

## PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL PETAPP

### 1. OBJETIVOS GENERALES.

#### 1.1. Problema percibido / Necesidades detectadas:

*“Queridos Reyes Magos,  
Este año he sido muy buena y me gustaría tener un pequeño cachorro. Un perrito con el que pueda jugar. Prometo que cuidaré mucho de él.”*

Este podría ser el texto que muchos niños y niñas, escriben cada Navidad a Papá Noel a los Reyes Magos. Considerando al animal, como un peluche o un juguete. Sin reflexionar sobre los cuidados, atenciones y mimos que necesita cualquier mascota.

Tener una mascota requiere realizar una reflexión familiar, sin embargo, muchos padres regalan un animal a sus hijos como si fuera un juguete, sin reflexionar sobre la responsabilidad que supone tener una mascota en casa.

Los datos hablan por sí solos. El 80% de los niños piden un animal como regalo y estas navidades, más de 50.000 perros y gatos podrían llegar a los hogares españoles de la mano de Papá Noel y de los Reyes Magos.

Diferentes fundaciones de animales, entre las que se encuentra Affinity, advierten que antes que regalar un animal a un niño pequeño, hay que valorar si el pequeño está preparado para la responsabilidad que requiere tener y cuidar una mascota. Sin lugar a dudas, incorporar a una mascota en la familia requiere una reflexión y consenso previo de todos sus miembros, un proceso que en la mayoría de las ocasiones no se realiza cuando se trata de un regalo.

Las mascotas no tienen ticket de devolución, ni llevan pilas para apagarlos cuando los niños se cansan de jugar con él. La mascota crece, los primeros días y meses parece divertido y monísimo, porque es un cachorro, pero con el paso del tiempo la novedad pasa y los animales crecen, y los pequeños de la casa se niegan a asumir responsabilidades (sacarle a pasear, educarlo, limpiarlo, etc...), etc... Aspecto que provoca el abandono de las mascotas.

La fundación Affinity, afirma que cada año se abandonan a más de 135.000 animales en nuestro país, entre ellos destacan los perros y gatos. La mayoría de estas mascotas abandonadas son abandonadas en verano, habiendo sido un regalo de Papá Noel o de los Reyes Magos en las navidades. Tras pasar seis meses han crecido mucho, o supone un trabajo no esperado para los dueños, principalmente por la falta de implicación de los pequeños del hogar (a quien iba dirigido el regalo).

A pesar de estos datos, que reflejan que los animales son abandonados a los pocos meses de llegar al hogar de una familia con pequeños, el crecimiento del sector de las mascotas sigue creciendo. En 2022 el 43% de los hogares en España tenía mascota, en 2024 ha superado el 55%, es decir, la mitad de los hogares tienen una mascota.

Este análisis, nos hace reflexionar sobre la necesidad de involucrar a los pequeños en el cuidado y la adquisición de responsabilidades, respecto al nuevo miembro (mascota), que llega a casa.

#### 1.2. Nuestra solución:

Con el objetivo de involucrar a los pequeños en el cuidado de sus mascotas y adquirir responsabilidad con ella, nace nuestra idea de negocio. Idea que se basa en la creación y comercialización de una App con IA (Inteligencia Artificial), que registrará y sumará puntos o insignias cuando el niño participa y se involucra en algunas de las tareas o actividades que se relacionan con el cuidado y educación del animal: sacar de paseo,

darle de comer, recoger los excrementos, lavado y aseo, adiestramiento, guardar los juguetes de la mascota, acompañarlo a las citas con el veterinario, acariciarlo y jugar con él, etc...

Para ello, La inteligencia Artificial analizará la foto que sube el niño a la aplicación, realizando alguna tarea asociada con el cuidado de las mascotas. En este caso el algoritmo de la IA, identifica de que se trata (dar un paseo, lavado, dar de comer, adiestramiento, etc...) y concederá los puntos o insignias correspondientes.

