

MODELO DE NEGOCIO

APPMYPETS DIGITAL PET ID

1.- Introducción

Hoy en día, hacer planes con un perro es algo complicado, no solo porque no sabemos si seremos bienvenidos o no con ellos, sino también por la cantidad de requisitos que te piden a la hora de acceder con ellos a locales o negocios y la inseguridad que dicha visita crea a su alrededor.

Por otro lado, hay una gran cantidad de usuarios irresponsables que no tienen muy claras las responsabilidades y obligaciones que conlleva tener una animal de compañía, generando situaciones de comportamiento no deseadas en sus perros, por la falta de conocimientos y de vinculación con ellos.

Todo esto hace que el tener hoy en día un perro y querer disfrutar de su compañía allá donde vayas, con acciones tan cotidianas como coger un autobús, ir en metro, a un restaurante, cafetería u hotel, se hacen complicadas y, en muchas ocasiones, no inclusivas para con ese nuevo miembro de la unidad familiar.

Vamos a crear la primera plataforma digital certificadora de perros, validando su documentación oficial para cumplir con la nueva ley de bienestar animal, así como su nivel de adiestramiento y socialización, y todo a través de la lectura de un código QR.

Se trata de poner en marcha el primer sello de calidad tipo “AENOR-PET” en cuanto a introducción sostenible y controlada de los perros en el día a día.

Que somos: Una empresa tecnológica digitalizadora de procesos a través de experiencias Chatbot/OCR con documentación tokenizada y encriptada para su certificación.

Que hacemos: Ayudar a usuarios y Pet responsables a disfrutar más del día a día de sus perros, accediendo a miles de negocios que no quieren problemas ni sorpresas a la hora de aceptar animales en sus locales o servicios.

Cómo lo hacemos: Certificamos usuarios y mascotas a través de una experiencia 100% digital.



2.- Problema y Solución

PROBLEMA:

- Usuario: Como usuario responsable, **no poder ir con mi perro** educado y socializado **libremente a cualquier lugar**. Tener que llevar por ley la documentación siempre encima y en regla.
- Negocio: Como negocio, tienen que poner, por ley, el cartel de PROHIBIDO PERROS, siempre y cuando no se acepten perros en su local. De lo contrario, estoy AUTORIZADO a poder acceder a su local, diga lo que diga el dueño.

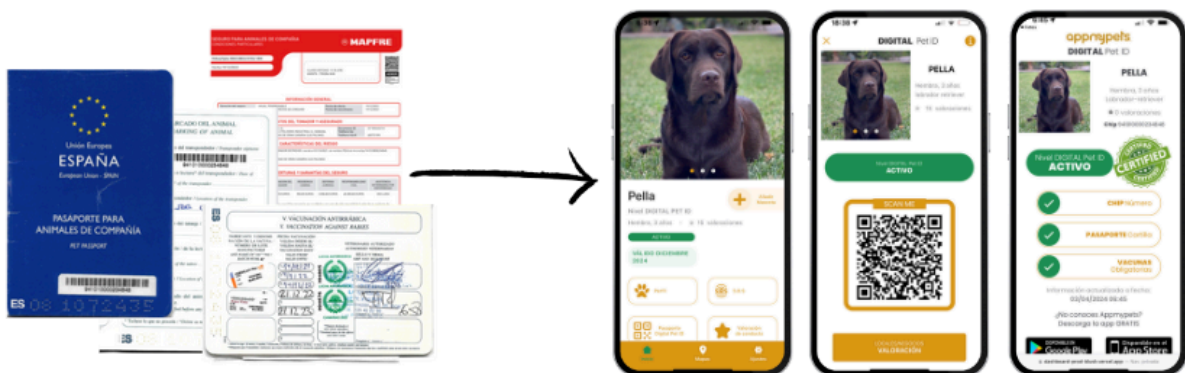
SOLUCIÓN:

- Separar usuarios RESPONSABLES de usuarios IRRESPONSABLES.
 - Usuarios Responsables: PET PASS - Premiarlos con accesos a locales y servicios de forma cómoda, sencilla y práctica, con toda la documentación digitalizada y en regla.
 - Usuarios Irresponsables: Ayudarles a convertirse en usuarios responsables.
- Como negocio, garantizar tener visita de perros educados **con comportamientos ejemplares** que no vayan a causar problemas durante su visita, siendo posible el acceso a su documentación, siempre y cuando lo necesiten, a través de la lectura de código QR.

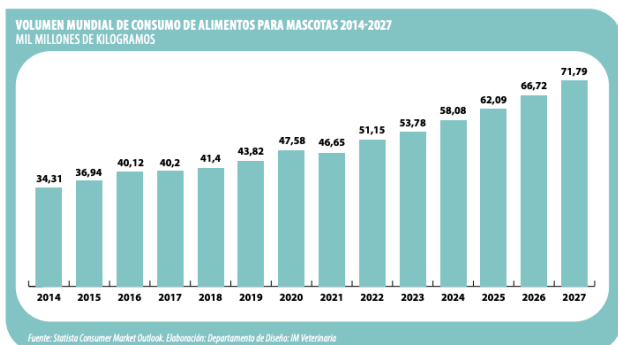
Sin duda, nos encontramos frente a un cambio de modelo social en el que las mascotas pasan a ser uno más de la familia, necesitando cubrir sus necesidades más básicas en cuanto a servicios.

