



IPetHealth

RESUMEN EJECUTIVO
DICIEMBRE 2019

Grupo 3

David ALCÁNTARA
María AREVALILLO
Rocío BONSON
Valeria COMPAÑ

Índice

El Proyecto.....	3
IPetHealth	4
El equipo.....	5
Oportunidad de negocio.....	6
El mercado de las mascotas	7
Análisis de la competencia.....	10
Perfil tipo del dueño de una mascota	11
Perfil tipo del dueño de un negocio del sector de las mascotas	12
Análisis DAFO.....	13
Nuestros retos	14
Modelo de negocio	15
Introducción.....	16
Nuestros usuarios.....	17
Nuestros clientes	18
Modelo Canvas	19
Producto Mínimo Viable (PMV)	20
Early adopters	21
Roadmap.....	22

Índice

- Comercialización de la solución..... 23
- KPIs 24
- Modelo técnico..... 26**
- Modelo de datos y arquitectura tecnológica 27
- Modelo económico 29**
- Business Case 30
- Conclusiones 36**
- El éxito de nuestro proyecto 37

El Proyecto



IPetHealth

IPetHealth

IPetHealth es el primer recomendador de alimentos virtual para mascotas.

Basado en Inteligencia Artificial y apoyado en Big Data, IPetHealth solucionará en pocos clics todas las preocupaciones relacionadas con la alimentación de nuestras mascotas. La solución **acompañará y guiará a nuestros usuarios a lo largo de todo el proceso de elección del mejor alimento posible para sus mascotas**, de acuerdo a sus características y su estilo de vida, asesorando y recomendando los alimentos más adecuados en cada momento de su vida, y ofreciendo diferentes alternativas en función de las preferencias de nuestros usuarios.

La razón de ser de nuestro proyecto consiste en **mejorar y fomentar un estilo de vida saludable en nuestras mascotas**, proporcionando a sus dueños conocimiento y buenas prácticas alimentarias que ayuden a reducir el sobrepeso y la obesidad de las mismas.

Nuestro **objetivo a corto y medio plazo es posicionarnos como líderes del mercado de las mascotas y llegar a ser el recomendador alimentario virtual de referencia en el mundo de los animales de compañía**. Todo ello enmarcado en unos **valores de marca basados en la innovación, personalización sin sesgos comerciales y con una disponibilidad 24x7**.

El equipo

IPetHealth lo desarrollaremos un grupo de personas de perfiles muy variados que contamos con amplia experiencia profesional:



David Alcántara López (CEO / COO)

Gerente de consultoría de negocio e IT en Big Four
Definición de la estrategia de la empresa y responsable de Operaciones
Gestión de RRHH
Relación con grandes cuentas

María Arevalillo Pérez (CFO / CLO)

Amplia experiencia en el control de gestión y reporting financiero
Responsable de Finanzas y del desarrollo del plan de inversiones y gastos
Búsqueda de financiación y gestión de cobros y pagos
Cumplimiento & Legal



Rocío Bonsón Fernández (CMO / CDO)

Profesional del marketing y ventas y con experiencia en expansión y comercio internacional.
Responsable de Comunicación y Marketing. Diseño del plan comercial y la estrategia de ventas
Relación con usuarios y clientes; gestión de quejas y reclamaciones
Delegada de Protección de Datos (DPD)

Valeria Compañ Rizzi (CIO / CTO)

Especializada en la gestión de proyectos TIC e implantación de las mejores prácticas PMI
Responsable de IT
Diseño de la arquitectura IT y definición de las políticas de infraestructura y seguridad IT
Evaluación de riesgos y propuesta de medidas correctoras





Oportunidad de negocio



IPetHealth

Situación actual

El mercado de las mascotas ha crecido a una velocidad sin precedentes en los últimos años:

- 🐾 En los últimos cinco años, el número de animales de compañía en España ha crecido en un 40%.
- 🐾 Según la Red Española de Identificación de Animales de Compañía, en mayo 2019 había 13 millones de mascotas censadas, un 93% perros y un 6% gatos.

Los cambios en los estilos de vida y en los hábitos de consumo hacen que cada vez haya más gente sola en las ciudades, las familias son cada vez más pequeñas y son muchos los que optan por tener un perro como animal de compañía. Actualmente hay en España casi el doble de mascotas que menores de 15 años¹ y el 40% de los hogares tiene al menos una mascota².

Las mascotas son los nuevos hijos y su integración como un miembro más de la familia genera una mayor demanda de productos y servicios que ayudan a su bienestar y facilitan la relación con sus propietarios. Se está produciendo una humanización en el trato de los animales de compañía, procurándoles toda clase de accesorios, productos de belleza e higiene y también una mayor exigencia de productos de mayor calidad, de la misma forma que ha ocurrido con las personas. El hecho de que cada vez estemos más preocupados por proteger a nuestras mascotas de enfermedades y lesiones está impulsando el crecimiento del mercado en todo el mundo y existe una gran oportunidad de negocio para las industrias que giran en torno al cuidado y la salud animal.

España es el quinto mercado de animales de compañía más grande de Europa, por detrás de Reino Unido, Francia, Alemania e Italia, con un **volumen de negocio de 1.300 millones de €**, 5.000 tiendas especializadas en el mundo animal y 6.000 veterinarios³. El mercado más importante dentro de la industria de las mascotas es el de la alimentación, que en 2018 generó más de 1.000 millones de €.

¹ INE, 2018.

² Ministerio de Agricultura, 2018.

³ Euromonitor internacional, 2017.

Situación actual

El gasto medio de las familias españolas en sus mascotas se estima en unos 130 euros al mes, distribuidos de la siguiente forma:

- 🐾 65% alimentación.
- 🐾 28% servicios veterinarios.
- 🐾 7% dedicado a accesorios y juguetes.

En Europa el gasto medio está en 217€, lo cual, junto con el mayor número de mascotas de la zona, parece indicar que todavía existen perspectivas de crecimiento favorables para el mercado español. Además, se estima que **el mercado del cuidado de mascotas en España crecerá a una tasa de 5.8% durante el período 2018 - 2023**⁴.