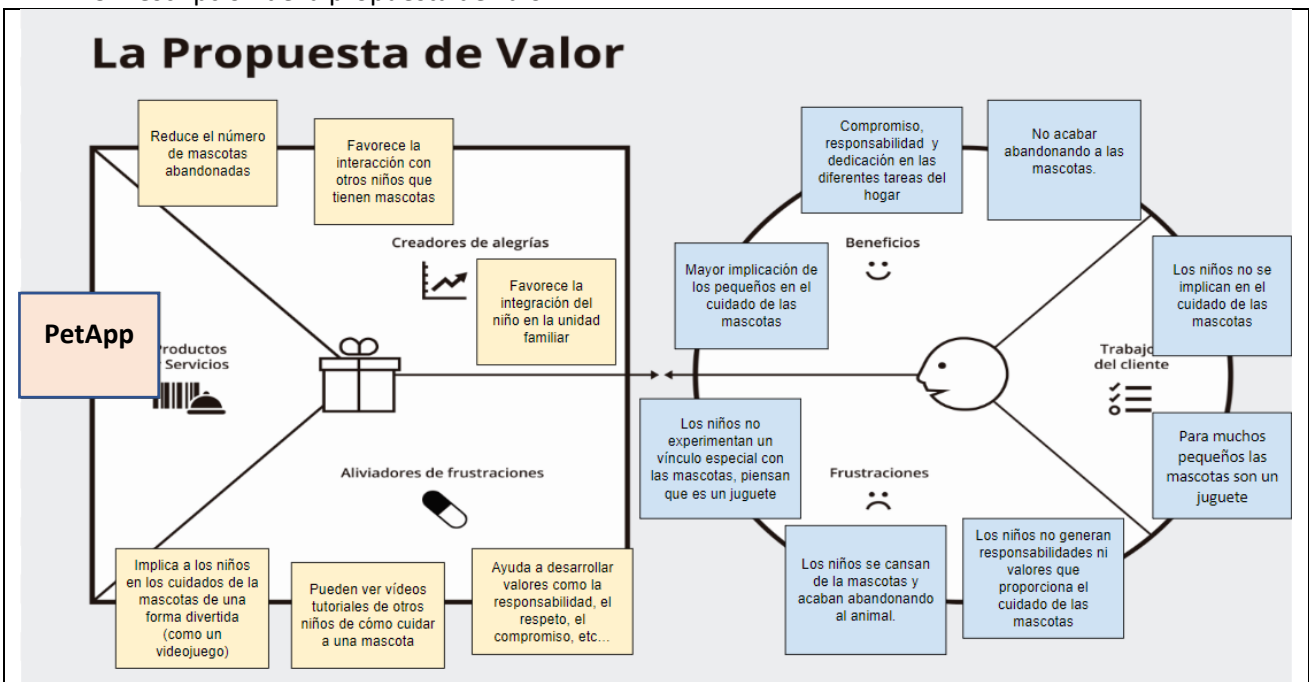
Para ello estableceremos diferentes patrones, con muchas imágenes asociadas a cada patrón, con el objeto que la app sea capaz de identificar y etiquetar cada una de ellas a un patrón diferente, asociado a una tarea relacionada con el cuidado de las mascotas.

Tendrá una interfaz similar a la de un videojuego, permitiendo seleccionar un avatar para el niño y su propia mascota. Irán pasando por diferentes fases y superando etapas e interacciones con otros niños que tienen mascotas.

Nuestra aplicación ofrece pequeños videos tutoriales realizado por otros niños donde explican de una forma sencilla y atractiva, cómo realizar algunas de las tareas relacionadas con el cuidado de las mascotas.

En un futuro no muy lejano, nos gustaría que cada mascota que se regale a un niño en nuestro país, venga acompañada de una suscripción a nuestra App (ya sea en la versión gratuita o en la versión premium).

1.3. Descripción de la propuesta de valor:



De nuestra propuesta de valor, podríamos destacar:

- Nuestra app implica a los niños en el cuidado de las mascotas de una forma lúdica y divertida, basándose en la gamificación.
- La app muestra a los pequeños videotutoriales, en los que otros niños le explican como deben cuidar a su mascota (referentes en el cuidado de animales).
- Hablamos de un proyecto que ayuda a desarrollar valores como la responsabilidad, el respeto, el compromiso, etc. Diferentes investigaciones han demostrado que los niños con mascotas desarrollan valores fundamentales en la educación familiar, como la empatía, la fidelidad, el amor sin condiciones, la compasión, la responsabilidad y el respeto.

1.4. Público objetivo y Buyer Persona:

En este apartado nos gustaría diferenciar entre los clientes potenciales y usuarios:

a) Clientes Potenciales:

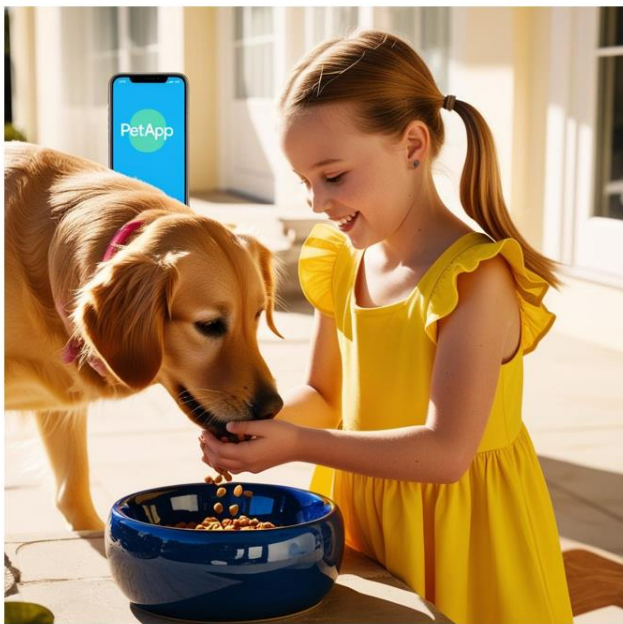
Serán las marcas y empresas que desean promocionar sus productos en nuestra app. Debido a los destinatarios que se dirige y los protagonistas de nuestra app, pensamos que principalmente serán empresas que comercializan productos relacionados con la infancia y con el mundo de las mascotas.

b) Usuarios o público objetivo:

Niños de 3 a 12 años con mascotas. A los que se le exige desde casa que se impliquen en el cuidado de los animales, que comprendan que no es un juguete, y que necesita ser cuidado y amado.

