

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS



TRABAJO DE ESPECIALIZACIÓN EN:
DESARROLLO DE MODELOS DE NEGOCIO DIGITALES

“PROPUESTA DE DESARROLLO DE MODELO DE NEGOCIO DIGITAL:
MIAU AND GUAU PET FOOD”

PRESENTADO POR:

MIRANDA ORELLANA, ROSMERY YAMILETH L10804

QUEZADA GUARDADO, JOSE ANTONIO L10804

VASQUEZ PEREZ, KARLA ALLISON L10804

Febrero de 2022

San Salvador,

El Salvador,

Centroamérica

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR: MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO
VICE-RECTOR ACADÉMICO: PHD. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ
VICE-RECTOR ADMINISTRATIVO: ING. JUAN ROSA QUINTANILLA
SECRETARIO GENERAL: MSC. FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANO: MSC. NIXON ROGELIO HERNÁNDEZ VÁSQUEZ
VICE-DECANO: MSC.. MARIO WILFREDO Crespín
SECRETARIA: LICDA. VILMA MARISOL MEJÍA TRUJILLO
**COORDINADOR GENERAL
DE PROCESO DE GRADUACIÓN:** LIC. MAURICIO ERNESTO MAGAÑA MENÉNDEZ

ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL

COORDINADOR DE ESCUELA: LIC. MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA PINEDA
**COORDINADORA DE PROCESO
DE GRADUACIÓN:** LICDA. MARTA JULIA MARTÍNEZ BORJAS
DOCENTE ASESOR: LIC. EDWIN DAVID ARIAS MANCIA
TRIBUNAL EVALUADOR: LIC. JAVIER AMILCAR SALAMANCA RIVAS
LICDA. GEORGINA MARGOTH MARTINEZ CRUZ
LIC. EDWIN DAVID ARIAS MANCIA

Febrero de 2022

San Salvador,

El Salvador,

Centroamérica

Agradecimientos

"A día de hoy agradezco infinitamente estar cada vez más cerca de la materialización de mi título; agradezco el incondicional e infinito apoyo por parte de mi familia y amigos más cercanos. Así, como también las inmensas muestras de amor y cariño recibidas en momentos de dificultad que me ayudaron a recordar y validar lo que soy y de dónde vengo; pero más aún para agradecer el dónde me encuentro en este punto y a no perder la dirección de en dónde deseo y merezco estar" - **Karla Allison Vásquez Pérez**

"Agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado en esta etapa de mi vida profesional en donde estoy a un paso de obtener un grado académico.

A mis padres y hermanos que desde el principio con su apoyo moral y material hicieron posible la sostenibilidad de mis estudios.

A mis compañeras de especialización y docente asesor por apoyar con su dedicación, responsabilidad y entusiasmo el trabajo de grado. “- **José Antonio Quezada Guardado.**

“Agradezco primeramente a Dios por haberme permitido llegar hasta este punto tan importante de la carrera y a todas las personas que me apoyaron e hicieron posible que el proceso de especialización culminara con éxito. En especial a mi familia y amigos por acompañarme en este proceso.” - **Rosmery Yamileth Miranda Orellana.**

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO	i
INTRODUCCIÓN	ii
1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	1
1.1. Nombre del Negocio.	1
2. MARCO ESTRATEGICO:.....	1
2.1. Descripción del negocio (demanda insatisfecha).	2
2.2. Descripción de los productos o servicios.	6
2.3. Estrategias a implementar.	7
2.4. Ventaja competitiva.....	7
2.5. Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).....	9
3. PLAN ORGANIZACIONAL.	10
3.1. Resumen de las Características Emprendedoras Personales del equipo (CEP's).....	10
3.2. Estructura organizativa de la empresa.	10
3.3. Organización de gestión.	11
3.4. Proceso de Mercadeo.	21
3.5. Proceso de Registro en la App (Ciclo de vida de la App Mobile).	22
3.6. Proceso de Compra y Venta, a través de Miau & Guau App.	23
3.7. Proceso Administrativo.	24
3.8. Identificación y características de proveedores.....	25
3.9. Distribución en planta.	26
4. PLAN DE MERCADEO.....	27
4.1 Análisis situacional.	27
4.2 Análisis de situación:	27
5. PLAN DE VENTAS.	43
5.1 Ciclo de Ventas.	43
5.2 Proyección de Ventas.....	45
Tabla N° 19: Proyecciones de Venta para el Año 1.	45
6. PLAN FINANCIERO.	48
6.1 Plan de Inversión.....	48
6.2 Estructura de costos.....	50
6.3 Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio.	52

6.4	Punto de Equilibrio:	52
6.5	Estado de Resultados proyectado.....	53
6.6	Flujo de Efectivo:.....	55
7.	PLAN DE TRABAJO.....	56
8.	PLAN DE CONTINGENCIA.....	59
9.	REFERENCIAS	60
10.	BIBLIOGRAFIA.....	61
	ANEXOS.....	62
	ANEXO 1: Detalle y cálculos de costos unitarios.	62
	ANEXO 2: Estructura de otros ingresos: Envíos y comisión por descargas, publicidad integrada en la App, comercio móvil.	64
	ANEXO 3: Gastos Administrativos: Sueldos.	65
	ANEXO 4: Cotizaciones del presupuesto.	66
	ANEXO 5: Línea Gráfica de Miau & Guau.....	68
	ANEXO 6: Políticas de Miau & Guau.	73

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1.	Análisis FODA de “Miau & Guau ”.....	9
Tabla N° 2:	Cuadro Resumen de las Características Emprendedoras Personales del Equipo.....	10
Tabla N° 3:	Descriptor de Puesto para Gerente General.....	11
Tabla N° 4:	Descriptor de Puesto para Asistente administrativa/Recepcionista.....	12
Tabla N° 5:	Descriptor de Puesto para Coordinador de Mercadeo y Ventas.....	13
Tabla N° 6:	Descriptor de Puesto para Community Manager.....	14
Tabla N° 7:	Descriptor de Puesto para Programador/Desarrollador.....	15
Tabla N° 8:	Descriptor de Puesto para Contador.....	16
Tabla N° 9:	Descriptor de Puesto para Coordinador de Compras.....	17
Tabla N° 10:	Descriptor de Puesto para Coordinador de Logística y Distribución.....	18
Tabla N° 11:	Descriptor de Puesto para Encargado de Despacho.....	19
Tabla N° 12:	Descriptor de Puesto para Repartidor/es.....	20

Tabla N° 13: Identificación y Características de Proveedores.....	25
Tabla N° 14: Análisis de La Competencia de “Miau & Guau”.....	27
Tabla N° 15: Líneas de Productos a Ofertar: Perros y Gatos.....	28
Tabla N° 16: Tipo de consumidores.....	29
Tabla N° 17: Buyer persona (Parte 1).....	30
Tabla N° 18: Buyer persona (Parte 2).....	31
Tabla N° 19: Proyecciones de Venta para el Año 1.....	45
Tabla N° 20: Proyección de ventas desde año 2 hasta año 5 de las operaciones de “Miau & Guau”.....	46
Tabla N° 21: Detalle de Productos y Precios para Líneas de Perros y Gatos.....	47
Tabla N° 22: Proyección Financiera (Parte A).....	48
Tabla N° 23: Proyección Financiera (Parte B).....	49
Tabla N° 24: Cálculo de Costos Año 1,2 y 3.....	50
Tabla N° 25: Cálculo de Costos Año 4 y 5.....	51
Tabla N° 26: Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio.....	52
Tabla N° 27: Estado de Resultados Proyecto Año 1.....	53
Tabla N° 28: Estado de Resultados Proyecto Año 2 a 5.....	54
Tabla N° 29: Flujo de Caja Projectado.....	55
Tabla N° 30: Plan de Trabajo.....	56
Tabla N° 31: Plan de Contingencia.....	58

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Representación de la Ventaja Competitiva de Míau & Guau.....	8
Figura 2: Estructura Organizativa de Míau & Guau.....	10
Figura 3: Proceso de Mercadeo.....	21
Figura 4: Proceso de Registro en la Aplicación de Míau & Guau (Ciclo de Vida App Mobile).....	22
Figura 5: Proceso de Compra y Venta a través de Míau & Guau.....	23
Figura 6: Proceso Administrativo.....	24
Figura 7: Distribución en Planta.....	26
Figura 8: Proceso de Distribución en Plaza:.....	33
Figura 9: Logo de Míau & Guau (Imagen Comercial).....	34
Figura 10: Imagen Comercial de Productos para Perros distribuidos por “Míau & Guau”.....	35
Figura 11: Imagen Comercial de Productos para Gatos distribuidos por “Míau & Guau”.....	36

RESUMEN EJECUTIVO

Miau & Guau, es una Pet Food orientada a comercializar alimentos para mascotas, solicitados a través del perfil de los usuarios; y que tiene como finalidad realizar la entrega residencial, según los horarios y rutas de entrega que se adecuen mejor a las necesidades de los clientes. Que busca satisfacer ciertos objetivos tanto a nivel de mercado como a nivel de negocio; de los que se pueden retomar como base de desarrollo el convertirse en una empresa de servicios con una tasa alta de conversión; así mismo, ofertar una gama completa de las principales marcas de consumo para mascotas.

El enfoque generacional que busca satisfacer parte de la delimitación del público consumidor millennial, quienes son los que se caracterizan por armonizar completamente con un estilo de vida que usa cada vez más recursos digitales para el cumplimiento de sus actividades y que es altamente compatible con un estereotipo familiar más moderno y alternativo; que incorpora los animales de compañía como miembros esenciales del núcleo de familia que como un complemento a una estructura tradicional.

Las líneas de productos están orientados a ofertar productos de consumo para: perros y gatos. Estas a su vez están compuestas por una lista de diferentes marcas para cada una y que validan y facilitan la obtención de los mismos, realizando los pedidos en línea y recibiendo en su trabajo u hogar, según su conveniencia. Se estableció una fuerte estrategia dentro del marketing mix, teniendo como propósito el desarrollo de una estrategia TTL partiendo desde las redes sociales a medios más tradicionales. La propuesta de valor de Miau & Guau, considera amplios aspectos como el segmento de mercado, precios y factores de movilidad; además, de la innovación en los canales de venta.

El financiamiento, para el desarrollo de este modelo proviene de fuentes internas y externas. Quedando establecido que el aporte por parte de los socios corresponde a \$20,000.00; mientras que el financiamiento externo es de un monto de \$35,936.57 con una tasa fija anual de 9.5% a un plazo de 120 meses. Sin embargo, debe considerarse que además de los ingresos generados por ventas, las cuales se realizarían al contado también existen ingresos recurrentes generados por el costo de envíos (año 1: \$62,224.51), comisiones por descargas y publicidad integrada (App Store por un valor de \$12,444.90 y de Play Store \$11,449.31 para el año 1), lo cual permitiría el retorno de la inversión inicial en períodos más cortos y mantener una tasa de conversión sostenible y creciente en el largo plazo. Con un flujo de efectivo proyectado para el primer año de \$13,761.48

INTRODUCCIÓN

Miau & Guau - Pet Food, es un modelo de negocio con base digital que busca ofertar un servicio residencial enfocado en la alimentación para animales de compañía, principalmente los perros y gatos. Aunque, la comercialización de estos productos se originó con anterioridad a este proyecto, el canal de ventas es quien se convierte en el elemento innovador para esta propuesta. La adaptabilidad y la constante migración de compra de cada vez más productos y servicios, a través de redes sociales, páginas web, App's, y otras de esta naturaleza; es cada vez más común y necesaria.

La reciente pandemia provocada por la aparición del Covid-19, aceleró el proceso de digitalización comercial, como el de todas las áreas de vida, ya sea que hablemos del Home Office, Home School, u otras actividades, que debieron rápidamente migrar su estructura a una base digital para garantizar su desarrollo y sostenibilidad. Pese a que fue un proceso para el que muchos carecían de las herramientas básicas que les permitieran adaptarse de forma rápida, fue un cambio inminente para poder mantener a flote las operaciones en el país y en el mundo. Todos los efectos colaterales, provocados por el Covid-19, dejando de lado el impacto negativo, motivo la aparición de nuevos modelos de negocios, más innovadores e independientes, así como, resistentes a ciertos fenómenos, ejemplificando en este caso, los modelos de negocio digitales.

Además, se debe considerar como un factor determinante para el desarrollo de cualquier propuesta de valor, negocio, u otros; la modificación en el comportamiento de todos los consumidores, especialmente aquellos en etapas generacionales, correspondientes a millennials y centennials. Puesto que los hábitos de consumo de estos tienen la característica de haber crecido en un entorno más digital, que los de las generaciones predecesoras y que son quienes mayormente demandan este tipo de servicios digitales, que ofertan un determinado producto en torno del cuidado básico de las mascotas

1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

“Miau & Guau, es una Pet Food orientada a comercializar alimentos para mascotas, solicitados a través del perfil de los usuarios; y que tiene como finalidad realizar la entrega residencial, según los horarios y rutas de entrega que se adecuen mejor a las necesidades de los clientes”.

1.1. Nombre del Negocio.

Nombre Comercial	"Miau & Guau"
Nombre del Representante de la empresa	Karla Allison Vásquez Pérez
Razón Social	Miau & Guau, S.A. de C.V.
Giro del Negocio	Actividades previamente no clasificadas
Dirección del Negocio	Col. 10 de Septiembre, Block 1, #1080, San Salvador, San Salvador

2. MARCO ESTRATEGICO:

- **MISION:**

“Somos una empresa de servicios de alimentos para animales de compañía, que se preocupa por la calidad en las entregas y por ofertar una gama completa de marcas de prestigio para los clientes”.

- **VISION:**

“Convertimos en la principal comercializadora de alimentos para mascotas a través de una App, logrando cada vez una mayor cobertura en distintas rutas; manteniendo la calidad en los servicios de entrega y personalización”.

- **OBJETIVOS:**

- ✓ Ser una empresa de servicios con una alta tasa de conversión.
- ✓ Ser líder en el mercado de comida de mascotas.
- ✓ Ofertar una gama completa de las principales marcas de consumo para mascotas.
- ✓ Obtener una alta cuota de mercado.

- **METAS:**

- ✓ Lograr un millar de usuarios de la App en el primer semestre del año.
- ✓ Establecer líneas de cobertura alternas para lograr una mejor cuota de mercado.

- ✓ Incorporar marcas emergentes y marcas blancas de alimentos de mascotas para satisfacer adecuadamente las necesidades de los clientes.

- **VALORES:**

- ✓ Responsabilidad.
- ✓ Perseverancia.
- ✓ Excelencia.
- ✓ Eficacia.
- ✓ Lealtad.

- **PRINCIPIOS:**

- ✓ Compromiso con el servicio ofertado.
- ✓ Innovación, como base de desarrollo.
- ✓ Calidad garantizada.
- ✓ Adaptabilidad.
- ✓ Fidelización, basada en la satisfacción del servicio.

2.1. Descripción del negocio (demanda insatisfecha).

Diagnóstico documental:

La demanda insatisfecha, es una porción de mercado a la que se puede ingresar atendiendo a una oportunidad de negocio que bien puede no haberse desarrollado o cumplido con las expectativas que se tenía sobre él. En palabras más precisas y técnicas, se puede definir de la siguiente manera:

Kotler, P. (1992), en una situación de demanda insatisfecha, los productos o servicios que están disponibles para satisfacer las necesidades de los adoptantes objetivos no les satisfacen completamente a ellos ni a la demanda. En otras palabras, hay que cubrir un vacío en la sensación o experimentación de satisfacción. Los agentes de marketing social deben desarrollar un nuevo producto o deben mejorar alguno existente para cubrir tal vacío.

Kotler, P. (1992), el cual explica que el mercado social nos da la pauta de descubrir e introducir un nuevo producto social. Esto crea una oportunidad para la promoción ya que, por medio de ella y sus características, se puede hacer que el producto social sea conocido y que la demanda pase a ser de una demanda latente a una demanda real.

Betancourt, (2018, pág. 42) Es importante aclarar que los amantes de los animales y en especial personas que poseen mascotas como perros y/o gatos sienten gran afecto por ellos a la instancia de querer solicitar servicios especiales para sus mascotas, se decide entonces entrar en el interrogante sobre qué tipo de servicios son los más demandados, esto con el fin de obtener información que permita ver otras posibles oportunidades de negocio adicionales a comercializar solo alimentos para perros y gatos. Existe diversidad de servicios que se pueden entrar a estudiar y analizar más adelante para lograr conocer su factibilidad que apoyarían la apertura a la oferta y un crecimiento al mercado de productos y servicios para animales en especial mascotas felinas y perrunas. Por medio de la observación y la consulta en investigaciones previas, redes sociales y páginas web, se logra identificar que en El Salvador existen algunas empresas comercializadoras de servicios para animales domésticos.

A nivel histórico se carece de una base sólida del surgimiento de tiendas dedicadas exclusivamente a las mascotas en El Salvador; sin embargo, por medio de la observación y la consulta en periódicos, redes sociales y páginas web, se logra identificar que en El Salvador existen algunas empresas comercializadoras de servicios para animales domésticos. Además, la motivación personal por atender las necesidades básicas de los animales de compañía, ayudó a dar origen a este tipo de negocios, aunque no todos están específicamente dedicadas a la venta de alimentos de mascotas; si existen los de diversa naturaleza, como, por ejemplo:

- ✓ Veterinarias: Que se dedican principalmente a dar atención clínica a todo tipo de animal doméstico o de granja.
- ✓ Tiendas de mascotas (venta directa de animales de compañía): Lugares destinados específicamente a realizar la venta de animales de índole doméstico, y que generalmente requieren de instalaciones y permisos específicos para eso. Algunos de los espacios más comunes para este tipo de comercio, son los acuarios, las tiendas que a su vez sirven de albergues.
- ✓ Peluquerías para perros: Estos espacios han sido diseñados para brindar un cuidado especializado en la parte estética para las mascotas. Principalmente, se practican estos servicios en perros y gatos; buscan facilitar las actividades de limpieza y mantenimiento a sus dueños; y están generalmente preparados para que la experiencia sea rápida, prolija y segura para los clientes que acuden a estos espacios.
- ✓ Tiendas de: accesorios: Generalmente se dedican solo a la comercialización de juguetes, jaulas, peceras, casas para perros, collares y otros, como lo son jabones especiales, vitaminas y algunos suplementos.

Existen otros espacios que se dedican a otras actividades relacionados al cuidado de animales de compañía, entre las que vale la pena destacar una breve lista de ellas.

- ✓ Albergues: Aunque son pocos, estos lugares se encargan de acoger principalmente a mascotas que han sido abandonadas en calles o de rescatar animales que son maltratados y cuyas denuncias han sido en muchas ocasiones presentadas delante de ellos, para presionar a las autoridades pertinentes. Son de carácter autónomo y subsisten de voluntariados y de donaciones que reciben del público en general.
Velan por el cuidado de los animales domésticos, y tratan de facilitar la búsqueda de nuevos hogares para ellos y de cuidar su asignación y seguimientos de control.
- ✓ Escuela de adiestramiento: Aunque de forma más exclusiva, empiezan a tomar protagonismo las escuelas y espacios de adiestramiento para perros más específicamente. Actividad que anteriormente se realizaba con canes, pero solo bajo la supervisión de organismos del Estado, como parte de sus equipos más especializados. Este tipo de negocio, ha sido bienvenido ya que la estructura actual familiar, ya no se limita a un diseño tradicional, de papá, mamá e hijos; sino más a un hombre o mujer, y su mascota que suele por lo general, apegarse más a su estilo y forma de vida.
- ✓ Hotel para mascotas: Siendo este uno de los espacios más nuevos y novedosos dedicados a las mascotas, en el país ya se cuenta con el primer “Hotel para Mascotas” su actividad principal es la de cuidar estos por períodos de corta o larga duración, ya sea que sus dueños se encuentren de viaje por negocios, placer, por temas de salud u otras; y que por tal razón no puedan atender a sus mascotas durante “X” período.
- ✓ Transporte para mascotas: Este servicio en particular suele llamar mucho la atención pues se trata de una variación del modelo de negocio de Uber, solo que en lugar de trasladar a personas de un punto a otro; se encarga de trasladar a las mascotas a sus citas a las que no pueden acudir sus dueños. Ya sea que se trate de llevarlos a la peluquería, a una cita o emergencia al veterinario, o simplemente a un paseo por el parque; ha llamado mucho la atención y goza de mucho éxito en las zonas de cobertura.

Las mascotas, son cada día más importantes en la vida cotidiana. Es particularmente raro encontrar espacios que no permitan su presencia en las instalaciones, llevando no sólo los restaurantes a abrir sus puertas a ellos sino, más recientemente empiezan a sumarse a esta lista las cooperativas de ahorro y otros espacios que anteriormente a las modificaciones del comportamiento del consumidor, no habrían considerado cambiar sus políticas de acceso de permitir solo visitas de personas, sino que han tomado con tal seriedad incluir como parte importante a las mascotas.

Es por tal razón que Míau & Guau, es un modelo de negocio que tiene como finalidad principal comercializar comida de perros y gatos, que pueda ser fácilmente adquirida a través de una App. Atendiendo no sólo una necesidad básica que es la de alimentación para perros y gatos, como lo es para cualquier vivo, sino la de ajustarse a conductas de consumo que buscan la utilización de Apps para cada vez más actividades que requieran de cierta programación y que tiendan a ocupar espacios de tiempo que pueda invertir en otras tareas.

Debe considerarse también que gran parte de la necesidad que surja este tipo de comercio digital, es la de limitar cada vez más y en consecuencia de la reciente pandemia del Covid-19, la necesidad de trasladarse a espacios físicos para adquirir los productos que deseen. La movilidad, la personalización, la adecuación y facilidad de uso de la App, atiende directamente las necesidades de las generaciones más jóvenes, pero mayormente ocupadas actualmente, los millennials y centennials.

Principalmente, se busca atender de forma inicial a tres municipios altamente representativos para este segmento de mercado, que son: Santa Tecla, Antiguo Cuscatlán y San Salvador. La demanda a satisfacer en esta zona del país, está ligada directamente al nivel de ingresos y cultura de consumo de lo que podemos clasificar como algunas de las “zonas altas” del país.

Teniendo en consideración la siguiente información:

Formula de demanda potencial:

Número de hogares X porcentaje de población que tiene mascotas = Demanda insatisfecha.

1.025316.00 (Número de hogares en San Salvador, según la DYGESTYC) 40% de la población que tienen mascota (Perros o gatos)

$1.025316.00 \times 40\% = 410,126.40$ (Familias y personas solteras que tienen mascotas)

Duarte J., Grimaldi V., & Márquez A., (2014, pág. 68) La demanda potencial del dispensador de alimentos para mascotas es de $410,126.40 \approx 410,126.00$ hogares incluyendo personas que viven solos. Las tendencias indican que cada año va en aumento el número de familias y personas solteras que adquieren mascotas, se puede notar en el aumento de las importaciones de productos para mascotas como alimentos y utensilios para los mismos.

El total de hogares se tomó de la Encuesta de Hogares de propósitos múltiples 2009 DYGESTIC.

Mercado Objetivo: De los 410,126.40 hogares se estima que en el primer año se podrá penetrar en el mercado un 1%.

Mercado Potencial x Estimación de penetración mercado = Mercado Objetivo

410,126.40 (Familias y Personas Solteras que tienen mascota) 53% (Porcentaje de capacidad de adquisición de \$400 en adelante)

$410,126.40 \times 53\% = 217366.99 \approx 217,367.00$ familias aptas para adquirir el producto.

Considerando que los cálculos y la información anterior obtenida de: “Proyecto de Factibilidad para el ensamble y comercialización de alimentos para mascotas, en el área metropolitana de San Salvador, El Salvador”. Tiene una especial relación con la finalidad de Míau & Guau, de ofrecer este tipo de App orientado al cuidado de mascotas, se aplicaría como restricción al mercado objetivo, la siguiente: Que el cliente potencial, cumpla con un ingreso mínimo de \$500.00 al mes, un empleo fijo (indistintamente, si pertenece al sector público o privado), y que posea un dispositivo electrónico (celular) con acceso a internet, para poder realizar la compra.

2.2. Descripción de los productos o servicios.

Pet Food, tiene como finalidad colocar el alimento para las mascotas en la residencia de sus dueños; en concordancia a la solicitud que estos hayan realizado. El servicio de entrega residencial o delivery, tiene como finalidad no solo la de eliminar el factor movilidad para los usuarios; sino también, contribuir a el reforzamiento de medidas sanitarias por la presencia actual del Covid-19 y sus variantes.

Sin embargo, es importante mencionar que fuera de las condiciones sanitarias actuales, los servicios residenciales solicitados a través de App’s especializadas se ven fácilmente adaptados por las corrientes culturales millennials y centennials; además del gran protagonismo de la tecnología, como forma de facilitación a la rutina de vida actual.

El servicio delivery o de entrega residencial, parte en sí de la solicitud ejecutada por los usuarios a través de la App, y posteriormente se da la orden interna para la preparación de la entrega de acuerdo a la fecha solicitada, está a su vez, se coloca en una línea de espera que se apegue a la ruta y fecha solicitada.

El nivel de personalización en los servicios, la facilidad y rapidez de ejecución en el pedido, y la adecuación a los calendarios de cada usuario, incrementan la posibilidad de adaptación y evolución

de este modelo de negocios, que contempla fuertemente una de las integrantes de las familias modernas como centro de su diseño y desarrollo.

2.3. Estrategias a implementar.

Estrategia de Publicidad: TTL.

Actividades a desarrollar para la puesta en marcha:

- Creación de perfiles en redes sociales, principalmente: Facebook, Instagram y WhatsApp Business.
- Promover la Pet Food.
- Creación masiva de contenido: para mantener las redes sociales actualizadas.
- Implementar estrategia de “Polinización cruzada”.
- Implementación de E-Mail Marketing.
- Desarrollar un uso de WhatsApp Business.
- Gestionar desarrollo de Página Web.

2.4. Ventaja competitiva.

Ventaja competitiva determinada por diferenciación en canales de ventas y enfoque de mercado, priorizando a los millennials y centennials, como rango generacional de partida para el desarrollo de una idea que busca satisfacer sus necesidades de cuidado básico y primordial para las mascotas, que hoy por hoy constituyen una parte fundamental en la estructura de las familias modernas. La principal característica del canal de ventas es que, aunque la parte inicial del embudo de ventas este constituida por las principales redes sociales, el proceso de compras definitivo se va realizar a través de una App con interfaz personalizable y de fácil uso y acceso.

El servicio se enfoca en brindar un nivel de adaptación para responder oportunamente a los “pain points” (puntos de dolor) identificados; tratando de que la propuesta de valor se ajuste adecuadamente y pueda incluso llegar a superar los principales inconvenientes con los que podría encontrarse en el desarrollo de las entregas y el cumplimiento estipulado de las entregas que haya que realizar. Sin dejar de lado que la principal ventaja que busca consolidar este modelo de negocio es el de la diferenciación de servicio a nivel de los canales de ventas, pues las aplicaciones hoy por hoy son indispensables para gran parte de las actividades diarias a realizar y contemplando a su vez las condiciones de vida de los pertenecientes a la generación “Y” a la “Z”.



Representación de la ventaja competitiva de "Miau and Guau"

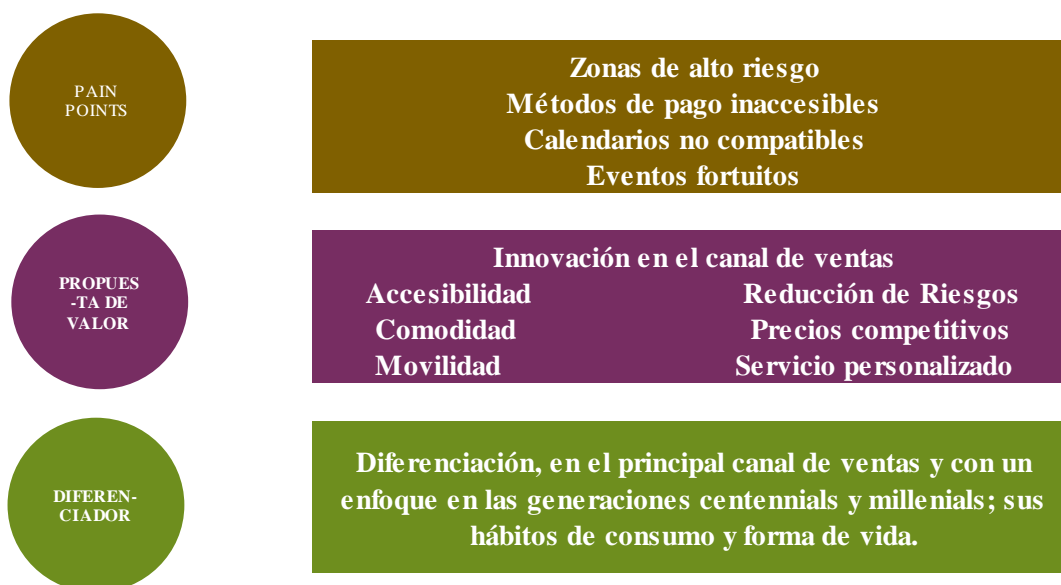


Figura N° 1. "Representación de la Ventaja Competitiva de Miau & Guau" Fuente: Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelos de Negocio Digital.