En un sector totalmente analógico, Appmypets Digital PETID propone generar un cambio en la mentalidad actual de tenencia responsable de animales, y alinearse con la nueva ley, apostando por tutores legales de animales de compañía que ofrezcan a sus fieles amigos una calidad de vida digna.

Con más de 13.000 millones de cartillas de papel, Appmypets ofrece una solución sostenible para con el medio ambiente, así como una opción de identificación certificada y garantizada, con el fin de poder comprobar fácilmente que los tutores legales cumplen con la normativa actual, premiando a los mismos del acceso a lugares donde ahora mismo lo tienen prohibido.



3.- Estudio de mercado



Con más de 9 millones de perros chipeados en España, presentes en más del 40% de los hogares españoles y con un mercado en pleno crecimiento previsto para los próximos 15 años de entre un 4 y un 8%, es lo suficientemente atractivo para crear una propuesta de negocio con una necesidad real, escalable e internacionalizable.

En una sociedad donde ya hay más perros que niños menores de 15 años, y donde el gasto medio por usuario responsable (cerca del 40%) invierten entre 100 y 130 euros por año en accesorios y servicios para mejorar la calidad de vida de sus fieles amigos, con el objetivo de alcanzar el gasto medio europeo actual que es de 250 euros/perro.

Actualmente, el gasto total en el sector mascotas en España supera ya los 2.500 millones de euros, siendo el 5 país en Europa en número de animales de compañía, y uno de los primeros países en crecimiento interanual.

Con la entrada en vigor de la nueva ley de bienestar animal el pasado septiembre del 2023, se hace obligatoria la tenencia de un seguro de responsabilidad civil, creando una oportunidad clara de cubrir una necesidad en más del 70% de los perros que actualmente están sin seguro.

A nivel de competencia, no se ha detectado hasta el momento ninguna empresa o iniciativa de crear certificaciones digitales de conductas para mascotas. Podríamos decir que nos encontramos frente a un potencial océano azul.

Si es cierto que a nivel asociaciones de adiestramiento, hay programas de educación que ofrecen títulos de socialización, como el CCE de la Asociación Nacional de Adiestradores Caninos Profesionales (ANACP).

Pero es algo completamente analógico y sin atractivo actual por parte de los usuarios cotidianos, al no generar ningún beneficio por haber superado dicho curso.

Actualmente, tenemos un acuerdo de exclusividad durante 5 años entre Appmypets Digital PET ID y ANACP que nos ofrece una ventaja desleal frente a una posible competencia.



4.- Mercado Objetivo

Para el **B2C** vamos a dividir el mercado objetivo en dos fases.

FASE 1: Usuario Pet Lover RESPONSABLES.

Cerca del 47% de los más de 9 millones de hogares que tienen un perro están dispuestos a invertir tiempo y dinero en su perro para darle una mejor calidad de vida. Piensos, adiestradores, seguros, peluquería son servicios que actualmente están en crecimiento, dada esta preocupación de bienestar animal por parte de los usuarios.

Poder ofrecerles una herramienta que les haga sentirse aceptados por la sociedad actual y les permita la **libertad de movimiento**, nos parece algo sin duda disruptivo y revolucionario a día de hoy.

Por tanto, nos enfrentamos a una masa de **más de 4 millones** de potenciales clientes que desean obtener el reconocimiento social por tener animales de compañía educados y socializados y pasar más tiempo con ellos.

FASE 2: Usuarios Pet Friendly

Aproximadamente el **20% de los perros chipeados** está en manos de usuarios que les hacen gracias los perros, pero que los ven como una incomodidad.

Facilitarles el día a día hará que se animen a poner en marcha ese concepto de responsabilidad y ver a sus fieles amigos como un compañero cotidiano.

En este caso, cerca de **2 millones más** estarían dispuestos a activar su condición de usuario responsable, siempre y cuando el beneficio lo merezca.

No obstante, vamos a ir accediendo al mercado de menos a más, consolidando cada paso que vayamos dando y creciendo en mercados cada vez mayores, pero con la experiencia acumulada del anterior.

Debemos partir de la base que encontramos un TAM, cómo el total de mascotas registradas a nivel nacional. El SAM es referente de los perros censados, que en este caso, a nivel nacional hay un 65%, frente al 83% a nivel canario. Y finalmente tenemos el SOM, que son aquellos usuarios responsables que están dispuestos a gastar tiempo y dinero para darles mayor calidad de vida y conseguir una inserción social garantizada, y que representan hoy en día un 47% del SAM.

Nº MASCOTAS SAM= Solo PERROS	TAM	SAM	SOM
Las Palmas GC	76.346	63.367	29.783
Las Palmas Provincia	346.666	290.236	136.411
Canarias	706.375	591.966	278.224
Península	14.465.372	9.402.492	4.419.171
Total ESPAÑA	15.171.747	9.994.458	4.697.395

En cuanto al **B2B**, con la puesta en marcha de la nueva ley, todo negocio deben identificar claramente PROHIBIDO PERROS en el caso de no ser Dog-Friendly. De lo contrario, los usuarios están en disposición de entrar y disfrutar de su espacio, le guste o no al dueño.

