros que las brindan. La facilidad de uso de nuestra plataforma logra satisfacer la necesidad de ambas partes de forma rápida y segura en la cual la variedad de usuarios lleva a su vez a la posibilidad de encontrar la mejor opción en función del servicio requerido, ubicación, precio y calidad.

Aprovechamos al máximo el avance de la tecnología para brindar un servicio de intermediación adecuada, permitiéndonos satisfacer una necesidad en constante aumento en función de los cuidados que requieren para sus mascotas las cuales en la actualidad reciben mayor atención por parte de sus dueños que los consideran como parte de su familia.

Nuestro servicio inicialmente consiste en afiliar a los proveedores de servicios en nuestra base de datos para brindar servicios de: hospedaje o alojamiento (en el domicilio del proveedor), cuidado a domicilio (de la mascota), guardería (por horas), paseo para perros; considerando un alto nivel de seguridad y cuidado para luego promocionarlas en nuestras plataformas web y aplicación móvil, así mismo, se establece el registro de usuarios que buscan este tipo de servicios para posteriormente interactuar entre sí, contratar el servicio y además acceder a seguros veterinarios (a través de proveedores externos) durante la estadía y/o el servicio.

El servicio resulta altamente innovador considerando que agrupamos varios proveedores de diferentes servicios en un solo sitio, el cual muestra diferentes opciones en función de la ubicación y precio y logra así establecer un contacto fácil y seguro para el servicio que busca cada usuario, permitiéndole incluso, planificar cuando y donde se llevará a cabo. De igual manera

nuestra plataforma permitirá conocer la reputación tanto de proveedores como de clientes mediante calificaciones y comentarios lo cual permite mantener un alto nivel de calidad y confiabilidad. Finalmente transmitimos seguridad mediante la gestión de cobro y pago a través de medios electrónicos los cuales pueden generarse previo a la recepción del servicio.

FurryLove dirige sus servicios a un segmento bien definido: por una parte, personas que aman a sus mascotas y requieren servicios específicos y por otro, personas que aman a los animales que pueden satisfacer las necesidades de los clientes, ambos grupos enmarcados en quienes realizan sus actividades preferentemente a través de la tecnología.

Brindamos una solución real y rápida a estos dos segmentos ya que el mismo se encuentra disponible en todo momento y en todo lugar que nos encontremos, inicialmente la presencia de la plataforma web y la aplicación estarán en la ciudad de Quito, para luego ir teniendo un alcance en más ciudades del Ecuador, una manera diferenciada de brindar amor y cuidado a nuestras mascotas.

Los promotores de este negocio impulsados por satisfacer una necesidad creciente, formamos un equipo de trabajo altamente sinérgico que se complementa con los conocimientos y experiencia de cada uno, logrando cumplir las actividades que generan éxito y valor siempre basados en el compromiso, responsabilidad y respeto al criterio de los demás.

- *Jacqueline León* es una persona enamorada y comprometida con las mascotas, ella estará encargada del contacto y control de calidad del servicio de las personas que brindaran los servicios, además monitoreará las calificaciones de los proveedores y clientes.

- *Jenny Robles* estará enfocada en las finanzas de nuestra empresa, los números son su especialidad y nos brindará todo su soporte para el éxito de la plataforma.
- *David López* entusiasta de la tecnología, ayudara al desarrollo de la plataforma y la aplicación web.
- *Carlos Toscano* se encargará de la promoción y masificación del conocimiento de la plataforma y la aplicación a través de redes sociales, páginas web, etc.
- *José Mejía* es un emprendedor con conocimiento en el área administrativa y comercial quien tiene experiencia además en el área de gestión pública y procesos lo cual aporta a la empresa en la búsqueda de la satisfacción al cliente.

Como resultado de nuestra unión y de nuestras capacidades estamos seguros de que FurryLove ingresará en el mercado como una empresa innovadora y con alto valor agregado que facilitará la vida de nuestros usuarios, pero en especial de las mascotas que recibirán los servicios contratados por sus dueños.

1.2 Misión

Ser los guardianes del mejor cuidado de nuestras mascotas por medio de nuestra plataforma digital.

1.3 Visión

Creadores de relaciones perdurables entre nuestros usuarios y proveedores.

1.4 Valores

- *Respeto a la vida:* Amor y respeto a la vida humana y animal.

- *Cooperación:* Potenciar el trabajo en conjunto para el logro de los objetivos propuestos.
- *Calidad:* Es un factor diferenciador de nuestro servicio, tanto con proveedores y usuarios.
- *Compromiso:* Promover el cuidado animal y brindar el mejor servicio a nuestros usuarios.
- *Puntualidad:* Destacar nuestro servicio con los mejores tiempos de respuesta a los requerimientos.
- *Innovación:* Estar abiertos a nuevas dinámicas que nos permitan responder rápidamente a los cambios en el mercado.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Creación del plan de negocios de la empresa FurryLove a través de una plataforma digital dirigida al cuidado de mascotas (perros y gatos).

1.5.2 Objetivos Específicos

- Crear una plataforma digital para el cuidado de mascotas (perros y gatos)
- Identificar las mejores alternativas para la operación de la empresa a través del análisis del entorno y los diferentes factores que beneficiarán o afectarán a la misma.
- Diseñar la propuesta de valor y estrategias de la empresa.
- Elaborar el presupuesto para la creación de la plataforma digital

1.6 Análisis del Entorno

Para analizar nuestra idea y desarrollar nuestro plan de negocio hemos de realizar un análisis del entorno, y esto supone definir:

- Queremos ser intermediarios del servicio de cuidado y paseo de mascotas (perros y gatos) mediante una plataforma digital donde los usuarios pueden encontrar servicios como: hospedaje o alojamiento (en el domicilio del proveedor), cuidado a domicilio (de la mascota), guardería (por horas), paseo para perros.
- Esto se realizará a través de una plataforma digital donde la persona que necesita los servicios especificados anteriormente busque proveedores cercanos a su domicilio, y dependiendo del precio su reputación (a través de calificaciones de otros usuarios) acuerdan las condiciones del servicio.
- Para lo cual necesitaríamos un de un programador y un diseñador gráfico publicitario para la implementación de la plataforma, así como la creación una base de datos de los usuarios que utilizarán nuestro servicio de intermediación y los proveedores que brindarán los servicios de la empresa.

Inicialmente la plataforma digital y la aplicación en línea estarán disponibles en la ciudad de Quito, para posteriormente expandir el servicio a otras ciudades como Guayaquil, Cuenca, Manta, etc.

FurryLove es una *Startup* pionera en este tipo de servicio comunitario que ayuda a los usuarios a satisfacer sus necesidades (de cuidado de mascotas) y preferencias, tanto a los proveedores, así como a los clientes. Este tipo de servicio es nuevo en Ecuador, por lo tanto, hay diversidad de oportunidades que explotar.

Según el Estudio de Mascotas realizado en junio de 2021 por Veter-Industria en colaboración con la Asociación Nacional de Fabricantes de Alimentos para Animales de Compañía (ANFAAC) en el año 2021 creció el porcentaje a un 50,2% de familias que cuentan con un animal de compañía; (perro o gato) aumentando de manera significativa respecto a 2019 donde estaba en un 39,7%, por lo cual demuestra una tendencia creciente en la necesidad del servicio relacionado.

Ahora bien, la actualidad de los jóvenes indica que muchos de ellos adoptan mascotas de compañía, tanto perros como gatos, estas personas tienden a realizar viajes tanto internos como internacionales; además las nuevas generaciones optan también por tener este tipo de animales como parte de sus familias, y es aquí donde el cuidado de éstos se ha convertido en una de sus prioridades. Por lo anteriormente expuesto, este tipo de servicios se vuelven muy necesarios en la cotidianidad, debido a que los dueños de mascotas son más responsables con ellos.

Nos proponemos levantar encuestas a través de redes sociales, puntos de alta concurrencia como por ejemplo parques (con áreas de mascotas), centros comerciales, etc., también encuestas a proveedores o distribuidores de alimentos para animales y veterinarias.

1.6.1 Análisis Externo

1.6.1.1 Análisis Pestel

- *Político:* Nos enfrentamos a cambios en las leyes, cambios de gobierno, nuevas ordenanzas municipales o cambios en las existentes, como por ejemplo la ordenanza Metropolitana 019-2020; este tipo de actividad, la intermediación para este tipo de servicios aún no está regulada por las autoridades.
- *Económico:* El pago de impuesto con base a la ley, así como el poder adquisitivo es para todos los niveles económicos resultan factores

fundamentales, ya que los precios se ajustan a las necesidades del usuario y la calidad del servicio del proveedor, dependiendo del sector en donde se encuentren. La empresa podría aportar al crecimiento de la tasa de empleo (inadecuado, por horas e ingresos).

- *Social*: Existe una tendencia y crecimiento de la prestación de servicios mediante medios digitales. La idiosincrasia ecuatoriana puede jugar un papel importante al hacer que los usuarios se contacten directamente con los proveedores sin usar nuestra plataforma.
- *Tecnológico*: Acceso a nuevas tecnologías, el mundo tecnológico está en constante crecimiento para dar soluciones inmediatas a los problemas que se pueden generar por una necesidad de satisfacción. En nuestro caso, la tecnología ayuda a encontrar proveedores de servicio a precios acorde a la capacidad del usuario y además en una manera más rápida y eficaz. Existe un constante crecimiento de acceso a internet a nivel mundial y local. El uso de las redes sociales por otra parte resulta un factor importante a considerar pues las mismas serán fundamentales al momento de dar a conocer nuestra empresa.
- *Ecológico*: Las conciencia ecológica y cuidado del ambiente va en crecimiento influyendo directamente en el comportamiento del consumidor por lo que será necesario considerar capacitaciones a los proveedores y usuarios en el cuidado de las mascotas, sus desechos y de los alimentos que estos consumen, con el fin de ser cuidadosos con el medio ambiente.
- *Legal*: Regulación de las aplicaciones, leyes y ordenanzas de cuidado de mascotas, permisos de funcionamiento, constitución de la empresa, seguir las

normas del pago de diferentes obligaciones como impuestos, etc. Actualmente a nivel nacional no existe regulación en el uso de aplicaciones, su establecimiento y operaciones.

1.6.1.2 Análisis del Sector

- *Barreras de Entrada:* Una de las principales barreras de entrada que hemos identificado es la poca aceptación que podría tener la aplicación y plataforma digital por parte de los proveedores de servicio. También, y en menor escala, políticas gubernamentales que bloqueen el uso de este medio digital. Otra barrera que hemos reconocido es el alto tráfico para la geolocalización dificultando el acceso a los proveedores.
- *Barreras de Salida:* Al no tener regulaciones claras por el uso de este tipo de tecnologías (Uber, Airbnb, etc.), podría convertirse en una barrera de salida económica, por el pago de licencias o permisos.
- *Proveedores:* El grado de diferenciación entre ellos y el ser susceptible a la calificación que los usuarios dejen tras el servicio prestado, también el número de proveedores dependerá de la penetración de la aplicación y la marca al mercado.
- *Clientes:* El grado de satisfacción y de confianza de los clientes ayudará mucho a que la aplicación sea usada constantemente y se expanda a otras ciudades del país. La diferenciación con servicios tradicionales dependerá de la satisfacción de los usuarios de la aplicación.

1.6.1.3 Análisis de la Competencia

Por ser una aplicación nueva, no poseemos competidores directos (intermediación usuario-proveedor), pero existen competidores indirectos, que tienen que ver con la industria que está en constante crecimiento, estos son:

- Guarderías caninas como Puppy's Pet Services, La Aldea Canina entre otros,
- Hoteles de mascotas como Pet Hotel, Sweet Cat Home Quito,
- Ciertos centros veterinarios ofrecen inclusive paseos para perros; cuidado de animales como Anipal.

1.6.1.4 Análisis de la Demanda

En Quito existe alrededor de 2.01 millones de habitantes para el año 2020. Quito y Guayaquil son las dos ciudades que más usan aplicaciones móviles o plataformas digitales. En Quito, de cada 22 habitantes 1 tiene mascota. Es indudable que la sociedad se encuentra cada vez más interesada en el bienestar de las mascotas.

Por otro lado, está enfocado a los niveles socioeconómicos medio, medio-alto y alto, principalmente que estén dispuestos a pagar un servicio acorde a su área geográfica. La plataforma está destinada a toda persona mayor de edad y que sea responsable de su mascota. No segmenta género, sexo, religión, ni ningún otro aspecto diferente a la edad del usuario; este último, se beneficiará de un precio justo y acorde a lo ofertado por el proveedor.

El usuario tendrá beneficios por el uso recurrente de la aplicación, como son paseos gratuitos, descuentos, etc. El proveedor tiene un beneficio económico, bonos, y comisiones extra por mantener el constante uso de la plataforma. Así mismo, el proveedor y el usuario

tienen un perfil de amor y respeto a los animales, conciencia ecológica, de afecto a sus mascotas. Como se ha mencionado, inicialmente se contará con el servicio en la ciudad de Quito, para luego expandir a otras ciudades del Ecuador.