2.5. Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).

Tabla N° 1. “Análisis FODA de Miau & Guau”



ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS	F1	Plataforma accesible. Canal de ventas digital, enfocado en servicios de comercialización de alimento para mascotas.
	F2	Elimina el factor movilidad para los clientes al ser un servicio de delivery.
	F3	Modelo innovador.
	F4	Fuente de empleo directos e indirectos.
	F5	Nivel de rotación de inventarios alto.
	F6	Servicios de entrega según solicitud de cliente.
	F7	Costos de mantenimiento de inventarios mínimos.
	F8	Disposición de un espacio físico adaptable para bodega y depósito de los inventarios.
	F9	

OPORTUNIDADES	O1	Emprendimiento joven.
	O2	Auge de la cultura Pet Friendly.
	O3	Poca competencia.
	O4	Variedad de proveedores.
	O5	Amplia oferta de servicios post venta.
	O6	Alianzas estratégicas con proveedores.
	O7	Mercado creciente. Apoyo social y económico creciente orientado a los emprendimientos enfocados en mascotas.
	O8	Alta compatibilidad con los hábitos de consumo de las generaciones millenials/centenials.
	O9	

DEBILIDADES	D1	Alta necesidad de soporte técnico para el funcionamiento de la App.
	D2	Zona de cobertura limitada.
	D3	Recursos economicos minimos o limitados.
	D4	Talento humano escaso.

AMENAZAS	A1	Covid-19.
	A2	Implementación de alguna regulación al comercio virtual en este rubro.
	A3	Siniestros que afecten la operatividad de la empresa.
	A4	Competencia directa.
	A5	Nuevas corrientes en dietas para mascotas.
	A6	Productos sustitutos emergentes.
	A7	

3. PLAN ORGANIZACIONAL.

3.1. Resumen de las Características Emprendedoras Personales del equipo (CEP's).

Tabla N° 2: Cuadro Resumen de las Características Emprendedoras Personales del Equipo (CEP's)

CEP's	Rosmary Yamileth Miranda Orellana	José Antonio Quezada Guardado	Karla Allison Vásquez Pérez
Búsqueda de información	X	X	X
Creatividad	X	X	X
Toma de Decisiones	X	X	X
Toma de Riesgo	X	X	X
Motivación y Liderazgo	X	X	X
Redes de Apoyo	X	X	X
Planificación y Organización	X	X	X
Perseverancia	X	X	X
Cumplimiento de Metas	X	X	X
Comunicación	X	X	X

Fuente: Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelos de Negocio Digital.

3.2. Estructura organizativa de la empresa.

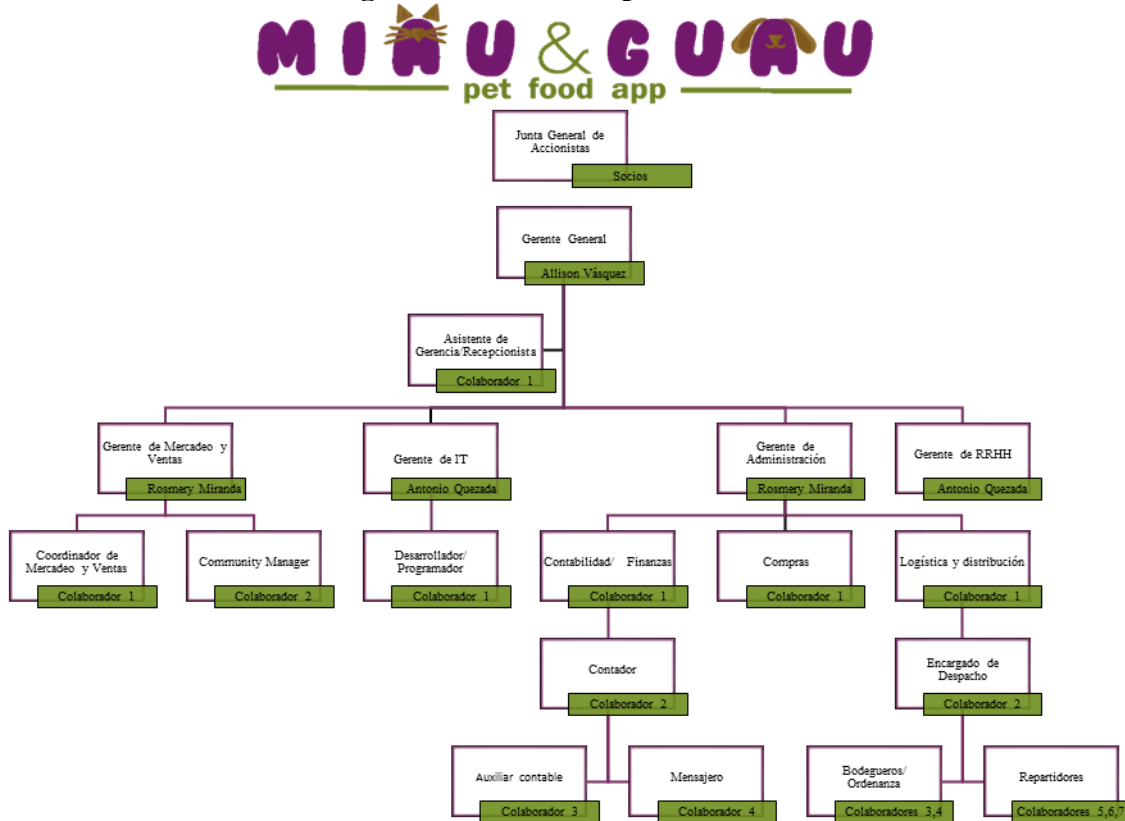


Figura N° 2. "Estructura Organizativa de Miau & Guau" Fuente: Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelos de Negocio Digital.

3.3. Organización de gestión.

Tabla N° 3: Descriptor de Puesto para Gerente General.

 DESCRIPTOR DE PUESTOS			
Puesto:	Gerente General.		
Jefe o encargado de área:	N/A.		
Área de operatividad:	Todas las	Vacantes requeridas:	1
Personal que supervisa:	Todas las áreas.	Con vehículo:	De acuerdo al cargo.
Objetivo del Puesto:	Planificar, dirigir y coordinar el funcionamiento general de la empresa con la asistencia de los demás directores de Departamento.		
1. RESPONSABILIDADES.			
N°	ACTIVIDADES		
1	Gestionar las actividades de la organización estableciendo tareas, objetivos y prioridades.		
2	Desarrollar, implementar, coordinar, revisar, evaluar y mejorar los procedimientos y políticas de la		
3	Supervisar el desempeño de los integrantes de cada departamento, autorizar y gestionar la		
4	Representar a la empresa en actividades protocolarias que ayuden y faciliten el crecimiento de las operaciones, como ruedas de negocios, búsqueda de financiamientos, y otros.		
5	Apoyar a todas las áreas con equidad y de forma clara y precisa		
6	Convocar a reuniones informativas y de supervisión de los planes de ejecución establecidos.		
7	Coordinar actividades que agilicen la comunicación interna de la empresa		
8	Familiarizarse con la cultura y forma de trabajo; y ayudar a determinar la misma para su desarrollo.		
9	Desarrollar, implementar, monitorear y revisar planes, procesos y sistemas tácticos y operativos, cumpliendo con los objetivos, criterios, políticas, procesos, presupuestos, fechas de entrega y otros requisitos de la empresa u organización.		
2. REQUISITOS DEL PUESTO			
Nivel de Estudios	Educación superior. Preferentemente en las ámbitos de: Administración de Empresas, Mercadeo Internacional, o afines.		
Conocimientos Específicos	Manejo y gestión de personal.		Conocimiento en finanzas y procesos de administración internos.
	Manejo efectivo del tiempo.		
	Administración de negocios.		Manejo de plataformas y sistemas
Experiencia laboral	Experiencia comprobable como jefe o coordinador de área de 2 a 3 años.		
Edad	25 a 35 años.		
3. HABILIDADES Y COMPETENCIAS REQUERIDAS.			
Con orientación al logro de resultados		Con capacidad de delegar	
Con alta capacidad de negociación		Orientado al trabajo en equipo	
Excelente manejo y resolución de conflictos		Responsable	
Efectivo bajo presión		Con notables actitudes de liderazgo	
4. RELACIONES DEL PUESTO.			
Relaciones internas	Todos los empleados.		
Relaciones externas	Socios clave, proveedores, representantes de marca, banca, etc.		

Fuente: Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelos de Negocio Digital.

Tabla N° 4: Descriptor de Puesto para Asistente administrativa/Recepcionista.

 DESCRIPTOR DE PUESTOS			
Puesto:	Asistente administrativa/Recepcionista		
Jefe o encargado de área:	N/A.		
Área de operatividad:	Todas las	Vacantes requeridas:	1
Personal que supervisa:	N/A.	Vehículo:	Indiferente.
Objetivo del Puesto:	Brindar apoyo de forma presencial y telefónica, tanto a usuarios internos como externos de la organización. Facilitando la operatividad de la organización.		
1. RESPONSABILIDADES.			
N°	ACTIVIDADES		
1	Dar asistencia vía telefónica y presencial, a todas las áreas y visitantes.		
2	Manejar agenda de gerencia general.		
3	Coordinar eventos y reuniones que involucren a todos los departamentos.		
4	Servir como contact caller y filtro para posibles nuevos proveedores.		
5	Realizar gestión de recepción de facturas y emisión de quedan a proveedores.		
6	Llevar un control escrito de la correspondencia de la empresa (entradas y salidas).		
7	Socializar a todos los departamentos las directrices de gerencia general.		
8	Brindar orientación a visitantes y nuevos empleados sobre los procesos de la organización (fechas de pago, días de quedan, recepción de mercadería, responsables de área, instalaciones, etc).		
9	Archivar y recolectar documentación importante y confidencial.		
10	Velar porque se realice la limpieza en cada área.		
2. REQUISITOS DEL PUESTO			
Nivel de Estudios	Educación superior (por terminar). Preferentemente en los ámbitos de: Administración de Empresas, Mercadeo Internacional, Comunicaciones o afines		
Conocimientos Específicos	Manejo de PBX	Conocimiento en técnicas de redacción y ortografía.	
	Manejo efectivo del tiempo.		
	Manejo de Office completo-intermedio	Manejo de agenda.	
Experiencia laboral	Experiencia mínima en atención al cliente o asistencia administrativa		
Edad	18 a 25 años.		
3. HABILIDADES Y COMPETENCIAS REQUERIDAS.			
Orientada al logro de resultados.		Excelente presentación.	
Con facilidad de expresión para dar asistencia telefónica y personal		Proactiva y con vocación de servicio.	
Excelente manejo y resolución de conflictos		Puntual.	
Efectivo bajo presión		Analítica y organizada	
4. RELACIONES DEL PUESTO.			
Relaciones internas	Todos los empleados.		
Relaciones externas	Socios clave, proveedores, representantes de marca, banca, etc.		

Fuente: Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelos de Negocio Digital.

Tabla N° 5: Descriptor de Puesto para Coordinador de Mercadeo y Ventas.

 DESCRIPTOR DE PUESTOS			
Puesto:	Coordinador de Mercadeo y Ventas		
Jefe o encargado de área:	Gerencia de Mercadeo y Ventas		
Área de operatividad:	Mercadeo y ventas	Vacantes requeridas:	1
Personal que supervisa:	Community Manager/ Ventas	Vehículo:	Indiferente.
Objetivo del Puesto:	Definir planes de ventas y de mercadeo; además de los indicadores adecuados para medir la efectividad de los mismos. Controlar las actividades de ventas, estableciendo presupuestos y planes de acción adecuados al logro de los objetivos previamente definidos.		
1. RESPONSABILIDADES.			
N°	ACTIVIDADES		
1	Formular planes de mercadeo y comunicación.		
2	Formular los objetivos y definir los KPI's.		
3	Elaborar planes de ventas.		
4	Diseñar y establecer el ó los funnel de ventas correspondientes.		
5	Buscar alianzas estratégicas con los principales proveedores.		
6	Formular planes promocionales por estación o fechas especiales y relacionadas al giro.		
7	Procurar el cumplimiento de la proyección de ventas.		
8	Ejecutar planes de acción que ayuden al desarrollo de nuevas líneas de distribución.		
9	Revisar periódicamente con el área de compras las existencias y puntos de reorden de los productos.		
10	Elaborar informes mensuales de los resultados de su gestión.		
2. REQUISITOS DEL PUESTO			
Nivel de Estudios	Educación superior. Preferentemente en los ámbitos de: Mercadeo Internacional, Mercadeo y Ventas o Negocios Internacionales.		
Conocimientos Específicos	Creación de planes de mercadeo y comunicación.	Elaboración de planes de ventas y presupuestos.	
	Creación de planes de acción efectivos.	Conocimiento y control de KPI's.	
	Conocimientos generales del área de diseño gráfico y visual merchandising.		
Experiencia laboral	Jefe ó coordinador de departamento de ventas, publicidad o mercadeo.		
Edad	24 a 30 años.		
3. HABILIDADES Y COMPETENCIAS REQUERIDAS.			
Creatividad, visión, proactividad.		Alta capacidad de desarrollo y comunicación.	
Actitudes de liderazgo.		Conocimientos sobre procesos de tiendas virtuales.	
Con orientación a los procesos de innovación.		Con capacidad de trabajo bajo presión.	
Resolutiva.			
4. RELACIONES DEL PUESTO.			
Relaciones internas	Gte. General, compras, logística, contabilidad e IT.		
Relaciones externas	Socios clave, proveedores, representantes de marca, banca, etc.		

Fuente: Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelos de Negocio Digital.

Tabla N° 6: Descriptor de Puesto para Community Manager.

 DESCRIPTOR DE PUESTOS			
Puesto:	Community Manager.		
Jefe o encargado de área:	Gerencia de Mercadeo y Ventas.		
Área de operatividad:	Mercadeo y ventas	Vacantes requeridas:	1
Personal que supervisa:	N/A.	Vehículo:	Indiferente.
Objetivo del Puesto:	Definir planes de ventas y de mercadeo; además de los indicadores adecuados para medir la efectividad de los mismos. Controlar las actividades de ventas, estableciendo presupuestos y planes de acción adecuados al logro de los objetivos previamente definidos.		
1. RESPONSABILIDADES.			
N°	ACTIVIDADES		
1	Contribuir a la gestión y desarrollo de las principales redes sociales de la empresa.		
2	Diseñar contenido a compartirse (post de facebook, instagram, lives, histories, etc.).		
3	Definir calendario de publicaciones junto con el coordinador de área.		
4	Crear línea gráfica de la empresa.		
5	Ayudar a definir y crear los artes determinados para el desarrollo del visual merchandising.		
6	Crear campañas pagas en medios para promocionar eventos especiales y dar un reporte de las métricas obtenidas, para actividades especiales.		
7	Presentar reportes quincenales de las campañas ejecutadas al coordinador del departamento.		
8	Proponer planes de mejora interna.		
9	Contribuir al cumplimiento de metas en ventas y KPI's.		
10	Brindar respuesta oportuna a través de las redes, de forma personalizada y establecer scripts.		
2. REQUISITOS DEL PUESTO			
Nivel de Estudios	Educación superior. Preferentemente en los ámbitos de: Diseño Gráfico, Diseño Publicitario o Multimedia, Mercadeo.		
Conocimientos Específicos	Diseño gráfico y técnicas publicitarias.	Elaboración de campañas promocionales.	
	Creación y manejo de calendario de publicaciones para redes sociales.	Manejo de métricas y capacidad de respuesta inmediata para mejorar en planes publicitarios.	
	Con interés en desarrollar y mejorar habilidades gráficas, a través de capacitaciones.		
Experiencia laboral	Diseñador gráfico, community manager.		
Edad	19 a 25 años.		
3. HABILIDADES Y COMPETENCIAS REQUERIDAS.			
Creatividad, visión, proactividad.		Desarrollo de procesos colaborativos (si se requiere).	
Ágil y organizado.		Alta capacidad de ajuste.	
Eficiencia en los procesos creativos.		Excelentes técnicas de redacción y orografía.	
Facilidad de expresión.		Conocimiento en nuevas técnicas de publicidad.	
4. RELACIONES DEL PUESTO.			
Relaciones internas	Mercadeo y ventas.		
Relaciones externas	Proveedores.		


Fuente: Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelos de Negocio Digital.

Tabla N° 7: Descriptor de Puesto para Programador/Desarrollador.

 DESCRIPTOR DE PUESTOS			
Puesto:	Desarrollador/Programador.		
Jefe o encargado de área:	Jefe de IT.		
Área de operatividad:	IT.	Vacantes requeridas:	1
Personal que supervisa:	N/A.	Vehículo:	De acuerdo al cargo.
Objetivo del Puesto:	Diseñar, desarrollar, y crear actualizaciones para la Pet Food App, revisar el desempeño y efectividad de la misma. Crear soluciones inmediatas y necesarias, y procurar el buen desarrollo de todos sus aplicativos.		
1. RESPONSABILIDADES.			
N°	ACTIVIDADES		
1	Diseñar y desarrollar, así como también velar por las actualizaciones de la App.		
2	Realizar pruebas oportunas para incorporar nuevos aplicativos.		
3	Asegurarse del funcionamiento óptimo de los principales aplicativos.		
4	Garantizar la recolección de datos de los usuarios para alimentar el CRM.		
5	Administrar el CRM, y socializarlo con las áreas respectivas al final de cada quincena.		
6	Apoyar en el mantenimiento del equipo técnico y de los servidores.		
7	Colaborar con el área de mercadeo y ventas para la definición de los procesos de entrega y productos a ofertarse, a través de la App.		
8	Revisar periódicamente la actividad de los perfiles de los clientes y dar de baja a los que excedan el período de deshuso.		
9	Brindar reportes mensuales de la actividad de la App y de los aplicativos más efectivos.		
10	Presentar un análisis de los resultados para agilizar la toma de decisiones para las actualizaciones.		
2. REQUISITOS DEL PUESTO			
Nivel de Estudios	Educación superior (egresado). Preferentemente en el ámbito de: Ingeniería en Sistemas y/ ó Técnico en Desarrollo Web.		
Conocimientos Específicos	Diseño de aplicaciones.	Con conocimientos en cyber seguridad.	
	Conocimientos básicos en el funcionamiento de los CRM.	Desarrollo de planes de acción para definir programas de actualizaciones de la App.	
	Conocimientos generales en programación y desarrollo web.		
Experiencia laboral	Diseñador de aplicaciones o programador de videojuegos.		
Edad	21 a 25 años.		
3. HABILIDADES Y COMPETENCIAS REQUERIDAS.			
Creatividad, visión, proactividad.		Desarrollo de procesos colaborativos (si se requiere).	
Ágil, organizado y estratégico.		Alta capacidad de ajuste.	
Eficiencia en los procesos creativos.		Excelentes técnicas de redacción y orografía.	
Facilidad de expresión.		Altamente capacitado en desarrollo de App's.	
4. RELACIONES DEL PUESTO.			
Relaciones internas	Principalmente, mercadeo y ventas.		
Relaciones externas	Proveedores.		

Fuente: Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelos de Negocio Digital.

Tabla N° 8: Descriptor de Puesto para Contador.

 DESCRIPTOR DE PUESTOS			
Puesto:	Contador		
Jefe o encargado de área:	Coordinador administrativo.		
Área de operatividad:	Administración.	Vacantes requeridas:	1
Personal que supervisa:	Auxiliar contable.	Vehículo:	De acuerdo al cargo.
Objetivo del Puesto:	Supervisar y coordinar el registro de operaciones contables, así como encargarse de la elaboración de los estados financieros, y de la revisión y evaluación de presupuestos de todas las áreas.		
1. RESPONSABILIDADES.			
N°	ACTIVIDADES		
1	Responder por la adecuada presentación y entrega oportuna de los balances, anexos, informes o requerimientos exigidos por los organismos públicos competentes.		
2	Verificar el cumplimiento por parte de las personas a su cargo y de las distintas áreas de la empresa de las normas administrativas, legales y fiscales vigentes.		
3	Estar permanentemente actualizado sobre las normas, políticas y procedimientos en materia contable, tributaria, comercial y fiscal.		
4	Coordinar con el área informática que el registro de la información sea oportuna y confiable, verificando mensualmente la consistencia de los registros, así como implementando nuevos reportes que faciliten y agilicen el cruce y generación de nueva información		
5	Implementar controles internos para el área de pagos y registros bancarios.		
6	Compartir un calendario con las actividades fiscales y fechas de entregar con gerencia general.		
7	Elaborar informes mensuales para presentar el crecimiento o decrecimiento de ingresos.		
8	Velar porque los archivos se organicen oportunamente y sean correctamente resguardados.		
9			
10			
2. REQUISITOS DEL PUESTO			
Nivel de Estudios	Educación superior. En el área de: Contaduría Pública		
Conocimientos Específicos	Conocimientos en leyes fiscales y tributarias.	Experiencia en elaboración de informes fiscales y trámites de registro de comercio	
	Nociones de auditoría.	Inventarios y costos.	
Experiencia laboral	Un año mínimo como contador general.		
Edad	25 a 35 años.		
3. HABILIDADES Y COMPETENCIAS REQUERIDAS.			
Organizado y puntual.			
Responsable.			
Previsor y proactivo.			
Con capacidad de trabajo bajo presión.			
4. RELACIONES DEL PUESTO.			
Relaciones internas	Gerencia general, administración, ventas y área de logística.		
Relaciones externas	Organizaciones gubernamentales.		

Fuente: Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelos de Negocio Digital.

Tabla N° 9: Descriptor de Puesto para Coordinador de Compras.

 DESCRIPTOR DE PUESTOS			
Puesto:	Coordinador de Compras		
Jefe o encargado de área:	Gerente general.		
Área de operatividad:	Administración.	Vacantes requeridas:	1
Personal que supervisa:	Jefe de Despacho	Vehículo:	De acuerdo al cargo.
Objetivo del Puesto:	Realizar una prospección adecuada de los proveedores, elaborar las órdenes de compras oportunamente, concretar un plan de abastecimiento, velar por los inventarios y definir los puntos de reorden de los productos.		
1. RESPONSABILIDADES.			
N°	ACTIVIDADES		
1	Perfilar y crear expedientes de los proveedores fijos y de respaldo de la empresa.		
2	Inventivar la creación de alianzas con proveedores y de convenios de compra.		
3	Elaborar todas las órdenes de compra para abastecer los inventarios.		
4	Definir una base de consultas con datos de proveedores.		
5	Definir períodos de pago y formas de trámites de quedan con finanzas y administración.		
6	Colaboraar con el cuadro de inventario de acuerdo a las solicitudes de compra y facturación.		
7	Ejecutar planes de reabastecimiento de acuerdo a la demanda con cada proveedor.		
8	Coordinar y canalizar actividades de compras de insumos y contratación de servicios para la empresa.		
9	Buscar planes de aseguramiento de los productos e instalaciones.		
10	Coordinar y revisar con el área de despacho los procesos de entrega y sus respectivos controles.		
2. REQUISITOS DEL PUESTO			
Nivel de Estudios	Educación superior. Idealmente en el área de : Ing. Industrial, Administración de Empresas, mercadeo o afines.		
Conocimientos Específicos	Elaboración en planes de abastecimiento.		Con conocimientos en inventarios y aplicación de controles internos.
	Técnicas de negociación.		Prospección de proveedores.
Experiencia laboral	3 años en posiciones similares.		
Edad	25 a 35 años.		
3. HABILIDADES Y COMPETENCIAS REQUERIDAS.			
Propositivo.		Persuasivo.	
Proactivo.		Con facilidad de expresión.	
Organizado.		Buena presentación.	
Con alta capacidad de negociación.			
4. RELACIONES DEL PUESTO.			
Relaciones internas	Gerencia general, administración y ventas.		
Relaciones externas	Proveedores y socios claves.		

Fuente: Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelos de Negocio Digital.

Tabla N° 10: Descriptor de Puesto para Coordinador de Logística y Distribución.

 DESCRIPTOR DE PUESTOS			
Puesto:	Coordinador de Logístico y Distribución.		
Jefe o encargado de área:	Coordinador administrativo.		
Área de operatividad:	Despacho/bodega/distri..	Vacantes requeridas:	1
Personal que supervisa:	Área de despacho.	Vehículo:	De acuerdo al cargo.
Objetivo del Puesto:	Diseñar y desarrollar las rutas de distribución de forma eficiente; velar por las condiciones adecuados del manejo de inventarios y velar por la buena gestión en control de inventarios.		
1. RESPONSABILIDADES.			
N°	ACTIVIDADES		
1	Desarrollar un plan de procesos internos para facilitar la logística de distribución.		
2	Diseñar y socializar las rutas de distribución elaborados con el personal respectivo.		
3	Rotar al personal repartidor periódicamente, conforme a desempeño.		
4	Revisar las rutas de entrega buscando la creación de nuevas rutas a las que se pueda dar cobertura.		
5	Buscar planes de seguros para la mercadería y flota de su área.		
6	Realizar inventarios físicos continuamente.		
7	Solicitar al área de compra de forma oportuna el reabastecimiento de inventarios.		
8	Crear controles que faciliten el monitoreo de las entradas y salidas de los productos.		
9	Realizar planes de mejora continúa con el área de ventas para la organización de los pedidos.		
10	Encargado de planeación de planes de contingencia por cualquier siniestro que afecte su área.		
2. REQUISITOS DEL PUESTO			
Nivel de Estudios	Educación superior. Idealmente en el área de: Ing. Industrial ó Lic. En Administración de Empresas, mercadeo o afines.		
Conocimientos Específicos	Elaboración en planes de abastecimiento.	Con conocimientos en inventarios y aplicación de controles internos.	
Experiencia laboral	3 años en posiciones similares.		
Edad	25 a 35 años.		
3. HABILIDADES Y COMPETENCIAS REQUERIDAS.			
Organizado.	Negociador, diligente y comprometido.		
Con actitudes de liderazgo.	Con capacidad de trabajo bajo presión.		
Puntual.	Proactivo.		
Con capacidad de respuesta inmediata.			
4. RELACIONES DEL PUESTO.			
Relaciones internas	Gerencia general, administración, compras y; mercadeo y ventas.		
Relaciones externas	Proveedores y socios claves.		

Fuente: Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelos de Negocio Digital.

Tabla N° 11: Descriptor de Puesto para Encargado de Despacho.

 DESCRIPTOR DE PUESTOS			
Puesto:	Encargado de despacho.		
Jefe o encargado de área:	Coordinador de Logístico y Distribución.		
Área de operatividad:	Despacho/bodega/distri..	Vacantes requeridas:	1
Personal que supervisa:	Bodega, distribución.	Vehículo:	De acuerdo al cargo.
Objetivo del Puesto:	Velar por la adaptación y buen desarrollo de las rutas de distribución asignada; implementacion de controles internos y de seguimiento en los procesos post venta.		
1. RESPONSABILIDADES.			
N°	ACTIVIDADES		
1	Asegurar el cumplimiento de entregas, según programación.		
2	Autorizar entradas y salidas de productos de la bodega.		
3	Informar al coordinador del área cualquier irregularidad con los inventarios, proveedores, etc.		
4	Crear planes de acción que asegure que el inventario pueda rotarse adecuadamente.		
5	Supervisar el manejo adecuado de los inventarios.		
6	Realizar un cronograma de actividades a realizar dentro del área de bodega para cada mes, incluyendo los espacios de apoyo en el área de mantenimiento y limpieza dentro del mismo.		
7	Promover la participación del personal a cargo en la adecuación y mejoramiento de rutas de entrega.		
8	Buscar planes de capacitación en servicio al cliente para los repartidores.		
9	Diseñar y suministrar encuestas de satisfacción para medir sus resultados con los clientes.		
10	Apoyar en el desarrollo de la matriz CRM, con las áreas correspondientes.		
2. REQUISITOS DEL PUESTO			
Nivel de Estudios	Educación superior. Preferentemente en el área de: Ing. Industrial, Administración de Empresas, mercadeo o afines.		
Conocimientos Específicos	Elaboración en planes de abastecimiento.	Con conocimientos en inventarios y aplicación de controles internos.	
	Gestión y adecuación de productos según rutas de cobertura.		
Experiencia laboral	3 años en posiciones similares.		
Edad	25 a 35 años.		
3. HABILIDADES Y COMPETENCIAS REQUERIDAS.			
Organizado.	Negociador, diligente y comprometido.		
Con actitudes de liderazgo.	Con capacidad de trabajo bajo presión.		
Puntual.	Proactivo.		
Con capacidad de respuesta inmediata.			
4. RELACIONES DEL PUESTO.			
Relaciones internas	Coordinador de Logístico y Distribución, bodega y compras.		
Relaciones externas	Proveedores y socios claves.		

