



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE NEGOCIOS

PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

INTERNACIONALES

PLATAFORMA DE SERVICIOS A MASCOTAS “PETWOUSE”

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Para optar el grado de bachiller en Administración y Negocios Internacionales

AUTOR(ES)

Mori Andrade, Karen Melin (0000-0003-1393-6337)

Olaechea Guerrero, Claudia Deyanira (0000-0003-2481-2815)

Rojas De La Cruz, Ana Karina (0000-0001-7443-5216)

Salas Huamani, Rocio Aracelli (0000-0003-4854-2514)

Viviani Pérez, Ariana Lucía (0000-0002-1364-736X)

ASESOR

Mendez Navarro, Luis Renato (0000-0003-3079-8327)

Lima, 25 de noviembre de 2021

DEDICATORIA

Quiero culminar esta etapa agradeciendo a Dios por estar presente en mi vida. Dedico este logro a mis padres y mi hermana, quienes siempre han estado incondicionalmente para apoyarme y motivarme durante toda esta etapa universitaria. Sobre todo, agradecerles por haber confiado en mí y haberme dado las fuerzas necesarias para seguir de pie ante los obstáculos que se presentaban en el camino. Asimismo, agradecer a mis amigos y profesores que formaron parte de mi vida universitaria y me inculcaron grandes enseñanzas para mejorar como persona y profesional. Este logro es para ustedes.

Mori Andrade, Karen Melin

Dedicado a mis padres, quienes estuvieron apoyándome y guiándome durante toda mi etapa universitaria para lograr mi objetivo final, ser una gran profesional, gracias por los consejos y la constante motivación. Asimismo, agradecer a mi familia, mis abuelos y mis hermanos, quienes a pesar de vivir lejos siempre estuvieron conmigo apoyándome. Por último, agradecer a mis amigos y profesores que estuvieron en todo momento brindándome su apoyo y me dejaron grandes enseñanzas.

Olaechea Guerrero, Claudia Deyanira

Dedicado a Dios quien en todo momento me ha guiado para cumplir con mis objetivos y me dio la fortaleza necesaria para continuar a pesar de las situaciones complejas que se presentaron durante este periodo de estudios. También, a mis padres quienes siempre me brindaron su apoyo, motivación y comprensión incondicional. A mi familia y a mis abuelos, quienes han sabido formarme con buenos valores y que son un ejemplo en mi vida para no rendirme en mis proyectos y metas trazadas. Y agradezco a mis amigos, compañeros y profesores de la universidad que fueron parte importante en esta etapa para crecer y mejorar tanto en lo profesional como en lo personal.

Rojas De La Cruz, Ana Karina

Dedicado a mis padres que son parte fundamental en mi desarrollo personal como profesional y por brindarme el apoyo constante durante la carrera. Además, agradecer a mis compañeros y profesores que formaron parte de mi vida universitaria.

Salas Huamani, Rocio Aracelli

Dedicado a mis padres quienes me apoyaron en toda mi carrera universitaria, a pesar de las complejidades de estos dos últimos años; asimismo por ser mi ejemplo a seguir y motivarme a ser mejor cada día. De igual manera, dedicado a mis hermanas quienes muchas veces me aconsejaron y brindaron su apoyo en cuanto a trabajos y exámenes de la universidad. Agradecer a mi familia por ayudarme a crecer personal y profesionalmente, ya que todos mis logros no hubieran sido posibles sin ellos a mi lado.

Viviani Pérez, Ariana Lucía

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradecemos a Dios por guiarnos y orientar nuestro camino cada día. Asimismo, queremos agradecer a nuestras familias por el apoyo constante en cada uno de los objetivos que nos hemos trazado para la realización de este trabajo de investigación, la confianza depositada en cada uno de nosotros, por motivarnos cada día para culminar esta etapa universitaria de manera satisfactoria y alentarnos durante todo este camino.

Además, agradecer a la plana docente quienes nos inculcaron sus enseñanzas, lecciones, conocimientos y experiencias a lo largo de nuestra formación profesional. Especialmente, a nuestro asesor Luis Renato Mendez Navarro que nos brindó apoyo, seguimiento y asesorías durante la ejecución de este trabajo de investigación. Por último, agradecemos especialmente a nuestra casa de estudios, la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), por brindarnos las herramientas necesarias para culminar satisfactoriamente esta etapa, alineados a la exigencia e innovación.

RESUMEN

Actualmente, por el COVID-19, gran parte de las familias muestran una mayor preocupación por el bienestar de sus mascotas y una de las principales razones de esta mayor preocupación, es que ahora las familias al estar mayor tiempo en casa han podido evidenciar la escasa atención que le daban a sus mascotas. Asimismo, los negocios del rubro de cuidado de mascotas han desarrollado diferentes e-commerce para que las medidas de restricción tomadas a principios del año 2020 no les afecte y puedan seguir brindando los servicios de venta y servicios de cuidado.

Por consiguiente, Petwouse es una solución innovadora que a través de una plataforma web se encargara de unir a empresas del rubro de cuidado de mascotas con usuarios que tengan mascotas, estas empresas se dedican a brindar servicios para el cuidado de la mascota tales como Grooming, Paseo, Hospedaje para mascotas, Veterinaria y Adiestramiento. Este proyecto surge en base a la necesidad de los usuarios de encontrar un lugar donde puedan encontrar diferentes servicios y mucho mejor sí es un espacio virtual donde no tengan la necesidad de acercarse al establecimiento a solicitar un servicio, Petwouse busca brindar una solución eficiente, rápida y cómoda para el usuario utilizando las herramientas digitales adecuadas y las redes sociales como canales de difusión de información.

Palabras Claves: Petwouse, plataforma web, mascotas, bienestar, digital.

ABSTRACT

Currently, due to COVID-19, a large part of the families show greater concern for the well-being of their pets and one of the main reasons for this greater concern is that now families, by spending more time at home, have been able to show the scarcity of attention they gave to their pets. Likewise, the pet care businesses have developed different e-commerce so that the restriction measures taken at the beginning of 2020 do not affect them and they can continue to provide sales services and care services.

Therefore, Petwouse is an innovative solution that through a web platform will be in charge of uniting companies in the pet care industry with users who have pets, these companies are dedicated to providing pet care services such as Grooming, Walk, Lodging for pets, Veterinary and Training. This project arises based on the need of users to find a place where they can find different services and much better if it is a virtual space where they do not have the need to approach the establishment to request a service, Petwouse seeks to provide an efficient, fast solution and comfortable for the user using the appropriate digital tools and social networks as channels for disseminating information.

Keywords: Petwouse, Web Platform, pets, wellness, digital.

ÍNDICE

1. FUNDAMENTOS INICIALES	16
1.1. Equipo de trabajo	16
1.1.1. Descripción de las funciones y roles a asumir por cada integrante	16
2. VALIDACIÓN DEL PROBLEMA	18
2.1. Breve explicación del problema que se espera resolver	18
2.2. Diseño y guía de entrevistas de exploración.....	21
2.3. Resultados obtenidos	25
2.3.1. Entrevistas a usuarios	25
2.3.2. Entrevistas a expertos	36
2.4. Análisis y aprendizajes	47
2.4.1. Análisis	47
2.4.2. Aprendizajes	51
2.5. Sustentación de la validación del problema.....	51
3. VALUE PROPOSITION CANVAS	62
3.1. Perfil del cliente	62
3.2. Mapa de valor	67
3.3. Encaje.....	71
3.4. Descripción de la propuesta de valor	77
3.5. Identificación de elementos diferenciales	78
4. BUSINESS MODEL CANVAS	88
4.1. BMC.....	88
4.2. Desarrollo y sustento de cuadrantes.....	89
5. VALIDACIÓN DE LA SOLUCIÓN	92
5.1. Validación técnica de la solución	92
5.1.1. Experimento 1	92
5.1.2. Experimento 2	105
5.2. Validación de emprendedores especialistas.....	120
5.2.1. Experimento 1	120
5.2.2. Experimento 2	129
6. VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO.....	137
6.1. Validación de canales	137
6.2. Validación de recursos clave	149

6.3.	Validación de actividades clave.....	157
6.4.	Validación de socios clave.....	165
6.5.	Validación de estructura de costos.....	181
7.	VALIDACIÓN DE INTERÉS DE COMPRA.....	193
7.1.	Experimento 1.....	193
7.2.	Experimento 2.....	201
7.3.	Experimento 3.....	208
7.4.	Experimento 4.....	225
8.	PLAN FINANCIERO.....	237
8.1.	Proyección de ventas.....	237
8.1.1.	Segmentación.....	237
8.1.2.	Proyección de ventas.....	241
8.1.3.	Ingresos.....	247
8.2.	Presupuesto de inversión del proyecto.....	252
8.2.1.	Presupuesto de formalización.....	252
8.2.2.	Presupuesto de recursos humanos.....	256
8.2.3.	Presupuesto operacional.....	269
8.2.4.	Presupuesto de marketing y marketing digital.....	272
8.2.5.	Presupuesto de tangibles e intangibles.....	289
8.3.	Ingresos y egresos.....	294
8.4.	Flujo de caja.....	298
8.5.	Indicadores Financiero.....	303
8.6.	Análisis financiero y viabilidad del proyecto, escenarios.....	306
8.7.	Financiamiento de distintas etapas del proyecto.....	309
9.	CONCLUSIONES.....	311
10.	RECOMENDACIONES.....	312
11.	BIBLIOGRAFÍA.....	313
12.	ANEXOS.....	314

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Público objetivo: Personas que tienen mascotas.	21
Tabla 2. Asistente de veterinaria.	21
Tabla 3. Servicio de grooming.	22
Tabla 4. Paseador.....	22
Tabla 5. Adiestrador.	23
Tabla 6. Veterinario.....	23
Tabla 7. Diseñador web.	24
Tabla 8. Entrevista N° 01 - Usuario.....	51
Tabla 9. Entrevista N° 02 - Usuario.....	52
Tabla 10. Entrevista N° 03 - Usuario.....	52
Tabla 11. Entrevista N° 04 - Usuario.....	52
Tabla 12. Entrevista N° 05 - Usuario.....	53
Tabla 13. Entrevista N° 06 - Usuario.....	53
Tabla 14. Entrevista N° 07 - Usuario.....	53
Tabla 15. Entrevista N° 08 - Usuario.....	53
Tabla 16. Entrevista N° 09 - Usuario.....	54
Tabla 17. Entrevista N° 10 - Usuario.....	54
Tabla 18. Entrevista N° 11 - Usuario.....	54
Tabla 19. Entrevista N° 12 - Usuario.....	55
Tabla 20. Entrevista N° 13 - Usuario.....	55
Tabla 21. Entrevista N° 14 - Usuario.....	55
Tabla 22. Entrevista N° 15 - Usuario.....	55
Tabla 23. Entrevista N° 16 - Usuario.....	56
Tabla 24. Entrevista N° 17 - Usuario.....	56
Tabla 25. Entrevista N° 18 - Usuario.....	56
Tabla 26. Entrevista N° 19 - Usuario.....	57
Tabla 27. Entrevista N° 20 - Usuario.....	57
Tabla 28. Entrevista N° 01 - Especialista	57
Tabla 29. Entrevista N° 02 - Especialista	57
Tabla 30. Entrevista N° 03 - Especialista	58
Tabla 31. Entrevista N° 04 – Especialista.....	58
Tabla 32. Entrevista N° 05 - Especialista	58
Tabla 33. Entrevista N° 06 - Especialista	59
Tabla 34. Entrevista N° 07 - Especialista	59
Tabla 35. Entrevista N° 08 - Especialista	59
Tabla 36. Entrevista N° 09 - Especialista	59
Tabla 37. Entrevista N° 10 - Especialista	60
Tabla 38. Entrevista N° 11 - Especialista	60
Tabla 39. Entrevista N° 01 - Experto.....	60
Tabla 40. Entrevista N° 02 - Experto.....	61
Tabla 41. Entrevista N° 03 - Experto.....	61
Tabla 42. Entrevista N° 04 - Experto.....	61

Tabla 43. Entrevista N° 05 - Experto.....	61
Tabla 44. Petwouse vs competidores.....	78
Tabla 45. Matriz de validación del primer experimento de experiencia de usuario.....	93
Tabla 46. Bitácora de actividades del primer experimento para la experiencia usuario.	93
Tabla 47. Malla receptora de la validación del primer experimento de experiencia de usuario.	102
Tabla 48. Entrevista N° 1 - Usuario.....	104
Tabla 49. Matriz de validación del segundo experimento de experiencia de usuario. .	106
Tabla 50. Bitácora de actividades del segundo experimento para la experiencia usuario.	108
Tabla 51. Malla receptora de la validación del segundo experimento de experiencia de usuario.	116
Tabla 52. Entrevista N° 01 - Persona que tiene mascota	118
Tabla 53. Entrevista N° 02 - Persona que tiene mascota	118
Tabla 54. Entrevista N° 03 - Persona que tiene mascota	118
Tabla 55. Entrevista N° 04 - Persona que tiene mascota	118
Tabla 56. Entrevista N° 05 - Persona que tiene mascota	119
Tabla 57. Entrevista N° 06 - Persona que tiene mascota	119
Tabla 58. Entrevista N° 07 - Persona que tiene mascota	119
Tabla 59. Entrevista N° 08 - Persona que tiene mascota	119
Tabla 60. Entrevista N° 09 - Persona que tiene mascota	120
Tabla 61. Entrevista N° 10 - Persona que tiene mascota	120
Tabla 62. Matriz de validación del primer experimento de emprendedores especialistas.	121
Tabla 63. Bitácora de actividades del primer experimento para emprendedores especialistas.	122
Tabla 64. Malla receptora de la validación del primer experimento de emprendedores especialistas.	126
Tabla 65. Entrevista N° 01 - Expertos	128
Tabla 66. Entrevista N° 02 - Expertos	128
Tabla 67. Entrevista N° 03 - Expertos	128
Tabla 68. Matriz de validación del segundo experimento de emprendedores especialistas.	130
Tabla 69. Bitácora de actividades del segundo experimento de emprendedores.	130
Tabla 70. Malla receptora de la validación del segundo experimento de emprendedores especialistas.	135
Tabla 71. Entrevista N° 01 - Expertos	136
Tabla 72. Entrevista N° 02 - Expertos	136
Tabla 73. Entrevista N° 03 - Expertos	137
Tabla 74. Matriz de validación de los canales.....	139
Tabla 75. Bitácora de actividades de la validación de canales.....	141
Tabla 76. Malla receptora de la validación de los canales.	144
Tabla 77. Matriz de validación de los recursos clave.....	150
Tabla 78. Bitácora de actividades de la validación de recursos clave.	152
Tabla 79. Malla receptora de la validación de recursos clave.	154
Tabla 80. Entrevista N° 01 - Desarrollador Web.....	155
Tabla 81. Entrevista N° 02 - Personas que nos enviaron sus CVs.....	156

Tabla 82. Bitácora de actividades de la validación de actividades claves.....	163
Tabla 83. Entrevista N° 01 - Desarrollador Web.....	165
Tabla 84. Métricas y criterios de éxito.....	166
Tabla 85. Bitácora de actividades de la validación de socios clave.....	167
Tabla 86. Malla Receptora de la validación de actividades clave.....	171
Tabla 87. Entrevista N° 01 - Desarrollador Web.....	173
Tabla 88. Entrevista N° 02 - Especialista.....	174
Tabla 89. Entrevista N° 03 - Especialista.....	174
Tabla 90. Entrevista N° 04 - Personas que nos enviaron sus CVs.....	174
Tabla 91. Métricas y criterios de éxito de estructura de costos.....	183
Tabla 92. Bitácora de actividades de la validación de estructura de costos.....	184
Tabla 93. Estructura de Costos.....	189
Tabla 94. Malla receptora de la estructura de costos.....	190
Tabla 95. Entrevista N° 01 - Desarrollador Web.....	190
Tabla 96. Entrevista N° 02 - Asesora en el área de Administración de Notaria.....	191
Tabla 97. Matriz de validación del primer experimento de intención de compra.....	193
Tabla 98. Bitácora de actividades del primer experimento de interés de compra.....	194
Tabla 99. Malla receptora de la validación del primer experimento de intención de compra.....	197
Tabla 100. Matriz de validación del segundo experimento de la intención de compra.....	202
Tabla 101. Bitácora de actividades del segundo experimento de interés de compra.....	202
Tabla 102. Malla receptora de la validación del segundo experimento de la intención de compra.....	204
Tabla 103. Matriz de validación del tercer experimento de intención de compra.....	209
Tabla 104. Bitácora de actividades del tercer experimento de interés de compra.....	210
Tabla 105. Malla receptora de la validación del tercer experimento de intención de compra.....	212
Tabla 106. Matriz de validación del cuarto experimento de intención de compra.....	226
Tabla 107. Bitácora de actividades del cuarto experimento de intención de compra.....	227
Tabla 108. Malla receptora de la validación del cuarto experimento de la intención de compra.....	228
Tabla 109. Segmentación demográfica.....	238
Tabla 110. Segmentación demográfica.....	238
Tabla 111. Segmentación Socioeconómica.....	239
Tabla 112. Segmentación conductual.....	239
Tabla 113. Segmentación conductual.....	239
Tabla 114. Cálculo de valor de mercado y mercado meta.....	240
Tabla 115. Pronóstico de ventas año 1 en unidades.....	242
Tabla 116. Variable de crecimiento para el año 1 en Petwouse.....	242
Tabla 117. Pronóstico de ventas año 2 en unidades.....	243
Tabla 118. Variable de crecimiento para el año 2 en Petwouse.....	243
Tabla 119. Pronóstico de ventas año 3 en unidades.....	244
Tabla 120. Variable de crecimiento para el año 3 en Petwouse.....	244
Tabla 121. Pronóstico de ventas año 1 en precios.....	245
Tabla 122. Pronóstico de ventas año 1 en soles.....	245
Tabla 123. Pronóstico de ventas año 2 en precios.....	245
Tabla 124. Pronóstico de ventas año 2 en soles.....	246

Tabla 125. Pronóstico de ventas año 3 en precios	246
Tabla 126. Pronóstico de ventas año 3 en soles	246
Tabla 127. Demanda de servicios del año 1	247
Tabla 128. Demanda de servicios del año 2	247
Tabla 129. Demanda de servicios del año 3	247
Tabla 130. Cuadro general de los servicios de Petwouse.....	248
Tabla 131. Precio promedio de Petwouse	249
Tabla 132. Ventas y comisiones de Petwouse año 1	249
Tabla 133. Ventas y comisiones de Petwouse año 2	250
Tabla 134. Ventas y comisiones de Petwouse año 3	251
Tabla 135. Trámites de formalización	255
Tabla 136. Descripción del puesto de Administrador	258
Tabla 137. Descripción del puesto de Digital Marketing.....	259
Tabla 138. Descripción del puesto de Diseñador Gráfico	260
Tabla 139. Descripción del puesto de Community Manager, Seo y Sem	260
Tabla 140. Descripción del puesto de Ejecutivo Comercial.....	261
Tabla 141. Descripción del puesto de Programador Web	262
Tabla 142. Presupuesto de Recursos Humanos para el primer año.....	264
Tabla 143. Presupuesto de Recursos Humanos para el segundo año	266
Tabla 144. Presupuesto de Recursos Humanos para el tercer año	268
Tabla 145. Estrategia 1 de fidelización	279
Tabla 146. Estrategia 2 de fidelización	282
Tabla 147. Estrategia 3 de fidelización	284
Tabla 148. Estrategia 4 de fidelización	286
Tabla 149. Presupuesto de Marketing para el primer año	288
Tabla 150. Inversiones Tangibles	289
Tabla 151. Inversiones Intangibles	290
Tabla 152. Gastos pre-operativos	290
Tabla 153. Gastos de operación año 1	291
Tabla 154. Gastos de operación año 2	292
Tabla 155. Gastos de operación año 3	293
Tabla 156. Ingresos y egresos del primer año del proyecto	294
Tabla 157. Ingresos y egresos del segundo año del proyecto.....	295
Tabla 158. Ingresos y egresos del tercer año del proyecto	296
Tabla 159. Estado de Resultados del primer año del proyecto.....	298
Tabla 160. Estado de Resultados del segundo año del proyecto	298
Tabla 161. Estado de Resultados del tercer año del proyecto	299
Tabla 162. Resumen del Estado de Resultados del proyecto	301
Tabla 163. Resumen del Estado de Situación Financiera del proyecto.....	301
Tabla 164. Resumen del Flujo de Caja del proyecto	303
Tabla 165. Cálculo de Beta.....	304
Tabla 166. Rendimiento libre de riesgo.....	304
Tabla 167. Indicadores de riesgo para países emergentes	305
Tabla 168. Cálculo del Wacc.....	305
Tabla 169. Viabilidad y escenarios del proyecto.....	308
Tabla 170. Financiamiento	310
Tabla 171. Financiamiento mes 6.....	310

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Árbol de problemas: Plataforma web para mascotas.	20
Figura 2. Perfil del cliente 1	62
Figura 3. Perfil del cliente 1	63
Figura 4. Perfil del cliente 2	65
Figura 5. Perfil del cliente 2	66
Figura 6. Mapa de valor 1.....	68
Figura 7. Mapa de valor 2.....	70
Figura 8. Encaje servicio - mercado 1	72
Figura 9. Encaje servicio - mercado 2	75
Figura 10. Competidor Vetplace	82
Figura 11. Competidor CampDog	83
Figura 12. Competidor CampDog	83
Figura 13. Competidor Vicdogs	84
Figura 14. Competidor Clínica Veterinaria Groomers	85
Figura 15. Competidor Clínica Veterinaria Groomers	86
Figura 16. Business Model Canvas Petwouse	88
Figura 17. Tráfico a lo largo del tiempo en la página de Wix de Petwouse.....	145
Figura 18. Cantidad de usuarios que resolvieron la encuesta de Petwouse.....	146
Figura 19. Alcance de la página de Facebook de Petwouse.....	146
Figura 20. Alcance de la página de Instagram de Petwouse.	147
Figura 21. Alcance de la publicación	148
Figura 22. Encuesta sobre canales de mayor importancia.....	148
Figura 23. Contenido de Facebook de Petwouse.....	148
Figura 24. Posts realizados en Instagram Petwouse.....	149
Figura 25. Proceso Desarrollo de la plataforma web.....	158
Figura 26. Proceso Mantenimiento de la plataforma web.	160
Figura 27. Proceso de evaluación para el reclutamiento de especialistas para mascotas	162
Figura 28. Gestión del sistema de contratos y pagos para especialistas.....	163
Figura 29. Cita acordada para la entrevista con el veterinario	175
Figura 30. Cita acordada para la entrevista con el veterinario	175
Figura 31. Cita acordada para la entrevista con el veterinario	176
Figura 32. Cita acordada para la entrevista con el hospedaje.....	176
Figura 33. Cita acordada para la entrevista con el hospedaje.....	177
Figura 34. Captura de pantalla del anuncio por LinkedIn para el puesto de desarrollador web	177
Figura 35. Captura de pantalla de las solicitudes recibidas del anuncio por LinkedIn para el puesto de desarrollador web	178
Figura 36. Publicación del anuncio por Facebook para interés de los especialistas en trabajar con nosotros.....	178
Figura 37. Captura de pantalla de la publicación del anuncio por Facebook para interés de los especialistas en trabajar con nosotros.	179
Figura 38. Capturas de pantalla de las solicitudes recibidas del anuncio por Facebook para interés de los especialistas en trabajar con nosotros.....	180




Figura 39: Captura del presupuesto de publicidad mensual por Instagram.....	192
Figura 40: Captura del presupuesto de publicidad mensual por Facebook.	192
Figura 41: Captura de respuestas de encuesta de validaciones	199
Figura 42: Captura de respuestas de encuestas de validaciones respecto a perros.....	199
Figura 43: Captura de respuestas de encuestas de validaciones respecto a gatos	200
Figura 44: Estadísticas obtenidas de la página de Facebook e Instagram.....	201
Figura 45: Captura de comentarios en el sorteo publicado en Instagram.....	206
Figura 46: Captura del primer premio en el sorteo publicado en Instagram	206
Figura 47: Captura del segundo premio en el sorteo publicado en Instagram	207
Figura 48: Captura del tercer premio en el sorteo publicado en Instagram.....	207
Figura 49: Captura del tercer premio en el sorteo publicado en Instagram.....	208
Figura 50: Captura de los planes Clásico y Premium.....	213
Figura 51: Captura del procedimiento para solicitar los planes	214
Figura 52: Captura de la portada para obtener los planes.....	214
Figura 53: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 1	215
Figura 54: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 2.....	215
Figura 55: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 2.....	215
Figura 56: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 3.....	216
Figura 57: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 4.....	216
Figura 58: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 5.....	217
Figura 59: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 6.....	217
Figura 60: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 7.....	218
Figura 61: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 8.....	218
Figura 62: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 9.....	219
Figura 63: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 10.....	219
Figura 64: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 11.....	220
Figura 65: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 12.....	220
Figura 66: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 13.....	221
Figura 67: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 14.....	221
Figura 68: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 15.....	222
Figura 69: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 16.....	222
Figura 70: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 17.....	223
Figura 71: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 18.....	223
Figura 72: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 19.....	224
Figura 73: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 20.....	224
Figura 74: Captura de sesiones a lo largo del tiempo.....	225
Figura 75: Captura de sesiones por dispositivo	225
Figura 76: Captura de los servicios ofrecidos con la descripción de lo que incluye....	231
Figura 77: Captura de mensajes recibidos de personas interesadas en adquirir un servicio	232
Figura 78: Captura de mensajes recibidos de personas interesadas en adquirir un servicio	233
Figura 79: Captura de mensajes recibidos de personas interesadas en adquirir un servicio	234
Figura 80: Captura de mensajes recibidos de personas interesadas en adquirir un servicio	235

Figura 81: Captura de mensajes recibidos de personas interesadas en adquirir un servicio	236
Figura 82 Distribución de los hogares por NSE en Lima Metropolitana	238
Figura 83: Gráfico de la demanda por los servicios de acuerdo a meses	248
Figura 84: Régimen laboral para la micro y pequeña empresa	255
Figura 85: Organigrama de la empresa Petwouse	256
Figura 86: Flujograma del proceso de compra del servicio de plan clásico y premium	270
Figura 87: Flujograma del proceso de compra de los servicios por Petwouse.....	272
Figura 88: Ciclo de vida en el que se encuentra Petwouse.....	275
Figura 89: Cuadrante de la Matriz Ansoff en que se encuentra Petwouse.....	276
Figura 90: Captura de la pregunta de la encuesta acerca de fidelización	279
Figura 91: Captura de resultados con respecto a la pregunta de fidelización.....	280
Figura 92: Captura de pregunta elaborada en la encuesta	281
Figura 93: Captura de resultados de la pregunta elaborada en la encuesta	281
Figura 94: Estadísticas obtenidas de la publicación realizada.....	282
Figura 95: Participación de sorteo Figura 96: Participación de sorteo en Instagram – usuario 1 Instagram – usuario 2	283
Figura 97: Participación de la ganadora en el sorteo en Instagram	284
Figura 98: Interacciones obtenidas en Instagram	285
Figura 99: Personas alcanzadas con la promoción realizada.....	286
Figura 100: Tasa de crecimiento del PBI real de los países de América Latina	307
Figura 101: VAN económico según escenarios	309

1. FUNDAMENTOS INICIALES

1.1. Equipo de trabajo

1.1.1. Descripción de las funciones y roles a asumir por cada integrante

NOMBRE Y APELLIDO	CARRERA	HABILIDADES	ROLES	FOTO
Karen Melin Mori Andrade	Administración y Negocios Internacionales	Compromiso, planificación y organización, responsabilidad, orientada a resultados y trabajo en equipo.	Búsqueda y revisión de fuentes confiables y útiles para el desarrollo del trabajo, redacción y análisis de las actividades y matrices, desarrollo de los presupuestos de formalización y recursos humanos, flujo de caja y análisis de resultados.	
Claudia Deyanira Olaechea Guerrero	Administración y Negocios Internacionales	Planificación y organización, trabajo en equipo, compromiso, responsabilidad, pensamiento analítico y creativa.	Analizar y validar los recursos claves, diseñar el landing page, crear contenido para las redes sociales, validar el modelo de negocio, realizar el plan de ejecución y ventas.	
Ana Karina Rojas De La Cruz	Administración y Negocios Internacionales	Proactiva, perseverancia, planificación, orientada a	Validar la solución y el modelo de negocio, analizar los resultados, diseñar y	

		resultados, capacidad de resolución de problemas, liderazgo y trabajo en equipo.	crear el prototipo y contenido en redes sociales, y planificar estrategias de marketing.	
Rocio Aracelli Salas Huamani	Administración y Negocios Internacionales	Compromiso, empatía, trabajo en equipo, orientada a resultados y análisis asertivo de resultados.	Validar el modelo de negocio, búsqueda e investigación de información para el desarrollo del plan financiero y analizar los resultados obtenidos de los experimentos realizados.	
Ariana Lucía Viviani Pérez	Administración y Negocios Internacionales	Compromiso, empatía, trabajo en equipo, orientada a resultados y análisis asertivo de resultados.	Investigar y validar información oportuna en cuanto al trabajo, análisis de la viabilidad de los diferentes escenarios, desarrollo del plan de marketing e ingresos y egresos.	

2. VALIDACIÓN DEL PROBLEMA

2.1. Breve explicación del problema que se espera resolver

La idea de negocio elegida se basa en una plataforma web dirigida al rubro de mascotas que conectará a especialistas con usuarios. Mediante esta plataforma, diferentes especialistas podrán ofrecer sus servicios a los clientes como, por ejemplo, grooming, paseos, adiestramiento y hospedaje. Es importante mencionar, para que suceda ello, los especialistas deberán pasar por un filtro realizado por nosotros (Petwouse) para verificar que estos tengan las características básicas requeridas para brindar los servicios dentro de la plataforma web. Se procedió a escoger esta idea de negocio debido a que actualmente, hay un crecimiento constante en la importancia que las personas le dan al cuidado y bienestar de sus mascotas. Asimismo, por la pandemia ocasionada por el Covid - 19, muchas personas tienen temor de salir de sus hogares, por lo que tener conocimiento de una plataforma web que pueda brindar los servicios que requiere una mascota mediante delivery es, sin duda alguna, una gran oportunidad. El fin de esta idea de negocio es conectar digitalmente a ambos segmentos de manera más rápida, sencilla y eficiente, agilizando los procesos de solicitudes de reservar algún servicio.

En base a lo analizado se pudo determinar el problema central, las causas y efectos que genera este problema. Para ello se ha elaborado un Árbol de problemas donde se detalla lo siguiente:

Problema Central: Insatisfacción por no encontrar especialistas que ofrezcan diferentes servicios personalizados a su mascota.

Causas:

- ✓ **Causa 1:** Las veterinarias y establecimientos no ofrecen un servicio inclusivo para otro tipo de mascotas.
- No cuentan con el personal especializado para la atención de otro tipo de mascota que no sea un perro.
- ✓ **Causa 2:** No ofrecen un servicio post-service.
- No hay un seguimiento luego del servicio brindado a la mascota que garantice su satisfacción.
- ✓ **Causa 3:** No hay un trato adecuado al dueño y a la mascota.

- Algunas veterinarias no tienen vocación de servicio y generan desconfianza.
- ✓ **Causa 4:** No cuenta un servicio de atención a domicilio y recojo de la mascota.
- El cliente pierde tiempo en trasladar a su mascota al centro más cercano.

Efectos:

- ✓ **Efecto 1:** El cliente debe acercarse a otro establecimiento más completo.
- Genera molestia y pérdida de tiempo al tener que trasladarse a otro centro.
- ✓ **Efecto 2:** El cliente no puede mostrar su nivel de satisfacción sobre el servicio ofrecido.
- No podrá realizar alguna consulta o recomendación para el seguimiento de su mascota.
- ✓ **Efecto 3:** Genera molestia e insatisfacción con el servicio ofrecido.
- El cliente optara por buscar otro centro donde tengan una mejor atención.
- ✓ **Efecto 4:** El dueño de la mascota buscará acudir a otra veterinaria más cercana a su domicilio.
- Puede no recibir el mismo servicio del establecimiento al que suele acudir.

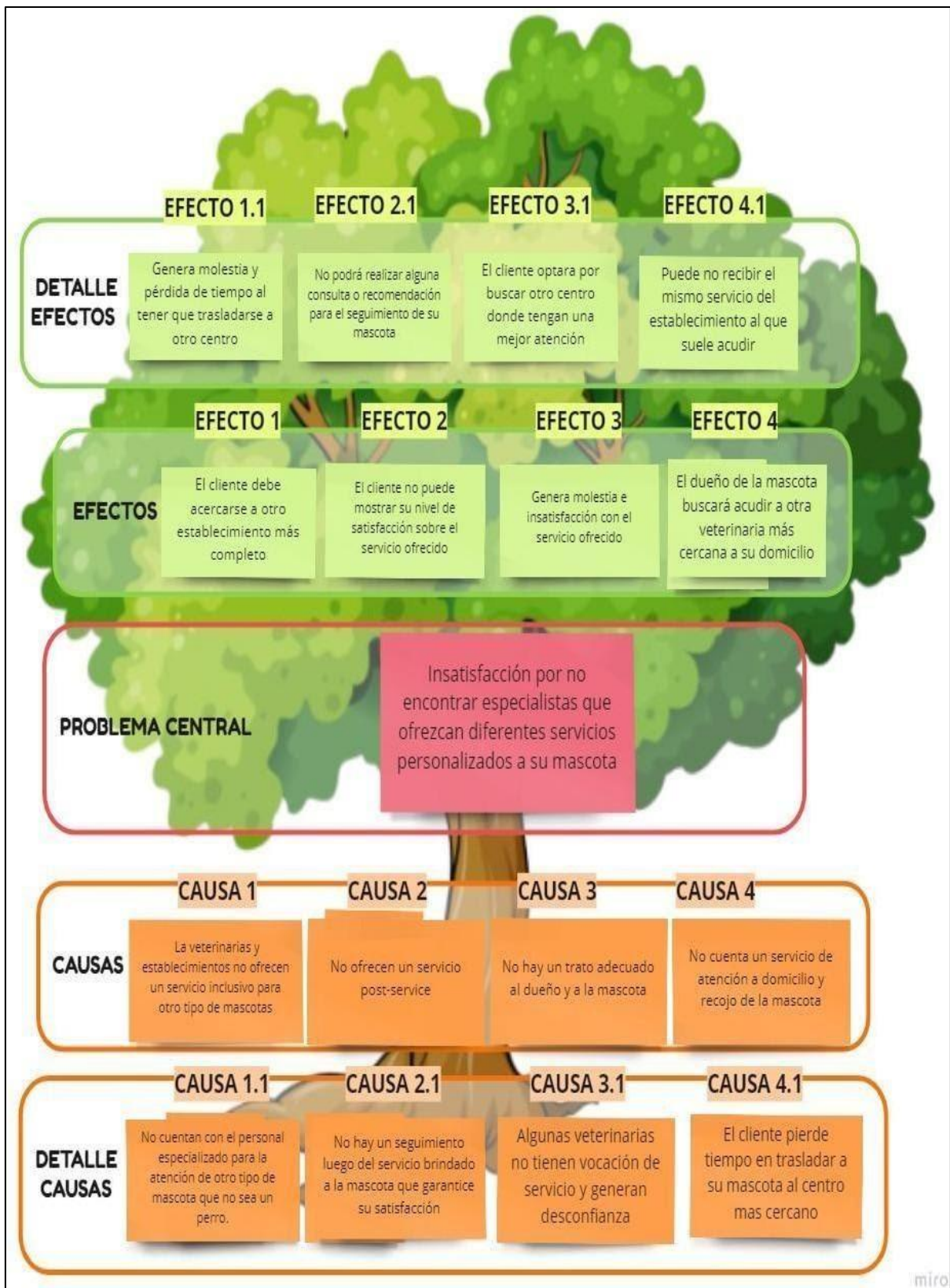


Figura 1. Árbol de problemas: Plataforma web para mascotas.

Fuente: Elaboración propia

2.2. Diseño y guía de entrevistas de exploración

I. Entrevista a personas del público objetivo.

Tabla 1. *Público objetivo: Personas que tienen mascotas.*

IDEA DE NEGOCIO	PLATAFORMA ONLINE DE SERVICIOS DE ATENCIÓN DE MASCOTAS A DOMICILIO
PÚBLICO OBJETIVO	Personas que tienen mascotas
PROBLEMAS QUE TIENE EL SEGMENTO	Inseguridad al entregar a una persona desconocida o dejar a su mascota en un lugar en donde no sabe su estado actual. No conocen a personas especialistas que les puedan ayudar a brindarle bienestar a sus mascotas. Saber cuál es el tipo de servicio ideal que desea recibir para su mascota.
GUÍA DE PREGUNTAS	
1. Cuéntame, ¿Cómo ha sido el tener a tu mascota desde su llegada a tu hogar?	
2. Cuéntame acerca de la última vez que tuviste problemas para brindarle a tu mascota las necesidades que requiere.	
3. ¿Cómo te aseguras de que tu mascota tenga el bienestar y cuidado que necesita?	
4. ¿Dónde buscaste la ayuda necesaria para satisfacer las necesidades de tu mascota?	
5. ¿Cuál sería para ti el servicio ideal de atención a tu mascota?	

Fuente: Elaboración propia

II. Entrevista a especialistas en el rubro de mascotas

Tabla 2. *Asistente de veterinaria.*

ESPECIALISTA	Asistente de veterinaria
NOMBRE DEL EXPERTO	<ul style="list-style-type: none">• Tiffany Zeha• Daniela• Wendy• Mauricio• Luisa
OBJETIVO DE LA ENTREVISTA	Conocer acerca de la importancia de brindar el servicio al que se enfoca.

Conocer sobre el tipo de soluciones que brindan a sus clientes.

GUÍA DE PREGUNTAS

1. ¿Cuáles son los servicios que se podrían atender a domicilio?
 2. ¿Qué equipamiento se requiere para el servicio de atención a domicilio?
 3. ¿A qué clase de personal crees que se debería de contratar para el servicio a domicilio?
 4. ¿A qué clase de mascotas me recomiendas que pueda atender a domicilio?
-

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3. *Servicio de grooming.*

EXPERTO	Persona de servicio de grooming
NOMBRE DEL EXPERTO	Eduardo
OBJETIVO DE LA ENTREVISTA	Conocer acerca de cómo brinda el servicio al que se enfoca. Conocer la modalidad de captar posibles clientes. Conocer cómo soluciona las distintas situaciones que se presenten en el servicio.

GUÍA DE PREGUNTAS

1. ¿Cuáles son los servicios más frecuentes que solicitan los clientes?
 2. ¿Qué características y cuidado debe tener el personal?
 3. ¿Cuál es el valor aproximado de este tipo de servicio?
 4. ¿Cuáles son los problemas relacionados a la atención de este servicio vía domicilio?
 5. ¿Qué equipamiento debemos de contar para atender este servicio a domicilio?
-

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4. *Paseador.*

EXPERTO	Paseador
NOMBRE DEL EXPERTO	<ul style="list-style-type: none">• Juan José• Leonardo• Rosa
OBJETIVO DE LA ENTREVISTA	Conocer acerca de cómo brinda el servicio al que se enfoca. Soluciones recomendadas de problemas que se pueden presentar.

GUÍA DE PREGUNTAS

-
1. Cuéntame, ¿Qué características tiene este tipo de servicio?
 2. ¿Qué características y cuidado debe tener el personal?
 3. ¿Qué métodos utilizas durante el servicio de paseo?
 4. ¿Cuáles son los problemas relacionados a la atención de este servicio vía domicilio?
 5. ¿Cómo es que actualmente resuelves ese tipo de problemas?
 6. ¿Cuál es el valor aproximado de este tipo de servicio?
 7. ¿Qué piensan tus clientes sobre el servicio que les brindan a sus mascotas?
-

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5. *Adiestrador.*

EXPERTO	Adiestrador
NOMBRE DEL EXPERTO	Juan José
OBJETIVO DE LA ENTREVISTA	<p>Conocer acerca de cómo brinda el servicio al que se enfoca.</p> <p>Soluciones recomendadas de problemas que se pueden presentar.</p> <p>Conocer el método que emplea para captar clientes.</p>

GUÍA DE PREGUNTAS

1. ¿Cuáles son los servicios más frecuentes que solicitan los clientes?
 2. ¿Qué características y cuidado debe tener el personal?
 3. ¿Cuál es el valor aproximado de este tipo de servicio?
 4. ¿Cuáles son los problemas relacionados a la atención de este servicio vía domicilio?
 5. ¿Cómo es que actualmente resuelves ese tipo de problemas?
 6. ¿Qué equipamiento debemos de contar para atender este servicio vía domicilio?
 7. Actualmente, ¿Qué modalidad utilizas para llegar a los clientes?
 8. ¿Qué opiniones tienen tus clientes sobre el servicio que le brindas a sus mascotas?
-

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6. *Veterinario.*

EXPERTO	Veterinario
NOMBRE DEL EXPERTO	<ul style="list-style-type: none"> • Roberto • Katherine Gallardo • Ricardo Castellano • Jonathan León

-
- Diana

OBJETIVO DE LA ENTREVISTA

Conocer las consecuencias de no brindarle las necesidades básicas a tu mascota.

Soluciones recomendadas.

Conocer las causas de por qué las personas no les brindan los servicios necesarios a sus mascotas.

GUÍA DE PREGUNTAS

1. ¿Cuáles son los puntos básicos y más importantes en el cuidado de una mascota?
2. ¿Cuáles son los problemas más frecuentes que tienes al momento de ofrecer sus servicios?
3. ¿Cuáles son las obligaciones que debe tener el propietario de una mascota?
4. ¿Qué consejo recomendarías a las personas que tienen mascotas respecto a su cuidado?
5. De los servicios que actualmente se ofrecen para mascotas ¿Cuáles son realmente de beneficio para ellos?
6. ¿Qué características debe tener el personal que trabaje con mascotas?
7. ¿Qué clases de servicios de atención a mascotas podrían llevarse a domicilio?

Fuente: Elaboración propia

III. Entrevista a expertos en diseño web

Tabla 7. *Diseñador web.*

EXPERTO	Diseñador web
NOMBRE DEL EXPERTO	Thomas Coronado Gutiérrez
OBJETIVO DE LA ENTREVISTA	Conocer cómo lograr que la plataforma funcione de la manera que pretendo.

GUÍA DE PREGUNTAS

1. ¿Qué nos recomiendas para la creación de un aplicativo que conecte a personas especialistas en el rubro de mascotas y dueños de mascotas?
2. ¿Qué es lo principal que debería de conocer?
3. ¿Qué es lo principal que debería tener para el desarrollo de la plataforma?
4. ¿Cuánto crees que me costaría realizar esta plataforma?

Fuente: Elaboración propia

2.3. Resultados obtenidos

2.3.1. Entrevistas a usuarios

PÚBLICO OBJETIVO: PERSONAS QUE TIENEN MASCOTAS

- **ENTREVISTA 1:**

Se entrevistó a Valery Allca quien actualmente tiene a dos perritas, pero nos compartió que la última de ellas fue más complicado el proceso de cuidado, ya que la primera mascota que llegó a su hogar ya estaba vacunada y desparasitada, el cual era el caso contrario a la última perrita que llegó recién hace 3 meses a su hogar. Asimismo, nos compartió que es una gran responsabilidad debido a que no se le pueden pasar las fechas programadas para la revisión de la salud de su mascota.

Por otro lado, la última vez que tuvo un problema con su mascota fue hace dos semanas cuando le pusieron una de las vacunas pendientes a su perrita. Detalló que su mascota se notaba decaída, por lo que acudieron de inmediato a un veterinario para que le recetara algún medicamento.

La entrevistada asegura que su mascota pueda tener el bienestar que necesita estando pendiente de sus vacunas, alimentación y los baños. Además, recalcó que si bien no ha acudido a otro servicio a parte del veterinario le gustaría un servicio de delivery, ya que por tema de pandemia es más factible que la atención pueda ir hasta su hogar. Y comentó que el servicio ideal que le gustaría que le ofrezcan a su mascota es que las personas tengan cuidado y delicadeza al atender, ya que anteriormente había presentado un problema con su primera mascota que fue cuando le cortaron las uñas y no realizaron como debieron su trabajo. En consecuencia, de ello, la perrita salió gritando del veterinario y ocasionó que su mascota no quisiera que nadie más la tocara.

- **ENTREVISTA 2:**

Se entrevistó a Almendra Carrión para que nos comparta acerca de su mascota y nos comentó que desde la llegada de su gatita ha sido y es parte de su familia. Asimismo, nos detalló que la última vez que tuvo un problema con su gatita fue cuando la entrevistada quiso realizarle una operación, ya que quería castrar a su mascota. Pero debido a que no conocía una veterinaria confiable, tuvo que realizar una investigación para encontrar un lugar en donde puedan hacer este proceso. Según nos comentó fue más difícil porque las veterinarias se enfocan más en brindarles ese servicio a los perros que a los gatos.

Además, para que su mascota pueda tener el cuidado y bienestar que necesita realiza consultas al veterinario como recomendaciones de su alimentación. También, la entrevistada compartió que busca artículos para estar informada acerca del cuidado de su gatita.

Un servicio ideal para su mascota sería que las veterinarias hagan un seguimiento a su mascota, ya que comentó que por las diferentes cosas que tiene en su día a día se le olvida llevarla a sus consultas mensuales. También, que puedan ofrecer dentro de su servicio recordatorios para que no se le pasen fechas importantes para la salud de su gatita.

- **ENTREVISTA 3:**

Se realizó una entrevista a Gianella Román que tiene una mascota y nos comentó que la llegada de su perro a su hogar al principio fue sencilla la parte de su cuidado, pero cuando cumplió un año y medio aproximadamente se envenenó y a partir de ahí debió tener más cuidados, ya que tuvo que ir a terapias y mejorar su alimentación.

Comentó que la comida que recibe es importante, ya que por lo sucedido se quedó dañado su hígado y su estómago, por lo que tiene que consumir una alimentación de buena calidad. Eso es uno de los factores que la llevaron a pagar consultas muy elevadas y le gustaría que tanto el servicio como su alimentación sea más barata pero que sea de la misma calidad para el bienestar de su mascota.

Asimismo, para el cuidado que necesita su perro se encarga la veterinaria, ya que tiene un control cada 6 meses o anual y se asegura que puedan brindarle el mejor servicio. A parte de ello, acudió al servicio de baño que le ofrecían estudiantes de veterinaria a un precio de 25 soles a 30 soles a domicilio.

Además, compartió que, para un servicio ideal para su mascota, en el servicio de baño detalló que si es una persona particular que ofrece delivery el servicio debería incluir medidas de seguridad por la pandemia y que las personas quienes se encargan de los baños sean amables.

- **ENTREVISTA 4:**

Se realizó una entrevista a Elizabeth Morán, quien nos compartió que ha sido una excelente experiencia la llegada de su mascota y que es muy querida en su familia. Además, siempre ha estado pendiente de sus vacunas, limpieza, entre otro tipo de

cuidados. Pero que presentó problemas durante la pandemia para satisfacer sus necesidades de su perrita, ya que tenía temor de sacarla y trató de cubrir esa necesidad sacándola al patio que tiene en su casa.

Asimismo, se asegura del bienestar de su mascota por medio de los baños, comprando implementos para que sea mejor la experiencia para su perrita, ya que anteriormente acudían al servicio de peluquería. También, nos compartió que a veces se le complica estar pendiente de ella, ya que en su familia estudian y trabajan. Por lo que el tema de darle un espacio para ella es más difícil, pero tratan de ofrecerle todos los cuidados que requiere.