Una de las principales preocupaciones relacionadas con la salud animal en los países desarrollados es la obesidad y el sobrepeso de las mascotas, un problema cada vez más presente. A nivel mundial, alrededor del 49% de los perros, y el 43% de los gatos tiene sobrepeso u obesidad. **En España, más de la mitad de los perros y gatos padecen sobrepeso u obesidad** (un 56% y un 60% respectivamente)⁵.

Esta enfermedad repercute directamente en la calidad y esperanza de vida de nuestras mascotas: problemas de corazón, respiratorios, sobrecarga de las articulaciones que puede llevar a sufrir artrosis, diabetes, hipotiroidismo o alteraciones renales o en el hígado. Muchas de estas complicaciones, a su vez, limitan el movimiento del animal lo que agrava todavía más el problema, creando un círculo vicioso. Es importante que las mascotas tengan un peso idóneo de acuerdo a su raza y su tamaño. Para ello es conveniente cuidar su alimentación y asegurarse de que hacen el ejercicio necesario, con el fin de mantenerse muy activos. El peso ideal en los perros y los gatos dependerá de muchos factores, algunos sobre los que podremos incidir y otros que están fuera de nuestro alcance, por ello es importante acudir regularmente al veterinario y hacer un seguimiento continuo de la condición física de nuestras mascotas. Unos buenos hábitos de ejercicio,

⁴ Euromonitor internacional, 2017.

⁵ Asociación para la Prevención de la Obesidad en las Mascotas, 2018

Situación actual

junto con un peso saludable, reducirán las probabilidades de desarrollar numerosas enfermedades.

El principal desafío aquí es encontrar los alimentos más adecuados para cada momento de la vida de nuestras mascotas y evitar los ingredientes alimentarios responsables de las afecciones cardíacas, alergias, enfermedades gastrointestinales y problemas de piel. La creciente demanda de mayor transparencia en los ingredientes de productos para el cuidado de mascotas por parte de los dueños de las mascotas está cambiando la dinámica del mercado de los últimos años. Para satisfacer esta demanda de los consumidores, los principales actores del mercado han desarrollado productos alimenticios especiales para mascotas. Estudios recientes sobre los hábitos de cuidado animal de propietarios de mascotas, han concluido que hay 3 factores determinantes de la industria de la alimentación animal en 2019⁶: **comida personalizada para mascotas**; la importancia de la procedencia de la comida que dan a sus mascotas; y el auge de los alimentos superpremium.

Con todo esto, estamos convencidos de que **la industria de las mascotas es un mercado con unas interesantes perspectivas de crecimiento** a corto, medio y largo plazo, y de que **el segmento de la alimentación animal continúa en auge**, existiendo todavía muchas posibilidades de desarrollar soluciones relacionadas con la alimentación. En este contexto, estamos seguro de que **IPetHealth cubrirá con garantías los intereses y preocupaciones que los dueños de las mascotas tienen en torno a la alimentación y bienestar de sus mascotas.**

⁶ Tiendanimal, 2018

Análisis de la competencia

Para poder determinar el nivel de competencia de IPetHealth dentro del sector del cuidado y la alimentación de las mascotas seguimos el modelo de las Cinco Fuerzas de Porter. Inicialmente nuestro análisis se centrará en el mercado español, pero con la mente puesta en desarrollar una solución fácilmente escalable al mercado de mascotas de otros países.

En primer lugar, analizando la **competencia en el mercado y los posibles productos sustitutivos**, observamos que la creciente preocupación por la alimentación de nuestras mascotas, el deseo de prevenir el sobrepeso y otras cuestiones relacionadas con el bienestar de los animales de compañía, han propiciado el desarrollo de diferentes soluciones tecnológicas orientadas al cuidado y a la mejora de la salud animal. Actualmente hay disponibles en el mercado diferentes tipos de dispositivos, aplicaciones y redes sociales para mascotas que nos dan diferentes funcionalidades. Sin embargo, tras un exhaustivo estudio de la competencia observamos que no existen antecedentes de ninguna aplicación que cruce la información de la alimentación e ingesta de calorías de nuestras mascotas con su actividad física. Existen aplicaciones que muestran la composición de alimentos y cosméticos, que evalúan su impacto en la salud y ofrece alternativas más saludables, como es el caso de Yuka o Vivino. No obstante, a diferencia de IPetHealth, estas soluciones no están enfocadas al mundo animal.

En cuanto a la **amenaza de nuevos entrantes**, el modelo puede ser fácilmente replicable por aquellos competidores que dispongan de una estructura empresarial más sólida y un músculo financiero mayor que el que actualmente tenemos en IPetHealth.

Respecto al **poder de negociación de nuestros proveedores**, IPetHealth tiene cierta dependencia de sus proveedores para el diseño y puesta en marcha del recomendador personalizado de alimentos, ya que sin los datos proporcionados por Gloria Pets (datos de los piensos, junto con sus componentes y las características de los mismos) ni los datos facilitados por IFM (datos recopilados por los wearables que nos proporcionan datos de la actividad física del animal) podríamos construir nuestro modelo inicial de recomendación. No obstante, a medida que vayamos recopilando datos de las mascotas y sus dueños a través de nuestra aplicación, nuestra dependencia de terceros disminuirá.

Perfil tipo del dueño de una mascota

De cara a realizar una propuesta de valor que se ajuste a lo que demanda el mercado, hemos realizado un estudio exhaustivo para determinar cómo es el perfil tipo del dueño de una mascota en nuestro país, ya que ellos serán nuestros potenciales usuarios de la aplicación. Para su caracterización, tuvimos en cuenta:

- 🐾 Un estudio realizado por Tiendanimal, sobre la caracterización de los dueños de mascotas en España.
- 🐾 Más de 400 encuestas realizadas por el equipo de IPetHealth para evaluar la valoración realizada por lo que consideramos clientes potenciales sobre las diferentes funcionalidades planteadas para ser desarrolladas en IPetHealth.
- 🐾 La herramienta de Design Thinking, incluyendo un 'Mapa de Empatía' para tratar de entender al dueño 'tipo' de la mascota y conocer las funcionalidades de IPetHealth que podría valorar más positivamente.