Fuente: Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelos de Negocio Digital.

Tabla N° 12: Descriptor de Puesto para Repartidor/es.

 DESCRIPTOR DE PUESTOS			
Puesto:	Repartidores.		
Jefe o encargado de área:	Encargado de despacho.		
Área de operatividad:	Logística y distribución.	Vacantes requeridas:	3
Personal que supervisa:	N/A	Vehículo:	Indiferente.
Objetivo del Puesto:	Encargarse de la repartición de los pedidos de los clientes, según rutas establecidas de forma ordenada y puntual, asegurándose de cubrir a totalidad todos los pedidos realizados; manteniendo todos los protocolos de bio seguridad a la hora de hacer la entrega en puerta.		
1. RESPONSABILIDADES.			
N°	ACTIVIDADES		
1	Manejo y cuidado de mercadería.		
2	Recolectar los productos en muelle de despacho definido y cargarlos adecuadamente para facilitar la entrega según pedido.		
3	Llevar un check list de lo entregado vrs. Lo recibido en despacho para cada día.		
4	Encargarse de llenar los tanques de la unidad vehicular asignada.		
5	Presentar un cuadro control de kilometraje y consumo de gasolina, semanalmente.		
6	Hacer la entrega correspondiente del comprobante de pago a cada cliente.		
7	Presentarse cada día a solicitar la autorización de salida con el encargado de despacho.		
8	Entregar bitacora de entregas al final de cada día.		
9	Colaborar si es requerido en la adecuación y depuración de rutas de entrega.		
10	Brindar apoyo en toma de inventarios físicos.		
2. REQUISITOS DEL PUESTO			
Nivel de Estudios	Educación media.		
Conocimientos Específicos	Conocimiento en nomenclatura de calles		Cumplimiento y aplicación de protocolos de bio seguridad en el cumplimiento de entrega.
	Manejo de mercadería.		
Experiencia laboral	Área de mensajería o reparto.		
Edad	18 a 40 años.		
3. HABILIDADES Y COMPETENCIAS REQUERIDAS.			
Con licencia liviana.	Proactivo.		
Confiable.	Orientado al servicio al cliente.		
Organizado.	Con capacidad de trabajo bajo presión.		
Responsable.	Con alto sentido de urgencia.		
4. RELACIONES DEL PUESTO.			
Relaciones internas	Logística y distribución.		
Relaciones externas	Clientes.		

Fuente: Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelos de Negocio Digital

3.4. Proceso de Mercadeo.

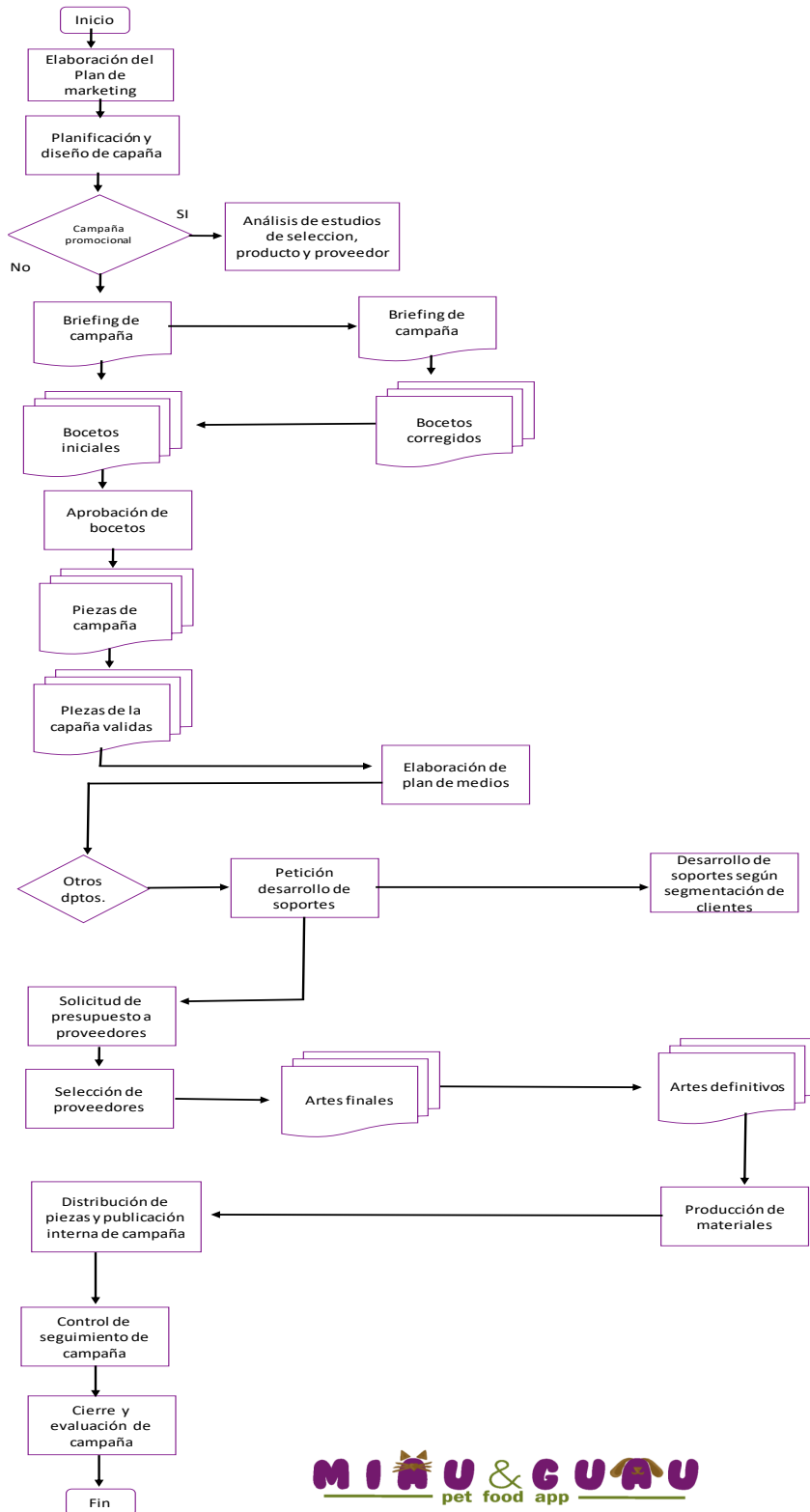


Figura N° 3: “Proceso de Mercadeo” Fuente: Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelos de Negocio Digital

3.5. Proceso de Registro en la App (Ciclo de vida de la App Mobile).

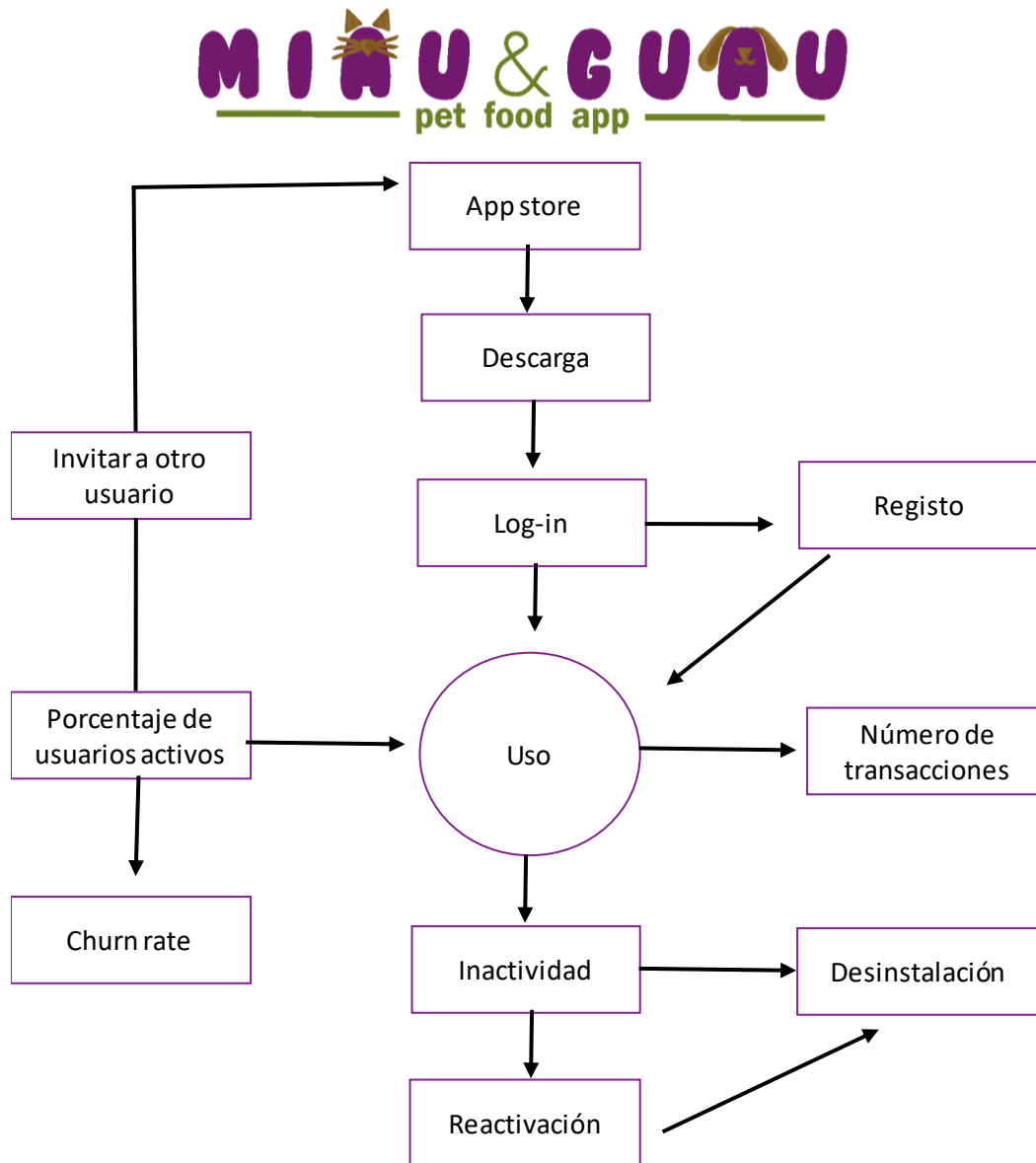


Figura N° 4: “Proceso de Registro en la Aplicación de Míau & Guau (Ciclo de Vida App Mobile)” Fuente: Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelos de Negocio Digital

3.6. Proceso de Compra y Venta, a través de Míau & Guau App.



Compra y Venta

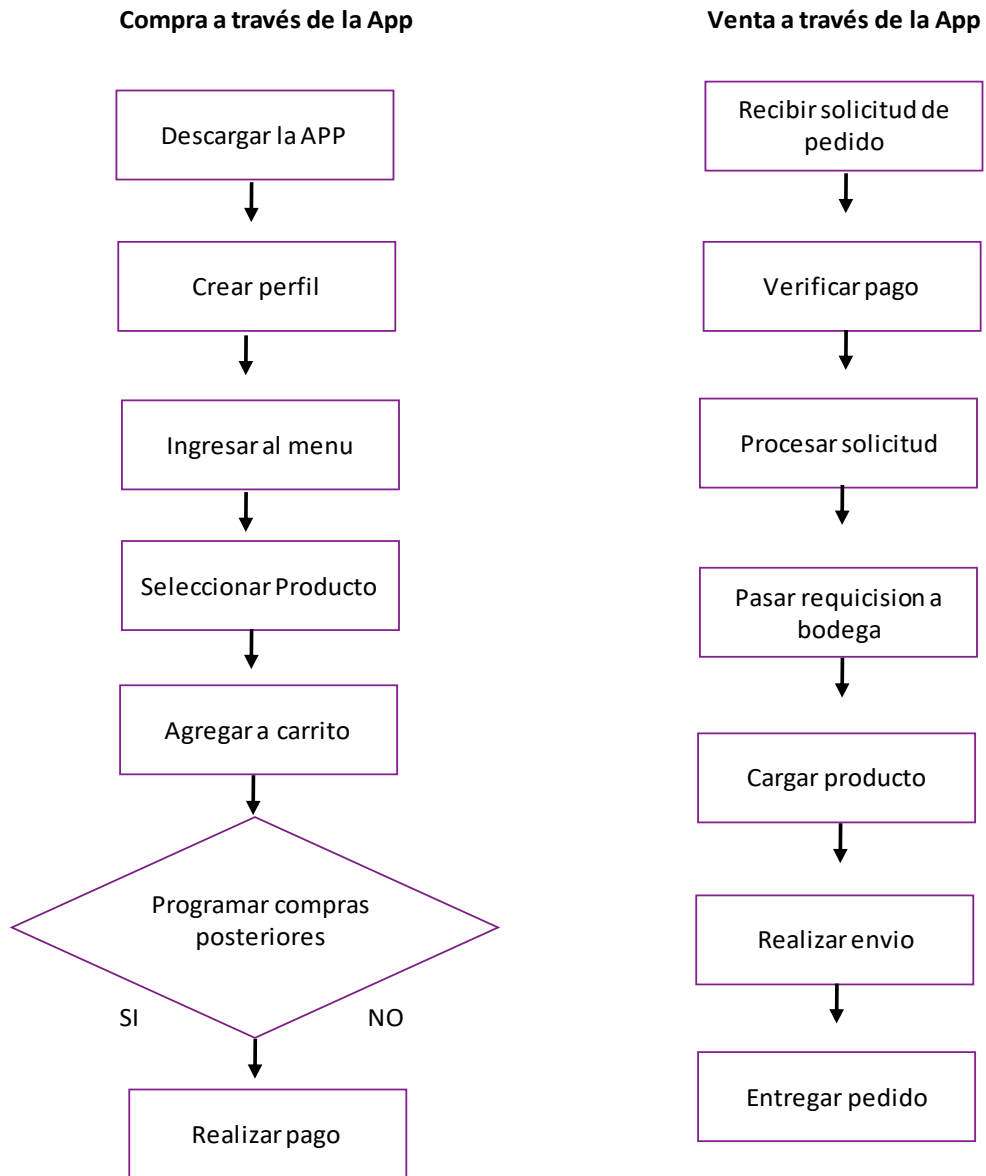


Figura N° 5: “Proceso de Compra y Venta, a través de la Aplicación de Míau & Guau (Ciclo de Vida App Mobile)” Fuente: Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelos de Negocio Digital

3.7. Proceso Administrativo.

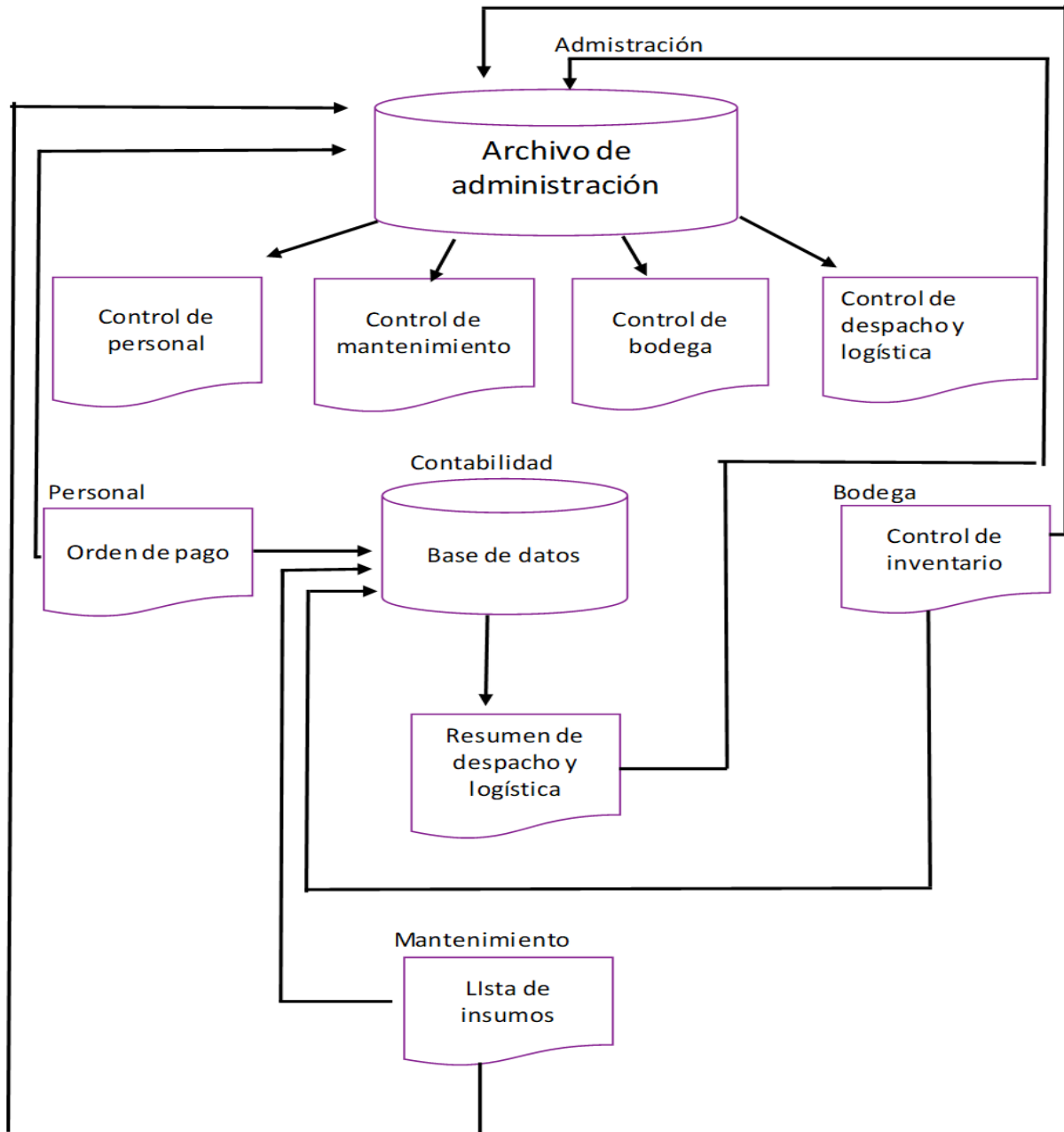


Figura N° 6: “Proceso Administrativo” Fuente: Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelos de Negocio Digital

3.8. Identificación y características de proveedores.

Tabla N° 13: Identificación y Características de Proveedores.



N°	Proveedor	Ubicación del proveedor	Forma de contacto	Giro/Productos	Contacto
1	Eukanuba	7 Septima Calle Poniente #3-9 entre 4ª y 6ª avenida Norte, Santa Tecla CP 1502	2288 1777	Eukanuba	
2	Mi mascota	Colonia Las Mercedes 2, Avenida Palermo #9 San Salvador	https://sv.miscota.com/	Collares antiparasitarios Pedigree Dentastix pro plan pollo 14 kg	Nahún Mejía
3	TECNUTRAL	Km 27 carretera a Sonsonate, Lourdes, Colón, La Libertad	2333 7800	Fabricación de alimentos de animales domésticos y de granja	Silvia Cortez
4	DISTRIBUIDORA NACIONAL (DISNA UDISA)	km 11, carretera al puerto de La Libertad y final Blvd. Sur., Santa Tecla	2525 8222	Distribuidora de productos perecederos	Guadalupe Martínez
5	Saram S.A. de C.V.	Km 27 1/2, frente a Livsmart, Carretera Los Naranjos hacia Sonsonate, CA_8W, Lourdes	2346 4800	Fábrica de alimentos preparados para mascotas	
6	DATA PRINT, S.A. de C.V.	25 Calle Poniente # 839 Colonia Layco San Salvador - San Salvador San Salvador CP, 1101	2505 6702	De todo para la oficina	Mónica Granados
7	Papelera Salvadoreña, S.A. de C.V.	49 Av. Sur y 24 Calle Pte. , N° 2614, calle San Mateo, San Salvador	2250 6500	Importadores mayoristas	Verónica Rivera
8	Distribuidora Granada, S.A. de C.V.	25 Av. Sur #765, colonia Cucumayán, San Salvador	2222 2068	Refrigeración y aire acondicionado	Xavier Rosales
9	Kimberly Clark	Carretera a San Juan Opico Km 32 1/2, Sitio del Niño	2319 4500	Fabricación y distribución de productos de higiene	
10	La Constancia, LTDA.	Centro Soyapanago, San Salvador	2231 5440/ 2222 8080	Productos de consumo masivo	Julio Gómez
11	Aliansa	Zona industrial Plan de la Laguna Pje B, San Salvador	2243-0333	Productor de concentrado para animales	Breiner Rodríguez
12	Prosalco S.A de CV	Calle antigua al Matazano y calle la Pedrera Edificio Molino, Soyapango, San Salvador.	2294-0487	Concentrados para animales	Carlos Escobar
14	Solucion Digital	11 C. Poniente y 5 av Norte #220, Contiguo a la corte de cuentas, San Salvador CP, San Salvador	2221-5535 / 7744-5206	Imprenta y Papelería corporativa	
16	ACOPACC	Pasaje C, Oriente, San Salvador	2313-0800	Financiamiento	Lic. Oscar Martinez
17	PROMERICA	Edificio Banco Promerica, Centro Comercial, La Gran Via, Antiguo Cuscatlan, La libertad	2513-5000 / promerica.com.sv	Financiamiento	Lic. Alicia Morales
18	Jefferson Adonay Pérez	N/A	7122-6917	Desarrollador de App Mobile	Adonay Pérez
19	Sonia Torres	N/A	6112-4712	Alquileres	Sonia Torres

Fuente: Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelo de Negocios Digitales.

3.9. Distribución en planta.



Figura N° 7. "Distribución en Planta" Fuente: Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelo de Negocios Digitales.

4. PLAN DE MERCADEO

4.1 Análisis situacional.

Debido a la evolución en el comportamiento del consumidor, en gran parte como consecuencia de la pandemia del Covid-19, y su gran impacto en todos los sectores se tiene una postura más positiva con relación del comercio con base digital. Miau & Guau, contempla como base de comercialización una App, abriendo un espacio altamente personalizable y confiable para poder obtener de forma directa los alimentos de sus perros y gatos.

El alto grado de ajuste a la vida cotidiana, la adecuación de los espacios, la creciente tendencia en habilitar cada vez más espacios a donde pueda asistirse en compañía de las mascotas, la factibilidad de realizar compras de forma simple a través del celular, y la motivación por apoyar a dos generaciones (millennials, centennials) que muestran un enorme interés por construir un entorno familiar con perros y gatos, como una parte esencial más que como un complemento, posibilita y vuelve atractivo este modelo de negocios.

4.2 Análisis de situación:

- Análisis de la Competencia

Tabla N° 14: Análisis de La Competencia de “Miau & Guau”



Análisis de la competencia de "Miau & Guau"		
N°	Competencia	Descripción general
1	Pet food express El Salvador	Es una tienda en línea que comercializa comida para mascotas, juguetes y cualquier accesorio para mascotas, esta tienda cuenta con una página web y una app para adquirir sus servicios.
2	Puppy Express Pioneros	Tienda en línea que brinda servicios a domicilio de comida, juguetes o implementos para mascotas, esta tienda solo cuenta con redes sociales y página web por la cual se pueden adquirir sus servicios
3	Mascotas	Mascotas, es una farmacia veterinaria, pet store y peluquería canina. La cual cuenta con redes sociales y una página web.
4	Chilax	Tienda en línea que cuenta con redes sociales y página web en los cuales se pueden adquirir los productos que comercializan, como la comida, juguetes, accesorios y cuidado de las mascotas.
5	Eukamuba Comida para el Perro	Tienda de comida Premium para perros, esta cuenta con página web y redes sociales.
6	Petmall El Salvador	Tienda online de alimentos, medicinas, suplementos, accesorios para perros y gatos. Cuenta con página web y redes sociales.

Fuente: Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelo de Negocios Digitales.

- **Productos o servicios a ofrecer.**

Dos líneas de cobertura principales: **Perros y gatos.**

Línea 1: Perros.

Alimentación básica para perros: Presentaciones más solicitadas a nivel individual, se dispone de 6 marcas diferentes a elección y de distintas cantidades en cuanto a su contenido; es válido mencionar que, aunque se disponga de presentaciones de contenido de 1 kilo a más, aplicarán restricciones mínimas de pedido para no afectar los costos de envío.

Las presentaciones estarían sujetas a inventarios y serán entregadas de forma personal al comprador, en el lugar y fecha indicada en su orden; garantizando un manejo adecuado del producto y un servicio de calidad por parte de los repartidores.

Línea 2: Gatos.

Alimentación básica para gatos: Al igual que con los productos a comercializar para perros, para los gatos también se dispone de una variedad de 6 marcas en presentaciones de distinto contenido para ajustarse a las necesidades dietarias de cada mascota y sus gustos, en este caso aplicarían también los consumos mínimos para la realización de sus pedidos.

Tabla N° 15: Líneas de Productos a Ofertar: Perros y Gatos.

					
Línea 1. Alimentos para perros				Línea 2. Alimentos para gatos	
Descripción	Precio de Venta	Descripción	Precio de Venta	Descripción	Precio de Venta
Bolsa 1Kg Cachorro (Alican)	\$ 1.25	Bolsa 1kg Adulto (Rambocan)	\$ 1.20	Bolsa 1 lb (Alimiau)	\$ 0.90
Bolsa 20kg Cachorro (Alican)	\$ 30.00	Bolsa 20kg adulto (Rambocan)	\$ 29.00	Bolsa de 17 lb (Alimiau)	\$ 14.99
Bolsa 1kg Adulto (Alican)	\$ 1.00	Bolsa 1Kg Cachorro (Rufo)	\$ 1.00	Bolsa 1 lb (Gati)	\$ 1.25
Bolsa 20kg adulto (Alican)	\$ 28.00	Bolsa 20kg Cachorro (Rufo)	\$ 30.00	Bolsa de 30 lb (Gati)	\$ 25.00
Bolsa 1Kg Cachorro (Alimax)	\$ 1.12	Bolsa 1kg Adulto (Rufo)	\$ 0.95	Bolsa 1 lb (Purina Cat)	\$ 1.20
Bolsa 20kg Cachorro (Alimax)	\$ 29.00	Bolsa 20kg adulto (Rufo)	\$ 25.00	Bolsa de 50 lb (Purina Cat)	\$ 35.00
Bolsa 1kg Adulto (Alimax)	\$ 99.00	Bolsa 1Kg Cachorro (Dogui)	\$ 1.10	Bolsa 1 lb (Felix)	\$ 1.13
Bolsa 20kg adulto (Alimax)	\$ 27.00	Bolsa 20kg Cachorro (Dogui)	\$ 37.00	Bolsa de 17 lb (Felix)	\$ 15.00
Bolsa 1Kg Cachorro (Rambocan)	\$ 1.13	Bolsa 1kg Adulto (Dogui)	\$ 0.99	Bolsa 1 lb (Whiskas)	\$ 1.40
Bolsa 20kg Cachorro (Rambocan)	\$ 31.00	Bolsa 20kg adulto (Dogui)	\$ 33.00	Bolsa de 9 lb (Whiskas)	\$ 9.80

Fuente: Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelo de Negocios Digitales.

- **Mercado objetivo.**

Tabla N° 16: Tipo de consumidores.

Consumidor Final	Negocio ó Empresa	Industria
X		

Fuente: Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelo de Negocios Digitales.