Appmypets Digital PET ID les da un respaldo para ser 100% DOG-Friendly, pero con certificación y garantías de que la visita cumple con la normativa legal vigente, así como de un nivel de socialización y comportamiento que reducirá situaciones no deseadas en sus locales.

A través de esta metodología, podemos hacer que rutinas tan cotidianas como coger un autobús, tren o avión, alquilar una vivienda o visitar un bar, cafetería, restaurante u hotel sean situaciones a poder realizar de forma cómoda por todos aquellos tutores responsables que se hayan molestado en socializar y educar a sus fieles amigos.

Son miles de negocios de restauración, cafetería y hostelería que hay actualmente en España, y en menos del 10% de ellos son aceptados clientes acompañados con perros actualmente, generando una gran oportunidad de concienciación y comunicación hacia los mismos, aceptando animales de compañía que estén garantizados y certificados en conducta y socialización.

4.- Fórmula Jurídica

Desde el primer momento, se propone una fórmula jurídica de Sociedad Limitada, dando de alta Amysmascotas SL en octubre del 2020 con un capital inicial de 30 mil euros.

Actualmente, y tras dos ampliaciones de capital, se dispone de un CS de 92.500 euros, participada por dos socios, el fundador al 75,68% y un co-fundador con un 24,32%.

Se está preparando la empresa para poder recibir financiación externa a través de BA o plataformas de Crowdfunding y ENISA, así como la anexión de Smart Capital al proyecto.

Han sido muchas las miradas que hemos recibido, pero hemos querido proteger la integridad del Cap Table con el fin de poder tener una valoración ajustada al potencial del proyecto, una vez se valide el MVP y obtengamos los primeros KPY's que validen el modelo de negocio.

NIF Definitivo
B02652741

Fecha de expedición del NIF Provisional	07/10/2020
Fecha de expedición del NIF Definitivo	24/11/2020
Administración de la AEAT	BARCELONA - VIC
Razón o denominación social	AMYSMASCOTAS, SL
Domicilio social	QUITO, 11 2 B - 35008 Palmas de Gran Canaria (Las) (Las Palmas)
Domicilio fiscal	QUITO, 11 2 B - 35008 Palmas de Gran Canaria (Las) (Las Palmas)
Código electrónico justificante de la presentación de solicitud de NIF Definitivo	Y8LK54RV4DLQUFLK
Número y fecha del documento notarial en el que se constituye la sociedad	2588, 07/10/2020
Datos registrales	LAS PALMAS DE GRAN CANARIA MERCANTIL con fecha 19/11/2020, número de inscripción 1, tomo 2251, folio 84, sección , hoja GC5743

5.- Análisis Económico

Inversión Inicial

Durante estos tres primeros años, donde se han realizado inversiones varias por valor superior a 100k, hemos tenido la oportunidad de pivotar y obtener conocimiento del mercado que nos hacen focalizar mejor el lanzamiento y presentación del MVP.

Dichas inversiones han ido a parar en;

- Desarrollo appmypets 1.0: 35.000 euros
- Gastos estructura 3 años: 36.000 euros
- Desarrollo MVP Appmypets 2.0: 21.000 euros
- Contratación externa Profesionales 20.000 euros

Tras la primera versión de Appmypets 1.0, y una Base de Datos con más de 2.500 usuarios, pivotamos y lanzamos el MVP de Appmypets Digital PETID a mediados del 2023, presentando el primer pasaporte digital canino del mundo.

Ya con una versión beta en el mercado, appmypets Digital PET ID, el propósito de las inversiones a realizar en la etapa de 2024 y años sucesivos irán destinadas a;

1.- Inversión en talento externa

La creación de un equipo sólido de profesionales que lleven el proyecto a otro nivel, con la participación de talento externo y asesoramiento que guíe al equipo de desarrolladores junior, formándolos y ayudando a dotar appmypets de funcionalidades que harán del modelo de negocio una atracción para el sector.

- Figura clave de CTO as a Service, con perfil SENIOR.
- Equipo de Desarrolladores adjuntos perfil SENIOR de apoyo externo

2.- Posicionamiento de marca a través de campañas de Marketing Digital y Eventos.

Por tanto, las inversiones irán validando hipótesis y consiguiendo los OKR marcados en cada momento del tiempo, permitiéndonos avanzar al siguiente nivel o pivotar en el caso de que sea necesario hacerlo.

OKRS

Value Proposition: Poder ir a más sitios con tus mascota.

💡 Objetivo: Conseguir en Mayo levantar una ronda de inversión

💡 Objetivo: Empezar a ser conocido en las Palmas de Gran canaria entre los dueños mascotas.