Como resultado de nuestro estudio, podemos concluir que el perfil más frecuente de dueños de mascotas en España es:

- 🐾 Mujer de entre 30 y 45 años
- 🐾 Trabajadora y dueña de más de una mascota de raza pequeña y/o mediana
- 🐾 Considera a su mascota uno más de la familia.
- 🐾 Tiene unos hábitos saludables de alimentación y ejercicio.
- 🐾 Elige los productos de su mascota priorizando la calidad al precio.
- 🐾 Le gusta viajar con su mascota priorizando aquellos planes en los que su mascota sea bienvenida

Este es el **perfil de más del 86% de dueños de animales domésticos en nuestro país.**

Perfil tipo del dueño de un negocio del sector de las mascotas

Del mismo modo hemos creído conveniente identificar el perfil tipo del dueño un negocio del sector de las mascotas, ya que consideramos que nuestra aplicación también les puede ser de utilidad, tal y como describimos más adelante en nuestro modelo de negocio. Para su caracterización, tuvimos en cuenta:

- 🐾 Entrevistas con los propietarios y trabajadores de diferentes negocios del sector (clínicas veterinarias, tiendas de piensos y productos para animales y peluquerías caninas).
- 🐾 La herramienta de Design Thinking, incluyendo un 'Mapa de Empatía' para tratar de entender al dueño 'tipo' de un negocio del sector de las mascotas y conocer las funcionalidades de IPetHealth que podría valorar más positivamente.

Como resultado de nuestro estudio, podemos concluir que el perfil más frecuente de dueños de negocios relacionados con el mundo de las mascotas en España es:

- 🐾 Una persona que desea aumentar sus ventas y situarse en el imaginario del consumidor.
- 🐾 Quiere convertirse en un referente y ser en quién piensa el consumidor cuando le surge una necesidad que él puede cubrir.
- 🐾 Está motivado por el alcance de la publicidad en aplicaciones especializadas y es consciente de la necesidad de posicionarse en los nuevos canales digitales, pero no tiene conocimiento ni capacidad para desarrollar su negocio digital.
- 🐾 Su intención es ampliar su público objetivo.
- 🐾 Le gustaría tener presencia en canales no convencionales de forma orgánica, evitando grandes inversiones.
- 🐾 Tiene caja suficiente para invertir en nuevas líneas de negocio, pero no tiene claro cuál es la que más le conviene.
- 🐾 Quiere guiarse por hechos y no por intuiciones, y para ello necesita entender los datos propios de su negocio.

Análisis DAFO

Con base en la situación actual del mercado de las mascotas y el análisis realizado podemos sacar las siguientes conclusiones:



- Carecemos del conocimiento del sector y nos tenemos que apoyar en terceros (veterinarios y nutricionistas).
- No tenemos medios ni cartera de clientes para empezar a desarrollar nuestra actividad; dependemos de terceros para el desarrollo de nuestro modelo (IFM -wearables / actividad- y Gloria Pets -piensos-).
- Alta dependencia de los dueños de las mascotas.
- Actualización constante de las características de los piensos.
- Inversiones adicionales para mejorar las funcionalidades de la aplicación móvil y ajustar el modelo de recomendación.



- Mucha información sobre el cuidado y la salud de perros ya disponible en el mercado (internet, revistas especializadas, etc.).
- Ya existen en el mercado la tecnología y la infraestructura necesarias para implementar las funcionalidades ofrecidas por IPetHealth con mayor facilidad y agilidad que nosotros.
- Es un mercado en el que apenas existen barreras de entrada para nuevos desarrollos y competidores.
- Cliente poco fiel a un producto, incluso a una marca, una vez conoce las mejores recomendaciones alimentarias y de actividad física para su mascota.

- Equipo multidisciplinar.
- Solución innovadora en la industria de la alimentación de mascotas: recomendaciones personalizadas de alimentación.
- Resultados a corto plazo.
- Creciente uso del móvil en la sociedad, existiendo una alta demanda de compras y consultas a través de aplicaciones móviles.
 - Existen en el mercado soluciones de Big Data que se ajustan a las necesidades de IPetHealth.
 - Apoyo de empresas ya asentadas en el mercado.



- Pioneros en la solución dentro del mercado del mundo animal y, en concreto, de la alimentación canina.
- Foco en un nicho de mercado muy concreto, como es el de la salud animal y hábitos alimentarios de nuestras mascotas.
 - Los dueños priorizamos el bienestar de nuestras mascotas, siendo poco sensibles al precio.
 - La información disponible en el mercado sobre el cuidado y la salud de nuestras mascotas tiene mucho sesgo (por ejemplo, marcas).
 - Mercado en auge que mueve cada vez más dinero.
 - Solución escalable a otros mercados.



Nuestros retos

De cara a convertirnos en una aplicación y un recomendador de referencia para todas aquellas personas que tengan una mascota y para aquellos dueños y trabajadores de un negocio del sector de las mascotas, y con el objetivo de hacer un producto atractivo para todos ellos y que inspire confianza a nuestros inversores, nos hemos marcado los siguientes **objetivos a corto y medio plazo**:

Posicionarnos en el top 10 de aplicaciones más descargadas, tanto en Android como en IOS, en el sector del mundo animal



Lograr 250.000 usuarios activos

Alcanzar 200.000 € de ingresos

Posicionarnos en el top 3 de aplicaciones más descargadas, tanto en Android como en IOS, en el sector del mundo animal



Alcanzar 600.000 € de ingresos procedentes de los servicios freemium

Repartir los primeros dividendos

Modelo de negocio



IPetHealth

Introducción

Inicialmente, la aplicación de IPetHealth **estará focalizada exclusivamente en el sector canino de nuestro país**, dejando otros sectores, como el de los gatos de compañía, y otras geografías, para más adelante, una vez nos hayamos asentado en el mercado nacional.