- **Perfil del consumidor o cliente.**

Tabla N° 17: Buyer persona (Parte 1)



Buyer Persona-Parte A	
Clientes actuales	En etapa de prospección de clientes.
Leads potenciales	Dueños de mascotas, con un fuerte sentido de empatía con los animales y su cuidado; e inclusión en su estructura familiar.
¿QUIÉN ES?	
Nombre	Lucía / Pablo.
Perfil general	Profesionales, que viven en zonas urbanas, en promedio de edad de los 21 a 45 años.
Información demográfica	Género indiferente, con rango salarial igual o superior a los \$500.00, con trabajo fijo.
Identificadores	Millenials principalmente, amantes de los animales, con empleo fijo y usuarios de las principales redes sociales.
¿QUÉ LE MOTIVA?	
Objetivo General	Desarrollar un modelo de negocio digital que brinde un servicio novedoso y eficiente de abastecimiento de alimentos para mascotas centralizado a través de una App, que cuente con las plataformas de pago necesarias y con opciones a elegir que se ajusten a las necesidades de los consumidores.
Retos	Crear un canal de ventas efectivo, dinámico e innovador de comida para mascotas.
¿Qué puede aportar tu empresa?	Un servicio al alcance de un "clic" conveniente, cómodo, interactivo y de amplia cobertura.
¿POR QUÉ TIENE ESTAS MOTIVACIONES O NECESIDADES?	
*Alto ajuste a su estilo de vida	*Mayor interés por el uso de asistentes virtuales y aplicaciones para cada área de interés
*Nivel de especialización y personalización requerido	*Los servicios residenciales son mejores
¿CÓMO?	
Mensajes de marketing	Implementación de estrategia TTL.
Mensajes de ventas	Mensajes creados en conformidad a testimonios personales para lograr mayor empatía y sinergia con los prospectos de clientes.
PAINT POINTS (PUNTOS DE DOLOR)	
*Zonas de residencia de alto riesgo	*Métodos de pago inaccesibles
*Calendarios no compatibles	*Eventos fortuitos

Fuente: Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelo de Negocios Digitales.

Tabla N° 18: Buyer persona (Parte 2)



Buyer Persona-Parte B	
LISTADO DE PREGUNTAS	
Nombre	Lucía / Pablo.
Género	Indiferente.
Edad	21-45.
Lugar de Residencia	Santa Tecla, Nueva San Salvador.
Nivel de Estudios	Estudios superiores en proceso-finalizados.
Sector Laboral	Público/Privado.
Cargo que desempeña	Empleados del sector público y privado, en general.
Evolución de la carrera de estudio	N/A.
Nivel de Ingresos	Desde \$500.00- en adelante.
Entorno laboral y residencial	Seguro, permanente y de fácil movilidad física.
Situación familiar/ Estado Civil	Indiferente.
¿Hijos?	Indiferente.
¿Mascotas?	Indispensable.
¿Ambiciones?	Estabilidad personal.
¿Hobbies?	Deportes al aire libre, caminatas, escuchar música, ver TV.
¿Qué te preocupa?	Las plagas, la vacunación, la alimentación, riesgo de envenamiento o robo, adopción de mascotas.
¿Qué medios de comunicación y dispositivos usas para obtener información?	Redes sociales, TV y radio. Dispositivos: Pc, tablet y teléfono (siendo este el principal).
¿Dónde buscas información o consejo sobre el problema y solución?	Redes sociales (comunidades, grupos, páginas) y páginas web; YouTube.
¿Redes sociales más utilizadas?	Instagram, Facebook, WhatsApp, Tik Tok, Twitter, Pinterest.
¿A quién escuchas para buscar formas de solucionar el reto?	Amigos, colegas, medios, embajadores y representantes de marca, influencers, etc.
¿Cuál es tu rutina diaria? Haz un relato de tu día a día que dé a entender tus problemas y oportunidades.	Trabajadores de tiempo completo; horarios rotativos u extendidos. Trabajadores-estudiantes, a los que las condiciones de sus horarios les minimizan el tiempo para cumplir con las actividades de super con regularidad.
¿Cuál es el objetivo o problema principal que nuestra marca te podría ayudar a cumplir o solucionar?	Al abastecimiento de comida para mascotas, en tiempo y sin necesidad de tener que ir al super o tienda de conveniencia más cercana.
¿Por qué no puedes a día de hoy lograr tu objetivo o solucionar tu problema? ¿Qué te lo impide o qué te falta?	Aún no conoce de ningún servicio focalizado en esta área.
¿Cómo puede lograr el servicio ayudarte a solucionar el problema o cumplir tu objetivo?	Poniendo a disposición el uso de esta App, brindando información sobre el servicio ofertado a través de los principales redes sociales y medios de comunicación tradicional.
¿Cuál es una meta a corto plazo para saber que vas en la buena dirección para solucionar tu problema?	El desarrollo de un plan de acción para a poner a disposición de los prospectos de clientes una Pet Food App.
¿Cuál es el efecto real y práctico de solucionar tu problema o lograr el objetivo? ¿Qué ganas?	Poder invertir ese espacio de tiempo en otras actividades que requieren mi atención; evitar movilizarme hasta un punto de ventas; servicio personalizado; etc.
¿Qué características, funcionalidades o beneficios valoras más del servicio que solucionará tu necesidad?	Que es entrega a domicilio, según mi conveniencia y espacio de tiempo solicitado; y el manejo de marcas de preferencia.
¿Cuáles son tus principales objeciones o barreras para adquirir el servicio?	Ninguna
¿Qué piensas y sientes?	Curiosidad, confianza, comodidad, interés.
¿Tienes presupuesto suficiente para satisfacer tu necesidad?	Sí.
¿Tienes la capacidad de decisión para lograr tu objetivo?	Sí, como propietario de mascota.

Fuente: Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelo de Negocios Digitales.

- **Fortaleza y oportunidades de los productos y servicios.**

FORTALEZAS:

1. Plataforma accesible.
2. Modelo innovador.
3. Servicio de entrega oportunos.
4. Nivel de rotación de inventario alto.
5. Costos de mantenimientos de inventarios mínimos.
6. Servicio personalizado.
7. Alto nivel de adaptabilidad y actualización del servicio, a través de la App.
8. Redes socio-técnicas, sólidas.

OPORTUNIDADES:

1. Adaptabilidad al estilo de vida millennials y centennials.
2. Auge de la “Pet Friendly Culture” (cultura amigable con las mascotas).
3. Amplia oferta de servicios post venta.
4. Mercado creciente.
5. La segmentación de género es indiferente, por lo tanto, se acapara mayor parte del mercado.
6. Cambio en la conducta del comportamiento de consumidor.
7. Rutas de cobertura flexibles.

- **Objetivos y metas de mercadeo.**

OBJETIVOS DE PLAN DE MERCADEO DIGITAL:

“Promover el uso de una Pet Food, para realizar la compra de alimentos para animales de compañía de forma sistematizada y automática; con servicio residencial, a través de las principales redes sociales y presentaciones en vivo en distintos puntos estratégicos de los municipios a los que se dará cobertura”.

METAS DE MERCADO:

- ✓ Convertirse en la “Pet Food” (Aplicación móvil para alimentos de mascotas), favorita.
- ✓ Ganar la confianza y aprobación del cliente.
- ✓ Fomentar el servicio a domicilio oportuno.
- ✓ Lograr excelentes recomendaciones.

- ✓ Proporcionar un excelente servicio al cliente.
- ✓ Consolidar una alta cuota en el mercado.
- ✓ Lograr el reconocimiento como la mejor Pet Food.

- **Mix de mercadeo (producto, precio, promoción y plaza)**

PRODUCTO:

El producto principal es la Pet Food de Míau & Guau, como tal. Aunque su función sea la de comercializar alimentos para mascotas (perros y gatos, respectivamente), existe una equilibrada relación de retroalimentación entre el producto digital y el producto físico para el mercado, además de tener como valor agregado la entrega residencial de las compras realizadas a través de la App.

Las marcas de alimentos a comercializar, se encuentran divididas en dos líneas.

Para perros: Eukanuba, Rambocan, Alican, Alimax, Rufo y Dogui de Purina.

Para gatos: Alimiau, Whiskas, Gati, Purina Cat Chow y Félix.

PRECIO:

El precio de la App, estaría bajo la modalidad “freemium” (de Free=gratis, y Premium; que consiste en dar al usuario un uso gratuito de descarga y uso de la App, pero que deberá pagar un valor fijo por la adquisición de los productos que esta oferta),

En cuanto al precio de este tipo de productos (alimentos de perros y gatos), se encuentran regulados por el mercado; por lo tanto, los precios a ofertar serán altamente competitivos con respecto de la adquisición de estos en puntos de venta físicos o a través de la App, con la diferencia que al adquirirlo a través de Míau & Guau, eliminan el factor movilidad y se puede automatizar la compra para meses posteriores. Las ganancias vendrían de los costos de envío, margen de ganancia sobre los productos, descargas de la App.

PROMOCIÓN:

Los esfuerzos dedicados a dar conocer y promover el uso de la Míau and Guau App, son de vital importancia para que con éxito esta logre posicionarse en el mercado. Y, el plan de mercadeo diseñado corresponde a la implementación integral de una estrategia de publicidad TTL. Aunque con especial énfasis en la parte digital, cuidando así el tema de bio seguridad y limitando en la medida recurrir a eventos masivos.

PLAZA:

En cuanto a la App, su plaza se delimita a los mercados de aplicaciones, siendo los dos más reconocidos y quienes tienen el dominio de la mayoría de estas, en el mercado: Google Play Store (android), y las App Store de Apple. El funcionamiento de cada una es similar, sin embargo, los requisitos para colocar una App en estos mercados son más rigurosos por parte de la App Store de Apple, por la naturaleza de su sistema operativo y credenciales de seguridad que utiliza. (Ver requisitos de colocación en las App Stores, y demás generalidades en anexo N° 9)

Cuando hablamos de los productos que se van a comercializar, la plaza se encuentra constituida de la siguiente forma:

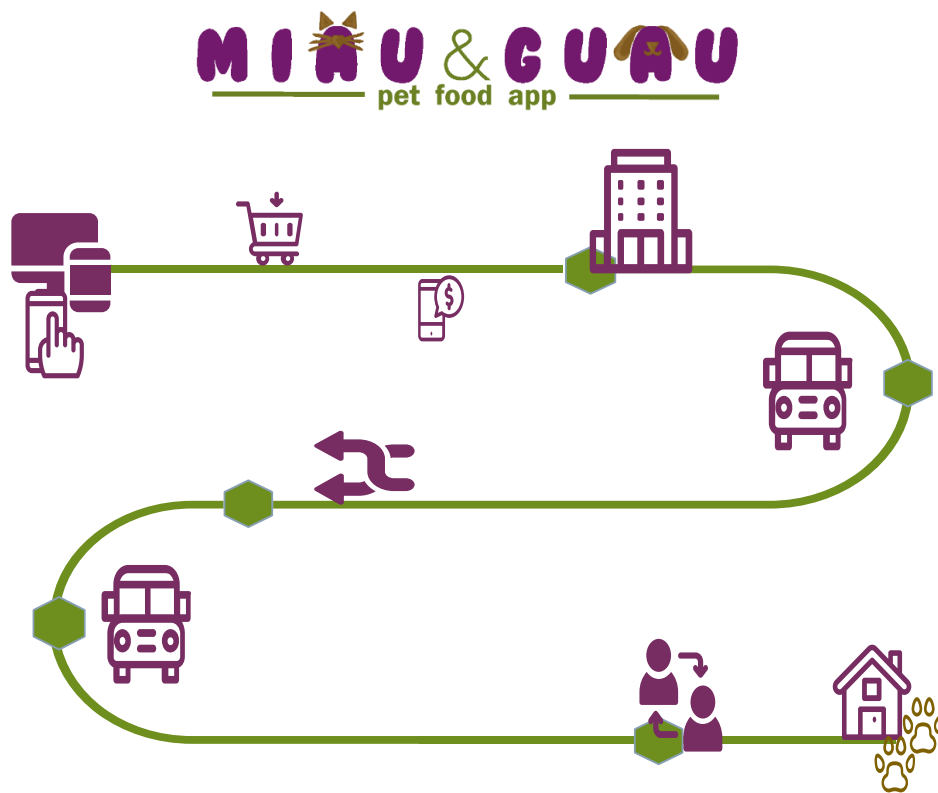


Figura N° 8. "Distribución en Plaza de Míau & Guau" Fuente: Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelos de Negocio Digitales.

- **Imagen Corporativa.**

Logo de la empresa:



Figura N° 9. "Logo de Miau & Guau" Fuente: Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelos de Negocio Digitales.

Imagen comercial de los productos:



Figura N° 10. "Imagen Comercial de Productos para Perros distribuidos por Miau ° Guau" Fuente: Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelos de Negocio Digitales.



Figura N° 11. "Imagen Comercial de Productos para Gatos distribuidos por Miau ° Guau" Fuente: Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelos de Negocio Digitales.

Slogan: "La de las orejitas"

- **Estrategias y tácticas de Marketing Digital.**

Inbound Marketing:

Crear contenido de valor para compartirse con cierta regularidad para alimentar un blog, facilitará la creación de una comunidad que posteriormente pasen a convertirse en potenciales leads (guías), y posteriormente en los principales compradores del servicio. La principal ventaja de crear este tipo de blogs, es que permite crear y compartir contenido de temas relacionados a la propuesta de valor y que permiten cautivar a los posibles consumidores, con espacios que los convierten en parte fundamental del desarrollo y propagación de estos temas. Y, que posteriormente se vuelvan en los principales protagonistas de la campaña de expectación.

El Inbound, como tal es una de las necesidades más urgentes y de las apuestas más efectivas para apostar por cualquier tipo de empresa que busque incrementar su visibilidad y por tanto, sus ventas para dar cumplimiento a los índices proyectados.

Tácticas utilizadas:

1. Crear un blog.
2. Compartir contenido variado de temas referentes al rubro de servicios que se busca desarrollar; y verificar que el contenido sea periódico y de alta calidad.
3. Generar conversación y permitir colaboración de los usuarios.
4. Preguntarle a la comunidad, sobre que desea ver y compartir (darles protagonismo).

Redes sociales de empresa:

Crear perfiles en las principales redes sociales (Facebook, Instagram y Twitter), es la primer estrategia a implementar para promover “Miau & Guau” considerando que es la forma más efectiva de atraer tráfico orgánico a la promoción del servicio de la Pet Food (Aplicación móvil de comida de mascotas), y es el punto de partida para lanzar las campañas de expectación y crear eventos masivos.

Tácticas utilizadas:

1. Definir en qué redes sociales se tendrá presencia y crear sus respectivos perfiles (con el mismo nombre de usuario). Compartir contenido para conseguir followers (seguidores), de forma orgánica, antes de empezar a pautar con el presupuesto establecido.
2. Crear contenido (definir los formatos y línea gráfica) y el calendario en que será compartido.
3. Compartir contenido desde una fuente principal, y visibilizar los usuarios en todas las redes.
4. Vincular todas las cuentas y programar eventos simultáneos.
5. Compartir contenido del blog, en redes sociales.

Campaña de expectación y sorteos:

Previo al lanzamiento de la App, se creará una campaña de expectación en la que se pedirá a los usuarios que participen en un sorteo, tratando de adivinar el giro de la App, el ganador se revelará una semana antes del lanzamiento e inicio de operaciones con la App, y al mismo tiempo se dará a conocer en todas las redes sociales en las que se tenga perfil, el objetivo y beneficios de la misma.

Tácticas utilizadas:

1. Crear un teaser (rompecabezas) de la App.
2. Escribir un twitt fácil de viralizar.
3. Crear una lista VIP de los usuarios que participen en el sorteo.
4. Dar a conocer la lista de premios de la campaña de expectación.

5. Brindar una vista previa de la App, y beneficios exclusivos a los usuarios que participen y los primeros en realizar compras a través de la Pet Food de Míau & Guau.

Marketing Buzz: De boca en boca

Durante el ruido que se produzca en la etapa de expectación y el concurso para develar a detalle la intención de la App de Míau & Guau, se consolidarán esfuerzos para producir un efecto de boca en boca tan grande como sea posible; ya sea haciendo transmisiones en vivo con pequeñas pistas o adelantos; o teniendo mini eventos sorpresas en distintos puntos de los municipios donde se brinde el servicio.

Tácticas utilizadas:

1. Campaña de expectación agresiva y contenido seccionado.
2. Sorteo masivo e incluir cápsulas de los participantes, en transmisiones espontáneas con marcas a distribuir.

Contenido viral:

Aunque requiere de un alto esfuerzo creativo y casi espontáneo, porque busca que sea sencillo pero exitoso; crear contenido que sea fácil de viralizar ayudará a promover el uso y consumo a través de la App. Se buscará que este tipo de contenido no solo tenga como punto de origen el departamento interno de mercadeo y ventas; sino también, que las estrategias, los sorteos y dinámicas diseñadas ayuden a crear este tipo de material. De las mejores y mayores ventajas que podemos esperar obtener de este tipo de contenidos, es que representa un bajo o casi nulo costo para Míau & Guau; por lo tanto, las ventas que generen serán un plus a las proyecciones de venta previamente establecidas.

Tácticas utilizadas:

1. Cápsulas de los participantes.
2. Contenido obtenido por “polinización cruzada” de los concursantes.
3. Testimonios de usuarios VIP, luego de las primeras compras.
4. Storytelling, del desarrollo de la marca.
5. Tutoriales de uso, clips de eventos públicos y lanzamiento oficial de la Pet Food.
6. Reels de “las mascotas más adorables”

Colocar la Pet Food de Míau & Guau, en la App Store y Play Store de Google.

Colocar la App, en los dos principales mercados de aplicaciones electrónicas para poder realizar su respectiva descarga.

Comunicación continúa:

La comunicación es clave para el éxito de este o cualquier otro proyecto, esta es una de las estrategias más significativas y de carácter permanente que se implementará; en primer lugar, se buscará educar a los prospectos de clientes en el uso de la App, beneficios, inversión, viabilidad, etc. Haciéndole una especial referencia a la estrategia de “expectación y sorteo”, en esta se tratará de que los canales de comunicación se conviertan en un acompañamiento tan focalizado y adaptable como sea posible para que la guía paso a paso que necesitan los prospectos de clientes facilite mucho su avance en el embudo de ventas, para la utilización de la App y la conversión final a consumidores de Míau & Guau.

Tácticas utilizadas:

1. Espacio abierto para preguntas y respuestas.
2. Lives (en vivos), para conocer a la comunidad y sobre temas de interés (programados y espontáneos).
3. Calendario público de eventos y de fechas de interés para los consumidores.
4. Visibilización de medios de contacto, whatsapp, teléfono, dirección, etc.
5. Respuesta oportuna en publicaciones (comentarios), como a través de mensajes internos (correos, DM, WhatsApp, Messenger, respuesta a historias, y demás).
6. Historias interactivas (stickers, encuestas, cuentas regresivas, promociones express).
7. Servicio post venta (llamadas, correos, boletines informativos) y habilitar buzón de sugerencias.
8. Evaluación de la App (valoración y comentarios).
9. Pautas pagadas, y otros.

Hacer marketing con influencers o bloggers:

Los influencers (influenciadores) o bloggers (blogueros), son una apuesta segura para dar a conocer el servicio, pues mayormente quienes son acreedores de este tipo de títulos son personas que se encuentran dentro del perfil del público objetivo. La gran ventaja de buscar una colaboración con ellos, es que generalmente tienen un público extremadamente bien sectorizado y eso los vuelve en especialistas y líderes de opinión confiables para quienes los siguen.

Se determinará en qué momento se recurrirá a cada uno de ellos, pues la principal diferencia entre los influencers y los bloggers, no sólo se podría identificar entre los costos que representarán para Míau & Guau, sino de desarrollar un estrategia sencilla de comunicación para los influencers, considerando que si se trabaja con ellos promoverán el servicio con todas sus bondades y atributos a cambio de una

pago significativo pero de cobertura masiva; y que con los bloggers, puede trabajarse a partir de regalarles una muestra del servicio para que ellos hagan mención en sus redes y blogs, de la marca pero sin poder ejercer ningún tipo de presión que los lleve a dar una opinión sesgada del producto, ellos brindarán la opinión más sincera pues se dirigen a una comunidad más específica y con quienes existe una relación de confianza, basada en la opinión transparente de todos los productos y servicios que utilizan.

Tácticas utilizadas:

1. Definir qué tipo de representante se usará y en qué momento.
2. Evaluar cuál de ellos se ajustan mejor al presupuesto y tiene una comunidad de seguidores más compatibles con el giro de la empresa, o sea, definir el que represente un impacto más significativo para las ventas. Macroinfluencers (millones de seguidores), microinfluencers (miles de seguidores) y bloggers (comunidades más específicas, pero bien posicionadas).
3. En el caso de los micro y macro influencers, definir qué tipo de mensaje y apreciación se espera que brinden sobre Míau & Guau; y de entrelazar el contenido relacionado a la marca con sus publicaciones para potenciar de forma bilateral.
4. Brindar una suscripción gratuita al o a los bloggers, que se elijan cuidando que se sientan satisfechos con ello para que emitan una valoración positiva tanto de la App como de la logística de entrega y el nivel de personalización.
5. Darle seguimiento a las valoraciones emitidas por los bloggers, y a los comunicados que se hayan designado a compartir por parte de los influencers, según sea el caso.

SEO: Incrementará la visibilidad de la marca.

Desarrollar una página web, de forma profesional con un dominio que vaya de acuerdo a la nomenclatura de todas las redes sociales de la empresa, permitirá no solo categorizar diferente la seriedad de la empresa; sino, que facilitará e incrementará la visibilidad de Míau & Guau, a través de los principales buscadores de internet, siempre que los usuarios reciban información verdaderamente útil para realizar la búsqueda.

Tácticas utilizadas:

1. Solicitarle a un experto de IT, trabajar en la infraestructura de la página web.
2. Comprar el dominio. Y posteriormente, vincular a las redes sociales de la empresa y habilitar un espacio interactivo y de recolección de datos.

Cuidando la atención al cliente:

Al tratarse de un servicio que tiene como base de desarrollo la tecnología e innovación, los clientes podrán hacer uso del mismo 24/7 esto quiere decir, que pueden surgir consultas en horarios que no sean compatibles a los de oficina, y es indispensable que se les pueda facilitar la información de forma casi permanente. Esta tarea, puede apoyarse en el uso de Bots que funcionan con inteligencia artificial y que, además, de poder dar un mensaje con un párrafo previamente fijado, también puedan resolver consultas que sean de naturaleza más común y que no requieran de la asesoría del personal de mercadeo y ventas.

Tácticas utilizadas:

1. Diseñar un servicio post venta que permita conocer de forma efectiva los puntos a mejorar del servicio y la App.
2. Definir mensajes instantáneos, con información general para evacuar dudas comunes de los usuarios que no puedan ser atendidas personalmente, en determinados horarios.
3. Solicitar una valoración del servicio a usuarios de forma voluntaria.
4. Realizar sondeos aleatorios, como supervisión de rutas de entrega y acompañamientos eventuales para evaluar el servicio al cliente.
5. Capacitar a los distribuidores en temas de atención al cliente y manejo de objeciones, para garantizar que se realice de forma consiente y profesional.
6. Colocar en información destacada y general, información primaria de la empresa como sus horarios, dirección, y vínculo de descarga de la App.

Anticipar un espacio de “Preguntas/Respuestas”:

Al lanzar la App de Miao & Guau, es una realidad que existirán una gran cantidad de preguntas y respuestas por parte de los usuarios, pero muchas de estas seguramente serán recurrentes y fáciles de resolver.

Es por eso, que una de las estrategias imprescindibles para Miao & Guau, es la de habilitar y anticipar un banco de consultas que puedan evacuar las dudas y minimizar el miedo a hacer uso de este servicio para mascotas.

Tácticas a utilizar:

1. Desarrollar una lista de las posibles dudas a resolver.
2. Contestarlas de una forma que el consumidor sienta que se le está solventando la inquietud de forma personal.

3. Colocarlas en una ubicación de la página Web, la App y redes sociales que sea fácil de localizar.
4. Permitir hacer nuevas consultas que puedan agregarse a esa lista y actualizar la información frecuentemente.

Potenciar el uso del CRM:

Listar una serie de preguntas e información a solicitar que puedan manejarse uniformemente, para poder crear una CRM efectiva que facilite procesos posteriores, como el de la implementación del E-Mail marketing, y los servicios post venta.

Tácticas a utilizar:

1. Definir la matriz a utilizar como base CRM, para adecuar las preguntas a realizar e información primaria a solicitar que permita cubrir todas las necesidades de información de la empresa, para la ejecución de planes de acción futuros.
2. Verificar que la información llegue completa y correctamente.
3. Asegurarse de darle seguimiento y que la base este siempre actualizada, para poder establecer una categoría adecuada a cada comprador.

E-Mail marketing:

Aunque el uso del e-mail marketing, no es una estrategia nueva sigue siendo muy efectiva la implementación de la misma. Esta estrategia, es de alto alcance y de muy bajo costo; sin mencionar, que es altamente personalizable y directa. La audiencia a la que se dirige es altamente relevante, pues busca alargar la relación que existe con clientes fijos y reincorporar a clientes antiguos.

Tácticas a utilizar:

1. Crear una base de datos de los clientes lo más completa que se pueda (CRM).
2. Crear una estrategia de mensajes altamente efectivos y personalizables.
3. Automatizar los procesos de marketing y los mensajes a compartir.
4. Crear grupos por categoría y diseñar beneficios especiales a quien forme parte de la comunidad a la que se llega por este medio.

Remarketing:

El Remarketing o Retargeting (reorientación del consumidor), ayudará a crear anuncios personalizables para consumidores actuales o que hayan consultado previamente la página web o las redes sociales de la empresa, buscando así maximizar los niveles de conversión y ventas a través de

la App. La implementación del e-mail marketing, es una de los canales que facilita la entrega a usuarios claves de este tipo de estrategias.

Tácticas a utilizar:

1. Dirigir a los usuarios a la página web.
2. Solicitarles información de contacto primordial.
3. Facilitar y acompañarlo en el “Buyer Journey” (viaje de compra), para convertirlo en un consumidor actual.

Social ADS:

Implementar este tipo de herramientas puede facilitar la automatización y centralización de esfuerzos del plan de mercadeo a través de las redes sociales. Es uno de los canales publicitarios más fuertes y predominantes en el mundo del marketing digital. Su buena implementación garantiza que el contenido además de ser masivo, sea de gran factibilidad para la conversión de seguidores a consumidores.

Las redes que lo conforman, son: Facebook ADS, Instagram ADS, Twitter ADS, YouTube ADS, LinkedIn ADS, Snapchat ADS y Pinterest ADS.

Tácticas a utilizar:

1. Vincular las redes sociales principales.
2. Estandarizar el contenido.
3. Evaluar las métricas obtenidas.
4. Desarrollar planes de mejora que se ajusten a las proyecciones y resultados obtenidos.

- **Ejecución y control**

1. Cronograma de actividades.
2. Plan de mercadeo.
3. Calendario de publicaciones.
4. Revisión de métricas.
5. Informes semanales de interacción.
6. Revisión de proyección y cumplimiento de metas en ventas.
7. Análisis de datos.
8. Plan de acción (correctiva y retroactiva, según corresponda).
9. Definición de estrategias y CRM.

5. PLAN DE VENTAS.

Administración de ventas: Rosmery Miranda, Coordinadora de Mercadeo y Ventas.

¿Cómo supervisará a su equipo de ventas?

El flujo de ventas, será controlado a través de las métricas generadas por la tasa de conversión de la App, y serán validadas con los datos de inventarios. Teniendo como fuentes de respaldo continuo la matriz CRM y la actualización de la rotación de inventarios de forma constante.

5.1 Ciclo de Ventas.

1. Prospección

¿Cómo identificará a potenciales clientes? Desarrollo de Buyer Persona.

¿Qué métodos usará usted para determinar los intereses de los clientes? Análisis y desarrollo de Buyer Persona, encuestas, buzón de sugerencias, focus group (grupos de enfoque).

2. Contacto con los clientes

¿Quién contactará a los potenciales clientes? El contacto se hará principalmente a través de redes sociales. Lo ejecutará en un primer momento, el Community manager; y luego se trasladará con la coordinadora de mercadeo y ventas, de ser necesario.

¿Cuándo serán contactados los potenciales clientes? Semanas previas a la puesta en marcha de la App, con campaña de expectación.

¿Quién contactará a los clientes actuales? Coordinadora de Marketing y Ventas.