Los beneficios que aportan los perros y los gatos a los niños son innumerables. En general, la compañía de una mascota (sea cual sea) mejora la calidad de vida de todo ser humano; aumenta la longevidad, preserva el equilibrio físico y mental, facilita la recreación, reduce el estrés y disminuye el índice de depresión en general.

Para conocer mejor a nuestros usuarios hemos realizado la técnica “BUYER PERSONA”:



Nombre	Lucía García
Edad	8 años
Sexo	Mujer
Situación familiar	Tiene 1 hermano/a, le encanta pasar tiempo con su perrito
Personalidad	Extrovertida, divertida, comunicativa...
Objetivos	-Le encanta jugar con su mascota. -Jugar con las amigas. -Pasarlo bien.
Puntos de Dolor	En ocasiones se resiste a realizar tareas y adquirir responsabilidades relacionadas con el cuidado de la mascota: sacar de paseo, lavar al perrito, dar de comer...

1.5. Vídeo explicativo sobre la idea:

<https://youtu.be/3dK3d-bhDo0>

1.6. Prototipado.

a) Wireframe:

The wireframe sequence consists of five screens:

- Screen 1:** A home screen with various app icons. A red box highlights the PetApp icon.
- Screen 2:** A welcome screen with the text "WELCOME!!!", a cartoon girl, the name "Laura Gómez", and the pet name "Nala".
- Screen 3:** A task selection screen with a camera icon and a photo of a girl with a dog. A red box highlights the photo. Text below says "...Analizando 'DAR DE COMER'".
- Screen 4:** A progress screen showing the time "14:30h", a cartoon girl with a dog, and text: "Has superado 'DAR DE COMER A NALA'. Has conseguido 2 insignias." Below are two gold medal icons.
- Screen 5:** A summary screen with "Congratulations!!", a checklist of tasks (Sacar de paseo, Dar de Comer, Baño de espuma), and text: "Hoy has conseguido: 7 INSIGNIAS" with a gold medal icon.

Below each screen is a text box explaining the step:

- Screen 1:** Hacer "Clic" en el icono de la App.
- Screen 2:** La App identifica al niño y su mascota, con su nombre y un avatar.
- Screen 3:** Tras realizar una fotografía de la tarea, la IA analiza e identifica que actividad relacionada con el cuidado de la mascota ha realizado el niño
- Screen 4:** Refleja la insignias que conseguirá ganar en cada una de las actividades de colaboración en el cuidado de su mascota.
- Screen 5:** Al final del día, la App muestra la cantidad de insignias conseguidas.

b) Imágenes creadas con IA, sobre la interfaz de la app:





c) Vídeo de la versión beta de la app:

<https://www.youtube.com/watch?v=HL-cRWW2XFg>

## 2. EXPECTATIVAS:

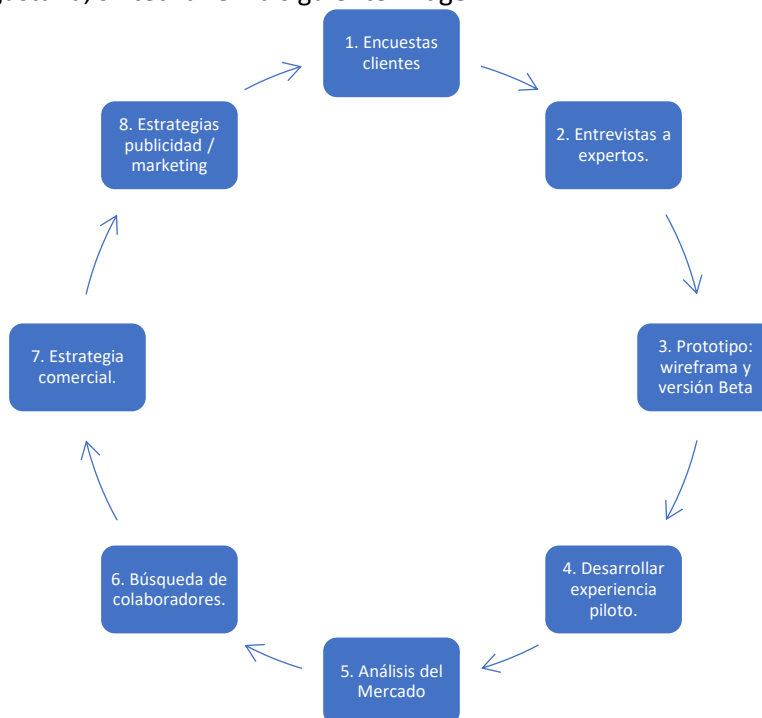
### 2.1. Líneas estratégicas:

A continuación, describimos algunas de las fases o líneas estratégicas que vamos a desarrollar para poner en marcha nuestra de negocio:

1. Validar o testear la idea, para ello, hemos realizado encuestas a 102 padres con niños pequeños, que tienen mascota en casa o están pensando incorporar un animal a la familia. Los resultados fueron los siguientes:
  - El 85% de las personas encuestadas han manifestados que sus hijos se implican poco o nada en el cuidado de sus mascotas.
  - El 97% de las personas encuestadas, afirman de igual modo, que nuestra app podría facilitar la implicación de los niños en el cuidado de las mascotas.
  - El 94% de las personas encuestadas, afirman así mismo, que estarían dispuestos a descargarse a nuestra app y utilizarla con sus hijos para que se impliquen e involucren en el cuidado de las mascotas.
2. Para seguir validando la idea, realizamos diferentes entrevistas a expertos, concretamente hemos entrevistado: veterinario, educador social, voluntario de una protectora de animales, psicólogo y un ingeniero informático. Dichos expertos, nos realizaron las siguientes aportaciones como propuestas de mejora:
  - Incluir video tutoriales formativos realizados por niños, que expliquen cómo realizar algunas de las tareas relacionadas con el cuidado de la mascota.
  - Que la interfaz de la aplicación debe ser sencillo, con muchos pictogramas y poco texto, con iconos fáciles de reconocer por los niños pequeños.

- Incluir cuentos animados, cuyos protagonistas sean niños que aman a las mascotas. Se puede personalizar incluyendo una fotografía del niño y de la mascota.
  - Realizar un concurso de fotografía de familias con mascotas, para que el niño sienta que la mascota es un miembro más de la familia.
  - Visualizar vídeos que narren la historia de mascotas abandonadas y que han sido adoptadas por nuevas familias.
  - Etc.
3. Prototipar la idea de negocio. En primer lugar, creamos una wireframe y posteriormente una versión beta de la app, en la que incluimos el algoritmo de Inteligencia Artificial, que era capaz de identificar y reconocer la tarea realizada por el niño relacionada con el cuidado e implicación de la mascota: sacar de paseo, dar de comer, lavar la mascota, etc.
  4. Desarrollar una experiencia piloto, que nos permita validar la app antes de su puesta marcha en el mercado. Para ello, hemos establecido un acuerdo de colaboración con la protectora de animales de nuestra localidad APRENDA. Tenemos previsto regalar una suscripción de nuestra app durante seis meses, a los niños que adopten un perro en esta asociación. En esta fase percibiremos posibles errores, mejoraremos la interfaz y perfeccionaremos el algoritmo de la IA.
  5. Analizar el mercado: Hemos desarrollado las siguientes técnicas: análisis de las 4P y 4C, análisis de pestel, las 5 fuerzas de porter, mapa de la empatía, buyer persona, análisis de la competencia, mapa del entorno, etc.
  6. Una vez validada la app, tenemos previsto establecer acuerdos de colaboración con diferentes protectoras y asociaciones de animales, así como con administraciones públicas e influencers, que nos ayuden a difundir y dar a conocer nuestra idea. Búsqueda de colaboradores y alianzas.
  7. Estrategia comercial: Búsqueda de empresas que deseen emitir publicidad de sus productos en nuestra app (hablamos de productos que van dirigido al público infantil: material escolar, juguetes, comida para animales, literatura infantil, etc...).
  8. Estrategias para dar a conocer nuestra idea (publicidad): Crearemos una página web, estrategias de Marketing digital en las diferentes RRSS, vídeo promocional en canal de YouTube, marketing de influencers (para ello tenemos previsto contar con la colaboración de niños influencer que promocionarán nuestra aplicación de telefonía móvil), anuncios en revistas especializadas sobre infancia y mascotas y animales, participación en ferias de emprendedores, estrategias de buzz marketing, etc.

Estrategias que nos gustaría, sintetizar en la siguiente imagen:



## 2.2. Triple resultado social:

<b>Ámbito Económico</b>
<p>En un futuro, y tras desarrollar la experiencia piloto, nos gustaría insertarnos laboralmente a través del autoempleo y poder poner en marcha nuestra idea de negocio.</p> <p>Somos jóvenes emprendedoras, entusiastas y comprometidas socialmente, aunque somos conscientes que para que una empresa genere impacto social, es importante que genere ingresos económicos para que pueda subsistir.</p> <p>Después de desarrollar la experiencia piloto, hemos realizado un balance económico y financiero en un escenario poco favorable, en el que, incluyendo incluso los salarios de las cinco socias, tendríamos beneficios el primer ejercicio económico superando los 15.000€, en el segundo ejercicio obtendríamos 41.943€ y el tercer ejercicio económico 84.920€.</p> <p>Nuestros ingresos vendrán fundamentalmente por la emisión de publicidad en la app y las descargas de la versión premium. Mientras que los costes más significativos harían referencia al pago de salarios, el mantenimiento y actualización de la app, y estrategias de marketing y publicidad.</p>
<b>Ámbito Social</b>
<p>En el ámbito social, nuestra app pretende involucrar a los más pequeños en el cuidado de las mascotas, desarrollando una metodología lúdica y basada en la gamificación, que pretende formar en valores por el amor de los animales: la empatía, el respeto, la responsabilidad y la solidaridad.</p> <p>Como hemos comentado anteriormente, nuestra app pretende de igual modo, disminuir el número de mascotas que son abandonadas en verano. Después de navidades, el cachorro ya ha crecido y necesita de otros cuidados. El niño se creía que era un juguete, que se puede apagar y encender o quitar las pilas.</p> <p>No queremos olvidar, los beneficios que un animal genera a un pequeño. Beneficios relacionados con la salud mental, autoestima, autoconfianza, apoyo emocional, reducción del estrés, gestión de las emociones, etc.</p> <p>Otro aspecto a destacar es la defensa del buen uso de las pantallas. Defendemos una idea que pretende utilizar una app con IA, para un buen fin (como es concienciar a los pequeños en el cuidado de las mascotas), pero que necesita de la ayuda y el control de los progenitores o cuidadores. No hablamos de un producto para entretener a los pequeños durante horas y que potencian el aislamiento social, todo lo contrario. Hablamos de una app, que solo fomenta el uso puntual y colaborativo.</p> <p>Nuestro equipo, tiene firmado en sus estatutos, donar un 10% de sus beneficios a diferentes protectoras de animales que cuiden y se preocupen de mascotas abandonadas.</p> <p>Otra de las actuaciones que pretendemos desarrollar son campañas de sensibilización en escuelas infantiles y centros educativos, así como a través de las redes sociales.</p>
<b>Ámbito Medioambiental</b>
<p>Nuestra app, pretende ser una aplicación que cuide de nuestra casa común: el planeta. Para ello, tenemos previsto que nuestra app consuma poca energía del terminal, necesitando poca energía eléctrica para su funcionamiento.</p> <p>Para ello, tenemos previsto que tenga poco brillo, que solo tarde 5 segundos en apagarse la pantalla, desactivar sonidos y vibraciones, etc. Funciones que otras apps tienen de serie en su configuración y que consumen mucha batería de los teléfonos móviles.</p>

3. ACTIVIDADES y PROCESOS:

3.1. Actividades prioritarias:

- Realizar un análisis de las necesidades y describir el problema percibido.
- Definir la idea empresarial: El producto
- Validar la idea: realizar encuestas a posibles usuarios.
- Validar la idea: realizar entrevistas a expertos.
- Realizar prototipado: Wireframe y versión beta de la app.
- Validar el prototipo (versión beta de la app): probar con algunos usuarios.
- Realizar un estudio de mercado
- Búsqueda de alianzas y colaboradores (protectoras de animales).
- Actividad comercial: Búsqueda de empresas que deseen promocionar sus productos en la app.
- Pequeño balance económico de la experiencia piloto: gastos e ingresos.
- Realizar actividades de promoción y publicidad
- Inicio de la experiencia piloto.

3.2. Cronograma de procesos:

Momentos o Fases del Proyecto Empresarial	Año 2025											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septi	Octub	Novi	Dic
Realizar un análisis de necesidades: El problema	■	■										
Definir la idea empresarial: El producto	■	■										
Validar la idea: realizar encuestas a usuarios.		■	■									
Validar la idea: realizar entrevistas a expertos.			■									
Prototipado: Wireframe y versión beta de la app.			■	■								
Validar el prototipo (versión beta de la app).				■	■							
Realizar un estudio de mercado				■	■	■	■					
Búsqueda de alianzas y colaboradores (protectoras de animales).						■	■	■	■			
Actividad comercial: Búsqueda de empresas que deseen promocionar sus productos en la app.							■	■	■	■		
Pequeño balance económico de la experiencia piloto: gastos e ingresos.							■	■	■	■		
Realizar actividades de promoción y publicidad										■	■	■
Inicio de la experiencia piloto.												■

#### 4. RECURSOS.

##### 4.1. Recursos Materiales:

A continuación, sintetizamos algunos de los recursos materiales más significativos que necesitamos para poner en marcha nuestra idea:

- Versión beta de la app
- Algoritmo de IA (Inteligencia Artificial)
- Patente
- Recursos informáticos: ordenadores portátiles, software de diseño gráfico, cámara fotográfica, teléfono móvil, etc...
- Softwares libres para crear app y algoritmo IA: Python y AppInventor.
- Página web y cuentas redes sociales

Aunque este apartado solo hace referencia a los recursos materiales, queremos reflejar que, para nuestra idea, los recursos más importantes de nuestra empresa son los recursos personales: EL EQUIPO. El equipo que formamos las socias, cuyos talentos se complementan.