1.6.2 Análisis Interno

1.6.2.1 Recursos Tangibles

- *Financieros:* FurryLove contará con la inversión inicial de sus cinco socios y además nuestra capacidad de endeudamiento es suficiente para arrancar el proyecto de la aplicación y plataforma digital.
- *Tecnológicos:* A través de encuestas, se levantó una base de datos con posibles proveedores y usuarios del servicio. La marca FurryLove se encuentra en proceso de registro en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.
- *Organizacionales:* Nuestra marca será manejada por un especialista en la rama, para que sea correctamente difundida y llegue a los diferentes segmentos del mercado. Los procesos del funcionamiento de la aplicación están correctamente definidos, así como la evaluación de proveedores y servicios para un exhaustivo control de los servicios. Además, se espera contar con publicidad de empresas relacionadas al sector dentro de las plataformas.
- *Físicos:* Contamos con un servidor donde se almacenan todos los datos de los usuarios y proveedores, con revisiones del servicio, comentarios, etc. Este servidor cuenta con su respectivo respaldo.

1.6.2.2 Recursos Intangibles

- *Humanos*: Jacqueline León, contacto y control de calidad; Jenny Robles, enfocada en finanzas; David López, desarrollo de la plataforma; Carlos Toscano, promoción y masificación; José Mejía, gestión pública y procesos.
- *Cultura Empresarial*: Enfocado en el amor y respeto a los animales, como su principal eje. La confianza entre los proveedores y usuarios.
- *Innovación*: Los principales actores de innovación serán usuarios, proveedores, y empleados.
- *Imagen*: La compañía a través de su equipo tecnológico trabaja por proyectar una imagen de confianza, respeto, amor y cuidado por las mascotas.

1.6.2.3 Benchmarking

FurryLove será una empresa que proveerá servicios que ayudan al cuidado de las mascotas, manteniéndolos en lugares de confianza como es la calidez del hogar a donde pertenecen, o en casas de confianza de sus dueños, además que los proveedores del servicio estarán en lugares muy cercanos a las viviendas de las mascotas; por otro lado, las calificaciones a los proveedores de los servicios y sus usuarios hacen que exista una mejora continua de la cadena de servicio.

La idea nace de seguir un estilo similar a lo que hace *AirBnB*, *Uber*, así como la misma *Rover*, que son plataformas de intermediación para servicios de alojamiento, transporte y cuidado de mascotas, respectivamente. Estas empresas no poseen viviendas, autos, o personal propio, más bien se enfocan mucho en la calidad de los servicios y sus calificaciones para que otros usuarios puedan escoger con base a comentarios, retroalimentación, calificación y precios, en los diferentes segmentos. Con estos antecedentes en los cuales se ha evidenciado el éxito de las diferentes

plataformas, FurryLove busca adaptarlo al mercado Nacional, partiendo desde la ciudad de Quito incluyendo servicios en función de la necesidad del mercado en auge, como es el servicio de veterinaria e implementando retroalimentación tanto de los proveedores del servicio como de los usuarios.

1.6.3 Modelo CANVAS

Tabla 1

Modelo CANVAS de FurryLove.

Socios clave	Actividades clave	Propuestas de valor	Relación con clientes	Segmentos de clientes
<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de los servicios • Fabricantes de alimentos • Sistema informático y aplicación • Inversionistas • Departamento jurídico para reclamos 	<ul style="list-style-type: none"> • Calificación de proveedores y usuarios • Intermediación entre usuario-proveedor • Uso eficiente de la plataforma y aplicación • Captación de clientes vía on-line • Promoción en medios y redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio de intermediación para el cuidado de mascotas (perros y gatos) de una manera eficaz y eficiente, obteniendo los mejores beneficios a precios previamente acordados y justos • Los proveedores pueden generar recursos brindando los diferentes servicios. • Seguridad y confianza, facilidad y cercanía en los servicios, diversidad en formas de pago y ubicación • Seguimiento de la experiencia y beneficios por el uso de la aplicación • Seguros para mascotas y proveedores 	<ul style="list-style-type: none"> • Calificación de proveedores usuarios para una mejora continua para todos • Comunidad colaborativa que se adapta al entorno • Construye una relación de fidelidad entre usuarios, proveedores y la plataforma 	<ul style="list-style-type: none"> • El servicio está enfocado a los niveles socioeconómicos medio, medio-alto y alto, principalmente que estén dispuestos a pagar un servicio acorde a su área geográfica, puesto que el proveedor será encontrado alrededor de su vivienda o al punto más cercano donde se requiere de los servicios. La aplicación y la plataforma digital está destinada a toda persona mayor de edad y que sea responsable de su mascota, pero no segmenta género, sexo, religión, ni ningún otro aspecto diferente a la edad del usuario.
	<p style="text-align: center;">Recursos clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personal informático • Plataforma y base de datos para calificación de proveedores • Recurso humano • Marca FurryLove 		<p style="text-align: center;">Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nuestro canal de distribución está basado en la relación directa a través de la aplicación móvil y plataforma, siendo fundamental ponerla a disposición a través de las redes sociales más utilizadas como Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, etc., Presentaremos nuestra propuesta en puntos físicos como tiendas de mascotas, veterinarias, productos de alimentación. 	
Estructura de costos			Fuente de ingresos	
<ul style="list-style-type: none"> • Costo de instalación y ejecución tecnológica • Salarios a empleados permanentes • Costo de publicidad 			<ul style="list-style-type: none"> • Comisión de los proveedores por cada servicio • Comisión de los usuarios por cada servicio • Publicidad en la aplicación y la plataforma • Comisión por los seguros para mascotas 	

1.6.4 Análisis DAFO y Matriz CAME

Tabla 2

Debilidades y Corregir.

Debilidades	Corregir
Inicialmente la empresa no contaría fácilmente con una base de datos completa y adecuada para enfocar el servicio tanto en los usuarios como en los proveedores.	Contratar empresas con carteras de clientes que nos provean de información y base de datos
El precio de los servicios puede no resultar atractivo para los usuarios de la plataforma y la aplicación móvil considerando que la empresa podría tener poca capacidad de negociación para el establecimiento de estos.	Análisis y estudio de mercado para conocer y adaptar los precios a los servicios prestados
La implementación de métodos de pago seguros puede afectar el desarrollo de las operaciones y la confianza de usuarios y proveedores.	Establecer alianzas estratégicas con empresas especializadas en pagos a través de plataformas seguras para transferencias.
La necesidad de capital para el mantenimiento de la plataforma y aplicación móvil puede resultar un limitante.	Establecer alianzas estratégicas con auspiciantes para obtener el capital necesario para el mantenimiento de la plataforma

Tabla 3

Amenazas y Afrontar.

Amenazas	Afrontar
En el futuro, es posible que las regulaciones legales interpongan trabas en la creación y establecimiento y operación de empresas como la nuestra, así como en los aspectos tributarios de quienes brindan el servicio a través de nuestra plataforma.	Con un estudio jurídico en calidad de socio estratégico, se regulará la adaptación de las normas y leyes que podrían implementarse en el futuro, así como una política propia para afrontar posibles problemas a causa de reclamos.
Considerando que el servicio se oferta como una intermediación entre usuario y proveedor, es posible que la empresa se enfrente a reclamos e incluso juicios en caso de que una de los involucrados se sienta afectado por incumplimiento, maltrato a mascotas, ataques de mascotas, etc.	
La idiosincrasia de los usuarios y proveedores puede afectar el desarrollo de las actividades en cuanto a la satisfacción del cliente en aspectos como la puntualidad y por ende en la operatividad para la prestación de los servicios. Por otra parte, el mismo factor puede afectar en	Establecer promociones y beneficios para los mejores colaboradores y usuarios para generar

el reemplazo de nuestro servicio por un contacto directo entre usuarios y proveedores.	
Surgimiento de competencia similar conforme el mercado experimente la expansión.	Crear planes de innovación y mejora continua.

Tabla 4

Amenazas y Afrontar. Fuente: Propia de los autores.

Fortalezas	Mantener
Liderazgo en el mercado siendo pioneros en la prestación de servicios de cuidado de mascotas a través de plataforma web y aplicación móvil que beneficia tanto a los usuarios como a los proveedores de los servicios.	Ser pioneros en la prestación de servicios de cuidado de mascotas a través de plataforma web y aplicación móvil.
Ofrecemos una alternativa de precios justos en función de la necesidad de los usuarios con calificación a los proveedores lo cual promueve la calidad en el servicio, así como la mejora continua para todos los elementos que conforman el servicio.	Regulación de precios cuando exista alta demanda.
El tipo de aplicación permite que los servicios ofertados se encuentren en el lugar donde se ubique el usuario lo cual conlleva que no existan limitaciones geográficas para el usuario pudiendo encontrar con facilidad el servicio que requiera para su mascota, en función de su necesidad.	Conservación de una plataforma amigable con el usuario, adoptando procesos que se ejecuten en función de las necesidades del cliente.
Es una empresa joven que busca el crecimiento sostenible a través de un servicio de calidad, enfocados en la satisfacción de los clientes, así como en la actualización constante y adaptación a los cambios del mercado, así como tecnológicos.	
La empresa promueve el buen trato entre todos los directivos, trabajadores, usuarios y proveedores lo cual crea un sentido de pertenencia y apoyo constante al desarrollo y mantenimiento de esta.	Capacitaciones constantes con el personal y proveedores, mantener relaciones perpetuas tanto con clientes o proveedores.

Tabla 5*Oportunidades y Explorar.*

Oportunidades	Explotar
Al no existir regulación legal actual para el uso de este tipo de aplicaciones dentro del territorio nacional, existe una posibilidad de crecimiento y expansión rápida para la empresa y su modelo de negocio.	Establecer parámetros claves del servicio, convenios con asociaciones reguladoras de control y expandir rápidamente a nuevos territorios
La regulación legal actual en referencia al cuidado de mascotas y respeto animal va en crecimiento lo que promueve una mayor conciencia en la ciudadanía y a la vez la necesidad de contar con servicios cada vez más especializados y ágiles, aumentando la demanda de FurryLove.	Crear campañas de concientización basadas en regulaciones legales que nos favorezcan en las relaciones con el cliente.
El crecimiento de población enfocada en el cuidado de las mascotas, así como del cuidado animal permite poner a su disposición nuevas alternativas que impulsen el consumo de servicios como los que ofrece FurryLove	
Inicialmente FurryLove operará en la ciudad de Quito, sin embargo, existe una gran oportunidad de expansión geográfica no solo a nivel nacional sino incluso regional, incorporando sus servicios en diferentes mercados en los que exista alto crecimiento del segmento al cual se dirige.	Estudio de mercado para diversificar el negocio en nuevos territorios a nivel nacional, así como en nuevas regiones.

1.7 Estrategia y Tácticas

FurryLove establece su estrategia competitiva considerando los siguientes aspectos:

1.7.1 Público Objetivo

Para FurryLove, es muy importante en enfocarse en personas y/o familias que tengan mascotas, principalmente que:

- Puedan costear el servicio
- Demanden del cuidado de sus mascotas
- Niveles socioeconómicos medio, medio-alto y alto
- Acorde a su área geográfica o ubicación

- Mayores de edad y que sea responsable de su mascota
- No segmenta género, sexo, religión, ni ningún otro aspecto diferente a la edad del usuario.

1.7.2 Propuesta de Valor

- Servicio de intermediación para el cuidado de mascotas (perros y gatos) de una manera eficaz y eficiente.
- Los proveedores pueden generar recursos brindando los diferentes servicios.
- Seguridad y confianza, facilidad y cercanía en los servicios, métodos de pago por medio de plataformas confiables y seguras.
- Seguimiento de la experiencia y beneficios por el uso de la aplicación a través de las calificaciones.

1.7.3 Modelo estratégico

El modelo estratégico de la empresa se basa en ofrecer constantemente una actualización operativa que facilite la interacción entre el usuario y el proveedor lo cual hace que el servicio sea único y genera barreras para el surgimiento de una competencia notable en el mercado. El servicio de por sí es único por lo que las actividades se enfocarán en el conocimiento y la experiencia para brindar al usuario, proveedores y mascotas una experiencia que identifique a FurryLove basados en la confianza y en el liderazgo de mercado.

1.7.4 Estrategia Corporativa

Posicionar a la FurryLove como la empresa líder en la intermediación de servicios para el cuidado de mascotas enfocada en una comunidad colaborativa a través de nuestra plataforma virtual.

1.7.5 Estrategia Competitiva

Satisfacción de las necesidades del segmento que busca el mejor cuidado para sus mascotas brindando la mejor atención y experiencia, así como el apoyo a los proveedores a través de contactos seguros y precios justos.