3. Reunión o Presentación.

¿Cuántas llamadas deberán hacer cada vendedor? No aplican para el proceso de ventas, pero si se considerará realizar llamadas aleatorias para medir la satisfacción del servicio brindado, después del primer mes.

¿A quién se le reportará la información sobre potenciales y actuales clientes? Coordinador de Mercadeo y Ventas.

4. Manejo de objeciones

¿Cómo se manejarán las objeciones para los clientes? A través de “buzón de sugerencias”, en dónde se solicitará dejar su información de contacto para darle seguimiento personalizado a cada caso.

¿Se tiene un plan de apoyo para que no se caiga la venta? Descuentos introductorios, o por programación de pedidos para un período superior a tres meses.

5. Cierre de ventas

¿Cuáles son sus metas en ventas?

- Alcanzar el punto de equilibrio proyectado.
- Crecer en un 3% para el segundo año, y en un porcentaje aumentado en un 0.5% para los siguientes y mantener los precios de mercado.
- Darles a los clientes siempre lo que esperan recibir de Míau & Guau.

¿Se tiene personas con experiencia en cierre de ventas dentro del equipo? Experiencia en procesos de venta tradicionales.

6. Servicio post venta

¿Quién contactará al cliente luego de haber realizado la venta? Recepción, en colaboración al área de mercadeo y ventas.

¿Qué otros productos o servicios podemos ofrecerle para futuras ventas? Dietas alternativas, marcas blancas.

5.2 Proyección de Ventas

Tabla N° 19: Proyecciones de Venta para el Año 1.

"Miau & Guau" PROYECCIONES DE VENTA - US\$ -														
No.	Producto o Servicio	Ventas del Año 1 (\$)												
		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
Línea 1: Alimentos para perros														
1	Bolsa 1Kg Cachorro (Alican)	\$ 118.75	\$ 120.53	\$ 122.34	\$ 124.17	\$ 126.04	\$ 127.93	\$ 129.85	\$ 131.79	\$ 133.77	\$ 135.78	\$ 137.81	\$ 139.88	\$ 1,548.64
2	Bolsa 20kg Cachorro (Alican)	\$ 712.50	\$ 723.19	\$ 734.04	\$ 745.05	\$ 756.22	\$ 767.56	\$ 779.08	\$ 790.76	\$ 802.63	\$ 814.67	\$ 826.89	\$ 839.29	\$ 9,291.86
3	Bolsa 1kg Adulto (Alican)	\$ 95.00	\$ 96.43	\$ 97.87	\$ 99.34	\$ 100.83	\$ 102.34	\$ 103.88	\$ 105.44	\$ 107.02	\$ 108.62	\$ 110.25	\$ 111.91	\$ 1,238.92
4	Bolsa 20kg adulto (Alican)	\$ 665.00	\$ 674.98	\$ 685.10	\$ 695.38	\$ 705.81	\$ 716.39	\$ 727.14	\$ 738.05	\$ 749.12	\$ 760.35	\$ 771.76	\$ 783.34	\$ 8,672.41
5	Bolsa 1Kg Cachorro (Alimax)	\$ 106.40	\$ 108.00	\$ 109.62	\$ 111.26	\$ 112.93	\$ 114.62	\$ 116.34	\$ 118.09	\$ 119.86	\$ 121.66	\$ 123.48	\$ 125.33	\$ 1,387.58
6	Bolsa 20kg Cachorro (Alimax)	\$ 1,377.50	\$ 1,398.16	\$ 1,419.13	\$ 1,440.42	\$ 1,462.03	\$ 1,483.96	\$ 1,506.22	\$ 1,528.81	\$ 1,551.74	\$ 1,575.02	\$ 1,598.64	\$ 1,622.62	\$ 17,964.27
7	Bolsa 1kg Adulto (Alimax)	\$ 94.05	\$ 95.46	\$ 96.89	\$ 98.35	\$ 99.82	\$ 101.32	\$ 102.84	\$ 104.38	\$ 105.95	\$ 107.54	\$ 109.15	\$ 110.79	\$ 1,226.53
8	Bolsa 20kg adulto (Alimax)	\$ 641.25	\$ 650.87	\$ 660.63	\$ 670.54	\$ 680.60	\$ 690.81	\$ 701.17	\$ 711.69	\$ 722.36	\$ 733.20	\$ 744.20	\$ 755.36	\$ 8,362.68
9	Bolsa 1Kg Cachorro (Rambocan)	\$ 107.35	\$ 108.96	\$ 110.59	\$ 112.25	\$ 113.94	\$ 115.65	\$ 117.38	\$ 119.14	\$ 120.93	\$ 122.74	\$ 124.58	\$ 126.45	\$ 1,399.97
10	Bolsa 20kg Cachorro (Rambocan)	\$ 2,208.75	\$ 2,241.88	\$ 2,275.51	\$ 2,309.64	\$ 2,344.29	\$ 2,379.45	\$ 2,415.14	\$ 2,451.37	\$ 2,488.14	\$ 2,525.46	\$ 2,563.34	\$ 2,601.79	\$ 28,804.78
11	Bolsa 1kg Adulto (Rambocan)	\$ 114.00	\$ 115.71	\$ 117.45	\$ 119.21	\$ 121.00	\$ 122.81	\$ 124.65	\$ 126.52	\$ 128.42	\$ 130.35	\$ 132.30	\$ 134.29	\$ 1,486.70
12	Bolsa 20kg adulto (Rambocan)	\$ 2,066.25	\$ 2,097.24	\$ 2,128.70	\$ 2,160.63	\$ 2,193.04	\$ 2,225.94	\$ 2,259.33	\$ 2,293.22	\$ 2,327.62	\$ 2,362.53	\$ 2,397.97	\$ 2,433.94	\$ 26,946.40
13	Bolsa 1Kg Cachorro (Rufo)	\$ 68.40	\$ 69.43	\$ 70.47	\$ 71.52	\$ 72.60	\$ 73.69	\$ 74.79	\$ 75.91	\$ 77.05	\$ 78.21	\$ 79.38	\$ 80.57	\$ 892.02
14	Bolsa 20kg Cachorro (Rufo)	\$ 712.50	\$ 723.19	\$ 734.04	\$ 745.05	\$ 756.22	\$ 767.56	\$ 779.08	\$ 790.76	\$ 802.63	\$ 814.67	\$ 826.89	\$ 839.29	\$ 9,291.86
15	Bolsa 1kg Adulto (Rufo)	\$ 64.98	\$ 65.95	\$ 66.94	\$ 67.95	\$ 68.97	\$ 70.00	\$ 71.05	\$ 72.12	\$ 73.20	\$ 74.30	\$ 75.41	\$ 76.54	\$ 847.42
16	Bolsa 20kg adulto (Rufo)	\$ 593.75	\$ 602.66	\$ 611.70	\$ 620.87	\$ 630.18	\$ 639.64	\$ 649.23	\$ 658.97	\$ 668.85	\$ 678.89	\$ 689.07	\$ 699.41	\$ 7,743.22
17	Bolsa 1Kg Cachorro (Dogui)	\$ 78.38	\$ 79.55	\$ 80.74	\$ 81.96	\$ 83.18	\$ 84.43	\$ 85.70	\$ 86.98	\$ 88.29	\$ 89.61	\$ 90.96	\$ 92.32	\$ 1,022.10
18	Bolsa 20kg Cachorro (Dogui)	\$ 878.75	\$ 891.93	\$ 905.31	\$ 918.89	\$ 932.67	\$ 946.66	\$ 960.86	\$ 975.28	\$ 989.91	\$ 1,004.75	\$ 1,019.83	\$ 1,035.12	\$ 11,459.96
19	Bolsa 1kg Adulto (Dogui)	\$ 94.05	\$ 95.46	\$ 96.89	\$ 98.35	\$ 99.82	\$ 101.32	\$ 102.84	\$ 104.38	\$ 105.95	\$ 107.54	\$ 109.15	\$ 110.79	\$ 1,226.53
20	Bolsa 20kg adulto (Dogui)	\$ 783.75	\$ 795.51	\$ 807.44	\$ 819.55	\$ 831.84	\$ 844.32	\$ 856.99	\$ 869.84	\$ 882.89	\$ 896.13	\$ 909.57	\$ 923.22	\$ 10,221.05
Línea 2: Alimentos para gatos.														
1	Bolsa 1 lb (Alimiau)	\$ 59.85	\$ 60.75	\$ 61.66	\$ 62.58	\$ 63.52	\$ 64.48	\$ 65.44	\$ 66.42	\$ 67.42	\$ 68.43	\$ 69.46	\$ 70.50	\$ 780.52
2	Bolsa de 17 lb (Alimiau)	\$ 712.03	\$ 722.71	\$ 733.55	\$ 744.55	\$ 755.72	\$ 767.05	\$ 778.56	\$ 790.24	\$ 802.09	\$ 814.12	\$ 826.33	\$ 838.73	\$ 9,285.67
3	Bolsa 1 lb (Gati)	\$ 118.75	\$ 120.53	\$ 122.34	\$ 124.17	\$ 126.04	\$ 127.93	\$ 129.85	\$ 131.79	\$ 133.77	\$ 135.78	\$ 137.81	\$ 139.88	\$ 1,548.64
4	Bolsa de 30 lb (Gati)	\$ 1,187.50	\$ 1,205.31	\$ 1,223.39	\$ 1,241.74	\$ 1,260.37	\$ 1,279.27	\$ 1,298.46	\$ 1,317.94	\$ 1,337.71	\$ 1,357.78	\$ 1,378.14	\$ 1,398.81	\$ 15,486.44
5	Bolsa 1 lb (Purina Cat)	\$ 114.00	\$ 115.71	\$ 117.45	\$ 119.21	\$ 121.00	\$ 122.81	\$ 124.65	\$ 126.52	\$ 128.42	\$ 130.35	\$ 132.30	\$ 134.29	\$ 1,486.70
6	Bolsa de 50 lb (Purina Cat)	\$ 2,327.50	\$ 2,362.41	\$ 2,397.85	\$ 2,433.82	\$ 2,470.32	\$ 2,507.38	\$ 2,544.99	\$ 2,583.16	\$ 2,621.91	\$ 2,661.24	\$ 2,701.16	\$ 2,741.68	\$ 30,353.42
7	Bolsa 1 lb (Felix)	\$ 107.35	\$ 108.96	\$ 110.59	\$ 112.25	\$ 113.94	\$ 115.65	\$ 117.38	\$ 119.14	\$ 120.93	\$ 122.74	\$ 124.58	\$ 126.45	\$ 1,399.97
8	Bolsa de 17 lb (Felix)	\$ 356.25	\$ 361.59	\$ 367.02	\$ 372.52	\$ 378.11	\$ 383.78	\$ 389.54	\$ 395.38	\$ 401.31	\$ 407.33	\$ 413.44	\$ 419.64	\$ 4,645.93
9	Bolsa 1 lb (Whiskas)	\$ 133.00	\$ 135.00	\$ 137.02	\$ 139.08	\$ 141.16	\$ 143.28	\$ 145.43	\$ 147.61	\$ 149.82	\$ 152.07	\$ 154.35	\$ 156.67	\$ 1,734.48
10	Bolsa de 9 lb (Whiskas)	\$ 465.50	\$ 472.48	\$ 479.57	\$ 486.76	\$ 494.06	\$ 501.48	\$ 509.00	\$ 516.63	\$ 524.38	\$ 532.25	\$ 540.23	\$ 548.34	\$ 6,070.68
Total de Ventas Mensuales		\$ 17,163.08	\$ 17,420.53	\$ 17,681.83	\$ 17,947.06	\$ 18,216.27	\$ 18,489.51	\$ 18,766.85	\$ 19,048.36	\$ 19,334.08	\$ 19,624.09	\$ 19,918.46	\$ 20,217.23	\$ 223,827.36
Total de Ventas Anuales =														\$ 223,827.36

Fuente: Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelo de Negocios Digitales.

Tabla N° 20: Proyección de ventas desde año 2 hasta año 5 de las operaciones de "Miau & Guau":

"Miau & Guau" PROYECCIONES DE VENTA - US\$ -														
No.	Producto o Servicio	Unidad de medida	Año 2					Año 3					Año 4	Año 5
			Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	TOTAL	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	TOTAL		
1	Bolsa 1Kg Cachorro (Alican)	kg	\$ 372.47	\$ 389.48	\$ 407.27	\$ 425.88	\$ 1,595.10	\$ 385.51	\$ 403.11	\$ 421.53	\$ 440.78	\$ 1,650.93	\$ 1,716.97	\$ 1,794.23
2	Bolsa 20kg Cachorro (Alican)	kg	\$ 2,234.81	\$ 2,336.90	\$ 2,443.64	\$ 2,555.26	\$ 9,570.62	\$ 2,313.03	\$ 2,418.69	\$ 2,529.17	\$ 2,644.70	\$ 9,905.59	\$ 10,301.81	\$ 10,765.40
3	Bolsa 1kg Adulto (Alican)	kg	\$ 297.98	\$ 311.59	\$ 325.82	\$ 340.70	\$ 1,276.08	\$ 308.40	\$ 322.49	\$ 337.22	\$ 352.63	\$ 1,320.75	\$ 1,373.58	\$ 1,435.39
4	Bolsa 20kg adulto (Alican)	kg	\$ 2,085.83	\$ 2,181.10	\$ 2,280.73	\$ 2,384.91	\$ 8,932.58	\$ 2,158.83	\$ 2,257.44	\$ 2,360.56	\$ 2,468.39	\$ 9,245.22	\$ 9,615.03	\$ 10,047.70
5	Bolsa 1Kg Cachorro (Alimax)	kg	\$ 333.73	\$ 348.98	\$ 364.92	\$ 381.59	\$ 1,429.21	\$ 345.41	\$ 361.19	\$ 377.69	\$ 394.94	\$ 1,479.23	\$ 1,538.40	\$ 1,607.63
6	Bolsa 20kg Cachorro (Alimax)	kg	\$ 4,320.64	\$ 4,518.00	\$ 4,724.38	\$ 4,940.18	\$ 18,503.20	\$ 4,471.86	\$ 4,676.13	\$ 4,889.73	\$ 5,113.08	\$ 19,150.81	\$ 19,916.84	\$ 20,813.10
7	Bolsa 1kg Adulto (Alimax)	kg	\$ 295.00	\$ 308.47	\$ 322.56	\$ 337.29	\$ 1,263.32	\$ 305.32	\$ 319.27	\$ 333.85	\$ 349.10	\$ 1,307.54	\$ 1,359.84	\$ 1,421.03
8	Bolsa 20kg adulto (Alimax)	kg	\$ 2,011.33	\$ 2,103.21	\$ 2,199.28	\$ 2,299.74	\$ 8,613.56	\$ 2,081.73	\$ 2,176.82	\$ 2,276.25	\$ 2,380.23	\$ 8,915.03	\$ 9,271.63	\$ 9,688.86
9	Bolsa 1Kg Cachorro (Rambocan)	kg	\$ 336.71	\$ 352.09	\$ 368.18	\$ 384.99	\$ 1,441.97	\$ 348.50	\$ 364.42	\$ 381.06	\$ 398.47	\$ 1,492.44	\$ 1,552.14	\$ 1,621.99
10	Bolsa 20kg Cachorro (Rambocan)	kg	\$ 6,927.92	\$ 7,244.38	\$ 7,575.29	\$ 7,921.32	\$ 29,668.92	\$ 7,170.40	\$ 7,497.93	\$ 7,840.43	\$ 8,198.57	\$ 30,707.33	\$ 31,935.62	\$ 33,372.73
11	Bolsa 1kg Adulto (Rambocan)	kg	\$ 357.57	\$ 373.90	\$ 390.98	\$ 408.84	\$ 1,531.30	\$ 370.09	\$ 386.99	\$ 404.67	\$ 423.15	\$ 1,584.89	\$ 1,648.29	\$ 1,722.46
12	Bolsa 20kg adulto (Rambocan)	kg	\$ 6,480.96	\$ 6,777.00	\$ 7,086.56	\$ 7,410.27	\$ 27,754.80	\$ 6,707.80	\$ 7,014.20	\$ 7,334.59	\$ 7,669.63	\$ 28,726.21	\$ 29,875.26	\$ 31,219.65
13	Bolsa 1Kg Cachorro (Rufo)	kg	\$ 214.54	\$ 224.34	\$ 234.59	\$ 245.31	\$ 918.78	\$ 222.05	\$ 232.19	\$ 242.80	\$ 253.89	\$ 950.94	\$ 988.97	\$ 1,033.48
14	Bolsa 20kg Cachorro (Rufo)	kg	\$ 2,234.81	\$ 2,336.90	\$ 2,443.64	\$ 2,555.26	\$ 9,570.62	\$ 2,313.03	\$ 2,418.69	\$ 2,529.17	\$ 2,644.70	\$ 9,905.59	\$ 10,301.81	\$ 10,765.40
15	Bolsa 1kg Adulto (Rufo)	kg	\$ 203.82	\$ 213.13	\$ 222.86	\$ 233.04	\$ 872.84	\$ 210.95	\$ 220.58	\$ 230.66	\$ 241.20	\$ 903.39	\$ 939.53	\$ 981.80
16	Bolsa 20kg adulto (Rufo)	kg	\$ 1,862.35	\$ 1,947.41	\$ 2,036.37	\$ 2,129.39	\$ 7,975.52	\$ 1,927.53	\$ 2,015.57	\$ 2,107.64	\$ 2,203.92	\$ 8,254.66	\$ 8,584.85	\$ 8,971.16
17	Bolsa 1Kg Cachorro (Dogui)	kg	\$ 245.83	\$ 257.06	\$ 268.80	\$ 281.08	\$ 1,052.77	\$ 254.43	\$ 266.06	\$ 278.21	\$ 290.92	\$ 1,089.61	\$ 1,133.20	\$ 1,184.19
18	Bolsa 20kg Cachorro (Dogui)	kg	\$ 2,756.27	\$ 2,882.17	\$ 3,013.83	\$ 3,151.49	\$ 11,803.76	\$ 2,852.74	\$ 2,983.05	\$ 3,119.31	\$ 3,261.80	\$ 12,216.90	\$ 12,705.57	\$ 13,277.32
19	Bolsa 1kg Adulto (Dogui)	kg	\$ 295.00	\$ 308.47	\$ 322.56	\$ 337.29	\$ 1,263.32	\$ 305.32	\$ 319.27	\$ 333.85	\$ 349.10	\$ 1,307.54	\$ 1,359.84	\$ 1,421.03
20	Bolsa 20kg adulto (Dogui)	kg	\$ 2,458.30	\$ 2,570.59	\$ 2,688.01	\$ 2,810.79	\$ 10,527.68	\$ 2,544.34	\$ 2,660.56	\$ 2,782.09	\$ 2,909.17	\$ 10,896.15	\$ 11,332.00	\$ 11,841.94
Línea 2: Alimentos para gatos.														
1	Bolsa 1 lb (Alimiau)	kg	\$ 209.48	\$ 196.30	\$ 205.27	\$ 214.64	\$ 825.69	\$ 193.36	\$ 202.19	\$ 211.42	\$ 221.08	\$ 828.05	\$ 857.03	\$ 895.60
2	Bolsa de 17 lb (Alimiau)	kg	\$ 163.98	\$ 2,335.34	\$ 2,442.01	\$ 2,553.56	\$ 7,494.89	\$ 2,300.32	\$ 2,405.40	\$ 2,515.27	\$ 2,630.17	\$ 9,851.17	\$ 10,195.96	\$ 10,654.77
3	Bolsa 1 lb (Gati)	kg	\$ 299.23	\$ 389.48	\$ 407.27	\$ 425.88	\$ 1,521.86	\$ 383.64	\$ 401.17	\$ 419.49	\$ 438.65	\$ 1,642.96	\$ 1,700.46	\$ 1,776.98
4	Bolsa de 30 lb (Gati)	kg	\$ 173.99	\$ 3,894.83	\$ 4,072.74	\$ 4,258.77	\$ 12,400.33	\$ 3,836.43	\$ 4,011.67	\$ 4,194.92	\$ 4,386.54	\$ 16,429.56	\$ 17,004.60	\$ 17,769.80
5	Bolsa 1 lb (Purina Cat)	kg	\$ 299.18	\$ 373.90	\$ 390.98	\$ 408.84	\$ 1,472.90	\$ 368.30	\$ 385.12	\$ 402.71	\$ 421.11	\$ 1,577.24	\$ 1,632.44	\$ 1,705.90
6	Bolsa de 50 lb (Purina Cat)	kg	\$ 243.58	\$ 7,633.86	\$ 7,982.57	\$ 8,347.20	\$ 24,207.21	\$ 7,519.41	\$ 7,862.88	\$ 8,222.04	\$ 8,597.61	\$ 32,201.94	\$ 33,329.01	\$ 34,828.82
7	Bolsa 1 lb (Felix)	kg	\$ 299.11	\$ 352.09	\$ 368.18	\$ 384.99	\$ 1,404.37	\$ 346.81	\$ 362.66	\$ 379.22	\$ 396.54	\$ 1,485.23	\$ 1,537.22	\$ 1,606.39
8	Bolsa de 17 lb (Felix)	kg	\$ 89.49	\$ 1,168.45	\$ 1,221.82	\$ 1,277.63	\$ 3,757.40	\$ 1,150.93	\$ 1,203.50	\$ 1,258.48	\$ 1,315.96	\$ 4,928.87	\$ 5,101.38	\$ 5,330.94
9	Bolsa 1 lb (Whiskas)	kg	\$ 299.38	\$ 436.22	\$ 456.15	\$ 476.98	\$ 1,668.73	\$ 429.68	\$ 449.31	\$ 469.83	\$ 491.29	\$ 1,840.11	\$ 1,904.51	\$ 1,990.22
10	Bolsa de 9 lb (Whiskas)	kg	\$ 158.79	\$ 1,526.77	\$ 1,596.51	\$ 1,669.44	\$ 4,951.51	\$ 1,503.88	\$ 1,572.58	\$ 1,644.41	\$ 1,719.52	\$ 6,440.39	\$ 6,665.80	\$ 6,965.76
Total de Ventas Trimestrales			\$ 38,562.06	\$ 56,292.43	\$ 58,863.77	\$ 61,552.57	\$ 215,270.83	\$ 55,630.03	\$ 58,171.12	\$ 60,828.29	\$ 63,606.82	\$ 238,236.27	\$ 247,379.59	\$ 258,511.68
Total de Ventas Anuales							\$ 215,270.83	Totales años siguientes:				\$ 238,236.27	\$ 247,379.59	\$ 258,511.68

Fuente: Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelos de Negocio Digital.

Análisis de las ventas proyectadas en unidades e ingresos monetarios.

Unidades a vender para el año 1:

1,547 U.

Ingresos por unidades vendidas en el año 1:

\$19, 241.01

Se estima tener un crecimiento correspondiente al 2.5% para el segundo año. Los precios de la tabla corresponden a los de mercado actual, y son con los que se van a comercializar a través de “Miau & Guau – Pet Food”

El margen de ganancia sobre el precio del producto fijado, es de: 15%, siendo entonces que el costo del mismo corresponde al 85% restante.

Se contemplan presentaciones de dos contenidos por cada una de las marcas a ofertar, una que corresponde a la presentación más pequeña que varía de entre 1lb o 1 kg, dependiendo de la marca y línea a la que se haga referencia. Y, las de mayor tamaño que para la línea canina, por ejemplo, tienen un contenido de 20 kg; y para los felinos un contenido de 17 lb por empaque.

Cuándo de la compra de presentaciones de contenido bajo (que no cumplan con un pedido mínimo, ejemplo: perros: 3 kg y gatos: 5 lb), se realizará un cobro de \$2.50 por envío, para equilibrar esos costos con los márgenes de ganancia.

Tabla N° 21: Detalle de Productos y Precios para Líneas de Perros y Gatos.

					
Línea 1. Alimentos para perros				Línea 2. Alimentos para gatos	
Descripción	Precio de Venta	Descripción	Precio de Venta	Descripción	Precio de Venta
Bolsa 1Kg Cachorro (Alican)	\$ 1.25	Bolsa 1kg Adulto (Rambocan)	\$ 1.20	Bolsa 1 lb (Alimiau)	\$ 0.90
Bolsa 20kg Cachorro (Alican)	\$ 30.00	Bolsa 20kg adulto (Rambocan)	\$ 29.00	Bolsa de 17 lb (Alimiau)	\$ 14.99
Bolsa 1kg Adulto (Alican)	\$ 1.00	Bolsa 1Kg Cachorro (Rufo)	\$ 1.00	Bolsa 1 lb (Gati)	\$ 1.25
Bolsa 20kg adulto (Alican)	\$ 28.00	Bolsa 20kg Cachorro (Rufo)	\$ 30.00	Bolsa de 30 lb (Gati)	\$ 25.00
Bolsa 1Kg Cachorro (Alimax)	\$ 1.12	Bolsa 1kg Adulto (Rufo)	\$ 0.95	Bolsa 1 lb (Purina Cat)	\$ 1.20
Bolsa 20kg Cachorro (Alimax)	\$ 29.00	Bolsa 20kg adulto (Rufo)	\$ 25.00	Bolsa de 50 lb (Purina Cat)	\$ 35.00
Bolsa 1kg Adulto (Alimax)	\$ 99.00	Bolsa 1Kg Cachorro (Dogui)	\$ 1.10	Bolsa 1 lb (Felix)	\$ 1.13
Bolsa 20kg adulto (Alimax)	\$ 27.00	Bolsa 20kg Cachorro (Dogui)	\$ 37.00	Bolsa de 17 lb (Felix)	\$ 15.00
Bolsa 1Kg Cachorro (Rambocan)	\$ 1.13	Bolsa 1kg Adulto (Dogui)	\$ 0.99	Bolsa 1 lb (Whiskas)	\$ 1.40
Bolsa 20kg Cachorro (Rambocan)	\$ 31.00	Bolsa 20kg adulto (Dogui)	\$ 33.00	Bolsa de 9 lb (Whiskas)	\$ 9.80

Fuente: Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelos de Negocio Digital.

6. PLAN FINANCIERO.

6.1 Plan de Inversión.

Tabla N° 22: Proyección Financiera (Parte A)

"MIAU & GUAU" -PROYECCIONES FINANCIERAS - SUPUESTOS DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN					
Concepto	Monto	FINANCIAMIENTO			
		Fondos Propios	Fondos solicitados	Préstamos Financieros	
Locales:	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ -	\$ -	
Alquiler (mensual)	\$275.00	\$275.00		\$ -	
Mantenimiento de alquiler (mensual)	\$25.00	\$25.00		\$ -	
Depósito inicial	\$300.00	\$300.00		\$ -	
Gastos de legalización:	\$2,366.39	\$2,366.39	\$ -	\$ -	
Inscripción en la alcaldía	\$5.25	\$5.25		\$ -	
Inscripción en registro de comercio	\$8.00	\$8.00		\$ -	
Permisos de alcaldía	\$234.00	\$234.00		\$ -	
Permiso de funcionamiento	\$450.00	\$450.00		\$ -	
NIT	\$2.00	\$2.00		\$ -	
Registro de nombre comercial y logo	\$100.00	\$100.00		\$ -	
Inscripción de Balance Inicial	\$17.14	\$17.14		\$ -	
Honorarios por: servicios legales y notaria	\$400.00	\$400.00		\$ -	
Permisos especiales	\$150.00	\$150.00		\$ -	
Honorarios por: servicios financieros	\$1,000.00	\$1,000.00		\$ -	
Aporte de capital (socios)	\$20,000.00	\$20,000.00		\$ -	
				\$ -	
Intangibles:	\$ 3,247.73	\$ 3,247.73	\$ -	\$ -	
Sistema contable	\$400.00	\$400.00		\$ -	
Licencias de Software (15)	\$1,500.00	\$1,500.00		\$ -	
Servicio de monitoreo (mensual)	\$23.73	\$23.73		\$ -	
Precio de colocación de App: Google Play Store	\$25.00	\$25.00		\$ -	
Precio de colocación de App: App Store	\$99.00	\$99.00		\$ -	
Diseño y desarrollo de App	\$1,200.00	\$1,200.00		\$ -	
Equipo:	\$ 15,750.69	\$ 2,068.00	\$ 13,206.94	\$ 13,682.69	
Computadoras de escritorio (14)	\$7,000.00		\$7,000.00	\$ -	
Laptop (1)	\$759.00	\$750.00		\$ 9.00	
Proyector (1)	\$699.00	\$699.00		\$ -	
Pantalla Klip Despegable (1)	\$119.00	\$119.00		\$ -	
Sistema de circuito cerrado	\$425.00		\$425.00	\$ -	
Escritorios (2)	\$249.00		\$249.00	\$ -	
Sofá (2)	\$598.00		\$598.00	\$ -	
Sillas de oficina (diseño simple-14)	\$1,050.00		\$1,050.00	\$ -	
Estante (1)	\$450.00		\$450.00	\$ -	
Mostrador (a la medida)	\$500.00	\$500.00	\$0.00	\$ -	
Impresora	\$359.00		\$359.00	\$ -	
Archivero(1)	\$250.00		\$250.00	\$ -	
Escritorios compartidos (adecuación de espacios-9)	\$1,350.00		\$1,350.00	\$ -	
Mini Split (2)	\$600.00		\$600.00	\$ -	
Oasis (2)	\$300.00		\$300.00	\$ -	
Pizarras blancas (2)	\$190.00		\$190.00	\$ -	
Celular de uso corporativo (1)	\$159.00		\$159.00	\$ -	
Teléfono de escritorio (3)	\$120.00		\$120.00	\$ -	
Equipo de uso general para empleados:				\$ -	
Refrigeradora (1)	\$257.00	\$257.00		\$ -	
Horno Microondas (1)	\$130.00	\$130.00		\$ -	
Cafetera (1)	\$50.99	\$0.00	\$50.99	\$ -	
Dispensador de alcohol gel (1)	\$55.95	\$0.00	\$55.95	\$ -	
Suministros de limpieza:				\$ -	
Alcohol gel (3 galones)	\$43.50	\$0.00		\$ 43.50	
Recipientes de plástico (basureros-12)	\$30.00	\$0.00	\$30.00	\$ -	
Escoba (1)	\$2.25	\$0.00	\$2.25	\$ -	

Fuente: Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelos de Negocio Digital.