##### 4.2. Recursos Económicos:

Inicialmente tenemos previsto contar con los siguientes ingresos en la experiencia piloto:

- Capital aportado por las socias: 1.000€ (200€/socia).
- Emisión de publicidad en la app: 1.000€ (100€ x 10 empresas).
- Premios en concursos de emprendimiento escolar: 1.500€.

**TOTAL INGRESOS PREVISTOS: 3.500€**

#### 5. FINANCIACIÓN:

##### 5.1. Costes.

Concepto	Costes
Versión beta de la app	00,00€
Algoritmo de IA (Inteligencia Artificial)	00,00€
Patente	840,13€
Recursos informáticos: ordenadores portátiles, software de diseño gráfico, cámara fotográfica, teléfono móvil...	1.820,90€
Softwares libres para crear app y algoritmo IA: Python y appinventor.	00,00€
Página web y cuentas redes sociales	00,00€
Emisión de Publicidad	650,00€
<b>TOTAL</b>	<b>3.311,03</b>

De los gastos previstos, consideramos imprescindibles los gastos de la patente (840,13€) que nos gestionará la Agencia TRADE de la Fundación Andalucía Emprende y que nos ayudará a proteger nuestra idea, así como los costes de emisión de publicidad (650€). Sino podemos adquirir nuevos recursos informáticos, pediremos prestados a familiares, amigos y al propio centro educativo.

### 5.2. Obstáculos y Riesgos Potenciales

Los obstáculos que nos podemos encontrar en la puesta en marcha, serían:

- Falta de apoyo por parte de empresas que deseen promocionar sus productos en nuestra app (emisión de publicidad).
- Dificultades para poder sufragar los costes de la patente, y facilite el plagio de nuestra idea.
- Errores iniciales en el algoritmo de la inteligencia artificial, que irá perfeccionando a medida que más usuarios se descarguen la app.
- Campaña en contra de la utilización de contenidos digitales en menores de edad.
- Etc.

## 6. MERCADO y COLABORADORES

### 6.1. Análisis de la Competencia:

Competencia	Tipos de Competencia		Tipos de Empresas			Precio	Puntos Fuertes	Debilidades
	Directa	Indirecta	Privada	Pública	Mixta			
11pets: cuida tu mascota	X		X			Gratis	-No se comparten datos con terceros -Mantiene la seguridad de los datos. Crea copias de seguridad de los datos en la nube. -Guardan habitualmente información de las mascotas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Requiere conexión a Internet</li> <li>• Requiere de mayor esfuerzo en promoción y visibilidad.</li> <li>• Consumen espacio, tiempo y datos móviles.</li> </ul>
My Pets	X		X			Gratis	-No se comparten datos con terceros -Mantiene la seguridad de los datos. Crea copias de seguridad de los datos en la nube. -Guardan habitualmente información de las mascotas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Requiere conexión a Internet</li> <li>• Requiere de mayor esfuerzo en promoción y visibilidad.</li> <li>• Consumen espacio, tiempo y datos móviles.</li> </ul>
App cuidado de mi mascota: Día	X		X			Gratis	-No se comparten datos con terceros -Mantiene la seguridad de los datos. Crea copias de seguridad de los datos en la nube. -Guardan habitualmente información de las mascotas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Requiere conexión a Internet</li> <li>• Requiere de mayor esfuerzo en promoción y visibilidad.</li> <li>• Consumen espacio, tiempo y datos móviles.</li> </ul>

Ninguna de ellas, realiza o desarrolla ninguna acción medida para concienciar e implicar a los pequeños en el cuidado de las mascotas.

### 6.2. Colaboradores:

Algunos socios con los que podríamos firmar acuerdos de colaboración para poner en marcha nuestra idea, serían:

- Protectoras de animales
- Administraciones públicas
- Colegios de psicólogos y educadores
- Centros educativos y AMPAs (asociaciones de padres y madres de alumnos).
- Niños influencers.
- Etc.

En este apartado, nos gustaría resaltar dos aspectos:

- Queremos conseguir que Papá Noel y los Reyes Magos sean también colaboradores de nuestra idea, grabando varios vídeos en YouTube, donde estos personajes mágicos de la navidad, recomienden a los pequeños descargar su app en su teléfono si piden una mascota en su carta.
- De igual modo, destacar que hemos establecido un acuerdo de colaboración con la protectora APRENDA, con el objeto de desarrollar una experiencia piloto y regalar suscripciones gratuitas de nuestra app a todos los niños que adopten su mascota en dicha protectora durante un año. Este acuerdo nos ayudará a testear y validar nuestra app, detectar posibles fallos, mejorar la interfaz de la app, etc.