A parte del servicio que ofrece el veterinario, la entrevistada junto con su familia tratan de buscar a una persona que les ayude con su opinión para estar al pendiente de la salud de su mascota o hasta busca en internet para que puedan estar más informados, ya que otro de los problemas que se le presentó de su perrita es que no quería comer sus croquetas y una forma que le ayudó fue buscando en internet una manera para el bienestar de su alimentación.

El servicio ideal para su mascota es que la lleven a la peluquería como sus baños y corte de pelo. Además, comentó que le agradecería que no esté mucho tiempo fuera de casa, ya que la perrita es nerviosa y que le gustaría poder tener un horario que se adecue para su atención como una cita pactada. Y si hubiese un problema que constantemente le están informando y también recalcó que el trato es muy importante para que su mascota se sienta con mayor tranquilidad y confianza.

- **ENTREVISTA 5:**

De acuerdo con la entrevista realizada a Jimena Zapata, nos comentó que presentó problemas en el comportamiento de su mascota cuando llegó a su hogar. Por lo que busco en tutoriales de videos, en este caso del Adiestrador de Perros más conocido como “El encantador de Perros” para que pueda ver una mejora en su comportamiento. Además, se compró un libro llamado “Corazón canino: los Secretos de la Felicidad compartida” para saber cómo educar a su perro y hasta lo castró porque le dijeron que iba a mejorar su comportamiento, pero solo le ayudo un poco, debido a que en la actualidad persisten ciertas actitudes de su perro que aún no cambian y nos especificó lo siguiente:

“Cuando ve un perro se le va encima”

“Pasamos por una casa, hay un perro adentro y se pone a ladrar a la puerta. Puede incomodar a las personas que pasan por mi lado como las señoras y niños.”

Asimismo, nos contó de un acontecimiento al ir a una veterinaria por primera vez. Ella quería que se encargaran del baño a su mascota. Resaltó que el servicio que le habían ofrecido a su perro no era la manera correcta, ya que contrajo la enfermedad de otitis que es un problema en el oído porque se introduce agua, nos comentó. Por ello, tuvieron que buscar otra veterinaria que no le ocasionará esos problemas.

Por último, nos comentó que se preocupa por el bienestar de su mascota por lo que lo lleva a pasear y en caso no pueda se turna con su hermano. Por eso el servicio ideal para su mascota es que alguien venga a recogerlo para que le pueda ofrecer diferentes servicios y que una persona capacitada se encargue de los baños, salud y comportamiento de su perro, ya que por motivos de la pandemia sería más seguro. Además, porque a veces no tiene el tiempo suficiente para atender a su perro.

- **ENTREVISTA 6:**

En la entrevista realizada a Andrea Torres nos comentó que uno de los problemas ocurridos con su mascota fue que la llevaron a la veterinaria y le brindaron un servicio que no era acorde a lo que se había solicitado. Este problema fue que envió a su mascota a la veterinaria para que le den el servicio de baño y la devolvieron con un corte de pelo que no se había pedido. Asimismo, señala que fue un pésimo servicio debido a que no quisieron hacerse cargo del error cometido, no pidieron las disculpas del caso y simplemente le ofrecieron un baño gratis y no fue la mejor manera de comunicarlo ya que se expresaron con actitud prepotente.

Posterior a ello, Andrea optó por cambiar de veterinaria gracias a la recomendación de una persona cercana a ella. En esta nueva veterinaria, Andrea pudo observar el amor que tiene el personal por los animales y el servicio brindado es excelente.

Por último, mencionó que el servicio ideal para su mascota sería un lugar o servicio que se nota que las personas tengan la vocación de servicio y amor por las mascotas, del mismo modo, que sean responsables y especialmente, que le den la seguridad que su mascota se encuentra en un lugar seguro y que nunca le harían daño.

- **ENTREVISTA 7:**

En la entrevista realizada a Aracely Herencia nos contó que tiene una perrita llamada Mocca. Desde la llegada de Mocca a su hogar, ella se sintió muy feliz ya que hace más de 6 meses había tenido la pérdida de una mascota muy querida por lo que se sentía sola. Por ello, la llegada de Mocca a su hogar era muy esperada.

También nos contó que hace un mes en su casa, toda su familia estuvo con el coronavirus. Si bien nos comenta que ella trabaja de forma remota y no tiene inconvenientes para brindarle todo lo que necesita su mascota. Debido a esta enfermedad, Aracely no podía brindarle las necesidades que requiere su mascota. En ese periodo, Mocca tuvo que ser llevada a la casa

de un familiar por lo que no podía darse tiempo de jugar con ella, darle sus alimentos y tampoco podía verla ya que se encontraba en cuarentena.

Aracely nos comenta que siempre está pendiente de las necesidades de su mascota por ejemplo de su alimento, juguetes y los controles en su veterinaria. Para que ella pueda brindarle todo el cuidado a su mascota lo lleva a veterinarios que sea recomendado por algún familiar que tenga mascota y le comente si recibe buen trato. Asimismo, para que pueda satisfacer las necesidades de su mascota busca consejos, tips para adiestrarla en internet y asesoría de su veterinaria.

El servicio ideal para Aracely sería un servicio que le asegure que su mascota se encuentra bien ya que nos comenta que ha visto casos donde los animalitos no han recibido buena atención. Por ello, nos dice que requiere un servicio en el cual le brinden la confianza de que su mascota se encontrará bien y que debido a esta coyuntura le gustaría que exista un servicio que recoja a su mascota, se la lleven y luego se la regrese a casa con los servicios que ha solicitado.

- **ENTREVISTA 8:**

De acuerdo con la entrevista realizada a Carlos Felipe, nos comentó que tiene 3 mascotas en su casa los cuales son una gata y dos perros. Nos cuenta que antes de la llegada de sus mascotas a su casa, era una persona muy arisca pero ahora con la llegada de sus mascotas se siente más relajado cuando llega de trabajar ya que juega con ellas y se distrae de esa manera. Asimismo, nos comenta que debido a sus últimos ciclos en la universidad no ha tenido mucho tiempo para dedicarse al cuidado de sus mascotas pues no se encontraba pendiente de sus citas al veterinario. Actualmente, se encuentra trabajando y está en la

misma situación con respecto a los cuidados que requieren sus mascotas, pero está tratando de darse un espacio.

A pesar de que no tiene tiempo, siempre trata de estar pendiente de las necesidades de sus mascotas como los baños, sacarlos a pasear y estar atentos a ellos, pero igual considera que necesitan más atención. Además, para satisfacer las necesidades de sus mascotas pide ayuda a su familia ya que ellos se encuentran en su casa. Asimismo, coloca recordatorios en su celular para acordarse de llevarlos al veterinario con respecto a las vacunas, baños y desparasitación de sus mascotas.

Carlos nos comenta que el servicio ideal para sus mascotas sería una guardería para una atención personalizada a sus mascotas y necesita un servicio en el cual puedan llevarse a sus perritos el tiempo que no se encuentra en su casa para que lo cuiden.

- **ENTREVISTA 9:**

Se entrevistó a Jennifer Felipe Guerrero, nos comentó que la llegada de su mascota a su hogar fue una sorpresa ya que venían de la pérdida de una mascota. Asimismo, su hijo mayor anhelaba tener un gatito que lo llamaron Silver Botas y se siente feliz de tenerlo en su casa.

Jennifer nos comentó que tuvo problemas cuando castraron a su gatito, eso sucedió durante la pandemia y necesitaban ver el tema de los controles médicos y debido a la coyuntura no pudieron ver el tema de su recuperación y de su medicina porque las veterinarias habían cerrado.

Nos cuenta que ella siempre se asegura del bienestar de su gatito pues se encarga de cubrir todos los gastos para darle el cuidado que necesita. Sin embargo, debido a su trabajo no tiene el tiempo suficiente para llevarlo por lo que requiere un servicio en el que la llamen y digan “Señora, esta semana le toca el baño a Silver” y se encarguen de recoger a su mascota de su casa y luego que lo devuelvan limpiquito. También, que le hagan recordar las vacunas y el examen médico que le falta a su mascota para que se le coloquen.

- **ENTREVISTA 10:**

Se hizo la entrevista a Lucero Vargas, ella nos comentó que en su casa no son muy fanáticos de los animales, pero le han aceptado un perrito que le habían regalado. Debido a la pandemia se formó un lazo más cercano con su mascota.

Nos cuenta que el último problema que ha tenido con su mascota fue cuando lo iban a bañar y como su pelo es tipo gringuito y se ensucia fácilmente, no había quien se encargue de llevarlo y estaban en busca de un veterinario ya que es alérgico.

Lucero siempre está pendiente de su cuidado, alimentación y de sacarlo a jugar a pesar de que tiene tareas y trabaja. Nos comentó también que para satisfacer las necesidades de su mascota busca una veterinaria, pero dice que prefiere un servicio más accesible debido al tiempo que tiene y también porque no quiere exponerse por la pandemia por lo que su servicio ideal sería poder contactarse con una veterinaria, coordinar el baño o corte de pelo de su mascota y que alguien lo recoja de su casa y lo atienda. Ella considera que eso sería un excelente servicio ya que le da todas las facilidades.

- **ENTREVISTA 11:**

Se hizo la entrevista a Pablo Gómez. Él nos cuenta que tuvo su mascota a los 10 años y considera que fue una experiencia muy grata, a su gatita la adoptaron en la calle y la llamaron Manchitas. Actualmente, tiene dos mascotas que están sanas y fuertes que son dos perritos. El problema que tuvo con su gatita fue cuando la esterilizaron pues el doctor le sugirió que la operaran, y con tratamiento se recuperó.

Asimismo, está pendiente de las vacunas, desparasitación y todo lo que necesita su mascota de acuerdo con lo que le recomiende su veterinario. Pablo nos comenta que considera al veterinario como un gran amigo y tiene toda la confianza en él.

El servicio ideal para él sería que recojan a su mascota, le realicen los servicios necesarios y lo traigan a su casa debido a que no tiene tiempo ya que trabaja y no puede quedarse tanto tiempo esperando en la veterinaria.

- **ENTREVISTA 12:**

Se entrevistó a Veralucia Gómez quien nos compartió que la llegada de su mascota al hogar necesitó mucha atención por parte de ella por su alimentación y cuidados que requería su mascota. También, nos compartió que ha tenido problemas para satisfacer las necesidades de su mascota por la pandemia, ya que algunas veterinarias han estado cerradas y su mascota necesitaba atención médica por una infección. Detalló que fue difícil encontrar una veterinaria que lo atendiera y más aún en un fin de semana.

La entrevistada nos comentó que para satisfacer las necesidades de su mascota cumple con sus vacunas y alimentos que le puedan hacer bien. Además, buscó ayuda en un veterinario y también recurrió a sus amigos que tienen perros para que le puedan dar su opinión cuando se le presentan problemas o consultas.

Además, el servicio ideal que describió Veralucia Gómez sería que venga y recoja a su mascota para que lo bañen y que también le ofrezcan el servicio de vacunas desde su casa.

- **ENTREVISTA 13:**

Se entrevistó a María José Robles quien tiene un perro que llegó hace 11 años a su hogar y por su edad avanzada actualmente se encuentra con enfermedades.

La última vez que tuvo problemas para satisfacer las necesidades de su mascota fue cuando decretaron pandemia a nivel nacional y las veterinarias estaban cerradas o no atendían las 24 horas por lo que tuvieron complicaciones para llevarlo a una veterinaria.

Para satisfacer las necesidades de su mascota utiliza los servicios como chequeos mensuales al veterinario, ya que su perro tiene que tomar pastillas mientras almuerza y el servicio de spa para perros. Nos comenta que sería bueno tener un lugar donde se pueda obtener todos los servicios, desde un veterinario para cualquier consulta, especialistas de baño o corte de uña porque a veces se le dificulta ir a dos lugares diferentes para adquirir los servicios que beneficiarán a su mascota. Además, le gustaría que vinieran a recoger a su mascota para llevárselo a un servicio de spa y que lo retornen sin ningún problema.

- **ENTREVISTA 14:**

Se entrevistó a Eduardo Durand quien nos comentó que la llegada de su mascota a su hogar fue muy especial, ya que fue adoptada y desde ese momento les cambió la vida. Eduardo rescató a tu perrita de la calle en época de pandemia, al inicio fue muy difícil el tema de cuidados porque su perrita Blue presentó un tipo de otitis lo que generaba que su mascota se rasque de manera constante las orejas, por ello tuvo que acudir a una veterinaria que quedaba cerca a su domicilio y donde los precios no eran muy elevados. A pesar de ello, tuvo que incurrir en varios gastos que implican el tratamiento que le había recomendado su veterinaria. Así mismo, nos comentaba que como fue una perrita que rescataron de la calle no contaba con las vacunas necesarias, por ello también tuvo que incurrir en gastos adicionales al problema de otitis que ya presentaba.

A este contexto se suman las restricciones por la cuarentena implantada en la capital, las veterinarias no atendían o tenías que ir en horario establecidos lo cual dificulta que pueda atender a su mascota. A pesar de ello, la veterinaria donde pudo atender a Blue le brindó un servicio más allá de lo requerido, ya que la veterinaria le hacía un constante seguimiento para verificar que su mascota esté bien y además le brinda recomendaciones y consejos sobre los cuidados que debía seguir. Mencionó que se sintió muy satisfecho con el servicio que le brindaron porque a pesar de que él fue para que le den solución a un problema que ya tenía, terminan sugiriendo que realicen más exámenes y las recomendaciones para su cuidado, lo que garantizo que la experiencia de Eduardo sea satisfactoria.

- **ENTREVISTA 15:**

Se entrevistó a Humberto Gallo Torres quien nos comentó que su mascota fue un regalo para la familia. Al igual que todas las mascotas, requieren de cuidados y mucha responsabilidad, cuando su perrita era pequeña agarraba alimentos que se caían de la cocina y esto al no ser comida para perros provocaba que tuviera dolor de estómago. Para poder tratar estas molestias comentó que solo acudía con las veterinarias ya que consideraba que no había otra alternativa que la opinión de un médico veterinario.

Para él un servicio ideal es que su mascota se mantenga sana, los productos que sean para su alimentación sean de calidad y que sería bueno que haya más veterinarias que se comprometan con sus pacientes y te brinden un servicio más allá de lo que uno solicita como brindar consejos para saber si lo que le ofreces a tu mascota está bien o es que necesitan algo distinto.

- **ENTREVISTA 16:**

Se entrevistó a Dayann Meneses quien comentó que tiene dos gatitos de 7 y 6 años, ella mencionaba que la última vez que presento problemas fue cuando llegó la segunda gatita porque tenía bastantes problemas de salud y por ende tenía que tomar medicamentos y seguir tratamientos, lo cual hizo que tenga muchos gastos porque los medicamentos para las mascotas no son económicos, pero era necesario para ella porque de lo contrario, su gatita podía fallecer. Cuando tuvo que atravesar por esta situación, tenía que ir seguido al veterinario y eso era un gran problema para ella ya que no había veterinarias cerca a su domicilio o eran muy caras, entonces tenía que trasladarse hasta otro distrito y eso

implicaba transportar en una jaula a su gatita, pero este método le generaba temor y estrés, provocando que ella salga lastimada al tratar de meterlo a su jaula.

Ella menciona que no ha visto muchas veterinarias que ofrecen el servicio de recojo a domicilio y si lo hay, no hay mucho para gatos. Para ella sería ideal que pueda ir una persona experta que sepa a cómo tratar a las mascotas y puedan trasladarla a la veterinaria, sería bueno que haya más servicios dirigido a gatos, también sería bueno que el veterinario se pueda acercar a su domicilio a realizar servicios de vacunación u otros servicios que no requieran de un traslado y en el caso de los baños sí sería bueno que puedan acercarse a recogerlo a tu domicilio.

- **ENTREVISTA 17:**

Se hizo la entrevista a Katherine Ribaldo. Ella nos cuenta que tiene de mascota a una conejita y se siente feliz de tenerla ya que antes de su llegada no tenía responsabilidades y ahora que la tiene es una gran responsabilidad para ella y aprende cada día más.

Asimismo, nos comenta que el problema que tiene frecuentemente con su conejita es que cuando tiene que salir de viaje no tiene donde dejarla ya que en los carros no permiten la entrada de animalitos. Para ella es un tema que siempre le trae dificultades por lo que sugiere que necesita un lugar donde dejarla y la cuiden hasta que vuelva de viaje.

La entrevistada siempre está pendiente de su cuidado y alimentación, ya que cuando la lleva al veterinario le dicen que no atienden conejitos solo perros y gatos. Por lo que, tampoco puede colocarse sus vacunas correspondientes.

- **ENTREVISTA 18:**

“Se entrevistó a la estudiante Alondra Sasso Vidal, quien es dueña de un cachorro canino de apenas 4 meses, quien comenta que al inicio se le hizo complicado ya que es la primera vez que tiene una mascota aun así rápidamente se encariño con él y pronto buscó los servicios de un médico veterinario para que le brindara las atenciones necesarias a su mascota. Contó también que la última vez que tuvo problemas para brindarle estas atenciones fue cuando el cachorro necesitaba un medicamento el cual debía ser inyectado y el veterinario se la dio para que ella se lo aplicara por su cuenta, sin embargo, ella no contaba con el conocimiento para hacerlo de la manera correcta por lo que tuvo que recurrir con uno de sus vecinos que le ayudó.

En cuanto a las medidas que toma para asegurar el cuidado de su mascota, cuenta que por el día debe permanecer amarrado (aunque ella claramente preferiría que no fuera así), debido a que vive cerca de una calle muy transitada por lo que su perrito podría salirse y sufrir algún accidente. Claro está que el área en donde lo mantiene está totalmente acondicionada para su comodidad y satisfacción de las necesidades del cachorro”. (Pérez, 2021).

“Actualmente, cuenta con un veterinario (amigo de su hermano) de confianza quien se encarga de atender a su mascota cuando lo necesita y de atender todas las dudas y consultas que ella pudiera llegar a tener. Por último, nos platicó sobre cuál es su idea de servicio ideal para su perrito, el cual consiste en un centro de apoyo para mascotas, así como un spa que pueda brindarle atención y bienestar al canino”. (Pérez, 2021).

- **ENTREVISTA 19:**

“En esta ocasión se entrevistó a una familiar, Jaqueline Cerino Pérez, dueña de 3 mininos. Ella comenta que su vida ha cambiado mucho desde la llegada de estos a su hogar, debido a que son considerados como miembros más de su familia, aunado a la clara responsabilidad que tiene para con ellos y la alegría que le brindan. Recuerda que la última vez que tuvo complicaciones para poder brindarle los cuidados que necesitaba, fue en una noche que uno de los gatitos enfermó, a una hora muy tarde por lo que no encontró ninguna veterinaria abierta y fue muy difícil contactar con algún veterinario que pudiera atenderlo”. (Pérez, 2021)

“Constantemente está informándose sobre los cuidados que debe tener para con sus mascotas, así como también supervisa su comportamiento asegurándose de esta forma de que los mininos coman dentro de sus horarios establecidos y que siempre tengan a su alcance lo que necesitan, agua o juguetes por ejemplo”. (Pérez, 2021)

“Respecto a dónde busca ayuda para brindarles todo lo necesario, mencionó que en un inicio recurrió a internet para asesorarse, después pudo acceder a los servicios veterinarios de un médico veterinario quien la ha guiado hasta el momento. El servicio ideal para sus mascotas declara que sin duda es el de un especialista veterinario experto en su rama, solo que aclara que manteniendo la comunicación y la atención de manera presencial ya que a través de una llamada no resulta lo mismo”. (Pérez, 2021)

- **ENTREVISTA 20:**

“La entrevistada, Irazú Briseño Jiménez, quien es dueña de un canino nos contó cómo ha cambiado su vida con la llegada de este a ella. Dijo y la citó de manera textual “no tengo palabras para explicarlo”, ha resultado para ella una experiencia muy linda, lo compara como la llegada de un bebé a un nuevo hogar en donde es recibido con mucho cariño y amor al mismo tiempo que resulta una distracción de manera positiva. Afortunadamente en su caso no se ha visto en problemas para poder brindarle lo necesario a su mascota”. (Pérez, 2021)

“Se asegura de su bienestar y cuidado a través de investigaciones que realiza de manera personal (internet) como también se apoya de un especialista a quién le consulta sus dudas o preocupaciones y le aconseja sobre qué necesidades debe cubrir para el bienestar de su mascota. En efecto, al buscar ayuda para brindarles todo lo necesario, recurre a un médico veterinario”. (Pérez, 2021)

“Para ella entre las cosas que debe tener un servicio ideal lo primordial es que traten bien al animalito, que no lo lastimen al momento de cortarles el pelo por ejemplo, la existencia de un centro en donde proporcionen todos los servicios necesarios y que estos sean de calidad, un spa en donde puedan desestresarse, así como un área libre especial para ellos (parque) ya que son muy pocos espacios de esta índole en donde son aceptados, y sería muy bueno el pasearlos y de esa manera poder ejercitarlos”. (Pérez, 2021)

2.3.2. Entrevistas a expertos

PÚBLICO OBJETIVO: PERSONAS ESPECIALISTAS EN EL RUBRO DE MASCOTAS

- **ENTREVISTA 1:**

En la entrevista realizada a una asistente en Veterinaria nos comentó que los problemas más frecuentes por los que llegan las mascotas a la veterinaria son por problemas dermatológicos como alergias por pulgas, alergias del ambiente y alergias alimentarias y enfermedades intestinales.

Además, dijo que los servicios de baños y spa por delivery sería eficaz porque las mascotas se estresan debido a que tienen que esperar hasta el turno que les toque en las jaulas.

Desde el punto de vista de la entrevistada, las consultas a domicilio no se pueden llevar todos los implementos, solo se podría llevar lo esencial y evaluar, que requiere un asistente de veterinario, así como el adiestrador o el paseador de perros.

También, nos compartió que las personas que darán servicios a mascotas deben tener mucha vocación, ser paciente y estar dispuestos a hacer un proceso demore lo que demore e inclusive en los mismos baños, ya que sino no tienen ese perfil pueden llegar a estresarse y los dueños de las mascotas no van a querer volvería tomar el servicio.

Para la entrevista nos detalló que las redes sociales como Instagram, Facebook, páginas web, videos de servicios serían por donde se podría conseguir potenciales clientes. Asimismo, la asistente de veterinaria se inclina a que un trabajo ideal para ella es horarios flexibles debido a que al mismo tiempo puede estudiar o realizar otras actividades.

- **ENTREVISTA 2:**

Se entrevistó a una asistente de veterinario y nos comentó que el problema más frecuente que se puede observar en la veterinaria es que llevan a mascotas en una etapa avanzada de alguna enfermedad, es decir, cuando la mascota se encuentra en un mal estado, por lo que el tratamiento y su recuperación lleva más tiempo porque se tiene que dar un diagnóstico y si es necesario hacer exámenes para ver su estado. Asimismo, comentó la entrevistada que los dueños de estas mascotas acuden al último día al veterinario cuando los síntomas son muy graves como vómito durante todo el día, pero a veces la mascota está en muy mal estado y la consecuencia de ello es que muere en la veterinaria. Según lo que nos compartió la asistente de veterinaria muchos dueños culpan a las veterinarias por la pérdida de su mascota poniendo excusas, pero detalló que los dueños cuando van a consulta no saben ni desde cuando tienen síntomas graves lo que hace más complicado dar un diagnóstico.

Además, compartió que muchas personas se han visto en la necesidad de hacer su servicio de mascota por delivery y esto ha beneficiado a las mascotas porque reduce el estrés al estar en su área de confort. También, detalló que para una visita médica de rutina es importante contar con la historia clínica. Según su opinión, principalmente se debe atender a mascotas domésticas por domicilio.

Por otro lado, comentó que para atraer a clientes potenciales sería por recomendaciones del buen servicio que se ofrece, ya que se capta la atención del vecino que vive en esa zona al recurrir frecuentemente.

- **ENTREVISTA 3:**

Respecto a la entrevista a la especialista Daniela, asistencia veterinaria, nos comentó que los problemas más frecuentes son con las mascotas por su conducta y por sus propietarios por la falta de comunicación que no avisan. Detalló que el incumplimiento de los tratamientos por parte de los dueños, ya que luego se quejan porque no son constantes y puede ocasionar o empeorar la situación de la mascota.

Además, mencionó que las vacunas, consultas de manera ambulatoria, desparasitaciones, tratamientos, algunos exámenes de sangre podrían llevarse como un servicio a domicilio. Asimismo, describió el perfil de una persona que sí podría realizar servicios a mascotas. Entre las características que mencionó fueron que sea una persona puntual, simpática y que tenga amor por los animales. También, facilidad de comunicarse con el dueño al presentarse situaciones complejas y que no solo sepa de los conocimientos básicos del servicio a ofrecer sino dar un buen trato con la mascota.

Por otra parte, de acuerdo con su opinión comentó que a parte de los perros y gatos que sí se puede dar para ellos un servicio a domicilio, también recomienda conejos, erizos, loros y canarios, ya que son mascotas que se pueden estresar fácilmente cuando los llevan al veterinario.

En el caso de obtener potenciales clientes comentó que el uso de las redes sociales son lo más importante para dar a conocer el servicio, así como creando un perfil o algún tipo de página web de la veterinaria, mostrando los casos clínicos y que las personas vayan recomendando el servicio.

Para la entrevistada debido a que le gustaría especializarse en dermatología le gustaría realizar ciertas pruebas de piel y tratamientos a domicilio, por lo que para ella sería un trabajo ideal.

Asimismo, mencionó que el equipamiento que es necesarios si se va a vacunar o desparasitar es llevar las antipulgas, vacunas, pastillas, así como es importante llevar en toda consulta termómetro, jeringas, medicamentos para los tratamientos y en algunos casos rasuradora para realizar exámenes de sangre y equipos de suero. Cabe recalcar que

estos también pueden variar de acuerdo con el procedimiento a realizar, según su experiencia en este rubro.

- **ENTREVISTA 4:**

Se entrevistó a un asistente de veterinario, el cual nos comentó que los problemas que observa son por culpa de los dueños de mascotas. Debido a que no se saben dar una buena información de lo que le pasa a la mascota o no saben interpretar. Por consiguiente, detalló que no pueden brindar un buen tratamiento, por lo que dificulta la recuperación de la mascota y hasta la hace incluso imposible.

Por otro lado, detalló que en cuanto a servicios a domicilio sería únicamente consultas, ya que un tratamiento más específico sería más complicado, por lo que los que realizar servicios a mascotas como vacunas y desparasitación a domicilio sería recomendable y en caso de que la mascota este grave se debería traer a la clínica.

De acuerdo con el equipamiento que es necesario para un servicio a domicilio sería indispensable un termómetro, guantes, jeringas y alcohol. Además, describió las características que debe tener una persona que trabaja con mascotas a domicilio como la paciencia, ya que estarán tratando con los dueños y mascotas en su ambiente y es distinto a que vayan a la clínica.

Recomienda hacer servicios a mascotas como perros, gatos y con respecto a otras mascotas se tendría que ver debido a que no muchas veterinarias estarían capacitadas para ello. Asimismo, según su experiencia en el rubro de las mascotas la publicidad y el trato en conjunto son importantes, ya que comentó que, si se tiene una buena publicidad, pero no tenemos un buen servicio y trato o viceversa no se podría obtener clientes.

- **ENTREVISTA 5:**

Se entrevistó a Juanjosé Magallanes, quien actualmente es paseador de mascotas. Nos comentó que los cuidados que debe tener el personal es que tengan a los perros con la cuerda puesta y que esta sea corta, debido a que puede pasar alguna persona y el perro puede morder. De esta manera, se evitan estos tipos de accidentes ya que el paseador lo tiene bajo control. Asimismo, el paseador debe estar alerta a que las mascotas no coman nada del piso debido a que le puede causar alguna infección o algún problema parecido.

El método principal que utiliza para el servicio que brinda es separar a las mascotas por razas y por tamaños para los paseos, ya que los perros suelen tener diferentes temperamentos acordes a su raza y con ello se evitan las peleas. Un problema del que ha sido testigo es que las mascotas se han llegado a pelear con otras mascotas que se pueden cruzar en la calle. Para ello, los paseadores optan por caminar por lugares donde no haya mucha gente e ir a parques y asegurarse que no existan otras mascotas cerca.

Otro problema que ha podido experimentar fue que una vez soltó a un perro de raza Bull terrier que tienen temperamento alto y comenzó a jugar con un perro de raza Cocker hasta que lo atacó. Felizmente, logró separar a los perros y el problema quedó ahí ya que no causó mayores daños en el perro Cocker y desde ese entonces suele estar más atento y no soltar a las mascotas cuando hay otros perros cerca.

- **ENTREVISTA 6:**

Se realizó la entrevista al paseador de mascotas Leonardo Fernández quien nos comentó que el personal se debe caracterizar por ser personas atentas, ya que estos deben estar alertas a cualquier situación que ocurra en el entorno de las mascotas al momento que se está realizando el paseo. Como, por ejemplo, estar atentos a que las mascotas no se ensucien, debido a que tienen que entregar a los perros tal cual el dueño les entregó para que no haya conflictos.

Un problema poco frecuente pero que ha experimentado el paseador en las últimas semanas ha sido que quizá el dueño sale por un momento de su casa y no hay otra persona que pueda recibir a la mascota al término del paseo. Y ello genera un atraso en la entrega de las demás mascotas y como consecuencia, también genera una pérdida de tiempo para el paseador. Para ese problema, una solución factible por la que han optado es adicionar un número extra aparte del de los dueños, ya sea el del vecino, vigilante, etc. pero sí debe ser una persona que esté dispuesta a hacerse cargo de la mascota en caso el dueño no se encuentre en su casa por diferentes motivos.

Actualmente, para llegar a más clientes lo que realizan es repartir volantes en diferentes distritos y tarjetas de identificación para cada paseador y con ello pueden generar una comisión que se adiciona al sueldo fijo a fin de mes.

Leonardo nos mencionó que el trabajo ideal relacionado a este rubro sería poder contar con una aplicación donde él mismo de manera independiente pueda tener una

comunicación directa con personas que requieran paseos para sus mascotas y quedar en una tarifa sin la necesidad que una empresa veterinaria o alguna otra sea la intermediaria.

- **ENTREVISTA 7:**

En la entrevista realizada a Luisa Dávila nos comentó que los servicios que la veterinaria donde labora ofrece a domicilio son principalmente baño, corte de pelo y de uñas para las mascotas. Para estos servicios vía domicilio, el equipamiento que debe tener el personal en la coyuntura actual es un mameluco, una careta y doble mascarilla para la protección de ellos mismos como de las personas que habitan en la casa. Por otro lado, el equipamiento que se requiere para atender a las mascotas vía domicilio básicamente es un shampoo para perros y un cortaúñas.

El personal que realiza estos servicios en su mayoría son estudiantes de la carrera de Veterinaria que están realizando sus prácticas en su veterinaria y se encuentran en últimos ciclos, así como también, personas ya graduadas de la carrera, veterinarios.

Las mascotas que ella recomienda que se atiendan vía domicilio son los perros y gatos de diferentes razas. Asimismo, mencionó que es complicado atender a otro tipo de mascotas vía domicilio, como los conejos. Y del mismo modo, comentó que para servicios que requieren de análisis o exámenes especiales se requieren instrumentos que únicamente se encuentran en la veterinaria y que no pueden ser trasladados a la casa de los clientes.

Por último, Luisa nos mencionó que el trabajo ideal sería contar con personal que ame su trabajo al igual que a los animales. También, recalcó que sería importante contar con una aplicación o plataforma que les permita a los usuarios ponerse en contacto con la veterinaria por si desean algún servicio o en caso requieran orientación con algún tema en especial.

- **ENTREVISTA 8:**

Se realizó la entrevista a Juan José Magallanes quien actualmente es adiestrador de perros. Nos comentó que los servicios más frecuentes que solicitan los clientes es el control de temperamento de perros, ya que hay algunos que son muy inquietos, así como también, algunos que son agresivos con otros animales y personas.

Para llevar a cabo este servicio, el personal debe contar con un traje grueso encima de la ropa y cascos para protegerse y evitar daños en el cuerpo de los adiestradores. También cuentan con bozales, sogas de largo y corto alcance y conos para el desarrollo del servicio.

El problema más frecuente que ha podido experimentar es que algunos de los clientes solicitan que el servicio se realice dentro su casa o en un parque cerca lo cual genera una dificultad para el adiestrador ya que en estos casos los perros suelen reconocer su territorio y tienden a engreírse por lo que el servicio brindado no es el óptimo. Por ello, se recomienda que este servicio se realice en un ambiente neutral y sin personas que el perro conozca.

La modalidad que actualmente utilizan para llegar a los clientes es mediante las redes sociales como Facebook e Instagram, y también mediante recomendaciones de los mismos clientes que suelen solicitar el servicio de adiestramiento para sus perros.

- **ENTREVISTA 09:**

Se entrevistó a la asistente de veterinaria Jimena Rodríguez, quien nos comentó que se está preparando para ser médico veterinario y ha podido trabajar en diferentes veterinarias y ha podido ver diferentes casos sobre los clientes. En primera instancia, nos comentó que uno de los problemas más usuales era que las mascotas tienen diferentes temperamentos, algunos son más nerviosos o agresivos y otros tienen un temperamento más calmado entonces esto

Dificulta el servicio que le brinda el veterinario. Así mismo, mencionó que hay muchas veterinarias que no cuentan con el cuidado de limpieza y el área adecuada para atender a las mascotas y esto también influye en cómo se siente la mascota al ser atendido. Por otro lado, los dueños no quieren realizar exámenes complementarios ya que en muchos casos es necesario hacerlo para llegar a detectar con mayor precisión el mal que pueda estar presentando su mascota.

Nos comentó que algunos de los servicios que se podrían brindar a domicilio son las vacunaciones, consultas generales, atención de partos y la toma de muestras serían más sencillas de realizar. Además, mencionó que algunas de las características que debe tener una persona que se dedica al cuidado de una mascota es tener respeto y cariño, experiencia, una buena comunicación con el dueño y ser meticulosos en cuanto a la toma de exámenes ya que eso permitirá realizar un diagnóstico más certero.

- **ENTREVISTA 10:**

“En esta ocasión entrevisté a Eduardo Priego, quien presta servicios de grooming. Comentó que los servicios más frecuentes que solicitan los clientes son los de limpieza para la mascota (corte de pelo, baño, corte de uñas, etc.). En cuanto a los cuidados que debe tener el personal, actualmente por la pandemia, una medida de precaución muy importante es hacer uso de los cubrebocas, guantes y material esterilizado para evitar algún contagio a la mascota o al dueño de ésta, en cuanto al momento de tratar con el animal los cuidados son tratarlos con amabilidad para que no se estresen y dejen hacer la limpieza requerida”. (Pérez, 2021)

“El costo del servicio varía dependiendo del tipo y tamaño de la mascota, comenta que en su experiencia al final del día gana aproximadamente \$1 200.00 pesos mexicanos (227 soles peruanos). Los problemas de brindar este servicio vía domicilio consisten en que es más complicado al no tener el espacio adecuado y las instalaciones que se tienen en el lugar del negocio. Por último, el trabajo ideal para él sería uno en donde él pueda brindar el servicio a las mascotas de la mejor manera posible y con ello sea reconocido y remunerado”. (Pérez, 2021)

- **ENTREVISTA 11:**

“Se realizó la entrevista a Rosa Álvarez, quien es un paseador, lo que la hace parte de nuestro público objetivo. Nos contó que, entre las características de este tipo de servicio, en primer lugar, se encuentra el cuidado que se le da a cada mascota puesto que cada una es diferente por lo que se debe tener mucha precaución especialmente si el animal es agresivo, pues ya se han visto casos en donde pueden llegar a lastimar al personal. No obstante, el personal sabe con anticipación a lo que se enfrenta por eso debe estar bien preparado para enfrentarse a este tipo de situaciones”. (Pérez, 2021)

“Los cuidados que la personal toma son primordialmente verificar que las mascotas estén vacunadas en tiempo y forma, contar con el equipo de trabajo necesario (por lo regular algún tipo de manga de material grueso) el cual es indispensable al momento de manipular a la mascota como medida de autopreservación. Los métodos utilizados al momento de brindar el servicio van desde mantener un ambiente agradable ya que dependiendo de cada tipo de mascota esta tendrá un grado de nerviosismo diferente por lo que se debe tratarlos con mucho respeto siempre pues si están en un ambiente con mucho ruido

pueden tener nerviosos y como consiguiente también agresivos y es ahí donde pueden representar un peligro para el personal”. (Pérez, 2021)

“Entre los problemas que existen al momento de brindar el servicio vía domicilio, se encuentra la desconfianza por parte de los dueños de dejar ir a sus mascotas con personas desconocidas, así como el hecho de que puedan presentar quejas del personal por alguna circunstancia que se presente. Respecto a cómo resuelve estos problemas, nos informa que actualmente si se llega a suscitar una situación grave se le devuelve al cliente lo que ha pagado por el servicio y si la mascota se vio afectada se cubren todos los gastos pertinentes”. (Pérez, 2021)

“El costo aproximado de este servicio depende de factores como el tipo de animal, el tamaño que tenga (ya que entre más grande más cuidados se deben tener) y por supuesto el tiempo que dure el paseo. En promedio un paseo tiene un costo de \$300 pesos mexicanos, lo equivalente a 57 soles peruanos. En cuanto a la satisfacción de los clientes con su manera de brindar el servicio, menciona que hasta ahora no ha tenido problema con ello, es decir que los clientes están a gusto con el servicio dado. Finalmente nos comentó que el trabajo ideal para ella sería continuar brindando paseo a las mascotas, ya que es algo que le gusta y disfruta mucho, también le gustaría ejercerlo más adelante como veterinaria porque aprendería mucho de los animalitos”. (Pérez, 2021)

- **ENTREVISTA 12:**

Se entrevistó a Thomas Coronado Gutiérrez, quien es experto en diseñar páginas web. Nos describió que la plataforma debe estar dividida en dos módulos para poder conectar a los especialistas con los clientes y otros para que nosotros nos conectemos con los especialistas que ofrecerán los servicios. Además, nos detalló que existen diferentes framework, es decir, criterios de funcionalidades para el desarrollo de páginas web y uno de los framework más cómodos que nos recomendó usar es Riact que ha sido creado por Facebook. Según el diseñador gráfico, trabajar con este framework es un punto a favor para nosotros debido a que es un software libre y reduce los gastos en desarrollar la página web. También, otro punto a favor del diseño de la página web es que este framework tiene una curva de aprendizaje corta y si nos asociamos con un programador medio junior, nuevo o de un estudiante de otra carrera con la que lancemos esta idea de negocio va a ser rápido de aprender el desarrollo y de bajo costo.

Al usar la modalidad que nos sugiere el diseñador web que es un software libre, el cual actualmente tiene un alto respaldo de la comunidad podremos encontrar en Google fácilmente la respuesta de algún problema que surgiera o alguna cosa más que quisiéramos aprender. Asimismo, los puntos básicos para que la plataforma sea entendible y si es que quisiéramos que llegue a una aplicación de celular en un futuro se tendrá que conectar a los servidores e incluso la lógica del negocio a través de una carpeta llamada backend con una nueva tecnología que se llama serverlence y la parte de adelante que los usuarios ven en su pantalla que es el frontend que está hecho por riac.

Además, nos comentó que no hay límites conocidos para agregar alguna funcionalidad que quisiéramos como el traqueo para la ubicación de las personas que paseaban las mascotas. Si es que no llegáramos a encontrar alguna funcionalidad entenderíamos que no existe, pero la mayoría de las necesidades están cubiertas según nos compartió el diseñador web.

- **ENTREVISTA 13:**

Se entrevistó a Katherine Gallardo quien es una veterinaria experta en el rubro de mascotas y nos comentó que las responsabilidades que una persona debe ofrecer a una mascota son una alimentación de calidad, chequeos al veterinario para su salud, tiempo para la mascota y un espacio porque no se le puede tener en un lugar cerrado.

Según la entrevistada, uno de los problemas más resaltantes que tiene el veterinario es que los dueños de mascotas no quieren gastar en análisis complementarios, por lo que se enfrenta a una incertidumbre, ya que sus pacientes no dicen que es lo que sienten, solo se guían por cómo los ven en su comportamiento, pero eso no garantiza un diagnóstico certero. Para saber cómo está el paciente se deben hacer los análisis complementarios como ecografías, radiografías, análisis hematológicos, pero los dueños no desean pagar esto y a pesar de eso son muy exigentes.

Además, detalló que el mundo de la veterinaria está creciendo bastante cada vez, ya que hay más especialistas que se dedican al servicio de nutrición canina, etología, entre otros que son necesarios. Además, nos comentó que una persona que trabaje con mascotas debe ser muy paciente, sentir amor por los animales, sino que podría dar un pésimo servicio y los animales también lo sentirían.

Los servicios que nos recomienda para llevar a domicilio serían consultas básicas, vacunación y desparasitación, ya que en su servicio lo ha podido incluir y le ha ido bien durante la pandemia.

- **ENTREVISTA 14:**

Se entrevistó a Roberto, que actualmente pone en práctica su carrera de veterinario y nos comenta que los puntos básicos para el cuidado de las mascotas es la alimentación y la suplementación desde que son cachorros hasta que son las revisiones médicas, ya que si desde el principio hay una mala alimentación influencia bastante en el futuro.

Asimismo, los problemas más frecuentes es que un dueño no quiere realizar revisiones médicas más completas como son los exámenes complementarios desde una ecografía básica o un análisis de sangre que se debe hacer al año. También, nos comentó que tener una mascota conlleva responsabilidad, gastos, tiempo y control médico constante desde baño a consultas básicas.

El beneficio que nos comentó que las mascotas podrían tener un servicio a domicilio es que tienen una prevención a largo plazo de enfermedades. Además, mencionó que una persona debe tener paciencia y amor por los animales para trabajar en este rubro.

Recomendó que los servicios a domicilio que se podrían dar son consultas básicas, consultas dermatológicas, baños y análisis según requiera.

- **ENTREVISTA 15:**

“El médico veterinario zootecnista Ricardo Castellano, egresado de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, nos habló en base a su experiencia como profesional del cuidado que se le debe dar a las mascotas. Informó que los puntos básicos y más importantes en el cuidado de una mascota son de carácter preventivo: vacunación y desparasitación, es lo primero que todo propietario debe proveer a su mascota; en segundo lugar, está la alimentación y el tercer punto importante es el hábitat o lugar en donde vaya a vivir la mascota que sea adecuado a la situación de cada una. Mencionó también que los problemas más frecuentes que ha enfrentado al momento de brindar sus servicios en la actualidad con la situación de la pandemia por covid-19 es que las personas prefieren la atención a domicilio, le resulta muy difícil dar servicios a domicilio a las mascotas cuando son consultas o estudios que se le requieran hacer en el momento por el movimiento del

equipo o porque simplemente la mascota no se deja manipular adecuadamente”. (Pérez, 2021)

“Las obligaciones que debe tener el propietario de una mascota, como ya había comentado son la alimentación y el brindarles un lugar donde vivir que sea agradable para la mascota, así como cuidados dermatológicos. Expone que los consejos que recomienda a los dueños van dependiendo del tipo de mascota que tengan. Por ejemplo, en el caso de los perros, los que son de raza pequeña, que tengan un lugar cerrado que evite que puedan salir, así como que no convivan con animales muchos más grandes que ellos para evitar conflictos entre los mismos; en el caso de los perros de pelo de manto largo se les recomienda proveer en épocas de altas temperaturas un lugar fresco y un servicio de estética para que estén rasurados y limpios. Respecto a qué servicios de los que actualmente se brindan a mascotas son realmente de beneficio para ellos, manifiesta que los de beneficio clínico son vacunación, revisión preventiva (consulta preventiva), estudios sanguíneos (lamentablemente en México no se acostumbra, solamente se hacen cuando el animal está enfermo), revisión de rutina, así como la constante vacunación y desparasitación”. (Pérez, 2021)

“Declara que las características que debe tener el personal que trabaje con mascotas, es en primer lugar que tenga una preparación, que sea responsable, en cuanto a servicios clínicos que quien los brinde sea un médico veterinario ya que es la persona adecuada en esa situación, respecto a los estilistas y el manejo de ayudantes en un consultorio que tengan afines y gustos por las mascotas. Opina que los servicios para mascotas que se pueden llevar a domicilio son los de estética, medicina preventiva y uno que está muy de moda: que te lleven a tu casa productos pedidos con anticipación (alimentos, croquetas, etc.)”. (Pérez, 2021)

2.4. Análisis y aprendizajes

2.4.1. Análisis

PÚBLICO OBJETIVO: PERSONAS QUE TIENEN MASCOTAS

Hallazgo 1

Las personas quieren que los especialistas atiendan a sus mascotas y que tengan cuidado y delicadeza con ellos para que no generen consecuencias en el comportamiento de la mascota a futuro. Además, los dueños de las mascotas sienten desconfianza debido a que no conocen veterinarias confiables y si es que las han encontrado ha sido difícil porque

no le ofrecen un servicio completo. Al pasar esto las personas se sienten disconformes con el servicio, ya que las personas quisieran que puedan ofrecerle como un seguimiento constante y recordatorios a su mascota en sus consultas mensuales o anuales. Asimismo, buscan un servicio más grande, debido a que no han encontrado para todas las mascotas un servicio igual, lo que se les dificulta poder satisfacer las necesidades de sus mascotas. También, están en búsqueda de una persona o una empresa de servicio de mascotas puedan ayudarle al estar pendiente de su salud y que el servicio que se otorgue sea rápido, eficiente y desde la comodidad de su casa. Hay que recalcar que, si bien el trato que recibe su mascota es para su tranquilidad, también lo es para los dueños.

Hallazgo 2

Respecto a las entrevistas realizadas, se puede rescatar que las personas desean adquirir un servicio donde este les de la seguridad que sus mascotas se encuentran en un lugar seguro y que por ningún motivo les van a causar algún tipo de daño. De igual manera, desean un servicio que sea sencillo de solicitar ya sea para baño, corte de pelo, entrenamiento, etc. sin la necesidad de ir de manera presencial hasta la veterinaria, o lugar donde se brindará el servicio donde suele llevar a su mascota. Por último, los dueños de mascotas desean que estas sean atendidas por personal capacitado para diferentes actividades que se realicen relacionadas al rubro de animales y que se note su amor por estos desde el trato directo hasta la involucración en conocer el estado y/o salud de cada uno de ellos.

Hallazgo 3

El servicio ideal que le podrían brindar a las mascotas de las personas que no tienen mucha disponibilidad de tiempo es que vayan por ella a su casa, para llevarla a darle las atenciones requeridas (vacunación, baño, corte, etc.) Además de que los usuarios quieren y buscan mantener una buena comunicación con la persona que vaya a proporcionar el servicio, por si llegase a surgir alguna complicación o simplemente para resolver sus dudas. Buscan también que la persona encargada sea responsable, puesto que les están confiando el bienestar de sus mascotas, quienes son seres muy apreciados para ellos.

Hallazgo 4

Luego de analizar las diversas respuestas de los entrevistados, se pudo llegar a la conclusión de que los usuarios buscan un servicio completo y personalizado, que vaya

más allá de un servicio convencional, los clientes quieren escuchar las recomendaciones y consejos que le puedan dar. Así mismo, sería bueno que los servicios no solo se enfoquen en perros sino también en otros tipos de mascotas como gatos, conejos, loros, etc. quienes necesitan otro tipo de trato y servicio, como mencionaba una entrevistada ella salía lastimada en el proceso de llevar a su gatito al veterinario porque ella no sabía cómo podía tranquilizar y brindar esa seguridad a su mascota, lo que sí podría hacer una persona que conocía muy bien los diferentes temperamentos de las mascotas.