Tabla N° 23: Proyección Financiera (Parte B)

Papelería y útiles	\$ 186.65	\$ 124.99	\$ 56.66	\$ 61.66
Libretas (16)	\$16.00	\$16.00	\$0.00	-
Calculadora (3)	\$11.25	\$0.00	\$11.25	-
Caja de papel bond (2)	\$69.00	\$69.00		-
Cajas se clips #1 (2)	\$0.48	\$0.00	\$0.48	-
Folders tam. Carta (100 U)	\$5.00	\$0.00	\$0.00	5.00
Folders tam. Oficio (100 U)	\$7.00	\$0.00	\$7.00	-
Cajas de lapiceros (azul y negro)	\$3.54	\$3.54		-
Engrapadora industrial t50 (1)	\$28.15	\$0.00	\$28.15	-
Engrapadora escolar (3)	\$8.85	\$8.85		-
Caja de grapas industriales (1)	\$1.75	\$1.75		-
Caja de grapas para engrapadora de escritorio (1)	\$0.57	\$0.00	\$0.57	-
Caja de fasteners	\$1.75	\$1.75	\$0.00	-
Perforadora de hojas escolar	\$3.50	\$0.00	\$3.50	-
Archivadores AMPO t/carta (10)	\$17.10	\$17.10		-
Sellos de madera (RECIBIDO y el de Isologo)	\$7.00	\$7.00		-
Almohadilla Artline #1 (1)	\$2.21	\$0.00	\$2.21	-
Tinta azul para almohadilla (1)	\$3.50	\$0.00	\$3.50	-
Vehículos:	\$ 5,477.14	\$ 5,000.00	\$ -	\$ 477.14
Vehículo para entrega de producto tipo panel (1)	\$5,000.00	\$5,000.00		-
Gasolina (estimado mensual)	\$477.14			
Sueldos:	\$ 8,405.00	\$ -	\$ 8,405.00	\$ 8,405.00
Sueldos:	\$7,039.19		\$7,039.19	
Aporte patronal	\$1,365.81		\$1,365.81	
Servicios básicos	\$ 200.00	\$ -	\$ 200.00	\$ 200.00
Agua	\$20.00		\$20.00	
Internet y T telefonía	\$60.00		\$60.00	
Electricidad	\$120.00		\$120.00	
Capital de Trabajo:	\$ 15,372.31	\$ 2,508.48	\$ 12,872.31	\$ 12,863.83
Efectivo	\$2,500.00	\$2,508.48		-
Inventarios	\$12,872.31		\$12,872.31	-
Bienes en Proceso				-
Otros:	\$ 246.25	\$ -	\$ 246.25	\$ 246.25
Viñetas (500)	\$50.00		\$50.00	-
Impresión de papelería corporativa	\$152.50		\$152.50	-
Bolsas pet friendly (25-promocional de introducción)	\$43.75		\$43.75	-
		\$0.00		-
Totales:	\$ 51,852.16	\$ 15,915.59	\$ 34,987.16	\$ 35,936.57
Imprevistos (10% inversión total estimada)	\$ 5,185.22		\$ 57,037.37	
Cálculo Cuota Préstamo		Total de fondos propios (incluyendo imprevistos)	\$ 21,100.81	
Monto:	\$ 35,936.57			
Interés Anual:	9.50%			
Plazo en Meses:	120			
Cuota:	(\$465.01)			
Seguros:	1.00%	\$ 4.65		
Cuota Total:	\$ 469.66			
Cálculo de Depreciación				
Depreciación Anual (Equipo de oficina):	\$ 1,992.20	Depreciación Mensual (Equipo de oficina):	\$ 166.02	
Depreciación Anual (Vehículo):	\$ 1,250.00	Depreciación mensual (Vehículo):	\$ 104.17	
Cálculo de Costo de Capital (WACC)	11.32%			

Fuente: Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelos de Negocio Digital.

6.2 Estructura de costos.

Tabla N° 24: Cálculo de Costos Año 1,2 y 3.

Cálculo de Costos	Año 1			Año 2			Año 3		
	Unidades	Costo Unitario	Total	Unidades	Costo Unit.	Total	Unidades	Costo Unit.	Total
Línea 1: Alimentos para perros									
Bolsa 1Kg Cachorro (Alican)	1239	\$ 0.95	\$ 1,173.87	1276	\$ 0.95	\$ 1,209.09	1321	\$ 0.95	\$ 1,251.41
Bolsa 20kg Cachorro (Alican)	28	\$ 22.51	\$ 629.75	319	\$ 22.51	\$ 7,181.15	330	\$ 22.51	\$ 7,432.49
Bolsa 1kg Adulto (Alican)	112	\$ 0.76	\$ 85.05	1276	\$ 0.76	\$ 969.82	1321	\$ 0.76	\$ 1,003.77
Bolsa 20kg adulto (Alican)	28	\$ 21.01	\$ 587.78	319	\$ 21.01	\$ 6,702.62	330	\$ 21.01	\$ 6,937.22
Bolsa 1Kg Cachorro (Alimax)	112	\$ 0.85	\$ 95.12	1276	\$ 0.85	\$ 1,084.67	1321	\$ 0.85	\$ 1,122.63
Bolsa 20kg Cachorro (Alimax)	56	\$ 21.76	\$ 1,217.53	638	\$ 21.76	\$ 13,883.78	660	\$ 21.76	\$ 14,369.71
Bolsa 1kg Adulto (Alimax)	112	\$ 0.75	\$ 84.21	1276	\$ 0.75	\$ 960.25	1321	\$ 0.75	\$ 993.86
Bolsa 20kg adulto (Alimax)	28	\$ 20.26	\$ 566.80	319	\$ 20.26	\$ 6,463.36	330	\$ 20.26	\$ 6,689.58
Bolsa 1Kg Cachorro (Rambocan)	112	\$ 0.86	\$ 95.96	1276	\$ 0.86	\$ 1,094.24	1321	\$ 0.86	\$ 1,132.54
Bolsa 20kg Cachorro (Rambocan)	84	\$ 23.26	\$ 1,952.19	957	\$ 23.26	\$ 22,261.26	991	\$ 23.26	\$ 23,040.40
Bolsa 1kg Adulto (Rambocan)	112	\$ 0.91	\$ 101.83	1276	\$ 0.91	\$ 1,161.24	1321	\$ 0.91	\$ 1,201.88
Bolsa 20kg adulto (Rambocan)	84	\$ 21.76	\$ 1,826.29	957	\$ 21.76	\$ 20,825.67	991	\$ 21.76	\$ 21,554.57
Bolsa 1Kg Cachorro (Rufo)	81	\$ 0.76	\$ 61.23	919	\$ 0.76	\$ 698.27	951	\$ 0.76	\$ 722.71
Bolsa 20kg Cachorro (Rufo)	28	\$ 22.51	\$ 629.75	319	\$ 22.51	\$ 7,181.15	330	\$ 22.51	\$ 7,432.49
Bolsa 1kg Adulto (Rufo)	81	\$ 0.72	\$ 58.21	919	\$ 0.72	\$ 663.82	951	\$ 0.72	\$ 687.05
Bolsa 20kg adulto (Rufo)	28	\$ 18.76	\$ 524.84	319	\$ 18.76	\$ 5,984.83	330	\$ 18.76	\$ 6,194.30
Bolsa 1Kg Cachorro (Dogui)	84	\$ 0.84	\$ 70.08	957	\$ 0.84	\$ 799.15	991	\$ 0.84	\$ 827.12
Bolsa 20kg Cachorro (Dogui)	28	\$ 27.76	\$ 776.62	319	\$ 27.76	\$ 8,856.01	330	\$ 27.76	\$ 9,165.97
Bolsa 1kg Adulto (Dogui)	112	\$ 0.75	\$ 84.21	1276	\$ 0.75	\$ 960.25	1321	\$ 0.75	\$ 993.86
Bolsa 20kg adulto (Dogui)	28	\$ 24.76	\$ 692.69	319	\$ 24.76	\$ 7,898.95	330	\$ 24.76	\$ 8,175.41
Línea 2: Alimentos para gatos.									
Bolsa 1 lb (Alimiau)	78	\$ 0.69	\$ 53.66	893	\$ 0.69	\$ 611.88	920	\$ 0.69	\$ 630.24
Bolsa de 17 lb (Alimiau)	56	\$ 11.25	\$ 629.61	638	\$ 11.25	\$ 7,179.56	657	\$ 11.25	\$ 7,394.95
Bolsa 1 lb (Gati)	112	\$ 0.95	\$ 106.03	1276	\$ 0.95	\$ 1,209.09	1314	\$ 0.95	\$ 1,245.36
Bolsa de 30 lb (Gati)	56	\$ 18.76	\$ 1,049.67	638	\$ 18.76	\$ 11,969.65	657	\$ 18.76	\$ 12,328.74
Bolsa 1 lb (Purina Cat)	112	\$ 0.91	\$ 101.83	1276	\$ 0.91	\$ 1,161.24	1314	\$ 0.91	\$ 1,196.07
Bolsa de 50 lb (Purina Cat)	78	\$ 26.26	\$ 2,057.04	893	\$ 26.26	\$ 23,456.95	920	\$ 26.26	\$ 24,160.66
Bolsa 1 lb (Felix)	112	\$ 0.86	\$ 95.96	1276	\$ 0.86	\$ 1,094.24	1314	\$ 0.86	\$ 1,127.07
Bolsa de 17 lb (Felix)	28	\$ 11.26	\$ 315.01	319	\$ 11.26	\$ 3,592.17	329	\$ 11.26	\$ 3,699.94
Bolsa 1 lb (Whiskas)	112	\$ 1.06	\$ 118.62	1276	\$ 1.06	\$ 1,352.65	1314	\$ 1.06	\$ 1,393.23
Bolsa de 9 lb (Whiskas)	56	\$ 7.36	\$ 411.81	638	\$ 7.36	\$ 4,695.98	657	\$ 7.36	\$ 4,836.86
Total	3375	311.85	16253.25	25636	311.85	173163.00	26488	311.85	178942.08

Fuente: Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelos de Negocio Digital

Tabla N° 25: Cálculo de Costos Año 4 y 5.

Cálculo de Costos	Año 4			Año 5		
	Línea de Productos	Unidades	Costo Unit.	Total	Unidades	Costo Unit.
Línea 1: Alimentos para perros						
Bolsa 1Kg Cachorro (Alican)	1374	\$ 0.95	\$ 1,301.46	1435	\$ 0.95	\$ 1,360.03
Bolsa 20kg Cachorro (Alican)	343	\$ 22.51	\$ 7,729.79	359	\$ 23.19	\$ 8,319.96
Bolsa 1kg Adulto (Alican)	1374	\$ 0.76	\$ 1,043.92	1435	\$ 0.78	\$ 1,123.62
Bolsa 20kg adulto (Alican)	343	\$ 21.01	\$ 7,214.70	359	\$ 21.64	\$ 7,765.55
Bolsa 1Kg Cachorro (Alimax)	1374	\$ 0.85	\$ 1,167.54	1435	\$ 0.88	\$ 1,256.68
Bolsa 20kg Cachorro (Alimax)	687	\$ 21.76	\$ 14,944.50	718	\$ 22.41	\$ 16,085.51
Bolsa 1kg Adulto (Alimax)	1374	\$ 0.75	\$ 1,033.62	1435	\$ 0.78	\$ 1,112.53
Bolsa 20kg adulto (Alimax)	343	\$ 20.26	\$ 6,957.16	359	\$ 20.87	\$ 7,488.34
Bolsa 1Kg Cachorro (Rambocan)	1374	\$ 0.86	\$ 1,177.84	1435	\$ 0.88	\$ 1,267.77
Bolsa 20kg Cachorro (Rambocan)	1030	\$ 23.26	\$ 23,962.02	1077	\$ 23.96	\$ 25,791.52
Bolsa 1kg Adulto (Rambocan)	1374	\$ 0.91	\$ 1,249.95	1435	\$ 0.94	\$ 1,345.39
Bolsa 20kg adulto (Rambocan)	1030	\$ 21.76	\$ 22,416.75	1077	\$ 22.41	\$ 24,128.27
Bolsa 1Kg Cachorro (Rufo)	989	\$ 0.76	\$ 751.62	1033	\$ 0.78	\$ 809.01
Bolsa 20kg Cachorro (Rufo)	343	\$ 22.51	\$ 7,729.79	359	\$ 23.19	\$ 8,319.96
Bolsa 1kg Adulto (Rufo)	989	\$ 0.72	\$ 714.53	1033	\$ 0.74	\$ 769.09
Bolsa 20kg adulto (Rufo)	343	\$ 18.76	\$ 6,442.07	359	\$ 19.32	\$ 6,933.92
Bolsa 1Kg Cachorro (Dogui)	1030	\$ 0.84	\$ 860.20	1077	\$ 0.86	\$ 925.88
Bolsa 20kg Cachorro (Dogui)	343	\$ 27.76	\$ 9,532.61	359	\$ 28.59	\$ 10,260.43
Bolsa 1kg Adulto (Dogui)	1374	\$ 0.75	\$ 1,033.62	1435	\$ 0.78	\$ 1,112.53
Bolsa 20kg adulto (Dogui)	343	\$ 24.76	\$ 8,502.43	359	\$ 25.50	\$ 9,151.59
Línea 2: Alimentos para gatos.						
Bolsa 1 lb (Alimiau)	952	\$ 0.71	\$ 671.87	995	\$ 0.73	\$ 723.16
Bolsa de 17 lb (Alimiau)	680	\$ 11.59	\$ 7,883.38	711	\$ 11.94	\$ 8,485.28
Bolsa 1 lb (Gati)	1360	\$ 0.98	\$ 1,327.62	1422	\$ 1.01	\$ 1,428.98
Bolsa de 30 lb (Gati)	680	\$ 19.32	\$ 13,143.06	711	\$ 19.90	\$ 14,146.53
Bolsa 1 lb (Purina Cat)	1360	\$ 0.94	\$ 1,275.07	1422	\$ 0.97	\$ 1,372.42
Bolsa de 50 lb (Purina Cat)	952	\$ 27.05	\$ 25,756.47	995	\$ 27.86	\$ 27,722.98
Bolsa 1 lb (Felix)	1360	\$ 0.88	\$ 1,201.51	1422	\$ 0.91	\$ 1,293.25
Bolsa de 17 lb (Felix)	340	\$ 11.60	\$ 3,944.32	355	\$ 11.95	\$ 4,245.47
Bolsa 1 lb (Whiskas)	1360	\$ 1.09	\$ 1,485.25	1422	\$ 1.12	\$ 1,598.65
Bolsa de 9 lb (Whiskas)	680	\$ 7.58	\$ 5,156.34	711	\$ 7.81	\$ 5,550.02
Total	27501	314.23	187611.01	28738	323.63	201894.31

Fuente: Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelos de Negocio Digital

6.3 Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio.

Tabla N° 26: Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio.

Periodo de Reintegro de Inversión(PRI)	1	Años Aprox.
Valor Actual Neto(VAN)	\$72,134.38	
Tasa Interna de Retorno(TIR _{req})	116%	
Retorno Sobre Inversión(RSI o TRC)	\$4.54	
Índice de Rentabilidad(IR o RBC)	17030.90%	

Fuente Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelos de Negocios Digitales.

6.4 Punto de Equilibrio:

AÑO 1:			
Unidades Combinadas de Equilibrio	=	$\frac{\text{Total de Costos Operativos Fijos}}{\text{Margen de Contribución Combinado}}$	=
		\$ 122,130.47	= 1,182 Unidades
		\$ 103.55	
AÑO 2:			
Unidades Combinadas de Equilibrio	=	$\frac{\text{Total de Costos Operativos Fijos}}{\text{Margen de Contribución Combinado}}$	=
		\$ 173,163.00	= 1,672 Unidades
		\$ 103.55	
AÑO 3:			
Unidades Combinadas de Equilibrio	=	$\frac{\text{Total de Costos Operativos Fijos}}{\text{Margen de Contribución Combinado}}$	=
		\$ 178,942.08	= 1,728 Unidades
		\$ 103.55	
AÑO 4:			
Unidades Combinadas de Equilibrio	=	$\frac{\text{Total de Costos Operativos Fijos}}{\text{Margen de Contribución Combinado}}$	=
		\$ 187,611.01	= 1,812 Unidades
		\$ 103.55	
AÑO 5:			
Unidades Combinadas de Equilibrio	=	$\frac{\text{Total de Costos Operativos Fijos}}{\text{Margen de Contribución Combinado}}$	=
		\$ 201,894.31	= 1,950 Unidades
		\$ 103.55	

6.5 Estado de Resultados proyectado

Tabla N° 27: Estado de Resultados Proyecto Año 1.

"Miau & Guau" PROYECCIONES FINANCIERAS - ESTADOS FINANCIEROS -													
Estado de Resultados Proyectado-Expreso en Dólares de Estados Unidos Americanos													
	Año 1												
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total Año 1
Ingreso por Ventas	\$17,163.08	\$17,420.53	\$17,681.83	\$17,947.06	\$18,216.27	\$18,489.51	\$18,766.85	\$19,048.36	\$19,334.08	\$19,624.09	\$19,918.46	\$20,217.23	\$223,827.36
Otros ingresos	\$6,603.58	\$6,702.64	\$6,803.18	\$6,905.22	\$6,951.75	\$7,113.93	\$7,220.64	\$7,328.95	\$7,438.89	\$7,550.47	\$7,663.73	\$7,778.68	\$86,061.67
Publicidad integrada, comercio electrónico y anuncios en la App	\$1,832.21	\$1,859.69	\$1,887.59	\$1,915.90	\$1,887.59	\$1,973.81	\$2,003.42	\$2,033.47	\$2,063.97	\$2,094.93	\$2,126.35	\$2,158.25	\$23,837.16
Envíos	\$4,771.38	\$4,842.95	\$4,915.59	\$4,989.32	\$5,064.16	\$5,140.13	\$5,217.23	\$5,295.49	\$5,374.92	\$5,455.54	\$5,537.38	\$5,620.44	\$62,224.51
Costo de Bienes Vendidos	\$12,872.31	\$13,065.39	\$13,261.38	\$13,460.30	\$13,662.20	\$13,867.13	\$14,075.14	\$14,286.27	\$14,500.56	\$14,718.07	\$14,938.84	\$15,162.92	\$167,870.52
Utilidad Bruta	\$ 10,894.35	\$ 11,057.77	\$ 11,223.63	\$ 11,391.99	\$ 11,505.82	\$ 11,736.31	\$ 11,912.36	\$ 12,091.04	\$ 12,272.41	\$ 12,456.49	\$ 12,643.34	\$ 12,832.99	\$ 142,018.51
Gastos administrativos:	\$ 9,262.32	\$ 9,262.32	\$ 9,262.32	\$ 9,262.32	\$ 9,262.32	\$ 9,262.32	\$ 9,262.32	\$ 9,262.32	\$ 9,262.32	\$ 9,262.32	\$ 9,262.32	\$ 9,262.32	\$ 111,096.65
Salarios	\$ 7,039.19	\$ 7,039.19	\$ 7,039.19	\$ 7,039.19	\$ 7,039.19	\$ 7,039.19	\$ 7,039.19	\$ 7,039.19	\$ 7,039.19	\$ 7,039.19	\$ 7,039.19	\$ 7,039.19	\$ 84,470.25
Prestaciones	\$ 1,365.81	\$ 1,365.81	\$ 1,365.81	\$ 1,365.81	\$ 1,365.81	\$ 1,365.81	\$ 1,365.81	\$ 1,365.81	\$ 1,365.81	\$ 1,365.81	\$ 1,365.81	\$ 1,365.81	\$ 16,889.75
Alquileres de Locales	\$ 275.00	\$ 275.00	\$ 275.00	\$ 275.00	\$ 275.00	\$ 275.00	\$ 275.00	\$ 275.00	\$ 275.00	\$ 275.00	\$ 275.00	\$ 275.00	\$ 3,300.00
Alquileres de Maquinaria	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mantenimiento	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 300.00
Seguros	\$ 4.65	\$ 4.65	\$ 4.65	\$ 4.65	\$ 4.65	\$ 4.65	\$ 4.65	\$ 4.65	\$ 4.65	\$ 4.65	\$ 4.65	\$ 4.65	\$ 4.65
Agua	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 240.00
Internet y Telefonía	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 720.00
Electricidad	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 1,440.00
Depreciación de mobiliario y equipo: Computadoras de escritorio y	\$ 166.02	\$ 166.02	\$ 166.02	\$ 166.02	\$ 166.02	\$ 166.02	\$ 166.02	\$ 166.02	\$ 166.02	\$ 166.02	\$ 166.02	\$ 166.02	\$ 1,992.20
Útiles de Oficina	\$ 186.65	\$ 186.65	\$ 186.65	\$ 186.65	\$ 186.65	\$ 186.65	\$ 186.65	\$ 186.65	\$ 186.65	\$ 186.65	\$ 186.65	\$ 186.65	\$ 2,239.80
Gastos de venta:	\$ 655.76	\$ 656.48	\$ 657.20	\$ 657.94	\$ 658.69	\$ 659.45	\$ 660.22	\$ 661.00	\$ 661.80	\$ 662.60	\$ 663.42	\$ 664.25	\$ 7,918.75
Comunicaciones	\$ 65.58	\$ 65.65	\$ 65.72	\$ 65.79	\$ 65.87	\$ 65.94	\$ 66.02	\$ 66.10	\$ 66.18	\$ 66.26	\$ 66.34	\$ 66.42	\$ 791.88
Promoción y Publicidad	\$ 20.52	\$ 20.52	\$ 20.52	\$ 20.52	\$ 20.52	\$ 20.52	\$ 20.52	\$ 20.52	\$ 20.52	\$ 20.52	\$ 20.52	\$ 20.52	\$ 246.25
Depreciación de vehículo	\$ 104.17	\$ 104.17	\$ 104.17	\$ 104.17	\$ 104.17	\$ 104.17	\$ 104.17	\$ 104.17	\$ 104.17	\$ 104.17	\$ 104.17	\$ 104.17	\$ 1,250.00
Transportes (gasolina)	\$ 477.14	\$ 477.14	\$ 477.14	\$ 477.14	\$ 477.14	\$ 477.14	\$ 477.14	\$ 477.14	\$ 477.14	\$ 477.14	\$ 477.14	\$ 477.14	\$ 477.14
Gastos financieros:	\$ 284.50	\$ 283.07	\$ 281.63	\$ 280.18	\$ 278.71	\$ 277.24	\$ 275.75	\$ 274.25	\$ 272.74	\$ 271.22	\$ 269.69	\$ 268.14	\$ 3,317.12
Intereses por préstamos	\$284.50	\$283.07	\$281.63	\$280.18	\$278.71	\$277.24	\$275.75	\$274.25	\$272.74	\$271.22	\$269.69	\$268.14	\$3,317.12
Total de Gastos	\$ 10,202.57	\$ 10,201.86	\$ 10,201.14	\$ 10,200.43	\$ 10,199.72	\$ 10,199.00	\$ 10,198.28	\$ 10,197.57	\$ 10,196.86	\$ 10,196.13	\$ 10,195.42	\$ 10,194.70	\$ 122,383.67
Utilidad antes de ISR	\$ 691.78	\$ 855.91	\$ 1,022.49	\$ 1,191.56	\$ 1,306.10	\$ 1,537.31	\$ 1,714.07	\$ 1,893.48	\$ 2,075.55	\$ 2,260.36	\$ 2,447.92	\$ 2,638.29	\$ 19,634.84
Reserva Legal (7%)													\$1,374.44
Ganancia Gravable(GAI)	\$ 691.78	\$ 855.91	\$ 1,022.49	\$ 1,191.56	\$ 1,306.10	\$ 1,537.31	\$ 1,714.07	\$ 1,893.48	\$ 2,075.55	\$ 2,260.36	\$ 2,447.92	\$ 2,638.29	\$ 18,260.40
Impuesto sobre Renta (30%)													\$5,478.12
Ganancia Neta	\$ 691.78	\$ 855.91	\$ 1,022.49	\$ 1,191.56	\$ 1,306.10	\$ 1,537.31	\$ 1,714.07	\$ 1,893.48	\$ 2,075.55	\$ 2,260.36	\$ 2,447.92	\$ 2,638.29	\$ 12,782.28

Fuente Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelos de Negocios Digitales.

Tabla N° 28: Estado de Resultados Proyecto Año 2 a 5.