1.7.6 Estrategias Funcionales

1.7.6.1 Marketing

- Promocionar la marca y poner la plataforma de forma directa al alcance de los clientes mediante el uso de canales digitales como redes sociales, páginas Web, y tiendas virtuales de aplicaciones, así como en canales físicos como tiendas de mascotas, empaques de fabricantes de alimentos y veterinarias.
- Ingresar en la mente del consumidor aprovechando grupos de interés en redes sociales.
- Ser partícipes de eventos como concursos de mascotas, etc., y promocionar la marca.

1.7.6.2 Producción

- Fortalecer y actualizar constantemente los procesos de la prestación del servicio con base a las calificaciones de los clientes.

- Establecer procedimientos claros que permitan garantizar la prestación del servicio.

1.7.6.3 Recursos Humanos

- Reclutar al personal alineado con la estrategia corporativa y sobre todo apasionada.
- Capacitar constantemente al personal en todos los aspectos de atención al cliente.

1.7.6.4 Investigación y desarrollo

- Obtener información constantemente por todos los canales disponibles.
- Incorporación de un estudio de mercado minucioso para conocer gustos y preferencias.

1.7.6.5 Tecnología Informática

- Contar con la tecnología adecuada tanto en cuanto a Hardware como software.
- Establecer diferentes perfiles de consumo en función de la información obtenida.
- Mantenimiento y actualización de la plataforma con alianzas estratégicas de proveedores informáticos.

Plan de Marketing

2.1 Objetivos del Plan de Marketing

2.1.1 Objetivo General

Posicionar a la marca FurryLove como la marca Líder en el mercado, alcanzando un alto nivel de notoriedad entre los servicios diversos para el cuidado de mascotas (Perros y Gatos).

2.1.2 Objetivos Específicos

- Alcanzar un 50% de participación en el mercado durante el primer año de funcionamiento de los servicios.
- Obtener un 60% de fidelización de clientes dentro de los 6 primeros meses de operación.
- Ampliar la cobertura de los servicios de FurryLove a sectores en el Valle de Tumbaco en el segundo semestre del primer periodo de operaciones.
- Reducir el costo de captación de clientes entre el primer y segundo periodo de funcionamiento de la empresa.

2.2 Posición competitiva

FurryLove busca establecerse en el mercado de cuidado de mascotas como líder de enfoque y diferenciación del servicio otorgando agilidad, facilidad y cercanía a los usuarios y proveedores, considerando la creación de una comunidad colaborativa teniendo como herramienta principal las facilidades que otorga la tecnología.

FurryLove no busca acaparar todo el mercado que involucra a las mascotas sino al segmento que aprecia el buen servicio, busca soluciones rápidas y de calidad y a su vez está dispuesta a pagar por el bienestar de su mascota.

La empresa busca crear en el cliente la conciencia del valor que le generamos considerando como punto clave la facilidad para obtener el servicio que requiere a precios razonables y con seguridad. El valor no se generará a precios bajos pues establecemos estándares que requieren un nivel coherente con la calidad esperada, lo cual brindará mayor confianza al cliente sintiéndose a su vez parte importante de una sociedad consciente con las mascotas y el cuidado que estas requieren.

Por otra parte, aportamos un valor muy diferenciado al proveedor de los servicios permitiéndole generar ingresos realizando actividades que le complacen, al ser parte de una comunidad en constante comprometida con el cuidado de mascotas en constante crecimiento.

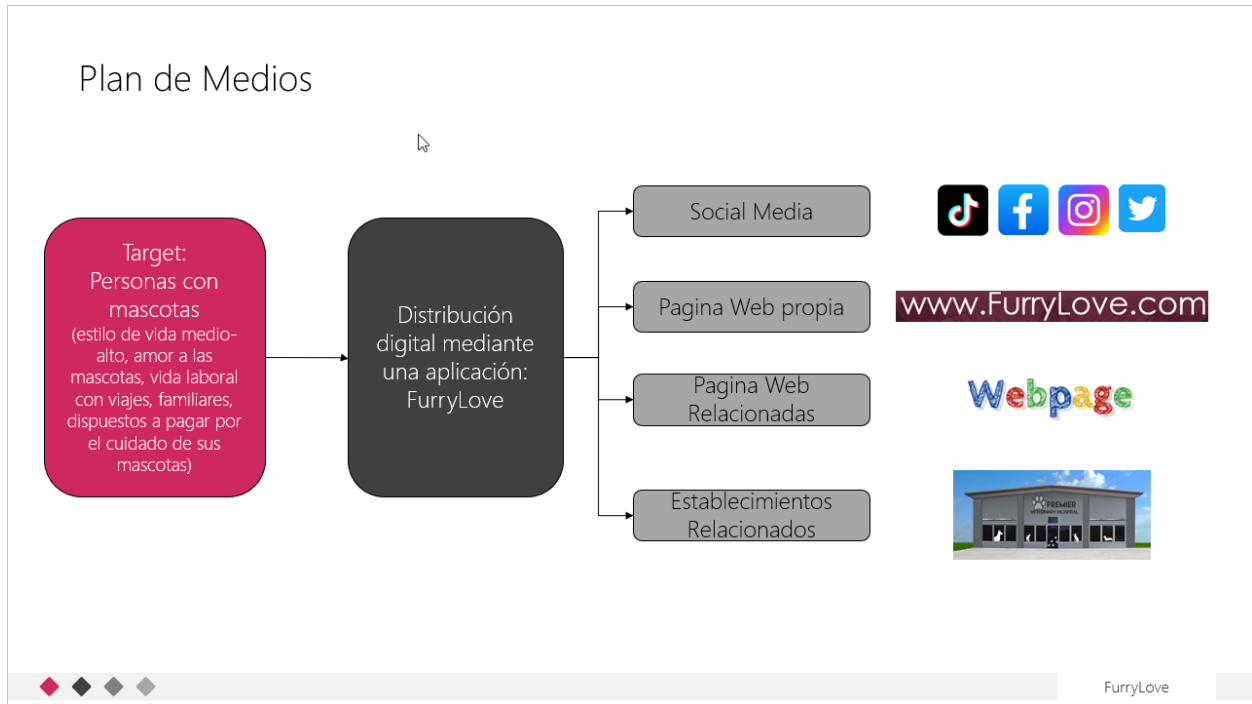
Eficiencia en los tiempos de respuesta, disponibilidad inmediata, seguridad y confianza al momento de solicitar el servicio.

2.3 Canales de comunicación:

A continuación podemos observar en la siguiente figura, el plan de medios a utilizarse dentro de los canales de comunicación de FurryLove:

Figura 1

Plan de Medios de FurryLove.



2.3.1 Redes Sociales

FurryLove utilizará como elemento principal el uso de redes sociales, considerando que nuestros servicios son principalmente virtuales y estas herramientas permiten identificar de mejor manera el segmento al cual nos dirigimos. Para ello será clave utilizar Facebook, Instagram, Twitter y TikTok.

2.3.2 Página WEB

Por otra parte, es vital posicionar la página WEB de la empresa con lo cual podremos brindar un mayor acceso a nuestros servicios, así como también mostrar más información de nuestra propuesta y estrategia corporativa.

2.3.3 Medios Tradicionales

Finalmente, FurryLove hará uso de diferentes medios tradicionales como:

- Participación en eventos de mascotas a fin de captar la atención de nuestros posibles clientes.
- Alianzas con empresas y productos relacionados como: alimentos para perros, ropa para mascotas, equipos de cuidado animal, hospitales veterinarios, etc.

2.4 Presupuesto

Para la ejecución del plan de Marketing será necesario tener en cuenta los siguientes valores estimados, tanto de inversión inicial como de operación durante el primer periodo.

Tabla 6

Presupuesto de ejecución del Plan de Marketing.

CONCEPTO	VALOR
Diseño de la imagen corporativa	\$ 500,00
Construcción e implementación de la plataforma WEB y móvil	\$ 5.000,00
Campaña Publicitaria	\$ 1.000,00

- Inversión inicial de USD. 5000 (USD. 1000 por socio)
- Financiamiento externo de USD. 5000
- Construcción de la plataforma: USD. 5000
- Asesoramiento legal: USD. 2000

2.5 KPI's del Plan de Marketing

- Comprobación del posicionamiento real.
- Medición de interacciones, comentarios, Me Gusta, y visitas a la plataforma

- Comprobación de resultados de visitas.
- Registros de usuarios y proveedores.
- Control de servicios vendidos.
- Encuestas de satisfacción de clientes.

2.6 Plan de Contingencia

Ante la posibilidad de que se presenten diferentes riesgos en el desarrollo de operaciones de la empresa se ha considerado las siguientes acciones de contingencia:

Tabla 7

Presupuesto de ejecución del Plan de Marketing.

Riesgo	Efecto	Estrategia
Dificultad de implementación de Plataforma WEB o Móvil de forma simultánea	Incumplimiento de captación de mercado	Ingreso mediante aplicación WEB con alta promoción en redes sociales (Facebook e Instagram) compensando información que se debía mostrar la otra plataforma.
Poca aceptación del mercado a causa de precios	Incumplimiento de fidelización de clientes	Establecer promociones de descuentos en servicios como: <ul style="list-style-type: none"> • 2X1 en uno de los servicios por invita a un amigo a unirse a la comunidad FurryLove. • 10% de descuento en el primer y segundo servicio contratado.
Dificultad para ingresar en nuevos mercados	Incumplimiento en la diversificación de mercados en la ciudad de Guayaquil, así como en sectores	Obtener información de dos alternativas adicionales en las afueras de la ciudad de Quito (Valle de Los Chillos) como a nivel nacional a fin de optar por otras opciones (Ibarra, Ambato, Riobamba, etc.)

	aledaños a Quito (Tumbaco)	
--	-------------------------------	--

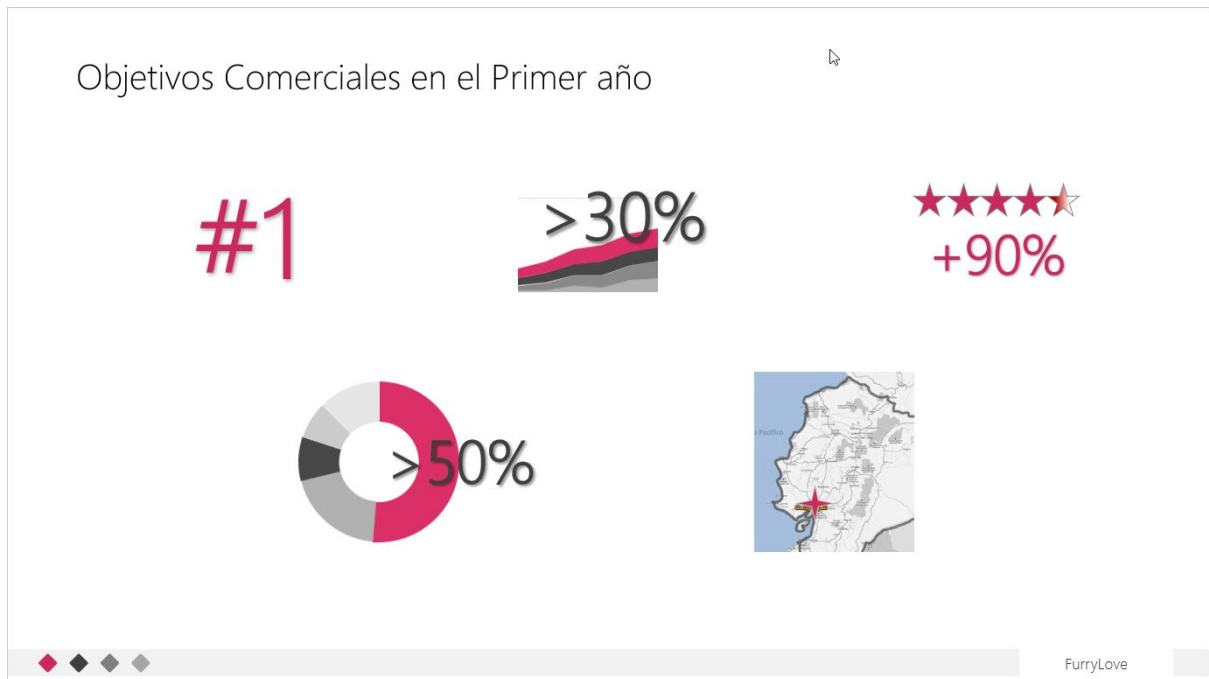
Plan Comercial

3.1 Objetivos del Plan Comercial

- Ingresar en el mercado de cuidado animal como la principal marca en la mente del cliente dentro del primer año de funcionamiento.
- Alcanzar al menos un 30% de rentabilidad dentro del primer periodo de funcionamiento.
- Obtener un 90% de calificaciones positivas del servicio que brinda nuestra empresa tanto por parte de los usuarios de la aplicación como de los prestadores del servicio, para lo cual la medición se realizará de manera mensual.
- Expandir el servicio hacia la ciudad de Guayaquil a partir del segundo año de funcionamiento.
- Alcanzar un total de \$80.000 dólares en ventas durante el primer periodo.