Hallazgo 5

Respecto a las entrevistas realizadas, se ha observado que los clientes desean un servicio en el cual les ofrezcan seguridad y confianza a la hora de dejarlos ya que nos cuenta que han visto casos en el cual el perrito regresó de la veterinaria con un semblante de tristeza entonces eso les preocupa como dueños y tiene ese temor de dejarlo en cualquier veterinaria. Asimismo, nos comentan que a veces no tienen tiempo para encargue de sus controles, baños y otras necesidades que tiene su mascota debido al trabajo o estudio, entonces nos cuentan que requieren de un servicio en el cual les haga facilite la vida y se ahorren tiempo para así tener al día en sus controles y con el cuidado que se merece.

PÚBLICO OBJETIVO: PERSONAS ESPECIALISTAS EN EL RUBRO DE MASCOTAS

Hallazgo 1 (Asistente de veterinario)

En base a las entrevistas realizadas a los asistentes de veterinario, podemos rescatar que estos en su mayoría brindan servicios como baño, corte de pelo y uñas, limpieza de oídos y desparasitación. Asimismo, los problemas más comunes que señalan son que los dueños no obtienen una buena información acerca del estado de salud de sus mascotas que les brindan otras veterinarias, por lo cual el problema se agrava y la recuperación de la mascota es más complicada hasta incluso imposible. De igual manera, señalaron que los servicios relacionados al aseo de la mascota, la mayoría tienen la opción de realizarlo vía domicilio dada la coyuntura actual. Sin embargo, si se necesita que a la mascota se le realice un procedimiento de análisis o chequeos que requieran otros equipos, es indispensable que recurran a la veterinaria ya que son implementos que no pueden ser transportados con facilidad. Por último, la mayoría recalcó el poder de las redes sociales para poder llegar a más personas y de igual manera, les gustaría contar con un sitio web

o plataforma para que más usuarios puedan observar qué tipos de servicios brindan en su veterinaria y opten por adquirir estos.

Hallazgo 2 (Paseadores de perros)

Con respecto a las entrevistas realizadas a los paseadores de perros, podemos destacar que estos deben estar atentos a todo momento verificando que la mascota no coma nada del piso y también que no se pelee con otros perros que se puedan cruzar en la calle o morder a alguna persona. Estos problemas son los más frecuentes que presentaron los paseadores al momento de brindar el servicio y por ello optan por dar los paseos en lugares poco transitados y tranquilos para que no sucedan estos inconvenientes. Por otro lado, el trabajo ideal para estos es llegar de una manera más directa a los clientes, es decir de manera independiente, sin la necesidad de ser contratados mediante una veterinaria o empresa intermediaria que brinde paseo para mascotas.

Hallazgo 3 (Adiestrador)

Mediante la entrevista realizada al adiestrador de mascotas, podemos concluir que las personas se encuentran cada vez más interesadas en controlar el temperamento de su mascota, el cual es el servicio más solicitado. De igual manera, el problema más frecuente es que los dueños desean estar presentes en el momento que se ofrece el servicio, lo cual suele ser complicado ya que de esta manera la mascota no suele seguir las indicaciones del adiestrador y para ello se opta por realizar el servicio en un ambiente neutro para que la mascota pueda desempeñarse de manera óptima. Por último, el adiestrador comentó que actualmente en la empresa donde labora sólo utilizan las redes sociales para ofrecer sus servicios, pero le gustaría llegar a los clientes por medio de una aplicación que les permita a los usuarios conocer el tipo de servicio que este brinda.

EXPERTOS

Hallazgo 1 (Diseñador web)

Respecto a la entrevista al Diseñador web, pudimos adquirir mayor conocimiento acerca del proceso que se dará para nuestra página web. El desarrollo de la plataforma no tendrá un costo elevado, ya que el software que nos recomendó el diseñador web es libre y gratuito, pero en lo que sí se podría gastar es en el quien lo diseñará para que pueda tener dos módulos como nos compartió el experto en diseño web, uno para que nosotros

tengamos contacto con los especialistas y otro módulo para los especialistas tengan un mayor acercamiento y puedan ofrecer sus servicios a los usuarios.

Hallazgo 2 (Veterinario)

El veterinario ha visto afectado su trabajo debido a la actual contingencia por la pandemia, ya que las personas ya no hacen mucho uso de sus servicios y cuando desean hacerlo requieren que vaya a proporcionar el servicio a domicilio, en su caso no le es factible puesto que cuenta con un lugar fijo de trabajo (su veterinaria) y explica que al tratarse ya de un servicio de salud no es recomendable que lo haga en un domicilio pues antes el cliente no ha podido explicar cuál es el malestar de su mascota que necesita ser atendido por lo tanto el veterinario no sabe qué instrumentos y equipamiento debe llevar con él.

2.4.2. Aprendizajes

Al elegir nuestra idea principal hubo un cambio que el grupo en general decidió abarcar en este proyecto y era expandir nuestra idea de negocio, ya que esta solo abarcaba ofrecer un servicio en específico y era el de adiestramiento para perros. Pero decidimos reformular la idea y decidimos ofrecer más servicios en una misma plataforma como adiestramiento, paseador de perros, consultas básicas a un veterinario, baños y corte de pelo. Esta nueva propuesta se realizó antes de realizar las entrevistas respectivas a nuestro público objetivo quienes son las personas que tienen mascota y los especialistas que ofrecerán los distintos servicios.

De acuerdo con el proceso de las entrevistas, no se realizaron cambios de nuestro público objetivo, debido a que si nos enfocamos al público correcto. Por consiguiente, después de las entrevistas no se realizó ninguna modificación.

2.5. Sustentación de la validación del problema

PÚBLICO OBJETIVO: PERSONAS QUE TIENEN MASCOTAS

Tabla 8. *Entrevista N° 01 - Usuario*

N° Entrevista	01
Entrevistador	Ana Karina Rojas De La Cruz
Tipo de entrevistado	Persona que tiene mascota
Nombre	Valeria Alca

Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/17RH1kEOGwQ7R0lz-ld6EmKpasmSwp0gb/view?usp=sharing
------------------------------	---

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9. *Entrevista N° 02 - Usuario*

N° Entrevista	02
Entrevistador	Ana Karina Rojas De La Cruz
Tipo de entrevistado	Persona que tiene mascota
Nombre	Almendra Carrión
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/1quR1YLIhSBI3SX4HrFykuJeCtv5Syflg/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10. *Entrevista N° 03 - Usuario*

N° Entrevista	03
Entrevistador	Ana Karina Rojas De La Cruz
Tipo de entrevistado	Persona que tiene mascota
Nombre	Gianella Román
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/19q-1AZPPcwlX2z7t9wxL_QtuhifnLiO/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11. *Entrevista N° 04 - Usuario*

N° Entrevista	04
Entrevistador	Ana Karina Rojas De La Cruz
Tipo de entrevistado	Persona que tiene mascota
Nombre	Elizabeth Morán
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/1Sg_ReuX-c2Fj3sDg4YLRJDecGLUcElk/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12. *Entrevista N° 05 - Usuario*

N° Entrevista	05
Entrevistador	Ana Karina Rojas De La Cruz
Tipo de entrevistado	Persona que tiene mascota
Nombre	Jimena Zapata
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/1uGYiuKiZTmNipEnkL_yM0nvrPGhQ7n2W/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13. *Entrevista N° 06 - Usuario*

N° Entrevista	06
Entrevistador	Ariana Lucía Viviani Pérez
Tipo de entrevistado	Persona que tiene mascota
Nombre	Andrea Torres
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/1pOmAs9Y81GrzXN5VC81D5LEoqmC3BY3R/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14. *Entrevista N° 07 - Usuario*

N° Entrevista	07
Entrevistador	Karen Melin Mori Andrade
Tipo de entrevistado	Persona que tiene mascota
Nombre	Aracelly Herencia
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/17NrhrWokNBCKfb9nDg5zbuq_YHnUDXXX/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 15. *Entrevista N° 08 - Usuario*

N° Entrevista	08
Entrevistador	Karen Melin Mori Andrade
Tipo de entrevistado	Persona que tiene mascota
Nombre	Carlos Felipe

Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/1gy73VYWjMnEiSF24EKJNnP9Z6j_dSMrZt/view?usp=sharing
------------------------------	---

Fuente: Elaboración propia

Tabla 16. Entrevista N° 09 - Usuario

N° Entrevista	09
Entrevistador	Karen Melin Mori Andrade
Tipo de entrevistado	Persona que tiene mascota
Nombre	Jennifer Felipe Guerrero
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/1yjyATAKzggRVplbuCsRGMSCh_17XEgUi/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17. Entrevista N° 10 - Usuario

N° Entrevista	10
Entrevistador	Karen Melin Mori Andrade
Tipo de entrevistado	Persona que tiene mascota
Nombre	Lucero Vargas
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/1teB1K6ZwcfhgB6SDcSKAbLORJzyXMb1v/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18. Entrevista N° 11 - Usuario

N° Entrevista	11
Entrevistador	Karen Melin Mori Andrade
Tipo de entrevistado	Persona que tiene mascota
Nombre	Pablo Gómez
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/1FwblD_3TOh6R2CMaDhoyVDai6OcV-yHC/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19. *Entrevista N° 12 - Usuario*

N° Entrevista	12
Entrevistador	Claudia Olaechea Guerrero
Tipo de entrevistado	Persona que tiene mascota
Nombre	Veralucía Gómez
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/1mtue7uuUFecJNgzqqg3Ut-j29MrhKunr/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 20. *Entrevista N° 13 - Usuario*

N° Entrevista	13
Entrevistador	Claudia Olaechea Guerrero
Tipo de entrevistado	Persona que tiene mascota
Nombre	María José Robles
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/1DBhKML1ud-_VBE5trVhsfJQMEep8ZBG9/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 21. *Entrevista N° 14 - Usuario*

N° Entrevista	14
Entrevistador	Claudia Olaechea Guerrero
Tipo de entrevistado	Persona que tiene mascota
Nombre	Humberto Gallo
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/12nvY2o2H4ali6W-5IA_Yf-RzT_x8eM3Y/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 22. *Entrevista N° 15 - Usuario*

N° Entrevista	15
Entrevistador	Claudia Olaechea Guerrero
Tipo de entrevistado	Persona que tiene mascota
Nombre	Dayann Meneses

Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/1HcaGYoY3lnPJB0lyjIHsUAvX6zDkl109/view?usp=sharing
------------------------------	---

Fuente: Elaboración propia

Tabla 23. Entrevista N° 16 - Usuario

N° Entrevista	16
Entrevistador	Claudia Olaechea Guerrero
Tipo de entrevistado	Persona que tiene mascota
Nombre	Eduardo Durand
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/1-o7p1WNHJm2VKltf4v4dSj6U3COud5NI/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 24. Entrevista N° 17 - Usuario

N° Entrevista	17
Entrevistador	Monserrat Pérez Pérez
Tipo de entrevistado	Persona que tiene mascota
Nombre	Alondra Sasso
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/1NiPcVsye9bVb8gkJ4C3eCCrwN3_WjI_S/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 25. Entrevista N° 18 - Usuario

N° Entrevista	18
Entrevistador	Monserrat Pérez Pérez
Tipo de entrevistado	Persona que tiene mascota
Nombre	Jaqueline Cerino
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/1NC85q-biEZQW567heOfL259mzGGVsExd/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 26. *Entrevista N° 19 - Usuario*

N° Entrevista	19
Entrevistador	Monserrat Pérez Pérez
Tipo de entrevistado	Persona que tiene mascota
Nombre	Izarú Briceño
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/1LYael732EsPiV2DTB3ACsjeVx7jUJ5gT/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 27. *Entrevista N° 20 - Usuario*

N° Entrevista	20
Entrevistador	Karen Melin Mori Andrade
Tipo de entrevistado	Persona que tiene mascota
Nombre	Katherine Ricaldi
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/1uPDcg97gD53ql_MwijzFZZaUgPMYrEwk/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

PÚBLICO OBJETIVO: PERSONAS ESPECIALISTAS EN EL RUBRO DE MASCOTAS

Tabla 28. *Entrevista N° 01 - Especialista*

N° Entrevista	01
Entrevistador	Ana Karina Rojas De La Cruz
Servicio que ofrece	Asistente de Veterinaria
Nombre	Tiffany Zeha
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/1nOmiRUAGJIA8W4w3xBBCOND R2jYp3Mcc/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 29. *Entrevista N° 02 - Especialista*

N° Entrevista	02
Entrevistador	Ana Karina Rojas De La Cruz
Servicio que ofrece	Asistente de Veterinaria

Nombre	Wendy
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/1EXTzLBKWfAgUVbDKf9nXX-zjXuxlj1uR/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 30. Entrevista N° 03 - Especialista

N° Entrevista	03
Entrevistador	Ana Karina Rojas De La Cruz
Servicio que ofrece	Asistente de Veterinaria
Nombre	Daniela Andrade
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/1EXTzLBKWfAgUVbDKf9nXX-zjXuxlj1uR/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 31. Entrevista N° 04 – Especialista

N° Entrevista	04
Entrevistador	Ana Karina Rojas De La Cruz
Servicio que ofrece	Asistente de Veterinaria
Nombre	Mauricio
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/1vcWfjTIGss_j8Rm6FBcAnhJhdmc7JRmy/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 32. Entrevista N° 05 - Especialista

N° Entrevista	05
Entrevistador	Ana Karina Rojas De La Cruz
Servicio que ofrece	Paseador
Nombre	Juan José Magallanes
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/16U9LuBrqy4gRZ6CphKap_ujzwSrXoArn/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 33. *Entrevista N° 06 - Especialista*

N° Entrevista	06
Entrevistador	Ariana Viviani Pérez
Servicio que ofrece	Paseador
Nombre	Leonardo Fernández
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/12rbic3axELFCHtR4FINN8z9o849J_pp0/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 34. *Entrevista N° 07 - Especialista*

N° Entrevista	07
Entrevistador	Ariana Viviani Pérez
Servicio que ofrece	Adiestrador
Nombre	Juanjosé Magallanes
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/12rbic3axELFCHtR4FINN8z9o849J_pp0/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 35. *Entrevista N° 08 - Especialista*

N° Entrevista	08
Entrevistador	Ariana Viviani Pérez
Servicio que ofrece	Asistente de Veterinaria
Nombre	Luisa Dávila
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/1VG_wztTUzcME2s729Q8vvSZRZBzSWQhp/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 36. *Entrevista N° 09 - Especialista*

N° Entrevista	09
Entrevistador	Montserrat Pérez Pérez
Servicio que ofrece	Paseador
Nombre	Rosa Álvarez

Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/1SlSDSqs9eU-Fbix1-L_cKL9pnLNL_Olb/view?usp=sharing
------------------------------	---

Fuente: Elaboración propia

Tabla 37. Entrevista N° 10 - Especialista

N° Entrevista	10
Entrevistador	Monserrat Pérez Pérez
Servicio que ofrece	Grooming
Nombre	Eduardo Priego
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/1zfGwM4Yrzaabfa03s434PefoGh_TLPU3t/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 38. Entrevista N° 11 - Especialista

N° Entrevista	11
Entrevistador	Claudia Olaechea Guerrero
Servicio que ofrece	Asistente de Veterinaria
Nombre	Jimena Rodriguez
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/1ceesfyFbexDydALeJFVpp3aWth09_p3W/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

EXPERTOS

Tabla 39. Entrevista N° 01 - Experto

Entrevistador	Claudia Olaechea y Ana Karina Rojas
Tipo de entrevistado	Diseñador web
Nombre	Thomas Coronado Gutiérrez
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/1rzwkpc3mJsVkwkINJm-myPy_CyA-Alx/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 40. *Entrevista N° 02 - Experto*

Entrevistador	Claudia Olaechea
Tipo de entrevistado	Médico Veterinario
Nombre	Katherine Gallardo
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/1YpFjgn4YfwGXi8hOWWSg7- xbcB9D1Zuv/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 41. *Entrevista N° 03 - Experto*

Entrevistador	Claudia Olaechea
Tipo de entrevistado	Médico Veterinario
Nombre	Roberto
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/12zILZzaguB4WfnAkvvFZvP745hQi Vp2_/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 42. *Entrevista N° 04 - Experto*

Entrevistador	Montserrat Pérez Pérez
Tipo de entrevistado	Médico Veterinario
Nombre	Ricardo Castellano
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/1gtDAhMQN0iB08XS8UqxFa0AYz bEQ I5_J/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 43. *Entrevista N° 05 - Experto*

Entrevistador	Karen Mori Andrade
Tipo de entrevistado	Médico Veterinario
Nombre	Jonathan León
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/1g4Tufdb08eDFfVxy4i2L_iSxm- wz78dZ/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

3. VALUE PROPOSITION CANVAS

3.1. Perfil del cliente

La oferta de nuestro servicio se dirige a 2 segmentos los cuales son hombres y mujeres de 21 a 50 años que tienen mascotas de los niveles socioeconómicos A y B en Lima Metropolitana de la Zona 7. Por otro lado, se dirige al segmento de hombres y mujeres de 21 a 50 años que sean especialistas en el rubro de servicio de atención a las mascotas en Lima Metropolitana de la Zona 7.

Segmento de mercado 1: Hombres y mujeres de 21 a 50 años que tienen mascotas de los niveles socioeconómicos A y B en Lima Metropolitana de la Zona 7.



Figura 2. Perfil del cliente 1

Fuente: Elaboración propia

Con respecto al perfil de uno de nuestro público objetivo básicamente son personas que tengan mascotas y que también tengan cariño, amor y respeto por esto mismos. De igual manera, los datos demográficos que deben poseer estas personas son encontrarse en el rango de 21 - 50 años, contar con un hogar independiente y que tengan ingresos en el rango de 7,309 - 13,016 soles. Sus principales hábitos deben ser que les guste pasar tiempo con su mascota, realizar visitas frecuentes al veterinario, ya sea para chequeos o

para adquirir algún otro servicio y disfrutar del paseo con su mascota todos los días. Asimismo, deben mostrar interés por el bienestar de la salud de su mascota, obtener información para el cuidado de esta y conseguir personas especialistas que puedan brindarle un servicio óptimo cuando lo requiera. También, los retos que debe poseer nuestro público objetivo es recordar que tienen que dedicarle tiempo a su mascota y ser responsable de llevarla a sus consultas o chequeos. Sus frustraciones deben basarse en no tener suficiente tiempo para ocuparse de su mascota por diferentes motivos, ya sea trabajo, estudio, entre otros y también en no encontrar un lugar que le dé la certeza que su mascota estará en un lugar seguro y que le brindarán un servicio óptimo. Por último, los objetivos que desea alcanzar deben orientarse a brindar a su mascota todas las necesidades que ésta requiere y que cuente con un excelente estado de salud.



Figura 3. Perfil del cliente 1

Fuente: Elaboración propia

- Alegrías:

Las alegrías que podemos ofrecerle al cliente dentro de nuestro alcance son: darle seguridad para que pueda depositar su confianza en el personal encargado de atender a su mascota, brindarles un servicio adecuado y personalizado conforme a sus necesidades, le ofrecemos un precio justo de acuerdo a la atención que se les brinda, así como también se le da un seguimiento al cuidado de la mascota, el mantener una comunicación constante con nuestros especialistas con ello el especialista puede brindarle tranquilidad a su mascota y garantizamos el acceso a los servicios necesarios para que su bien asegurado.

- Trabajo de cliente:

El cliente es una persona que busca tener disponibilidad de tiempo para pasar tiempo con su mascota, para que no se estrese realiza actividades como sacarlo a pasear, lo educa, se preocupa por su alimentación por lo tanto cuida que esta sea sana, lleva un control mensual de su mascota, así como también invierte dinero en brindarle los cuidados que necesita, paga por diferentes exámenes complementarios por lo que satisface sus necesidades de esta manera asegurando su bienestar.

- Frustraciones:

Las frustraciones detectadas han sido: el temor existente en los dueños de entregar su mascota a un completo desconocido, le frustra también el que el servicio sea deficiente, la falta de un trato adecuado para con su mascota, el tener que pagar por variados exámenes complementarios, que su mascota esté presentando un mal comportamiento, la falta de personal para la atención de acuerdo a la necesidad que tiene su mascota, perder tiempo al tener que trasladarla para que pueda adquirir los servicios, la demora que existe en la atención del servicio a su mascota, el que no haya un seguimiento por parte de los veterinarios para seguir asegurando bienestar a su mascota y el no poder tener acceso a los diferentes servicios requeridos en un mismo lugar.

Segmento de mercado 2: Hombres y mujeres de 21 a 50 años que sean especialistas en el rubro de servicio de atención a las mascotas en Lima Metropolitana de la zona 7.



Figura 4. Perfil del cliente 2

Fuente: Elaboración propia

El perfil de uno de nuestros públicos objetivos son personas especialistas en atender las necesidades que requieren las mascotas, asimismo deben caracterizarse por ser personas pacientes y mostrar su amor incondicional por los animales. Además, deben residir en Lima Metropolitana y trabajar de manera dependiente o contar con un negocio propio. Con respecto a los hábitos, estos deben tener pasión por trabajar con animales, atender a gran cantidad de mascotas durante todo el día y realizar su trabajo de manera dinámica. En base a los intereses de los especialistas estos deben estar orientados a la recomendación de su trabajo, obtener nuevos clientes, tener horarios flexibles y obtener una fuente de ingreso adicional. Sus retos deben estar relacionados a conseguir que los dueños y la mascota estén satisfechos con el servicio, y que vean la importancia en recibir servicios para sus mascotas. Las frustraciones deben basarse en la indiferencia de las personas hacia los animales y que algunos especialistas vean el servicio brindado a las mascotas como una sola fuente de ingreso. Por último, los objetivos deben orientarse a la

atracción de más clientes potenciales gracias al servicio ofrecido y al reconocimiento de su negocio por este mismo.

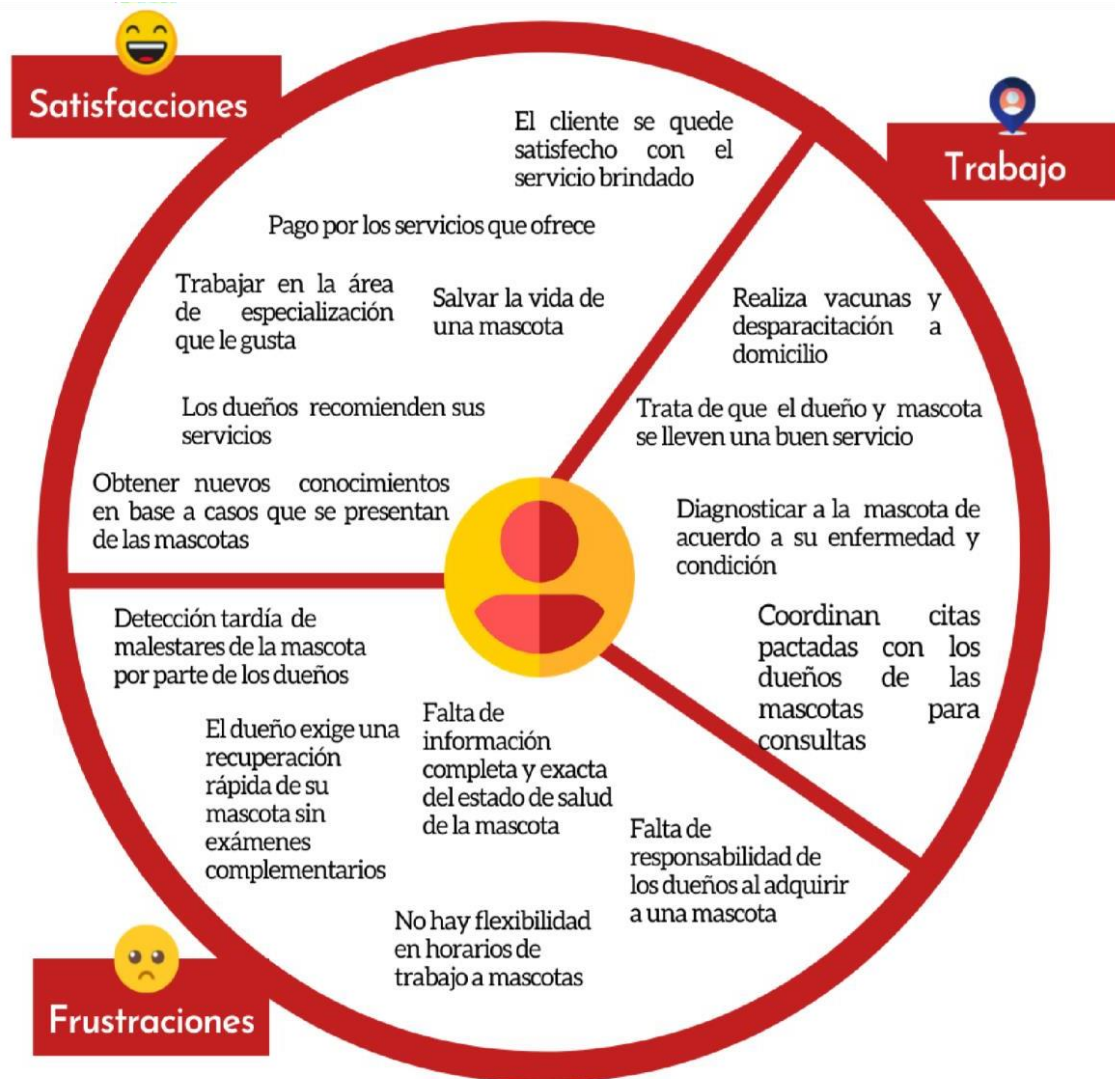


Figura 5. Perfil del cliente 2

Fuente: Elaboración propia

- Alegrías:

Dentro de las alegrías que el especialista puede tener, se encuentran: la satisfacción del cliente con su servicio, el pago recibido a cambio de estos, desempeñar un trabajo en el área de especialización que le gusta, el poder salvar la vida de una mascota, el ser recomendado por los dueños y poder obtener conocimientos nuevos a través de casos que se presenten durante la atención que le brinda a la mascota.

- Trabajo de cliente:

Las tareas que el especialista debe hacer son: realizar vacunaciones y dar servicio de desparasitación a domicilio, dar una buena impresión al cliente a través del servicio que le brinda a su mascota, realizar un diagnóstico de acuerdo con la condición o enfermedad que presente la mascota y así como coordinar citas pactadas para consultas con los dueños.

- Frustraciones:

Entre sus frustraciones está la no inmediata detección por parte de los dueños de los malestares de sus mascotas, que el propietario exija una recuperación rápida de su mascota cuando ni siquiera le ha realizado exámenes complementarios, que no tenga la información precisa del estado de salud de la mascota, otra de las grandes cosas que le frustran es el no contar con horarios flexibles al desempeñar su trabajo, así como la constante irresponsabilidad de los dueños cuando adquieren una mascota.

3.2. Mapa de valor

Segmento de mercado 1: Hombres y mujeres de 21 a 50 años que tienen mascotas de los niveles socioeconómicos A y B en Lima Metropolitana de la Zona 7.



Figura 6. Mapa de valor 1

Fuente: Elaboración propia

- Producto:

Plataforma web que brinda servicios para mascotas, en el cual el usuario podrá reservar citas de acuerdo a su disponibilidad de tiempo, también tendrá la opción de realizar el pago del servicio que necesite mediante el monedero digital. Asimismo, el usuario puede activar las notificaciones de recordatorios sobre los servicios esenciales que requiere su mascota.

- Creadores de Alegrías:

Se ofrece una plataforma con acceso rápido en el cual se tendrá la opción de poder elegir al especialista adecuado para la atención de su mascota y los usuarios podrán recibir

notificaciones de recordatorios sobre los servicios esenciales que requiere su mascota, sugerir algunos cambios que considere pertinente y así podrá realizar un seguimiento post-service sobre sus recomendaciones. Otro aspecto de suma importancia para el usuario son los servicios inclusivos que se ofrecerá para las mascotas domésticas.

- Aliviadores de frustraciones:

La plataforma web para el servicio de mascotas que se ofrecerá, cuenta con un espacio en el que se podrá encontrar recomendaciones de especialistas de acuerdo al horario y día que se adecue al usuario y tendrán la opción de poder escoger los diferentes servicios que se ofrecen para su mascota. Asimismo, se realizará seguimiento de la calidad del servicio que perciba el usuario y también se dará la opción de que puedan calificar con puntuación del 1 al 5 para un servicio seguro y satisfactorio. Un punto resaltante que se observará en la plataforma es una sección en la cual se podrá adoptar y dar en adopción a diferentes mascotas.

Segmento de mercado 2: Hombres y mujeres de 21 a 50 años que sean especialistas en el rubro de servicio de atención a las mascotas en Lima Metropolitana de la zona 7.



Figura 7. Mapa de valor 2

Fuente: Elaboración propia

- Producto:

La plataforma web permite que el especialista tenga un fácil acceso de comunicación con respecto al servicio que solicita el usuario. Asimismo, el especialista puede programar diferentes horarios dependiendo de su disponibilidad de tiempo para ofrecer sus diferentes servicios a las mascotas.

- Creadores de Alegrías

Se ofrecerá al especialista la posibilidad de tener acceso a la información de la mascota con la finalidad de brindarle un mejor servicio y a la vez esto generará que el usuario

tenga confianza con el servicio que le ofrece a su mascota teniendo así la opción de calificar el trabajo del especialista mediante la plataforma.

- Aliviadores de frustraciones:

Mediante la plataforma, el especialista podrá tener una mayor flexibilidad en cuanto a la disponibilidad de tiempo que tiene para brindar sus servicios. Asimismo, encontrará las características e información relevante de cada mascota; es decir, podrá llevar un registro de cada servicio que le ha otorgado para tener todo organizado y detallado.

3.3. Encaje

En este punto, se expondrá el encaje del problema bajo dos segmentos, desarrollando las variables que influyen y cómo interactúan, es decir, como se complementan entre ellas para hacer posible nuestra propuesta de valor.

Segmento de mercado 1: Hombres y mujeres de 21 a 50 años que tienen mascotas de los niveles socioeconómicos A y B en Lima Metropolitana de la Zona 7.

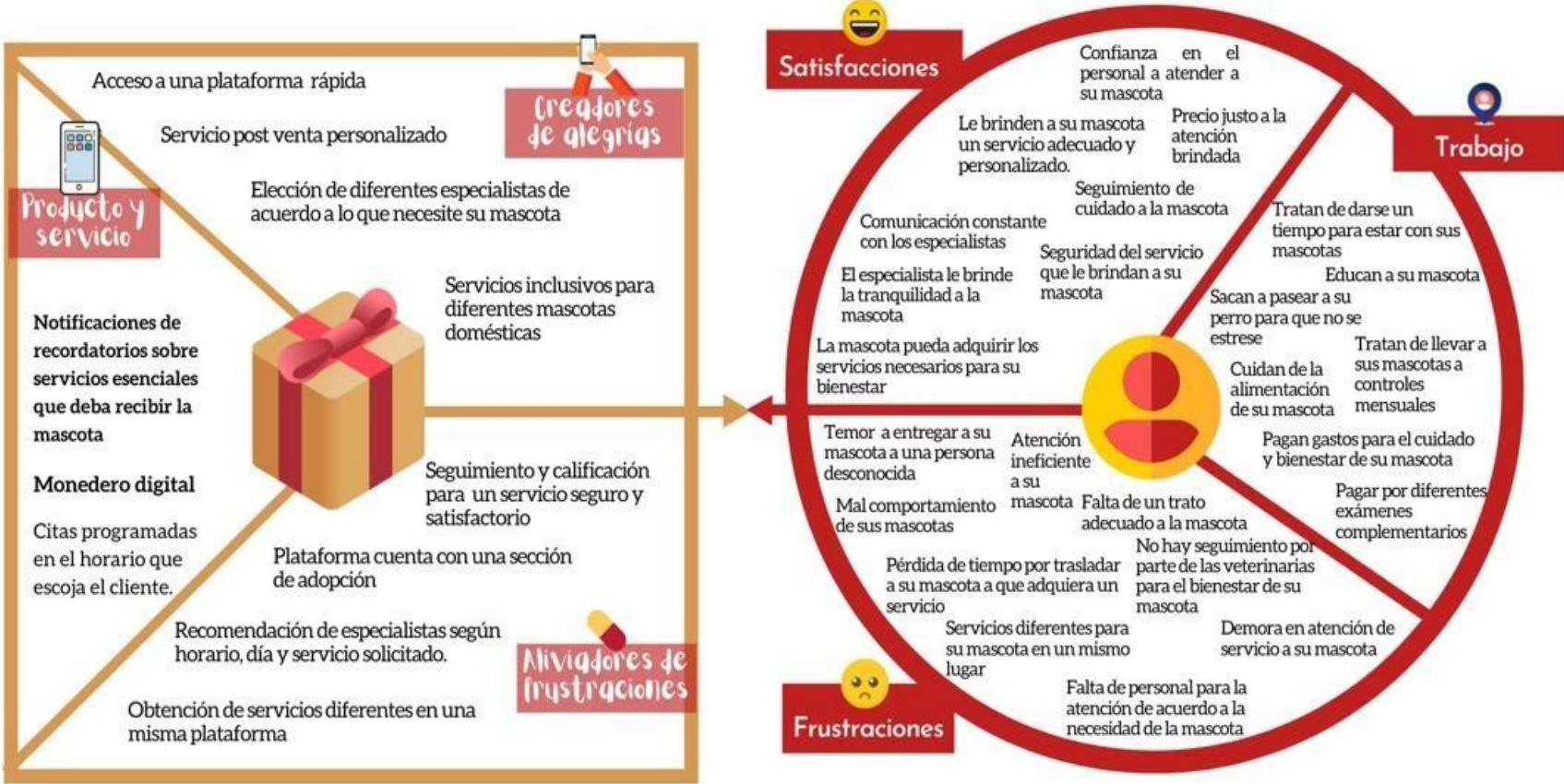


Figura 8. Encaje servicio - mercado 1

Fuente: Elaboración propia

Al desarrollar la creación del perfil del cliente, en este caso, de las personas que tienen mascotas en su hogar, nos ayudó a detallar sus alegrías, trabajos y frustraciones para ver lo que está buscando y con respecto a ello qué solución podemos brindarles. Además, esto nos servirá para ir evaluando en los pasos siguientes del desarrollo de la idea si se va adaptando al perfil de nuestra segmentación elegida. Por otro lado, el mapa de valor nos ha permitido ajustar las necesidades de nuestro cliente con las características del servicio a realizar. Por ello, podemos decir que, mediante el encaje, le da una respuesta a las necesidades y deseos del público al que nos dirigimos, en el que se podrá percibir valor en el servicio que ofreceremos a través de la plataforma web. Asimismo, permitirá visualizar de manera constante de qué manera estamos dando y creando valor.

Con respecto a lo analizado en el perfil del cliente, es el encargado de cuidar el bienestar de su mascota por lo que requiere un servicio adecuado para que así se sienta satisfecho. Por consiguiente, se describió que el cliente está en búsqueda de un servicio más completo, personalizado y de confianza para su mascota. Esto permitió poder describir qué valor agregaremos a nuestro proyecto como garantizar a través de nuestra plataforma web un servicio eficiente que pueda preocuparse desde que el cliente solicita, durante el proceso y después del servicio para aliviar algunas de sus frustraciones. Si bien existen diferentes empresas que ofrecen servicios a las mascotas y tratan de satisfacer de cierta manera el deseo de este segmento de la población, sin embargo, no cubren realmente las necesidades latentes que tienen los usuarios ya que la competencia no se enfoca en las diferentes mascotas. Por eso, Petwouse será una página web en la que se reúne a especialistas que atienden diferentes especialidades que requieren las mascotas. Todo ello estará al alcance del usuario quien podrá registrar a su mascota, tener toda información necesaria sobre la atención que le brinda el especialista, podrá recibir notificaciones de recordatorios sobre los servicios esenciales que requiere su mascota, sugerir algunos cambios que considere pertinente y así podrá realizar un seguimiento post-service sobre sus recomendaciones.

Asimismo, los usuarios que soliciten algún servicio para su mascota mediante la plataforma podrán conocer a diferentes especialistas, ver los comentarios sobre la calidad de servicio que ofrecen, generando así confianza en el usuario en cada atención que realiza, por lo que el cliente ya que no tendrá esa inquietud de dejar a su mascota con una persona desconocida porque podrá hacer seguimiento a los servicios que solicita. También, tendrá la opción de poder realizar el pago del servicio que solicita

mediante un monedero digital para así agilizar de forma rápida y fácil las transacciones. Además, en la plataforma se tendrá una opción para poder adoptar o dar en adopción a una mascota para así rescatar a más animalitos sin hogar. De la misma manera, el usuario podrá hacer seguimiento y calificar el servicio que el especialista le ha brindado a su mascota y ello será realizado mediante la plataforma web para un servicio seguro y satisfactorio.

Segmento de mercado 2: Hombres y mujeres de 21 a 50 años que sean especialistas en el rubro de servicio de atención a las mascotas en Lima Metropolitana de la zona 7.

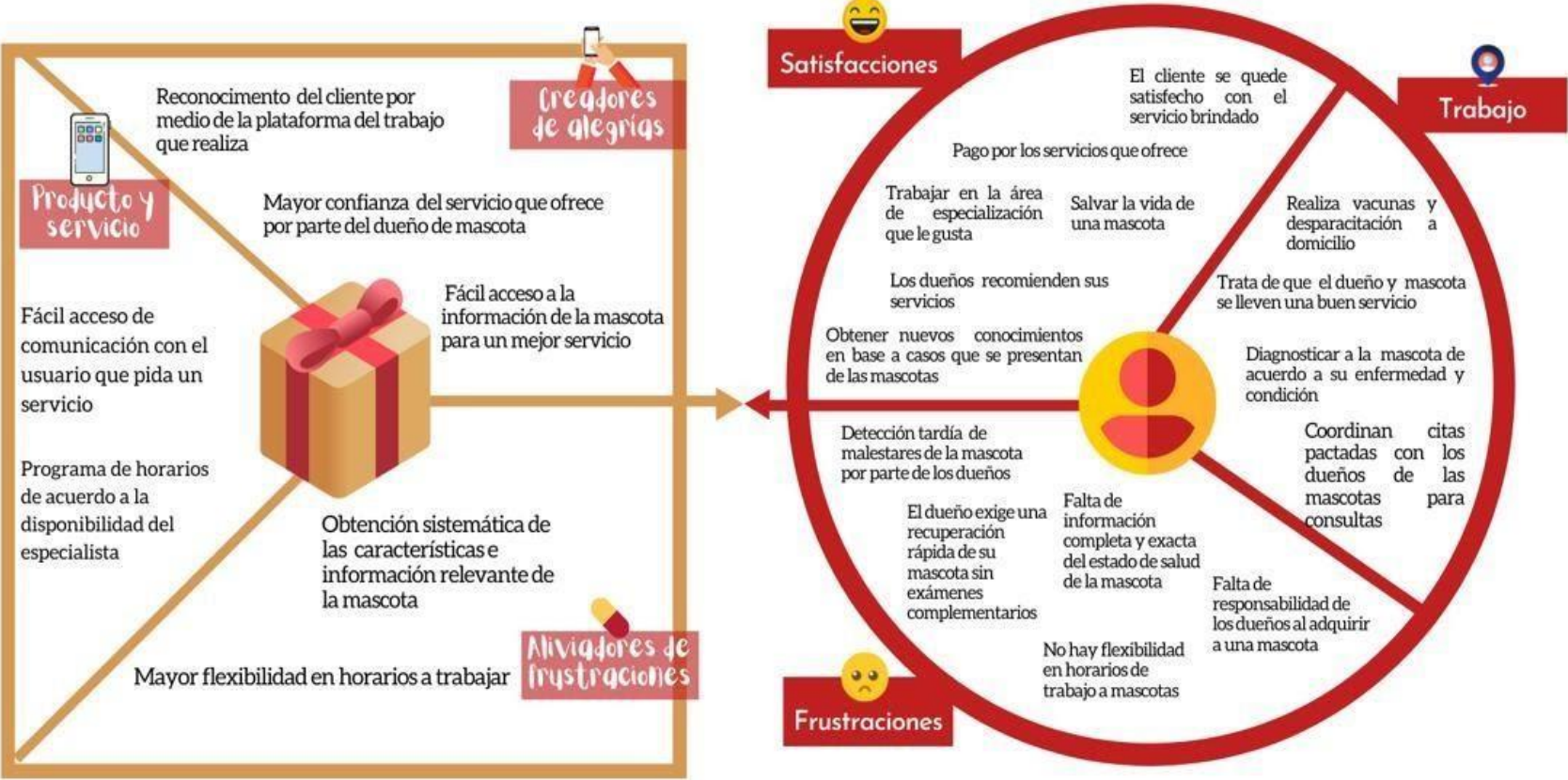


Figura 9. Encaje servicio - mercado 2

Fuente: Elaboración propia

Para el desarrollo de nuestro segundo encaje, en este caso con el segmento de personas especialistas en servicios para mascotas, se pudo desarrollar el perfil del cliente que nos permitió ver cuáles eran sus alegrías, trabajos y frustraciones que nos permitirá saber con mayor precisión qué es lo que están buscando. Además, nos permitirá poder adaptar con mayor precisión lo que Petwouse quiere ofrecerles a nuestros especialistas; es decir, un espacio donde pueda interactuar de manera directa con sus clientes, poder atenderlos de manera personalizada, realizar un seguimiento cercano que permita el monitoreo de la mascota hasta después de acabar el servicio, esto con la finalidad de que el cliente esté completamente satisfecho con el servicio brindado. Por ello, podemos concluir que el desarrollo del encaje nos permitirá plasmar las necesidades de los especialistas y poder implementarlo en la página web.

Petwouse trae una idea innovadora para el segmento de especialistas en el rubro de servicio de atención a las mascotas. Por eso, luego de realizar el análisis se pudo determinar que algunas de las satisfacciones del especialista es ofrecer un excelente servicio al cliente ya que le apasiona el área donde labora por lo que quiere dar una buena impresión con lo que hace y así los dueños recomienden los servicios que realiza. Mediante la plataforma, los especialistas podrán brindar diferentes servicios a la mascota así podrá desempeñarse en lo que le gusta y podrá salvar la vida de muchas mascotas, obteniendo así nuevos conocimientos de acuerdo a los casos que pueda presenciar día a día. Lo importante es que los usuarios se sentirán satisfechos de recibir un excelente servicio y tener esa confianza de haber encontrado a la persona ideal para el cuidado de su mascota por lo que recomendará a sus conocidos el servicio que le ha ofrecido el especialista. Por lo que, en la plataforma se podrá visualizar los comentarios y la puntuación que tiene cada especialista siendo esto un beneficio para ellos, ya que se valora el esfuerzo y dedicación que realizan en sus diferentes servicios.

Asimismo, la frustración que prepondera este segmento es el hecho de que los dueños no están pendientes de los controles que deben tener sus mascotas por lo que no tiene una información exacta de su estado de salud. Por lo cual, el especialista mediante la plataforma podrá obtener de forma sistemática las características e información relevante de cada mascota para así tener un seguimiento del estado de su salud y ofrecerle un mejor servicio.

3.4. Descripción de la propuesta de valor

Segmento de mercado 1: Hombres y mujeres de 21 a 50 años que tienen mascotas de los niveles socioeconómicos A y B en Lima Metropolitana de la Zona 7, sobre la propuesta de valor se obtendrá mediante los diferentes servicios y el seguimiento del servicio post venta que tendrá cada usuario que solicite los diferentes servicios en nuestra plataforma web. Así mismo, se contará con diferentes especialistas para elección del usuario, los cuales le brindarán servicios de calidad a las mascotas, los horarios serán escogidos a disponibilidad del dueño de la mascota. Es por ello, que esta plataforma será de beneficio para los dueños, debido que podrán buscar y encontrar todo en nuestra página web, sin necesidad de estar saliendo por una atención hacia su mascota.

Segmento de mercado 2: Hombres y mujeres de 21 a 50 años que sean especialistas en el rubro de servicio de atención a las mascotas en Lima Metropolitana de la zona 7, tendrán la propuesta de pertenecer a la plataforma de Petwouse con inscripciones gratuitas dentro del cual podrán impulsar sus servicios mediante información e imágenes. Además, se desarrollarán márgenes de ganancias para los especialistas, para ello deberán de pasar algunos filtros y presentar documentos en relación a los servicios que ofrecen en nuestra plataforma web.

3.5. Identificación de elementos diferenciales

Tabla 44. Petwouse vs competidores

Características	VetPlace	CampDog	Vicdogs	Clínica Veterinaria Groomers	Club canino Dog City	Petwouse
Segmentos de mercado	Personas que tienen mascotas y que pertenecen al NSE A, B y C	Personas que tienen mascotas y que pertenecen al NSE A, B y C	Personas que tienen mascotas y que pertenecen al NSE A, B y C	Personas que tienen mascotas y que pertenecen al NSE A, B y C	Personas que tienen mascotas y que pertenecen al NSE B y C	Personas que tienen mascotas y que pertenecen al NSE A y B
Canales de ventas	Los canales de venta principalmente son mediante la plataforma web, Facebook e Instagram.	El único canal de venta que tiene es mediante Facebook.	Los canales de venta son mediante la plataforma web, Facebook e Instagram.	Los canales de venta son mediante la plataforma web, Facebook e Instagram.	El único canal de venta que tiene es mediante Facebook.	Los canales de venta que tiene Petwouse es mediante la plataforma web, whatsApp, Facebook e Instagram
Servicios	Los servicios que brindan son baños y cortes, hospedaje, vacunas, consultas, cumpleaños y	Los servicios que brindan son paseos y adiestramiento para mascotas.	Los servicios que se brindan son baños y peluquería, paseos anti estrés,	Los servicios que se brindan son baño y peluquería, adiestramiento, hospitalización	Los servicios que brindan son baños y peluquería, adiestramiento y	Los servicios que brindaremos en Petwouse son: grooming, paseos, adiestramiento,

	entrenadores cuentan con el precio en la misma página web.		adiestramiento, hospedajes recreativos.	post cirugías, teleconsultas, exámenes de laboratorio.	hospedaje para mascotas.	alojamiento, veterinaria, consultas que se atienden a domicilio, un servicio de transporte, emergencia las 24 horas del día.
Actividad de marketing en línea	Creación de contenido de valor a través de sus redes sociales, además de una plataforma web muy amigable y atractiva para los clientes.	Contenido de valor relevante en las redes sociales.	Creación de contenido de valor en base a los servicios que se ofrecen, publicación de videos de estos.	Creación de contenido de valor a través de sus redes sociales, también presenta una plataforma web muy atractiva y una sección de adopciones.	Publicación de videos y fotos de los servicios que ofrece mediante Facebook.	Publicaciones con contenido de valor a través de nuestras redes sociales y nuestro blog, lo cual generará un mejor acercamiento y confianza entre clientes y especialistas. Asimismo, contamos con una plataforma atractiva para que se

						perciba que nuestra marca está orientada al amor por las mascotas.
Seguimiento, tipo de servicio y servicio post venta	Cuenta con una plataforma la cual permite el registro de los dueños para tener un seguimiento a sus mascotas, sin embargo no se brinda un servicio.	Debido a que su único canal de venta es mediante Facebook y no cuentan con una plataforma web, los dueños no pueden tener un seguimiento de sus mascotas. A pesar de ello, cuenta con un servicio personalizado debido a que brinda clases de	Se realiza un servicio personalizado debido a que se brindan clases de adiestramiento a mascotas, sin embargo, en su plataforma web, los dueños no pueden registrarse para observar cómo es la evolución y los servicios que	A pesar de tener una plataforma web atractiva, esta no cuenta con la opción del registro para las personas, por lo que no pueden tener un seguimiento de sus mascotas y los servicios que se les ha brindado y los próximos para ellos. De	Se puede inferir que no cuenta con un servicio personalizado, ni seguimiento post venta para las mascotas y ello se puede evidenciar en su página de Facebook donde simplemente se enfocan en brindar los servicios.	Petwouse realizará un seguimiento a las mascotas, donde cada una de ellas tendrá un perfil con algunos datos necesarios, cartilla de vacunas y lista de alergias, así como de un historial de todos los servicios adquiridos y un cronograma en donde verán qué servicios están programados. Asimismo, podrán ver a través de

adiestramiento,
no obstante, su
servicio es muy
limitado por lo
que no brindan un
servicio post
venta.

anteriormente ha
recibido sus
mascotas.
Asimismo, no se
envían
recordatorio ni
mails para las
vacunas de las
mascotas por lo
que no se
percibe una
preocupación
por el estado de
las mascotas de
los dueños que
anteriormente
han pagado por
algún servicio.

igual manera, no
se envían
recordatorio ni
mails para las
vacunas de las
mascotas por lo
que no se percibe
una preocupación
por el estado de
las mascotas de
los dueños que
anteriormente
han pagado por
algún servicio.

notificaciones cuantos
días han transcurrido
desde la última vez
que utilizaron un
servicio.