Para comprender nuestro modelo de negocio es importante conocer y entender la diferencia que hacemos entre los que consideramos usuarios de la aplicación y los que son clientes de la aplicación:

- 🐾 El **usuario** de la aplicación será aquel que:
 - 🐾 Haga uso del recomendador personalizado de alimentación, en principio, el dueño de la mascota.
 - 🐾 Pague por la compra de los productos ofertados en la aplicación móvil.
 - 🐾 Contrate los servicios publicitados en la aplicación móvil

El **core de nuestro negocio**, que es el servicio de recomendación de alimentación personalizado para cada mascota, **es un servicio gratuito de IPetHealth**, por lo que el ROI que obtendremos del recomendador lo podremos cuantificar a partir del volumen y la calidad de los datos recopilados de las mascotas y sus dueños, a medida que éstos interactúen con la aplicación.

- 🐾 En cambio, nuestros **clientes** serán aquellos que paguen por promocionarse y por publicitar sus productos y servicios en nuestra app.

Nuestros usuarios

Con base en las características y comportamiento identificados de nuestro usuario tipo, clasificamos a los usuarios potenciales de IPetHealth en dos categorías:

- ❃ **Categoría CHOW CHOW:** usuarios que únicamente utilizan el servicio de recomendación alimentaria para sus mascotas y no pagan por ninguno de los servicios adicionales ofrecidos por IPetHealth.
- ❃ **Categoría MASTÍN:** usuarios que pagan una suscripción mensual o anual por hacer uso de una serie de servicios freemium ofrecidos en la aplicación móvil de IPetHealth, tales como:
 - ❃ Dog match: servicio que ofrece la posibilidad de encontrar una pareja a nuestra mascota, en función de las características de la mascota y las necesidades de los dueños.
 - ❃ Acceso a la comunidad de usuarios de IPetHealth, pudiendo compartir experiencias entre los usuarios de la comunidad y solicitar recomendaciones y opiniones a otros usuarios.
 - ❃ Consultas personalizadas online de veterinarios, nutricionistas y adiestradores caninos.
 - ❃ Contratación de productos y servicios ofertados por nuestros clientes:
 - ✓ Productos alimentarios y de entretenimiento.
 - ✓ Productos y servicios de estética y belleza, como por ejemplo servicios de baño y peluquería.
 - ✓ Reserva de citas en el veterinario y/o en el hospital.
 - ✓ Gestión de reservas en establecimientos *dog friendly*.
 - ✓ Servicios de adiestramiento.
 - ✓ Inscripciones y compra de entradas para eventos y/o ferias del mundo animal.

Nuestros clientes

Con base en las características y comportamiento identificados de nuestro cliente tipo, clasificamos a los clientes potenciales de IPetHealth en tres categorías:

- 🐾 **Categoría BULLDOG:** establecimientos de venta de productos destinados al cuidado y la alimentación de las mascotas.
 - 🐾 Tiendas multimarca que no dispongan del canal de venta online (e-commerce).
 - 🐾 Tiendas multimarca con canal de venta online (e-commerce) que quieran tener mayor visibilidad en el mercado.

- 🐾 **Categoría BEAGLE:** negocios que ofrecen servicios destinados al cuidado y bienestar de las mascotas, y que quieren posicionar su marca en una aplicación de referencia en el mundo animal con el fin de renovar, actualizar o modernizar su clientela, como por ejemplo:
 - 🐾 Peluquerías y lavaderos caninos.
 - 🐾 Veterinarios y nutricionistas caninos.
 - 🐾 Entrenadores, adiestradores y cuidadores de perros.
 - 🐾 Marcas y *retailers* con productos originales y/o de artículos relacionados con las mascotas (exceptuando los relacionados con la alimentación).

- 🐾 **Categoría BICHÓN:** empresas interesadas en los datos de nuestros clientes y sus mascotas, todos ellos recogidos por IPetHealth, como por ejemplo *retailers* del mundo alimentación, empresas de *wearables* para mascotas y/o empresas focalizadas en estudios de mercado.

Modelo Canvas

Para diseñar nuestro modelo de negocio, nos basamos en el *Business Model Canvas*, en el que unificamos la visión de los usuarios y los clientes:



Producto Mínimo Viable (PMV)

De cara a no demorar el lanzamiento de nuestro producto en el mercado y con el objetivo de determinar si éste tendrá la acogida esperada entre nuestros usuarios y clientes, hemos definido un Producto Mínimo Viable (PMV) que contendrá las funcionalidades mínimas para que nuestros usuarios y clientes puedan empezar a hacer uso de nuestra aplicación y perciban un valor diferencial de la misma. Para ello, se definen las siguientes funcionalidades mínimas a implantar en el PMV.

🐾 Funcionalidades de **usuario**:

- 🐾 Alta de usuarios en la aplicación.
- 🐾 Alta de mascotas en la aplicación.
- 🐾 Registro manual de datos asociados a la alimentación de la mascota.
- 🐾 Registro manual de datos asociados a la actividad física de la mascota.
- 🐾 Recomendador virtual de alimentos personalizado para cada mascota data de alta en la aplicación

🐾 Funcionalidades de **cliente**:

- 🐾 Posibilidad de incluir, de forma gratuita, un par de anuncios de productos de alimentación en la app.

Early adopters

Para el lanzamiento de nuestro PMV hemos identificado un grupo de usuarios y clientes sobre los que poner foco en una primera fase de cara a saber si nuestro producto les aporta valor y cubre sus necesidades.

🐾 **Usuarios** identificados como posibles *early adopters*:

- 🐾 Grupo de usuarios facilitados por Gloria Pets.
- 🐾 Grupo de usuarios facilitados por IFM.
- 🐾 Grupo de clientes de una clínica veterinaria de la zona norte de Madrid.