Figura 2

Objetivos Comerciales en el primer año de FurryLove.



3.2 Rango de Precios

Considerando los de servicios que brindará nuestra empresa, se ha podido identificar un promedio de precios en función de los servicios que brindan otros negocios, para a partir de ello encontrar el precio ideal de FurryLove:

Tabla 8

Rango de precios promedio y de FurryLove.

Servicio	Precio promedio	Precio FurryLove
Hospedaje 24 Horas	\$ 30	\$ 28
A Domicilio	\$ 12	\$ 10
Alojamiento diurno	\$ 17	\$ 15
Guardería	\$ 300	\$ 260
Paseo de perros (hora)	\$ 8	\$ 5

3.3 Estrategias y Tácticas del Plan Comercial

FurryLove al ser una empresa cuyos servicios se comercializan de manera virtual, requiere en su mayoría una estrategia Online, sin embargo, será necesario combinarla también con aspectos Offline de acuerdo con la siguiente estructura:

3.3.1 On-line

Para este tipo de estrategias consideramos tres opciones:

3.3.1.1 Estrategia de promoción en redes sociales y página WEB

Esta estrategia es fundamental debido a que permitirá ingresar en el mercado como un servicio nuevo, para lo cual consideraremos las siguientes fases dentro de las cuales se hace uso de herramientas online:

Lanzamiento: Como primer punto consideraremos el uso de redes sociales, las cuales nos permitirán dirigir nuestra publicidad al público objetivo identificado. Para ello será clave utilizar Facebook, Instagram, Twitter y TikTok.

Crecimiento y consolidación: Campañas en tiendas para mascotas con beneficios para las personas que visiten nuestras redes sociales, ingresando también con nuestra Página Web en mayor magnitud, a través de códigos QR en empaques de alimentos o productos de limpieza para mascotas.

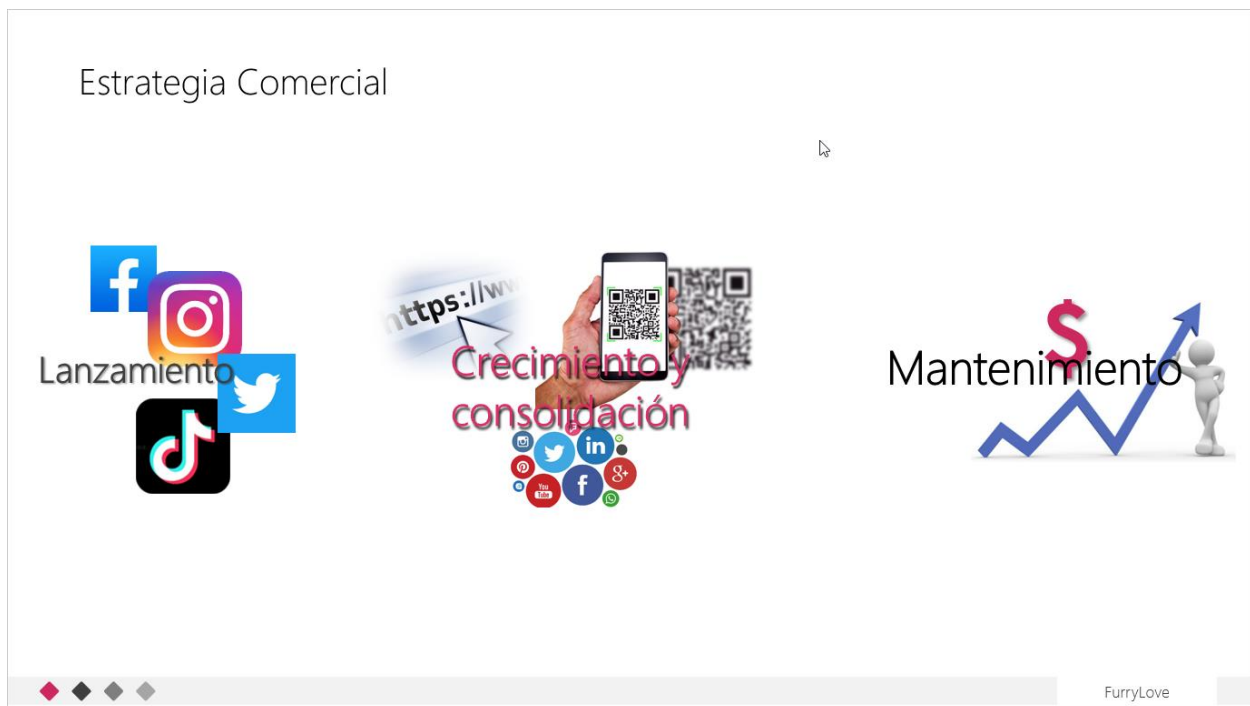
Mantenimiento: En esta fase será fundamental la fidelización del cliente, por lo que la propuesta se basará en suscripciones con beneficios a estos, así como a los prestadores de los servicios. Cabe señalar que toda nuestra

promoción siempre tendrá como base las redes sociales considerando que FurryLove es un servicio que aparece en su mayoría de manera virtual.

Dentro de esta fase se hace necesario la implementación de bases de datos que nos permitan identificar a nuestros clientes a fin de conocer de mejor manera su necesidad y adaptar los servicios que requieren, así como beneficios que les podemos brindar. Cabe señalar que esta base de datos se actualiza constantemente considerando que, para el uso del servicio, los usuarios deberán registrarse.

Figura 3

Estrategia Comercial de FurryLove.



3.3.1.2 Estrategia de páginas de nicho

Para esta estrategia consideraremos alianzas con páginas WEB de empresas relacionadas a fin de aparecer dentro de la información que ellos proveen como se detalla a continuación:

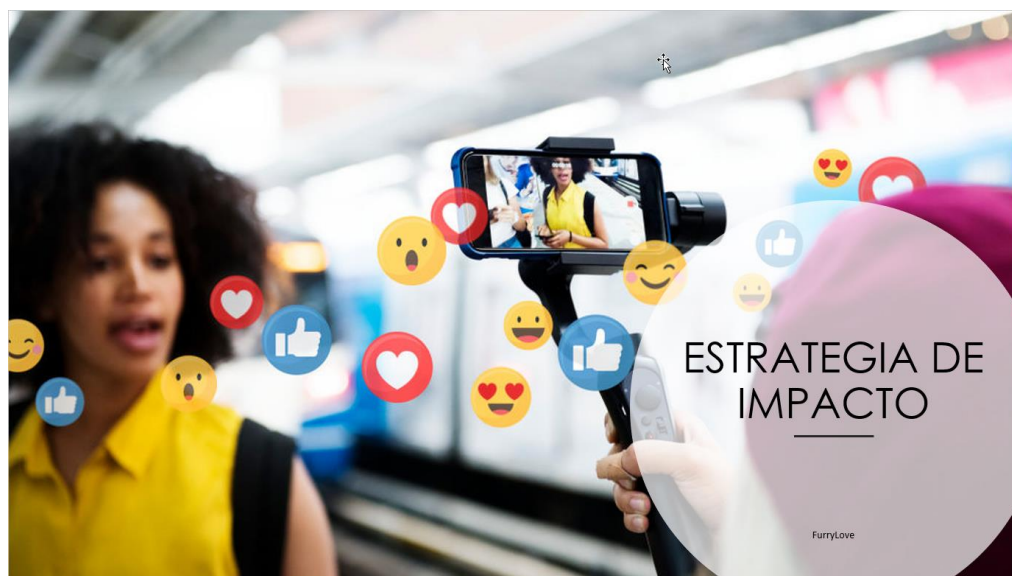
- a. Mundomascota.ec: página dedicada a proporcionar todo tipo de información respecto al cuidado y alimentación de mascotas.
- b. Pae.ec: organización dedicada al cuidado animal.

3.3.1.3 Estrategia de impacto con ‘Influencers’

Considerando la importancia de nuestro servicio en una actualidad apegada a la consciencia del cuidado animal, resultaría muy útil por un lado la generación de contenido en redes sociales con ‘influencers’ alineados a nuestros principios.

Figura 4 Estrategia de Impacto en Redes Sociales de FurryLove.

Estrategia de Impacto en Redes Sociales de FurryLove.



3.3.2 Off-line

Como se había mencionado, la estrategia de ventas de nuestra app requiere también hacer uso de medios físicos, para lo cual, consideramos la participación en eventos de mascotas a fin de captar la atención de nuestros clientes en la cual se realizará explicación del manejo de la aplicación o página web con lo que podremos impulsar las ventas de nuestro servicio.

3.4 Distribución

A partir de la naturaleza del negocio podemos identificar que la distribución de nuestros servicios en su mayoría se debe realizar de manera **directa**, por lo que, una vez que la empresa genera la venta a través de las plataformas web o aplicación móvil, se podrá elegir dos tipos de entrega del servicio:

3.4.1 En las instalaciones del prestador del servicio

Este tipo de distribución implica que el cliente puede coordinar la recepción del servicio contratado entre dos opciones:

- a. El cliente se encarga de trasladar su mascota hacia las instalaciones del prestador del servicio.
- b. El cliente solicita al prestador del servicio el retiro de su mascota en su domicilio.

3.4.2 En las instalaciones del cliente

Este tipo de distribución implica que el prestador deberá trasladarse al domicilio del cliente y brindará el servicio.

3.5 Recursos Humanos

Teniendo en cuenta que FurryLove requiere personal en diversas áreas, será necesario contar con departamentos destinados a la administración de la empresa, manejo del entorno virtual (aplicación y página WEB), marketing y ventas.

Tabla 9

Recursos Humanos y Departamentos necesarios.

DEPARTAMENTO	RESPONSABILIDADES
Gerencia	Dirigir la empresa, es el responsable de cada uno de los niveles jerárquicos y del control de las actividades a desarrollarse en el centro, además de la toma de decisiones que garanticen el buen funcionamiento de la empresa.
Tecnologías de la información	Administrar eficiente de las tecnologías de la información y comunicación para contribuir con el logro de los objetivos institucionales poniendo a disposición de los usuarios los recursos informáticos necesarios, velando por su correcto uso y priorizando el mejoramiento continuo. Controlar constantemente el correcto funcionamiento de la aplicación móvil y página web, adaptándolas a la actualidad, así como a los gustos y preferencias de los usuarios.
Comercial	Seleccionar los mejores canales para distribuir los o servicios que la empresa ofrece. Desarrollar el plan de ventas en función de períodos específicos de tiempo, según los presupuestos de venta. Establecer las promociones y descuentos a los servicios que la empresa comercializa partir de las dinámicas del mercado identificando oportunidades de mejora. Realizar seguimiento de los indicadores establecidos. Construir y administrar la comunidad online y gestionar la identidad y la imagen de marca, creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con sus clientes, sus fans en internet.
Prestación de servicio	Personas con alto sentido de responsabilidad y cuidado animal. Con alto sentido de atención al cliente. Procuran mejorar continuamente la prestación del servicio poniendo en el centro y como protagonistas a los perros y gatos, el amor, cuidado y respeto que ellos se

	<p>merecen.</p> <p>Garantizar la satisfacción del animal/paciente y de su propietario, por lo que debe asegurar la complacencia de 2 consumidores.</p> <p>Entender este nuevo consumidor (el humano), que tiene características muy diferentes a otros, pero comunes entre sí.</p>
--	--

A continuación, se detalla la estructura del Departamento Comercial:

Tabla 10

Estructura del Departamento Comercial de FurryLove.

CARGO	PERFIL
Jefe Comercial	<p>Formación: Profesional en área Comercial, Administrativa o afines</p> <p>Habilidades: Comunicación, Intuición, Pensamiento crítico, Capacidad de negociación, Trabajo en equipo, Capacidad de planificar y organizar.</p> <p>Funciones: dirigir y supervisar el personal del equipo de venta, también deben planificar, controlar y evaluar todas las operaciones de venta, guiar al equipo de ventas en sus actividades, siempre procurando no desviar su función principal de líder.</p> <p>Años de experiencia: 3</p> <p>Salario estimado: \$600</p>

3.6 Herramientas y Sistemas

A fin de mejorar continuamente el servicio para nuestros clientes se plantean las siguientes herramientas:

- Reuniones semanales con todo el equipo para evaluar el cumplimiento de objetivos y progreso de ventas.
- Implementación de herramientas de comunicación, como teléfono, correo electrónico, chats, etc.
- Generación de base de datos de clientes y prestadores de servicio

3.7 Métricas

Las métricas identificadas para hacer el seguimiento de la consecución de nuestros objetivos son:

- Número de usuarios activos en la aplicación.
- Número de nuevos usuarios
- Cantidad de servicios contratados por usuario
- Periodo de recompra
- Coste de adquisición del cliente (CAC)
- Ingresos medios por cliente
- Vida útil del usuario en el uso de la aplicación

3.8 KPI'S del Plan Comercial

Los Indicadores claves de desempeño establecidos para medir de la consecución de nuestros objetivos comerciales son:

- Crecimiento de posicionamiento de marca
- Crecimiento del volumen de ventas por mes
- El total de nuevos clientes por mes y por año
- Margen de ganancia por mes y por año
- Participación en el mercado por trimestre
- Uso de interfaz de calificación por parte de los usuarios

Plan de Servicio al Cliente

4.1 Objetivos del Plan de Servicio al Cliente

- Alcanzar un nivel de satisfacción del cliente de al menos un 90% en promedio, considerando una medición semanal.
- Identificar los elementos que nos permitan anticipar la aparición de controversias del servicio contratado.
- Priorizar la atención a controversias cuando se tenga una calificación de 3.5 o menos.
- Lograr que el 80% de la resolución de las controversias sean ejecutadas por los agentes (primera línea), en máximo 1 día.
- Alcanzar al menos el 95% de tickets resueltos.
- Cambiar la calificación de los clientes y/o proveedores a 4 o más.
- Lograr que los tiempos promedio de respuesta a las controversias sean:
 - Chat en la plataforma: 5 minutos
 - Correo electrónico: 1 hora
 - Redes sociales: 5 minutos
 - Teléfono: 3 minutos
- Obtener una calificación del 90% en la satisfacción de los colaboradores de la empresa.