Mediante el cuadro se ha comparado a *Petwouse* con sus cinco principales competidores en base a distintas características. El primero de ellos es Vetplace la cual es una veterinaria orientada principalmente a los NSE A y B. Asimismo, los servicios que brindan se pueden adquirir mediante la plataforma web, Facebook e Instagram, y estos son baños y cortes, hospedajes, vacunas, consultas, organización de cumpleaños y entrenamientos, cabe mencionar que todos los servicios cuentan con precio, lo cual genera que los clientes tengan una información a detalle. Las actividades que realiza mediante las redes sociales es la creación de contenido de valor orientado a los dueños de las mascotas, así como también mantiene una plataforma que se percibe muy amigable y atractiva para los clientes.



Figura 10. Competidor Vetplace

Fuente: Plataforma Vetplace

Como se puede observar en la figura, la plataforma Vetplace es bastante completa, brinda distintos servicios cada uno en una distinta sección, además que se puede visualizar desde primera instancia el precio de cada uno de ellos. De igual manera, las personas pueden crearse una cuenta e ir añadiendo al carrito los distintos servicios que se encuentran en la plataforma web. Por lo anterior mencionado, se puede inferir que Vetplace es un competidor muy fuerte para *Petwouse*, nuestro emprendimiento, a pesar de que este último incluye otros servicios adicionales a los mencionados.

El segundo competidor que hemos considerado es la escuela canina *CamDog*, que brinda servicios como paseos y entrenamiento a las mascotas. En su página de Facebook cuenta con 22 mil seguidores, por lo que se puede inferir que es un competidor fuerte para nosotros. Asimismo, su público objetivo está orientado a personas ubicadas en los distritos de La Molina, Surco, San Borja, San Isidro, entre otros, y el público objetivo de *Petwouse* también se encuentra ubicado en esos distritos debido a que la mayoría de las personas pertenecen a los NSE A, B y C.



Figura 11. Competidor CampDog

Fuente: CampDog

 CamDog - Paseos y entrenamientos de perros está en Lima - Perú. 28 de abril · Lima · 🌐

¡Hola! Somos CAMDOG y te facilitamos la convivencia con tu mascota brindándole bienestar físico y emocional en cada paseo 🐾.

¿Qué incluyen nuestros servicios? 🐾💙.

- ✅ Caminatas, juegos, socialización, desgaste físico y rutina antiestrés.
- ✅ Personal altamente capacitado y equipados con: alcohol, correas de 10 metros para realizar ejercicios, bolsitas, pelota.
- ✅ Desarrollo de habilidades caninas
- ✅ Beneficios (descuentos en accesorios de nuestros patrocinadores)

🕒🍷 Aprovecha las mejores promociones de nuestro mes de aniversario 🐾💙🍷🕒

Cobertura: La Molina 📍, Surco 📍, San Borja 📍, San Isidro 📍, Miraflores 📍, Jesús María 📍, Magdalena 📍, Miraflores 📍 y San Miguel 📍.

Síguenos en nuestras redes sociales para ver opiniones de nuestros clientes y videos de nuestros engreídos:

- 📱 Nuestro WhatsApp: 948563607
- 📘 Nuestro Facebook: CamDog - Paseos y entrenamientos de perros.
- 📷 Nuestro Instagram: @camdogperu

Figura 12. Competidor CampDog

Fuente: Facebook CampDog

De igual manera, como podemos observar en la imagen, *CamDog* tiene una comunicación muy amigable con su público objetivo, además de un video donde muestra todos los

protocolos a seguir mientras están brindando los servicios, lo cual ayuda a que las personas depositen una mayor confianza en ellos.

El tercer competidor es *Vicdogs*, la cual es una escuela canina que brinda servicios como baños, peluquería, paseos anti estrés, adiestramiento y hospedaje recreativos. Estos están orientados principalmente a personas que se encuentran dentro de los NSE A, B y C y se ofrecen a través de la plataforma web, Facebook e Instagram. El diseño de su plataforma web es confuso debido a que no tiene un orden establecido y los colores no son atractivos. *Vicdogs* no es un competidor tan fuerte como los dos anteriores mencionados, pero consideramos que ya es un emprendimiento que se encuentra en el mercado y con parte de público objetivo similar al nuestro.



Figura 13. Competidor *Vicdogs*

Fuente: Plataforma *Vicdogs*

El cuarto competidor que hemos considerado para *Petwouse* es la *Clínica Veterinaria Groomers*, la cual tiene como propuesta de valor brindar asesoría médica desde la comodidad de casa para despejar dudas respecto a las distintas situaciones que presentan las mascotas.

Asimismo, cuenta con otros servicios los cuales son baño y peluquería, adiestramiento, hospitalización post cirugía, teleconsultas, exámenes de laboratorio y emergencia que atiende las 24 horas del día.

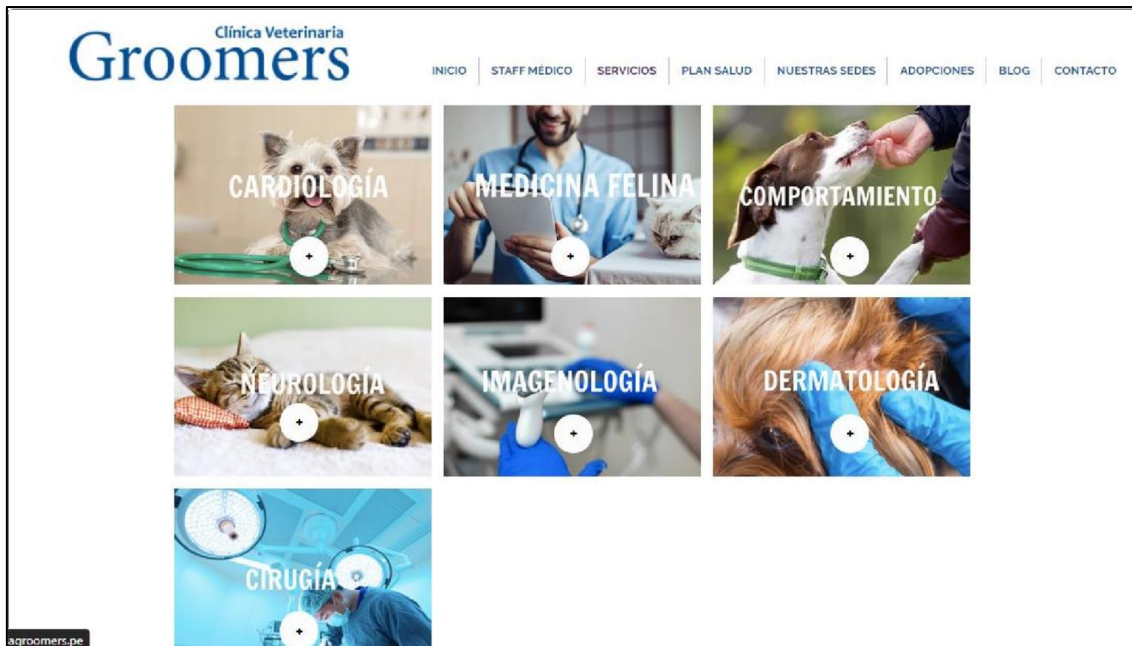


Figura 14. Competidor Clínica Veterinaria Groomers

Fuente: Plataforma Clínica Veterinaria Groomers

De igual manera, *Clínica Veterinaria Groomers* tiene la responsabilidad de ayudar a encontrar un hogar a los animales que se encuentran en la calle y a la colaboración de algunos animales de la calle que se encuentran en un mal estado o que estén desarrollando una enfermedad. Es por ello que las personas lo ven como una comunidad orientada al amor incondicional por los animales y ello genera un mejor lazo con las personas.

El quinto competidor que hemos considerado para nuestro emprendimiento es el *Club Canino Dog City*. Este club brinda servicios como baños, peluquería, adiestramiento y hospedaje para mascotas y está orientado a personas que se encuentran en los NSE B y C, únicamente mediante Facebook. Asimismo, para generar más confianza con los clientes, *Club Canino Dog City* publica videos y fotos de los servicios que ofrece como se puede ver a continuación.



Figura 15. Competidor Clínica Veterinaria Groomers

Fuente: Facebook Club Canino Dog City

Para finalizar, la propuesta de valor de nuestro proyecto se basa en mostrar las ventajas que aportamos como negocio a nuestro público objetivo. En nuestro caso, es un servicio personalizado para diferentes mascotas desde las más comunes como perros o gatos, hasta las menos comunes, como aves, por lo mismo no existen muchos lugares en donde puedan ser atendidas sus necesidades. Es al ver que existe esta necesidad que no está siendo atendida y que representa una oportunidad de emprendimiento, que decidimos emprender *Petwouse*, en donde los dueños encontrarán una rigurosa selección de especialistas entre los que podrá escoger a criterio el que mejor le parezca para brindarle un servicio especializado y personalizado en atención a las necesidades de su mascota, como grooming, paseos, adiestramiento, alojamiento, veterinaria y consultas que se atienden a domicilio. De igual manera, los dueños tendrán la posibilidad de programar citas en el día y hora que ellos prefieran de acuerdo a la disponibilidad de los servicios y especialistas. Y para brindarles un servicio más seguro, las personas contarán con un servicio donde por medio de la plataforma podrán visualizar dónde se encuentra su mascota en tiempo real. Por otro lado, dentro de nuestra plataforma habrá un blog donde el objetivo es

conectar a los clientes con los especialistas y resolver las dudas que tengan, como también que sea una comunidad donde se redacten excelentes experiencias de ambas partes al adquirir nuestros distintos servicios. Por último, nuestros servicios no sólo terminan cuando acaba el servicio adquirido por las personas para sus mascotas, sino que a estos mismos le llegarán mails y recordatorios con respecto al estado de salud de su mascota, por ejemplo, cuándo le toca aplicar la siguiente vacuna, su siguiente baño, entre otras opciones recomendadas por nuestra propia plataforma.

4. BUSINESS MODEL CANVAS

4.1. BMC



Figura 16. Business Model Canvas Petwouse

Fuente: Elaboración propia

4.2. Desarrollo y sustento de cuadrantes

Segmento de clientes

El segmento de clientes al cual está dirigido nuestro proyecto se basa en dos grupos. El primer segmento son personas en el rango de 21 a 50 años pertenecientes al NSE A y B, que tengan mascotas y que vivan en Lima Metropolitana de la Zona 7. El segundo segmento son especialistas en el rubro de servicio de atención a mascotas que se encuentran en el rango de 21 a 50 años y que estén ubicados en Lima Metropolitana de la Zona 7.

Propuesta de valor

La propuesta para la solución del problema planteado es una plataforma web que conecte emprendedores en el rubro de mascotas con personas que tienen mascotas para que puedan brindarles diferentes servicios de calidad como grooming, paseos, peluquería, adiestramiento, alojamiento, spa, veterinaria y consultas a domicilio. Asimismo, el especialista podrá acceder de forma sistemática a la información relevante y características de cada mascota y tendrá la flexibilidad de programar citas de acuerdo a su disponibilidad de tiempo. También, mediante la plataforma tendrá mayor alcance de clientes potenciales y ello le generará ingresos adicionales. Por otro lado, el segmento de personas que tienen mascotas podrá recibir notificaciones de recordatorios sobre los servicios esenciales que requiere su mascota. Además, la plataforma permite al segmento de personas que tienen mascotas la facilidad de solicitar servicio a domicilio y también se dará gift card de descuentos para los clientes.

Canales

Los medios que utilizamos para llegar a nuestro público objetivo y darles a conocer nuestra propuesta de valor es mediante las redes sociales a través de Facebook publicando contenidos de valor como anuncios, los cuales son atractivos para nuestros dos segmentos logrando así que el interés del usuario. Asimismo, en la plataforma web se podrá visualizar los servicios que ofrecemos para las mascotas y a través de mails y vía WhatsApp se les hará saber los precios y ofertas que contamos en nuestros servicios, así como también recordatorios con respecto al seguimiento y control que se tiene de la mascota.

Recursos claves

Entre los recursos claves contamos con el programador de landing page, quien se encargará de darle mantenimiento, así como ejecutar mejoras que se pudieran requerir para una mejor experiencia del cliente. Otro recurso es el capital requerido para emprender el negocio. Sin duda la plataforma web es indispensable, ya que sin ella no sería posible ofrecer el servicio.

Actividades clave

El desarrollo y mantenimiento de la plataforma como actividad clave nos permitirá continuar con el negocio ya que es a través de ella que ofrecemos el servicio y conectamos con los clientes. Por su parte la gestión de contenidos en redes sociales será empleado para posibilitar los dos puntos antes mencionados. Asimismo, se manejará una gestión de sistema de contratos y se hará una evaluación para el reclutamiento de emprendedores.

Relación con el cliente

El primer tipo de relación que se tendrá será a modo de comunidad en redes sociales, en las cuales se pondrá a informar de los servicios y descuentos que ofrecerá en la plataforma. El segundo tipo es la atención personalizada, ya que se atenderán las necesidades de manera particular dependiendo de cada mascota y el servicio que se solicite. Seguido de ello tenemos el tercer tipo: el seguimiento post servicio, mediante el cual se le brindará un acompañamiento al dueño y a la mascota después de habersele dado el servicio a fin de mejorar su experiencia correspondiendo a sus necesidades y de ese modo mantener una relación duradera con el cliente. Asimismo, tenemos el recordatorio de eventos en la cual se notificará recordatorios sobre los servicios esenciales que requiere su mascota. También, tenemos al servicio de soporte técnico que tiene la finalidad de poder brindar ayuda a los usuarios ante cualquier problema que se presente dentro de la plataforma. Por último, tenemos el sistema de calificación, el cual consiste en poder recibir de parte del cliente después de haber dado el servicio una evaluación del mismo, lo que nos permitirá valorar si el servicio responde efectivamente a sus necesidades.

Socios clave

Los socios clave para nuestro proyecto a realizar son las empresas que pertenecen al rubro de mascotas, como los emprendedores del rubro veterinario y los expertos en desarrollo y programación de páginas web.

Estructura de costos

Los costos en los que incurrimos se basan en el costo del dominio, hosting y mantenimiento de nuestra plataforma web donde los usuarios podrán visualizar los diferentes servicios que brindamos, también el gasto por servicios a desarrollador web y los gastos de marketing y publicidad para hacernos más visibles en el mercado y llegar a más posibles clientes.

Ingresos

Los ingresos que obtendremos serán a base de las comisiones que aplicamos al personal que brinda los servicios a las mascotas.

5. VALIDACIÓN DE LA SOLUCIÓN

5.1. Validación técnica de la solución

5.1.1. Experimento 1

Segmento de mercado 1: Hombres y mujeres de 21 a 50 años que tienen mascotas de los niveles socioeconómicos A y B en Lima Metropolitana de la Zona 7.

a. Objetivo del experimento

El objetivo de este experimento es recolectar todas las opiniones y recomendaciones que nos brindan los usuarios que tienen mascotas, con la finalidad de saber su perspectiva acerca de la plataforma web y la idea de negocio que hemos realizado. Este primer experimento es fundamental, ya que con la información obtenida se podrá realizar mejoras en la plataforma web.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Como grupo decidimos realizar una guía de preguntas enfocada al diseño, interacción y usabilidad de la plataforma web. Para dicho experimento, se mostró el prototipo de alta fidelidad de nuestra plataforma web a 10 usuarios. Cada usuario navegó por la plataforma con la finalidad de que pueda ver cada sección y los botones que se implementaron. Después de ello, hemos procedido a realizar 12 preguntas claves, las cuales son:

- ¿Qué opinas de esta idea de negocio?
- ¿Qué problemas crees que te ayudaría a resolver al utilizar esta plataforma?
- ¿Qué te gusta de este ejemplo que te mostramos de nuestra plataforma web?
- ¿Qué es lo que no te gusta del ejemplo que te enseñamos?
- ¿Qué consideras que deberíamos implementar en la plataforma para una mejor experiencia?
- ¿Qué opinas del contexto textual e imágenes del ejemplo que te mostramos?
- ¿Qué opinas sobre la organización o proceso para solicitar un servicio?
- ¿Qué opinas sobre los servicios que se muestran en la plataforma?
- ¿Qué opinas del logo?

- ¿Consideras a la plataforma como un medio para ofrecer bienestar y salud a tu mascota? ¿Por qué?
- ¿Estarías dispuesto a realizar una reserva de algún servicio? ¿Por qué?
- ¿Qué servicio crees que pedirías con mayor frecuencia?

Tabla 45. *Matriz de validación del primer experimento de experiencia de usuario.*

Nº	Hipótesis	Método	Métricas escogidas	Criterios de éxito
1	Los usuarios comprenden la funcionalidad de la plataforma web.	Entrevista usuarios	Nº de usuarios satisfechos con la funcionalidad de la plataforma web	Al menos el 70% de los usuarios entrevistados entienden las distintas opciones de la plataforma web.
2	Los usuarios consideran que se debería mejorar e implementar algunas opciones en la plataforma Web.	Entrevista usuarios	Nº de recomendaciones o mejoras para la plataforma web	Al menos 5 recomendaciones de mejora de los entrevistados

Fuente: Elaboración propia

ii. Bitácora de actividades

Tabla 46. *Bitácora de actividades del primer experimento para la experiencia usuario.*

Actividad	Tareas	Resultados
Elaboración del diseño de la plataforma web.	Realizar el diseño del prototipo de la plataforma web a través de la herramienta Wix.	Se realizó el prototipo de alta fidelidad de la plataforma web.
Entrevistar a personas que tienen mascotas para saber su	Establecer las reuniones vía zoom pactando una hora	Se realizó entrevistas a 10 usuarios que tienen

punto de vista acerca de la plataforma web	Realizar las grabaciones de dichas entrevistas.	mascotas para saber su punto de vista de cada uno y sus recomendaciones acerca de la plataforma web.
Recaudar información, recomendaciones y opiniones de los usuarios entrevistados	Recopilar y transcribir las entrevistas realizadas	Se recopiló las entrevistas realizadas al segmento 1 y se transcribieron dichas entrevistas.

Fuente: Elaboración propia

c. Análisis e interpretación de resultados

Segmento de mercado 1: Hombres y mujeres de 21 a 50 años que tienen mascotas de los niveles socioeconómicos A y B en Lima Metropolitana de la Zona 7.

ENTREVISTA 1:

En esta ocasión se entrevistó a Elizabeth, quien nos comentó que le parece interesante la idea de negocio ya que es innovador, creativo y nunca había presenciado una plataforma que abarque todos los servicios como la que le hemos presentado. La entrevistada considera que la plataforma le ayudaría bastante con los servicios de veterinaria ya que lo solicita muy frecuentemente y el de adiestramiento porque necesita a su mascota educarlo. Lo que le atrae más de la plataforma es el hecho que tiene una interfaz muy amigable, los colores tienen tonalidades claras que no le agota la visión y el diseño es muy dinámico ya que le permite navegar por las diferentes opciones muy originales que tiene. Sin embargo, lo que no le gusta de la plataforma es la parte del carrito de compras ya que no sabe cómo eliminar algún servicio que ha seleccionado. Asimismo, la entrevista nos comentó algunas sugerencias como el hecho de que haya un testimonio del servicio de algún usuario para que pueda tener confianza al querer solicitar algún servicio para su mascota. También, considera que las imágenes son tipo modernas y sobrias porque en otras plataformas nunca había visualizado la calidad de esa forma y con respecto al contenido textual le agrada bastante ya que no tiene exceso de información y está todo detallado y preciso. La parte de canal vía WhatsApp y el chat en la plataforma lo considera muy esencial ya que es un contacto directo para que el usuario pueda interactuar ante cualquier duda o consulta que tenga. Con respecto al proceso para solicitar el servicio lo

considera muy sencillo y rápido, ya que todo está conciso y los botones son fáciles de entender. Además, nos comenta que los servicios que hemos abarcado son justo lo que los usuarios de mascotas buscan, sobre todo que hoy en día por el trabajo remoto las personas buscan estos servicios. Por último, nos dijo que estaría dispuesta a solicitar una reserva de algún servicio porque considera que la plataforma es muy interesante y siempre le gusta probar nuevas ideas de negocio, y los servicios que solicitaría serían el grooming y adiestramiento.

ENTREVISTA 2:

En la entrevista realizada a Andrea nos comentó que la idea de negocio le parece una idea creativa, el diseño es muy novedoso y todo está súper estructurado para que las personas se puedan familiarizar de manera rápida. El problema que considera que podría resolver utilizando la plataforma es que le ayudaría en los servicios, por ejemplo, si es que saldría ella de viaje podría solicitar el servicio de alojamiento y se ahorraría tiempo en vez de estar buscando un lugar donde dejarlo y todo sería más rápido. La entrevistada nos comentó que lo más le gusta de la plataforma son las ideas que han sido plasmadas y lo más interesante considera que es la sección de adopción, ya que hoy en día las personas ya no compran perritos o gatitos y esto es una buena iniciativa para poder darles un nuevo hogar. También, la entrevista nos comentó que le gustaría que implementemos más redes sociales como Instagram, ya que considera una red confiable donde podemos publicar las fotos de los servicios y ello generaría confianza en los usuarios. Asimismo, la entrevistada considera que el proceso para solicitar un servicio es muy práctico porque encuentras las opciones fácilmente, con un solo clic te dirige y en cada servicio te especifica lo que contiene y a que mascotas van dirigidas. Con respecto al logo, considera que es muy llamativo el hecho que haya una patita que evidencia la idea que va dirigido a las mascotas y el color es muy atractivo. Además, la entrevistada nos comentó que sí estaría dispuesta a solicitar un servicio por la plataforma ya que le genera confianza el hecho de lo que se especifica por cada servicio y las imágenes adjuntas en la plataforma, pero para volver a solicitar el servicio tendría que evaluarlo después de su experiencia. Por último, nos comentó que los servicios que utilizará con más frecuencia sería el paseo, ya que puede ser más sencillo al estar ocupada en su casa y alguien lo saque a pasear; también, el servicio de veterinaria al poder tener al día en sus vacunas a su mascota.

ENTREVISTA 3:

En la entrevista realizada a Valery nos comentó que considera excelente la idea del negocio de crear una plataforma para que los usuarios puedan solicitar cualquier servicio para su mascota, rescata el hecho que el diseño sea super creativo y que todo está muy bien estructurado. El problema que resuelve la plataforma considera que es el hecho de tener que contactar o ir directamente a una veterinaria, entonces al hacer uso de la plataforma te ahorras tiempo ya que puedes solicitar cualquier servicio con tal solo dar un clic en la opción que deseas y en el horario que quieres. La entrevista considera que la plataforma es práctica y super fácil de entender; es decir, de forma visible las opciones están colocadas para poder ser utilizada de manera fácil y entendible para que el usuario solicite cualquier servicio rápidamente. No obstante, la entrevistada nos sugiere que cambiemos los colores de la plataforma a colores vivos para que se vea más atractivo y a su vez que agreguemos imágenes de los servicios ya realizados. También, nos dijo que los servicios que se ofrece en la plataforma son excelentes ya que hay servicios que muy poco se ofrecen como el hospedaje y el adiestramiento, y la plataforma permitiría que se ahorre tiempo en estar buscando una persona de confianza y se le haría más fácil solicitar el servicio mediante la plataforma. Asimismo, la entrevistada considera que estaría dispuesta a realizar una reserva del servicio de adiestramiento y veterinaria. Por último, nos comenta que le agrada el logo ya que lo ve muy creativo y llamativo que va acorde con lo que queremos ofrecer.

ENTREVISTA 4:

La entrevista realizada a Jefferson, quien nos comenta que le parece genial la idea de negocio ya que se ofrece los servicios más solicitados, por el diseño de la plataforma y el hecho que mediante la plataforma se puede filtrar a los especialistas lo cual da confianza al usuario. El entrevistado considera que la plataforma resuelve el problema de que a veces los usuarios no disponen de tiempo, entonces mediante esta herramienta podrán solicitar de manera rápida cualquier servicio. También, nos comenta que le parece todo perfecto en la plataforma porque le genera confianza al poder brindar sus datos personales como celular y Gmail para que puedan contactarse con él si es que solicita algún servicio y poder saber cómo se encuentra su mascota. Con respecto a la organización o proceso de solicitar un servicio, el entrevistado dijo que le parecía eficiente ya que automáticamente podía reservar algún servicio, visualizar los días disponibles, elegir el

horario que más se le acomode y ello le facilita bastante porque ya no tendría que estar yendo hasta la veterinaria porque todo eso es muy tedioso y la plataforma le facilita en muchos aspectos. Asimismo, nos comentó que sí estaría dispuesto a hacer una reserva de algún servicio porque es una plataforma que le inspira confianza; sin embargo, le gustaría ver la calidad y el personal que brindará los servicios para que pueda fidelizarse como cliente y volver a utilizar el servicio. Por último, nos mencionó que los servicios que solicitaría con más frecuencia por la plataforma serían el grooming y la veterinaria.

ENTREVISTA 5:

En la entrevista realizada a José Limaylla, nos mencionó que la idea de negocio está bien estructurado y los servicios que se ofrecen están acorde a las personas que necesitan una atención de calidad para las mascotas que tienen. José considera que el problema que resuelve la plataforma es la desconfianza y la falta de tiempo para llevar a una mascota a los servicios que requiere. También, nos dijo que le agrado los servicios que se van a brindar ya que son los más solicitados por las personas y sugiere que sería ideal que se pueda incluir a futuro más servicios para que los usuarios deseen o capaz ampliar la cobertura de atención para más zonas o animales. Con respecto al contenido textual e imágenes, el entrevistado considera que la letra y el fondo no se pierden pues se distinguen los colores ya que tienen tonalidades cálidas, las combinaciones de colores son agradables y lo más principal es que no está saturado de imágenes. Asimismo, menciona que el proceso para solicitar un servicio lo considera muy sencillo ya que tiene un apartado de los servicios en la que fácilmente puede dirigirse a donde quiere reservar, escoger el horario que desea del servicio y el especialista con el que desea atender a su mascota. Además, nos dijo que sí estaría dispuesto a solicitar un servicio en la plataforma ya que considera que le brindan los servicios esenciales y en cada uno de ellos puede visualizar lo que contiene lo cual le genera mayor confianza al solicitarlo. Al concluir la entrevista, nos comentó que los servicios que más solicitaría en la plataforma es la veterinaria para poder realizar las consultas mensuales, vacunas y chequeos de su mascota.

ENTREVISTA 6:

En la entrevista realizada a Melissa, nos comenta que la idea de negocio es muy innovadora porque tiene todos los servicios esenciales que necesita una mascota para que tenga un buen cuidado tanto en su estética como en su salud. La entrevistada considera

que el problema que resuelve la plataforma es la falta de tiempo que tiene el dueño para brindarle los servicios que requiere su mascota, ya que la plataforma es un medio más accesible y rápido de poder solicitar un servicio. También, ha sugerido que en el carrito de compras haya la opción de poder quitar algún servicio que se ha seleccionado de manera incorrecta ya que cuando selecciono un servicio, al dar clic no le permitió retirarlo. De la misma manera, recomendó que nos enfoquemos en aparecer en todas las redes sociales para atraer usuarios, para que sea conocida la plataforma y las personas puedan absolver cualquier duda o consulta mediante el chat. Con respecto al contenido textual e imágenes, considera que es muy llamativo los colores que contiene la plataforma y las imágenes atraen bastante ya que cualquier texto que está en la plataforma está enlazado con su respectiva imagen y eso hace que se entienda mejor lo que dice cada sección. Asimismo, la entrevistada considera que los servicios que se ofrecen en la plataforma son los más esenciales que cualquier mascota necesita, por lo cual nos comenta que solicitaría todos los servicios ya que sus mascotas lo necesitan casi siempre. Además, nos dijo que sí estaría dispuesta a solicitar algún servicio de la plataforma ya que cuenta con todos los servicios esenciales que siempre brinda a su mascota y nos comentó que los servicios que solicitaría con más frecuencia serían la veterinaria y el grooming.

ENTREVISTA 7:

En la entrevista realizada a Enrique, nos comenta que la idea de negocio es muy innovadora ya que no existe una página que se encargue de juntar a diferentes especialistas que ofrezcan los servicios que se especifica en la plataforma, también el hecho que esta idea le ayudaría a ahorrar tiempo de estar buscando una veterinaria y tener que esperar para que le atiendan a su mascota. El entrevistado menciona que le agrada el hecho de que haya un cronograma en el que puede escoger el horario que más se le acomode, también que tiene la opción de elegir al especialista con el que quiere atender a su mascota y la sección de adopción en la que se dará la oportunidad a las mascotas de poder encontrar un hogar. Sin embargo, nos dijo que podíamos mejorar en la parte del perfil del usuario donde se colocan los datos, por ejemplo, le gustaría que se pueda guardar su número de tarjeta para que sea más rápido como método de pago sin la necesidad que esté rellenando siempre las casillas que solicitan para pagar algún servicio. Con respecto al contenido textual e imágenes, considera que es muy agradable la sección de las características de las mascotas donde el usuario puede definir a su mascota de

manera personal. Asimismo, menciona que el proceso de solicitar un servicio es muy práctico y específico en cada sección, ya que en la misma plataforma te indican cada paso que se debe realizar y a que mascotas está dirigida el servicio. De la misma manera, considera que se debe detallar los precios de cada servicio, añadir ofertas y paquetes de los servicios que se ofrecen en la plataforma. También, el entrevistado detalla que la plataforma es un medio que brindaría bienestar y cuidado de la salud de su mascota, ya que en ella puede encontrar diferentes servicios, especialistas y el hecho que puede solicitarlo de una manera rápida y directa sin la necesidad de estar buscando diferentes veterinarias para que le brinden el servicio que requiere su mascota. Entre los servicios que pediría con mayor frecuencia el entrevistado sería el grooming, hospedaje y veterinaria para que pueda periódicamente chequear a su mascota.

ENTREVISTA 8:

En la entrevista realizada a Arnold, nos menciona que la plataforma web es innovadora ya que nunca había observado una idea de negocio como este. El problema que considera que ayudaría a resolver la plataforma es cuando se encuentra ocupado y no tiene tiempo para estar buscando una veterinaria entonces mediante la plataforma ahorra tiempo ya que todo se encuentra de manera rápida y con un solo clic puede reservar el servicio dependiendo de su disponibilidad. El entrevistado nos comenta que la plataforma es muy amigable, sencillo de poder manejarlo y estructurado para poder solicitar algún servicio. Asimismo, el entrevistado nos sugiere que podríamos añadir más imágenes de otras mascotas como loros, conejos, entre otros animales que atendemos; porque mayormente se visualiza imágenes de perros. De la misma manera, el entrevistado considera que los servicios que se ofrecen son los esenciales que siempre busca el dueño de una mascota. Además, el entrevistado nos dijo que sí estaría dispuesto a realizar una reserva de algún servicio que requiere su mascota y entre los servicios que solicitaría con mayor frecuencia sería el grooming y la veterinaria.

ENTREVISTA 9:

En la entrevista realizada a Naysha, nos comentó que la idea de negocio es muy original porque permite al usuario elegir diversos especialistas y servicios; es decir, el usuario tiene la libertad de poder escoger lo que le parezca adecuado. La entrevistada considera que el problema que resuelve la plataforma es el hecho que esta herramienta sea muy accesible, ya que con un solo clic tiene la libertad de escoger el servicio que quiere

solicitar y se ahorraría tiempo de estar yendo a la veterinaria y esperar que atiendan a su mascota. También, la entrevistada nos sugiere que los especialistas coloquen su trayectoria de lo que han trabajado ya que ello generaría mayor confianza en el usuario al dejar a su mascota. Lo que le agrada de la plataforma a la entrevista es la organización que tiene porque está todo estructurado los servicios y la sección de adoptemos ya que le dan énfasis en la adopción de los animalitos. Asimismo, la entrevistada nos comenta que se debería agregar los casos que se han atendido para que ello genere confianza con el dueño de la mascota al solicitar un servicio. Con respecto al contenido textual e imágenes, considera que la plataforma es muy amigable y accesible para las personas ya que contiene colores muy llamativos. De la misma manera, la entrevistada considera que los servicios que se ofrecen en la plataforma son los principales que todo usuario que tiene mascota requiere. Por último, la entrevistada nos dijo que sí estaría dispuesta a solicitar algún servicio de la plataforma y los que con más frecuencia reservará serían el grooming y el hospedaje.

ENTREVISTA 10:

En la entrevista realizada a Eduardo, nos comentó que a simple vista al ingresar a la plataforma puede darse cuenta a que se dirige la idea de negocio por el diseño, la estructura y el logo. El entrevistado nos mencionó que no le agrada la parte de registro ya que es una interfaz que no le llama la atención por el color de fondo de dicha sección y por el hecho que no tiene agregado imágenes de clientes potenciales con su mascota recibiendo el servicio. También, considera que la opción de cronograma es muy importante ya que con ello puede llevar tipo un calendario de las fechas en las cuales su mascota ha recibido algún servicio y a su vez recordatorios donde se le indica qué servicios están próximos a poder recibir su mascota. Con respecto al historial de pedidos, nos comenta que lo considera muy repetitivo y más lo ve como una sección donde podría guardar los servicios favoritos que cree. Le agrada bastante la sección del perfil de la mascota por el hecho de que se puede registrar la información relevante de cada mascota porque se tendrá un mayor conocimiento de sus características principales y con ello pueden recibir un servicio personalizado. El entrevistado nos sugiere que en la sección del perfil de mi mascota cambiemos el fondo de color blanco y coloquemos un color que le dé contraste a los colores pasteles que tiene cada botón. También, nos recomienda que agreguemos fotos o videos de las instalaciones donde se va a brindar el servicio o mascotas recibiendo el servicio en las partes laterales de cada sección de los servicios,

para que eso genere confianza al usuario y sea más atractiva la plataforma. Asimismo, el entrevistado considera que la parte de los servicios en lo que se detalla que se brinda en cada uno le parece genial ya que es entendible a quien se dirige, con términos fáciles de comprender y lo que se ofrece. De la misma manera, nos sugiere que en la sección de adopción podemos incluir campañas que realizan las municipalidades para que la plataforma pueda trabajar de la mano con ellos. También, nos recomendó colocar post de los cumpleaños o servicios que reciben las mascotas que sean clientes potenciales en la plataforma para que tipo lo celebremos con ellos. Además, nos ha sugerido que en la parte de inicio agreguemos ofertas y descuentos de servicios y cuando hay fechas importantes como el día del gato o del perro que se ofrezca ofertas por esos días. El entrevistado nos dijo que lo que busca de la plataforma es comunicación rápida y que poder encontrar dentro testimonios de los usuarios calificando el servicio que han recibido. Por parte del proceso para solicitar un servicio considera que es muy accesible y rápido, ya que todo se encuentra detallado y claro de lo que ofrece cada uno. A su vez, mencionó que le gustaría que incluyan dentro del servicio de veterinaria lo que es ecografías y análisis. Por último, el entrevistado nos mencionó que si estaría dispuesto a solicitar algún servicio en Petwouse porque la plataforma le brinda la facilidad de poder elegir el servicio, el día, la hora y el especialista que desee, y entre los servicios que pediría con mayor frecuencia sería el grooming y los paseos.

Con las entrevistas realizadas se ha podido obtener mucha información relevante acerca de lo que opinan y sugieren los usuarios del segmento 1, quienes son las personas que tienen mascotas. Los entrevistados coincidieron en el punto de que la plataforma es muy amigable y de fácil accesibilidad en la que no se complican en el proceso de solicitar un servicio; sin embargo, se tuvo diferentes respuestas sobre otras secciones donde algunos usuarios les agradaba, pero otros nos daban recomendaciones para poder mejorar la experiencia del usuario. Asimismo, es importante resaltar que todos los usuarios coincidieron en sus respuestas de que los servicios que se ofrecen en la plataforma son los esenciales que todo dueño de una mascota busca. También, el hecho que la sección de adopción es un plus que atrae bastante la atención del usuario ya que nos comentan que hoy en día muy pocas personas compran una mascota más tienden a buscar adoptar a algún animalito y si se encuentra en una plataforma se genera mayor confianza en el usuario. De la misma manera, a algunos usuarios no le agrada los colores que se han utilizado en la plataforma por lo que nos sugieren que el contorno blanco pueda ser

cambiado por un color llamativo que combine con los colores pasteles que tiene los textos y los botones. Incluso los usuarios nos comentan que el contenido textual es lo preciso que siempre buscan en una plataforma ya que contiene lo necesario y específico que quiere decir cada sección más aún que las imágenes ayudan a entender a lo que se refiere. Por otro lado, los usuarios nos recomiendan que se agreguen imágenes y testimonios de los clientes que han realizado algún servicio en nuestra plataforma. Los entrevistados nos mencionaron que para que ellos puedan contactarse con nosotros para cualquier duda o consulta deberíamos colocar las redes sociales en la plataforma para que de esa manera los dirija más rápido.

Tabla 47. *Malla receptora de la validación del primer experimento de experiencia de usuario.*

Ideas Interesantes	Críticas Constructivas
Plataforma dinámica y muy bien estructurada.	Falta de información sobre los precios de cada servicio.
Existe interés por parte del usuario de solicitar algún servicio de la plataforma.	Hacer más atractiva la tipografía del logo.
El contenido textual contiene lo necesario y detallado de lo que se refiere cada opción.	No hay imágenes referenciales de los servicios ya brindados a los usuarios.
Idea de negocio innovador y original en la que se juntará a diferentes especialistas que brindarán diversos servicios.	Falta la sección de testimonios de los usuarios que comentan cómo les ha parecido el servicio.
Excelente opción de que el usuario pueda agregar las características de su mascota.	
Preguntas Nuevas	Ideas Nuevas
¿Será apropiado colocar ofertas, promociones y descuentos en algunos servicios?	Colocar los canales en la plataforma y los redirige a la red social que seleccionen. Cambiar el tipo de letra y aumentar colores en el logo.

<p>¿Será adecuado ofrecer promociones y descuentos en la plataforma o por otro canal?</p>	<p>Colocar una sección donde el usuario pueda colocar sus servicios favoritos.</p>
<p>¿Qué mejoras se pueden realizar en la plataforma para que atraiga a las personas que tienen mascotas?</p>	<p>Colocar imágenes o videos de los servicios ya brindados en la plataforma.</p>
<p>¿Sería conveniente ofrecer más servicios en la plataforma?</p>	<p>Poner promociones, ofertas y descuentos en la página de inicio.</p>
	<p>Cambiar el fondo blanco de la plataforma por uno de color llamativo que combine con los colores pasteles de los botones.</p>
	<p>Indicar los precios de cada servicio al darle clic en reservar.</p>
	<p>Colocar imágenes de otros animalitos que se atienden aparte de gatos y perros.</p>
	<p>Colocar una sección donde se celebre el cumpleaños de alguna mascota que se atiende por la plataforma.</p>
	<p>Agregar una sección de testimonios de los usuarios por los servicios brindados.</p>

Fuente: Elaboración propia

Es importante recalcar que, haber realizado el experimento mediante entrevistas fue muy útil, ya que con ello se pudo identificar que los entrevistados nunca habían observado una idea de negocio parecida a la nuestra por lo que era muy innovador todo lo relacionado a la plataforma y el hecho de poder escoger su especialista y programar el horario que más se le acomode a su disponibilidad de tiempo. Por lo que, consideramos promocionar en todos los canales lo que ofrecemos en la plataforma para llegar así a más clientes potenciales.

d. Aprendizajes – Cambios a realizar

Con este primer experimento mediante entrevistas que se ha realizado a los usuarios que tienen mascotas hemos aprendido la importancia de saber la opinión de cada uno de ellos y aceptar las sugerencias para ofrecer una mejor experiencia en la plataforma. Según lo que hemos recolectado de todas las entrevistas acerca de la plataforma nos mencionaron que se debería colocar los precios y el tiempo que dura cada servicio, también cambiar la

tipografía y aumentar colores al logo de la plataforma, y agregar una sección de ofertas, promociones y descuentos en la página de inicio. Asimismo, nos dijeron que las redes sociales deberían estar en la plataforma para que ellos puedan dirigirse directamente a ellas. De la misma manera, nos comentaron que deberíamos colocar imágenes o videos de los servicios que ya hemos brindado a algunas mascotas para que el usuario tenga mayor confianza de poder solicitar algún servicio mediante la plataforma y agregar testimonios de los clientes potenciales sobre su experiencia con la plataforma web. Por otro lado, los entrevistados nos comentaron que la idea de negocio es original, pues nunca habían escuchado de una plataforma que brinde estos servicios y que tengan la posibilidad de escoger el especialista, el día y hora en que desean el servicio ya que no cuentan con tiempo para estar esperando que le atiendan en la veterinaria, ni de estar buscando a paseadores y adiestradores para su mascota que sean personas de confianza. Es de suma importancia mencionar que se implementará todas las opiniones, sugerencias y recomendaciones de los entrevistados con la finalidad de poder mejorar la experiencia del usuario y cubrir la necesidad de atención personalizada y especializada para las mascotas y que los usuarios puedan ahorrarse tiempo en solicitar algún servicio.

e. Sustentación de las validaciones (enlaces, audios, videos, imágenes, etc.)

Tabla 48. Entrevista N° 1 - Usuario

N° Entrevista	1
Entrevistador	Ana Karina Rojas De La Cruz
Tipo de Entrevistado	Persona que tiene mascota
Nombre	Valery Alca
Link de la Entrevista	https://drive.google.com/file/d/1Wd-ZAcFMoEoGONg4z0892-_DSZKL2Qnj/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

5.1.2. Experimento 2

Segmento de mercado 1: Hombres y mujeres de 21 a 50 años que tienen mascotas de los niveles socioeconómicos A y B en Lima Metropolitana de la Zona 7.

a. Objetivo del experimento

El objetivo del experimento 2 enfocado a las personas que tienen mascotas es aceptar todas las sugerencias y recomendaciones que nos han brindarán en las entrevistas realizadas, después de haber realizados los cambios y corrección de ciertos puntos en la plataforma web. El propósito es que los usuarios se fijen que hemos realizado las modificaciones pertinentes y en consideración de ello poder recibir una nueva retroalimentación con la finalidad de poder mejorar el prototipo y que sea más preciso sus funciones para que el usuario pueda tener la mejor experiencia.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Para validar la solución del segmento 1 que son personas que tienen mascotas, en este segundo experimento, ha sido vital que realicemos los cambios y modificaciones mencionadas en las entrevistas del primer experimento, por ello hemos realizado 10 entrevistas tanto a las mismas personas que han sido entrevistadas en el primer experimento como usuarios nuevos. Por lo tanto, hemos procedido a realizar las siguientes preguntas claves:

Guías de preguntas para el usuario entrevistado en el Experimento 1:

- ¿Qué consideras que deberíamos implementar en la plataforma para una mejor experiencia?
- ¿Qué opinas de las mejoras realizadas?
- ¿Qué opinas de que tengamos una sección donde puedas ver las ofertas?
- ¿Qué opinas acerca de los paquetes Premium? ¿Solicitarías uno de ellos?
- ¿Qué canales de los que te hemos comentado (Facebook, Instagram, WhatsApp y Gmail) utilizas más?
- ¿Qué canales usarías para ver nuestra información? ¿Solo por la plataforma o por los canales ya mencionados?

- ¿Te gustaría recibir información acerca de las ofertas y descuentos solo por la página web o a través de nuestras redes sociales o Gmail?
- ¿Consideras que nuestro canal de WhatsApp es importante para absolver dudas?
- ¿Consideras que a través de WhatsApp puedas enviar de forma rápida tu comprobante de yape o plin para el pago de un servicio por la plataforma?
- ¿Qué mejoras se pueden implementar en los canales que tenemos actualmente?
- ¿Consideras que Gmail es un canal importante donde te podemos enviar información sobre tu mascota y actualizaciones de la plataforma web?

Guías de preguntas para el usuario nuevo:

- ¿Qué consideras que deberíamos implementar en la plataforma para una mejor experiencia?
- ¿Qué opinas de que tengamos una sección donde puedas ver las ofertas?
- ¿Qué opinas acerca de los paquetes Premium? ¿Solicitarías uno de ellos?
- ¿Qué canales de los que te hemos comentado (Facebook, Instagram, WhatsApp y Gmail) utilizas más?
- ¿Qué canales usarías para ver nuestra información? ¿Solo por la plataforma o por los canales ya mencionados?
- ¿Te gustaría recibir información acerca de las ofertas y descuentos solo por la página web o a través de nuestras redes sociales o Gmail?
- ¿Consideras que nuestro canal de WhatsApp es importante para absolver dudas?
- ¿Consideras que a través de WhatsApp puedas enviar de forma rápida tu comprobante de yape o plin para el pago de un servicio por la plataforma?
- ¿Qué mejoras se pueden implementar en los canales que tenemos actualmente?
- ¿Consideras que Gmail es un canal importante donde te podemos enviar información sobre tu mascota y actualizaciones de la plataforma web?

Tabla 49. *Matriz de validación del segundo experimento de experiencia de usuario.*

Nº	Hipótesis	Método	Métricas escogidas	Criterios de éxito
-----------	------------------	---------------	---------------------------	---------------------------

1	Los usuarios comprenden y están dispuestos a solicitar un servicio por la plataforma web.	Entrevista usuarios.	Nro. de personas que utilizarían la plataforma web.	Al menos el 85% de los usuarios utilizarían la plataforma y solicitarían un servicio para su mascota.
2	Los usuarios se sienten familiarizados con la plataforma y están dispuestos a recomendar a sus conocidos la plataforma web.	Entrevista usuarios.	Nro. de personas que recomiendan la plataforma web.	Al menos 3 de los usuarios recomendarían la plataforma web.
3	Los usuarios consideran que se debería mejorar e implementar algunas opciones en la plataforma web.	Entrevista usuarios.	Nro. de recomendaciones o mejoras para la plataforma web.	Se reciben como mínimo 3 recomendaciones de mejora de los Entrevistados.

Fuente: Elaboración propia

ii. Bitácora de actividades

Tabla 50. Bitácora de actividades del segundo experimento para la experiencia usuario.

Actividad	Tareas	Resultados
Entrevistar a las mismas personas del experimento 1 y usuarios nuevos para saber su punto de vista acerca de la plataforma web.	Realizar los cambios y modificaciones en la plataforma. Luego, establecer las reuniones vía zoom y grabar las entrevistas.	Se envió link de la plataforma zoom para la reunión pactada.
Conocer la opinión y sugerencias de los usuarios con respecto a la plataforma y recibir un nuevo feedback.	Analizar y plasmar la información brindada de los usuarios acerca de la plataforma para poder rescatar nuevas recomendaciones y hacer modificaciones.	Al culminar las entrevistas, hemos considerado las opiniones, sugerencias y recomendaciones para empezar a plasmarlo en la plataforma según lo que nos brindaron en sus respuestas en base a las preguntas que se le ha realizado a cada persona.
Recaudar información, recomendaciones y opiniones de los usuarios entrevistados.	Recopilar y transcribir las entrevistas realizadas.	Se recopiló las entrevistas realizadas al segmento 1 y con ello se detalla qué aprendizajes y cambios se obtuvieron para mejorar la experiencia del usuario en la plataforma.