💡 Objetivo: Dar seguridad a establecimientos de que el animal que va tiene garantías

Las estimaciones de Inversiones, destinando al desarrollo constante de la aplicación y a la parte de promoción y captación de usuarios, se repartiría de la siguiente manera;

	2024	2025	2026
CAPTACIÓN DE TALENTO Externo	15.000 €	35.000 €	105.000 €
DESAROLLO APP Refuerzos	14.000 €	28.000 €	84.000 €
MK DIGITAL + EVENTOS	30.000 €	84.000 €	193.200 €
TOTAL	59.000 €	147.000 €	382.200 €

Tanto la captación de talento como el apoyo de refuerzo en desarrolladores Seniors ayudarán al equipo interno de Appmypets a acelerar el proceso de mejora y comprensión de las funcionalidades a desarrollar, a la vez que se irán formando en diferentes y nuevas tecnologías que les ayuden a desarrollarse y formarse internamente junto al código.

Para el segundo semestre del 2024 se pretende agregar un CTO SENIOR externo que pueda dar comienzo a las primeras modificaciones según lo aprendido durante los 6 primeros meses, e ir formando y orientando al equipo junior contratado a principios de año, que estará acompañado por el equipo desarrollador de appmypets como equipo de refuerzo.

La relevancia de posicionar appmypets a nivel de Marketing Digital y Eventos hace que se tenga en cuenta como una partida de inversión y se le otorgue la importancia que se merece, dado que nos encontramos frente a una clara digitalización del sector.

Estas inversiones irán incrementando exponencialmente según los usuarios descargados y los resultados obtenidos, pudiendo acelerar las implantaciones de nuevas funcionalidades, así como incrementar la notoriedad de marca y posicionamiento dentro del sector Pet.

Horizonte Temporal

Se plantea un horizonte temporal a tres años, donde poder afianzarnos como marca de garantía certificadora de mascotas para su inserción social en el día a día de nuestra sociedad.

Trabajando bajo la metodología lean Startup, generamos periodos trimestrales en los que marcamos un máximo de 3 OKR claros, donde asignaremos Key results que pondremos en práctica a través de iniciativas concretas. De esta manera, no abordaremos el siguiente trimestre sin antes validar como mínimo 2 de los 3 OKR marcados.

El 2024 será clave para confirmar la viabilidad del mercado y poder generar inversiones de mayor envergadura que hagan acelerar e impactar sobre mayor cantidad de usuarios conforme vamos creciendo en nuevos territorios (tabla página 4)

La intención es atender los mercados de menos a más, empezando por la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria, con más de 60 mil perros censados, a validar en la Provincia de Las Palmas, para pasar a lanzar en todo el territorio Canario, terminando el año lanzando en las principales ciudades de España.

2024

- Lanzamiento en Las Palmas de Gran Canaria, La provincia de Gran Canaria y finalmente Resto de las islas Canarias.
- Refuerzo de marca y consolidación con Partners/Instituciones sobre beneficios a entregar a la comunidad.
- Planificación lanzamiento en Península.
- T4 Lanzamiento MVP en Península y primeros testeos

2025

- Propuesta de lanzamiento en Península, dividiéndola en CINCO zonas
- Refuerzo de posicionamiento de marca en RRSS y en crear la mayor comunidad de usuarios responsables de España.

2026

- Ser referentes en el mercado de las mascotas como comunidad de propietarios responsables a nivel nacional
- Propuesta de crear el Primer destino turístico Dog Friendly del mundo en Canarias (2026 -2030)
- Planificación de lanzamiento a nivel Internacional. Francia, Italia, Inglaterra y Alemania.

Plan de Financiación

Como plan de financiación, durante estos tres años hemos recurrido a fondos propios y Subvenciones con los que hemos desarrollado el MVP.

A partir de aquí, se proponen varias vías de financiación que ayudarán a sustentar la inversión tan fuerte que se tiene que hacer, tanto en equipo como en estructura y desarrollo.

Durante el 2023 se viene trabajando en crear una red sólida y real de Business Ángel que están al tanto de la evolución del proyecto, a la espera de recibir las primeras métricas del MVP para poder generar una inversión inicial que permita su implantación en suelo canario.

Igualmente, se tienen avanzadas negociaciones con Partners de primera línea, tales como AirEuropa, con los que ya se ha confirmado la puesta en marcha de una ruta piloto entre GC/MAD, convirtiendo a appmypets en la certificadora de confianza, con el fin de que el pasajero pueda ir directamente con su mascota a la puerta de embarque, sin necesidad de pasar por el mostrador de tierra. La propuesta se expuso en [FITUR 2024](#), presentando a AirEuropa como la primera aerolínea 100% Dog-Friendly del mundo, con un acceso garantizado y certificado previamente y de forma totalmente digital.

Estamos también en conversaciones con otras empresas como Aena, Renfe, Iryo, Mahou-San Miguel, Naviera Armas, Binter, con los que venimos colaborando en la implantación de la solución Pet en sus servicios y productos.

Una vez activemos la comunidad y los tutores responsables appmypets puedan realizar acciones que hasta la fecha estaban prohibidas, se generará un efecto bola de nieve en el que, a través de los easy users, crearán la necesidad en la sociedad de querer tener appmypets Digital PETID para poder ser aceptado en sociedad junto con su fiel amigo.