4.2 Estrategias y Tácticas del Plan de Servicio al Cliente

FurryLove pretende brindar un servicio basado en la mejora continua en todos los niveles, por lo que es nuestra prioridad contar con la mayor cantidad de canales que permitan

al cliente expresarse ante cualquier sugerencia, duda o queja, por lo que a continuación detallamos las estrategias a utilizar:

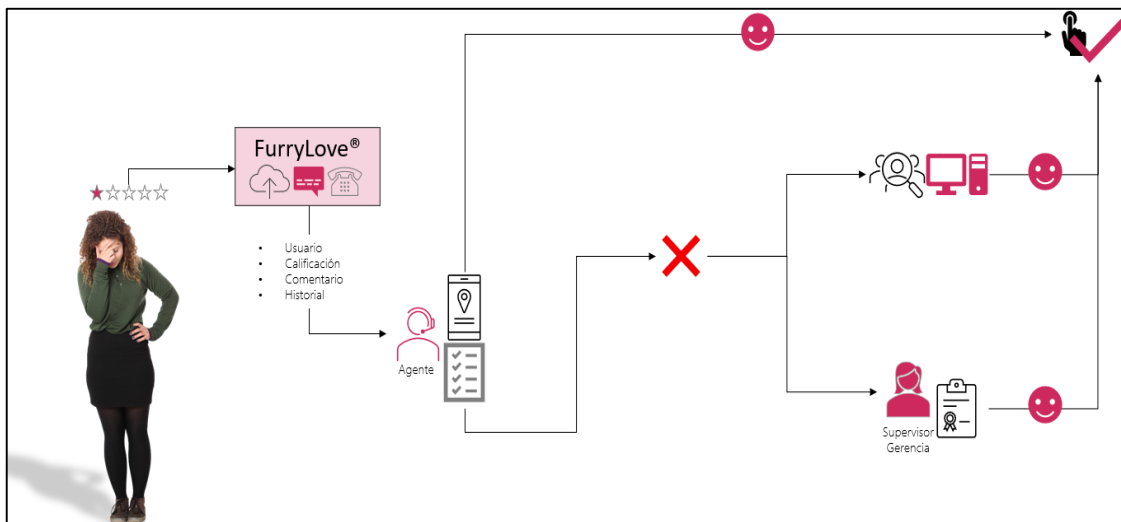
- a. A fin de obtener la mayor información del cliente, brindar la mayor cantidad de opciones a nuestros clientes y por ende optimizar el servicio, se considera en primera instancia la Estrategia Omnicanal dentro de la cual, FurryLove pondrá a disposición los siguientes canales:
 - Redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, TikTok)
 - Plataforma digital mediante chat en vivo con los agentes,
 - Correo electrónico; y
 - Teléfono fijo y celular.
- b. Por otra parte, utilizaremos una Estrategia de soporte, aprovechando el uso de la tecnología en el servicio de atención al cliente y proveedores, mediante la cual podremos generar bases de datos para establecer hábitos de consumo y así finalmente mejorar el portafolio de productos, ofrecer servicios complementarios, promociones, descuentos, etc.
- c. Finalmente, dentro de la política de nuestra empresa consideramos como uno de los pilares la Estrategia de satisfacción de los agentes, mediante la cual implementaremos las herramientas necesarias que nos permitan contratar personal para crear conexión con los clientes y proveedores. Por otra parte, pensamos en el bienestar de estos y buscaremos el constante crecimiento y la disminución de rotación del personal con los siguientes elementos:
 - Mantener el personal entrenado y actualizado mediante charlas y capacitación constante en aspectos profesionales como personales.

- Incorporar espacios amigables para mejorar el ambiente laboral, dentro de los cuales identificamos, salas de juegos, espacios con naturaleza.
- Brindar incentivos económicos para el personal que supera expectativas mínimas como: (bonos, descuentos en servicios para empleados), profesionales (becas, cursos), tiempo libre (días con menos horas de trabajo).
- Reducir los tiempos de espera, creando procesos más eficientes.

4.3 Flujograma de Servicio al Cliente

Figura 5

Flujograma del Servicio al Cliente.



Descripción:

- El Cliente presenta su sugerencia, duda o queja a través de cualquiera de nuestros canales.
- Los agentes de servicio recogen la información y la ingresan en una base de datos disponible para todo el equipo a fin de que todos conozcan el historial

del cliente. Esto permitirá seguir alimentando el perfil de usuarios con las tendencias, gustos y preferencias.

- El Agente consultará cuál es el canal de preferencia para el seguimiento del cliente.
- El Cliente definirá a detalle la causa de su contacto con la empresa y el Agente brindará las posibles soluciones al inconveniente o sugerencia. En este caso, podrá ofrecer promociones especiales y descuentos.
- Si dentro de sus competencias logra un acuerdo con el cliente, procede a registrar la solución y dar por resuelto el inconveniente.
- En caso de que no sea posible dar una solución por parte del Agente, por motivos técnicos o por insatisfacción del cliente, se podrán generar dos alternativas:
 - a. El problema debe ser atendido por el área de servicio técnico el cual principalmente se podría generar a causa de errores en el servidor, programación de las plataformas, diseño de estas, etc. Una vez se resuelva el inconveniente, la persona que atendió el requerimiento procede a registrar y comunicar al cliente.
 - b. Por insatisfacción del cliente, el problema debe ser escalado al Supervisor de Gerencia quien tendrá la potestad de brindar mayores compensaciones como servicios gratuitos, mayor porcentaje de descuento y demás a fin de resolver el requerimiento.

4.4 KPI'S del Plan del Servicio al Cliente

Los Indicadores claves de desempeño establecidos para medir de la consecución de nuestros objetivos en referencia a la atención al cliente son:

- Los agentes de servicio al cliente deben resolver el 80% o más controversias.
- Al menos el 95% de tickets resueltos con calificaciones de 4 (teniendo 5 como calificación máxima).
- La satisfacción del cliente debe promediar 4 o más por parte de los clientes y proveedores del servicio.
- Cumplir los tiempos de respuesta promedio en al menos el 95% de las atenciones generales.
- Reducción de la tasa de quejas en al menos un 1% mensual.
- Mantener una tasa de satisfacción de los colaboradores en un 95% como mínimo.

Diseño Organizacional y Plan Financiero

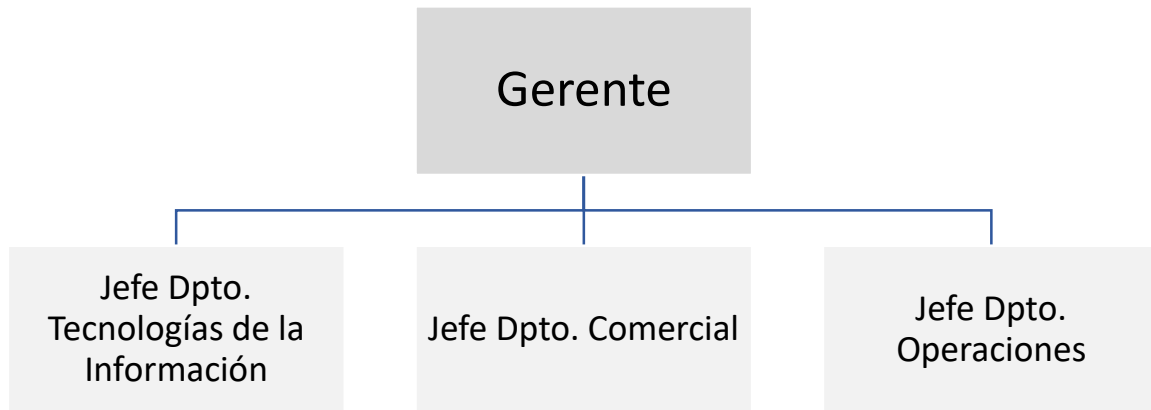
5.1 Diseño Organizacional

5.1.1 Equipo directivo y organización

A continuación, se presenta de forma gráfica el planteamiento proyectado de la estructura organizacional en la cual se observa las áreas que tiene la empresa FurryLove, para la prestación de sus servicios:

Figura 6

Estructura Organizacional.



5.1.2 Relación de cargos

Una vez establecida la estructura organizacional con los puestos establecidos para la empresa, es posible establecer los salarios aproximados, así como la modalidad de contratación para cada uno de ellos:

Tabla 11*Relación de Cargos y Salarios*

Posición	Cantidad	Valor mensual unitario	Valor mensual total	Modalidad
Gerente	1	\$ 650	\$ 650	Contrato Indefinido
Jefe Dpto. Tecnologías de la Información	1	\$ 550	\$ 550	Contrato Indefinido
Jefe Dpto. Comercial	1	\$ 600	\$ 600	Contrato Indefinido
Jefe Dpto. Operaciones	1	\$ 500	\$ 500	Contrato Indefinido

5.1.3 Ficha Técnica de cargos

Una vez definidos los puestos, a continuación, se detalla la descripción del perfil de cada puesto, con lo cual podremos contar con personal adecuado para la prestación de nuestro servicio.

Tabla 12

Ficha técnica de Cargos.

Cargo	Descripción	Educación	Experiencia	Habilidades
Gerente	<ul style="list-style-type: none"> • Responsable de: planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y conducir el trabajo de la empresa, además de contratar al personal adecuado. • Liderar con el ejemplo todas las acciones en beneficio de la empresa. • Delegar las actividades, proyectos y demás planes establecidos de forma adecuada. 	Profesional en cuarto nivel (MBA) área Comercial, Administrativa o afines.	3 años	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación, controlar, dirección, organización, análisis. • Por otra parte, deberá tener habilidades mentales que deberá aplicarlas según la circunstancia son, habilidad numérica, de lenguaje, conocimientos básicos de las actividades de los subordinados y psicológicas como la empatía, etc.
Jefe Dpto. Tecnologías de la Información	<ul style="list-style-type: none"> • Dentro de las funciones de este cargo estará la dotación de las herramientas y alternativas tecnológicas que faciliten la ejecución de las actividades. • Obtener y sistematizar reportes estadísticos del uso de los recursos digitales. -Evaluar propuestas de adquisición de bases de datos u otros sistemas de información digital. - 	Profesional área de Tecnologías de la información	2 años	<ul style="list-style-type: none"> • Compromiso y orientación a resultados. • Negociar, analizar, organizar, coordinar. • Autonomía y toma de decisiones, flexibilidad y adaptabilidad, liderazgo y comunicación, iniciativa y

	<p>Velar por el acceso a los recursos digitales. - Reportar problemas de acceso a proveedores de servicios.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinar con proveedores para garantizar la operatividad de los equipos y demás componentes tecnológicos 			<p>proactividad, trabajo en equipo.</p>
Jefe Dpto. Comercial	<ul style="list-style-type: none"> • Dirigir y supervisar el personal del equipo de venta, también deben planificar, controlar y evaluar todas las operaciones de venta, guiar al equipo de ventas en sus actividades. • Brindar apoyo en la ejecución de las acciones del plan comercial establecido, obtener información relevante y entregarla al asesor comercial, diseñar e implementar afiches, spots publicitarios, contenido para redes sociales, obtener fotografías de servicios prestados. 	<p>Profesional en área Comercial, Administrativa o afines</p>	<p>3 años</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación, intuición, pensamiento crítico, capacidad de negociación, trabajo en equipo, capacidad de planificar y organizar. • Organización, agilidad, coordinación. • Nivel de redacción escrita elevado, conocimiento de marketing digital (redes sociales), conocimiento de aplicaciones móviles y páginas web.
Jefe Dpto. Operaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Vigilar y dar seguimiento constante a las operaciones de la empresa. • Implementar los procesos y prácticas correctos en la organización. • Garantizar la existencia de materiales, insumos, etc. • Formular estrategias, mejorar el rendimiento, comprar material y recursos y asegurar el cumplimiento de las normas aplicables. 	<p>Profesional en área Comercial, Administrativa o afines</p>	<p>2 años</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación, capacidad de negociación, agilidad, trabajo en equipo, capacidad de planificar y organizar, capacidad de delegación, coordinación, asertividad, empatía.