Estado de Resultados Projectado- Expresado en Dólares de Estados Unidos Americanos												
	Año 2					Año 3					Año 4	Año 5
	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total		
Ingreso por Ventas	\$40,434.92	\$42,281.92	\$44,213.29	\$46,232.88	\$173,163.00	\$41,784.38	\$43,693.02	\$45,688.85	\$47,775.84	\$178,942.08	\$187,611.01	\$201,894.31
Otros ingresos	\$20,712.68	\$21,658.80	\$22,648.14	\$23,682.67	\$88,702.28	\$21,400.76	\$22,378.32	\$23,400.52	\$24,469.42	\$91,649.02	\$95,152.40	\$99,434.26
Publicidad integrada, comercio electrónico y anuncios en la	\$5,746.87	\$6,009.38	\$6,283.88	\$6,570.91	\$24,611.04	\$5,937.78	\$6,209.01	\$6,492.63	\$6,789.20	\$25,428.63	\$26,400.67	\$27,588.70
Envíos	\$14,965.81	\$15,649.42	\$16,364.26	\$17,111.75	\$64,091.25	\$15,462.98	\$16,169.30	\$16,907.89	\$17,680.22	\$66,220.39	\$68,751.73	\$71,845.56
Costo de Bienes Vendidos	\$30,326.19	\$31,711.44	\$33,159.96	\$34,674.66	\$129,872.25	\$31,338.28	\$32,769.77	\$34,266.64	\$35,831.88	\$134,206.56	\$140,708.26	\$151,420.73
Utilidad Bruta	\$ 30,821.41	\$ 32,229.28	\$ 33,701.46	\$ 35,240.89	\$ 131,993.03	\$ 31,846.86	\$ 33,301.57	\$ 34,822.73	\$ 36,413.38	\$ 136,384.54	\$ 142,055.15	\$ 149,907.83
Gastos administrativos:	\$ 28,155.88	\$ 28,155.88	\$ 28,155.88	\$ 28,155.88	\$ 112,609.55	\$ 28,539.77	\$ 28,539.77	\$ 28,539.77	\$ 28,539.77	\$ 114,145.14	\$ 115,703.77	\$ 117,285.78
Salarios	\$21,434.33	\$21,434.33	\$21,434.33	\$21,434.33	\$85,737.30	\$21,755.84	\$21,755.84	\$21,755.84	\$21,755.84	\$87,023.36	\$88,328.71	\$89,653.64
Prestaciones	\$4,158.90	\$4,158.90	\$4,158.90	\$4,158.90	\$16,635.60	\$4,221.28	\$4,221.28	\$4,221.28	\$4,221.28	\$16,885.13	\$17,138.41	\$17,395.48
Alquileres de Locales	\$825.00	\$825.00	\$825.00	\$825.00	\$3,300.00	\$825.00	\$825.00	\$825.00	\$825.00	\$3,300.00	\$3,300.00	\$3,300.00
Alquileres de Maquinaria	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Mantenimiento	\$75.00	\$75.00	\$75.00	\$75.00	\$300.00	\$75.00	\$75.00	\$75.00	\$75.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00
Seguros	\$4.65	\$4.65	\$4.65	\$4.65	\$4.65	\$4.65	\$4.65	\$4.65	\$4.65	\$4.65	\$4.65	\$4.65
Agua	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$240.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$240.00	\$240.00	\$240.00
Internet	\$180.00	\$180.00	\$180.00	\$180.00	\$720.00	\$180.00	\$180.00	\$180.00	\$180.00	\$720.00	\$720.00	\$720.00
Electricidad	\$360.00	\$360.00	\$360.00	\$360.00	\$1,440.00	\$360.00	\$360.00	\$360.00	\$360.00	\$1,440.00	\$1,440.00	\$1,440.00
Depreciación de mobiliario y equipo: Computadoras de escritorio	\$498.05	\$498.05	\$498.05	\$498.05	\$1,992.20	\$498.05	\$498.05	\$498.05	\$498.05	\$1,992.20	\$1,992.20	\$1,992.20
Utiles de Oficina	\$559.95	\$559.95	\$559.95	\$559.95	\$2,239.80	\$559.95	\$559.95	\$559.95	\$559.95	\$2,239.80	\$2,239.80	\$2,239.80
Gastos de venta:	\$ 2,038.95	\$ 2,114.15	\$ 2,192.79	\$ 2,275.01	\$ 8,620.91	\$ 2,093.65	\$ 2,171.34	\$ 2,252.59	\$ 2,337.54	\$ 8,855.12	\$ 9,133.56	\$ 8,680.81
Comunicaciones	\$203.90	\$211.42	\$219.28	\$227.50	\$862.09	\$209.37	\$217.13	\$225.26	\$233.75	\$885.51	\$913.36	\$0.00
Promoción y Publicidad	\$61.56	\$61.56	\$61.56	\$61.56	\$246.25	\$61.56	\$61.56	\$61.56	\$61.56	\$246.25	\$246.25	\$246.25
Depreciación de vehículo	\$312.50	\$312.50	\$312.50	\$312.50	\$1,250.00	\$312.50	\$312.50	\$312.50	\$312.50	\$1,250.00	\$1,250.00	\$1,250.00
Transportes (gasolina)	\$1,496.58	\$1,564.94	\$1,636.43	\$1,711.18	\$6,409.12	\$1,546.30	\$1,616.93	\$1,690.79	\$1,768.02	\$6,622.04	\$6,875.17	\$7,184.56
Gastos financieros:	\$ 795.02	\$ 780.66	\$ 765.95	\$ 750.89	\$ 3,092.52	\$ 735.47	\$ 719.68	\$ 703.52	\$ 686.96	\$ 2,845.64	\$ 2,574.25	\$ 2,275.92
Intereses por préstamos	\$795.02	\$780.66	\$765.95	\$750.89	\$3,092.52	\$735.47	\$719.68	\$703.52	\$686.96	\$2,845.64	\$2,574.25	\$2,275.92
Total de Gastos	\$ 30,989.85	\$ 31,050.69	\$ 31,114.62	\$ 31,181.78	\$ 124,322.99	\$ 31,368.90	\$ 31,430.80	\$ 31,495.88	\$ 31,564.28	\$ 125,845.90	\$ 127,411.58	\$ 128,242.50
Utilidad antes de Reserva Legal	-\$ 168.44	\$ 1,178.59	\$ 2,586.84	\$ 4,059.11	\$ 7,670.04	\$ 477.96	\$ 1,870.77	\$ 3,326.85	\$ 4,849.10	\$ 10,538.64	\$ 14,643.57	\$ 21,665.33
Reserva Legal 7%					\$536.90					\$737.70	\$1,025.05	\$1,516.57
Ganancia Gravable(GAI)	-\$ 168.44	\$ 1,178.59	\$ 2,586.84	\$ 4,059.11	\$ 7,133.14	\$ 477.96	\$ 1,870.77	\$ 3,326.85	\$ 4,849.10	\$ 9,800.94	\$ 13,618.52	\$ 20,148.76
Impuesto sobre Renta (30%)					\$2,139.94					\$2,940.28	\$4,085.56	\$6,044.63
Ganancia Neta	-\$ 168.44	\$ 1,178.59	\$ 2,586.84	\$ 4,059.11	\$ 7,656.10	\$ 477.96	\$ 1,870.77	\$ 3,326.85	\$ 4,849.10	\$ 10,524.68	\$ 9,532.97	\$ 14,104.13

Fuente Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelos de Negocios Digitales.

6.6 Flujo de Efectivo:

Tabla N° 29: Flujo de Caja Proyectado.

Flujo de Caja Proyectado del Inversionista													
Año 1													Total
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Año 1
Ganancia Neta	\$691.78	\$855.91	\$1,022.49	\$1,191.56	\$1,306.10	\$1,537.31	\$1,714.07	\$1,893.48	\$2,075.55	\$2,260.36	\$2,447.92	\$2,638.29	\$12,782.28
Más:													
Depreciación de mobiliario y equipo: Computadoras de escritorio y laptop	\$166.02	\$166.02	\$166.02	\$166.02	\$166.02	\$166.02	\$166.02	\$166.02	\$166.02	\$166.02	\$166.02	\$166.02	\$1,992.20
Depreciación de vehículo	\$104.17	\$104.17	\$104.17	\$104.17	\$104.17	\$104.17	\$104.17	\$104.17	\$104.17	\$104.17	\$104.17	\$104.17	\$1,250.00
Menos:													
Amortización de Préstamo	\$180.51	\$181.94	\$183.38	\$184.83	\$186.30	\$187.77	\$189.26	\$190.76	\$192.27	\$193.79	\$195.32	\$196.87	\$2,263.00
Flujo de Caja Neto(FCN)	\$ 781.45	\$ 944.15	\$ 1,109.30	\$ 1,276.91	\$ 1,389.99	\$ 1,619.72	\$ 1,795.00	\$ 1,972.90	\$ 2,153.47	\$ 2,336.76	\$ 2,522.78	\$ 2,711.60	\$ 13,761.48
													WACC: \$ 1,558.27

Flujo de Caja Proyectado del Inversionista												
	Año 2					Año 3					Año 4	Año 5
	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total		
Ganancia Neta	(\$168.44)	\$1,178.59	\$2,586.84	\$4,059.11	\$7,656.10	\$477.96	\$1,870.77	\$3,326.85	\$4,849.10	\$10,524.68	\$9,532.97	\$14,104.13
Más:												
Depreciación de mobiliario y equipo: Computadoras de escritorio y laptop	\$498.05	\$498.05	\$498.05	\$498.05	\$1,992.20	\$498.05	\$498.05	\$498.05	\$498.05	\$1,992.20	\$1,992.20	\$1,992.20
Depreciación de vehículo	\$312.50	\$312.50	\$312.50	\$312.50	\$1,250.00	\$312.50	\$312.50	\$312.50	\$312.50	\$1,250.00	\$1,250.00	\$1,250.00
Menos:												
Amortización de Préstamo	\$600.01	\$614.37	\$629.08	\$644.14	\$2,487.60	\$659.56	\$675.35	\$691.51	\$708.07	\$2,734.49	\$3,005.88	\$3,304.21
Flujo de Caja Neto(FCN)	\$ 42.10	\$ 1,374.77	\$ 2,768.31	\$ 4,225.52	\$ 8,410.70	\$ 628.95	\$ 2,005.97	\$ 3,445.89	\$ 4,951.58	\$ 11,032.39	\$ 9,769.29	\$ 14,042.12
					WACC: \$ 952.38					WACC \$ 1,249.24	\$ 1,106.21	\$ 1,590.04

Fuente Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelos de Negocios Digitales.

7. PLAN DE TRABAJO.

Tabla N° 30: Plan de Trabajo.



Plan de Trabajo						
Período: Enero 2022-Diciembre 2022						
N°	Objetivo	Acciones	Responsable	Fecha de Inicio	Fecha de Fin	Recursos
1	Indagar sobre el proceso de legalización de una empresa en El Salvador.	Consultar las página oficial de El ministerio de Hacienda, Ministerio de Trabajo y Alcaldía Municipal.	Gerente General/Representante Legal.	05 de enero del 2022	10 de enero del 2022	Computadora.
2	Asesorarse sobre el proceso legal de constitución de la empresa.	Contratar a un abogado y notario para que brinde asesoría necesaria sobre el proceso de constitución de la empresa y de la documentación requerida.	Gerente General/Representante Legal.	12 de enero del 2022	15 de enero del 2022	\$ 200.00
3	Decidir la naturaleza de la empresa a legalizar.	Programar una reunión con todos los interesados en fundar la empresa.	Gerente General/Representante L.	17 de enero del 2022	20 de enero del 2022	Uso de local y insumos necesario para la reunión.
4	Recopilar todos los documentos necesarios para el registro de la empresa.	Solicitar a los socios documentos como DUI, NIT, comprobantes de ingresos y demás documentos que respalden el buen funcionamiento de las actividades cotidianas de la empresa.	Gerente General/Representante Legal	17 de enero del 2022	20 de enero del 2022	Computadora, impresora, local y insumos necesarios.
5	Consolidar los documentos que contengan los estatutos de constitución de la empresa y la escritura de constitución.	Solicitar al abogado contratado la elaboración de la documentación pertinente.	Abogado y Notario, contratado.	01 de febrero 2022	01 de marzo del 2022	\$ 50.00
6	Tramitar los permisos especiales que respalden la buena incursión en el giro comercial seleccionado.	Solicitar permisos de operación al ministerio de agricultura y ganadería para comercializar alimentos para mascotas.	Gerente General/Representante Legal	05 de marzo del 2022	10 de marzo del 2022	\$ 300.00
7	Garantizar servicios básicos de salud a todos los colaboradores.	Iniciar el proceso de cotización en el en el ISSS y indagar sobre el proceso de contratación de seguro de vida privado	Gerente General/Representante Legal.	05 de enero del 2022	31 de diciembre del 2022	\$ 150.00
8	Aperturar planta e iniciar proceso de ubicación e inducción a los colaboradores.	Tener las instalaciones adecuadas y previamente distribuidas para dar una asignación física adecuada y con el equipo mínimo requerido.	Jefe de RRHH.	15 de marzo del 2022	N/A	Mobiliario y equipo, preparado.

9	Contratar personal capacitado en seguridad ocupacional con el fin de realizar las operaciones cotidianas de la unidad de negocio de forma segura.	Inscribir a todo el personal en capacitaciones sobre seguridad y salud ocupacional en el ministerio de trabajo.	Gerente General.	15 de marzo del 2022	30 de marzo del 2022	Ingresos por ventas.
10	Promover una buena coordinación y orientación en temas relacionados a seguridad ocupacional.	Crear un comité de seguridad y salud ocupacional.	Gerente General.	01 de abril del 2022	05 de abril del 2022	Sin costo.
11	Asegurar el manejo óptimo de inventarios.	Delegar a un colaborador la función de contabilizar, organizar y almacenar todos los bienes destinados para la venta de la organización.	Encargado de Despacho.	01 de abril del 2022	31 de diciembre del 2022	Ingresos por ventas.
12	Generar un mayor reconocimiento y simpatía por la marca.	Crear campañas publicitarias en redes sociales con contenido interactivo.	Coordinador de Mercadeo y Ventas/Community Manager.	01 de abril del 2022	15 de abril del 2022	Ingresos por ventas.
13	Realizar un sondeo del primer mes de operaciones.	Convocar a reuniones por cada área para conocer necesidades y definir planes de acción y controles internos.	Gerente general/Jefe de RRHH.	16 de abril de 2022	18 de abril de 2022	Computadora y tabla de monitoreo (check list).
14	Realizar cierre del primer trimestre de operaciones con todos los departamentos.	Solicitar estatus de actividades y metas de cada departamento, para medir el cumplimiento y avance de los mismos para el primer período.	Gerente general/Jefe de RRHH/Representantes de área.	16 de junio de 2022	22 de junio de 2022	Computadora y tabla de monitoreo (check list).
15	Dar a conocer las nuevas metas para el segundo trimestre de operaciones.	Incluir nuevas tareas a los departamentos y establecer nuevos indicadores para medir la efectividad de las actividades y eficiencia de los recursos, solicitar planes de acción internos y propuestas de mejora continúa. Solicitar informe de ventas.	Gerente general/Jefe de RRHH/Representantes de área.	23 de Junio de 2022	30 de junio de 2022	Computadora y tabla de monitoreo (check list).
16	Describir el plan de mercadeo y redes sociales para el segundo trimestre; así como, revisar la proyección de ventas y las actividades realizadas para el servicio post venta.	Diseñar el contenido a compartirse en redes sociales, revisar y ajustar el calendario de publicaciones; analizar la retroalimentación obtenida de los servicios post venta, verificar el cumplimiento de ventas. Iniciar nuevo ciclo de ventas para el trimestre. Implementar acciones de mejora y resolver cualquier inconveniente identificado con el proceso de ventas y logística de entrega.	Coordinador de Mercadeo y Ventas/Community Manager.	16 de junio de 2022	15 de septiembre de 2022	Informe de ventas (verificar el cumplimiento de la proyección de ventas), calendario de publicaciones, planes de acción, plan de mercadeo, banco de diseños funcionales (nuevos y reciclables).

17	Primer bloque de capacitaciones del año para las áreas de: administración y mercadeo.	Enviar al personal a capacitaciones competentes a su área de desarrollo, como parte de los planes internos de mejora y crecimiento profesional.	Gerente Administrativo/Coordinador de Mercadeo y Ventas/Jefe de RRHH.	18 de septiembre de 2022	30 de septiembre de 2022	Plan de capacitaciones/presupuesto de área.
18	Dar a conocer las nuevas metas para el tercer trimestre de operaciones.	Incluir nuevas tareas a los departamentos y establecer nuevos indicadores para medir la efectividad de las actividades y eficiencia de los recursos, solicitar planes de acción internos y propuestas de mejora continúa. Solicitar informe de ventas.	Gerente general/Jefe de RRHH/Representantes de área.	23 de septiembre de 2022	30 de septiembre de 2022	Computadora y tabla de monitoreo (check list).
19	Describir el plan de mercadeo y redes sociales para el tercer trimestre; así como, revisar la proyección de ventas y las actividades realizadas para el servicio post venta.	Diseñar el contenido a compartirse en redes sociales, revisar y ajustar el calendario de publicaciones; analizar la retroalimentación obtenida de los servicios post venta, verificar el cumplimiento de ventas. Iniciar nuevo ciclo de ventas para el trimestre. Implementar acciones de mejora y resolver cualquier inconveniente identificado con el proceso de ventas y logística de entrega.	Coordinador de Mercadeo y Ventas/Community Manager.	16 de septiembre de 2022	15 de diciembre de 2022	Informe de ventas (verificar el cumplimiento de la proyección de ventas), calendario de publicaciones, planes de acción, plan de mercadeo, banco de diseños funcionales (nuevos y reciclables).
20	Segundo bloque de capacitaciones del año para las áreas de: informática, logística y distribución, y recursos humanos.	Enviar al personal a capacitaciones competentes a su área de desarrollo, como parte de los planes internos de mejora y crecimiento profesional.	Gerente Administrativo/Logística y distribución/Jefe de RRHH.	16 de diciembre de 2022	22 de diciembre de 2022	Plan de capacitaciones/presupuesto de área.
21	Cierre del período contable y de operaciones.	Solicitar el reporte de operaciones de cada departamento, planes de acción para el siguiente año, presupuestos de cada área, informes administrativos, etc.	Todas las áreas.	22 de diciembre de 2022	30 de diciembre de 2022	Informes contables (fiscales y tributarios), proyecciones de ventas, presupuestos para el siguiente período, reportes de compras, controles de inventarios, reportes administrativos, nóminas, etc.

Fuente Elaborado por Equipo de Especialización en Desarrollo de Modelos de Negocios Digitales.

8. PLAN DE CONTINGENCIA.

Tabla N° 31: Plan de Contingencia.

Plan de Contingencia "Miau & Guan"	
Medidas Generales de Prevención	
1	Cumplimiento de medidas sanitarias básicas en el manejo de alimentos para mascotas.
	Control oportuno y eficiente de inventario por efectos de caducidad de productos comestibles.
	Uso de equipo de protección en el manejo de productos veterinarios con composición química delicada.
Acciones preventivas	
2	Seguro de mercancía para bodega: Se indago sobre la contratación de un seguro para el local y las aseguradoras notificaron que es necesario que se realice una visita técnica para brindar el dato adecuado.
	Capacitación al personal: Contar con información proporcionada por instituciones pertinentes como el Ministerio de Trabajo sobre la el proceso de capacitación sobre seguridad y salud ocupacional para todo el personal de la empresa.
	Mantenimiento preventivo de bienes inmuebles: Delegar a un empleado la función de revisión periódica de el estado de paredes, tuberías y conexiones eléctricas básicas para identificar su cambio o reparo oportuno.
Acciones en caso de siniestro	
3	Adquisición de seguro para activo fijo.
	Capacitar al personal en seguridad y salud ocupacional.
	Señalizar las zonas seguras y habilitar salidas de emergencia.
	Conocimiento del espacio geográfico ocupado y señalización de rutas de evacuación.
Manejo de crisis	
4	promover una eficiente distribución de funciones para identificar responsables en todas las acciones cotidianas de la unidad de negocio
	Monitoreo periódico sobre eventos meteorológicos con el propósito de prevenir percances ocasionados por desastres naturales.
	Monitoreo periódico del estado de mercancías comestibles para mascotas.
Plan de continuidad	
5	Monitoreo mensual de los ingresos por ventas.
	Comunicación constante por parte del personal de ventas con los clientes con el propósito de identificar nuevas tendencias de consumo.
	Reuniones semanales con todo el personal de la organización para analizar el estado actual de la unidad de negocio.
Seguridad de los activos	
6	Garantizar que los fabricantes brinden la información adecuada y oportuna sobre el productos adquiridos para asesorar de una manera eficiente a los consumidores.
	Manejo eficiente de inventarios.
	Contar con canales de distribución oportunos que garanticen el buen estado de las mercancías.
Plan de acción	
7	Búsqueda de proveedores
	Creación de comités.
	Definición y asignación de roles y tareas.
	Implementación de medidas preventivas y correctivas.
	Simulaciones y ejercicios de simulacros internos.
	Control, monitoreo y correcciones (de ser necesarias).



9. REFERENCIAS

Libros:

- Alexander Osterwalder & Yves Pigneur (2011). Generación de modelos de negocio.
 En Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, Generación de modelos de negocio
 (pág.14) Centro Libros PAPP, S. L. U., 2011 Deusto es un sello editorial de Centro
 Libros PAPP, S. L. U. Grupo Planeta, Av. Diagonal, 662-664,0803 Barcelona,España
- Philip Kotler, H. K. (2021). Marketing 5.0. En H. K. Philip Kotler, *Marketing 5.0* (pág.
 24). Nueva Jersey: Wiley.
- Philip Kotler, H. K. (2021). Marketing 5.0. En H. K. Philip Kotler, *Marketing 5.0* (pág. 24).
 Nueva Jersey: Wiley.
- Philip Kotler, H. K. (2021). Marketing 5.0. En H. K. Philip Kotler, *Marketing 5.0* (pág. 30).
 Nueva Jersey: Wiley.
- Seoane. (2005). La nueva era del comercio: El comercio electrónico. Las TIC al servicio de
 la gestión empresarial. España.
- Shum, X. Y. (2019). Marketing digital: Navegando en aguas digitales, sumérgete conmigo.
 En X. Y. Shum, *Marketing digital: Navegando en aguas digitales, sumérgete
 conmigo* (pág. 35). Bogotá: Ediciones de la U.
- Ley de Protección y Promoción del Bienestar de Animales de Compañía.

Periódicos:

- Diario Oficial, N° 27, tomo 426 (Febrero, 2020) Decreto N°463. Ley de Comercio Electrónico en
 El Salvador.

10. BIBLIOGRAFIA

Libros:

- Betancourt, S. M. (2018). *Estudio de Mercado Rascacats*. Universidad Libre Seccional Pereira, Colombia, Pereira.
- Philip Kotler, E. L. (1992). *Marketing social: estrategias para cambiar la conducta pública*. Madrid, España : Días de Santos .
- Philip Kotler, H. K. (2018). *Marketing 3.0*. Madrid, España: Empresarial .
- Shum, X. Y. (2019). *Marketing digital: Navegando en aguas digitales, sumérgete conmigo*.
- Seoane. (2005). *La nueva era del comercio: El comercio electrónico. Las TIC al servicio de la gestión empresarial*. España

ANEXOS

ANEXO 1: Detalle y cálculos de costos unitarios.

LÍNEA 1: ALIMENTOS PARA PERROS.

Detalle COSTO BRUTO	Bolsa 1Kg Cachorro (Alican)		Bolsa 20kg Cachorro (Alican)		Bolsa 1kg Adulto (Alican)		Bolsa 20kg adulto (Alican)		Bolsa 1Kg Cachorro (Alimax)	
	Costo	%	Costo	%	Costo	%	Costo	%	Costo	%
Materia Prima / Materiales	\$ -	0%		0%	\$ -	0%		0%		0%
Mercadería	\$ 0.94	99%	\$ 22.50	100%	\$ 0.75	99%	\$ 21.00	100%	\$ 0.84	99%
Empaques/viñetas	\$ 0.01	1%	\$ 0.01	0%	\$ 0.01	1%	\$ 0.01	0%	\$ 0.01	1%
Otros	\$ -	0%		0%		0%		0%		0%
Total	\$ 0.95	100%	\$ 22.51	100%	\$ 0.76	100%	\$ 21.01	100%	\$ 0.85	100%

Detalle COSTO BRUTO	Bolsa 20kg Cachorro (Alimax)		Bolsa 1kg Adulto (Alimax)		Bolsa 20kg adulto (Alimax)		Bolsa 1Kg Cachorro (Rambocan)		Bolsa 20kg Cachorro (Rambocan)		Bolsa 1kg Adulto (Rambocan)	
	Costo	%	Costo	%	Costo	%	Costo	%	Costo	%	Costo	%
Materia Prima / Materiales		0%		0%		0%		0%		0%		0%
Mercadería	\$ 21.75	100%	\$ 0.74	99%	\$ 20.25	100%	\$ 0.85	99%	\$ 23.25	100%	\$ 0.90	99%
Empaques/viñetas	\$ 0.01	0%	\$ 0.01	1%	\$ 0.01	0%	\$ 0.01	1%	\$ 0.01	0%	\$ 0.01	1%
Otros		0%		0%		0%		0%		0%		0%
Total	\$ 21.76	100%	\$ 0.75	100%	\$ 20.26	100%	\$ 0.86	100%	\$ 23.26	100%	\$ 0.91	100%

Detalle COSTO BRUTO	Bolsa 20kg adulto (Rambocan)		Bolsa 1Kg Cachorro (Rufo)		Bolsa 20kg Cachorro (Rufo)		Bolsa 1kg Adulto (Rufo)		Bolsa 20kg adulto (Rufo)	
	Costo	%	Costo	%	Costo	%	Costo	%	Costo	%
Materia Prima / Materiales		0%		0%		0%		0%		0%
Mercadería	\$ 21.75	100%	\$ 0.75	99%	\$ 22.50	100%	\$ 0.71	99%	\$ 18.75	100%
Empaques	\$ 0.01	0%	\$ 0.01	1%	\$ 0.01	0%	\$ 0.01	1%	\$ 0.01	0%
Otros		0%		0%		0%		0%		0%
Total	\$ 21.76	100%	\$ 0.76	100%	\$ 22.51	100%	\$ 0.72	100%	\$ 18.76	100%

Detalle COSTO BRUTO	Bolsa 1Kg Cachorro (Dogui)		Bolsa 20kg Cachorro (Dogui)		Bolsa 1kg Adulto (Dogui)		Bolsa 20kg adulto (Dogui)		Bolsa 1 lb (Alimiau)		Bolsa de 17 lb (Alimiau)	
	Costo	%	Costo	%	Costo	%	Costo	%	Costo	%	Costo	%
Materia Prima / Materiales		0%		0%		0%		0%		0%		0%
Mercadería	\$ 0.83	99%	\$ 27.75	100%	\$ 0.74	99%	\$ 24.75	100%	\$ 0.68	99%	\$ 11.24	100%
Empaques	\$ 0.01	1%	\$ 0.01	0%	\$ 0.01	1%	\$ 0.01	0%	\$ 0.01	1%	\$ 0.01	0%
Otros		0%		0%		0%		0%		0%		0%
Total	\$ 0.84	100%	\$ 27.76	100%	\$ 0.75	100%	\$ 24.76	100%	\$ 0.69	100%	\$ 11.25	100%

LÍNEA 2: ALIMENTOS PARA GATOS.

Detalle COSTO BRUTO	Bolsa 1 lb (Gati)		Bolsa de 30 lb (Gati)		Bolsa 1 lb (Purina Cat)		Bolsa de 50 lb (Purina Cat)	
	Costo	%	Costo	%	Costo	%	Costo	%
Materia Prima / Materiales		0%		0%		0%		0%
Mercadería	\$ 0.94	99%	\$ 18.75	100%	\$ 0.90	99%	\$ 26.25	100%
Empaques	\$ 0.01	1%	\$ 0.01	0%	\$ 0.01	1%	\$ 0.01	0%
Otros		0%		0%		0%		0%
Total	\$ 0.95	100%	\$ 18.76	100%	\$ 0.91	100%	\$ 26.26	100%

Detalle COSTO BRUTO	Bolsa 1 lb (Felix)		Bolsa de 17 lb (Felix)		Bolsa 1 lb (Whiskas)		Bolsa de 9 lb (Whiskas)	
	Costo	%	Costo	%	Costo	%	Costo	%
Materia Prima / Materiales		0%		0%		0%		0%
Mercadería	\$ 0.85	99%	\$ 11.25	100%	\$ 1.05	99%	\$ 7.35	100%
Empaques	\$ 0.01	0%	\$ 0.01	1%	\$ 0.01	0%	\$ 0.01	0%
Otros		0%		0%		0%	\$ -	0%
Total	\$ 0.86	100%	\$ 11.26	100%	\$ 1.06	100%	\$ 7.36	100%

ANEXO 2: Estructura de otros ingresos: Envíos y comisión por descargas, publicidad integrada en la App, comercio móvil.