Fuente: Elaboración propia

c. Análisis e interpretación de resultados

Segmento de mercado 1: Hombres y mujeres de 21 a 50 años que tienen mascotas de los niveles socioeconómicos A y B en Lima Metropolitana de la Zona 7.

ENTREVISTA 1:

En la entrevista realizada a Veralucía Gomez, nos comentó que la idea de negocio le pareció muy útil e innovadora ya que hay muy pocas páginas que se especializan en

servicios para mascotas. También nos indicó que ella tiene una mascota por lo cual los servicios de grooming y paseos son muy indispensables para ella. Lo que más le llamó la atención fue que los usuarios pueden agendar citas para sus mascotas sin necesidad de ir a la veterinaria presencialmente para adquirir el servicio. Por ejemplo, nos comentó que en anteriores ocasiones le ha pasado que ha tenido que ir a las veterinarias a solicitar algún servicio para su mascota y estas le dicen que no pueden a esa hora y que regrese más tarde, lo cual le hace gastar parte de su tiempo en ello. Por otro lado, nos comentó que podríamos ofrecer y vender productos para mascotas, como la comida, ya que las mascotas muchas veces se aburren de comer lo mismo siempre. De igual manera, nos comentó que la parte de ofertas es una buena opción ya que actualmente las personas buscan ahorrar más dinero y ello hace que los usuarios se animen por adquirir los servicios y que sí estaría dispuesta a realizar una reserva para adquirir algún servicio para su mascota. En cuanto al servicio que pediría con mayor frecuencia, nos comentó que sería grooming y adiestramiento. El paquete premium le pareció una excelente idea, ya que de esa manera es un ahorro para los usuarios aparte de los beneficios que le pueden brindar a su mascota. Con respecto a los canales, nos mencionó que el que utiliza con mayor frecuencia es Facebook para buscar información. Para ver información con respecto a nuestra idea de negocio le gustaría que sea mediante Facebook y la plataforma web y en cuanto a si es que le gustaría recibir ofertas, nos comentó que sí pero que esta información le sea brindada por correo y Facebook, debido a que podría colocar a la página de Petwouse como predeterminado para recibir una alerta cada vez que realizamos una nueva publicación. Asimismo, considera que para resolver dudas el mejor canal es WhatsApp ya que se responde de manera más rápida y también que sí ve viable la idea de mandar un comprobante de pago mediante esta aplicación al momento de pagar por un servicio para su mascota. Por último, nos comentó que el Gmail sí lo considera un canal importante, pero no lo considera el canal fundamental para recibir información, para ello considera que sería Facebook.

ENTREVISTA 2:

En la entrevista realizada a Leonardo, nos comentó que la idea de negocio le pareció muy curiosa, útil y fácil debido a que todas las secciones tienen información importante de acuerdo a los servicios que brindamos. En cuanto a lo que le gusta más de la plataforma es que tenemos distintos servicios, una sección de adopción y también el hecho de que especialistas puedan solicitar ser parte de la plataforma. Asimismo, mencionó que el

hecho que haya fotos hace que la plataforma se vea más dinámica y ayude a las personas a comprender mejor la información que hay en las distintas secciones. Con respecto a las ofertas, nos comentó que es una buena idea ya que por el tema de la pandemia muchas personas están bajas de presupuesto y el hecho de generar ofertas para las mascotas, las incentiva para adquirir un servicio. Del mismo modo, nos comentó que sí estaría dispuesto a adquirir un servicio mediante la plataforma, le llamó mucho la atención el paseo ya que él tiene un perro y no tiene mucho tiempo para pasearlo y el precio le parece cómodo. Por otro lado, con respecto a los paquetes Premium, mencionó que le parece una buena idea porque puedes adquirir distintos servicios a un menor costo.

Con respecto a los canales, el que usa con mayor frecuencia es Instagram y le gustaría recibir información acerca de la plataforma y los servicios que se ofrecen mediante Facebook, debido a que es una red social que se usa con mayor frecuencia para estos servicios. También mencionó que el canal de WhatsApp es importante para resolver dudas de los usuarios, también porque se les puede brindar información personalizada y precisa; del mismo modo, mencionó que el hecho de enviar un comprobante por WhatsApp le parece factible pero que deberíamos considerar que no solo un cliente enviará esa información, sino que serían varios, por lo que debemos tener mucho cuidado y ser rápidos en las respuestas. Por último, considera que el Gmail es un canal importante para recibir información acerca de los servicios para su mascota; sin embargo, le gustaría que la comunicación sea mediante WhatsApp ya que es una aplicación que todos usan en su día a día.

ENTREVISTA 3:

En la entrevista realizada a Keyla, nos comentó que la idea de negocio le gustó debido a que siente que es una respuesta a la necesidad de las personas que tienen una mascota. Lo que más le gustó de la plataforma, es que está organizada y completa ya que contiene muchas imágenes lo cual la hace atractiva para ella y entender mejor la información ofrecida en la plataforma; sin embargo, nos recomendó que en la parte de servicios pueda haber algún video referencial en base a experiencias para que ayude a los usuarios a tener una idea de cómo es el servicio. Del mismo modo, nos recomendó que las fotos de las mascotas que aparecen en los servicios vayan acordes del alcance del servicio ofrecido. En cuanto al proceso de solicitar un servicio le parece práctico y organizado. Con respecto a la sección de ofertas, le gustó mencionó que esta sección siempre atrae mayor mirada

por los consumidores, así que es una muy buena idea que la plataforma cuenta con una parte exclusiva para las ofertas. Por otro lado, con respecto a los paquetes Premium, mencionó que sí estaría dispuesta a adquirir uno ya que se ofrecen descuentos y promociones, pero también mencionó que las imágenes deberían hacer contraste entre sí para que sea más atractivo. El servicio que solicitaría sería el de adiestramiento, grooming y el de veterinaria.

Con respecto a los canales, indicó que utiliza más es Instagram y WhatsApp y le gustaría recibir información por ambos, poder solicitar algún servicio y enviar su comprobante de pago, también mencionó que el canal de Gmail no lo ve tan viable, no le gustaría recibir información por ese medio. Por último, mencionó que lo que le gustaría ver en las redes serían tips, recomendaciones de los servicios para las distintas mascotas.

ENTREVISTA 4:

En la entrevista realizada a Susana Sotelo, nos mencionó que la idea de negocio le parece una muy buena iniciativa ya que puedes encontrar varios servicios en un solo lugar. Lo que más le llamó más la atención es el tema de adiestramiento, ya que no hay muchas empresas que ofrecen este servicio. Con respecto al proceso de solicitar un servicio, considera que está muy bien organizado y es una buena manera de manejar las reservas en los servicios. Con respecto a los paquetes Premium, solicitaría paquete mensual de veterinaria ya que considera que realizar chequeos cada cierto tiempo a las mascotas es muy importante, y el paseo debido a que a veces no tiene tiempo necesario de sacar a pasear a su mascota. Con respecto a los canales, el que usa con mayor frecuencia es el WhatsApp y Gmail, por lo que considera que sí sería viable para recibir información mediante estos canales. Sin embargo; mencionó que el canal de Tik Tok sería una muy buena opción, aunque ella no lo usaría. Por último, considera que por WhatsApp se pueden resolver consultas que tienen los clientes de una manera más rápida y también ve viable el hecho de enviar comprobante de pagos por este canal al momento de solicitar un servicio.

ENTREVISTA 5:

En la entrevista realizada a Elizabeth, nos comentó que las modificaciones que hemos realizado le han gustado debido a que le da una idea de cómo estaría su mascota en caso adquiriera un servicio mediante la plataforma. También le agradó la parte de las redes sociales, ya que mediante estas puede visualizar de cómo son los servicios que brindamos

y el tipo de publicaciones que realizamos con respecto a los mismos. Con respecto a la sección de ofertas también le gustó, debido a que considera que los solicitaría para su mascota. Asimismo, considera que podríamos mejorar en implementar más ofertas y que le gustaría ver mayor variedad de fotografías al momento de mostrar a las mascotas por adoptar. Asimismo, mencionó que sí solicitaría los paquetes Premium mensual en especial el adiestramiento y veterinaria, los considera importante para su mascota y el precio está muy cómodo. Con respecto a los canales, nos comentó que usa con mayor frecuencia el WhatsApp pero si es que se trata de un servicio, lo vería mediante Instagram ya que se pueden ver fotos, publicaciones y el tipo de servicios que se brindan. Mencionó que el feed de Instagram debe estar muy bien organizado para que las personas se vean atraídas a adquirir un servicio. Asimismo, mencionó que le gustaría recibir información mediante WhatsApp ya que es mucho más rápido y considera viable la opción de solicitar servicios mediante esta aplicación; sin embargo, mencionó que el canal de Gmail también lo considera bueno, pero lo que utiliza con mayor frecuencia es WhatsApp ya que le permite ver de una manera más pronta. Del mismo modo, considera que enviar el comprobante de pago mediante WhatsApp es una idea muy buena, además porque el usuario puede realizar un mejor seguimiento al servicio que ha adquirido. Por último, mencionó que le gustaría poder ver reels en Instagram presentando los servicios que tenemos y fotos de buena calidad.

ENTREVISTA 6:

En la entrevista realizada a Lady, nos comentó que le parece muy interesante la idea de negocio ya que ofrece varios servicios que no se encuentran fácilmente en una veterinaria y también el hecho de poder agendar reservas con los servicios. Con respecto al proceso de solicitud de los servicios, mencionó que es muy organizado, ya que al final se puede ver un resumen de lo solicitado, además de que se puede ver detalladamente lo que se le realizará a la mascota al momento de adquirir un servicio. También nos recomendó que deberíamos contar con una persona ya que ciertos clientes van a preferir realizar una reserva mediante vía telefónica. Con respecto a la sección de ofertas le parece una idea muy buena, ya que de esta manera se puede llegar a fidelizar a los clientes, además que ella tiene cuatro mascotas por lo que le convendría pagar por un paquete premium y sí estaría dispuesta a comprar el servicio premium de paseo para sus mascotas, ya que también es una manera de relajarse para ellos. También mencionó que, por el hecho de viajar con frecuencia, solicitaría el servicio de hospedaje para poder dejar a sus mascotas

en un lugar confiable. Con respecto a los canales, utiliza con mayor frecuencia WhatsApp y esta aplicación también sería un medio de comunicación para coordinar sobre los servicios adquiridos y para resolver dudas que puedan tener los clientes de manera rápida. Asimismo, considera que solicitaría los servicios mediante la plataforma debido a que está más completa que las redes sociales y le gustaría recibir información por Facebook y Gmail. También nos recomendó que los reels en Instagram sería una muy buena idea a considerar ya que es lo que actualmente está en tendencia y atraería muchos clientes, además de publicar las ofertas mediante las redes sociales para que personas nuevas puedan solicitar algún servicio. Por último, sí le gustaría recibir información mediante Gmail ya que es un medio de comunicación que revisa cotidianamente.

ENTREVISTA 7:

En la entrevista realizada a Naylu, nos comentó que la idea de negocio le parece muy buena porque, ahora que todo está digitalizado, tener una plataforma donde las personas puedan contactar para adquirir un servicio para su mascota es de vital importancia. Lo que más le gustó de la plataforma es que es muy fácil de usar, se encuentra de manera rápida la información que el cliente busca y las imágenes son muy atractivas. En contraste, lo que no le gusta de la plataforma, es que no conocía el significado de grooming, ya que para muchas personas puede ser un término desconocido. Con respecto a mejoras en la plataforma, mencionó que podríamos implementar información en la sección de “Adoptemos”. El proceso para solicitar un servicio considera que es muy fácil de entender, además que en la misma plataforma se brinda información de los pasos a seguir para ello, por lo que cualquier persona puede adquirir un servicio a su mascota. En cuanto a la sección de ofertas, le parece una buena idea porque el usuario puede ir directamente a solicitar un servicio en dicha sección y sí estaría dispuesto a solicitar el servicio de veterinaria y grooming, ya que es lo principal que requiere su mascota. En cuanto a los canales, nos comentó que utilizan más Facebook e Instagram y mediante ellos también podría solicitar información aparte de realizarlo mediante la plataforma web. Asimismo, mencionó que le gustaría recibir información acerca de los servicios por redes sociales y por Gmail, ya que ella utiliza todos los canales. Considera que el canal de WhatsApp es un muy buen canal para resolver dudas rápidamente y también ve viable la opción de enviar el comprobante de pago por este medio. Por último, mencionó que algunas de las mejoras que se podrían realizar en las redes sociales son publicaciones de consejos que se puedan implementar con las mascotas.

ENTREVISTA 8:

En la entrevista realizada a Andrea, nos comentó que le gustó las mejoras que nos había comentado anteriormente y lo que le gustaría que se implemente sería algún video referencial de acuerdo a las experiencias que tienen las personas al adquirir algún servicio ofrecido mediante la plataforma para que también otras personas sepan el tipo de servicio que se brindan. Asimismo, mencionó que le gustó la sección de ofertas, ya que es mucho más rápido ya que está en la sección de inicio en la plataforma y sí estaría dispuesta adquirir un paquete premium ya que se puede organizar de una mejor manera los servicios para una mascota con fechas establecidas, además de que el precio es mucho más cómodo. En cuanto a los canales que utiliza con mayor frecuencia son WhatsApp e Instagram, asimismo mencionó que este último lo utilizaría para ver las experiencias y testimonios de las personas que ya han adquirido un servicio anteriormente y con respecto a WhatsApp lo utilizaría para una conversación más directa y personalizada, por ejemplo, si es que solicita el servicio de grooming o paseo que le envíen fotos cuando su mascota está recibiendo el servicio. Asimismo, mencionó que le gustaría recibir información acerca de los servicios mediante la plataforma e Instagram, porque es la aplicación que usa más y podría visualizar la información de manera más rápida, por WhatsApp puede ser que no lea el mensaje en caso se le envíe, al igual que Gmail. Del mismo modo, considera que el WhatsApp sí podría ser para absolver dudas, pero ya cuando se pague por el servicio que sea de manera estandarizada y personalizada a la vez, también mencionó que sí sería viable enviar un comprobante de pago mediante WhatsApp al momento de pagar por un servicio, ya que actualmente pocas personas manejan dinero en efectivo. Por último, no considera que el canal de Gmail sea tan importante para recibir información ya que no lo usa mucho.

ENTREVISTA 9:

En la entrevista realizada a Jefferson, nos comentó que las mejoras realizadas en la plataforma le parecían muy interesantes y lo que más le llamó la atención es la parte de paseos en la sección de ofertas, es un servicio que él pediría para su mascota. Asimismo, estaría dispuesto a pagar un paquete premium para su mascota, pero quisiera que se le brinde mayor información respecto a cada uno. Con respecto a los canales, el que utiliza con mayor frecuencia es Facebook e Instagram, para enterarse de nuevas cosas y el Gmail lo utiliza para el trabajo, por ejemplo, al enviar documentos y también al recibir

promociones de distintas empresas. Para recibir información acerca de los servicios de la plataforma le gustaría recibirla a través de Facebook, le gustaría que el canal de Facebook lo redirija automáticamente a la plataforma para que pueda observar toda la información necesaria de los servicios. Asimismo, con respecto a las promociones, le gustaría que sea a través de Gmail, siempre y cuando ya haya adquirido un servicio anteriormente, ya que es un medio más formal. En caso de que sea la primera vez, usaría Facebook. En cuanto al WhatsApp, sí considera que es un canal para resolver dudas de los clientes y tener una comunicación directa con las personas, del mismo modo que considera viable la idea de enviar comprobantes de pago ya que es un método más rápido de pagar por un servicio. Con respecto a las mejoras, nos comentó que le gustaría que realicemos publicaciones semanales de acuerdo a los servicios que se ofrecen en la plataforma. Por último, comentó que el Gmail es un canal formal para recibir promociones acerca de los servicios o verificaciones de las reservas realizadas.

ENTREVISTA 10:

En la entrevista realizada a Arnold León, nos comentó que observa muy dinámica la plataforma, incluso mucho mejor que antes ya que se le ha implementado los cambios y modificaciones que los usuarios han sugerido. Con respecto a la sección de ofertas considera que es excelente porque de esa manera puede adquirir cualquier oferta ya que lo considera una gran oportunidad de ahorrarse dinero y una buena idea que lo coloquen en la parte de inicio para que sea visible para los usuarios. El entrevistado estaría dispuesto a acceder a los paquetes premium porque considera que le conviene y si optaría por ello. Asimismo, nos comenta que la plataforma ha mejorado bastante y en su opinión observa completo todas las opciones y cambios que consideraba.

Por otro lado, el canal que más utiliza para poder ver contenidos es el Facebook y el Gmail por lo que considera que para poder ver la información de la plataforma, notificaciones de promociones y descuentos pues optaría por esos medios. De la misma manera, nos menciona que el canal de WhatsApp es indispensable para que pueda absolver algunas dudas o consultas sobre los servicios que requiere su mascota, más aún si un usuario nuevo requiere saber algo por ese medio es más fácil de conectar y también es muy medio más rápido en el que puede compartir los comprobantes de pagos de yape o plin. Por último, le gustaría que en el canal de Facebook se agreguen más ofertas de los servicios que ofrecemos para su mascota.

Para el experimento 2, se tuvo que entrevistar y visualizar la interacción de las personas en la plataforma PETWOUSE. Por lo cual, se identificó y se afirmó que los usuarios consideran que la plataforma es dinámica, amigable y todo se encuentra estructurado, ya que contiene elementos visuales y textuales que atraen bastante al usuario al dar a entender la propuesta de valor que queremos ofrecer. Asimismo, en las entrevistas se ha podido recopilar nuevas opiniones, sugerencias y recomendaciones de mejora para la plataforma tanto en lo estético como cambios en las imágenes ya que nos comentan que deberían hacer contraste entre sí para que se vea más atractivo. También, mencionan que tendríamos que implementar algún video referencial de acuerdo a las experiencias que tienen las personas al adquirir algún servicio ofrecido mediante la plataforma para que también otras personas sepan el tipo de servicio que se brindan. Por lo antes mencionado, se afirma que se ha cumplido el objetivo del experimento 2 de poder conocer la opinión y sugerencias de los entrevistados para poder mejorar la plataforma y sea más sencilla y agradable para los dueños de las mascotas.

Tabla 51. *Malla receptora de la validación del segundo experimento de experiencia de usuario.*

Ideas Interesantes	Críticas Constructivas
<p>Plataforma muy bien organizada, con información relevante y fotografías que atrae el interés de los usuarios.</p> <p>Ofertas y paquetes premium reflejan un alto interés de compra en los usuarios.</p> <p>La plataforma cuenta con servicios esenciales que todo dueño de una mascota busca, por lo que la plataforma permite que encuentre lo que necesita en un solo lugar.</p>	<p>Estandarizar el canal de Whatsapp, ya que no solo se le brindará información a una persona, por lo cual las solicitudes se pueden perder entre los chats.</p> <p>Muchas personas no conocen el significado o a qué se refiere exactamente el término “grooming”, por lo que se podría colocar su definición o una palabra clave para que puedan entenderlo.</p>
Preguntas Nuevas	Ideas Nuevas
<p>¿En caso el cliente reserve un servicio, existe la posibilidad de cambiar la fecha y horario después de realizar el pago?</p>	<p>Implementar videos en los servicios para que los usuarios se den una idea de lo que conlleva cada servicio.</p>

¿En los paquetes premium pueden recibir varias mascotas del dueño un mismo servicio?	Crear contenido de valor en las redes sociales, como consejos y tips para mascotas.
¿Qué otros servicios consideramos que se pueden agregar en los paquetes?	Ofrecer y vender productos para mascotas, como la comida, ya que las mascotas muchas veces se aburren de comer lo mismo siempre.
	Contar con una persona, ya que ciertos clientes van a preferir realizar una reserva mediante vía telefónica.
	Colocar recomendaciones para las mascotas en las redes sociales.

Fuente: Elaboración propia

d. Aprendizajes – Cambios a realizar

Con respecto a las entrevistas que se ha realizado a los usuarios en base a la plataforma ya modificada con los cambios y mejoras que se le ha añadido después del experimento 1, nos mencionaron que aún le faltaría agregar en la parte de servicios algún video referencial en base a las experiencias para que ayude a los usuarios a tener una idea de cómo es el servicio. Del mismo modo, nos recomendó que las fotos de las mascotas que aparecen en los servicios vayan acordes del alcance del servicio ofrecido. Asimismo, nos comentaron que podríamos ofrecer y vender productos para mascotas en la plataforma, como la comida, ya que muchas veces se aburren de comer lo mismo siempre. También, le gustaría ver en las redes sociales algunos tips y recomendaciones de los servicios para las distintas mascotas. De la misma manera, los usuarios dijeron que podríamos mejorar al implementar más ofertas y que les gustaría ver mayor variedad de fotografías al momento de mostrar a las mascotas por adoptar. Por ello, es importante resaltar que el problema que soluciona la idea del negocio es el ahorro de tiempo de espera en un establecimiento veterinario por lo que la plataforma es una vía digital más rápida y accesible para ellos.

e. **Sustentación de las validaciones (enlaces, audios, videos, imágenes, etc.)**

Tabla 52. Entrevista N° 01 - Persona que tiene mascota

Entrevistador	Ana Karina Rojas
Tipo de entrevistado	Persona que tiene mascota
Nombre	Keyla
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/116o92jzqGpzEjHSDv7B52Ka_kppprFgz/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 53. Entrevista N° 02 - Persona que tiene mascota

Entrevistador	Ana Karina Rojas
Tipo de entrevistado	Persona que tiene mascota
Nombre	Elizabeth Morán
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/117ujDL98HQiwp66J-nnCJEP8LtYsfw2G/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 54. Entrevista N° 03 - Persona que tiene mascota

Entrevistador	Ana Karina Rojas
Tipo de entrevistado	Persona que tiene mascota
Nombre	Susana Sotelo
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/143qISwqU0LbyrCSoh4RKR sMcKTNOkm/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 55. Entrevista N° 04 - Persona que tiene mascota

Entrevistador	Ariana Lucía Viviani Pérez
Tipo de entrevistado	Persona que tiene mascota
Nombre	Leonardo

Link de la entrevista <https://drive.google.com/file/d/1INZfggQClhTD4cBts9qR5Q26M APzph30/view?usp=sharing>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 56. Entrevista N° 05 - Persona que tiene mascota

Entrevistador	Claudia Olaechea Guerrero
Tipo de entrevistado	Persona que tiene mascota
Nombre	Veralucia Gómez
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/1CAHiYi7AQA1Pzp8QDTnI2ggzM50SKOaD/view?usp=sharing https://drive.google.com/file/d/1IigFzjgTkXRbbxRqV4eXwRKDa wiC6Xly/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 57. Entrevista N° 06 - Persona que tiene mascota

Entrevistador	Ariana Lucía Viviani Pérez
Tipo de entrevistado	Persona que tiene mascota
Nombre	Andrea Torres
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/16UM-RjEbC9bDIuVgRI3XZj8Mz311LhBs/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 58. Entrevista N° 07 - Persona que tiene mascota

Entrevistador	Karen Mori Andrade
Tipo de entrevistado	Persona que tiene mascota
Nombre	Naylu
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/1dPtZIP3PXxuHnXalZYYf6ev8aR Swj9kx/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 59. Entrevista N° 08 - Persona que tiene mascota

Entrevistador	Karen Mori Andrade
Tipo de entrevistado	Persona que tiene mascota

Nombre	Arnold León
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/1UN-sqymwBCghPBN_VdWa2ZmZrG0jI444/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 60. Entrevista N° 09 - Persona que tiene mascota

Entrevistador	Rocio Salas Huamani
Tipo de entrevistado	Persona que tiene mascota
Nombre	Lady
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/1G2XwnK_aNNtKCrZzNMBq9qx0Z ceVXuqw/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 61. Entrevista N° 10 - Persona que tiene mascota

Entrevistador	Rocio Salas Huamani
Tipo de entrevistado	Persona que tiene mascota
Nombre	Jeferson Samaniego
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/1HFWsbto6AZKfcd1QUa1vf72IOf O8Geq/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

5.2. Validación de emprendedores especialistas

5.2.1. Experimento 1

Segmento de mercado 2: Hombres y mujeres de 21 a 50 años que sean especialistas en el rubro de servicio de atención a las mascotas en Lima Metropolitana de la zona 7.

a. Objetivo del experimento

En el experimento 1 para validar la solución por parte de los emprendedores especialistas potenciales de nuestro proyecto, se tiene como objetivo principal obtener el 65% de aprobación según las opiniones que nos brindan los especialistas con respecto a la plataforma web a través de las entrevistas.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Para la elaboración del primer experimento, se desarrolló una guía de preguntas que consta de 11 preguntas claves, las cuales servirán para realizar las entrevistas a 3 personas del segmento 2, quienes son los especialistas, para que nos puedan brindar sus opiniones de acuerdo a la experiencia con la que cuentan.

- ¿Qué opinas de esta idea de negocio?
- ¿Qué problemas crees que te ayudaría a resolver al utilizar esta plataforma?
- ¿Qué te gusta de este ejemplo que te mostramos de nuestra plataforma web?
- ¿Qué es lo que no te gusta del ejemplo que te enseñamos?
- ¿Qué consideras que deberíamos implementar en la plataforma para una mejor experiencia?
- ¿Qué opinas del contenido textual e imágenes del ejemplo que te mostramos?
- ¿Qué opinas sobre la organización o proceso para solicitar un servicio?
- ¿Qué opinas sobre los servicios que se muestran en la plataforma?
- ¿Qué opinas del logo?
- ¿Consideras que esta plataforma podría ser una opción más rápida para la atención de una mascota? ¿Por qué?
- ¿Considerarías a esta plataforma como un medio para llegar a clientes potenciales? ¿Por qué?

Tabla 62. *Matriz de validación del primer experimento de emprendedores especialistas.*

Nº	Hipótesis	Método	Métricas escogidas	Criterios de éxito
1	El especialista aprobará la mayor parte de las secciones que se presentan en el	Entrevistas a especialistas.	Número de las secciones y opciones aprobadas por el especialista.	Los especialistas aprobarán la plataforma web Petwouse en un 65%.

	prototipo de alta fidelidad de la plataforma Petwouse.			
2	Los especialistas plantean mejorar o sugerencias de algunas opciones de la plataforma web.	Entrevistas a especialistas.	Número de recomendaciones o mejoras para la plataforma web.	Al menos 4 recomendaciones de mejora de los entrevistados.

Fuente: Elaboración propia

ii. Bitácora de actividades

Tabla 63. *Bitácora de actividades del primer experimento para emprendedores especialistas.*

Actividad	Tareas	Resultados
Diseñar el prototipo de alta fidelidad de la plataforma web enfocada en la óptica del especialista.	Empezar a diseñar la plataforma con el contenido dirigido al especialista como cronograma de las reservas de los servicios, el perfil del especialista, entre otras opciones.	Se realizó el prototipo de alta fidelidad de la plataforma web vista desde la óptica del especialista.
Realizar la guía de preguntas enfocadas a los especialistas para conocer su opinión acerca de la plataforma.	Crear las preguntas claves que nos posibiliten recibir sugerencias o recomendaciones para mejorar la plataforma web.	Se realizó una lista de 11 preguntas claves para el segmento de especialistas.
Entrevistar a especialistas para saber su punto de vista	Buscar a especialistas que puedan interactuar con la plataforma web Petwouse. Se establecerán las	Se realizó entrevistas a 3 especialistas para saber su punto de vista de cada uno

acerca de la plataforma web.	reuniones vía zoom pactando una hora exacta con los entrevistados. Realizar las grabaciones de dichas entrevistas.	y sus recomendaciones acerca de la plataforma web.
Recaudar información, recomendaciones y opiniones de los especialistas entrevistados.	Recopilar y transcribir las entrevistas realizadas.	Se recopiló las entrevistas realizadas a los especialistas y se transcribieron dichas entrevistas. Luego de ello, se realizó las mejoras en la plataforma web Petwouse.

Fuente: Elaboración propia

c. Análisis e interpretación de resultados

Segmento de mercado 2: Hombres y mujeres de 21 a 50 años que sean especialistas en el rubro de servicio de atención a las mascotas en Lima Metropolitana de la zona 7.

ENTREVISTA 1:

En la entrevista realizada al especialista Miguel, nos comenta que la idea del negocio le parece estupendo ya que es una manera de servir como plataforma para todos los involucrados en el rubro tanto profesionales como personas que trabajan. Nos menciona que el problema que ayuda a resolver la plataforma es el acercamiento del profesional con el cliente y que el usuario tiene facilidad de poder solicitar un servicio para su mascota ante cualquier emergencia. Asimismo, el especialista nos dijo que le agrada el diseño de la plataforma y que todo es conciso y entendible. Nos recomienda agregar un buzón de comentarios en la plataforma al final de todo servicio que se ofrece, sin embargo, nos menciona que no le agrada la estructura muy cuadrículada de la plataforma y considera que podría ser más dinámica. De la misma manera, nos sugiere que agreguemos un botón que nos dirija directamente al canal de WhatsApp y un croquis o un mapa de los lugares más cercanos en el que el especialista pueda ir. Con respecto al contenido textual e imágenes, el especialista nos comentó que es visual y comprensible, y el proceso de solicitar un servicio considera que la sección donde se solicita rellenar los datos generará que el usuario abandone el registro por lo que recomienda que primero se enganche al usuario con la pantalla del método de pago del servicio y luego de ello se pida rellenar la

información de la mascota. Además, nos comenta que sí considera que la plataforma es una opción más rápida para la atención de los clientes de una mascota, ya que todo lo relacionado a lo digital siempre es más rápido, a que estar buscando con quien atender a la mascota. Por último, el especialista sí considera a la plataforma PETWOUSE un medio para que pueda llegar a clientes potenciales porque todo está digitalizado. Por ello, nos recomienda que todo lo enlacemos con las redes sociales como Facebook ya que hoy en día las personas les resulta más fácil contactar en esos canales.

ENTREVISTA 2:

En la entrevista realizada a la doctora veterinaria Jenifer, nos comenta que la plataforma es novedosa y de cierto modo se asocia a la coyuntura actual donde los dueños de las mascotas prefieren que los servicios sean a domicilio. Con respecto al problema que ayudaría a resolver la plataforma al utilizar el especialista, considera que facilita los tiempos ya que muchos de los dueños no tienen la posibilidad de ir a una veterinaria o a un centro de grooming para solicitar ciertos servicios. Por lo que, toda persona cuenta con un aparato digital en la que podrá hacer uso para poder reservar algún servicio y el especialista tendría un día planificado en el cual realizará ciertas actividades ligadas al servicio de la mascota. Asimismo, la especialista nos recomienda agreguemos el servicio de pet shop ya que siempre los clientes se encuentran comprando artículos para sus mascotas y a su vez vender alimentos que consumen como croquetas, enlatados, entre otros. También, nos sugiere que en la sección de grooming se pueda detallar si la mascota presenta alguna alergia para que se aplique shampoo medicado. De la misma manera, nos recomendó que se pueda añadir una sección donde los especialistas puedan colocar su perfil para que especifiquen a lo que se dedican y los clientes puedan calificar los servicios que ofrezcan. Igualmente, nos comenta que le gustaría que se especifiquen los horarios de atención por si un cliente presenta una emergencia pueda visualizar qué empresa o especialista atiende las 24 horas para que lo solicite rápidamente. El proceso para solicitar algún servicio le agrada, ya que la plataforma le brinda las características e información relevante de cada mascota, y el contenido textual e imágenes está acorde a lo que dice cada sección y todo es entendible. Del mismo modo, la especialista considera que la plataforma es una opción más rápida para la atención de una mascota porque ayuda al personal de las empresas a planificar sus servicios y horarios de atención. Por último, la especialista considera a la plataforma como un medio para llegar a los clientes potenciales

porque funciona como mediador la plataforma y eso facilita al dueño y al especialista de poder realizar un acercamiento profesional más rápido.

ENTREVISTA 3:

En la entrevista realizada a la especialista Karina, nos comentó que la plataforma web es una buena idea, más aún que nos encontramos en cuarentena es una vía para que los clientes puedan solicitar algún servicio de forma segura y rápida. Sin embargo, considera que el servicio de veterinaria no debería ofrecerse por la plataforma porque el especialista estaría con la duda al momento de que un usuario pide una vacuna para su mascota, entonces como especialista no sabría si esa mascota se encuentra bien de salud para recibir la vacuna. Asimismo, si el cliente pide para desparasitar a su mascota no sabría si realizar el servicio, ya que para que lo haga necesitaría saber el peso promedio de la mascota por lo que considera que eso sería las complicaciones con el servicio de veterinaria en la plataforma web. Por lo que, la especialista considera que las citas de los servicios sean por plataforma y las consultas sean presenciales, ya no por domicilio. También, nos comentó que le agrada la plataforma porque puede encontrar todos los servicios que requiere una mascota, ya que por la coyuntura actual es más fácil para el usuario poder encontrarlo todo en un solo lugar. Con respecto al contenido textual e imágenes, el especialista nos comentó que está todo conciso y entendible para una fácil navegación tanto del usuario como del especialista. De la misma manera, nos recomendó añadir el servicio de cremación ya que hoy en día los clientes solicitan mucho ese servicio. Para finalizar, la especialista considera que la plataforma si es una opción más rápida para la atención de la mascota dependiendo también de qué tan familiarizado está el usuario con este tipo de herramientas ya que no todos se encuentran actualizados con el medio de internet.

Culminadas las entrevistas se ha podido recopilar información relevante sobre las opiniones y recomendaciones de los especialistas con respecto a la plataforma web Petwouse. A simple vista, se pudo notar que el interés de los especialistas con la plataforma, ya que lo consideraban dinámica, rápida y muy llamativa tanto por lo estético de sus colores, imágenes, texto y logo, y por los servicios esenciales que se ofrece y que siempre está a la vanguardia de lo que todo usuario busca para la atención de su mascota. Desde el punto de vista de los especialistas entrevistados, nos comenta que el proceso de los servicios que se ofrece en la plataforma es entendible y se siente cómodos con la

distribución que tiene cada sección, también el hecho que haya una sección de adopción que es una idea que atraería a más usuarios potenciales. A los especialistas les llama mucho la atención el logo y el nombre tan original que tiene la plataforma y que la figura que tiene dentro de ella va acorde a lo que queremos dar a entender al usuario.

No obstante, los especialistas mencionaron algunos puntos que no le agradaron. Por ejemplo, el servicio de veterinaria no debería ofrecerse por la plataforma porque el especialista estaría con la duda al momento de que un usuario pide una vacuna para su mascota, entonces como especialista no sabría si esa mascota se encuentra bien de salud para recibir la vacuna. Con respecto al proceso de solicitar un servicio, considera que la sección donde se solicita rellenar los datos generará que el usuario abandone el registro por lo que considera factible que primero se enganche al usuario con la pantalla del método de pago del servicio y luego de ello se pide rellenar la información de la mascota.

Por otro lado, los especialistas nos recomendaron agreguemos el servicio de pet shop y que en la sección de grooming se pueda detallar si la mascota presenta alguna alergia para que se aplique champú medicado. De la misma manera, nos sugirieron que se pueda añadir una sección donde los especialistas puedan colocar su perfil para que especifiquen a lo que se dedican y los clientes puedan calificar los servicios que ofrezcan. Igualmente, nos comenta que le gustaría que se especifiquen los horarios de atención por si un cliente presenta una emergencia pueda visualizar qué empresa o especialista atiende las 24 horas para que lo solicite rápidamente.

Tabla 64. *Malla receptora de la validación del primer experimento de emprendedores especialistas.*

Ideas Interesantes	Críticas Constructivas
<p>Especialistas comentan que hay una demanda por satisfacer acerca de realizar servicio a domicilio por el contexto actual de la pandemia.</p> <p>La plataforma ayuda a que los especialistas profesionales en el rubro se acerquen más al usuario de una manera más rápida y de manera digital.</p>	<p>A los especialistas les gusta el diseño, imágenes y el contenido textual de la plataforma. Aunque consideran que podría ser más dinámica.</p>

Facilita tiempos para el usuario y el especialista tendrá planificado sus días con los servicios que se han reservado por la plataforma.

Preguntas Nuevas	Ideas Nuevas
¿Qué opinión tendrán otros especialistas que ofrecen otros servicios de la plataforma?	A parte de la opción “Solicitar veterinaria a domicilio”, se agregará la opción “Solicitar Clínica veterinaria” para que los usuarios puedan contactar a una veterinaria y que la cita sea presencialmente.
¿Consideran que es un medio para llegar a clientes nuevos?	Se detallará y se tendrá que trabajar en conjunto con especialistas en el proceso de solicitar un servicio para que se pueda adquirir mayor información del estado de la mascota, así como de lo que se necesita para que se dé un buen servicio. Agregar en el perfil de la mascota y en el proceso de reserva si la mascota es alérgica a algún champú para el servicio de grooming.

Fuente: Elaboración propia

d. Aprendizajes – Cambios a realizar

De acuerdo a las entrevistas realizadas a los especialistas se ha podido rescatar opiniones, recomendaciones y sugerencias para la plataforma web de Petwouse y con todo lo recopilado se procederá a realizar los cambios pertinentes para seguir mejorando de forma continua. En base a las entrevistas, se ha decidido agregar un buzón de comentarios en la plataforma al final de todo servicio que se ofrece y que la estructura de la plataforma no sea tan cuadrículada por lo que hemos realizado algunos cambios para que se visualice más dinámica. De la misma manera, se ha añadido una opción que dirija directamente al canal de WhatsApp y en la sección de grooming se ha añadido la opción para poder detallar si la mascota presenta alguna alergia para que así el especialista aplique champú medicado. Asimismo, hemos implementado una sección donde los especialistas puedan

colocar su perfil para que especifiquen a lo que se dedican y los clientes puedan calificar los servicios que ofrezcan.

e. Sustentación de las validaciones (enlaces, audios, videos, imágenes, etc.)

Tabla 65. *Entrevista N° 01 - Expertos*

N° Entrevista	1
Entrevistador	Rocio Salas Huamani
Tipo de Entrevistado	Asistente Veterinario
Nombre	Miguel
Link de la Entrevista	https://drive.google.com/file/d/1GLceYU3-lk1Ezc5iT-Ep49M8Iup2pmdD/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 66. *Entrevista N° 02 - Expertos*

N° Entrevista	2
Entrevistador	Claudia Olaechea y Ana Rojas
Tipo de Entrevistado	Veterinaria
Nombre	Karina
Link de la Entrevista	https://drive.google.com/file/d/1yPh6o5p2V-Hs3rS13ohmnxHd1Z9VgYFc/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 67. *Entrevista N° 03 - Expertos*

N° Entrevista	3
Entrevistador	Rocio Salas Huamani

Tipo de Entrevistado	Veterinaria
Nombre	Jenifer
Link de la Entrevista	https://drive.google.com/file/d/1Jci7HJmmesxlN4rxRVbAU4bxUTaw0NII/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

5.2.2. Experimento 2

Segmento de mercado 2: Hombres y mujeres de 21 a 50 años que sean especialistas en el rubro de servicio de atención a las mascotas en Lima Metropolitana de la zona 7.

a. Objetivo del experimento

El objetivo principal del segundo experimento dirigido al segmento de especialistas es implementar las recomendaciones y sugerencias que nos han brindado en las entrevistas para poder obtener un prototipo de alta fidelidad más completo.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Para la realización del experimento 2, se planteó realizar la misma guía de preguntas ya que se decidió realizar las entrevistas a nuevos especialistas para saber su opinión sobre las modificaciones que se realizó con lo obtenido en el experimento 1. Por ello, se tomó en cuenta las mismas preguntas claves con la finalidad de obtener opiniones y recomendaciones con un enfoque diferente.

- ¿Qué opinas de esta idea de negocio?
- ¿Qué problemas crees que te ayudaría a resolver al utilizar esta plataforma?
- ¿Qué te gusta de este ejemplo que te mostramos de nuestra plataforma web?
- ¿Qué es lo que no te gusta del ejemplo que te enseñamos?
- ¿Qué consideras que deberíamos implementar en la plataforma para una mejor experiencia?
- ¿Qué opinas del contenido textual e imágenes del ejemplo que te mostramos?
- ¿Qué opinas sobre la organización o proceso para solicitar un servicio?
- ¿Qué opinas sobre los servicios que se muestran en la plataforma?

- ¿Qué opinas del logo?
- ¿Consideras que esta plataforma podría ser una opción más rápida para la atención de una mascota? ¿Por qué?
- ¿Considerarías a esta plataforma como un medio para llegar a clientes potenciales? ¿Por qué?

Tabla 68. *Matriz de validación del segundo experimento de emprendedores especialistas.*

Nº	Hipótesis	Método	Métricas escogidas	Criterios de éxito
1	Los especialistas entienden y están dispuestos a trabajar con la plataforma web.	Entrevista a especialistas.	Nro. de especialistas que utilizarían la plataforma web.	Al menos 2 de 3 especialistas que serán entrevistados están dispuestos a trabajar con la plataforma.
2	Los especialistas consideran que se debería mejorar e implementar algunas opciones en la plataforma web	Entrevista a especialistas.	Nro. de recomendaciones o mejoras para la plataforma web.	Se reciben como mínimo 3 recomendaciones de mejora de los especialistas entrevistados.

Fuente: Elaboración propia

ii. Bitácora de actividades

Tabla 69. *Bitácora de actividades del segundo experimento de emprendedores.*

Actividad	Tareas	Resultados
Modificar la plataforma web con las recomendaciones	Recopilar todas las recomendaciones y realizar los	Se realizó los cambios pertinentes en el prototipo de

recomendaciones recolectadas en el primer experimento.	cambios y modificaciones en la plataforma.	alta fidelidad de la plataforma web.
Entrevistar a nuevos especialistas para saber su punto de vista acerca de la plataforma web.	Buscar a los especialistas para entrevistarlos y establecer las reuniones vía zoom y grabar las entrevistas.	Se envió link de la plataforma zoom para la reunión pactada.
Conocer la opinión y sugerencias de los nuevos especialistas con respecto a la plataforma y recibir un nuevo feedback.	Analizar y plasmar la información brindada por los especialistas acerca de la plataforma para poder rescatar nuevas recomendaciones y hacer modificaciones.	Al culminar las entrevistas, hemos considerado las opiniones, sugerencias y recomendaciones para empezar a plasmarlo en la plataforma según lo que nos brindaron en sus respuestas en base a las preguntas que se le ha realizado a cada especialista.
Recaudar información, recomendaciones y opiniones de los especialistas entrevistados.	Recopilar y transcribir las entrevistas realizadas.	Recopilar y transcribir las entrevistas realizadas Se recopiló las entrevistas realizadas al segmento 2 y con ello se detalla qué aprendizajes y cambios se obtuvieron para poder mejorar la plataforma.

Fuente: Elaboración propia

c. Análisis e interpretación de resultados

Segmento de mercado 2: Hombres y mujeres de 21 a 50 años que sean especialistas en el rubro de servicio de atención a las mascotas en Lima Metropolitana de la zona 7.

ENTREVISTA 1:

En la entrevista realizada al especialista Juan, nos comentó que la idea de negocio le gustó y que está muy bien enfocada para los especialistas relacionados al rubro de mascotas y

que al mismo tiempo cubre con todas las expectativas que puede tener un usuario al momento de querer adquirir un servicio por la plataforma. Algunos de los problemas que le ayudaría a resolver, sería el hecho que él mismo podría colocar los horarios en los cuales se encuentra disponible para brindar un servicio y de esta manera el cliente ya sabe en qué día y hora puede reservar con él. También, considera interesante el hecho de que los usuarios puedan brindar un feedback de acuerdo al servicio que han recibido con los especialistas, ya que de esta manera ellos mismos saben la calidad del trabajo realizado y ver en qué aspecto mejorar para una próxima oportunidad. En contraste, lo que menos le gustó de la plataforma es que el chat no es personalizado, y que debería haber una persona encargada de responder consultas que puedan tener los especialistas y los usuarios. Con respecto al proceso de solicitar un servicio considera que está muy bien organizado y es fácil de usar para los usuarios, lo cual también genera una ventaja para los especialistas. Asimismo, mencionó que la idea de negocio ofrece varios servicios lo cual es un aspecto muy interesante, ya que en un mismo lugar puedes encontrar distintos servicios. Del mismo modo, considera que la plataforma es una opción más rápida para que los usuarios soliciten un servicio además de los distintos beneficios y detalles que se brindan en los servicios.

Por otro lado, mencionó que el servicio de delivery en la veterinaria donde trabaja actualmente, funciona mediante reservas de llamadas telefónicas, WhatsApp o redes sociales. El tiempo estimado en realizar un servicio de baño es de 1 a 2 horas y también se les brinda a los clientes un video donde pueda observar que su mascota está adquiriendo el servicio de manera segura. Del mismo modo, la veterinaria ha tenido mayores ingresos por el servicio de delivery y ello se ha incrementado aún más en la pandemia, ya que las personas no suelen salir mucho de casa para llevar a su mascota a la veterinaria. A la semana brindan servicios de delivery todos los días, de lunes a domingos, entre grooming, citas médicas, etc., en un día aproximadamente pueden atender 15 a 20 mascotas, con mayor frecuencia atienden mascotas de razas pequeñas y medianas, como shitzu, bulldog inglés, francés, entre otros. También mencionó que del total de servicios que realizan el 80% va dirigido a razas pequeñas y medianas. Asimismo, hizo énfasis que tienen un área encargada del servicio de feedback de acuerdo al servicio que se le ha brindado a la mascota, la cual se comunica con los clientes para recibir dicho feedback y poder mejorar. Los servicios más demandados mensualmente en su veterinaria son el grooming y las citas médicas. También mencionó que, en la pandemia, el servicio de delivery ha

aumentado en un 120% ya que el cliente ha optado por este servicio al ser más factible y cómodo. La información básica que necesitan para brindar un servicio de delivery es número de celular, DNI, dirección, raza de la mascota y el pago tiene que ser por adelantado.

Con respecto a los canales, mencionó que ellos trabajan con Facebook e Instagram ya que tienen bastantes herramientas relacionadas a la publicidad, se puede tener mejor alcance en los usuarios y adquirir nuevos clientes. El récord de visitas que han tenido en Facebook ha sido de 5000 personas, de las cuales aproximadamente 3000 personas han realizado consultas. y en Instagram el récord ha sido de aproximadamente 7000 visitas y en esta aplicación es la que tienen mayor alcance con las personas.

ENTREVISTA 2:

En la entrevista realizada a Claudia, nos comentó que la idea de negocio le pareció una buena idea y muy interesante, lo que le llamó más la atención en poder encontrar los servicios para la mascota y toda la información de los mismos de manera virtual sin la necesidad de ir a la veterinaria a preguntar; en contraste, nos comentó que no veía muy eficiente el hecho de que el cliente mismo saque su propia cita, porque el tiempo varía mucho dependiendo del tamaño de la mascota. Asimismo, comentó que podría ser un peligro que una persona tenga una mascota agresiva y solicite el servicio sin avisar la condición de su mascota, nos recomendó que el cliente pueda realizar una declaración jurada al momento de adquirir un servicio. Con respecto a los servicios, nos comentó que son muy interesantes para poder llegar al público ya que mediante la plataforma se pueden encontrar distintos servicios para las mascotas en un mismo lugar. En cuanto al proceso de solicitar un servicio, específicamente con el servicio de hospedaje, deberíamos considerar enviar una ficha para llenar al cliente donde solicitemos datos del dueño, teléfono de emergencia, teléfono del veterinario, ya que es muy común que abandonen a las mascotas. De igual manera, mencionó que la plataforma es una opción factible para que los usuarios brinden bienestar a sus mascotas pero que deberíamos considerar separar los servicios de acuerdo a la ubicación del cliente para agilizar los procesos de atención.