5.1.4 Calendario de contrataciones

A continuación, se detalla el cronograma de contrataciones anuales para el Proyecto de FurryLove, desde el año 2023 hasta el año 2027:

Tabla 13

Calendario de contrataciones de FurryLove.

Proyecto FurryLove								
Proyección Gastos de Personal								
<i>Cantidades expresadas en Euros</i>				Total	Total	Total	Total	Total
				2023	2024	2025	2026	2027
Calendario de Contrataciones								
Gerencia	Salario Mensual	Salario Anual						
Gerente	650	7,800		1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
Total empleados en Gerencia				1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
Dpto. Tecnologías de la Información								
Especialista de TI	550	6,600		1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
Total empleados en Dpto. Tecnologías de la Información				1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
Dpto. Comercial								
Jefe Departamento	600	7,200		1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
Total empleados en Dpto. Comercial				1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
Dpto. Operaciones								
Jefe de Operaciones	500	6,000		1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
Total empleados en Dpto. Operaciones				1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
TOTAL NÚMERO DE EMPLEADOS				4	4	4	4	4

5.1.5 Cálculo de Sueldos y Salarios

En el siguiente cuadro, por otro lado, podemos observar el cálculo de sueldos y salarios del personal que forma parte de la empresa FurryLove, con los valores anuales desde el 2023 al 2027:

Tabla 14

Proyección de Gastos de Personal de FurryLove.

Proyecto FurryLove						
Proyección Gastos de Personal						
<i>Cantidades expresadas en Euros</i>		Total 2023	Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027
Cálculo de los Sueldos y Salarios						
Gerencia						
Gerente		7,800	8,252	8,731	9,237	9,773
Bonus pagados en área de producción	0.0% del salario	0	0	0	0	0
Otras partidas salariales (seguro médico, etc)	0.0% del salario	0	0	0	0	0
Seguridad Social y otros gastos de personal		1,685	1,783	1,886	1,995	2,111
Total Sueldos y Salarios en Gerencia		9,485	10,035	10,617	11,233	11,884
Dpto. Tecnologías de la Información						
Especialista de TI		6,600	6,983	7,388	7,816	8,270
Bonus pagados en área de producción	0.0% del salario	0	0	0	0	0
Otras partidas salariales (seguro médico, etc)	0.0% del salario	0	0	0	0	0
Seguridad Social y otros gastos de personal		1,426	1,508	1,596	1,688	1,786
Total empleados en Dpto. Tecnologías de la Información		8,026	8,491	8,984	9,505	10,056
Dpto. Comercial						
Jefe Departamento		7,200	7,618	8,059	8,527	9,021
Bonus pagados en área de producción	0.0% del salario	0	0	0	0	0
Otras partidas salariales (seguro médico, etc)	0.0% del salario	0	0	0	0	0
Seguridad Social y otros gastos de personal		1,555	1,645	1,741	1,842	1,949
Total empleados en Dpto. Comercial		8,755	9,263	9,800	10,369	10,970
Dpto. Operaciones						
Jefe de Operaciones		6,000	6,348	6,716	7,106	7,518
Bonus pagados en área de producción	0.0% del salario	0	0	0	0	0
Otras partidas salariales (seguro médico, etc)	0.0% del salario	0	0	0	0	0
Seguridad Social y otros gastos de personal		1,296	1,371	1,451	1,535	1,624
Total empleados en Dpto. Operaciones		7,296	7,719	8,167	8,641	9,142
TOTAL SUELDOS Y SALARIOS		33,562	35,508	37,568	39,747	42,052
Seguridad Social y otros gastos de personal	21.6% adicional del salario	21.6%	21.6%	21.6%	21.6%	21.6%
Crecimiento anual de salarios	5.8%					
Salarios como % de los salarios iniciales		100.0%	105.8%	111.9%	118.4%	125.3%

5.2 Previsiones Financieras

La siguiente tabla, se presenta la información correspondiente a las provisiones financieras que FurryLove ha considerado; en primer lugar, observaremos los servicios que brindará la empresa:

- Alojamiento 24 horas
- Cuidado a domicilio

- Alojamiento diurno
- Guardería de mascotas
- Paseo para perros

5.2.1 Ingresos

A partir de estos servicios, la empresa ha proyectado sus ingresos por 5 años, iniciando desde el año 2023 al 2027 en función de los precios estimados, así como las cantidades que se estima vender para cada servicio:

Tabla 15

Proyección de ingresos por servicio de FurryLove.

Proyecto FurryLove					
Proyección de ingresos					
<i>Cantidades expresadas en Dólares</i>	Total 2023	Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027
Ingresos netos del producto/servicio: Alojamiento 24h					
Ingresos por Producto/Servicio					
Número de Unidades	526	896	941	988	1,037
Precio de venta	28	28	30	32	34
Total ingresos del producto/servicio	14,719	25,085	28,220	31,607	35,261
Devoluciones	0	0	0	0	0
INGRESOS NETOS POR PRODUCTO/SERVICIO	14,719	25,085	28,220	31,607	35,261
<i>% s/Ventas Totales del Proyecto</i>	15.0%	15.8%	15.6%	16.3%	17.0%
Ingresos netos del producto/servicio: Cuidado a domicilio					
Ingresos por Producto/Servicio					
Número de horas	1,800	2,624	2,755	2,893	3,037
Precio de venta	10	12	14	14	14
Total ingresos del producto/servicio	18,000	31,484	38,568	40,496	42,521
Devoluciones	0	0	0	0	0
INGRESOS NETOS POR PRODUCTO/SERVICIO	18,000	31,484	38,568	40,496	42,521
<i>% s/Ventas Totales del Proyecto</i>	18.4%	19.9%	21.4%	20.9%	20.5%

Ingresos netos del producto/servicio: Alojamiento diurno					
Ingresos por Producto/Servicio					
Número de Unidades	168	240	252	265	278
Precio de venta	15	18	20	22	24
Total ingresos del producto/servicio	2,520	4,320	5,040	5,821	6,668
Devoluciones	0	0	0	0	0
INGRESOS NETOS POR PRODUCTO/SERVICIO	2,520	4,320	5,040	5,821	6,668
<i>% s/Ventas Totales del Proyecto</i>	<i>2.6%</i>	<i>2.7%</i>	<i>2.8%</i>	<i>3.0%</i>	<i>3.2%</i>
Ingresos netos del producto/servicio: Guardería de mascotas					
Ingresos por Producto/Servicio					
Número de Unidades	198	312	328	344	361
Precio de venta	260	260	270	275	280
Total ingresos del producto/servicio	51,480	81,120	88,452	94,595	101,130
Devoluciones	0	0	0	0	0
INGRESOS NETOS POR PRODUCTO/SERVICIO	51,480	81,120	88,452	94,595	101,130
<i>% s/Ventas Totales del Proyecto</i>	<i>52.5%</i>	<i>51.2%</i>	<i>49.0%</i>	<i>48.8%</i>	<i>48.7%</i>
Ingresos netos del producto/servicio: Paseo para perros					
Ingresos por Producto/Servicio					
Número de horas	2,268	2,744	2,881	3,026	3,177
Precio de venta	5	6	7	7	7
Total ventas del producto/servicio	11,340	16,466	20,170	21,179	22,238
Devoluciones	0	0	0	0	0
INGRESOS NETOS POR PRODUCTO/SERVICIO	11,340	16,466	20,170	21,179	22,238
<i>% s/Ventas Totales del Proyecto</i>	<i>11.6%</i>	<i>10.4%</i>	<i>11.2%</i>	<i>10.9%</i>	<i>10.7%</i>

Tabla 16

Resumen de Proyección de ingresos, Proyecto FurryLove.

Proyecto FurryLove					
<i>Proyección de ingresos</i>					
	Total 2023	Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027
<i>Cantidades expresadas en Dólares</i>					
Resumen de Ingresos Netos por Producto/Servicio					
Ingresos netos por producto/servicio					
Alojamiento 24h	14,719	25,085	28,220	31,607	35,261
Cuidado a domicilio	18,000	31,484	38,568	40,496	42,521
Alojamiento diurno	2,520	4,320	5,040	5,821	6,668
Guardería de mascotas	51,480	81,120	88,452	94,595	101,130
Paseo para perros	11,340	16,466	20,170	21,179	22,238
INGRESOS NETOS DEL PROYECTO	98,059	158,474	180,451	193,698	207,818
Desglose de Ventas					
Ventas al contado	0	0	0	0	0
Ventas a crédito	98,059	158,474	180,451	193,698	207,818

5.2.2 Costos

Considerando el tipo de servicios que brindará la empresa FurryLove, es posible observar que el costo se genera al establecer una comisión para los prestadores de cada servicio en función de la necesidad de las mascotas de nuestros clientes, quienes utilizan la aplicación y página Web para contratar al prestador más cercano, mejor puntuado o más barato. Como parte de la estrategia empresarial el costo de ventas (comisión) sería de 50%.

5.2.3 Costo de Ventas

En el siguiente cuadro podremos observar los valores proyectados en función del costo de ventas descrito anteriormente, basado en la comisión establecida para los prestadores de los servicios:

Tabla 17

Proyección Costos de Ventas de FurryLove.

Proyecto FurryLove					
Proyección Coste de Ventas					
<i>Cantidades expresadas en Euros</i>	Total 2023	Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027
Costes de ventas del producto/servicio: Alojamiento 24h					
Coste materiales utilizados					
Número de Unidades	526	896	941	988	1,037
Coste materiales por unidad	14	14	15.00	16.00	17.00
Total ingresos del producto/servicio	7,360	12,542	14,110	15,803	17,631
Mano de obra directa	1,095	1,222	1,277	1,410	1,551
Gastos generales de fabricación	92	100	100	106	111
COSTE DE VENTAS DEL PRODUCTO/SERVICIO	8,547	13,864	15,487	17,319	19,293
Costes de ventas del producto/servicio: Cuidado a domicilio					
Coste materiales utilizados					
Número de Unidades	1,800	2,624	2,755	2,893	3,037
Coste materiales por unidad	5	6	7.00	7.00	7.00
Total ingresos del producto/servicio	9,000	15,742	19,284	20,248	21,261
Mano de obra directa	1,339	1,534	1,746	1,806	1,870
Gastos generales de fabricación	113	125	136	135	134
COSTE DE VENTAS DEL PRODUCTO/SERVICIO	10,452	17,401	21,166	22,190	23,265
Costes de ventas del producto/servicio: Alojamiento diurno					
Coste materiales utilizados					
Número de Unidades	168	240	252	265	278
Coste materiales por unidad	8	9	10.00	11.00	12.00
Total ingresos del producto/servicio	1,260	2,160	2,520	2,911	3,334
Mano de obra directa	187	210	228	260	293
Gastos generales de fabricación	16	17	18	19	21
COSTE DE VENTAS DEL PRODUCTO/SERVICIO	1,463	2,388	2,766	3,190	3,648
Costes de ventas del producto/servicio: Guardería de mascotas					
Coste materiales utilizados					
Número de Unidades	198	312	328	344	361
Coste materiales por unidad	130	130	135.00	137.50	140.00
Total ingresos del producto/servicio	25,740	40,560	44,226	47,297	50,565
Mano de obra directa	3,830	3,951	4,003	4,220	4,449
Gastos generales de fabricación	323	322	313	316	318
COSTE DE VENTAS DEL PRODUCTO/SERVICIO	29,893	44,833	48,542	51,833	55,332

Costes de ventas del producto/servicio: Paseo para perros					
Coste materiales utilizados					
Número de Unidades	2,268	2,744	2,881	3,026	3,177
Coste materiales por unidad	3	3	3.50	3.50	3.50
Total ingresos del producto/servicio	5,670	8,233	10,085	10,589	11,119
Mano de obra directa	844	802	913	945	978
Gastos generales de fabricación	71	65	71	71	70
COSTE DE VENTAS DEL PRODUCTO/SERVICIO	6,585	9,100	11,069	11,605	12,167

5.2.4 OPEX

Con el objetivo de continuar la estimación presupuestaria para los próximos años se detallan los costos operativos:

Tabla 18

Proyección de Costos de Explotación de FurryLove.