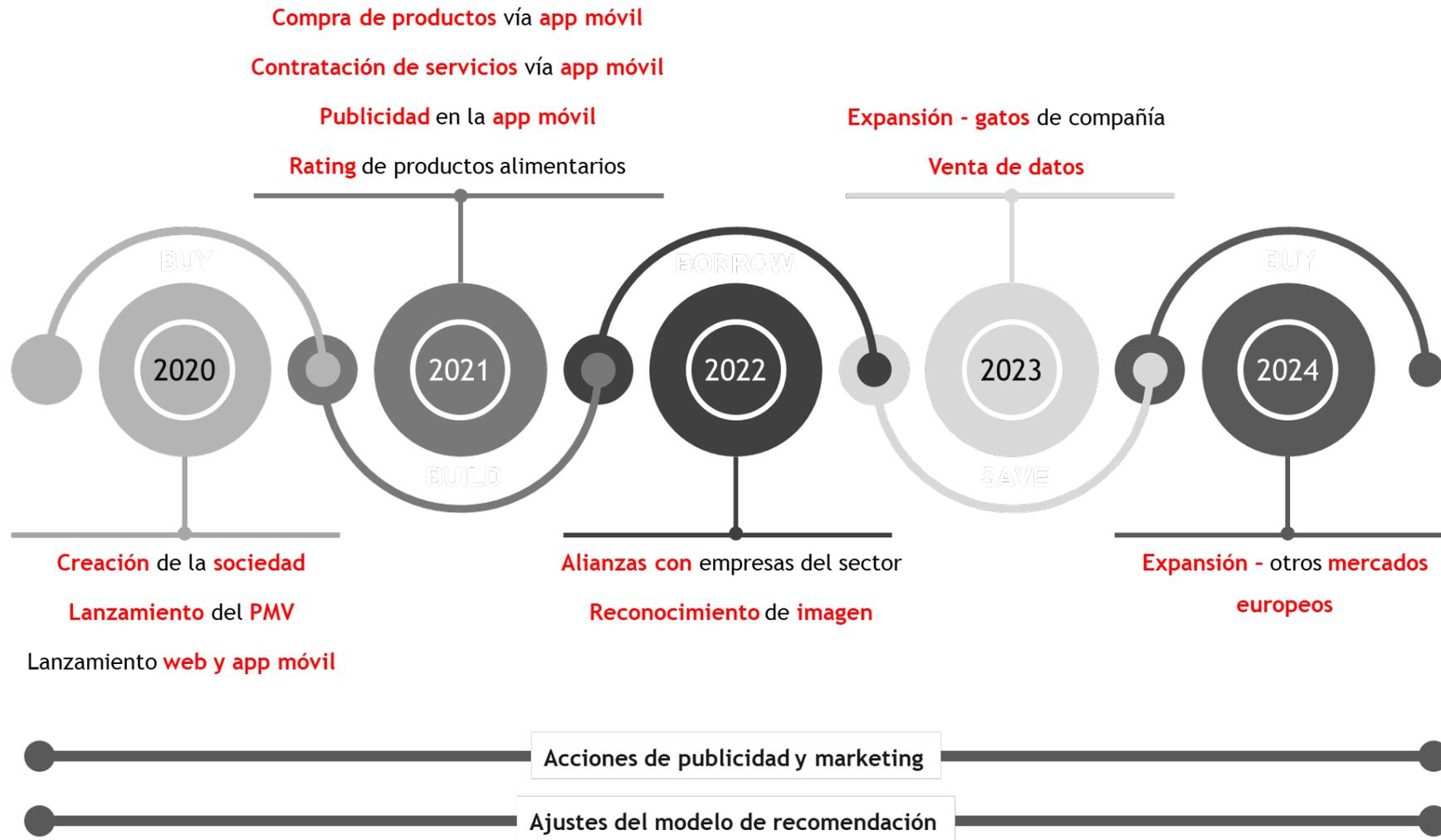
🐾 **Clientes** identificados como posibles *early adopters*:

- 🐾 Clínica veterinaria de la zona norte de Madrid
- 🐾 Distribuidor de piensos de la zona norte de Madrid,

La idea es que estos usuarios y clientes nos den feedback de nuestro producto, compartan con nosotros sus impresiones y, si es posible, nos den ideas de cómo mejorarlo.

Roadmap

El desarrollo e implantación de nuestro modelo de negocio se hará de forma progresiva, añadiendo cada año nuevos servicios y funcionalidades que aporten valor a nuestros usuarios y clientes:



Comercialización de la solución

La calidad de la app y el acierto del Plan de Marketing determinarán la acogida de la aplicación entre los clientes y usuarios tipo que hemos definido como público objetivo del proyecto. El Plan de Acción girará en torno a nuestro claim: **“IPetHealth, mascotas felices”**. Para poder comunicar de manera efectiva la propuesta de valor de IPetHealth, dar a conocer la marca y hacer *branding*, durante el primer año se pondrá en marcha una **ambiciosa campaña de marketing multicanal** con el doble objetivo de:

- 1) **Captar usuarios:** Llevar tráfico a las diferentes páginas de descarga con el fin de conseguir nuevos usuarios.
- 2) **Potenciar el reconocimiento de marca:** dar a conocer la aplicación y sus servicios entre nuestro público objetivo y nuestros potenciales clientes y usuarios.

Dicho Plan de Marketing se basará en **dos líneas de acción estratégicas, online y offline**.

Las **acciones digitales**, supondrán una potente inversión en posicionamiento SEO, SEM y ASO, banners y colaboraciones con *influencers*.

Por su parte, las **acciones offline** se centrarán en el diseño y desarrollo de eventos presenciales con el objetivo de reforzar la estrategia de *branding* y reconocimiento de marca. Entre las acciones más importantes están la creación de eventos de lanzamiento y la asistencia a ferias sectoriales.

Para poder **evaluar los resultados de las acciones de marketing**, incluimos unas **métricas de rendimiento específicas por canal**. De este modo podremos ir adaptando las acciones a los resultados obtenidos.

KPIs

De cara a hacer un seguimiento del negocio, y con el propósito de saber cuál es el grado de consecución de los objetivos que nos hemos marcado, definimos una serie de KPIs que incluiremos en nuestro CMI, que nos permitirán conocer la situación en la que nos encontramos:

- 1) **Coste de Adquisición del Cliente (CAC)**, para saber cuánto dinero es necesario invertir para lograr un nuevo cliente.
- 2) **Tasa de Retención del Cliente**. Nos dirá el porcentaje de clientes que pagan por los servicios prestados por IPetHealth y que siguen haciéndolo durante un periodo determinado de tiempo.
- 3) **Tasa de Desgaste (Churn Rate)**, para conocer el número de clientes que perdemos en un periodo determinado de tiempo.
- 4) **Valor de Vida Útil del Cliente o Customer Lifetime Value (LTV)**, entendiéndolo como el valor neto de los ingresos que nos genera un cliente durante el tiempo que permanece con nosotros. Gracias al LTV podremos clasificar a nuestros clientes y usuarios:



- 5) **Tiempo de recuperación del CAC**, para medir el tiempo que necesitan nuestros clientes y usuarios para generar suficientes ingresos netos que cubran el CAC. Este indicador tiene un impacto directo en el flujo de efectivo.