ENTREVISTA 3:

En la entrevista realizada al especialista Renato, nos comentó que la idea de negocio le parecía muy interesante porque es integrar especialistas de distintos rubros de mascotas con los usuarios. Con respecto a lo que le llamó más la atención fue el hecho de que

existan diferentes especialistas que brindan varios servicios, ya que es muy difícil encontrar especialistas independientes y eso ayudaría bastante al momento que se soliciten los servicios porque es el rubro en el que ya tiene amplia experiencia y es algo que no ha visto en otro lugar. Asimismo, nos comentó que sería bueno estandarizar los precios con las veterinarias, ya que estos varían de acuerdo a las zonas donde se encuentren los clientes. En cuanto al proceso de solicitar los servicios, mencionó que es muy organizado ya que los tiempos muertos se reducen y es beneficioso tanto para las empresas como para los clientes. De igual manera, mencionó que la plataforma si es una manera más rápida de conectar a los especialistas con clientes nuevos. También nos comentó que en la veterinaria que trabaja, todas las reservas, las dudas y consultas son resueltas mediante WhatsApp, y la aplicación de Facebook lo utilizan más para llegar a nuevos clientes. En cuanto al servicio de delivery, nos comentó que su empresa cuenta con servicio de delivery de productos, mascotas y personas, en caso se realicen consultas médicas ya que es muy importante la presencia del dueño para ello. Con respecto a las consultas a domicilio son preventivas, como vacunación, desparasitaciones, control de antipulgas, entre otros. La publicidad que realizan a través de Facebook y Google Ads lo cual les permite captar nuevos clientes.

De acuerdo a las entrevistas realizadas a los nuevos especialistas, se ha podido mostrar las modificaciones que se han hecho en la plataforma en base a las sugerencias que nos han brindado los entrevistados del experimento 1 para así dar a entender que hemos mejorado en ciertos aspectos de la plataforma. Sin embargo, queremos saber otras opiniones y sugerencias para seguir realizando cambios que puedan permitir que la plataforma llegue a más especialistas y estos quieran trabajar con nosotros para obtener clientes potenciales. La mayor parte de las opiniones que nos han brindado los especialistas en este segundo experimento son alentadoras ya que consideran que la plataforma es una idea innovadora ya que integra especialistas de distintos rubros de mascotas con los usuarios. Asimismo, les agrada toda la estructura, imágenes, contenido textual y lo dinámico que es la plataforma siendo esto un medio más rápido de conectar a los especialistas con clientes nuevos. A su vez, les mencionamos las modificaciones en la plataforma que se habían realizado con las sugerencias de los entrevistados del experimento 1 y quedaron conformes con las mejoras. Pero, los especialistas entrevistados en este segundo experimento identificaron algunas correcciones que debemos realizar como colocar una declaración jurada al momento de que un usuario

adquiere algún servicio y en específico del servicio grooming, hospedaje y paseos para protección del especialista. Asimismo, deberíamos considerar separar los servicios de acuerdo a la ubicación del cliente para agilizar los procesos de atención y estandarizar los precios con las veterinarias, ya que estos varían de acuerdo a las zonas donde se encuentren los clientes.

Tabla 70. Malla receptora de la validación del segundo experimento de emprendedores especialistas.

Ideas Interesantes	Críticas Constructivas
<p>Actualmente las veterinarias solo utilizan el canal de WhatsApp y Facebook para realizar reservas y responder a consultas, así como para llegar a nuevos clientes.</p> <p>Según los especialistas, los tiempos muertos se reducen al utilizar la plataforma y que es interesante que el cliente pueda brindar un feedback, ya que los especialistas sabrán la calidad del trabajo que realizan y las mejoras que harían para una siguiente reserva.</p> <p>Un especialista en el servicio de grooming en un día aproximadamente atiende de 15 a 20 mascotas.</p> <p>Los servicios de delivery han aumentado más del 100% de la demanda ante la pandemia.</p>	<p>Se comentó que sería recomendado que el chat sea personalizado y que esté una persona encargada de responder consultas.</p> <p>Por lo cual, se optará por enlazar el chat con WhatsApp para cualquier duda ante el especialista como usuario.</p> <p>Se debería estandarizar los precios de las veterinarias y de otros servicios de acuerdo a las zonas para que se pueda establecer un ingreso para el especialista.</p>
Preguntas Nuevas	Ideas Nuevas
<p>¿Qué otras consideraciones son necesarias y relevantes para asegurar la calidad del servicio y la seguridad del especialista al momento de ofrecer una reserva?</p>	<p>Realizar una declaración jurada al momento de adquirir algún servicio y en específico del servicio grooming, hospedaje y paseos para protección del especialista.</p>

Fuente: Elaboración propia

d. Aprendizajes – Cambios a realizar

Los aprendizajes que se ha podido rescatar de este experimento están relacionados a las mejoras que se debe realizar en la plataforma como agregar un espacio en el cual el especialista pueda ver imágenes y videos que el cliente pueda subir al momento de atender a su mascota. Asimismo, agregar un chat personalizado en el que una persona pueda estar encargada de responder consultas que puedan tener los especialistas y los usuarios. De la misma manera, añadir una declaración jurada al momento de que un cliente adquiera algún servicio y en específico del servicio de grooming, hospedaje y paseos para protección del especialista. Por ello, se tomarán en cuenta estas sugerencias ya que la finalidad de los cambios y modificaciones es que tanto el usuario como el especialista tengan la mejor experiencia y se sientan familiarizados con la plataforma web de Petwouse.

e. Sustentación de las validaciones (enlaces, audios, videos, imágenes, etc.)

Segmento de mercado 2: Hombres y mujeres de 21 a 50 años que sean especialistas en el rubro de servicio de atención a las mascotas en Lima Metropolitana de la zona 7.

Tabla 71. Entrevista N° 01 - Expertos

N° Entrevista	1
Entrevistador	Ariana Lucía Viviani Pérez
Tipo de Entrevistado	Asistente Veterinario
Nombre	Juanjosé
Link de la Entrevista	https://drive.google.com/file/d/1Vq3XX0bLzr9pcO5xL2-5zn2XUZbcErqj/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 72. Entrevista N° 02 - Expertos

N° Entrevista	2
Entrevistador	Ana Karina Rojas De La Cruz
Tipo de Entrevistado	Hospedaje

Nombre	Claudia
Link de la Entrevista	https://drive.google.com/file/d/1OsWUNKCufAsEws5xBKaJg8bCbK7yvbXt/view?usp=sharing
Fuente: Elaboración propia	

Tabla 73. Entrevista N° 03 - Expertos

N° Entrevista	3
Entrevistador	Claudia Olaechea y Ana Rojas
Tipo de Entrevistado	Veterinario Director de la Veterinaria PreVet
Nombre	Renato Palomino
Link de la Entrevista	https://drive.google.com/file/d/1G5_hq6zadWpiU0v_xzStvKksTi9w8SWM/view?usp=sharing
Fuente: Elaboración propia	

6. VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

6.1. Validación de canales

a. Objetivo del experimento

El presente experimento tiene como objetivo descubrir los gustos y preferencias de nuestro público objetivo en cuanto a los canales que tiene Petwouse, la plataforma web y las redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp. Para ello, se utilizarán herramientas y técnicas que nos permitirán recaudar la información necesaria para validar dicho segmento de nuestro Business Model Canva. Se realizarán encuestas y entrevistas a usuarios que cumplan con las características del segmento elegido, asimismo las plataformas que se utilizarán será Zoom para las entrevistas y Formularios Google para la elaboración de las encuestas. Además, se utilizarán la red social Facebook de Petwouse para la difusión de la encuesta. La finalidad del experimento es validar si nuestro público objetivo realizara compras a través de la plataforma web de Petwouse, descubrir que

canales de difusión de información son los más importantes para ellos y poder brindarles un mejor servicio.

b. Diseño y desarrollo del experimento

Para validar los canales del modelo de negocio, se utilizarán las entrevistas, encuestas y la interacción en las redes sociales realizadas a usuarios que cumplen con las características de nuestro público objetivo. Se entrevistó a 26 usuarios a quienes se les realizaron las siguientes preguntas:

Entrevista:

- ¿Qué canales de los que te hemos comentado (Facebook, Instagram, WhatsApp y Gmail) utilizas más?
- ¿Qué canales usarías para ver nuestra información? ¿Solo por la plataforma o por los canales ya mencionados?
- ¿Te gustaría recibir información acerca de las ofertas y descuentos solo por la página web o a través de nuestras redes sociales o Gmail?
- ¿Consideras que nuestro canal de WhatsApp es importante para absolver dudas?
- ¿Consideras que a través de WhatsApp puedas enviar de forma rápida tu comprobante de yape o plin para el pago de un servicio por la plataforma?
- ¿Qué mejoras se pueden implementar en los canales de que tenemos actualmente? (mostrar redes sociales)
- ¿Consideras que Gmail es un canal importante donde te podemos enviar información sobre tu mascota y actualizaciones de la plataforma web?

Encuesta:

- ¿Con qué frecuencia solicitas o solicitarías estos servicios?
- ¿Qué tan importante son los canales de Facebook, Instagram, WhatsApp y correo para que puedas recibir nuestra información?

Estas entrevistas y encuestas se realizaron del 15 al 18 de septiembre del 2021 a través de la plataforma de Zoom, Facebook y WhatsApp, las dos últimas fueron necesarias para compartir la encuesta.

Asimismo, a través de los canales de Facebook e Instagram, se realizaron publicaciones diarias para dar a conocer la plataforma y los servicios que esta brinda, así como generar una mayor cantidad de posibles clientes potenciales. Estos canales fueron seleccionados debido a las respuestas obtenidas en las encuestas donde los usuarios expresaron que les dan mayor importancia a los canales de Facebook e Instagram para recibir información.

Las publicaciones fueron segmentadas según nuestro público objetivo para saber con mayor precisión quiénes serán nuestros posibles clientes potenciales. Las publicaciones se realizaron durante 1 semana con el objetivo de generar mayor interacción con los usuarios y puedan conocer más sobre la idea de negocio, también se pudo validar la intención de compra a través de nuestra plataforma Petwouse.

Tabla 74. *Matriz de validación de los canales.*

Nº	Hipótesis	Método	Métricas escogidas	Criterios de éxito
1	Los usuarios muestran interés y mencionan los servicios que más solicitarán a través de la plataforma de Petwouse	Entrevista a usuarios	Cantidad de usuarios entrevistados muestran interés en la plataforma web	El 85% de las personas están interesadas y solicitarían un servicio por la plataforma web
2	El usuario tiene interés en las ofertas y planes Premium de plataforma web	Entrevista a usuarios	Cantidad de usuarios entrevistados muestran interés por las ofertas y los planes Premium	El 50% de los usuarios sí desean ver en la plataforma ofertas y planes para sus mascotas.
3	Aumento de las interacciones en las redes de Facebook e Instagram	Interacción a través de las redes sociales Facebook e Instagram	Incremento (%) de las interacciones en las publicaciones en Facebook e Instagram	Incremento del 30% en las interacciones de las publicaciones en Facebook e Instagram

4	Recepción de los mensajes de usuarios que están interesados en los servicios que ofrece la plataforma web	Publicación es realizadas por Instagram y Facebook	Cantidad de mensajes recibidos en Facebook e Instagram	Al menos se reciben 5 mensajes por parte de los usuarios
5	Recepción de mensajes por parte del segmento de especialistas interesados en ofrecer sus servicios a través de la plataforma web	Publicación es realizadas por Facebook	Cantidad de mensajes recibidos en Facebook y WhatsApp	Al menos 2 especialistas se encuentran interesados en ofrecer sus servicios a través de la plataforma web
6	Usuarios y especialistas muestran interés por recibir información de la plataforma web por el canal de WhatsApp	Entrevista a usuarios	Cantidad de usuarios entrevistados mencionan que el canal de WhatsApp es una mejor opción para recibir información de la plataforma web	El 80% de los usuarios mencionan que WhatsApp es una mejor opción para recibir información de la plataforma web

Fuente: Elaboración propia

i. Descripción del experimento

Como se mencionó en líneas anteriores, se realizaron entrevistas a posibles usuarios potenciales, se realizaron 26 entrevistas las cuales se dividieron en dos grupos según nuestro segmento elegido. Para el primer segmento, se entrevistó a 20 usuarios que estaban dentro del rango de edad 21 - 50 años que residan en el sector 7 de Lima Metropolitana y tengan mascotas, nuestro segundo segmento fueron especialistas que brindan diversos servicios a mascotas. De las entrevistas se pudo determinar que el 100% de los usuarios estaban dispuestos a realizar la compra de un servicio a través de la

plataforma sobre cualquiera de los servicios que ofrece Petwouse, asimismo la mayoría de los usuarios piensan que la idea de negocio es innovadora y se adapta a las necesidades que tienen una mascota, además tener en una sola plataforma diversos servicios lo vuelve una plataforma completa. Debido a la coyuntura que se vive en la actualidad, para muchas personas fue difícil poder acudir de manera presencial a los centros de mascotas, por ello creen que esta alternativa es mucho más eficiente ya que se puede realizar una reserva por la misma plataforma y recogen a tu mascota, todo sin necesidad de salir de tu hogar. También, consideran que el canal de pago elegido se adapta a las necesidades del usuario ya que cuentan con diferentes opciones de pago y los canales de atención como WhatsApp sería la mejor opción por donde podrían enviar su constancia de pago en caso se utilicen monederos digitales.

Por un lado, el 12 de septiembre de 2021 se creó la cuenta de Petwouse.pe en Instagram que nos ayudaría a generar mayor interacción con los usuarios, el experimento se realizó por 1 semana donde de forma diaria se subieron post sobre los servicios e invitando a los usuarios a registrarse y para el segmento de especialistas invitarlos a que formen parte de nuestra comunidad. Para generar un mayor alcance se promocionan algunos posts donde podríamos generar mayor interacción y se utilizaron diferentes hashtags que permitan un mayor alcance de público. Por otro lado, en la página de Facebook el 12 de septiembre del 2021 se realizó la primera publicación, de igual manera que en Instagram se realizaron publicaciones diarias por 1 semana y se promocionaron post importantes donde podíamos generar mayor interacción. Más adelante, se podrá visualizar los resultados obtenidos de este experimento.

ii. Bitácora de actividades

Tabla 75. *Bitácora de actividades de la validación de canales.*

Actividad	Tareas	Resultados
Entrevista al segmento 1 usuarios con mascotas entre los rangos de edad de 21-50 años que residen en el sector 7 de Lima Metropolitana y segmento 2 especialistas en el cuidado de mascotas	Desarrollo de la guía de preguntas para usuarios y especialistas Búsqueda y selección de usuarios para los dos segmentos de público	Un 100% de los usuarios entrevistados demostraron el interés por registrarse y solicitar un servicio a través de la plataforma web

	Elección de la plataforma Zoom como medio para realizar las entrevistas	
	Realizar las preguntas desarrolladas a los usuarios	
Publicitar contenido en redes sociales	Diseño de contenido a través de la plataforma Canva Elaborar posts diarios en Facebook e Instagram Publicar un post de manera diaria en Facebook e Instagram Promocionar los posts para generar un mayor alcance	El alcance por la página de Facebook es de 2,000 usuarios y en la página de Instagram es de 6,000 usuarios.
Encuesta a usuarios potenciales	Diseño de preguntas para la encuesta Uso de la plataforma Formularios Google para el desarrollo de la encuesta Distribuir la encuesta a través del canal de Facebook y WhatsApp	Recolectar a 33 usuarios que puedan completar la encuesta realizada

Fuente: Elaboración propia

Para el desarrollo de este experimento, primero se realizaron las entrevistas a los usuarios donde se tuvo que desarrollar una guía de preguntas en base a los canales, luego de ello se seleccionó a las personas que contaban con las características de segmentación elegido, finalmente se procede a realizar las entrevistas a los dos segmentos elegido. El 100% de los entrevistados comentó que la plataforma les pareció rápida y sencilla para solicitar servicios y conectar con clientes, asimismo existe una alta demanda de usuarios que tienen mascotas y desean solicitar servicios a través de una plataforma digital.

Por otro lado, se desarrollaron anuncios utilizando la herramienta de Canva donde se colocó información referente a los servicios que se ofrecen y anuncios invitando a los usuarios a que puedan conocer más sobre la plataforma web, se suscriban y para que especialistas puedan trabajar con nosotros. Una vez diseñado los anuncios, se utilizaron

las redes de Facebook e Instagram para realizar posts de manera diaria por 7 días donde se invitó a los usuarios que conozcan más sobre la plataforma y se unan a nuestra comunidad, para los posts de Instagram se utilizaron diferentes hashtags que permitan que las publicaciones lleguen a más personas, de igual manera en ambas redes algunas publicaciones fueron promocionadas para tener un mayor alcance sobre los segmentos elegidos. En base a ello, se pudo realizar un análisis comparativo desde el día uno donde se empezó con 52 me gusta a la página de Facebook y terminado el reto de las publicaciones por 7 días los me gusta subieron a 68, asimismo en la página de Instagram empezamos con 5 seguidores y al término de las publicaciones diarias alcanzamos 58 seguidores en la página.

c. Análisis e interpretación de resultados

El experimento nos permitió conocer que los usuarios muestran una respuesta positiva al uso de una plataforma web por donde pueden solicitar de manera rápida y en cualquier momento la reserva de un servicio para sus mascotas. Debido a la pandemia por el Covid-19, muchos de los negocios que ofrecen servicios a mascotas tuvieron que mantener cerradas sus puertas por protocolos de salubridad, en base a ello les pareció una idea innovadora y que permite al usuario solicitar un servicio sin la necesidad de salir de su hogar. El 100% de nuestro segmento está dispuesto a realizar la reserva de un servicio a través de la plataforma web, asimismo comentaron que los planes premium son una muy buena opción, ya que ofrece mayores beneficios para las mascotas y para es más atractivo para un cliente solicitar un paquete que incluya diversos servicios para su mascota a un precio menor.

Por otro lado, se pudo demostrar a través de las redes sociales Facebook e Instagram el interés del público sobre solicitar un servicio a través de la plataforma web, esto se puede evidenciar en la cantidad de seguidores y me gustas en las publicaciones y la página, asimismo las interacciones que hemos conseguido en las publicaciones, mensajes que se han recibido solicitando información sobre los diferentes servicios y los precios.

El experimento logró cumplir con los objetivos planteados por lo que se logra validar el cuadrante de canales para el modelo de negocio Petwouse, no obstante, el experimento nos permitió conocer las mejoras que se pueden realizar a los canales.

Tabla 76. *Malla receptora de la validación de los canales.*

Ideas Interesantes	Críticas Constructivas
La idea de negocio es innovadora.	Se debe cambiar el tipo de letra de la
La plataforma es sencilla de entender.	plataforma que vaya acorde con un estilo
El proceso de reserva de un servicio es sencillo y muy bien explicado cada paso.	divertido.
La forma de pago se adecua a todas las necesidades.	Se debe incluir mayores imágenes, reseñas y comentarios en la sección de servicios.
La información en la plataforma es adecuada y entendible para el usuario.	El canal de WhatsApp sería una mejor opción para brindar información a los usuarios.
Incluir paquetes premium generan una mayor aceptación por los usuarios.	
Preguntas Nuevas	Ideas Nuevas
¿Qué mejoras crees que se deben implementar en las redes sociales?	Desarrollar contenido dinámico y divertido sobre información de la plataforma.
¿Es importante trabajar con un Community Manager para gestionar las redes sociales?	Implementar contenido audiovisual en la plataforma web sobre los servicios que se ofrecen.
¿Te gustaría solicitar los servicios a través de los canales Facebook e Instagram o solo por la plataforma web?	Incluir los nombres de las empresas con las que se trabaja en la plataforma web.
¿Con la publicidad pagada se podrá llegar a más del 30% de personas de nuestro segmento?	Desarrollar reels o videos en TikTok para generar una mayor aceptación por el público.
	Incluir contenido de las ofertas y promociones en los canales de Facebook, WhatsApp e Instagram.

Fuente: Elaboración propia

d. Aprendizajes – Cambios a realizar

Los aprendizajes que nos pudo dejar el experimento realizado a nuestro segmento, es que la plataforma es una idea innovadora y cuenta con los servicios básicos que toda mascota necesita para su óptimo cuidado y bienestar, asimismo los usuarios han recomendado implementar otras opciones de servicios como exámenes médicos, tortas de cumpleaños

y venta de artículos ya que son servicios que hoy en día se están solicitando con mayor frecuencia. Además, los usuarios mencionan que incluir una sección de oferta y paquetes promocionales es una mejor opción para que los clientes puedan solicitar un paquete de servicios a un menor costo y así poder reservar mayores servicios. Otro de los aprendizajes, fue que se coloquen imágenes y opiniones de los usuarios que ya han recibido el servicio, ya que ofrece mayor confianza a la persona que desea solicitar un servicio por primera vez para su mascota.

Por otro lado, los usuarios consideran que el canal de WhatsApp es una de las mejores vías para recibir información de la plataforma web y sobre el servicio que se les brinde a sus mascotas, debido a que es un medio que todos utilizan a lo contrario con la plataforma web, ya que solo entraron para solicitar el servicio, pero podrían olvidarse de entrar a revisar que actualizaciones hay, por ello consideran que esa vía es la más adecuada, también el canal de Facebook e Instagram mostraron tener una buena aceptación por los usuarios en los resultados de las encuestas, por ello los resultados obtenidos en ambas redes demuestran que efectivamente las persona muestran mayor interés de recibir información de Petwouse a través de estos medios. En cuanto a los aprendizajes de las redes sociales, se recomendó que también se brinde la información a través de WhatsApp y que se mantenga la frecuencia de subir posts de manera diaria para mantener al cliente al pendiente de las novedades que tenga la página web.

e. Sustentación de las validaciones (enlaces, audios, videos, imágenes, etc.)

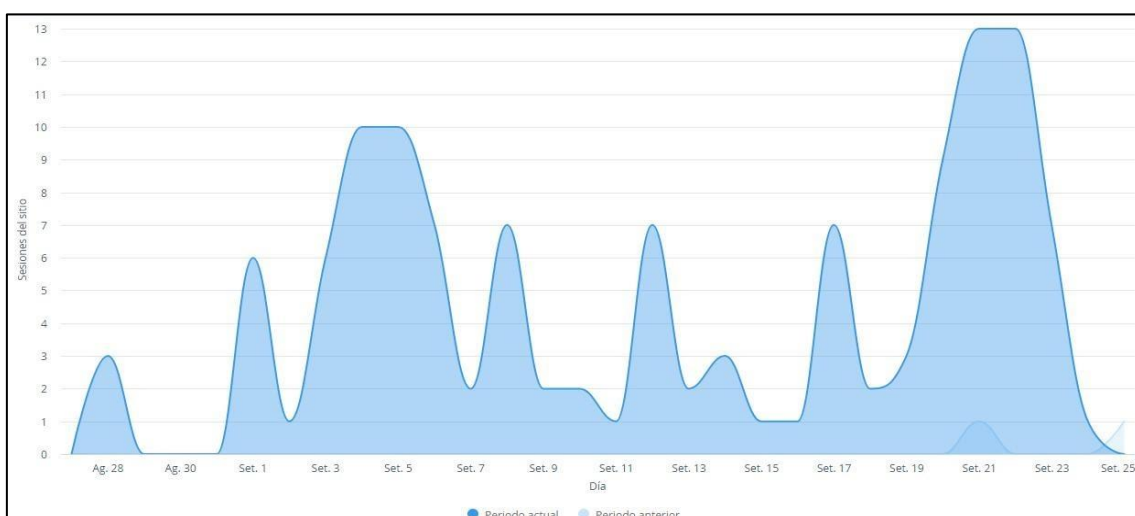


Figura 17. Tráfico a lo largo del tiempo en la página de Wix de Petwouse.

Fuente: Página de Wix de Petwouse.

Nombre y apellidos

33 respuestas

Jimena Zapata
Milagros Lázaro Illatopa
Gianella Román Sánchez
Valery nicolle Allca Aguilar
Juanjosé Magallanes Centeno
Andrea Viviani
Elizabeth Morán Quispe
Marcia Lecarnaque Quevedo
Patricia López Quevedo

Figura 18. Cantidad de usuarios que resolvieron la encuesta de Petwouse.

Fuente: Elaboración propia

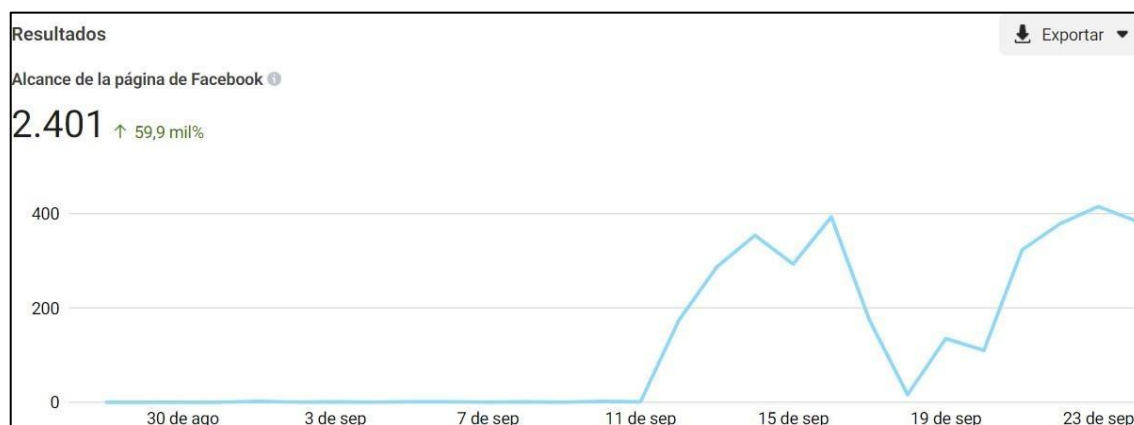


Figura 19. Alcance de la página de Facebook de Petwouse.

Fuente: Página de Facebook de Petwouse



Figura 20. Alcance de la página de Instagram de Petwouse.

Fuente: Instagram Petwouse

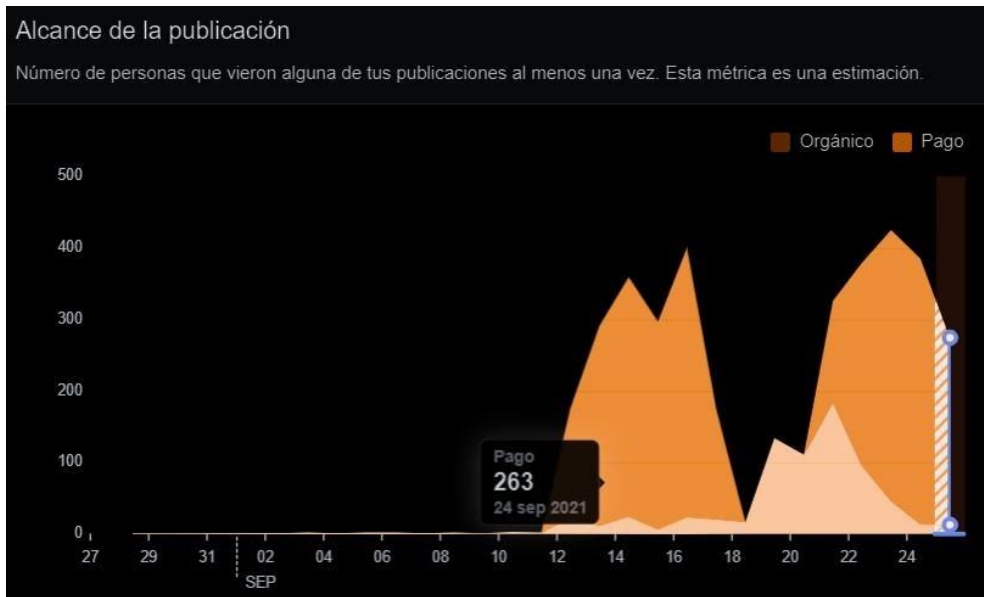


Figura 21. Alcance de la publicación

Fuente: Facebook Petwouse

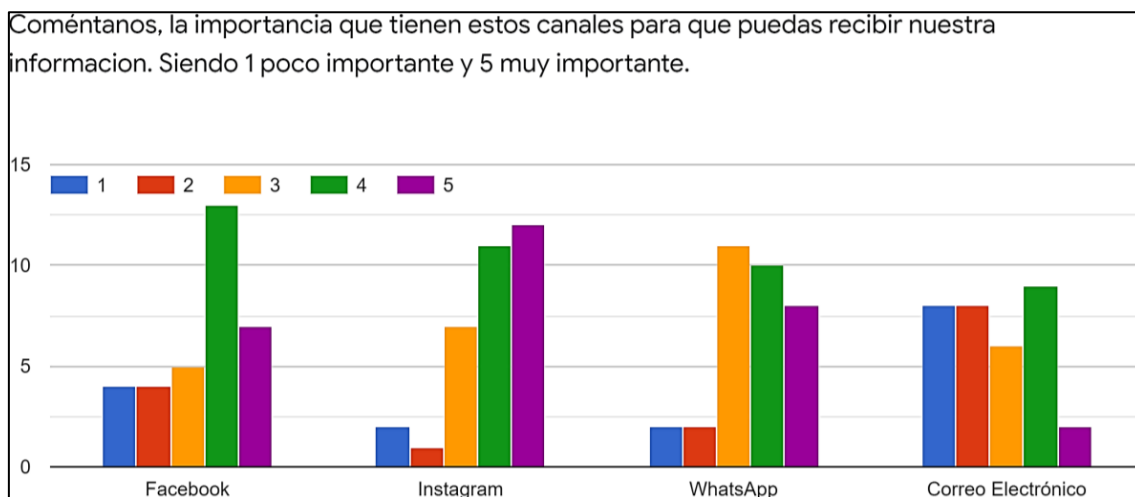


Figura 22. Encuesta sobre canales de mayor importancia.

Fuente: Elaboración propia



Figura 23. Contenido de Facebook de Petwouse.

Fuente: Elaboración propia

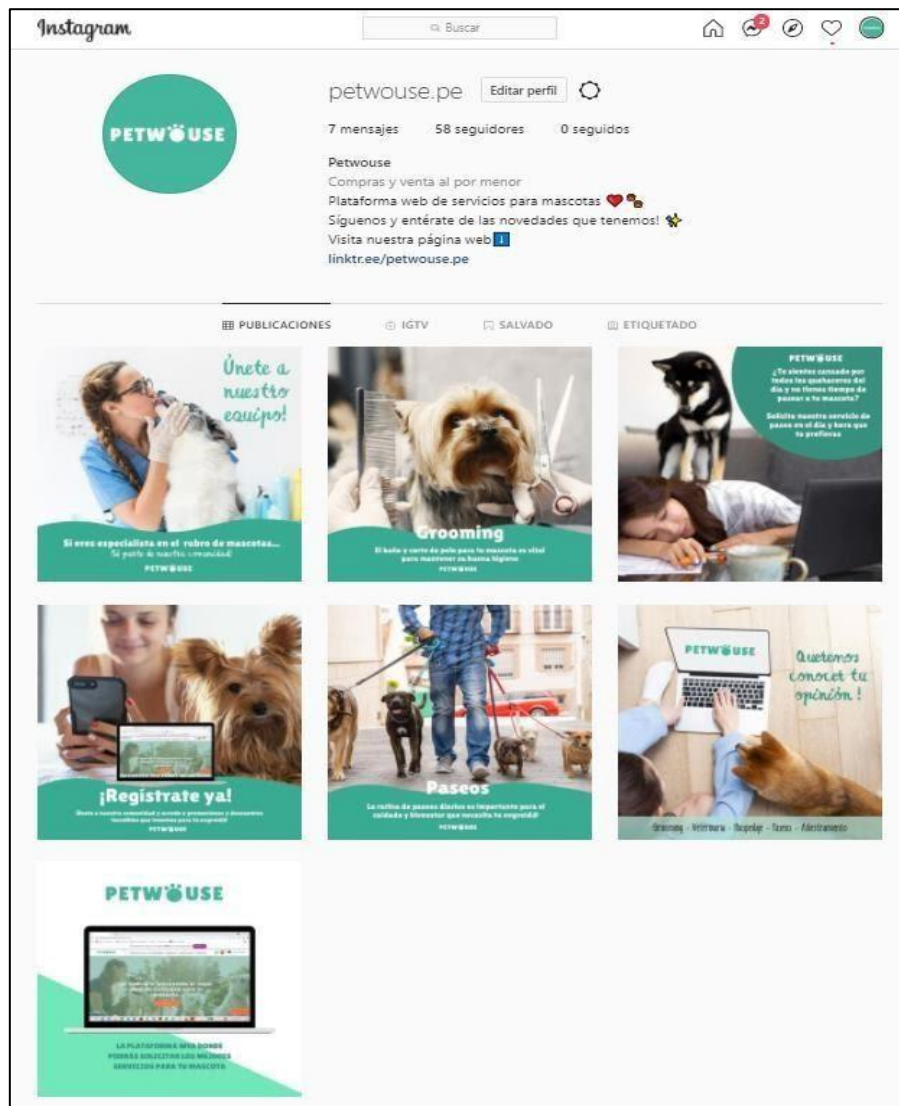


Figura 24. Posts realizados en Instagram Petwouse.

Fuente: Instagram Petwouse

6.2. Validación de recursos clave

a. Objetivo del experimento

El objetivo del experimento para la validación de recursos claves que se encuentran establecido en el BMC son:

- I. OE1: Conocer la opinión de al menos un experto en desarrollo web respecto a las funcionalidades de la plataforma web.
- II. OE2: Existen al menos 15 personas interesadas en formar parte de la idea de negocio para el desarrollo y programación de la plataforma web.

III. OE3: Obtener información acerca del capital que se requiere para implementar la plataforma web.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Considerando que los recursos claves que se encuentran dentro del BMC son programador y desarrollador web, plataforma web y capital, hemos procedido a desarrollar tres objetivos distintos cada uno de ellos con una hipótesis. Como fue mencionado, para el primer objetivo se espera obtener información y conocer la opinión de un desarrollador web de acuerdo a las funcionalidades que debería tener la plataforma para un correcto funcionamiento. En segundo lugar, se encuentra la validación de que, en el entorno, hay personas interesadas en trabajar con nosotros para el desarrollo y programación de la plataforma web, teniendo como objetivo recopilar más de 15 postulaciones de CVs en un anuncio de oferta laboral en portales de empleos. Por último, se validará el capital requerido a invertir para el buen funcionamiento de la plataforma web. Cabe mencionar que todas las validaciones se realizarán a través de entrevistas virtuales las cuales serán grabadas con consentimiento de ambas partes y también, mediante información obtenida de distintas tesis e informes académicos.

Tabla 77. *Matriz de validación de los recursos clave.*

Nº	Hipótesis	Método	Métricas escogidas	Criterios de éxito
1	Adquirir conocimiento acerca de las funcionalidades que deberían implementarse en la plataforma web.	Pactar entrevistas con experto en desarrollo web de plataformas.	Respuestas por parte del entrevistado a las preguntas elaboradas por el grupo.	Experto desarrollador web nos brindan información requerida para la implementación de la plataforma web.
2	Personas orientadas al rubro de desarrollo y programación web	Publicación de trabajo mediante páginas de ofertas laborales.	Recepción de CVs a nuestro correo corporativo (Petwouse).	Por lo menos recibir 10 CVs solicitando la vacante laboral

	se encuentran interesadas en formar parte de la implementación de la plataforma web.		publicada en las páginas de ofertas laborales.
3	Obtener información acerca del capital que se requiere para implementar la plataforma web	Recopilación de información de tesis y textos académicos en temas de finanzas.	Recopilación exitosa de información con respecto a los costos aproximados en los cuales se debería incurrir para implementar la plataforma web.

Fuente: Elaboración propia

Para la validación de los recursos clave, se procedió a realizar una entrevista con un experto en desarrollo web en la cual pudimos obtener información acerca de las funcionalidades que deberíamos considerar para la plataforma web de la idea de negocio. Esto con el fin de implementar un correcto funcionamiento en la página y que ambos segmentos, tanto especialistas como usuarios que tienen mascotas, puedan conectarse de manera sencilla, rápida y segura. Por otro lado, procedimos a publicar un anuncio de una oferta laboral en distintas plataformas de empleos, como Bumeran y LinkedIn para conocer si había personas interesadas en trabajar en el desarrollo de la plataforma web. De todos los CVs que llegaron a nuestro correo, escogimos a dos personas las cuales cumplían con las competencias y habilidades requeridas para programar una entrevista con cada uno de ellos y conocer un poco más acerca del conocimiento que tienen y cómo lo relacionan con lo solicitado en el anuncio publicado, además de brindarnos información acerca de las funcionalidades deberían implementarse en la plataforma web según su experiencia. Por último, se procedió a buscar información confiable respecto a temas de finanzas para saber cuánto dinero a invertir tiene nuestra idea de negocio.

ii. Bitácora de actividades

Tabla 78. Bitácora de actividades de la validación de recursos clave.

Actividad	Tareas	Resultados
Diseño del desarrollo de las entrevistas.	Elaborar preguntas distintas para cada recurso clave, para el buen funcionamiento de la plataforma web, programador web y capital aproximado a requerir.	Los integrantes del grupo realizamos preguntas generales y específicas en base a los objetivo e hipótesis planteadas para cada recurso clave.
Pactar y desarrollo de la entrevista al experto en desarrollo web y personas orientadas al rubro del desarrollo y programación web.	Coordinación de entrevista con el experto y filtro de CVs para entrevistar a 2 personas interesadas en el desarrollo y programación de la plataforma web.	Se obtuvo información acerca de las funcionalidades que debería tener nuestra plataforma web, así como también, pudimos confirmar que sí existen personas interesadas en el desarrollo y programación de la plataforma.
Obtener información acerca del capital a invertir.	Investigar en tesis y páginas confiables para tener conocimiento acerca del monto aproximado a invertir para nuestra idea de negocio.	Se logró conseguir información acerca del capital a invertir en nuestra idea de negocio.

Fuente: Elaboración propia

Como se puede visualizar en el cuadro anterior, las actividades relacionadas para la validación de los recursos clave que tiene nuestra idea de negocio fueron programar entrevistas con expertos en desarrollo web, personas interesadas en pertenecer al proceso de desarrollo, programación e implementación de la plataforma web y recopilar

información respecto al dinero a invertir en los distintos procesos que se incurrirán para el correcto desarrollo de la presente idea de negocio.

Entrevistas grupales

Por un lado, se procedió a realizar una entrevista a un experto en desarrollo web el cual nos comentó, desde su perspectiva y experiencia, las funcionalidades que deberían caracterizar a nuestra plataforma web. De igual manera, nos mencionó algunas de las características que debería tener el desarrollador web que contratemos para el funcionamiento de la plataforma, así como también, nos recomendó algunos requisitos y conocimientos que este debería tener obligatoriamente. En base a ello, nosotros también pudimos pactar preguntas para las entrevistas que se les realizaría a los postulantes interesados en desarrollo web.

Por otro lado, después de haber publicado mediante bolsas de empleo nuestro anuncio de vacante laboral para Desarrollador Web, obtuvimos 29 postulaciones a nuestro perfil mediante la plataforma de LinkedIn. Del total de postulantes, procedimos a revisar los CVs obtenidos y filtrar de acuerdo a los criterios y habilidades que requerimos para nuestra idea de negocio. Asimismo, consideramos viable escoger dos personas para realizarles una entrevista y obtener información acerca de su experiencia laboral y cómo la relacionaban a nuestra idea de negocio.

Investigación de artículos y tesis relacionados a temas de finanzas

Según los distintos libros e investigaciones en los que hemos consultado, el capital a invertir varía desde aproximadamente 15,000 dólares y 50,000 dólares, entre distintos costos en los que se incurrirán, como por ejemplo gastos de mantenimiento de la página web, pago por la implementación de un servidor de seguridad que permita a los usuarios pagar de manera segura directamente en la plataforma web por los servicios solicitados, así como también, mantener en confidencialidad los datos de los usuarios y de sus mascotas al momento del registro y del historial de pedidos, gastos de publicidad por promocionar la plataforma, ya sea mediante redes sociales o el mismo buscador de internet y gastos del personal encargado del correcto desarrollo y programación de la plataforma web.

c. Análisis e interpretación de resultados

Las entrevistas realizadas al experto en desarrollo web, así como a los postulantes enfocados al rubro de desarrollo y programación web, nos permitieron conocer mejor y obtener información respecto a toda la operativa que se necesita llevar a cabo para un correcto funcionamiento de la plataforma web. Cabe mencionar que, al momento de realizar la entrevista a los postulantes, se tomó en cuenta la experiencia laboral que tenían y/o trabajos realizados, como portafolios. Esto con el fin de asegurarnos que la persona que entrevistamos posea las habilidades y competencia que estábamos buscando en cuanto a personas que trabajen con nosotros en la implementación de la plataforma web de Petwouse.

De igual manera, a continuación, se detalla la malla receptora:

Tabla 79. *Malla receptora de la validación de recursos clave.*

Ideas Interesantes	Críticas Constructivas
Existen varios postulantes interesados en integrarse a Petwouse para iniciar operaciones en cuanto a las funcionalidades de la plataforma.	Realizar un filtro muy riguroso para escoger a las personas que se encarguen del desarrollo y programación de la plataforma.
El capital a invertir se considera un monto considerable, para lo cual, debemos tener en cuenta cómo financiamos el inicio del proyecto.	Una correcta evaluación de la experiencia de usuario con respecto a las funcionalidades de la plataforma nos permitirá acceder a los datos de estos y por ende poder enviarles alertas y recordatorios, ya sea mediante WhatsApp o correo.
Preguntas Nuevas	Ideas Nuevas
¿Cuántas personas se deberían contratar en primera instancia para que trabajen en la plataforma web?	Para el correcto funcionamiento de la plataforma web se requiere contratar como mínimo a dos personas, un desarrollador web y un programador.
¿En cuánto tiempo estimado debería estar listo el desarrollo y la plataforma web para	

que los usuarios puedan navegar correctamente? Debemos realizar un plan financiero el cual nos permite observar en cuánto tiempo recuperaremos el dinero invertido.

¿Se debería considerar, aparte del desarrollador y programador, una persona especializada encargada de la parte del diseño de las distintas secciones que se encuentran dentro de la plataforma?

Fuente: Elaboración propia

d. Aprendizajes – Cambios a realizar

Los aprendizajes obtenidos con respecto a la validación de recursos claves han sido que tenemos que tomar en consideración que no solo se necesita un desarrollador web para la plataforma, también se requiere contar con un programador web y sería ideal también contratar a una persona especialista en diseños de web. De esta manera, las tres personas se podrían complementar y realizar un correcto funcionamiento de la plataforma web como también, se logrará que los usuarios puedan tener una mejor experiencia al navegar por nuestra plataforma web. Cabe mencionar que, como mínimo, se deberían considerar a estas personas, ya que, si se requiere implementar la plataforma en un tiempo menor, tendremos que contratar a más personas que se integren al equipo. De igual manera, debemos contar con capital suficiente para todos los costos de inversión en los que vamos a incurrir, tomando como referencia los artículos e investigaciones que hemos consultado. Del mismo modo, sería ideal contar con un préstamo del banco, pero existe la gran posibilidad de no acceder a dicho préstamo por el motivo que somos una empresa que recién está desarrollándose en el mercado actual, así que debemos tener en consideración otros métodos de contar con el capital a fin del correcto desarrollo, funcionamiento e implementación de la plataforma web de Petwouse.

e. Sustentación de las validaciones (enlaces, audios, videos, imágenes, etc.)

Tabla 80. *Entrevista N° 01 - Desarrollador Web*

Entrevistador	Ana Rojas y Claudia Olaechea Guerrero
Tipo de entrevistado	Desarrollador Web

Nombre	Omar De La Cruz
	Datos adicionales:
	<ul style="list-style-type: none"> - Técnico en Informática en Cibertec - Ingeniero de Sistemas en UPC - Trabaja en Arquitecto en Software
Link de la entrevista	Parte 1: https://drive.google.com/file/d/1XKIE9GMMnUgIwOBCCc2os3fkTthS66WGL/view?usp=sharing Parte 2: https://drive.google.com/file/d/14siGfkzdJUbgo_PGzIOpCRAAc_Ev4hEO/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 81. *Entrevista N° 02 - Personas que nos enviaron sus CVs*

Entrevistador	Ariana Viviani
Tipo de entrevistado	Desarrollador Web
Nombre	<ul style="list-style-type: none"> - Luis - Miguel
Link de la entrevista	Entrevista a Luis: https://drive.google.com/file/d/1gMMDsRE4z6MK9ieG35ugB7KhEQzUdQUd/view?usp=sharing Entrevista a Miguel: https://drive.google.com/file/d/1w9siNf2TJdlhDh_O9B5uUY8W8vSuyidM/view?usp=sharing

Fuente: Información recopilada de tesis e investigaciones acerca del capital a invertir para nuestra plataforma web (2021, Septiembre).

Repositorio académico UPC.

[https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625255/Asc%C3%A1rateV_O.pdf?sequence=5&isAllowed=y]

[https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/626059/Delgado_si.pdf?sequence=3]

6.3. Validación de actividades clave

a. Objetivo del experimento

El objetivo que se presenta es en base a las actividades claves del negocio, el cual nos ayudará a determinar si las actividades que se encuentran en el BMC se encuentran alineadas con el objetivo principal de Petwouse, así mismo se tomará en cuenta el nivel de influencia.

b. Diseño y desarrollo del experimento

Se definieron las necesidades que requería nuestra idea de negocio, las cuales buscamos actividades alineadas a nuestros dos segmentos de nuestra propuesta de valor. Es por ello, Se realizaron diferentes diagramas de flujo de nuestras actividades claves, por el cual la información que se encuentra dentro de estos flujogramas ha sido de fuentes primarias de entrevistas de los expertos en programación y secundarias de páginas confiables. Así mismo, se presentará diagramas de actividades en el desarrollo y mantenimiento de la plataforma web, evaluación para el reclutamiento de especialistas para mascotas y sobre la gestión del sistema de contratos y pagos para especialistas.

i. Descripción del experimento

I. Descripción del proceso - Desarrollo de la plataforma web

El proceso comienza con precisar las necesidades de nuestro proyecto, se definirá si se comprara un hosting para la plataforma, en caso se apruebe se creará una página con almacenamiento de datos, se realizará un prototipo del sitio web, se almacena imágenes para el proyecto , sino se aprueba esto se podrá seguir los mismos procesos sin embargo, el cambio ocurre cuando se usa cualquier imagen de la red luego se creará pestañas en base al prototipo requerido por Petwouse, se implementara una pestaña para la información de datos y se realizará la conexión con la data de los usuarios. En caso, se llegue a implementar imágenes de optimización para la plataforma, se usará las mismas actividades anteriormente mencionadas, sin embargo, se llegará a realizar la unión de los datos almacenados para comenzar con el uso adecuado de la plataforma web de Petwouse.