Proyecto FurryLove						
Proyección Costes de Explotación						
<i>Cantidades expresadas en Euros</i>		Total 2023	Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027
INGRESOS NETOS DEL PROYECTO		98,059	158,474	180,451	193,698	207,818
Inflación		2.40%	1.50%	1.30%	1.00%	1.00%
Costes como % de los costes iniciales		100.00%	102.40%	103.94%	105.29%	106.34%
Gastos de Personal						
Gastos de Personal (excl. gastos de producción)						
Sueldos y salarios en Tecnologías de la Información		8,026	8,491	8,984	9,505	10,056
Sueldos y salarios en Dpto. Comercial		8,755	9,263	9,800	10,369	10,970
Sueldos y salarios en Dpto de operaciones		7,296	7,719	8,167	8,641	9,142
TOTAL GASTOS DE PERSONAL		24,077	25,473	26,951	28,514	30,168
Gastos de Promoción y Publicidad						
Gastos de promoción y publicidad						
Número de empleados		1	1	1	1	1
Gastos de asesoramiento		0	0	0	0	0
Material de Oficina		24	25	25	25	26
Viajes		600	614	624	632	638
Comunicación		120	123	125	126	128
Publicidad		1,471	2,377	2,707	2,905	3,117
Ferias y exhibiciones		1,961	3,169	3,609	3,874	4,156
Otros		0	0	0	0	0
TOTAL GASTOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD		4,176	6,308	7,089	7,563	8,065
Gastos de Administración						
Gastos de Administración						
Número de empleados (incl. todas áreas excepto producción & marketing y ve		2	2	2	2	2
Material de Oficina		48	49	50	4	4
Viajes		480	492	499	40	40
Comunicación		120	123	125	10	10
Seguros		0	0	0	0	0
Servicios profesionales (legal contabilidad, etc)		6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
Provisión por facturas impagadas		490	792	902	968	1,039
Alquiler oficina		1,680	1,720	1,746	1,769	1,787
Agua, electricidad		252	258	262	265	268
Mantenimiento, reparaciones puntuales		420	430	437	442	447
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		9,490	9,864	10,020	9,499	9,594

Cálculo gastos de alquiler oficina						
Espacio total de oficina (m2)		35	35	35	35	35
Coste total alquiler de oficina	4,00 /m2	1,680	1,720	1,746	1,769	1,787
Imprevistos						
Imprevistos						
Estimación de provisiones	3,0% de las ventas	2,942	4,754	5,414	5,811	6,235
TOTAL IMPREVISTOS		2,942	4,754	5,414	5,811	6,235
Resumen de Costes de Explotación						
Costes de explotación						
Gastos de Personal		24,077	25,473	26,951	28,514	30,168
Gastos de Promoción y Publicidad		4,176	6,308	7,089	7,563	8,065
Gastos de Administración		9,490	9,864	10,020	9,499	9,594
Imprevistos		2,942	4,754	5,414	5,811	6,235
COSTE DE EXPLOTACIÓN DEL PROYECTO		40,685	46,400	49,474	51,386	54,061

5.2.5 CAPEX

Por otro lado, para continuar con la estimación presupuestaria para los próximos años se detallan las inversiones en bienes de capital en las que incurrirá FurryLove:

Tabla 19

Inversiones (CAPEX) de FurryLove.

Proyecto FurryLove		Total	Total	Total	Total	Total
<i>Inversiones (CAPEX)</i>		2023	2024	2025	2026	2027
<i>Cantidades expresadas en Euros</i>						
Plan de inversiones materiales e inmateriales (CAPEX)						
Mobiliario	Total CAPEX					
Mejoras y adecuaciones iniciales	2,000	2,000	0			
Muebles y enseres	3,000	3,000	0			
Total Inversiones / CAPEX	5,000	5,000	0	0	0	0
Hardware	Total CAPEX					
Equipos de cómputo	6,000	3,000	0		3,000	
Total Inversiones / CAPEX	6,000	3,000	0	0	3,000	0
Software	Total CAPEX					
Licencias de software	5,000	2,100	100	100	2,600	100
Aplicación y Página Web	9,400	6,100	100	100	3,000	100
Total Inversiones / CAPEX	14,400	8,200	200	200	5,600	200
TOTAL INVERSIONES / CAPEX DEL PROYECTO	25,400	16,200	200	200	8,600	200
Cálculo de las Amortizaciones						
Mobiliario	Plazos Amortización					
Mejoras y adecuaciones iniciales	10 años	200	200	200	200	200
Muebles y enseres	10 años	300	300	300	300	300
Total amortizaciones		500	500	500	500	500
Hardware	Plazos Amortización					
Equipos de cómputo	3 años	2,000	1,000	0	2,000	2,000
Total amortizaciones		2,000	1,000	0	2,000	2,000
Software	Plazos Amortización					
Licencias de software	5 años	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
Aplicación y Página Web	5 años	1,880	1,880	1,880	1,880	1,880
Total amortizaciones		2,880	2,880	2,880	2,880	2,880
TOTAL AMORTIZACIONES		5,380	4,380	3,380	5,380	5,380
Resumen de CAPEX Material e Inmaterial						
Inversiones (CAPEX) del periodo		16,200	200	200	8,600	200
Inversiones Acumuladas - Activo Fijo		16,200	16,400	16,600	25,200	25,400
Amortizaciones del periodo		5,380	4,380	3,380	5,380	5,380
Amortización Acumulada		5,380	9,760	13,140	18,520	23,900

5.2.6 Cuenta de Explotación

Una vez estimados todos los valores de ingresos, costos e inversiones en los que incurrirá la empresa, a continuación, se muestra el detalle con la proyección de resultados a obtener en los 5 años definidos:

Tabla 20

Cuenta de Explotación Proyectada de FurryLove.

Proyecto FurryLove					
Cuenta de Explotación Proyectada					
	Total 2023	Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027
<i>Cantidades expresadas en Euros</i>					
Ingresos Netos del Proyecto	98,059	158,474	180,451	193,698	207,818
Coste de Ventas	(56,940)	(87,585)	(99,031)	(106,136)	(113,704)
MARGEN BRUTO	41,119	70,889	81,420	87,561	94,114
% s/Ventas Totales del Proyecto	42%	45%	45%	45%	45%
Costes de Explotación					
Gastos de Personal	(24,077)	(25,473)	(26,951)	(28,514)	(30,168)
Gastos de Promoción y Publicidad	(4,176)	(6,308)	(7,089)	(7,563)	(8,065)
Gastos de Administración	(9,490)	(9,864)	(10,020)	(9,499)	(9,594)
Imprevistos	(2,942)	(4,754)	(5,414)	(5,811)	(6,235)
Total Costes de Explotación	(40,685)	(46,400)	(49,474)	(51,386)	(54,061)
% s/Ventas Totales del Proyecto	-41%	-29%	-27%	-27%	-26%
EBITDA	434	24,489	31,946	36,175	40,053
% s/Ventas Totales del Proyecto	0%	15%	18%	19%	19%
Amortización	(5,380)	(4,380)	(3,380)	(5,380)	(5,380)
EBIT	(4,946)	20,109	28,566	30,795	34,673
% s/Ventas Totales del Proyecto	-5%	13%	16%	16%	17%
Gastos Financieros	(1,163)	(907)	(768)	(512)	(256)
Ingresos Financieros	0	0	0	0	0
					0.0% saldo caja
Beneficio antes de Impuestos	(6,108)	19,202	27,798	30,283	34,417
Impuesto sobre beneficio	0	(3,273)	(6,950)	(7,571)	(8,604)
					25.0% del beneficio
BENEFICIO NETO (PÉRDIDA)	(6,108)	15,929	20,849	22,712	25,813
Beneficio Antes de Impuestos		19,202	27,798	30,283	34,417
Beneficio Antes de Impuestos Acumulado	(6,108)	19,202	27,798	30,283	34,417
Impuesto de Sociedades a Pagar	0	3,273	6,950	7,571	8,604

5.2.7 Punto de Equilibrio:

Ahora, se detalla también el punto de equilibrio de la empresa, una vez que se conoce la estimación de ingresos y costos proyectados:

Tabla 21*Punto de Equilibrio de FurryLove.*

	Total	Total	Total	Total	Total
	2,023	2,024	2,025	2,026	2,027
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 97,624.86	\$ 133,985.81	\$ 148,504.38	\$ 157,522.69	\$ 167,765.47
COSTO DE VENTAS	\$ 56,939.92	\$ 87,585.49	\$ 99,030.77	\$ 106,136.28	\$ 113,704.21
COSTO DE EXPLOTACIÓN	\$ 40,684.93	\$ 46,400.32	\$ 49,473.61	\$ 51,386.41	\$ 54,061.25

Adicionalmente, podemos observar el número de unidades requeridas para llegar al punto de equilibrio por cada servicio, en función de la participación dentro de los ingresos proyectados:

Tabla 22*Unidades requeridas para llegar al Punto de Equilibrio de FurryLove.*

	Total	Total	Total	Total	Total
	2,023	2,024	2,025	2,026	2,027
Alojamiento 24h	523	757	774	803	837
Cuidado a domicilio	1,792	2,218	2,267	2,352	2,452
Alojamiento diurno	70	70	69	70	72
Guardería de mascotas	197	264	270	280	292
Paseo para perros	2,258	2,320	2,371	2,461	2,565

5.3 Financiación y Rentabilidad Financiera

A continuación, se presenta la información correspondiente a la financiación requerida y aplicada al proyecto, así como a la rentabilidad financiera obtenida por FurryLove:

5.3.1 Fondo de Maniobra

Una vez que conocemos las actividades que realizará la empresa, así como los ingresos, costos, inversiones, podemos establecer el monto con el que deberá contar la empresa para poder cubrir los pagos y obligaciones a corto plazo para efectuar sus operaciones:

Tabla 23

Fondo de Maniobra Proyectado de FurryLove.

Proyecto FurryLove					
<i>Fondo de Maniobra proyectado</i>					
<i>Cantidades expresadas en Euros</i>	Total 2023	Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027
Ingresos Netos del Proyecto	98,059	158,474	180,451	193,698	207,818
Inflación	2.40%	1.50%	1.30%	1.00%	1.00%
Costes como % de los costes iniciales	100.00%	102.40%	103.94%	105.29%	106.34%
Estimación Activos Corrientes					
Inventario					
Coste de Ventas del Proyecto			99,031	106,136	113,704
Días de inventario			0	0	0
TOTAL INVENTARIO	0	0	0	0	0
Clientes					
Ventas a crédito del proyecto			180,451	193,698	207,818
Días de cobro			1	1	1
TOTAL CLIENTES	324	488	494	531	569
Otros Activos Corrientes					
Ingresos Netos del Proyecto			180,451	193,698	207,818
% de las Ventas Totales			0.0%	0.0%	0.0%
TOTAL OTROS ACTIVOS CORRIENTES	0	0	0	0	0
Estimación Pasivos Corrientes					
Proveedores					
Coste de Ventas del Proyecto			99,031	106,136	113,704
Días de pago			30	30	30
TOTAL PROVEEDORES	5,525	8,022	8,140	8,724	9,346
Otros Pasivos Corrientes					
Coste de Ventas del Proyecto			99,031	106,136	113,704
% del Coste de Ventas			0.0%	0.0%	0.0%
TOTAL OTROS PASIVOS CORRIENTES	0	0	0	0	0
Cálculo del Fondo de Maniobra					
Inventario	0	0	0	0	0
Clientes	324	488	494	531	569
Otros activos corrientes	0	0	0	0	0
Proveedores	(5,525)	(8,022)	(8,140)	(8,724)	(9,346)
Otros pasivos corrientes	0	0	0	0	0
FONDO DE MANIOBRA	(5,200)	(7,534)	(7,645)	(8,193)	(8,776)

5.3.2 Balance

Posteriormente, podemos observar la estructura y situación de la empresa a partir de las cuentas de activo, pasivo y patrimonio, dentro de las cuales se detallan inventarios, tangibles e

intangibles, deudas a corto y largo plazo y dentro del patrimonio el capital social, reservas y resultados del ejercicio:

Tabla 24

Balance de Situación Proyectado de FurryLove.