### 6.3. Análisis DAFO:

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Inexperiencia en el mundo laboral, es nuestro primer empleo.</li> <li>-Dificultad para competir con los precios que otras aplicaciones ponen a la publicidad de la marca que desean publicitar en ella.</li> <li>-Dificultad para captar clientes, ya que somos una nueva empresa en el mercado.</li> <li>-Falta de liquidez económica y poca capacidad financiera para realizar inversiones.</li> <li>-Etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Posible apertura de empresas del mismo sector, o incluso que plagien nuestra idea de negocio.</li> <li>-Aparición de nuevos impuestos (Impuesto digital), encarecimiento de los costes de nuestra empresa que no hagan viable nuestro proyecto.</li> <li>-Miedo de las empresas a emitir publicidad en una App nueva y desconocida.</li> <li>-Rechazo hacia lo novedoso.</li> </ul>



Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Nuestro espíritu emprendedor.</li> <li>-Capacidad de trabajo en equipo entre los socios.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-Ilusión, pasión y entusiasmo, por poner en marcha nuestra idea.</li> </ul> </li> <li>-Nuestra app desarrolla valores en los niños como la responsabilidad, el compromiso, etc... que ayudan al crecimiento y madurez de los pequeños.</li> <li>-Sencillez y calidad de la interfaz de nuestra aplicación de telefonía móvil.</li> <li>-Rapidez en atender a nuestros clientes.</li> <li>-Dicha App previene que las mascotas sean abandonadas, no sean consideradas un juguete por los pequeños.</li> <li>-Cobertura nacional.</li> <li>-Etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Comercialización de nuestra aplicación a nivel internacional (actualizar dicha app a diferentes idiomas).</li> <li>- Crecimiento de nuestra App</li> <li>-Acuerdos de colaboración con asociaciones y protectoras de animales que aconsejen el uso de nuestra aplicación de telefonía móvil.</li> <li>-Apoyo de veterinarios de nuestro proyecto, aconsejando a los dueños de las mascotas que descarguen dicha app a sus hijos.</li> <li>-Etc.</li> </ul>


6.4. Análisis CAME:

CORREGIR (Las Debilidades)	AFRONTAR (Las Amenazas)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contratar a personal con experiencia en este sector.</li> <li>- Solicitud de préstamos bancarios para hacer frente a los gastos iniciales de inversión.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Buscar a business angel's que apoyen económicamente nuestra idea de negocio.</li> <li>- Establecer acuerdos de colaboración con Asociaciones y protectoras de animales.</li> <li>- Formación de los socios sobre gestión empresarial en el sector de las nuevas tecnologías.</li> </ul> </li> <li>- Participación en cursos que incrementen nuestros conocimientos sobre la gestión empresarial</li> <li>-Etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Poner en valor nuestra diferencia de otras apps sobre mascotas. Nuestro producto promueve la implicación de los pequeños en el cuidado de los animales.</li> <li>-Realizar nuevas versiones de la App en diferentes idiomas.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Campañas publicitarias en redes sociales (económicas, pero con un gran impacto).</li> </ul> </li> <li>- Poner en valor que se trata de un producto nacional, fabricado en nuestro país.</li> <li>- Establecer como estrategia de fijación de precios, una estrategia de lanzamiento (precio económico), que ayudará a que nuestro producto sea expandido y conocido por los consumidores hasta en los momentos de crisis económica.</li> <li>-Etc.</li> </ul>
MANTENER (Las Fortalezas)	EXPLOTAR (Las Oportunidades)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crear dinámicas de cohesión y de trabajo en equipo, entre los socios.</li> <li>- Formación de los socios fundadores sobre creatividad y generación de ideas.</li> <li>- Seleccionar empresas con experiencia para el diseño y desarrollo de la App.</li> <li>- Crear un departamento de innovación e</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecer acuerdos con veterinarios y asociaciones o protectoras de animales, que nos ayuden a difundir nuestra App entre los niños.</li> <li>- Potenciar el marketing en redes sociales, especialmente en aquellas dirigidas al sector padres con niños pequeños.</li> <li>- Establecer acuerdos con niños influencer's que tienen un gran impacto entre el sector infantil, con</li> </ul>

<p>investigación, para mejorar la calidad y accesibilidad de nuestra interfaz.                  - Seguir manteniendo una política de precios económicos.                  Etc.</p>	<p>el objetivo de promocionar nuestro producto en sus canales.                  -Etc.</p>
--	---