OTROS INGRESOS:

AÑO 1

		Año 1												
Envíos	Precio por envío	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
	\$ 2.50	\$ 4,771.38	\$ 4,842.95	\$ 4,915.59	\$ 4,989.32	\$ 5,064.16	\$ 5,140.13	\$ 5,217.23	\$ 5,295.49	\$ 5,374.92	\$ 5,455.54	\$ 5,537.38	\$ 5,620.44	\$ 62,224.51
Total		\$ 4,771.38	\$ 4,842.95	\$ 4,915.59	\$ 4,989.32	\$ 5,064.16	\$ 5,140.13	\$ 5,217.23	\$ 5,295.49	\$ 5,374.92	\$ 5,455.54	\$ 5,537.38	\$ 5,620.44	\$ 62,224.51

TRIMESTRAL DESDE AÑO 2 HASTA AÑO 5:

		AÑO 2					AÑO 3					AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Envíos	Precio por envío	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	TOTAL	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	TOTAL	Mes 11	Mes 12	
	\$ 2.50	\$ 14,965.81	\$ 15,649.42	\$ 16,364.26	\$ 17,111.75	\$ 64,091.25	\$ 15,462.98	\$ 16,169.30	\$ 16,907.89	\$ 17,680.22	\$ 66,220.39	\$ 68,751.73	\$ 71,845.56	\$ 270,908.93
Total		\$ 14,965.81	\$ 15,649.42	\$ 16,364.26	\$ 17,111.75	\$ 64,091.25	\$ 15,462.98	\$ 16,169.30	\$ 16,907.89	\$ 17,680.22	\$ 66,220.39	\$ 68,751.73	\$ 71,845.56	\$ 270,908.93

AÑO 1:

Otros ingresos por App. (anuncios integrados)		AÑO 1												
Plataformas	Costo unitario	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Google Play Store (50 % usuarios)														
Publicidad, comercio móvil y otras descargas	\$ 0.90	\$ 858.85	\$ 871.73	\$ 884.81	\$ 898.08	\$ 911.55	\$ 925.22	\$ 939.10	\$ 953.19	\$ 967.49	\$ 982.00	\$ 996.73	\$ 1,011.68	\$ 11,200.41
Valor por descarga	\$ 0.02	\$ 19.09	\$ 19.37	\$ 19.66	\$ 19.96	\$ 20.26	\$ 20.56	\$ 20.87	\$ 21.18	\$ 21.50	\$ 21.82	\$ 22.15	\$ 22.48	\$ 248.90
App Store (50 % usuarios)														
Publicidad, comercio móvil y otras descargas	\$ 0.90	\$ 858.85	\$ 871.73	\$ 884.81	\$ 898.08	\$ 911.55	\$ 925.22	\$ 939.10	\$ 953.19	\$ 967.49	\$ 982.00	\$ 996.73	\$ 1,011.68	\$ 11,200.41
Valor por descarga	\$ 0.10	\$ 95.43	\$ 96.86	\$ 98.31	\$ 99.79	\$ 101.28	\$ 102.80	\$ 104.34	\$ 105.91	\$ 107.50	\$ 109.11	\$ 110.75	\$ 112.41	\$ 1,244.49
Total		\$ 1,832.21	\$ 1,859.69	\$ 1,887.59	\$ 1,915.90	\$ 1,944.64	\$ 1,973.81	\$ 2,003.42	\$ 2,033.47	\$ 2,063.97	\$ 2,094.93	\$ 2,126.35	\$ 2,158.25	\$ 23,894.21

TRIMESTRAL DESDE AÑO 2 HASTA AÑO 5:

Otros ingresos por App. (anuncios integrados)		AÑO 2					AÑO 3					AÑO 4	AÑO 5
Plataformas	Costo unitario	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total	Costo total	Costo total
Google Play Store (50 % usuarios)													
Publicidad, comercio móvil y otras descargas	\$ 0.90	\$ 2,693.85	\$ 2,816.90	\$ 2,945.57	\$ 3,080.12	\$ 11,536.42	\$ 2,783.34	\$ 2,910.47	\$ 3,043.42	\$ 3,182.44	\$ 11,919.67	\$ 12,375.31	\$ 12,932.20
Valor por descarga	\$ 0.02	\$ 59.86	\$ 62.60	\$ 65.46	\$ 68.45	\$ 256.36	\$ 61.85	\$ 64.68	\$ 67.63	\$ 70.72	\$ 264.88	\$ 275.01	\$ 287.38
App Store (50 % usuarios)													
Publicidad, comercio móvil y otras descargas	\$ 0.90	\$ 2,693.85	\$ 2,816.90	\$ 2,945.57	\$ 3,080.12	\$ 11,536.42	\$ 2,783.34	\$ 2,910.47	\$ 3,043.42	\$ 3,182.44	\$ 11,919.67	\$ 12,375.31	\$ 12,932.20
Valor por descarga	\$ 0.10	\$ 299.32	\$ 312.99	\$ 327.29	\$ 342.24	\$ 1,281.82	\$ 309.26	\$ 323.39	\$ 338.16	\$ 353.60	\$ 1,324.41	\$ 1,375.03	\$ 1,436.91
Total		\$ 5,746.87	\$ 6,009.38	\$ 6,283.88	\$ 6,570.91	\$ 24,611.04	\$ 5,937.78	\$ 6,209.01	\$ 6,492.63	\$ 6,789.20	\$ 25,428.63	\$ 26,400.67	\$ 27,588.70

ANEXO 3: Gastos Administrativos: Sueldos.


Porcentaje de Incremento Anual Estimado: Salarios					1.50%
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Empleados	20	20	20	20	20
Salarios	\$ 84,470.25	\$ 85,737.30	\$ 87,023.36	\$ 88,328.71	\$ 89,653.64
Prestaciones	\$ 16,389.75	\$ 16,635.60	\$ 16,885.13	\$ 17,138.41	\$ 17,395.48
Total Costo Personal	\$ 100,860.00	\$ 102,372.90	\$ 103,908.49	\$ 105,467.12	\$ 107,049.13
					Costo Global Por hora
					\$ 17.51

AÑO 1:

(Planilla de Referencia para la tabla de gastos administrativos proyectados a 5 años)

Cargo Sueldos y salarios	No. de empleados	Salario mensual	Cuotas Patronales			Costo total patronal	Salario Neto	Salario Quincenal
			ISSS: 7.50%	AFP: 7.75%	INSAFORP			
Gerente general	1	\$ 600.00	\$ 45.00	\$ 46.50	\$ 6.00	\$ 97.50	\$ 502.50	\$ 251.25
Recepcionista	1	\$ 360.00	\$ 27.00	\$ 27.90	\$ 3.60	\$ 58.50	\$ 301.50	\$ 150.75
Coordinador de Mercadeo y Ve	1	\$ 500.00	\$ 37.50	\$ 38.75	\$ 5.00	\$ 81.25	\$ 418.75	\$ 209.38
Community Manager	1	\$ 450.00	\$ 33.75	\$ 34.88	\$ 4.50	\$ 73.13	\$ 376.88	\$ 188.44
Jefe de IT	1	\$ 500.00	\$ 37.50	\$ 38.75	\$ 5.00	\$ 81.25	\$ 418.75	\$ 209.38
Programador	1	\$ 450.00	\$ 33.75	\$ 34.88	\$ 4.50	\$ 73.13	\$ 376.88	\$ 188.44
Coordinador Administrativo	1	\$ 500.00	\$ 37.50	\$ 38.75	\$ 5.00	\$ 81.25	\$ 418.75	\$ 209.38
Compras	1	\$ 400.00	\$ 30.00	\$ 31.00	\$ 4.00	\$ 65.00	\$ 335.00	\$ 167.50
Logistica	1	\$ 400.00	\$ 30.00	\$ 31.00	\$ 4.00	\$ 65.00	\$ 335.00	\$ 167.50
Contador	1	\$ 400.00	\$ 30.00	\$ 31.00	\$ 4.00	\$ 65.00	\$ 335.00	\$ 167.50
Auxiliar contable	1	\$ 360.00	\$ 27.00	\$ 27.90	\$ 3.60	\$ 58.50	\$ 301.50	\$ 150.75
Coordinador de Logística y Dist	1	\$ 500.00	\$ 37.50	\$ 38.75	\$ 5.00	\$ 81.25	\$ 418.75	\$ 209.38
Encargado de despacho	1	\$ 425.00	\$ 31.88	\$ 32.94	\$ 4.25	\$ 69.06	\$ 355.94	\$ 177.97
Mensajero	1	\$ 360.00	\$ 27.00	\$ 27.90	\$ 3.60	\$ 58.50	\$ 301.50	\$ 150.75
Bodeguero 1	1	\$ 360.00	\$ 27.00	\$ 27.90	\$ 3.60	\$ 58.50	\$ 301.50	\$ 150.75
Ordenanza 1	1	\$ 360.00	\$ 27.00	\$ 27.90	\$ 3.60	\$ 58.50	\$ 301.50	\$ 150.75
Repartidor 1	1	\$ 360.00	\$ 27.00	\$ 27.90	\$ 3.60	\$ 58.50	\$ 301.50	\$ 150.75
Repartidor 2.	1	\$ 360.00	\$ 27.00	\$ 27.90	\$ 3.60	\$ 58.50	\$ 301.50	\$ 150.75
Repartidor 3	1	\$ 360.00	\$ 27.00	\$ 27.90	\$ 3.60	\$ 58.50	\$ 301.50	\$ 150.75
Jefe de RRHH	1	\$ 400.00	\$ 30.00	\$ 31.00	\$ 4.00	\$ 65.00	\$ 335.00	\$ 167.50
Total de sueldos y salario:	20	\$ 8,405.00	\$ 630.38	\$ 651.39	\$ 84.05	\$ 1,365.81	\$ 7,039.19	\$ 3,519.59

ANEXO 4: Cotizaciones del presupuesto.



DATAPRINT
TODA PARA SU OFICINA

COTIZACIÓN

Dataprint El Salvador S.A. de C.V.
 IVA: 177442-5
 NT: 0614-310307-103-8

FECHA: 28/07/2021
 CÓDIGO CLIENTE: 0000
 VALIDEZ OFERTA: 15 días

CLIENTE

Compañía: **MIAU & GUAU** Teléfono:
 Nombre: **Rosmary Miranda** Celular: **7334 9323**

No.	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
42324	14	Computadora de escritorio	\$ 500.00	\$ 7000.00
42324	1	Laptop	\$ 750.00	\$ 750.00
24255	1	Impresora	\$ 359.00	\$ 359.00
24242	14	Sillas ejecutivas	\$ 75.00	\$ 1050.00
43435	2	Escritorio	\$ 249.00	\$ 498.00
54658	1	Proyector	\$ 699.00	\$ 699.00
56755	1	Pantalla Klip desplegable	\$ 119.00	\$ 119.00
35685	9	Escritorios Compartidos	\$ 150.00	\$ 1350.00
35685	1	Archivero	\$ 250.00	\$ 250.00

CONDICIONES DE LA OFERTA

Forma de Crédito 30 días

Tiempo de entrega: 1 día hábil después de recibida la orden de compra. Garantía: 1 año

Atentamente,
 Mónica Granados
 Teléfono: 2505-6702
 Correo: monica.granados@dataprint.com.sv

Subtotal: **\$ 12075.00**

15% de IVA: **\$ 1569.75**

5% de CESC: **\$ 603.75**

TOTAL A PAGAR: \$ 13644.75

DISTRIBUIDORA GRANADA
 Refrigeración y Aire Acondicionado
 Distribuidora Granada SA de CV

Sucursal 25 Av. sur No. 785 Col. Cucumacayán, San Salvador.
 PBX:(503)2231-3200 FAX: (503)2222-2068 EMAIL: info@granada.com.sv

Cotización No. 1004754

15 DE JULIO DE 2021

Dir: **Miau & Guau**

Atención:

Por este medio y de la manera más alerta, sometemos a su consideración la cotización para el suministro de accesorios y/o equipos, según detalle:

CÓDIGO	UNID.	DESCRIPCIÓN	CANT.	PRECIO UNID.	TOTAL LINEA
03.0229	Unidad	SISTEMA MINI-SPLIT 18RTU 220V 18410 HW 18SEER L3018C0C0-10P42 LENNOX		\$645.0000	645.00
03.0229	Unidad	SISTEMA MINI-SPLIT 18RTU 220V 18410 HW 18SEER L3018C0C0-10P42 LENNOX		\$370.0000	370.00
03.0234	Unidad	SISTEMA MINI-SPLIT 18RTU 220V 18410 YHP2C18AH4PKYHFE10ZAAJAGXRY YD		\$265.0000	265.00
03.0229	Unidad	SISTEMA MINI-SPLIT 18RTU 220V 18410 HW 18SEER INVERTER YH4E10ZAAJAGXRY YORK		\$800.0000	800.00

Sub Total: **\$1,980.02**

Precio unitario y de total en línea, INCLUYEN IVA (Factura de Consumidor Final) IVA

Forma de Pago: Contado(Efectivo) Retención 1% \$0.00

Tiempo de Entrega: INMEDIATO SUJETO A DISPONIBILIDAD EN BODEGA Total: **\$1,980.02**

Oferta Válida Hasta: 24/09/2021 O MIENTRAS DUREN EXISTENCIAS.

Observaciones: *1 año de Garantía en equipos de AA POR DEFECTOS DE FABRICACION. NO aplica por uso inadecuado, mala selección y/o errores en instalación, falta de Manifi, fallas en suministro eléctrico, entre otras. *Módulos, Compresores y Accesorios Eléctricos no poseen garantía. *Una vez recibida la mercancía a conformidad, NO se aceptan cambios ni devoluciones. *Las medidas y especificaciones están sujetas a cambios sin previo aviso.

Comentarios del Vendedor(a):

De antemano agradecemos su atención y esperamos que nuestra cotización sea conveniente a los intereses de su empresa, aprovechamos la ocasión para saludarlos y saludarles.

Favor emitir pagos y órdenes de compra a nombre de:

Distribuidora Granada SA de CV

Región: 78716.2
 NT: 0614-301185-101-1

TGS-Xavier Rosales
 Ejecutivo de ventas.
 xavier.rosales@granada.com.sv
 Cel: (503)981-8812 Dir: (503)2231-3008

SONIA TORRES

Col. 10 de Septiembre, Block 1, #1080, San Salvador, San Salvador
 Tel.: 2262-6070/ Cel.: 6112-4712
 Correo electrónico: soniatorres@gmail.com

Atención a: MIAU & GUAU, S.A. de C.V.

ESTIMADO/A/OS:

Es un honor dirigirme a ustedes por medio de la presente, detallando brevemente los datos correspondientes al canon de arrendamiento, mantenimiento y otros relacionados a la propiedad de interés:

Desde	Hasta	Medida en m2	Costo de arrendamiento	Costo de mantenimiento	Total (m2)	Forma de pago
01.01.2022	31.12.2022	800 m2	\$275.00	\$25.00	\$300.00	Deposito/Transferencia

Adicionalmente, le comunicamos que los servicios de: agua, luz, energía eléctrica, Internet, serán suscritos por el "arrendatario" con el proveedor que el "arrendador" designe, y serán cancelados por cuenta de él "arrendatario".

En caso de que la oferta se ajuste a sus necesidades, se deberá cumplir con la entrega de los siguientes requisitos, en un plazo no mayor a 30 días a partir de la fecha de recepción de la oferta.

- Depósito, por un valor de \$300.00.
- NIT y NRC.
- DUI y NIT (de los socios).
- Escritura de constitución de la sociedad.
- Estados Financieros a la fecha.
- Carta de aceptación de la oferta firmada y sellada por representante legal.

Sin más por agregar, me despido deseando éxitos en sus labores.

Atentamente,
 Lic. Sonia Torres,
 Representante Legal.



Soluciones digitales

Cotización
A1839


11 C. PONIENTE Y 5A AV NORTE #220, CONTIGUO A LA CORTE DE CUENTAS
 San Salvador CP, San Salvador 1101, El Salvador

Cliente	Contacto	Fecha	Ciudad
Miau & Guau	Rosmary Miranda	16/07/2021	San Salvador

Item	Código	Descripción	Cantidad	Unidad	Unitario	Total
1	34545	Hojas de papel bond membretada	500	unidad	\$ 0.25	\$125.00
2	34657	Solares Membretados	50	Unidad	\$ 0.35	\$17.50
3	37860	Vifetas	500	unidad	\$ 0.10	\$50.00
4	37668	Tarjetas de presentación	100	unidad	\$ 0.10	\$10.00
5	35678	Bolsas Pet Friendly	25	unidad	\$ 1.75	\$43.75

Condiciones de oferta		Gran Total
Forma de pago Contado	Descuento	\$0
Tiempo de entrega: 3 días hábiles después de recibida la orden de compra	Garantía:	Subtotal \$246.25
1 año	IVA (13%)	532
	Valor total	\$278.25

Mastertech
Mastertech Microondas / MTD251BB / 900W
EN STOCK LFC 490390003



\$939.00
\$59.00

Control de Servicio de Reparación

AGREGAR A MI BOLSA

SOLICITAR CREDITO

Omnisport.com

Prepara su café para sus compañeros o visitantes...
Cafetera Percoladora CMU3000 | 30 tazas



\$50.99

AGREGAR A MI BOLSA

SOLICITAR CREDITO

Omnisport.com

Sofá cama Sofia



\$299.00

AGREGAR A MI BOLSA

SOLICITAR CREDITO

Omnisport.com

Teléfono K22+



\$159.00

AGREGAR A MI BOLSA

SOLICITAR CREDITO

Windows 11 GRATIS

Acer
Acer Laptop Aspire 5 15.6" / A515553MK / Intel® Core™ i5-1035G5



\$759.00

AGREGAR A MI BOLSA

SOLICITAR CREDITO

Frigidaire
Frigidaire Dispensador de agua / FQ8ZC3MUG / Silver



\$300.00
\$257.00

AGREGAR A MI BOLSA

SOLICITAR CREDITO

PAPELERA SALVADOREÑA
IMPORTADORES MAYORISTAS

San Salvador, 30 de Julio del 2021

Señores:
Miau & Guau
Presente:

ATEN: SANDRA ALVAREZ

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
PLEGOS DE BOND 30X40 BLANCOS	2	\$ 0.1100	\$ 0.22
ENGRAPADORA MEDIANA BOSTICH B-400 MEDIA TELA	2	\$ 5.72	\$ 11.44
CAJAS DE PAPEL BOND T-CARTA FACELA	1	\$ 34.50	\$ 34.50
BLOCK DE POST IT 1 1/2 X2 COLORES 3M	4	\$ 0.39	\$ 1.56
BLOCK DE POST IT 3X3 COLORES 3M	4	\$ 0.85	\$ 3.40
CAJAS DE CLIPS #1	2	\$ 0.24	\$ 0.48
CAJAS DE FASTENER PLASTICO	10	\$ 1.30	\$ 13.00
ARCHIVADORES AMPO T-CARTA AMPO	3	\$ 1.91	\$ 5.73
FOLDER T-CARTA	50	\$ 0.05	\$ 2.50
RESMAS DE PAPEL BOND T-CARTA SUEBDO DE COLORES	2	\$ 10.95	\$ 21.70
ALMOHADILLAS ARTLINE # 1	1	\$ 2.21	\$ 2.21
DISPENSADORES PARA SCOTCH 3M	1	\$ 3.55	\$ 3.55
CAJAS DE BOLIGRAFOS BK AZUL	1	\$ 1.77	\$ 1.77

10	BOLSA MANILA 5X12	\$ 0.05	\$ 0.50
10	BOLSA MANILA 10X13	\$ 0.06	\$ 0.60
10	BOLSA MANILA 6X9	\$ 0.04	\$ 0.40
10	BOLSA MANILA 6X9	\$ 0.04	\$ 0.40
1	SEBARRAS PEQUEÑAS 40X40 P PLUMON	\$ 11.80	\$ 11.80
1	ORGANIZADORES METALICOS	\$ 4.75	\$ 4.75
1	ENGRAPADORA INDUSTRIA BOSTICH B-310	\$ 28.15	\$ 28.15
2	CAJAS PLASTICAS CON CAPACIDAD DE 45 LITROS	\$ 13.500	\$ 27.00
4	CAJAS PLASTICA CON CAPACIDAD DE 75 LITROS	\$ 25.000	\$ 100.00
			\$ 278.53

PRECIOS YA INCLUYEN IVA
VALIDEZ DE LA OFERTA : 30 DIAS
LUGAR DE ENTREGA: Miau & Guau
CREDITO: 30 DIAS
TIEMPO DE ENTREGA: 2 días hábiles máximo
Nº.0614-230803-103-0
Categoría de cliente : Pequeño
Pag: 1516194

Verónica Rivera
Representante de Ventas

Sello de la Empresa

PAPELERA SALVADOREÑA
2250-6500/2250-6516
www.papelera.com

ANEXO 5: Línea Gráfica de Miao & Guau.

Mockups Publicitarios



Mockup de Mupi: 120 cm X 175 cm

Arte para Mupi
566x1080 pixeles, resolución, 72ppp.



Valla Publicitaria: 2.5 m X 5 m

Arte de Valla Publicitaria
1080x566 pixeles, resolución 72ppp

Mockups Packagin

Viñeta:

Dimensiones:

Viñeta: 4 cm x 6 cm x 2cm

Desnivel: 1 cm

Agujero: 2 mm

Cordón: 12 cm



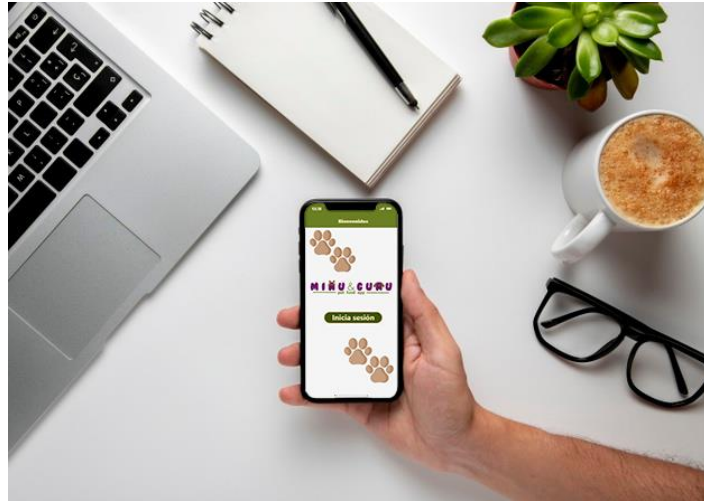
Bolsa Eco Friendly

Dimensiones:

Bolsa: 15" L x 16" H x 4"

Correa: 20" H

Mockups Pantallas de Inicio de "Miau & Guau-Pet Food App" Celular y Laptop



Papelería Institucional:

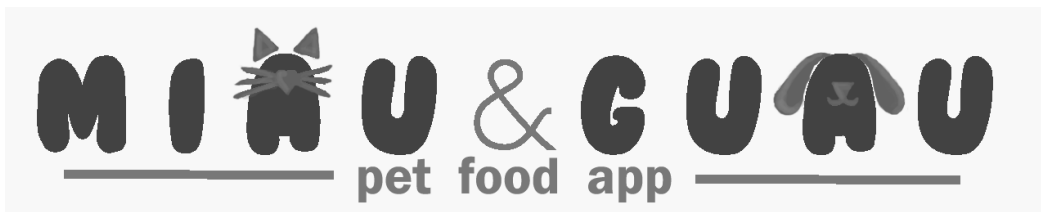


Isologo:

A colores:



En escala de grises:



Brandboard:

Logo



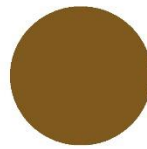
Paleta cromática



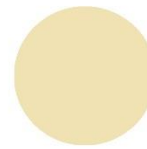
#73196d



#6b8023



#7f591d



#f1e2b2

Tipografías

Franklin Gothic Demi - Regular
Abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

Modern Sans - Light
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

BUBBLE GUM
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ

Iconografía ejemplos



Descripción de Imagen Comercial.



Tipo: Isologo.

Formato: PNG.

Tipografía predominante: Bubble Gum /Modern Sans-Light.

Tipografía inferior: Franklin Gothic Demi-Regular.

Trazos: Simulación de contorno: perro y gato; se desarrollo tomando como origen la tipografía "Modern Sans-Light y Bubble Gum".

Códigos de color: #6b8023 verde | #73196d morado | #7f591d kaki | #f1e2b2 crema |

Pixelaje (tamaño de imágenes):

Valla publicitaria: 1080x566 pixeles, resolución 72ppp.| Mupi: 566x1080 pixeles, resolución, 72ppp.

La tipología y colorimetría, que fueron escogidos buscan equilibrar y destacar la intención de la marca "Miau & Guau".

Modern Sans Light, generalmente tiende a ser muy utilizada en la elaboración de muchos logos, pues cumple con las bondades de ser moderna, legible y amigable; sin mencionar que, como valor agregado ofrecen una sensación divertida combinándola con tipografías como la de Bubble Gum; esto las hace más atractivas visualmente y de fácil retención para los prospectos de clientes.

El color verde, es considerado como el color de la abundancia, la esperanza, la frescura y está directamente asociado a la naturaleza y el medio ambiente; es uno de los colores más recomendados a utilizar si lo que se busca es generar paz, estabilidad, confianza y serenidad en las personas. Según, la psicología del color es de hecho uno de los más recomendados a utilizar, si lo que se busca es generar armonía en el consumidor a la hora de visualizar el tono verde.

En algunas culturas, el color morado está directamente asociado a lo exclusivo, la magia, la elegancia o el lujo. Además, transmite sensibilidad y genera cierta capacidad de empatizar mejor con quien lo

visualiza. El morado, es usado frecuentemente para representar la tecnología pues evoca a la imaginación, y la capacidad de romper barreras mentales, como el efecto de relajación y la sabiduría.

Generalmente, el color kaki es considerado como representación de la fortaleza y templanza; pero que en combinación con los otros colores de la paleta de Míau & Guau, ayudan a que la imagen se vuelva más sólida y equilibrada. En cuanto a la tonalidad crema por otro lado, representa adecuadamente la comodidad y sencillez, es por eso que en el desarrollo de la línea gráfica fue utilizada como uno de los tonos base para crear especial sinergia con el resto de colores que tienen una pigmentación más brillante.

Los trazos sobre las letras que simulan las orejas de un gato y un perro respectivamente, hacen referencia a las líneas de productos en las que Míau & Guau, se centra como empresa comercializadora de alimentos.

Para "Míau & Guau", es importante contribuir en alguna medida con el medio ambiente, y por tal razón la viñeta diseñada a colocar como sello personal de la marca en las bolsas de alimentos de mascotas sean impresos en materiales reciclables; y más aún el diseño de una bolsa eco friendly, que estaría reservada solo para el plazo de introducción de la marca como un elemento promocional, pero que pueda ser reutilizada en distintas ocasiones para minimizar el uso de las bolsas de plástico.

Dimensiones de la papelería:

Tarjetas de presentación: 5 cm x 8.5 cm.

Hoja membretada: Letter, 4 A. Tamaño: 11 pulgadas x 8.5 pulgadas/ 27.94 cm x 21.59 cm.



Sobre: 8.89 mm x 15.24 mm.

Folder: Letter, 4 A. Tamaño: 11 pulgadas x 8.5 pulgadas/ 27.94 cm x 21.59 cm.

ANEXO 6: Políticas de Míau & Guau.

Políticas generales:

- ✓ Respetar la jerarquía.

- ✓ Documentar todos los procesos internos.
- ✓ Brindar cursos de capacitación por área.
- ✓ Brindar a los colaboradores un entorno amigable, divertido y reconfortante para sus labores cotidianas.
- ✓ Fomentar el espíritu de trabajo desde los líderes hasta los trabajadores.

Políticas contables:

- ✓ Cualquier equipo que corresponda a la categoría de “mobiliario y equipo”, cuyo valor sea inferior a \$25.00 no será incluido como un activo fijo.
- ✓ Cumplir oportunamente con las fechas de entrega y presentación de informes fiscales y tributarios.
- ✓ Cumplir con la normativa internacional vigente a la fecha de presentación de los estados financieros.
- ✓ Llevar los registros de forma ordenada y al día de las operaciones de Míau & Guau.

Políticas de venta:

- ✓ Siempre dar al cliente lo que solicita.
- ✓ Mantener los precios de mercado.
- ✓ Cuando existan promociones sobre cualquier producto siempre deben darse a conocer las restricciones a la misma.
- ✓ Cumplir con los plazos de entrega fijados.
- ✓ Realizar las entregas de forma efectiva y brindando un excelente servicio al cliente.
- ✓ El aumento a la proyección de ventas, corresponderá a un 3% para el primer año; y a partir de ahí aumentará en un 0.05% adicional, es decir, 3.5% para el segundo año y así, consecutivamente.
- ✓ Las rutas de entrega se programarán de la siguiente forma: un día en específico por municipio, empezando cada lunes en este orden: San Salvador (1), Santa Tecla (2) y Antiguo Cuscatlán (3), y así a repetir ciclo.

Políticas de compra:

- ✓ Todas las adquisiciones de la empresa deberán hacerse únicamente a través del departamento de compras.
- ✓ Obtener los productos al menor costo posible.

- ✓ Que los proveedores llenen un formulario oficial con sus datos para poder ingresar a la base oficial.
- ✓ Mantener una relación de continuidad con los movimientos de inventarios, en colaboración con el área de despacho y los puntos de re-orden determinados para realizar el proceso de compra oportunamente.
- ✓ Establecer un compromiso con la empresa del proveedor.

Políticas de contratación de personal:

- ✓ Verificar referencias tanto personales y profesionales.
- ✓ Establecer un proceso de inducción reglamentario.
- ✓ Capacitar en el área funcional por un período mínimo de 15 días o de acuerdo a la complejidad del cargo.
- ✓ Dar todas las prestaciones de ley a todo el personal contratado.
- ✓ Darles las herramientas de trabajo necesarias para la realización de sus actividades.
- ✓ Aumento del 1.50% anual sobre sueldo.