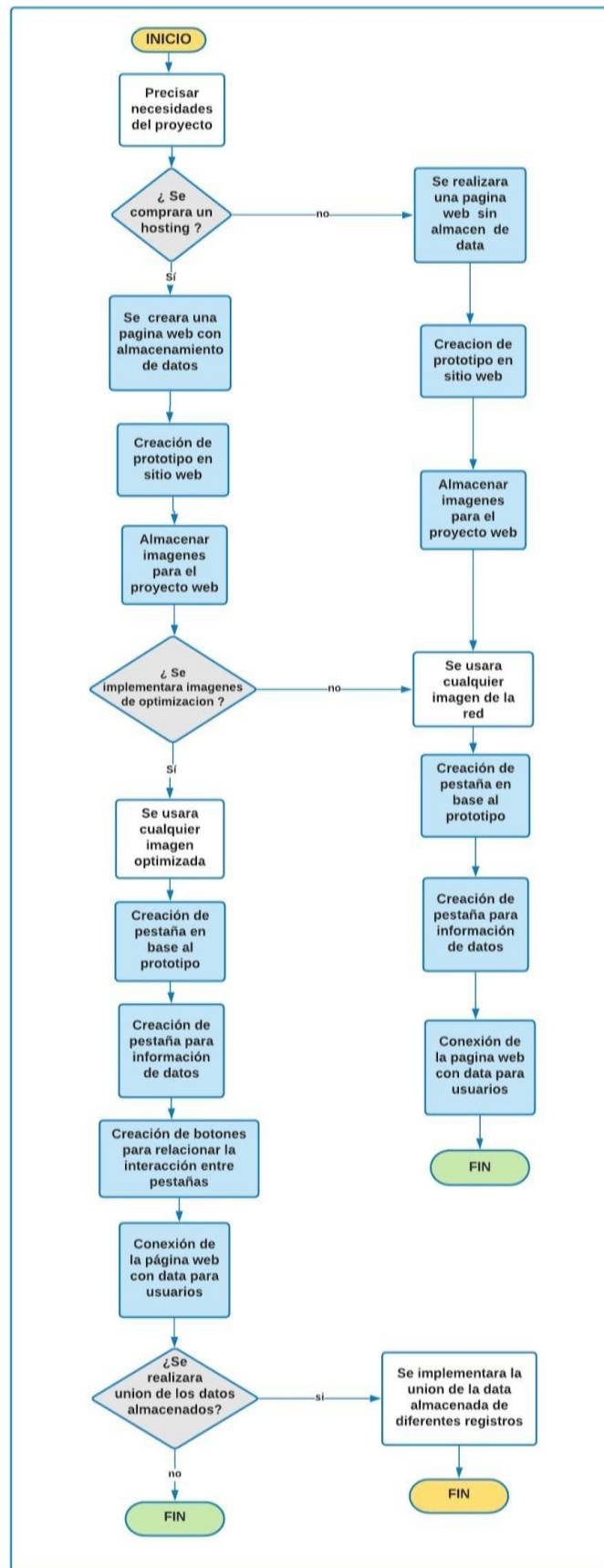


Figura 25. Proceso Desarrollo de la plataforma web.

Fuente: Elaboración propia

II. Descripción del proceso - Mantenimiento de la plataforma web

Este proceso comienza desde que el usuario observa fallas en la página web de Petwouse, luego tiene que avisar al contacto registrado en la plataforma, este mensaje llega al soporte técnico el cual descubre las fallas dentro de la web, por lo que si no se necesita mantenimiento se restaura el problema mediante el hosting , dentro del cual se usará la garantía del soporte técnico y se notificará para empezar con el seguimiento, posterior a esto el técnico tendrá que restaurar las fallas detectadas y avisara a los administradores de Petwouse sobre el problema. El área de soporte técnico recibe el reporte del problema y juntamente con el técnico inician el proceso de la reparación del problema, se inspecciona la solución del problema, se da el visto bueno y se notificará al usuario sobre el problema resuelto. Y, por último, el usuario recibe la notificación y podrá volver a usar la página sin problemas.

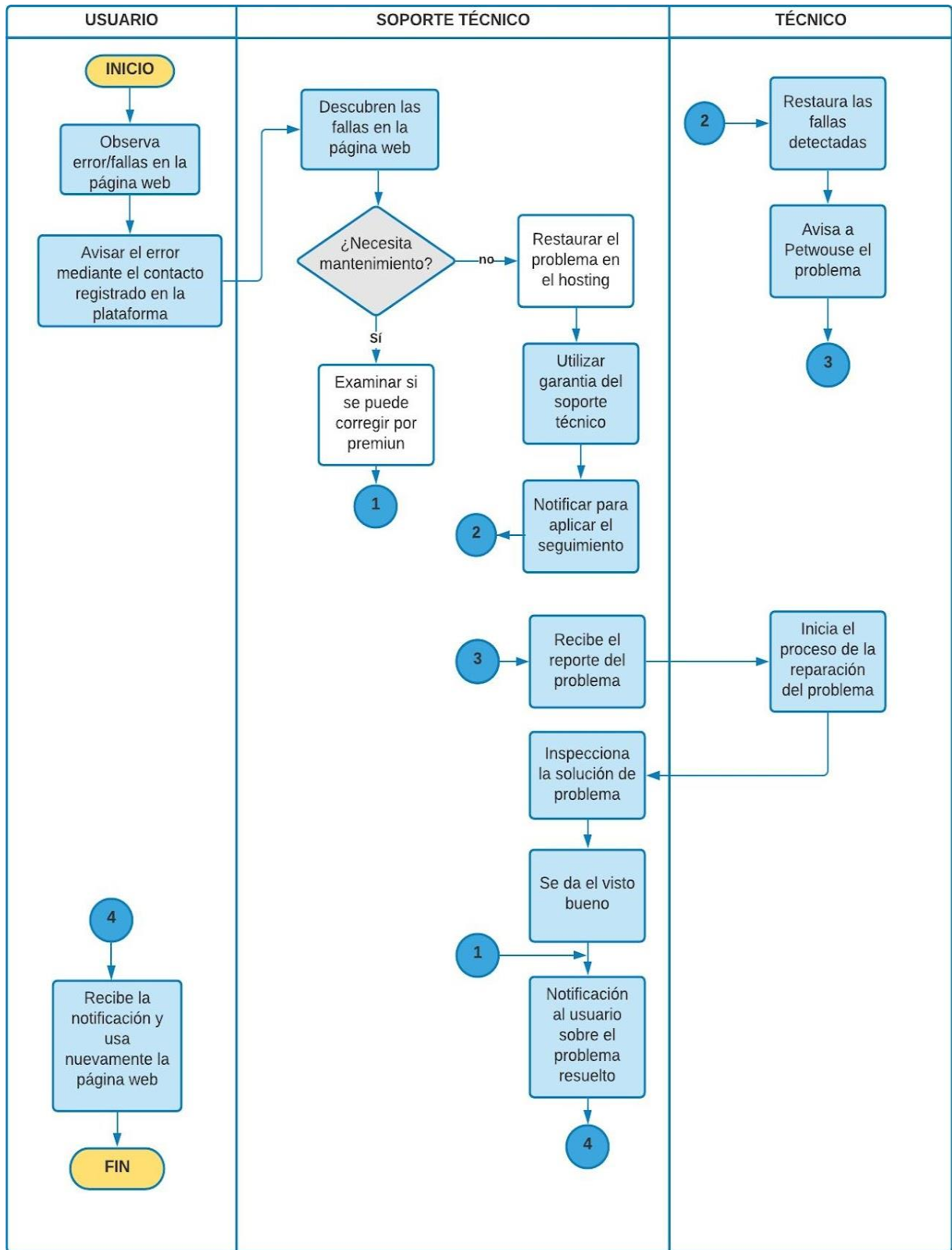


Figura 26. Proceso Mantenimiento de la plataforma web.

Fuente: Elaboración propia

III. Descripción del proceso - Evaluación para el reclutamiento de especialistas para mascotas

Para dar inicio al reclutamiento de los especialistas se deberá determinar algunas características importantes de sus servicios que ofrecen independientemente, es por ello que se realizó una publicación en nuestras redes sociales , dicha publicación será vista por algún de especialista que revisara las condiciones para poder asociarse a Petwouse y podrá registrar su información en la plataforma, los administradores de Petwouse ingresaron y revisaron esta información, dentro del observarán si cumplen con las características que buscaban, si es así se solicitará más información y fotos de los servicios que han realizado anteriormente. Y si cumple con los requisitos se enviará el contrato y documentos con los términos de empleo de Petwouse, luego de recibir los documentos de los especialistas, se registrará y notificará con las credenciales de nuestra empresa y podrá iniciar sus actividades de ventas de los servicios que ofrece cada especialista.

IV. Descripción del proceso - Gestión del sistema de contratos y pagos para especialistas

La administración de Petwouse creará un contrato de pagos dirigido a los socios, si el especialista está de acuerdo con las condiciones de dicho contrato podrá afiliarse con una tarjeta de débito y cuando realice sus ventas de sus servicios. Seguidamente la administración de Petwouse tramitará la información del cliente que compra el servicio y empezará a procesar las ganancias de los servicios realizados, luego de 5 días se abonará el dinero acumulado a la cuenta del especialista, se enviará informes con los márgenes de ganancias de todos los servicios que han realizado.

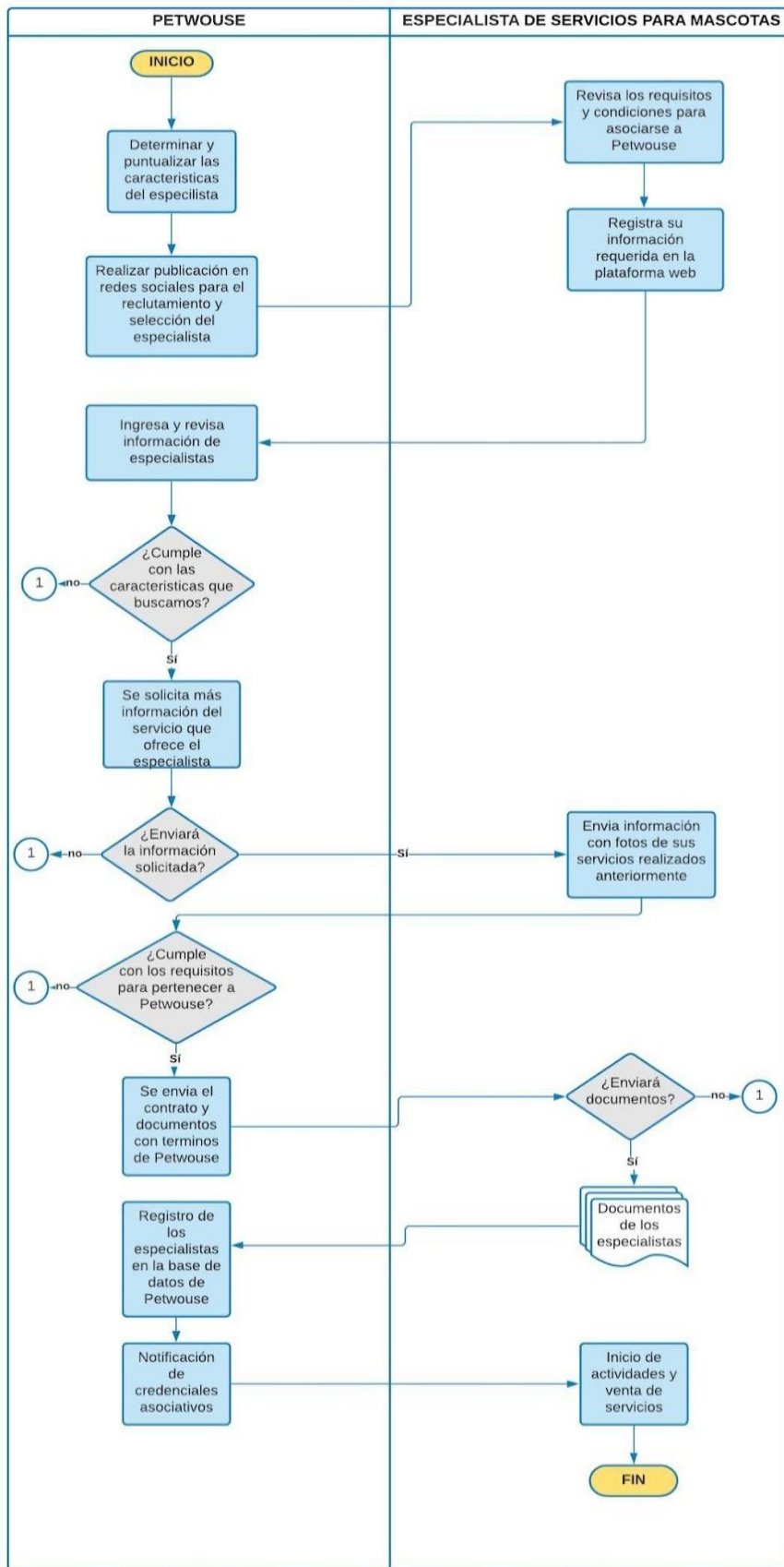


Figura 27. Proceso de evaluación para el reclutamiento de especialistas para mascotas

Fuente: Elaboración propia

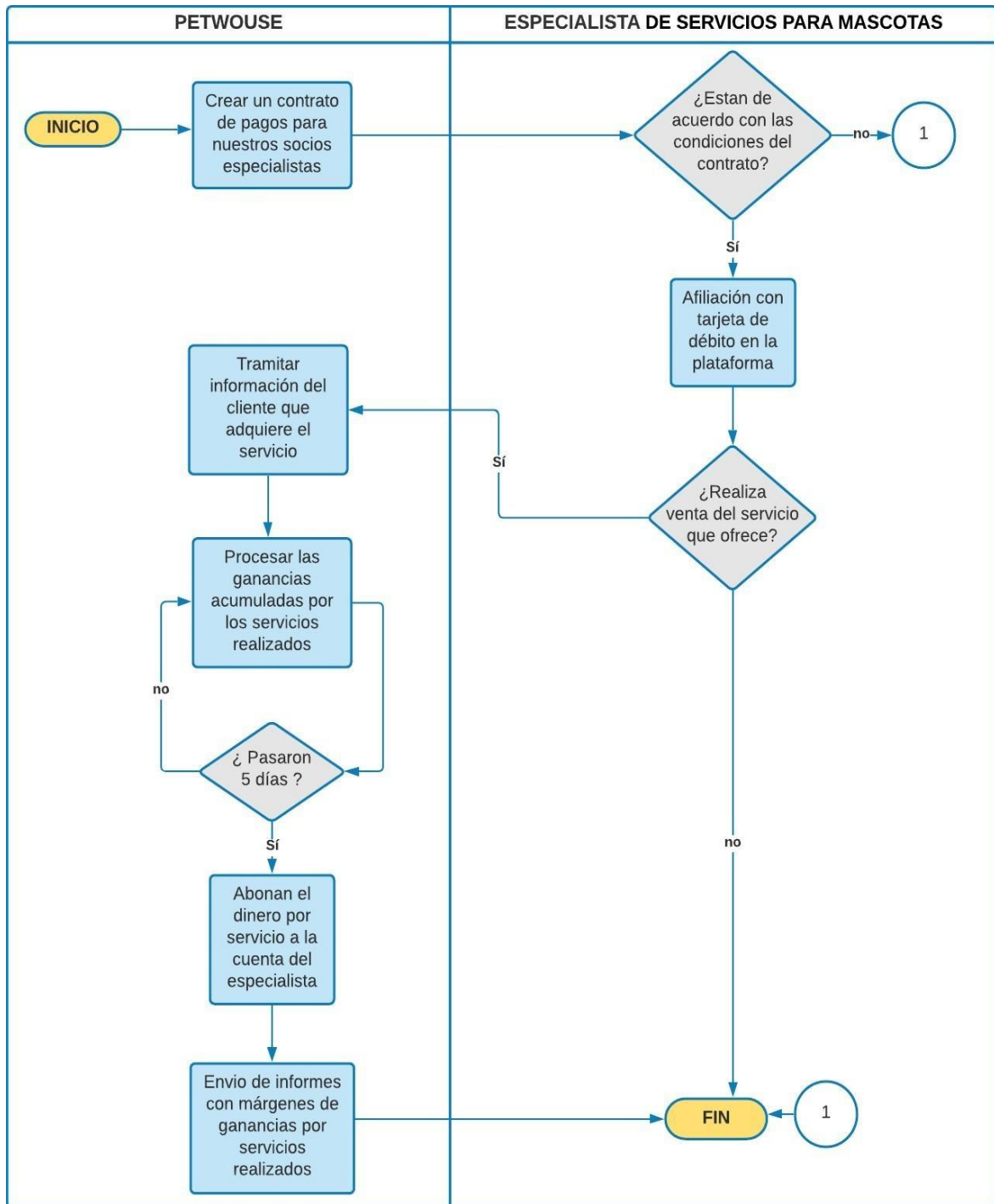


Figura 28. Gestión del sistema de contratos y pagos para especialistas.

Fuente: Elaboración propia

ii. Bitácora de actividades

Tabla 82. Bitácora de actividades de la validación de actividades claves.

Actividad	Tareas	Resultados
-----------	--------	------------

Búsqueda de un desarrollador web con experiencia en plataforma web.	Agendar cita con el desarrollador y citar información brindada.	Contar con los procesos, tiempos y costos para implementar una plataforma web.
Creación de flujogramas de acuerdo a fuentes primarias y secundarias.	Seleccionar información en base a mi propuesta de valor, utilizar la herramienta Lucidchart para realizar los diagramas con su respectivo proceso.	Tener 4 flujogramas de las actividades claves de nuestro BMC.
Describir y detallar los flujogramas.	Recaudar y validar información sobre las distintas actividades dentro de los diagramas.	Seleccionar la actividad clave más importante para el buen funcionamiento de la plataforma web.

Fuente: Elaboración propia

c. Análisis e interpretación de resultados

Se desarrollaron 4 actividades claves para nuestra plataforma web Petwouse, las cuales son: desarrollo y mantenimiento de la plataforma web, evaluación para el reclutamiento de especialistas para mascotas y gestión del sistema de contratos y pagos para especialistas, estas serán utilizadas y realizadas enfocándonos en nuestro Business Model Canvas.

Desarrollo y mantenimiento de la plataforma web, estas dos actividades son de suma necesidad ya que influyen en la creación, diseño y buen manejo de la página web de Petwouse, así mismo el mantenimiento es fundamental debido a las distintas situaciones que pueden ocurrir y ocasionar fallas técnicas en la plataforma, es por ello que se debe de tomar en cuenta y prevenir los inconvenientes futuros ante nuestros usuarios/clientes que compren algún servicio en nuestra página.

Evaluación para el reclutamiento de especialistas para mascotas, este proceso fue definido con los criterios y evaluación dirigidos a los especialistas que se encargaran en brindar distintos servicios a nuestros clientes, la información brindada por ellos nos ayuda a generar una base de datos y crearles un espacio para que sean visibles ante nuestros clientes.

Gestión del sistema de contratos y pagos para especialistas, para el buen funcionamiento de esta actividad la administración de Petwouse deberá de contar con un contrato coherente especificando las condiciones y beneficios de ganancias para los socios especialistas que brindan sus servicios en nuestra plataforma.

d. Aprendizajes – Cambios a realizar

La actividad clave que se considera con mayor importancia es el mantenimiento de la plataforma web, ya que se debe verificar y revisar continuamente los algoritmos y estadísticas que se mantienen desde el inicio del funcionamiento de la página, así mismo esto ayudaría a optimizar la página para un eficiente funcionamiento en la velocidad de la respuesta de carga y brinde una mayor experiencia al cliente.

e. Sustentación de las validaciones (enlaces, audios, videos, imágenes, etc.)

Tabla 83. *Entrevista N° 01 - Desarrollador Web.*

Entrevistador	Ana Rojas y Claudia Olaechea Guerrero
Tipo de entrevistado	Desarrollador Web
Nombre	Omar De La Cruz Datos adicionales: <ul style="list-style-type: none"> - Técnico en Informática en Cibertec - Ingeniero de Sistemas en UPC - Trabaja en Arquitecto en Software
Link de la entrevista	Parte 1: https://drive.google.com/file/d/1XKIE9GMMnUgIwOBCCc2os3fkTthS66WGL/view?usp=sharing Parte 2: https://drive.google.com/file/d/14siGfkzdJUbgO_PGzIOpCRAAc_Ev4hEO/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

6.4. Validación de socios clave

a. Objetivo del experimento

El objetivo del experimento para esta validación es que al menos uno de cada uno de los socios clave que pertenezca a nuestro Business Model Canvas pueda estar interesado en trabajar con nosotros la idea de negocio propuesta. Esto se dará a través de anuncios que se publicarán para obtener respuesta por parte de los especialistas y desarrollador web,

así como de entrevistas virtuales en el que se confirme que los socios clave descritos son necesarios para desarrollar el proyecto.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Por un lado, para la validación de los Socios Clave se entrevistó a especialistas para saber si la idea de negocio les parecía interesante y si es que especialistas como ellos en el rubro de mascotas o empresas pequeñas estarían interesados en trabajar con nosotros para el incremento de nuevos clientes potenciales. También, se entrevistó a desarrollador web para ver acerca de las características que debería tener una persona que trabaje con nosotros para que desarrolle e implemente nuestra plataforma.

Por otro lado, se desarrollaron anuncios con las características específicas por redes sociales como Facebook e Instagram para la obtención de personas interesadas en trabajar con nosotros por parte de especialistas y en el caso del desarrollador web se hizo un anuncio en la plataforma de LinkedIn.

Tabla 84. *Métricas y criterios de éxito.*

Nº	Hipótesis	Método	Métricas escogidas	Criterios de éxito
1	El experto en desarrollar plataformas web nos describe a personas que tendríamos que contratar para trabajar en nuestra plataforma.	Entrevista virtual al desarrollador web por la plataforma Zoom.	Respuesta sobre las preguntas realizadas en la entrevista.	Un experto nos permite conocer las características realizadas.
2	Especialistas nos comenta que si hay demanda de personas que trabajan en el rubro de mascotas	Entrevista virtual al especialista por la plataforma Zoom.	Respuesta sobre las preguntas realizadas en la entrevista.	Al menos 2 especialistas nos permiten conocer que por esta plataforma si se podría llegar a obtener clientes nuevos.

	que quieren llegar a conseguir e incrementar clientes potenciales para ofrecer sus servicios.			
3	El desarrollador web tendrá interés en trabajar con nosotros y nos comentará como realizará la plataforma.	Anuncio por la plataforma de LinkedIn.	Número de CVs recibidos a nuestro correo: infopetwouse@gmail.com	Al menos 3 desarrolladores web que estén interesados en el puesto de trabajo enviaran sus CV por el anuncio publicado por LinkedIn.
4	Especialistas estarán interesados en obtener información para trabajar con nosotros.	Anuncio publicado por redes sociales: Facebook e Instagram.	Número de respuesta de especialistas.	Al menos 2 especialistas tendrán interés en conseguir mayor información para trabajar con nosotros por la plataforma.

Fuente: Elaboración propia

ii. Bitácora de actividades

Tabla 85. *Bitácora de actividades de la validación de socios clave.*

Actividad	Tareas	Resultados
Conocer la opinión de especialistas y del desarrollador web acerca de qué piensan de la idea de negocio.	Concluir el desarrollo de mi prototipo por la plataforma Wix para mostrarlo en la entrevista a realizar. Buscar a personas que cumplan con las	Se pudo concluir el diseño del prototipo para explicarle la idea de negocio y mostrarle al especialista cómo funciona la plataforma. Se encontró a especialistas, preguntando a través de sus redes

<p>características de mi segmento para que me brinden su opinión.</p> <p>Buscar a un desarrollador web que nos brinde información.</p>	<p>sociales y por búsqueda presencial en sus respectivos negocios para agendar una entrevista virtual.</p> <p>Se encontró a un desarrollador web por contacto de amistades para coordinar una entrevista.</p>
<p>Realizar una guía de preguntas.</p>	<p>Se desarrolló una lista de preguntas para el día de la entrevista.</p>
<p>Programación de cita</p>	<p>Se programó citas en diferentes días para entrevistar a 2 especialistas por Zoom durante la semana del lunes 13 de septiembre al 18 de septiembre del 2021.</p>
<p>Analizar la información brindada en la entrevista virtual.</p>	<p>Al concluir las entrevistas realizadas, se procedió a analizar los apuntes realizados y a plasmar la información relevante para nuestros resultados.</p>
<p>Conocer si existe interés por parte de los especialistas y desarrollador web en trabajar con nosotros.</p>	<p>Creación del anuncio por redes sociales: Facebook, Instagram y LinkedIn.</p> <p>Para los especialistas se realizó una publicación por Facebook e Instagram para conocer si están interesados en obtener mayor información acerca de cómo trabajarían con nosotros.</p> <p>Para encontrar a desarrolladores web interesados en trabajar con nosotros se realizó un anuncio en LinkedIn durante la semana del lunes 13 de septiembre al 18 de septiembre del 2021 para la recolección de CVs.</p>

Leer mensajes de especialistas interesados. Leer CVs que llegaron al correo de Petwouse.	Se recepcionó 4 mensajes por el canal de WhatsApp de los especialistas. Se recibieron 29 CVs de diferentes desarrolladores web.
Responde mensajes de especialistas. Coordinar entrevistas con los CVs escogidos.	Se respondieron los mensajes por WhatsApp solicitando mayor información por parte de especialistas interesados en pertenecer a nuestro Equipo. Se escogió a 2 de los 10 CVs obtenidos para concretar una entrevista virtual.
Analizar la información brindada en la entrevista virtual.	Al concluir las entrevistas realizadas, se procedió a analizar los apuntes realizados y a plasmar la información relevante para nuestros resultados.

Fuente: Elaboración propia

El desarrollo de esta validación se realizó a través de entrevistas virtuales y anuncios publicitados. En primer lugar, se entrevistó a un veterinario y una persona que tiene un servicio de hospedaje. Los datos de estos especialistas se consiguieron a través de qué pudimos hacerles la consulta por sus redes sociales y concretar una cita. Estas entrevistas se dieron con la finalidad de que nos comentaran una respuesta positiva de la plataforma. Asimismo, si utilizarían la plataforma para llegar a nuevos clientes.

Además, se entrevistó a un desarrollador web que nos comentó que perfil debería tener una persona que trabaje con nosotros para el proceso de desarrollo de la plataforma. En este caso las características mencionadas y en base a anuncios similares para un puesto de Desarrollador web se utilizaron en nuestro anuncio de LinkedIn para conseguir diferentes CVs de personas que estuvieran interesadas en realizar este proyecto.

Por otro lado, se utilizó las redes sociales como Facebook e Instagram para llegar a especialistas que brindan servicios para mascotas y que deseen unirse al equipo de nuestra plataforma como socios clave para impulsar su negocio.

c. Análisis e interpretación de resultados

Entrevistas virtuales

Después de una búsqueda y de enviar mensajes a varios especialistas para que nos pudieran brindar una entrevista nos respondieron dos personas. Una fue el veterinario que por medio de sus redes sociales me comunicaron que podría solicitar una entrevista al Gerente del negocio quien a su vez es el veterinario. Solicité una entrevista virtual por medio de su correo el 9 de septiembre del 2021 comentándole referente a nuestra idea de negocio y nos respondió al día siguiente diciendo que estaría encantado de ayudarnos y nos colocó su WhatsApp para coordinar más rápido la cita. Por consiguiente, se programó la cita para el lunes 13 de septiembre, en la cual nos comentó que la plataforma es una idea de negocio innovadora para ofrecer distintos servicios desde un mismo lugar y si ayudaría a que especialistas que tengan una empresa pequeña pueda conseguir clientes nuevos. Asimismo, pudimos entrevistar una especialista que tiene un negocio de hospedaje, la cual ubicamos su negocio nos comentó que la plataforma sería de ayuda para que las personas puedan encontrar diferentes servicios. Además, pudimos observar por ambos especialistas que estaban interesados en saber cómo habíamos llegado a contactarlos debido a que quieren tener esa información para saber qué canales utilizar.

Por otro lado, en la entrevista realizada al desarrollador web nos comentó acerca de las características que deberíamos considerar en un desarrollador web que trabaje con nosotros como que tiene que ser una persona que tenga experiencia a nivel intermedio que consta de tener los conocimientos acerca de las aplicaciones, del front end y el back end. Además, nos resaltó que no todas las personas manejan ambas aplicaciones, por lo que en ese caso se necesitaría a 2 personas que el sueldo a relacionarse sería 200 soles diarios para cada persona o en todo caso contar con una persona que tenga un conocimiento avanzado que maneje ambas aplicaciones y tenga un sueldo máximo de 350 soles diarios para desarrollar nuestra plataforma de manera eficiente ya que una empresa nos cobraría más de lo presupuestado y sería diferente el acuerdo.

Anuncios en las redes sociales

En primer lugar, se realizó una publicación por LinkedIn describiendo las características, funciones y competencias que debía tener un desarrollador web para que trabaje con nosotros. Se pudieron obtener 29 solicitudes del anuncio, es decir, distintos CVs de personas interesadas en trabajar en el proyecto. Asimismo, se escogió dos CVs que consideramos que se acercaban más al perfil que estábamos buscando por lo que nos contactamos con esas personas para programar una cita a través de la plataforma Zoom. Al recibir su respuesta y realizar la entrevista virtual uno de ellos quien es Luis quien es Ingeniero de sistemas que trabaja de manera autónoma que nos comentó a acerca de su experiencia laboral en la que había trabajado anteriormente con proyectos relacionados y nos dijo que solo manejaba un front end, lo cual necesitaría trabajar con una persona que maneje un back end. Asimismo, nos comentó que sería la persona ideal, debido a que tiene experiencia y porque trabaja con un equipo en el que podría realizarlo de manera más rápida y eficiente. Por otro lado, se entrevistó a Miguel quien comentó que ya tiene experiencia de un año y tiene interés en desarrollo tecnológico, así como está dispuesto y es capaz de trabajar en el proyecto que le comentamos.

En segundo lugar, se realizó una publicación que fue promocionada con el motivo de recolectar algunos mensajes para la intención del especialista en trabajar con nosotros. De ello, se pudo obtener 5 mensajes de diferentes especialistas solicitando información acerca de nuestra idea de negocio.

Tabla 86. *Malla Receptora de la validación de actividades clave.*

Ideas Interesantes	Críticas Constructivas
Hay especialistas que si están interesados en adquirir nuevos clientes a través de nuestra plataforma.	Se puede mostrar en nuestra entrevista laboral el prototipo para tener una opinión más detallada del postulante al puesto.
Existen especialistas que están en búsqueda de incrementar sus clientes y de hacer conocida su empresa a través de herramientas de publicidad.	Se tiene que especificar en la descripción del postulante que se busca que puedan enviar evidencia de su trabajo y que se detalle que es deseable que manejen ambas aplicaciones.
Los especialistas se interesaron en la manera como los contactamos, ya que para	

ellos es importante porque canales se les conoce.

Hay desarrolladores que si quisieran trabajar en la implementación del proyecto y no tuvieron problema en comentarnos que si estarían dispuestos a desarrollar nuestra idea.

Los desarrolladores web al enviar sus CVs envían evidencia de su experiencia adquirida a través de un portafolio de trabajo para que podamos observar.

Preguntas Nuevas	Ideas Nuevas
¿Qué nos convendría mejor un freelance que maneje y sea experto en solo una aplicación o que maneje ambos?	Se necesitaría trabajar con dos personas de experiencia intermedia que trabajen en las aplicaciones del front y back end o una persona de nivel avanzado que maneje ambas aplicaciones.
¿Será igual el desempeño que tendría un desarrollador web al trabajar con un equipo que conoce que con nuevas personas?	Se puede contratar a un freelancer que trabaje con un equipo para el desarrollo de la plataforma web. Se tiene que buscar a personas con el perfil de un desarrollador web que maneje ambas aplicaciones: front end y back end.

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la malla receptora, en los puntos relevantes que encontramos si existe una demanda de especialistas que sí necesitan y tienen interés de necesitar un medio en el cual les permita que su negocio pueda hacerse más visible. Por ello, buscan diferentes formas para poder llegar a sus clientes como herramientas de marketing o publicidad. Asimismo, a los especialistas que le podemos enseñar nuestro prototipo de plataforma nos comentaron que les parece interesante la plataforma para que empresas pequeñas o especialistas en el rubro de mascotas puedan hacerse más conocidas y llegar a su público objetivo. Por lo que podemos validar a los especialistas como socios clave para nuestro proyecto, así como que existen desarrolladores web que si están interesados en trabajar

con nosotros y ayudarnos a implementar y hacer funcionar la plataforma. Para ello, tomamos en consideración que al solicitar por un anuncio se debe pedir de manera específica su portafolio de trabajos anteriores para confirmar que sería nuestro candidato ideal.

d. Aprendizajes – Cambios a realizar

Por un lado, para los desarrolladores web se debe de considerar en el anuncio de trabajo especificar algunas características que no están colocadas en el anuncio como el tiempo de experiencia que se tiene en el aplicativo front end y de back end. Asimismo, deben adjuntar su portafolio con su CV para que podamos visualizar mejor sus trabajos anteriores.

Por otra parte, actualmente los especialistas buscan establecerse en el mercado por sus redes sociales lo que nos dice que si hay un interés en llegar a más personas que tienen por lo menos una mascota en su hogar. Por consiguiente, las personas que trabajen con nosotros se debe tomar en consideración al momento de reclutar que deberán pasar por un filtro de cómo ofrecen su servicio y como les está yendo actualmente con respecto a la satisfacción de sus clientes para asegurarnos que serán personas que puedan brindar un buen servicio, así como detallar en el contrato a realizar con cada especialista sobre el pago se deberá de realizar cuando tengamos la reseña del cliente que tiene una mascota sobre el servicio adquirido.

e. Sustentación de las validaciones (enlaces, audios, videos, imágenes, etc.)

Tabla 87. *Entrevista N° 01 - Desarrollador Web*

Entrevistador	Ana Rojas y Claudia Olaechea Guerrero
Tipo de entrevistado	Desarrollador Web
Nombre	Omar De La Cruz
	Datos adicionales:
	<ul style="list-style-type: none"> - Técnico en Informática en Cibertec - Ingeniero de Sistemas en UPC - Trabaja en Arquitecto en Software
Link de la entrevista	Parte 1: https://drive.google.com/file/d/1XKIE9GMMnUgIwOBcc2os3fkTthS66WGL/view?usp=sharing

Parte 2:

https://drive.google.com/file/d/14siGfkzdJUbgO_PGzIOpCRAAc_Ev4hEO/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 88. *Entrevista N° 02 - Especialista.*

Entrevistador	Ana Rojas y Claudia Olaechea Guerrero
Tipo de entrevistado	Veterinario
Nombre	Renato Palomino
	Datos adicionales:
	- Director General de la veterinaria Pre Vet
	- Administración en negocio de Veterinaria
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/1G5_hq6zadWpiU0v_xzStvKKsTi9w8SWM/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 89. *Entrevista N° 03 - Especialista.*

Entrevistador	Ana Rojas y Claudia Olaechea Guerrero
Tipo de entrevistado	Especialista en Hospedaje para mascotas
Nombre	Claudia
Link de la entrevista	https://drive.google.com/file/d/1OsWUNKCufAsEws5xBKaJg8bCbK7yvbXt/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 90. *Entrevista N° 04 - Personas que nos enviaron sus CVs.*

Entrevistador	Ariana Viviani
Tipo de entrevistado	Desarrollador Web
Nombre	- Luis
	- Miguel

Link de la Entrevista a Luis:
entrevista

<https://drive.google.com/file/d/1gMMDsRE4z6MK9ieG35ugB7KhEQzUdQUd/view?usp=sharing>

Entrevista a Miguel:

https://drive.google.com/file/d/1w9siNf2TJdlhDh_O9B5uUY8W8vSuyidM/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

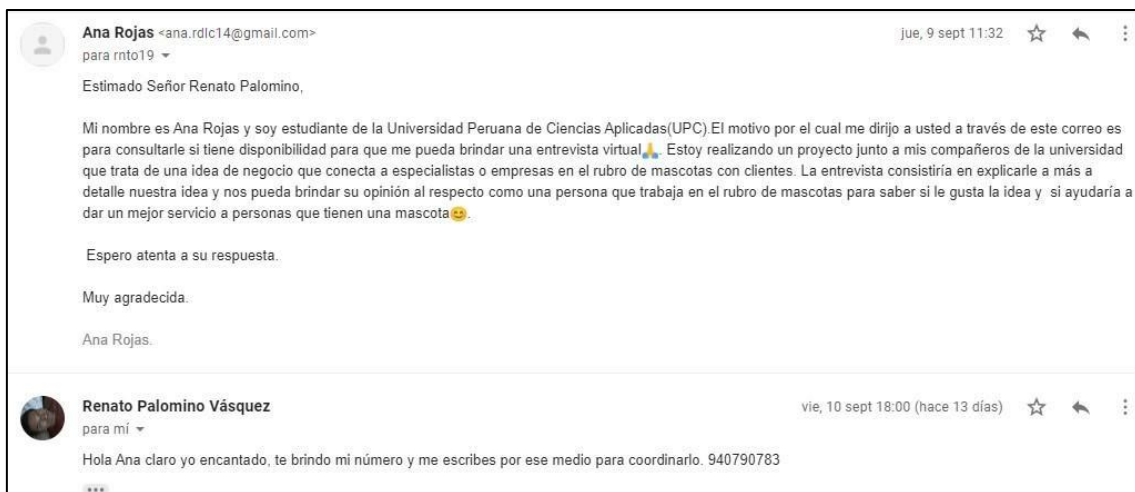


Figura 29. Cita acordada para la entrevista con el veterinario

Fuente: Elaboración propia

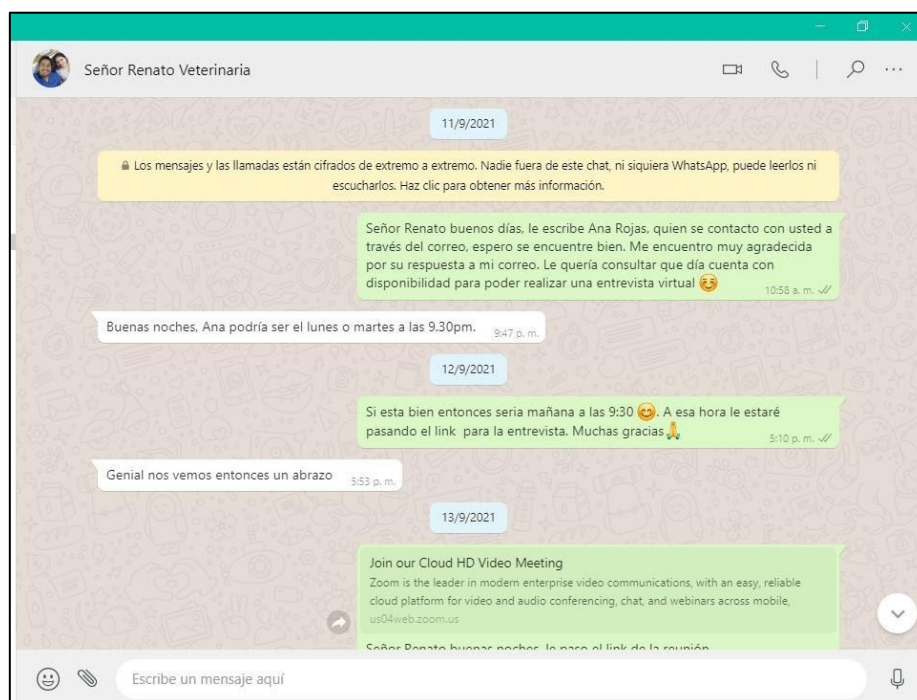


Figura 30. Cita acordada para la entrevista con el veterinario

Fuente: Elaboración propia

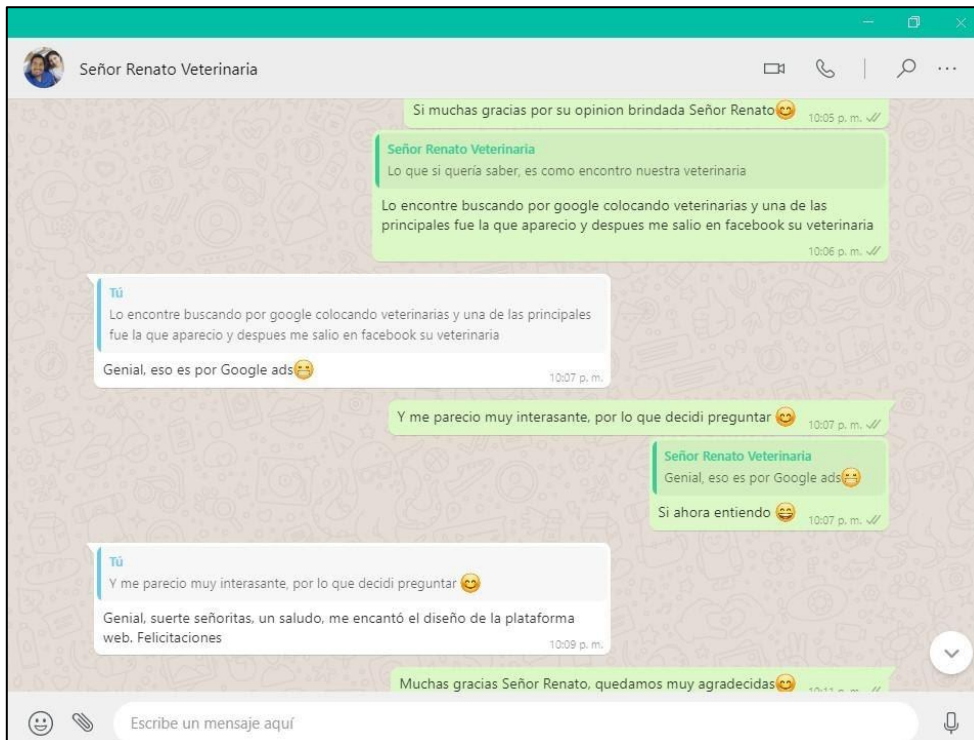


Figura 31. Cita acordada para la entrevista con el veterinario

Fuente: Elaboración propia

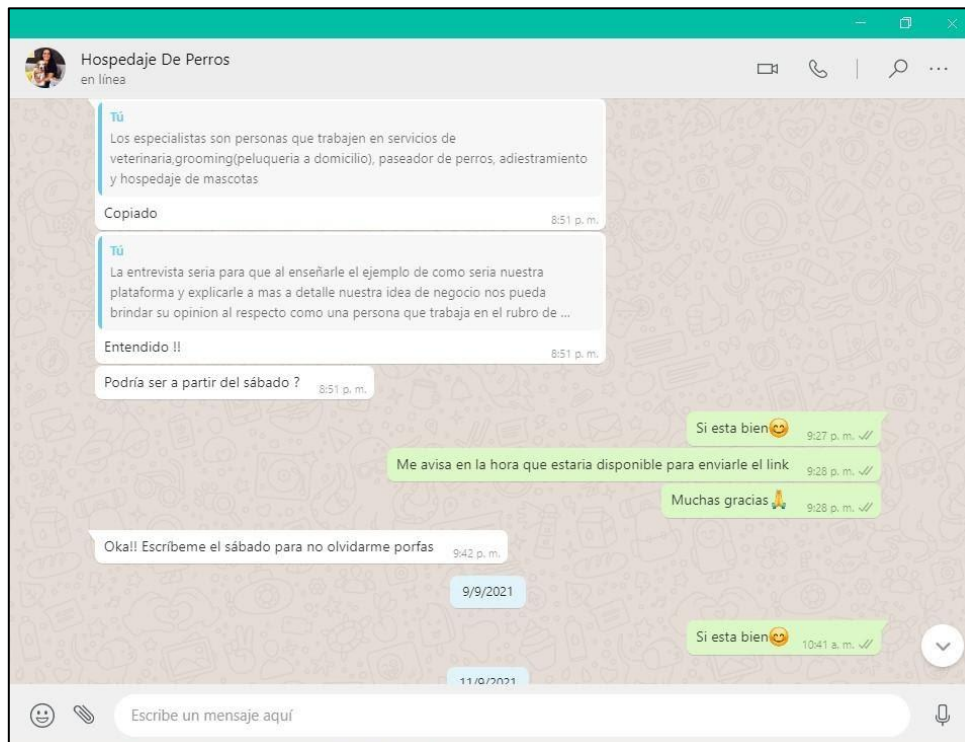


Figura 32. Cita acordada para la entrevista con el hospedaje

Fuente: Elaboración propia

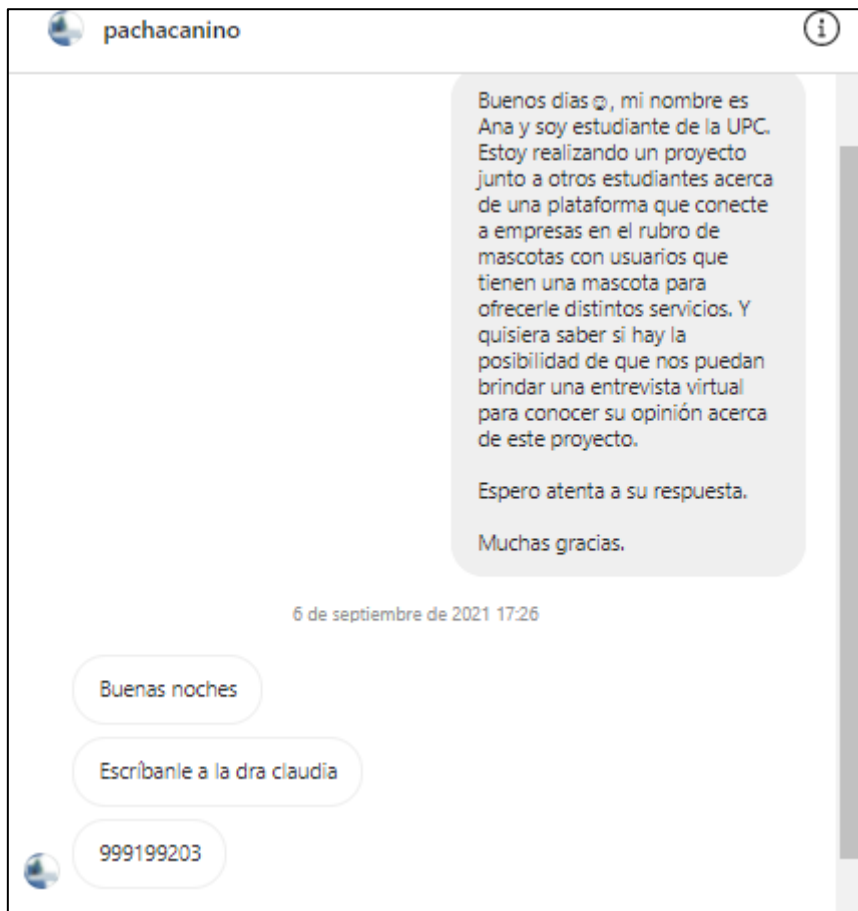


Figura 33. Cita acordada para la entrevista con el hospedaje

Fuente: Elaboración propia

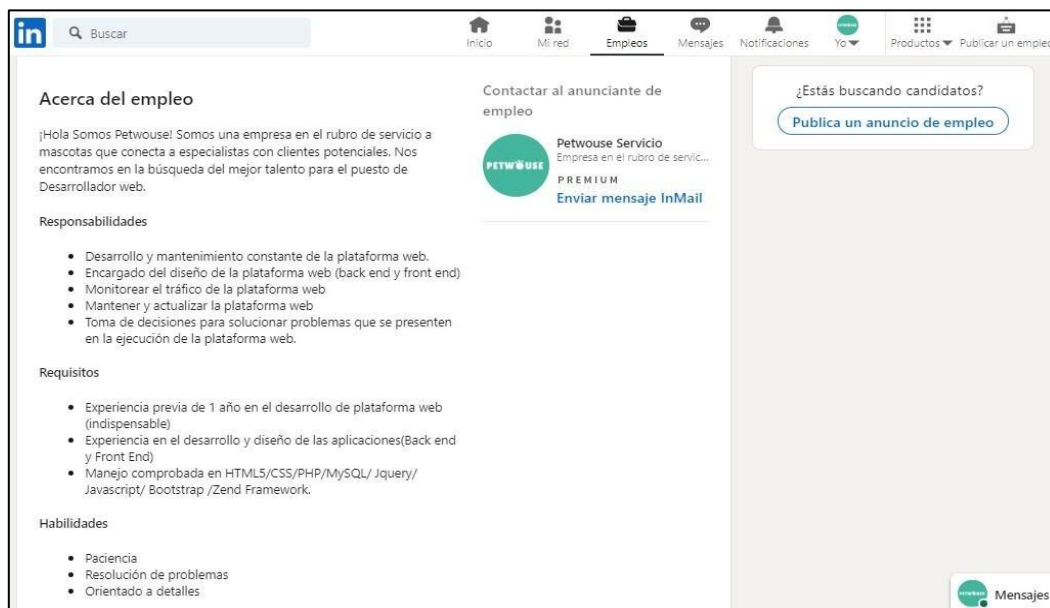


Figura 34. Captura de pantalla del anuncio por LinkedIn para el puesto de desarrollador web

Fuente: Elaboración propia

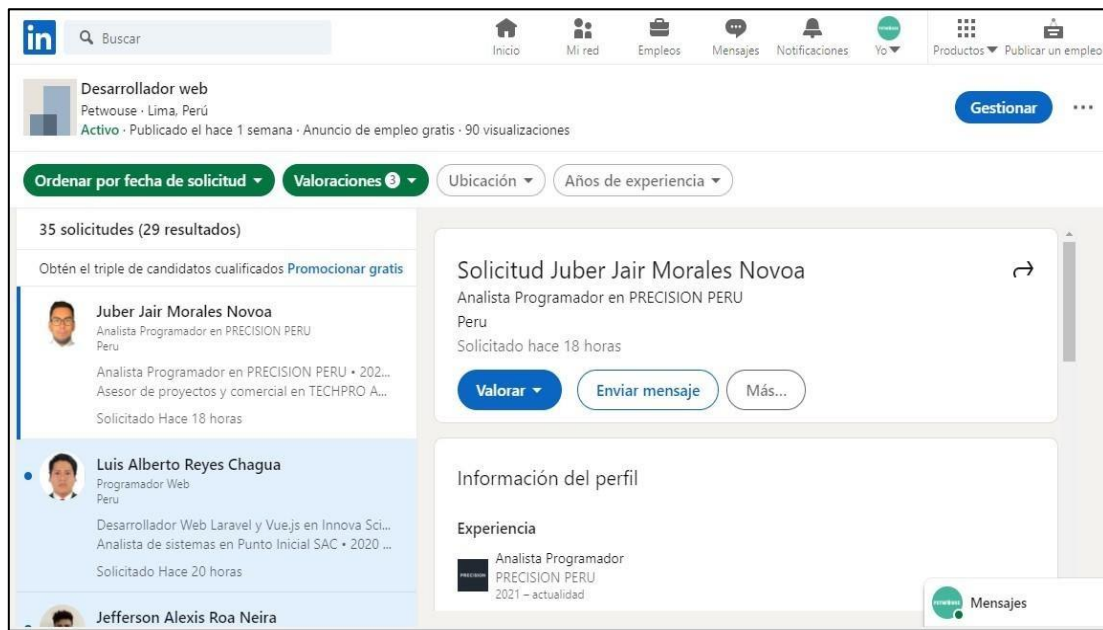


Figura 35. Captura de pantalla de las solicitudes recibidas del anuncio por LinkedIn para el puesto de desarrollador web

Fuente: Elaboración propia



Figura 36. Publicación del anuncio por Facebook para interés de los especialistas en trabajar con nosotros.