Ante las necesidades de tesorería, se propone el siguiente plan de Financiación;

	2024	2025	2026
INTERNA / FFF	20.000 €		
BA y VC	50.000 €	100.000 €	300.000 €
ENISA	50.000 €	50.000 €	100.000 €
CASH FLOW x VENTAS	810.159 €	1.826.555 €	3.235.773 €
TOTAL FINANCIACIÓN	930.159 €	1.976.555 €	3.635.773 €

Plan de Ventas

Estamos frente a un modelo de negocio de masas, por tanto, necesitamos atraer la atención de una buena parte de usuarios responsables para que el proyecto sea viable.

NIVEL FREEMIUM

Se trata de ofrecer un beneficio irresistible que haga que miles de usuarios descarguen la aplicación de forma totalmente gratuita, a través de un código Partner, con un descuento del 100% sobre un coste de 50€/año.

BENEFICIO

La proposición irresistible de producto será **PODER LLEVAR LA DOCUMENTACIÓN** de tu perro **SIEMPRE ENCIMA**, de forma **TOTALMENTE DIGITAL**.

Ofrecemos la oportunidad de poder **DIGITALIZAR** el pasaporte, sus últimas vacunas, número de Chip e incluso, si lo tiene, su seguro de RC, para que los lleve siempre consigo, y a través del sistema, encriptar y verificar la documentación.

Y todo de forma **TOTALMENTE GRATUITA (Con código Partner)**

Estamos en negociaciones con ayuntamientos para que, a través de appmypets Digital PETID, y sin necesidad de lector chip, puedan verificar si un perro cumple o no con la normativa de bienestar animal y tiene todos sus documentos y vacunas al día.

La intención durante el 2024 es hacer una introducción en el mercado canario, comenzando con tímida penetración de un 8% sobre el SOM (página 4), para terminar el año en un 10% de penetración con descargas activas.

En cuanto a Península, la intención es poder acercarnos en el último trimestre del año, con la intención de atraer a un 5% de los usuarios responsables (SOM).

En definitiva, estas son las descargas estimadas para los próximos años, y que conseguiremos a través de mayores funcionalidades y mejor posicionamiento de la marca dentro del sector Pet-Tech.

USUARIOS Descargas (ACUM)	2024	2025	2026
Las Palmas GC - Las Palmas - Canarias	41.734	55.645	61.209
Peninsula	220.959	353.534	441.917
TOTAL	262.692	409.178	503.126

De esta manera, accederemos a una cantidad de información con la que poder trabajar y ofrecer UP-Sale a nivel Premium con suscripción anual.

NIVEL PREMIUM - PET PASS

A través de una Suscripción mensual (10 €) / Anual (75 €), podrán acceder al PET PASS.

BENEFICIOS

- Seguro RC por importe de 200 000 euros
- 1 hora de adiestramiento presencial gratis al año
- Acceso a un adiestrador online 365 días al año
- Acceso a Descuentos en el GUAU Commerce en productos y servicios
- Acceso al Ranking de Socialización con valoraciones externas
- Posibilidad de acceder a la prueba de socialización CCE*

El porcentaje de conversión estimado sobre el total de descargas para Canarias arranca con un 3% para terminar el 2024 en un 10% sobre el total de las descargas activas, mientras que para península será de un 3% para su lanzamiento del MVP a finales del 2024.

Desde ahí y en años sucesivos, la conversión viene a situarse en Canarias en un 12% para terminar en un 14%.

En cuanto a Península, la intención es, partiendo de un 3% de conversión sobre las descargas activas, terminar el tercer año con un 8% de usuarios de pago.

% de conversión a PREMIUM	10% - 3%	12% - 5%	14% - 8%
USUARIOS Premium (ACUM)	2024	2025	2026
Las Palmas GC - Las Palmas - Canarias	4.173	6.677	7.790
Peninsula	6.629	17.677	35.353
TOTAL	10.802	24.354	43.144

Este Nivel Premium tiene un coste inicial de 75 euros por año, o 10 euros mensuales. Si bien es cierto, el arranque de campaña llevará añadido una promoción de alta solo para usuarios de cuota anual, incluyendo el coste de la prueba CCE valorada en 25 € por perro y examen. Por tanto, lo que podría ser un coste de 145 €, obtendría un descuento de más de un 45%.

INGRESOS USUARIOS Premium	2024	2025	2026
Las Palmas GC - Las Palmas - Canarias	313.002 €	500.803 €	584.270 €
Peninsula	497.157 €	1.325.751 €	2.651.503 €
TOTAL Ingresos	810.159 €	1.826.555 €	3.235.773 €

Como ingresos adicionales, tenemos las acciones a activar en Municipios/Ayuntamientos, con un ingreso estimado por Ayuntamiento de 14.750 euros, generando una cantidad increíble de usuarios que, por obligación del municipio, deberán llevar la documentación digitalizada de sus perros en el móvil.

Por otro lado, los Partners que se adhieran al sistema, deberán pagar un canon de entrada, en función del coste de integración, más una cuota mensual en función del uso de la tecnología Appmypets digital pet ID.

Igualmente, los negocios deberán pagar una cuota simbólica al mes, pudiendo activar acciones comerciales concretas para usuarios concretos de su zona, promocionando su acceso Dog Friendly entre la comunidad.