KPIs

- 6) **Session Length**, que es la cantidad de tiempo desde que el usuario inicia la app hasta que deja de usarla.
- 7) **Gastos generales u overhead (OH)**. Miden los gastos fijos de IPetHealth sin atender al número de clientes y usuarios adquiridos.
- 8) **Burnrate o Flujo de caja negativo procedente de las actividades de explotación**, medido de forma mensual. Nos indicará el dinero que gastamos, o 'quemamos', de nuestros ingresos antes de tener un flujo de caja positivo.
- 9) **Presupuesto total (runway)**. Mide la cantidad de tiempo que transcurrirá hasta que nos quedemos sin efectivo (expresado en meses).
- 10) **Margen bruto**, de cara a saber el beneficio que obtenemos de nuestros productos y servicios teniendo en cuenta su coste de producción.
- 11) **Tasa de conversión**, para conocer el tráfico de accesos a nuestra aplicación que hayan realizado una acción, tanto para aquellos que nos reporten un ingreso directo como para los que no nos lo reporten. Nos ayudará a medir el éxito de nuestras acciones o estrategias.
- 12) **Volumen bruto de mercancía**. Este indicador nos dará información acerca de las ventas de productos y servicios que se hacen a través de nuestra aplicación.
- 13) **Activation Rate o Número de usuarios activos mensuales**, considerando activos a aquellos usuarios que acceden a nuestra aplicación al menos una vez por semana y hacen uso de alguna de las funcionalidades que ofrece la web.
- 14) **App Ranking**, para conocer la posición de nuestra app en las listas de distribución (Google Play, App Store).
- 15) **ARPU (Average Revenue Per User o Ingreso Medio Por Usuario)**, que es el ingreso generado por cada usuario activo de nuestra app y su importancia reside en su contraste con el Coste de Adquisición del Cliente (CAC).
- 16) **DAU / MAU Ratio**. Este ratio mide la proporción entre Usuarios Activos Diarios (DAU) y Usuarios Activos Mensuales (MAU), y nos daría una imagen fiel del ciclo de vida de nuestros productos y servicios ofertados a través de la app.
- 17) **Tasa de Crecimiento de los Ingresos (Revenue Growth Rate)**, para conocer la rapidez de crecimiento de IPetHealth.

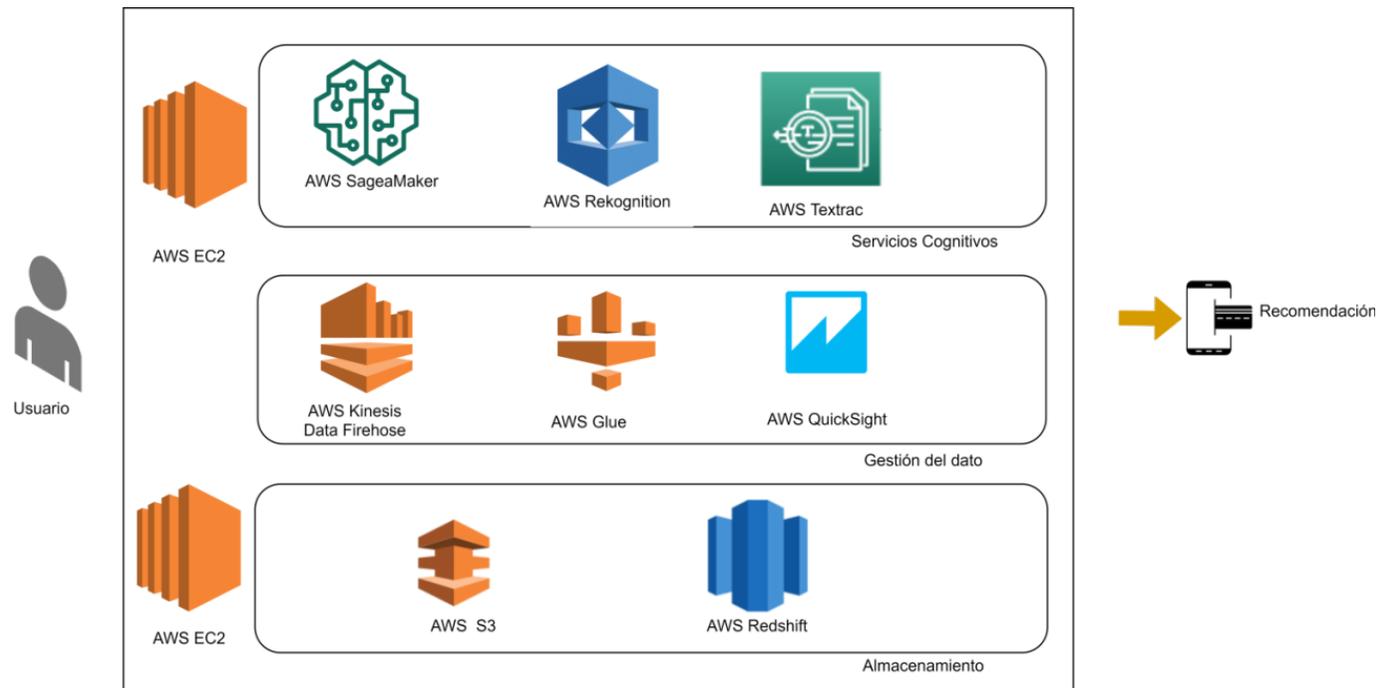
Modelo técnico



IPetHealth

Modelo de datos y arquitectura tecnológica

El modelo de arquitectura diseñado para implementar la solución será mediante servicios de **infraestructura en la nube**. Para ello, hemos elegido **Amazon Web Services**. La elección de esta plataforma se basa en la gran variedad de servicios y los costes competitivos de los mismos respecto de sus competidores.