Proyecto FurryLove					
Balance de Situación proyectado					
<i>Cantidades expresadas en Euros</i>	Total 2023	Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027
ACTIVOS					
Activos Corrientes					
Caja	16,672	38,093	62,003	76,065	102,074
Inventario	0	0	0	0	0
Clientes	324	488	494	531	569
Otros activos corrientes	0	0	0	0	0
Total Activos Corrientes	16,996	38,581	62,498	76,595	102,643
Activos Fijos					
Activos Fijos (tangibles & intangibles)	16,200	16,400	16,600	25,200	25,400
Amortización Acumulada	(5,380)	(9,760)	(13,140)	(18,520)	(23,900)
Activo Fijo Neto	10,820	6,640	3,460	6,680	1,500
TOTAL ACTIVO	27,816	45,221	65,958	83,275	104,143
PASIVOS					
Pasivo Corriente					
Proveedores	5,525	8,022	8,140	8,724	9,346
Impuestos a pagar	0	579	6,950	7,571	8,604
Otros pasivos corrientes	0	0	0	0	0
Deudas a pagar a corto plazo	1,600	1,600	1,600	1,600	0
Total Pasivos Corrientes	7,125	10,201	16,689	17,894	17,950
Pasivos a Largo Plazo					
Deudas a largo Plazo	4,800	3,200	1,600	0	0
Total Pasivos a Largo Plazo	4,800	3,200	1,600	0	0
TOTAL PASIVO	11,925	13,401	18,289	17,894	17,950
FONDOS PROPIOS					
Capital Social	22,000	22,000	22,000	22,000	22,000
Reservas	(6,280)	8,084	4,820	20,669	38,381
Beneficio (pérdida) del ejercicio	171	1,737	20,849	22,712	25,813
TOTAL FONDOS PROPIOS	15,892	31,820	47,669	65,381	86,194
TOTAL PASIVO Y FONDOS PROPIOS	27,816	45,221	65,958	83,275	104,143

5.3.3 Estado Cash Flow

En el siguiente cuadro podemos observar la proyección de flujos de caja que tendrá FurryLove, el cual representa como se mueve el dinero dentro y fuera de la empresa y permite observar la salud financiera de la empresa, es importante notar que todos los flujos en todos los años son positivos:

Tabla 25

Estado de Cash Flow Proyectado de FurryLove.

Proyecto FurryLove					
Estado de Cash Flow proyectado					
<i>Cantidades expresadas en Euros</i>	Total 2023	Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027
CAJA AL INICIO DEL EJERCICIO	0	16,672	38,093	62,003	76,065
Flujo de Caja de las Operaciones Corrientes					
Beneficio Neto	(6,108)	15,929	20,849	22,712	25,813
Amortizaciones & Depreciaciones	5,380	4,380	3,380	5,380	5,380
Reducción (Aumento) de Activos Corrientes (sin caja)	(324)	(164)	(6)	(36)	(39)
Aumento (reducción) de Pasivo Corriente (sin deud)	5,525	3,076	6,488	1,205	1,655
Total Flujo de Caja de las Operaciones Corrientes	4,472	23,221	30,711	29,261	32,809
Flujo de Caja de las Inversiones					
CAPEX - Inversiones	16,200	200	200	8,600	200
Total Flujo de Caja de las Inversiones	16,200	200	200	8,600	200
Flujo de Caja de las Operaciones de Financiación					
Aportaciones de los fundadores	22,000	0			
Aportaciones de los Inversores	0	0	0	0	0
Deuda de los inversores	0	0	0	0	0
Deuda Bancaria 1	8,000	0	0	0	0
Deuda Bancaria 2	0	0	0	0	0
Recompra de Acciones	0	0	0	0	0
Amortización Deuda de los inversores	0	0	0	0	0
Amortización Deuda Bancaria 1	(1,600)	(1,600)	(1,600)	(1,600)	(1,600)
Amortización Deuda Bancaria 2	0	0	0	0	0
Dividendos	0	0	(5,000)	(5,000)	(5,000)
Total Flujo de Caja de las Operaciones de Financiación	28,400	(1,600)	(6,600)	(6,600)	(6,600)
CAJA AL FINAL DEL EJERCICIO	16,672	38,093	62,003	76,065	102,074

Análisis de las rondas de financiación

Participación en el capital del equipo promotor	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Porcentaje del capital social asociado a la inversión		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Participación en el capital de inversores	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
A Balance:					
Capital Social	22,000	22,000	22,000	22,000	22,000
Reservas	(6,280)	8,084	4,820	20,669	38,381
Caja Máxima:					
Caja Mínima:					

5.3.4 Estructura de la Deuda

A continuación, podremos observar las fuentes de financiamiento para la puesta en marcha de las operaciones de la empresa, dentro de lo cual podemos identificar la amortización de un préstamo bancario:

Tabla 26

Calendario de Amortización de Deudas de FurryLove.

Proyecto FurryLove					
<i>Calendario de Amortización de Deudas</i>					
<i>Cantidades expresadas en Euros</i>	Total 2023	Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027
Amortización Deuda Bancaria 1					
Principal:	8,000				
Tipo de interés:	16.0%				
Plazo de Amortización:	5 años				
Tipo de amortización:	1 (1= amortización constante del principal; 2 = amortización de principal a vencimiento)				
Repago de principal:	20.0%	20.0%	20.0%	20.0%	20.0%
Saldo Inicial:	8,000	6,400	4,800	3,200	1,600
Amortización:	2,763	2,507	2,368	2,112	1,856
Principal:	1,600	1,600	1,600	1,600	1,600
Intereses:	1,163	907	768	512	256
Saldo Final:	6,400	4,800	3,200	1,600	0
Deuda a pagar a corto plazo:	1,600	1,600	1,600	1,600	0
Deuda a largo plazo:	4,800	3,200	1,600	0	0
Balance - Pasivo					
Pasivo Corriente					
Deudas a pagar a corto plazo	1,600	1,600	1,600	1,600	0
Pasivos a Largo Plazo					
Deudas a largo Plazo	4,800	3,200	1,600	0	0
Cuenta de Explotación					
Gastos Financieros	(1,163)	(907)	(768)	(512)	(256)

5.3.5 Necesidades de Financiación

En el siguiente cuadro, se observa el monto requerido para la financiación del proyecto:

Tabla 27

Necesidades de Financiación de FurryLove.

Proyecto FurryLove					
Necesidades de Financiación					
<i>Cantidades expresadas en Euros</i>	Total 2023	Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027
Necesidades de Financiación					
Caja al inicio del ejercicio (sin incluir flujo de caja de las ops. de financiación)	0	(11,728)	11,293	41,803	62,465
Flujo de Caja de las Operaciones Corrientes	4,472	23,221	30,711	29,261	32,809
Flujo de Caja de las Inversiones	16,200	200	200	8,600	200
NECESIDADES DE FINANCIACIÓN	(11,728)	11,293	41,803	62,465	95,074
NECESIDAD DE FINANCIACIÓN DEL PROYECTO	<u>(15,799)</u>				

5.4 Rentabilidad del proyecto

Finalmente, una vez definidas todas las variables financieras de FurryLove, es posible identificar los resultados obtenidos respecto a la rentabilidad de la empresa a partir de indicadores como la TIR, VAN y Periodo de recuperación:

Tabla 28

Cálculo de la Rentabilidad del Proyecto de FurryLove.

Proyecto FurryLove					
<i>Cálculo de la Rentabilidad del Proyecto</i>					
<i>Cantidades expresadas en euros</i>	Total 2023	Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027
Inversión (Capital social inicial) +	22,000	0	0	0	0
Beneficio neto (después de impuestos)	-6,108	15,929	20,849	22,712	25,813
Amortización	5,380	4,380	3,380	5,380	5,380
Cash-Flow (Flujo de Caja)	-728	20,309	24,229	28,092	31,193

Resultados Obtenidos:

Valor Actual Neto (VAN): 33,187
Tasa Interna de Retorno (TIR): 57%
Plazo de Recuperación (PR): 2.10

Conclusiones y Aplicaciones

- De acuerdo con todos los estudios realizados en el presente proyecto como son; el plan de negocios, de marketing, comercial, de atención al cliente y financiero, podemos concluir que la idea de negocio de FurryLove, es posible puesto que el comportamiento del mercado referente a las mascotas ha ido creciendo en los últimos años, esto debido a que la gran mayoría de familias hoy en día tienen perros o gatos.
- En el ámbito financiero y administrativo hemos podido observar que el estudio de factibilidad es rentable, ya que en el segundo año en el cálculo de rentabilidad del proyecto los números son positivos, y en el tercer año ya se empieza a reflejar un margen de ganancia para la empresa.
- No obstante este estudio sobre FurryLove, presenta algunas limitaciones, como la falta de compromiso por parte del usuario, el cual puede cambiar de parecer de un momento a otro sobre la asistencia ya solicitada, es algo que se vive en otras plataformas de servicios por medio de una aplicación, causando una pérdida de tiempo en la gestión de procesos para otros usuarios, o a su vez, para sí mismo y para la empresa que está esperando brindar el beneficio, proponemos realizar un estudio más extenso sobre la muestra poblacional de mascotas para mejorar la calidad de las prestaciones dadas, estas limitaciones se pueden solventar o solucionar realizando encuestas de satisfacción y generando relaciones perpetuas con los usuarios, generar promociones y descuentos por usos reiterativas y la creación del club FurryLove, para hacerse acreedores a promociones, ferias, semanas de descuento y beneficios varios.
- En conclusión, el desarrollo de una aplicación móvil para el cuidado de mascotas demuestra ser una solución innovadora y útil para aquellos dueños de mascotas que buscan una forma más conveniente y eficiente de manejar la atención y cuidado de sus animales de compañía. La aplicación permite una organización más sencilla y efectiva en la planificación de citas veterinarias, la administración de la alimentación y la medicación, y el seguimiento de las actividades y comportamiento de las mascotas. Además, ofrece una plataforma para conectarse con otros dueños de mascotas y compartir consejos y experiencias.

- En general, la aplicación móvil para el cuidado de mascotas proporciona una gran cantidad de valor para los dueños de mascotas y es un ejemplo de cómo la tecnología puede mejorar la vida de las personas y sus seres queridos. Al hacer más fácil y accesible el cuidado de las mascotas, se fomenta una sociedad más comprometida y responsable con el bienestar de estos animales. Por lo tanto, esta investigación sugiere una amplia adopción de este tipo de tecnologías en el futuro.
- Luego de haber realizado el análisis del proyecto, obtuvimos la mayor parte de información necesaria, que nos ha permitido alcanzar la claridad de datos y concluir la viabilidad de FurryLove, como se mencionó anteriormente, pero es importante tomar en cuenta que en el desarrollo de este pueden surgir nuevas incógnitas, las cuales se irán resolviendo en el camino siempre con la finalidad del éxito de este.

Referencias Bibliograficas

- Álvarez, N. (2016 de julio de 2016). *Emprendepyme*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/plan-de-negocio-con-el-modelo-canvas.html>
- Brancoli, M. B. (2020). Del prototipo al producto; experiencia piloto para promover el emprendimiento temprano. *Dialnet: Cuaderno del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, 59-66.
- Castillo, M., Alvarez, A., & Cabana, R. (2014). Desing thinking; como guia a estudiantes, emprendedores o empresarios en su aplicación. *Ingeniería Industrial*, 301-311. doi:<http://scielo.sld.cu/pdf/rri/v35n3/rri06314.pdf>
- Comisión para el Mercado Financiero. (19 de noviembre de 2019). *Portal de Educación Financiera*. Obtenido de <https://www.cmfeduca.cl/educa/600/w3-channel.html>
- Cox, A. (26 de mayo de 2020). *net mind: Agile Management*. Obtenido de <https://www.netmind.es/knowledge-center/tecnica-scamper/>
- Fernández, F. J., & Rodríguez, J. C. (2018). La metodología Lean Starttup: desarrollo y aplicación para el emprendimiento. *Revista EAN Escuela de Administración de Negocios*, 79-95. doi:<https://journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/view/1918/1735>
- Montes, L. F., Silva, L. I., Andrade, M. P., Guimaraes, M., Silvestre, K., & Nishi, L. (2017). La metodología ágil de Scrum dentro de la gestión de Startups. *Revista Ada Lovelace*, 18-25. doi:<http://45.4.96.34/index.php/adalovelace/article/view/4110/2527>
- Montiel, S. (30 de noviembre de 2016). *Deusto Formación*. Obtenido de <https://www.deustoformacion.com/blog/gestion-empresas/7-claves-para-definir-identidad-corporativa-empresa>
- Noreen, E., Smith, D., & Mackey, J. (2019). Introducción a los Procesos de Razonamiento. *ResearchGate*, 1-28.
- Nuño, P. (31 de enero de 2018). *La cultura organizacional*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/que-es-la-cultura-organizacional.html>
- Ponce, R., Ortiz, J. P., & Castillo, V. R. (2018). Aplicación del modelo de negocios CANVAS y Service Blueprint para el diseño de nuevos servicios. 64-73.
- Rodríguez, M. G., & Méndez, M. C. (2020). Gestión de intangibles como pilar fundamental en el desarrollo de nuevas organizaciones. *Universidad y Sociedad*, 398-406. doi:<http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n3/2218-3620-rus-12-03-398.pdf>
- Shum, Y. M. (2 de noviembre de 2015). *Yi Min Shum: Social Media, Marketing, SEO, Marca Personal*. Obtenido de <https://yiminshum.com/empathy-map-mapa-empatia/>

Anexos


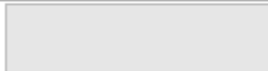



Anexo 1

Diseño inicial de la página WEB y Aplicación móvil de FurryLove.



Anexo 2

Paleta de colores corporativo de FurryLove.

Color	RGB	HEX
	219/48/103	#DB3067
	230/230/230	#E6E6E6
	203/203/203	#CBCBCB
	177/177/177	#B1B1B1
	71/71/71	#474747