Además a mediados del 2024, se propone la puesta en marcha de un Guau-Commerce que haga de market-place donde negocios o tiendas, que formen parte de appmypets, puedan ofrecer sus productos o servicios Dog-Friendly a través de la plataforma. De cada operación se cobrará un 5 % de gestión, además de generar un cobro recurrente mensual a cada negocio que desee promocionar sus productos a través de appmypets. Productos como seguros, alimentación, peluquería, guardería o artículos relacionados con las mascotas serán ideales para darse a conocer en este market-place y que hagan GUAU.

Estos ingresos no quedan registrados en la cuenta de resultados, y sería un mayor aporte de facturación, sin apenas gasto estructural.

Margen Comercial

Como coste de ventas, debemos tener en cuenta el coste de comercialización por plataforma de IOS y Android del 30% para facturaciones inferiores a 1M, y de un 15% a partir de 1M. No obstante, somos conscientes que esta situación puede cambiar, mejorando nuestros resultados, dada la [nueva Ley de DMA de la UE](#).

Por otro lado, tenemos el gasto del seguro de RC, cuyo coste es de 25 a 30 euros anuales inicialmente, que iremos mejorando en cuanto la plataforma vaya adquiriendo volumen.

En cuanto a los beneficios por la parte de Adiestramiento, son horas que están supeditadas a promoción interna de cada adiestrador a través de la plataforma, por lo que no suponen un gasto directo para el proyecto, pero sí un valor añadido y percibido por el usuario.

	2024	2025	2026
TOTAL Ingresos	810.159 €	1.826.555 €	3.235.773 €
Las Palmas GC - Las Palmas - Canarias	-223.909 €	-343.050 €	-391.461 €
Peninsula	-348.010 €	-908.140 €	-1.776.507 €
Coste Ventas	-571.919 €	-1.251.190 €	-2.167.968 €
Margen Bruto	238.240 €	575.365 €	1.067.805 €
% Margen Bruto	29,41%	31,50%	33,00%

En este margen, no están contemplados los ingresos adicionales provenientes del Guau-Commerce o servicios adicionales que se puedan llegar a comercializar. Únicamente queda contemplada la suscripción recurrente al Nivel Premium.

Gastos

A nivel de gastos, la propuesta que se presenta a continuación van acorde con los ingresos esperados y financiación conseguida, que irán conectados con el fin de no sobrecargar una estructura de gasto innecesaria, de no ocurrir dichos ingresos.

	2024	2025	2026
Investigación de mercado	1.728,00 €	2.160,00 €	3.780,00 €
Gastos administrativos/Operativos	14.263,41 €	17.829,27 €	24.069,51 €
Viajes y reuniones	8.023,85 €	10.029,82 €	13.038,76 €
Gastos de Asesores	5.962,50 €	6.856,88 €	8.571,09 €
- Legal	2.362,50 €	2.716,88 €	3.396,09 €
- Fiscal/Contable	1.800,00 €	2.070,00 €	2.587,50 €
- Laboral	1.800,00 €	2.070,00 €	2.587,50 €
Personal	111.252,92 €	200.255,25 €	420.536,03 €
TOTAL GASTOS	141.230,68 €	237.131,21 €	469.995,40 €

Como Investigación de mercado, vamos a generar una acción de forma TRIMESTRAL en Parques Caninos donde poder recoger información relevante de satisfacción al cliente, y ver qué necesidades tienen.

- 2 Encuestadores
- 1 fin de semana (dos días) a 8 horas
- A 16 € la hora de trabajo (fines de semana)
- 1 encuesta TRIMESTRAL

A nivel de Gastos administrativos, los habituales de Alquiler espacio Coworking, Teléfonos, Dietas, Licencias, Hosting y varios con un gasto total medio de poco más de 1.100 euros por mes.

Como viajes y reuniones, al estar ubicados en Gran Canaria, se contempla un viaje al mes a península para una persona, con un billete de avión, dietas para 3 días y estancia en hotel de dos noches.

En cuanto a Asesores, los habituales de legal, Fiscal/Contable y Laboral, con una media de unos 500 euros x mes el primer año.

En cuanto a personal, se pretende contar el primer año con;

- 2 Desarrolladores Junior, con un sueldo base de 23 mil euros brutos
- 1 Marketing Digital / Copy Writer con un sueldo base de 20 mil euros brutos
- 2 Comerciales de calle, con un sueldo base de 19 mil euros brutos
- Variable estimado en función de resultados de un 12% adicional

Para los siguientes años, el mayor gasto viene recogido en el incremento de personal, pasando en 2024 de 5 personas a terminar el 2026, con más de 15 personas en activo.

Resultados del Ejercicio

En función de los datos compartidos anteriormente, planificamos una cuenta de resultados de la siguiente manera;

	2.024 €	2.025 €	2.026 €
Ingresos Ventas	810.159 €	1.826.555 €	3.235.773 €
Costes Ventas (Proveedores y Servicios)	-571.919 €	-1.251.190 €	-2.167.968 €
Margen Bruto	238.240 €	575.365 €	1.067.805 €
Margen Bruto %	29,41%	31,50%	33,00%

Gastos Variables de Explotación	-59.000 €	-147.000 €	-382.200 €
Gastos de Explotacion	-141.231 €	-237.131 €	-469.995 €
Resultado Operativo (EBITDA)	38.009 €	191.233 €	215.610 €

<u>Amortizaciones</u>			
Resultado Explotación (EBIT)			

<u>Gastos financieros</u>	-7.085	-13.473	-26.141
Resultado Bruto (EBT)	30.925 €	177.760 €	189.469 €

Impuesto Sociedades	-7.731 €	-44.440 €	-47.367 €
Resultado Después Impuestos (BN)	23.193 €	133.320 €	142.102 €

El resultado ajustado del primer año viene principalmente por la penetración y validación en mercados más pequeños, que nos ayuden a perfilar y mejorar la herramienta antes de enfrentarnos a mercados más maduros y competitivos.