6.5. Análisis de las 4P y las 4C:

Marketing Mix: Análisis las 4 P's	Mercadotecnia: Análisis las 4 C's
<p align="center"><b>Producto</b></p>	<p align="center"><b>Cliente</b></p>
<p>Con el objetivo de involucrar a los pequeños en el cuidado de sus mascotas y adquirir responsabilidad con ella, nace nuestra idea de negocio. Idea que se basa en la creación y comercialización de una App que registre y sume puntos cuando el niño participa y se involucra en algunas de las tareas o actividades que se relacionan con el cuidado y educación del animal. Para ello utilizaremos inteligencia artificial, que asignará cada foto realizada con el niño cuidando a su mascota con un patrón establecido: sacar de paseo, darle de comer, recoger los excrementos, lavado y aseo, adiestramiento, guardar los juguetes de la mascota, acompañarlo a las citas con el veterinario, acariciarlo y jugar con él, etc...</p> <p>Será como un videojuego, personalizado, con un avatar para el niño y su propia mascota. Irán pasando por diferentes fases y superando etapas e interacciones con otros niños que tienen mascotas.</p> 	<p>En este apartado nos gustaría diferenciar entre los clientes potenciales y usuarios:</p> <p>a) Clientes Potenciales:</p> <p>Serán las marcas y empresas que desean promocionar sus productos en nuestra app. Debido a los destinatarios que se dirige y los protagonistas de nuestra app, pensamos que principalmente serán empresas que comercializan productos relacionados con la infancia y con el mundo de las mascotas.</p> <p>b) Usuarios:</p> <p>Niños de 3 a 12 años con mascotas. A los que se exige desde casa que se impliquen en el cuidado de los animales, que comprendan que no es un juguete, y que necesita ser cuidado y amado. Los beneficios que aportan los perros y los gatos a los niños son innumerables. En general, la compañía de una mascota (sea cual sea) mejora la calidad de vida de todo ser humano; aumenta la longevidad, preserva el equilibrio físico y mental, facilita la recreación, reduce el estrés y disminuye el índice de depresión en general.</p> 

Publicidad	Comunicación								
<p>Para dar a conocer nuestro producto e introducirlo en el mercado, tenemos previsto realizar las siguientes estrategias publicitarias:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Crearemos una página web.</li> <li>▪ Estrategias de Marketing digital en las diferentes RRSS.</li> <li>▪ Vídeo promocional en canal de YouTube.</li> <li>▪ Marketing de influencers. Contaremos con la colaboración de niños influencer, que promocionarán nuestra aplicación de telefonía móvil.</li> <li>▪ Anuncios en revistas especializadas sobre infancia y mascotas y animales.</li> <li>▪ Feria de emprendedores.</li> <li>▪ Estrategias de buzz marketing.</li> <li>▪ Etc.</li> </ul>	<p>Además de la publicidad, nuestra empresa tiene previsto comunicar otros contenidos como pueden ser los resultados económicos anuales, nuestro valor añadido, artículos que avalen las bondades de nuestra aplicación de telefonía móvil, opiniones de padres que han comprobado la implicación de sus hijos en el cuidado de las mascotas desde que utilizan nuestra app... de estas forman animarán a otros padres a adquirir nuestro producto.</p> <p>Otro aspecto a comunicar es la colaboración con ONG y protectoras de animales.</p> <p>Dicha comunicación la realizaremos a través de correo electrónico, nuestra página web y en nuestras redes sociales.</p>								
Precio	Costo								
<p>Una vez analizado los costes de diseño y mantenimiento de App, de nuestros comerciales y puesta en marcha de nuestra idea de negocio, hemos establecido los siguientes precios para nuestros productos:</p> <table border="1" data-bbox="169 1176 719 1355"> <thead> <tr> <th>Productos</th> <th>Precio /Unidad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Descarga Versión Premium</td> <td>10,00€</td> </tr> <tr> <td>Publicidad Estática / mes</td> <td>250,00€</td> </tr> <tr> <td>Publicidad Dinámica / mes</td> <td>300,00€</td> </tr> </tbody> </table> <p>La estrategia que hemos establecidos para la fijación de los precios de nuestros productos es las estrategias de carácter psicológico, concretamente “precio redondeado”.</p>	Productos	Precio /Unidad	Descarga Versión Premium	10,00€	Publicidad Estática / mes	250,00€	Publicidad Dinámica / mes	300,00€	<p>Además del precio de nuestros productos, para nuestros consumidores tendrán otros costes el adquirir nuestros productos:</p> <p>-Para los usuarios de la App, tendrán que visualizar la publicidad que tiene la “app” y que solventa en gran parte los costes de nuestra empresa.</p> 
Productos	Precio /Unidad								
Descarga Versión Premium	10,00€								
Publicidad Estática / mes	250,00€								
Publicidad Dinámica / mes	300,00€								
Plaza	Conveniencia								
<p>La aplicación podrán descargarla los consumidores a través de Play Store, App Store y Microsoft Store.</p>	<p>Debido a las cantidades de descargas que se producen al año en nuestro país, pensamos que los consumidores preferirán descargar nuestra app a través de Play Store.</p>								

6.6. Mapa del Entorno.



7. EVALUACIÓN.

7.1. Indicadores.

A continuación, describimos algunos de los indicadores que definirían la viabilidad de nuestra idea en la experiencia piloto. Experiencia que pretendemos desarrollar en la comarca de Écija:

- Conseguir al menos 10 empresas que emitan publicidad en nuestra app, aportando viabilidad económica a dicha experiencia.
- Alcanzar, al menos 50 usuarios, para perfeccionar el algoritmo de la IA.
- Disminuir un 10% el número de mascotas abandonadas en la comarca de Écija.
- Obtener la patente de la idea.