La recolección inicial de los datos se realiza a través de tres fuentes descritas anteriormente, que son por un lado el usuario de la aplicación, por otro lado, Gloria Pets, brindando la información nutricional de los piensos y, por último, los datos obtenidos de los sensores que nos facilita IFM.

Modelo de datos y arquitectura tecnológica

Analizando datos como edad, peso, tamaño del perro, conclusión peso, raza y actividad física, entre otros, sumado a la problemática a la que se le quiere dar respuesta, se observa que la **técnica de modelado más adecuada es la de árboles de decisión** ya que ésta aborda problemas de predicción como es el de este proyecto. Tras realizar una comparación entre 4 modelos distintos, el elegido fue el **modelo de árbol de decisión CHAID**.

La **conclusión** obtenida es que la **edad es el factor de mayor peso para predecir si un perro tendrá obesidad o no y, por lo tanto, se verá afectada su esperanza de vida**. Otro factor importante es el tipo de alimento que consume y el tamaño del perro, que está asociado a la raza.

Modelo económico



IPetHealth

Business Case

IPetHealth surge como resultado de la alianza de dos grandes empresas ya consolidadas en el mercado español, Gloria Pets e IFM. IPetHealth será constituida en el registro mercantil como una sociedad de responsabilidad limitada, haciéndose efectiva su constitución a partir del 1 enero de 2020.

Los cuatro miembros que formamos el equipo de proyecto seremos los socios fundadores, distribuyéndonos las participaciones de la empresa de forma equitativa, un 25% a cada uno de nosotros. A su vez, seremos los encargados de llevar la dirección de la empresa, asumiendo cada uno de nosotros diferentes roles.

Para la puesta en marcha de IPetHealth, será necesario un **capital social inicial de 300.000 €**, repartidos de la siguiente forma:

- ❃ Los **socios fundadores** aportaremos un total de **200.000 €** (50.000 € cada uno) y percibiremos una acción por cada euro invertido.
- ❃ Uno o varios **socios externos** deberán aportar los **100.000 €** restantes, percibiendo cada uno de ellos una acción por cada euro invertido. Se barajan varias alternativas para la obtención del capital restante: Gloria Pets, IFM o a través de crowdfunding.

Como parte del acuerdo alcanzado en la alianza entre Gloria Pets e IFM, cuya duración es de 5 años, se establece que:

- ❃ Tanto **Gloria Pets como IFM pondrán a disposición** del equipo de proyecto de IPetHealth **una sala de trabajo en sus instalaciones (Berriozar - Navarra y El Prat de Llobregat - Barcelona, respectivamente)**.
- ❃ Tanto los **equipos informáticos**, como las **licencias** de las aplicaciones necesarias para el desarrollo del modelo de recomendación personalizado de alimentos serán **facilitados por IFM**.
- ❃ **IFM y Gloria Pets asumirán**, a partes iguales, **un máximo de 6.000 € anuales** de los **gastos de viaje** (con fines profesionales) incurridos por el equipo de proyecto de IPetHealth.
- ❃ **IFM compartirá los datos recopilados de los sensores y los wearables** utilizados en las mascotas.

Business Case

- 🐾 **Gloria Pets compartirá los datos relacionados con los productos alimentarios** destinados a los perros, tanto adultos como cachorros.
- 🐾 **IPetHealth realizará durante los primeros dos años** en base a datos facilitados por Gloria Pets e IFM **Business Insights tanto para IFM como para Gloria Pets**, lo que les permitirá, entre otras muchas cosas, conocer el comportamiento real de sus usuarios, sus inquietudes y los productos más vendidos. IPetHealth no recibirá compensación económica alguna.
- 🐾 **IPetHealth pagará tanto a Gloria Pets como a IFM, a partir de 2021 y durante 4 años, un Success Fee**, que será un porcentaje del EBITDA de IPetHealth, siempre y cuando sea positivo. Empezará siendo del 10% en 2021, ascendiendo al 15% y 20% en 2022 y 2023, respectivamente y, por último, en 2024 llegará hasta el 25%.

Atendiendo a los ingresos y gastos considerados en el *Business Canvas Model*, éstos los desglosamos según se indica a continuación:

🐾 Ingresos:

Concepto	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Ingresos usuarios freemium	207.598,28 €	605.944,94 €	918.045,71 €	1.153.518,47 €	1.398.926,79 €
Ingresos por redireccionamiento	11.982,58 €	26.099,57 €	46.132,95 €	72.457,19 €	105.446,74 €
Ingresos por compras a través de la web	23.965,17 €	62.638,96 €	129.172,26 €	347.794,51 €	569.412,41 €
Ingresos por publicidad	0,00 €	0,00 €	29.250,00 €	22.500,00 €	22.500,00 €
Ingresos por venta de datos	0,00 €	0,00 €	0,00 €	6.000,00 €	9.000,00 €
INGRESOS TOTALES	243.546,03 €	694.683,47 €	1.122.600,92 €	1.602.270,17 €	2.105.285,94 €

Business Case

Gastos:

Concepto	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Gastos de personal	-189.800,00 €	-193.596,00 €	-197.467,92 €	-201.417,28 €	-205.445,62 €
Gastos de constitución de la empresa	-2.230,00 €				
Gastos de infraestructura IT	-6.812,52 €	-6.812,52 €	-6.812,52 €	-6.812,52 €	-6.812,52 €
Gastos de marketing	-232.314,00 €	-160.609,00 €	-176.670,00 €	-141.336,00 €	-120.135,00 €
GASTOS TOTALES	-431.156,52 €	-361.017,52 €	-380.950,44 €	-349.565,80 €	-332.393,14 €

Con base en estos ingresos y gastos, y las consideraciones iniciales, la **cuenta de pérdidas y ganancias de IPetHealth** quedará entonces:

Cuenta de pérdidas y ganancias	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
INGRESOS TOTALES	243.546,03 €	694.683,47 €	1.122.600,92 €	1.602.270,17 €	2.105.285,94 €
GASTOS TOTALES	-431.156,52 €	-361.017,52 €	-380.950,44 €	-349.565,80 €	-332.393,14 €
RESULTADO OPERATIVO (EBITDA)	-187.610,49 €	333.665,95 €	741.650,48 €	1.252.704,37 €	1.772.892,80 €
Dotación Amortizaciones	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
BENEFICIO ANTES DE INTERES E IMPUESTOS	-187.610,49 €	333.665,95 €	741.650,48 €	1.252.704,37 €	1.772.892,80 €
Ingresos / Gastos Financieros	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
B° ANTES DE IMPUESTOS Y RDOS. EXCEPCIONALES	-187.610,49 €	333.665,95 €	741.650,48 €	1.252.704,37 €	1.772.892,80 €
Ingresos / Gastos Extraordinarios (<i>Success Fee</i>)	0,00 €	-33.366,59 €	-111.247,57 €	-250.540,87 €	-443.223,20 €
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	-187.610,49 €	300.299,35 €	630.402,90 €	1.002.163,50 €	1.329.669,60 €
Impuesto de sociedades (25%)	0,00 €	-69.068,85 €	-157.600,73 €	-250.540,87 €	-332.417,40 €
RESULTADO NETO	-187.610,49 €	231.230,50 €	472.802,18 €	751.622,62 €	997.252,20 €

Business Case

Teniendo en cuenta los resultados de la PyG planteada, el **payback** de nuestro proyecto se espera para **septiembre de 2021**.

Para el cálculo del VAN (Valor Actual Neto) del proyecto, nos basaremos en la siguiente relación:

$$\text{Resultado Neto del ejercicio} / (1 + \text{tasa de interés}) ^ (\text{año})$$

Considerando una **tasa de interés del 10%**, nos quedan las siguientes cifras:

Inversión inicial (año 0)	2020 (año 1)	2021 (año 2)	2022 (año 3)	2023 (año 4)	2024 (año 5)
-300.000,00 €	-170.554,99 €	191.099,59 €	355.223,27 €	513.368,36 €	619.215,16 €

Siendo el **VAN del proyecto 1.208.351,39 €**.

Para calcular la TIR consideramos un VAN = 0, con lo que nos quedaría una **TIR** del proyecto del **60%**.

Para el cálculo del ROI (Rentabilidad de la inversión) nos basaremos en la siguiente fórmula:

$$\text{ROI} = (\text{Resultado Neto del ejercicio} - \text{coste de las ventas}) / \text{coste de las ventas}$$

Atendiendo a esa fórmula, nos queda el siguiente **ROI**:

Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
-144%	-36%	24%	115%	200%

Business Case

Para el cálculo del ROE (Rentabilidad de los Fondos Propios o *Equity*) nos basaremos en la siguiente fórmula:

$$\text{ROE} = (\text{Resultado Neto del ejercicio} - \text{Fondos Propios}) / \text{Fondos Propios}$$

Atendiendo a esa fórmula, nos queda el siguiente **ROE**:

Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
-163%	-23%	58%	151%	232%

A continuación, se detallan los **estados de flujo de efectivo**. Para el cálculo del flujo de efectivo derivado de las actividades de financiación, se ha considerado que IPetHealth repartirá dividendos desde el año 2021 bajo las siguientes premisas:

- 🐾 Año 2021: se reparte de dividendos un 5% del resultado neto del ejercicio.
- 🐾 Año 2022: se reparte de dividendos un 10% del resultado neto del ejercicio.
- 🐾 Año 2023: se reparte de dividendos un 15% del resultado neto del ejercicio.
- 🐾 Año 2024: se reparte de dividendos un 20% del resultado neto del ejercicio.

Business Case

Con esto, los estados de flujo de efectivo quedarían:

Concepto	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
A) FLUJOS DE EFECTIVO POR ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN					
Beneficio antes de impuestos y resultados excepcionales	-187.610,49 €	333.665,95 €	741.650,48 €	1.252.704,37 €	1.772.892,80 €
Ingresos / Gastos Extraordinarios	0,00 €	-33.366,59 €	-111.247,57 €	-250.540,87 €	-443.223,20 €
Pago de impuestos	0,00 €	-69.068,85 €	-157.600,73 €	-250.540,87 €	-332.417,40 €
Flujos de efectivo de las actividades de explotación	-187.610,49 €	231.230,50 €	472.802,18 €	751.622,62 €	997.252,20 €
B) FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN					
Pagos por inversiones	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Cobros por desinversiones	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Flujos de efectivo de las actividades de inversión	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
C) FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN					
Aumentos y disminuciones de instrumentos de patrimonio	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Aumentos y disminuciones de instrumentos de pasivo financiero	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Pagos por dividendos y remuneraciones de otros instrumentos de patrimonio	0,00 €	-11.561,53 €	-47.280,22 €	-112.743,39 €	-199.450,44 €
<i>Dividendos(-)</i>	0,00 €	-11.561,53 €	-47.280,22 €	-112.743,39 €	-199.450,44 €
<i>Remuneración de otros instrumentos de patrimonio (-)</i>	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Flujos de efectivo de las actividades de financiación	0,00 €	-11.561,53 €	-47.280,22 €	-112.743,39 €	-199.450,44 €
AUMENTO / DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO	-187.610,49 €	219.668,98 €	425.521,96 €	638.879,23 €	797.801,76 €

Conclusiones



IPetHealth

El éxito del proyecto

A nuestro juicio, el uso y aplicación del **modelo de recomendación personalizada de alimentos** que proponemos **mejorará radicalmente la salud de nuestras mascotas** y **alargará su esperanza de vida**, ya que seremos capaces de prevenir futuras enfermedades y problemas asociados al sobrepeso y a la obesidad, además de conocer qué ritmo de vida es el más adecuado para nuestra mascota en función de sus características.



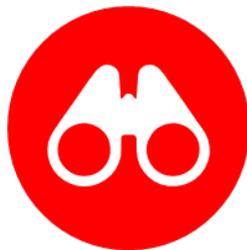
Viable técnicamente



Innovador



Viable económicamente



Escalable



Proyecto saludable

CUIDANDO MASCOTAS DEL SIGLO XXI

¡MASCOTAS EN FORMA!



IPetHealth

Instagram
[@IPetHeath](#)

Twitter
[@IPetHeath](#)

Facebook
[@IPetHeath](#)

Youtube
[IPetHeath TV](#)

Mail
contact@ipethealth.com