La financiación obtenida durante el primer año ([pagina 9](#)) nos dará flujo de caja, además de darnos la oportunidad de acelerar la introducción de la marca en mercados de forma más rápida y eficiente.

Igualmente, al no disponer de una masa crítica de usuarios, nuestro poder de negociación para con terceros es más limitado y, por tanto, el margen comercial es menor. Conforme vayamos adquiriendo usuarios, nuestro poder de negociación mejora sustancialmente, así como nuestra credibilidad para acceder a partners de mayor envergadura.

El crecimiento exponencial de ingresos viene explicado por el incremento del número de usuarios que vamos adquiriendo, conforme vamos ampliando las zonas de lanzamiento a nivel peninsular.

En cuanto a los gastos financieros, se contempla la devolución de los intereses de ENISA, con carencia de devolución de capital durante los primeros 5 años.

6.- Estrategias CP, MP y LP

La estrategia a corto plazo es la de validar el modelo de negocio y poder obtener métricas y KPY's que garanticen la viabilidad del proyecto. Para ello nos focalizamos en canarias, de donde es originario el proyecto, creando una primera comunidad de usuarios responsables.

Poder generar un caso de éxito que se pueda extrapolar a otras provincias es nuestro principal objetivo y donde vamos a centrar toda nuestra atención y esfuerzos económicos, antes de poder seguir implantando la idea en otros lugares.

Trabajando bajo el modelo Lean Startup iremos perfilando y mejorando la herramienta para dar solución a cada necesidad que veamos de interés en la comunidad.

Con la primera versión ya disponible para [IOS](#) y [ANDROID](#), ponemos en marcha la fase de testeo de MVP y de captación con una duración de entre 4 a 6 meses.

Planificación de;

- Ayuntamientos/Municipios Dog Friendly
- Eventos Dog Friendly
- Sesiones de Adiestramiento CCE/ Validación de pruebas
- Puesta en marcha campaña Meta
- Activación Instagram
- Acciones en Parques Caninos de estudios de mercado

Todo esto nos hará conseguir los KPI planificados para el primer trimestre y pasar a los siguientes, con el fin de ir avanzando de forma segura y justificada, en función de los resultados obtenidos.

La propuesta planteada en este modelo de negocio, es poder llegar a Península a finales de año, pero seleccionando muy bien donde implantarnos, ya que dependiendo de la comunidad autónoma, hay unas más interesantes que otras.

En proporción al número de habitantes, las comunidades con mayor número de canes son Asturias, donde viven 3,51 perros por cada 10 personas; Aragón (3) y Castilla y León (2,96), según datos proporcionados por la propia ANFAAC. Le siguen Galicia (2,5 canes por cada diez humanos), la Comunidad Valenciana (2,4), Andalucía (2,3), Murcia (2,1), Extremadura (2), Baleares (2) y Canarias (1,9).

Interesante documento en "El Debate" sobre el cambio sociocultural que estamos viviendo en España ahora mismo, donde [preferimos tener un perro a un niños](#).

Debemos posicionar Appmypets como una certificadora de confianza hacia terceros en lo que a mascotas se refiere. Que **ANTES** de que llegue ese nuevo huésped, usuario o cliente al establecimiento, sepan las características del mismo, y lo más importante, su socialización y conducta ejemplar.

Certificar y Validar usuarios junto a conductas y socialización de sus perros, dándoles acceso a lugares Dog Friendly de forma sencilla, cómoda y segura.

Propiciamos un sello de “Appmypets 100% Pet Friendly” en locales y servicios que dan tranquilidad y seguridad a sus negocios a la hora de aceptar animales.

7.- EL EQUIPO

Somos un equipo de Siete personas que buscan cambiar las reglas de juego del mundo de las mascotas.

- Ana de la Fe (Full Time)
 - <https://www.linkedin.com/in/ana-delafe-cabrera/>
 - Copywriter | Creadora de contenido | Veterinaria | Amante de la naturaleza y los animales
 - Encargada de las RRSS y del Contenido Social
- Carlos Ponce (Full Time)
 - <https://www.linkedin.com/in/carlos-p11/>
 - Full stack || Javascript || React || Typescript
 - Encargado del Frontend
- Miguel Martin (Full Time)
 - <https://www.linkedin.com/in/miguelmr94/>
 - Fullstack Developer {{ HTML | CSS | Javascript | ReactJS & React Native | Python | MongoDB | Node.js }}
 - Encargado del Backend
- Jaime Manrique de Lara (Full Time)
 - <https://www.linkedin.com/in/jaime-manrique/>
 - Transformación Digital | Advisor de Startup | Desarrollo de modelos de negocio y proyectos
 - El CEO y COO del Proyecto
- Guillermo Alfaro, el Fundador (Full Time)
 - <https://www.linkedin.com/in/aupa/>
 - Visionario, Pet Maniac y creador de la idea
 - Cara pública del proyecto
- Daniel Noguera, Socio Inversor - formulador de piensos
 - <https://www.linkedin.com/in/dani-noguera-servitja-24592b138/>
 - Capital - Recursos Financiero
- Pablo Ortuño - CTO Advisor (Part Time)
 - <https://www.linkedin.com/in/pablortusal/>
 - Asesor analizando el código appmypets (actualidad)
 - Profesor de EAE
- Natacha - Colaboradora Veterinaria. (Part Time)
 - <https://www.linkedin.com/in/natacha-su%C3%A1rez-rodr%C3%ADguez-212911231/>
 - Directiva y enlace con la CEVE. Conexión con Ayuntamiento de MOGAN.
- Jorge Castro - Colaborador Adiestrador canino (Part Time)
 - Sin LinkedIn
 - Adiestrador de la unidad canina del Ejército de tierra de Gando
 - Adiestrador Profesional de la ANACP
 - Juez Canino ANACP

Situación ACTUAL de la EMPRESA

EMPRESA

- Capital Social 92.500
 - GAF: 70.000 (75,68%)
 - CENTRUM (Dani): 22.500 (24,32%)
- Falta de FOCO Clara
- Falta de monetización a poner en marcha
- Falta de Métricas y Validación del MVP
- Financiación
 - 20.000 Innobonos (con recurso presentado)
 - 50.000 Stars Disruptivo a justificar en mayo 2024
 - 15.172,60 Squaads
 - 33.500 Contratación personal
 - 1.500 Auditoría
 - 15.000 euros presentados a MOGAN Puesta en marcha Appmypets
- Gastos actuales mensuales de 9.000 euros aprox.
 - Préstamo Furgo: 238,41 euros
 - Gastos varios: 500 euros
 - Personal: 5.880 euros
 - Asesorías y gastos Varios de estructura: 1.350 euros
 - Línea Teléfono + Datos: 7,49 euros

PROYECTO

- Appmypets 2.0 desplegado en IOS y ANDROID desde Agosto 2023
- De la primera versión tenemos más de 2 mil usuarios con los que contactar
- Descargas ORGANICAS:
 - IOS: 491
 - Android: 111
- Datos de la App
 - 158 mascotas registradas
 - 5 con documentación
 - 69 Locales / Adiestradores resgistrados

Necesidades TECNOLÓGICAS

- CTO - Jefe de Proyecto - Programadores
- Servidor seguro escalable. Pagar por lo que usemos y necesitamos
- Despliegue de Aplicativo appmypets
- Servicios conectados a appmypets (Mapa contextual)
- WEB con acceso al Dashboard zona cliente con usuario/contraseña

TRABAJAR EN

1.- Ranking de posición Pet Lover

- Valoración a través del escaneo QR de los perros, fácil y sencillo (verificar IMEI o IP de la valoración o ver de qué manera se puede confirmar una valoración por teléfono) de 1 a 5 huellas con TRES Criterios (Comportamiento/Simpatía/Belleza)
- Publicación Instagram del Ranking de forma Semanal/Quincenal/Mensual
- Publicación de TOP 10 posiciones de Perros con nueva posición
- Publicación de los perros con los 3 mejores ranking de crecimiento por Semana

2.- Comercialización de Seguro RC / Accidente / Veterinario / Sepelio

3.- Guau-Commerce Sencillo tipo Marketplace compartido

- Permitir a locales y negocios promocionar productos Pet, subiendo ellos las fotos, descripción y precio.

4.- Documentación digitalizada siempre a mano. Pasaporte por Niveles 1. Pendiente RESTO de Niveles.

5.- Localizar negocios para poder acceder con mascotas. (Opcional. ver alternativas de PAGO por Suscripción de locales)

- A través de mailing en LAS PALMAS
- Campaña activa y de enganche en INSTAGRAM, inversión MÍNIMA
- A través de los propios Usuarios, Fotos Instagram Perro+Local = PUNTOS Ranking
- A través de la propia calle, uno a uno....

Suscripción por servicios

- Nivel Pet Friendly Freemium con Código Promo descuento del 100% sobre 50 euros
 - Digitalización documentación de su mascota OK
 - Activar el Digital Pet ID OK
 - Acceso al Gua-Commerce
 - Acceso a Localización de negocios para entrar con tu mascota OK
 - Ranking de posicionamiento canino
- Nivel Pet Lover Pet PASS
 - Nivel Pet Friendly MÁS
 - Descuento 5% Gua-Commerce
 - Publicación Ranking de posicionamiento canino con reconocimiento social, previa autorización del usuario.
 - Seguro Básico RC (coste)
 - Bolsa de Caca biodegradable (coste)
 - 1 hora de adiestramiento Gratuito

A desarrollar

- Guau-commerce
- Ranking con la posibilidad de valorar desde la lectura del QR
- Suscripción Premium con plataforma de pago