Fuente: Elaboración propia

Petwouse
Publicado por Claudia Claechea · 21 de septiembre a las 16:14 · 🌐

¡Únete a nuestro Equipo e impulsa tu negocio! 🐾
¿Eres una persona que ofrece servicios a mascotas o tienes un negocio en el rubro de mascotas?
¿Quieres llegar a más clientes? Esta es tu oportunidad.
Envíanos un DM 📩 para mayor información o contáctanos a nuestro whatsapp 📞 922017614
Ú... Ver más

Únete a nuestro equipo!

**Si eres especialista en el rubro de mascotas...
¡Sé parte de nuestra comunidad!**

PETWOUSE

Petwouse
Servicio para mascotas

WhatsApp

804
Personas alcanzadas

103
Interacciones

Promoción no disponible

Figura 37. Captura de pantalla de la publicación del anuncio por Facebook para interés de los especialistas en trabajar con nosotros.

Fuente: Facebook Petwouse



Figura 38. Capturas de pantalla de las solicitudes recibidas del anuncio por Facebook para interés de los especialistas en trabajar con nosotros.

Fuente: WhatsApp Business Petwouse

6.5. Validación de estructura de costos

a. Objetivo del experimento

Para esta validación de la estructura de costos se tiene como objetivo obtener los costos necesarios para desarrollar e implementar la plataforma, mantenimiento de la plataforma web, gastos por servicios al desarrollador web y gastos de marketing y publicidad.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

En primer lugar, las entrevistas para esta validación se realizaron el domingo 19 de septiembre del 2021. Por un lado, este de la entrevista realizada del Desarrollador web, Omar De La Cruz, ya que durante en la entrevista nos proporcionó el tiempo estimado y el costo que se debería tener en cuenta al realizar cada ventana, y herramienta para el funcionamiento de la plataforma web, así como nos mencionó que sueldo tendría. al contratar a una persona para el desarrollo e implementación de la plataforma web.

Guía de preguntas:

- ¿Qué costos son necesarios (dominio, hosting, etc.) de desarrollar una plataforma web como el ejemplo que te hemos mostrado?

Preguntas más específicas de cada costo que se necesitaría:

- ¿Cuál sería el costo y tiempo estimado de implementar un sistema en el que pueda realizar el proceso de solicitar, reservar y pagar un servicio en la plataforma?
- ¿Cuánto es el costo y tiempo estimado para que al momento en el que escoge la persona un horario y fecha pueda ver que especialistas están disponibles?
- ¿Cuál sería el costo de implementar inteligencia artificial que permita que la plataforma recomiende a los especialistas de acuerdo a las necesidades de cada cliente? (Ejm: especialista que tenga mayor experiencia y aptitudes de tratar a una mascota especial)
- Coméntanos, ¿Cómo se implementa en nuestra plataforma esas formas de pago (yape, plin, pago con tarjeta)? ¿Consideras que sería a través de una pasarela de pagos o un monedero digital? ¿Cuál sería el costo por cada uno? ¿Qué nos recomiendas utilizar una pasarela de pagos o un monedero digital?
- ¿Cuál sería el costo de implementar un espacio en el que puedan dejar las personas sus comentarios y reseña del servicio que han adquirido en el que los comentarios

le puedan llegar al especialista para una mejora continua y las mejores calificaciones sean observadas en la plataforma para la fidelización de clientes?

- ¿Cuál sería el costo de implementar un sistema que genere usuarios para que los especialistas naveguen por la plataforma y tengan acceso a colocar sus horarios disponibles y aceptar las solicitudes de los clientes?
- ¿Cuál sería el costo de implementar un sistema de comisiones que nos permita transferir al especialista su parte correspondiente por el servicio que brinda y nosotros quedarnos con una comisión?
- ¿Cuánto sería el costo y cada cuanto tiempo se tendría que realizar mantenimiento a la plataforma?
- ¿Cuál sería el costo de implementar un sistema de carrito de compras?
- ¿Cuál sería el costo de implementar un sistema de recordatorios para que vuelva a solicitar un pedido y que le llegue una notificación a su correo de ese recordatorio?
- ¿Cuál sería el costo de implementar un sistema de chat que se pueda conectar con WhatsApp?
- ¿El costo de desarrollar esta plataforma varía de acuerdo a la capacidad de usuarios que naveguen? si es así, ¿cuál sería en la cantidad de usuarios recomendada y el costo por esa cobertura?
- ¿Cuánto sería el costo del front end?
- ¿Cuál sería el costo de la implementación para una base de datos en la plataforma?
- ¿Cuál sería el sueldo a pagar a una partner tecnológico que desarrolle una plataforma como la que te hemos mostrado?

Asimismo, se acordó una entrevista con una Asesora perteneciente a una notaría que actualmente orientan y tienen a clientes que han constituido o quieren constituir una nueva empresa. En la entrevista se detalló cuáles eran las maneras para formalizar nuestra empresa, el tiempo que duraría cada etapa del proceso, así como los costos que serían necesarios.

Guía de preguntas:

- ¿Cuáles son los pasos para poder constituir la empresa?

- ¿Qué papeles o documentación se tiene que tramitar para empezar la constitución de una empresa nueva?
- ¿Cuánto tiempo demora la constitución de una nueva empresa?
- ¿Cuáles son los costos que se deben considerar y que son necesarios para el proceso de la constitución de una empresa?
- ¿Cuáles son los costos a considerar mensualmente cuando la empresa inicia operaciones?
- ¿Cuánto sería el costo de contratar a una persona o empresa que nos ayude a realizar todo este proceso?

Por otra parte, el gasto en marketing y publicidad fue investigado por la página oficial de las redes sociales Facebook e Instagram para ver el presupuesto estimado de acuerdo a lo que nosotros requerimos.

Tabla 91. *Métricas y criterios de éxito de estructura de costos.*

Nº	Hipótesis	Método	Métricas escogidas	Criterios de éxito
1	Se tendrá conocimiento de los costos que se requiere para la creación de la plataforma web.	Entrevista virtual al desarrollador web por la plataforma web.	Respuesta sobre las preguntas realizadas en la entrevista.	Un experto nos permite conocer los costos necesarios para el desarrollo e implementación de la plataforma.
2	Se tiene conocimiento acerca del sueldo a pagar al desarrollador web en el tiempo en el que se realiza la plataforma web.	Entrevista virtual al desarrollador web por la plataforma web.	Respuesta sobre las preguntas realizadas en la entrevista.	Un experto nos permite conocer sobre cuánto sería el costo aproximado acerca de contratar a un desarrollador web.

3	Se determinará los costos que se requieren para la constituir una empresa ante las entidades necesarias para el funcionamiento de actividades de manera legal.	Entrevista virtual al desarrollador web por la plataforma web.	al web las preguntas realizadas en la entrevista.	Respuesta sobre Saber procedimiento y documentación requerida para la formalización de nuestra empresa.
4	Se tiene conocimiento acerca de cuánto serían los costos a considerar al realizar nuestra publicidad en redes.	Investigación costos promocionar Facebook e Instagram.	los de presupuestos. en e	Cantidades de Conocer al menos en una red social cuánto será el presupuesto que se delega para la publicidad de publicaciones.

Fuente: Elaboración propia

ii. Bitácora de actividades

Tabla 92. *Bitácora de actividades de la validación de estructura de costos.*

Actividad	Tareas	Resultados
Conseguir a un desarrollador web y una asesora que trabaje en una notaría.	Concluir el desarrollo de mi prototipo por la plataforma Wix para mostrarlo en la entrevista a realizar.	Se pudo concluir el diseño del prototipo para explicarle la idea de negocio y mostrarle al especialista en desarrollador web de cómo funciona la plataforma.
	Buscar a una persona experta en desarrollar plataformas web y una persona que conozca el	Se encontró a un desarrollador web y una asesora de una notaría por

procedimiento de constituir una empresa.	contacto de amistades para coordinar una entrevista.
Realizar una guía de preguntas	Se desarrolló una lista de preguntas para el día de la entrevista.
Programación de cita	Se programó citas en diferentes horarios para entrevistar a los expertos por Zoom
Analizar la información brindada en la entrevista virtual.	Al concluir las entrevistas realizadas, se procedió a analizar los apuntes realizados y a plasmar la información relevante para nuestros resultados. Se conoce al menos el tiempo y costo aproximado que se necesitará para la plataforma web y el costo de constituir una empresa.
Investigar acerca del presupuesto que se necesita para la publicidad.	Buscar en la página oficial de Facebook e Instagram Realizar una simulación para conocer el presupuesto
	Se conoce al menos el presupuesto mensual de las redes sociales de Facebook e Instagram.

Fuente: Elaboración propia

c. Estructura de costos fijos, variables y unitarios

Costos referidos al desarrollo e implementación de la plataforma web

En la entrevista del Desarrollador web nos comentó que cada pantalla se debe desarrollar y que cada una de ellas consta de un tiempo determinado para el desarrollador. Las pantallas que se utilizan en la plataforma registran información y tienen diferentes funciones y herramientas y ello requiere más tiempo, según el entrevistado. Además, nos comentó que al finalizar el desarrollo de la plataforma se debe de ver la documentación y

probar el sistema, es decir, se tendrá que pasar por pruebas de software para que se confirme que todo lo implementado se cumpla de manera eficiente. Además, compartió se utiliza un servidor en la nube que lo puede proveer Amazon web service que cobra mensualmente 50 dólares.

El costo de un desarrollador intermedio- avanzando varía de 200 a 350 diarios en el cual trabajaría 8 horas. Asimismo, nos detalló que el proceso de solicitud sería de 7 a 8 días y para ello se requiere desarrollar la base de datos que no tiene un costo adicional, ya que registra millones de información. Además, el sistema de registro de los especialistas que trabajarán con nosotros será de 4 a 6 días. El especialista nos recomendó que la pasarela que ir obligado para un mejor funcionamiento que será realizado de 8 a 9 días y el precio por ello es 20 dólares mensual y que solo sería un dólar por transacción realizada. Las notificaciones se desarrollarán de 2 a 3 días. Recalcó que se tendría que utilizar un administrador de usuarios para que el especialista en el rubro de mascotas solo acceda a ventanas necesarias como registrarse y escoger sus horarios lo que tendría una duración de 6 a 7 días.

Para el inicio y fin de ejecutar un servicio y el pago correspondiente al especialista tendrá un tiempo estimado de 3 a 6 días porque se tiene que hacer de acuerdo al contrato y debido a que los procesos pasan por varios estados solicitados como aprobado, cancelado y ejecutado.

Con respecto al mantenimiento, el experto nos dijo que ya no es necesario un mantenimiento debido a que todo se tiene en la nube, y en el caso de que se incremente el tráfico de los usuarios es necesario un Ingeniero de Sistemas para actualizaciones o modificaciones y ellos tienen un sueldo de 4,000 a 5,000. Por todo ello, asumimos que para el sueldo del desarrollador necesitaríamos un aproximado de 11,550 soles.

También os compartió un perfil del desarrollador web que necesitamos y que es de manera obligatoria que maneje la aplicación del front end y el back end. Aunque también, podría ser una persona que tuviera manejo de ambas aplicaciones.

Costos referidos a la constitución de empresa

Se entrevistó a una asesora que trabaja en el puesto de Administración en una notaría, la Señorita Marianela Reyes, nos comentó que el paso a seguir para constituir una empresa

nueva es primero reservando el nombre de la empresa y hay dos maneras de realizar el proceso.

Una de las formas es la tradicional que se da por una minuta que pasa revisión por un abogado, después a través de un acto constitutivo que es mediante la Plataforma digital única del Estado Peruano, también se puede realizar a través de PRODUCE. Para el caso de realizarlo con PRODUCE ayudan a formar una empresa realizando asesorías para ayudar a las personas en este proceso. Asimismo, se debe acerca a una notaría para que revise y formalice la minuta y de ahí pasa a registros públicos para que pueda inscribirse la empresa, se emite el RUC y a través del portal con clave sol que una notaría te lo entrega, se podrá realizar cualquier cambio en la ficha ruc.

Por otro lado, los documentos que deberíamos tener es la reserva que se obtiene a través de Sunarp y si fuéramos con PRODUCE ellos se encargaron de tramitar la minuta que tiene que estar firmado por los socios, en este caso de los 5 integrantes, así como del abogado a contratar para esta etapa del proceso. Además, se necesitaría el depósito bancario original. Cabe resaltar, que la asesora nos compartió que todo este procedimiento sería en un tiempo estimado de 15 días.

Asimismo, nos detalló de manera específica algunos costos a considerar en el proceso para poder formalizar la empresa y para ello se tiene que inscribir en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), los siguientes costos son:

- Razón Social: S/ 62.00
- Inscripción en Registros Públicos: S/ 237.00
- Costo de Notaria: S/ 250.00 a S/ 300.00
- Elaboración de la Minuta: S/ 150.00
- Solicitud de Vigencia Poder: S/ 26.00

Otra forma que nos comentó la Asesora para constituir una empresa es cuando PRODUCE te hace el acto constitutivo y debido a que trabaja con notaría se hace la reserva sin costo alguno y no cobra el acto constitutivo. También, hay convenios con notarías que puede ser entre un costo de 118 a 159 soles y si mi capital es hasta 4400 soles no cuesta nada el derecho registral. Actualmente, nos comenta que esta forma mencionada

es lo que más manejan las empresas, se contactan con PRODUCE, se asesoran y solo pagan el costo notarial.

Y, por último, se consultó en la entrevista que si quisiéramos que alguien nos asesore o una empresa para la formalidad de nuestra empresa nos comentó que el costo por ello varía entre 500 y 600 soles, en el que el asesor o empresa se encarga del acto constitutivo, reserva se incluyen el costo de la notaría.

Por lo que podemos analizar que, en este caso, optaríamos por contratar a un asesor o empresa que nos pueda ayudar en este proceso y a orientar para que todo pueda darse de manera legal y sin contratiempos. De igual manera el costo por asumir para constituir una nueva empresa sería menos comparado a las otras formas de hacer, así como de correr el riesgo de que se pueda realizar un mal proceso.

Costos referidos al gasto de marketing y publicidad

De acuerdo para validar el gasto de marketing y publicidad, se optó por utilizar en ciertas validaciones algunas publicaciones que fueran promocionadas en nuestras redes sociales para que permitan un canal eficiente para comunicar nuestra idea de negocio, así como una interacción dinámica con nuestro público objetivo. Por ello, los resultados que se obtuvieron fueron el incremento de seguidores en Instagram y Facebook e incremento en el tráfico del prototipo de la plataforma web. Asimismo, generó que se validará la intención de compra, por lo que podemos afirmar que el gasto de publicidad sería un gasto que debemos considerar para hacer conocido nuestro proyecto y que sería de gran beneficio para el futuro de la empresa. Por todo lo mencionado, se considerará que se haga publicidad al inicio del proyecto, así como de forma mensual.

Según la página oficial de Instagram, el presupuesto depende de cuánto se quiera gastar por día y la duración, es decir, del tiempo determinado que se quiere publicitar. Por consiguiente, una publicidad mensual sería 180 soles que tendrá un alcance de 21,000 a 54,000 de nuestro público objetivo. Asimismo, por la página oficial de Facebook el presupuesto sería de 124,20 soles.

Tabla 93. *Estructura de Costos*

Estructura de Costos	Detalle	Resultados
Inversión inicial	Implementación de la plataforma web	<ul style="list-style-type: none"> - Dominio - Hosting - Pasarela - Diferentes ventanas - Servidor de nube - Implementación de pasarela
	Costos de constituir la empresa	Contrato de una persona que nos asesore y se ocupe de todo el proceso de la constitución de empresa.
	Sueldo de Contador	El contador con el que se trabajará será de manera externa.
	Sueldo de Desarrollador web	Se trabajará con el desarrollador web por 2 meses
Costos fijos	Sueldo de Ingeniero de Sistemas	Mantenimiento y actualizaciones de la plataforma.
	Publicidad pagada por redes sociales	<ul style="list-style-type: none"> - Instagram - Facebook

Fuente: Elaboración propia

Tabla 94. *Malla receptora de la estructura de costos*

Ideas Interesantes	Críticas Constructivas
<p>Existen diferentes formas para constituir una empresa nueva en un tiempo aproximado de 15 días.</p> <p>El especialista debe saber que ventanas y pantallas en total estarán y serán usadas en la plataforma para realizar por presupuesto y el tiempo en qué tomará el proyecto.</p>	<p>Se requiere de un Ingeniero de sistemas para las actualizaciones y modificaciones a realizar.</p> <p>Realizar publicaciones que puedan captar la atención del público objetivo para que al promocionarla pueda llegar a más personas y se pueda utilizar de manera eficiente la inversión destinada en las redes sociales.</p>
Preguntas Nuevas	Ideas Nuevas
<p>¿Es posible que el desarrollador web realice un canal de contacto directo por la plataforma para que nos llegue de inmediato las consultas de especialistas?</p> <p>¿Tendrá un costo adicional?</p>	<p>Realizar con anticipación la descripción de las condiciones y restricciones que tendrá el usuario y el especialista en la plataforma web para que el desarrollador pueda hacer el proceso de adquirir un servicio de inicio hacia fin, así como de ver la administración de funciones por cada segmento.</p> <p>Mostrarle con anticipación al desarrollador web que trabajará con nosotros el prototipo realizado para que pueda hacer una cotización detallada de todo lo que implementará en la plataforma web.</p>

Fuente: Elaboración propia

d. Sustentación de las validaciones (enlaces, audios, videos, imágenes, etc.)

Tabla 95. *Entrevista N° 01 - Desarrollador Web*

N° Entrevista	1
Entrevistador	Claudia Olaechea y Ana Rojas
Tipo de Entrevistado	Desarrollador Web

Omar De La Cruz

Datos adicionales:

Nombre

- Técnico en Informática en Cibertec
- Ingeniero de Sistemas en UPC
- Trabaja en Arquitecto en Software

Parte 1:

<https://drive.google.com/file/d/1XKIE9GMMnUgIwOBCc2os3fKTthS66WGL/view?usp=sharing>

Link de la Entrevista

Parte 2:

https://drive.google.com/file/d/14siGfkzdJUbgO_PGzIOpCRAAc_Ev4hEO/view?usp=sharing

Fuente: Elaboración propia

Tabla 96. *Entrevista N° 02 - Asesora en el área de Administración de Notaria*

N° Entrevista 2

Entrevistador Ana Rojas

Tipo de Entrevistado Asesora en el área de Administradora de Notaría

Nombre Marianela Reyes

Link de la Entrevista <https://drive.google.com/file/d/1JTdWJn1GWogCM4sgeK1LPcxCSdK1bgsq/view?usp=sharing>

Fuente: Elaboración propia



Figura 39: Captura del presupuesto de publicidad mensual por Instagram.

Fuente: Instagram Petwouse

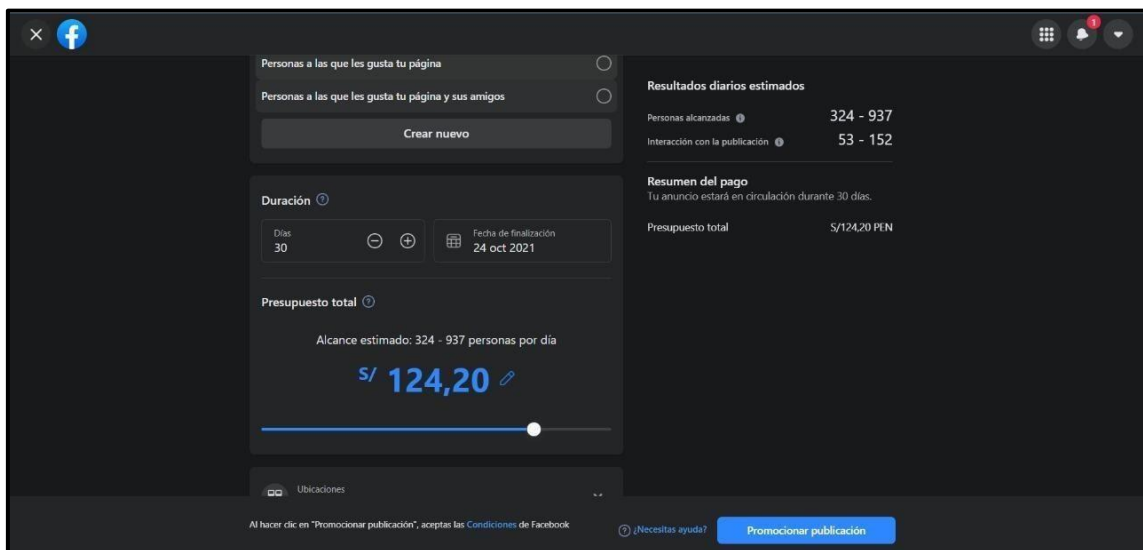


Figura 40: Captura del presupuesto de publicidad mensual por Facebook.

Fuente: Facebook Petwouse

7. VALIDACIÓN DE INTERÉS DE COMPRA

7.1. Experimento 1

a. Objetivo del experimento

El 60% de los usuarios están dispuestos a adquirir los servicios y planes que ofrece Petwouse a través de la plataforma web. Asimismo, se espera incrementar en 30% las interacciones en las redes sociales de Petwouse con la implementación de los planes clásico y premium.

b. Diseño y desarrollo del experimento

Para el desarrollo del experimento se utilizó la herramienta de formularios de Google en el cual se definieron las preguntas sobre los rangos de precios para nuestros planes, asimismo se utilizaron las redes sociales como Facebook y WhatsApp para difundir la encuesta y llegar a una mayor cantidad de usuarios. Se realizaron publicaciones diarias por 1 semana donde se posteó información sobre nuestros servicios y sobre el lanzamiento de los planes mensuales para que se puedan suscribir según la necesidad de su mascota, ello con la finalidad de lograr atraer más al cliente a que pueda obtener algún plan o servicio.

Tabla 97. Matriz de validación del primer experimento de intención de compra

N	Hipótesis	Método	Métricas escogidas	Criterios de éxito
1	Se recibe una respuesta positiva de adquirir un plan por parte de las personas que tienen una mascota en su hogar.	Encuesta por Google forms	% de respuestas recibidas por nuestro público objetivo.	Al menos el 60% de respuestas positivas de que si quieren adquirir uno de nuestros planes.

2	Se conocen los precios máximos que están dispuestos a pagar los clientes por los planes clásico y premium.	Encuesta por Google forms	Número de respuestas recibidas por nuestro público objetivo.	de Se reciben 40 respuestas de los usuarios
3	Incremento de seguidores e interacciones en Facebook e Instagram	Interacciones en redes sociales	% del incremento de seguidores e interacciones en las redes sociales	Las interacciones incrementan en más del 40% en las redes de Facebook e Instagram

Fuente: Elaboración propia

i. Descripción del experimento

Con respecto a las encuestas, se llegaron a tener 50 respuestas de los usuarios que son del segmento seleccionado. Una de los primeros resultados y de los más relevantes para poder validar si los usuarios realmente estaba dispuesto a obtener un plan y suscribirse, tuvo como resultado de que el 100% de los encuestados si estaba dispuesto a suscribirse a un plan clasico o premium, además se incluyeron preguntas donde se pudo validar la satisfacción del usuario en cuanto a si lo que incluye cada plan se adecua a lo que necesita su mascota o nos podían dejar su opinión en caso consideren que se deban implementar otros servicios dentro del plan, tener más variedad, etc. Asimismo, se pudo obtener información en cuanto al precio promedio que podrían tener los planes y a cuanto los usuarios estarían dispuestos a pagar por cada uno de ellos, de esta manera se puede tener una idea más clara de cuál sería el precio, considerando los costos, que tendrían los planes de Petwouse.

ii. Bitácora de actividades

Tabla 98. Bitácora de actividades del primer experimento de interés de compra

Actividad	Tareas	Resultado
Realizar encuesta a usuarios del sector A y B	Desarrollar las preguntas que se incluirían en la encuesta	El 100% de los encuestados están

de la zona 7 de Lima Metropolitana de 21 a 50 años de edad	<p>encuesta</p> <hr/> <p>Desarrollar un cuestionario de Google Forms con las preguntas realizadas</p> <hr/> <p>Compartir a través de las redes de Petwouse el link de la encuesta</p>	<p>dispuestos a suscribir a nuestros planes clásico o premium.</p>
Realizar publicaciones informativas en las redes sociales de Petwouse	<p>Diseñar las imágenes sobre los diferentes servicios, detallando lo que incluye cada uno, a través de la herramienta Canva</p> <hr/> <p>Desarrollar los mensajes que van acompañados en cada post</p> <hr/> <p>Publicar en Facebook e Instagram post diarios por 1 semana</p>	<p>Las interacciones, a raíz de las publicaciones de los planes, incrementan en 62% en Instagram y en cuanto a Facebook, las interacciones incrementaron a 82%.</p>

Fuente: Elaboración propia

c. Análisis e interpretación de resultados

Se realizó una encuesta en la cual se procedió a realizar un filtro para solo obtener respuestas de nuestro público objetivo. En primer lugar, las personas en base a lo que visualizaban lo que contenía nuestros planes clásico y premium procedieron a responder que sí estarían dispuestos a adquirir uno de nuestros planes, obteniendo un 100%. Asimismo, pudieron opinar porque colocaron esa respuesta y algunas respuestas fueron las siguientes:

- “El paquete es completo”
- “Plan premium, ya que me ofrecen mayores beneficios para mi mascota.”
- “Está súper interesante”
- “me gusta que el plan está pensado en nuestras mascotas”
- “Me gusta que pueda tener diferentes servicios en un solo plan y hacer un solo pagó”
- “Me parece una alternativa más práctica de solicitar”
- “Es una buena opción de servicios en conjunto para una mascota”
- “Lo elegí ya que se adecúa muy bien a las necesidades de mi mascota, me parece un plan bastante completo y variado. Atiende los diversos requerimientos que puedo tener para el cuidado de mi mascota.”

Además, opinaron lo máximo que estarían dispuestos a pagar por cada clan. Por un lado, se obtuvo un 66% de respuestas de las personas que tienen de mascota están dispuestas a gastar de 200 a 300 nuevos soles en el plan clásico y un 54,2% opinaron que gastarían de 300 a 400 nuevos soles por un plan Premium con diversos beneficios.

En cuanto a las interacciones en las redes sociales, luego de realizar las publicaciones sobre los planes clásicos y premium, las interacciones, seguidores y vistas al perfil incrementaron, en Facebook incrementó a 82% de las interacciones de nuestro segmento. En cuanto a Instagram, las interacciones incrementaron a 62% durante el periodo en que se realizaron las publicaciones. Durante 1 semana, de manera diaria, se realizaron publicaciones sobre nuestros servicios y ello llevó a que las interacciones incrementen, el mayor porcentaje lo tiene el canal de Facebook, lo cual lo justifica la encuesta realizada sobre los principales canales de difusión de información donde Facebook ocupa el tercer lugar.

Este experimento nos ayudó a conocer la opinión de los usuarios con respecto a los planes que se están ofreciendo para sus mascotas, por un lado el total de los encuestados manifestó al 100% que estaban dispuestos a suscribirse a un plan clásico o premium, pero también se conoció que les gustaría poder encontrar una mayor variedad de servicios en los planes como nutrición, venta de alimentos y accesorios, entretenimiento, etc., todo ello nos ayudó a tener un concepto más amplio sobre los planes ya que no todas las mascotas requieren los servicios que se ofrecen, pueden variar dependiendo de la necesidad de la mascota, por ello más adelante se tendrá una mayor variedad de planes y que los mismos dueños puedan tener la opción de armar sus planes de acuerdo a lo que

más prefieran. Otra enseñanza que nos dejó este experimento, es que a través de este tipo de formularios podemos tener mayor conocimiento sobre lo que nuestros clientes prefieren, que les gustaría que se mejore de los servicios, que promociones les gustaría tener, entre otros que nos ayudará a poder mejorar constantemente el servicio que se les brinda a las mascotas y a los usuarios.

Por otro lado, realizar las publicaciones diarias en las redes sociales de Petwouse con posts informativos sobre nuestros servicios generó una mayor interacción entre los usuarios y llevó a que nuevos usuarios quieran conocer sobre los servicios, esto se puede evidenciar con el incremento de los seguidores en Instagram en un 40%, de 50 seguidores en el mes de Septiembre se incrementaron a 70 seguidores en el mes de Octubre, asimismo en Facebook se presentó un incremento de las interacciones en 89% en el último mes debido a las actualizaciones de los post realizados.

Los dos experimentos llegaron a superar el criterio de éxito validando las hipótesis planteadas, sin embargo, se han evidenciado aprendizajes y algunas mejoras que se deben implementar para un mejor servicio a las mascotas.

Tabla 99. *Malla receptora de la validación del primer experimento de intención de compra*

Puntos fuertes, lo más relevante	Críticas constructivas, aspectos para mejorar
Los usuarios están muy de acuerdo con adquirir alguno de los planes clásico o premium	Colocar en los planes la descripción de cada servicio
Los usuarios con mascota perro prefieren el plan clásico	Realizar un seguimiento a la mascota cuando esté recibiendo el servicio
Los usuarios con mascota gato optan por ambos planes de manera igual	Realizar otra encuesta relacionada a cada servicio para conocer qué aspectos se pueden mejorar o implementar
El 60% de los usuarios están muy dispuestos a recomendar los planes y el 40% está dispuesto a recomendarlos	
Qué preguntas nuevas tenemos a partir de este experimento	Opiniones interesantes, Nuevas ideas
¿Cada cuánto tiempo se deberían realizar este tipo de encuestas?	Incorporar el servicio de nutrición para mascotas
	Enviar fotografías de las mascotas a los

¿Por qué otro canal se puede realizar encuestas para llegar a más público?

dueños cuando reciban el servicio

Incorporar la sección de venta de alimento y artículos

Incluir combos de servicios

Incorporar el servicio de pastelería canina

Realizar encuestas a través del canal de Instagram que son más interactivas y se pueden absolver preguntas rápidas

Fuente: Elaboración propia

d. Aprendizajes – Cambios a realizar

Algunos de los aprendizajes que nos dejó el experimento es que se deben desarrollar encuestas a los usuarios de manera frecuente para poder obtener la retroalimentación sobre los servicios brindados, los paquetes o planes que se desarrollen, servicios que se podrían implementar, mejoras a desarrollar y tener la opinión del usuario en general, asimismo sabemos que los principales canales son Instagram y WhatsApp por lo que estos serían los medios para poder difundir estas encuestas y llegar de una manera más rápida a los clientes. Por otro lado, a través de la plataforma Instagram se pueden generar encuestas por historias donde, de igual manera, se podría desarrollar encuestas más sencillas y sobre algún tema en específico que se desee preguntar a nuestros clientes para las actualizaciones de la plataforma, esta es una forma más práctica y donde puede haber una mayor llegada e interactuar de manera directa con los usuarios, ya que es una red que usan más las personas.

e. Sustentación de las validaciones (enlaces, audios, videos, imágenes, etc.)

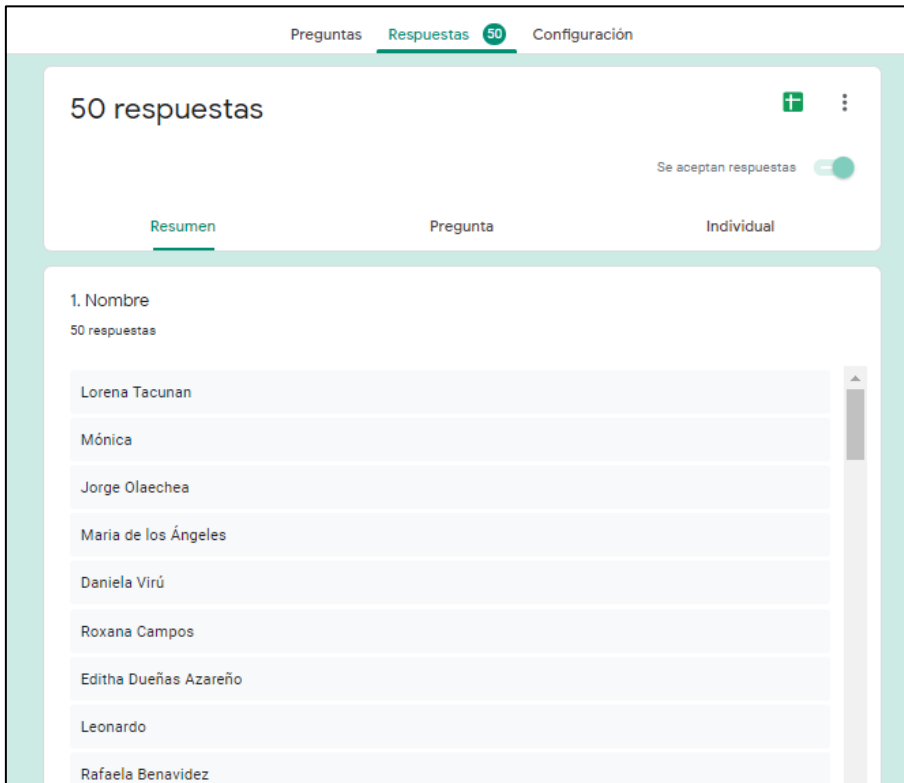


Figura 41: Captura de respuestas de encuesta de validaciones

Fuente: Elaboración propia

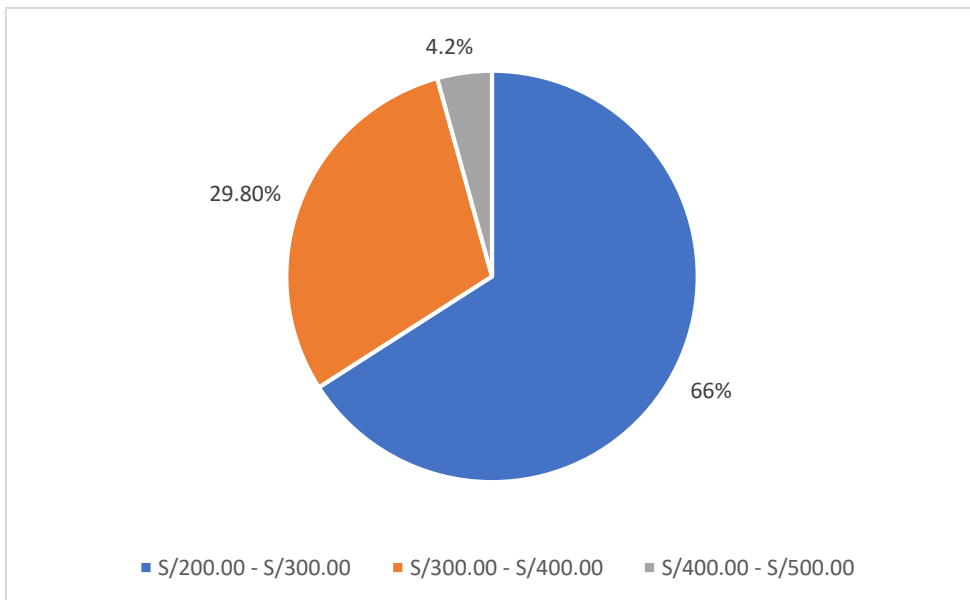


Figura 42: Captura de respuestas de encuestas de validaciones respecto a perros

Fuente: Elaboración propia

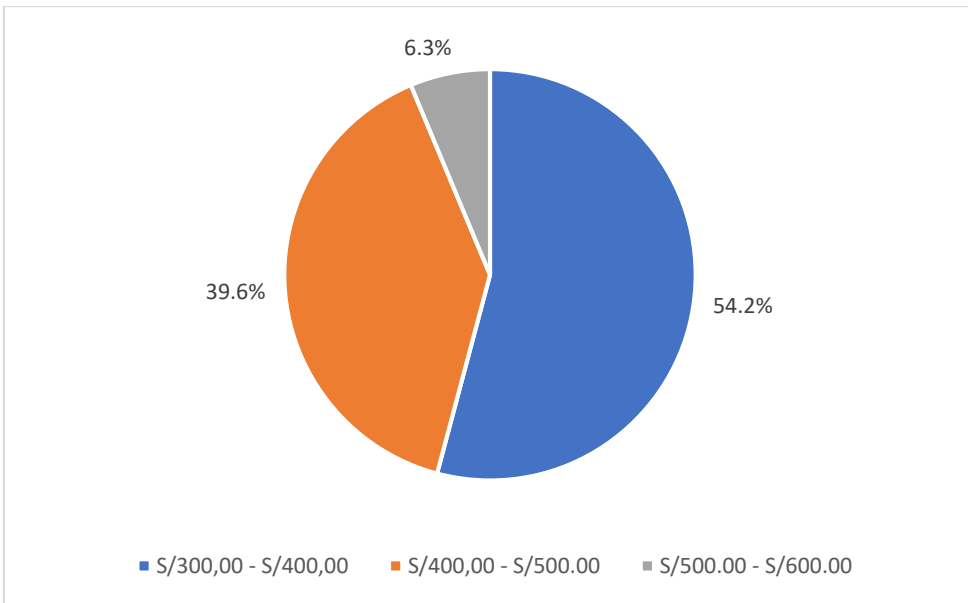


Figura 43: Captura de respuestas de encuestas de validaciones respecto a gatos

Fuente: Elaboración propia



Figura 44: Estadísticas obtenidas de la página de Facebook e Instagram

Fuente: Facebook e Instagram

7.2. Experimento 2

a. Objetivo del experimento

Al menos 15 personas de las que nos siguen a través de nuestra red social Instagram pueden participar en el sorteo comentando el servicio que van a solicitar con mayor frecuencia para su(s) mascota(s). Además, como segundo objetivo es que se dé un incremento en la participación de mercado en un 30% en base a la interacción que tenemos con nuestros usuarios.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Para el desarrollo del experimento se utilizó la red social Instagram de Petwouse, ya que tiene un mejor alcance de nuestros usuarios. Se desarrolló un post motivando a las personas a adquirir el servicio que necesita su mascota con mayor frecuencia y a ello se

le agregó la información sobre cómo participar para saber que estaban dispuestos a ser partícipes de este sorteo y con respecto a eso se agregó los premios que consideramos que iban a ser atractivos a nuestro público. La fecha límite para participar, entre otras condiciones que debían seguir los usuarios fue de 5 días, desde el 25 de octubre de 2021 hasta el 30 de octubre, en ese lapso los usuarios tenían que comentar la publicación con lo indicado para participar. Se utilizó la herramienta Canva para diseñar el póster que se publicaría posteriormente en las redes sociales.

Tabla 100. *Matriz de validación del segundo experimento de la intención de compra*

N°	Hipótesis	Método	Métricas escogidas	Criterios de éxito
1	Se recepcionará comentarios de las personas que quieren adquirir un servicio.	Instagram	Número de comentarios recibidos en Instagram	Al menos se recibieron 15 comentarios en Instagram.
2	Las personas interactúan con la publicación.	Plataforma web	Número de personas que comparten a través de sus historias la publicación.	Al menos se incrementa el 30% de las personas que visitan la red social e interactúan.

Fuente: Elaboración propia

ii. Bitácora de actividades

Tabla 101. *Bitácora de actividades del segundo experimento de interés de compra*

Actividad	Tareas	Resultado
-----------	--------	-----------

<p>Agregar valor a la publicación para recolectar mensajes de servicios que solicitarían frecuentemente los usuarios.</p>	<p>Compra de premios a utilizar en el sorteo.</p>	<p>Se compraron 4 premios para el ganador del sorteo.</p>
<p>Diseñar la publicación del sorteo</p>	<p>Se realizó una búsqueda de publicaciones referenciales de sorteos que han captado la atención de su público para tener éxito.</p>	<p>Se recopiló varias imágenes para realizar un diseño atractivo a nuestro público objetivo.</p>
<p>Diseñar la publicación del sorteo</p>	<p>Crear la publicación donde se visualicen los premios a obtener por participar con la herramienta Canva.</p>	<p>Se realizó el diseño de manera atractiva para su respectiva publicación.</p>
<p>Diseñar la publicación del sorteo</p>	<p>Publicar el anuncio por las redes sociales.</p>	<p>Se publicó el diseño por la red social de Instagram.</p>
<p>Revisar los mensajes a obtener por la publicación del sorteo.</p>	<p>Seguimiento de los mensajes recibidos durante los 5 días.</p>	<p>Se obtuvieron 25 comentarios al final del experimento.</p>

Fuente: Elaboración propia

c. Análisis e interpretación de resultados

Los resultados del experimento fueron positivos y se llegó a confirmar las métricas de éxito planteadas. Por un lado, se debían recibir al menos 15 comentarios de personas que estuvieran interesadas en comentar los servicios que más adquirirían con frecuencia y compartir con sus amistades que tuvieran mascotas para tener un mayor alcance. Por consiguiente, se llegó a un total de 25 comentarios de las personas que nos siguen y de nuevos usuarios que se obtenían debido a que las personas que participaban en el sorteo debían recomendarnos con amigos que pudieran estar considerados en encontrar alguno de nuestros servicios. Por otro lado, se llegó a tener un alcance del 51.3% de usuarios

dentro de los 5 días que duró el sorteo. Por lo que supera la métrica alcanzada de las personas que iban a interactuar con nuestra persona.

Tabla 102. *Malla receptora de la validación del segundo experimento de la intención de compra*

Puntos fuertes, lo más relevante	Críticas constructivas, aspectos para mejorar
<p>La publicación del sorteo motiva a las personas a interactuar y a recomendar nuestra idea de negocio a amigos y familiares.</p>	<p>Se debería de realizar otras publicaciones comentando de que se está realizando el sorteo para quienes aún no lo hayan visto se puedan animar,</p>
<p>A pesar de que la publicación no fue promocionada tuvimos una acogida y nuevos usuarios que visitaron nuestro perfil y nos comenzaron a seguir.</p>	<p>Nos podría ser de apoyo que utilicemos la herramienta de historias para que las personas recuerden que estamos realizando este tipo de publicaciones y al mismo tiempo comentarles las diferentes opciones que tenemos de servicios para sus mascotas. De esta manera podrán recordar a la marca y al negocio.</p>
<p>Este tipo de publicaciones genera un acercamiento de confianza y de gran impacto en nuestro público objetivo al compartirnos los servicios que sí estarían dispuestos a reservar.</p>	
Qué preguntas nuevas tenemos a partir de este experimento	Opiniones interesantes, Nuevas ideas

¿Cada cuánto tiempo nos podrá convenir hacer este tipo de publicaciones?	Utilizar sorteos que cada especialista tenga en sus negocios de los servicios que se tiene en la plataforma para motivar a las personas a hacer una prueba y recolectar reservas de servicios.
¿Este tipo de publicación nos puede ayudar a tener un mayor alcance en comparación con una publicación pagada?	Poder agruparse con otras cuentas que puedan ofrecer sus productos o servicios en el rubro de mascotas y realizar sorteos en conjunto para incrementar la posición y visibilidad en el mercado.
¿Este tipo de publicaciones nos ayudará a conocer más la necesidad de nuestros usuarios con respecto a lo que necesita su mascota?	
¿Qué otros tipos de premios les gustaría recibir a nuestro público objetivo?	

Fuente: Elaboración propia

El planteamiento del objetivo tuvo como finalidad poder incrementar la participación de mercado, generar una mayor interacción con nuestros usuarios y conocer los servicios más solicitados por los usuarios para sus mascotas. Se llegó a tener una interacción de 25 usuarios que colocaron información sobre cuáles son los servicios que más solicitaron, de esta manera podemos generar mayores estrategias de ventas sobre los servicios mencionados y lograr satisfacer las necesidades de los usuarios con mascotas. Asimismo, se pudo analizar que realizar este tipo de publicidad genera una mayor participación de usuarios y además lleva a que nuevos usuarios se interesen por los servicios que se ofrecen y buscan tener información sobre los precios o lo que incluye cada uno.

d. Aprendizajes – Cambios a realizar

Algunos de los aprendizajes que dejó este experimento es que realizar este tipo de actividades permite conectar y llamar la atención de una forma más dinámica con los clientes, sobre todo porque existe un incentivo que fueron los premios para sus mascotas, al ser un nuevo negocio en el mercado se buscó generar una mayor participación y se logró atraer a nuevos clientes. Además, nos sirvió para conocer cuáles eran los servicios que tenían una mayor demanda por el público, lo cual nos puede ayudar a generar mayores estrategias de venta sobre esos servicios como promociones, descuentos, etc.

e. Sustentación de las validaciones (enlaces, audios, videos, imágenes, etc.)



Figura 45: Captura de comentarios en el sorteo publicado en Instagram

Fuente: Instagram de Petwouse



Figura 46: Captura del primer premio en el sorteo publicado en Instagram

Fuente: Instagram de Petwouse



Figura 47: Captura del segundo premio en el sorteo publicado en Instagram

Fuente: Instagram de Petwouse



Figura 48: Captura del tercer premio en el sorteo publicado en Instagram

Fuente: Instagram de Petwouse

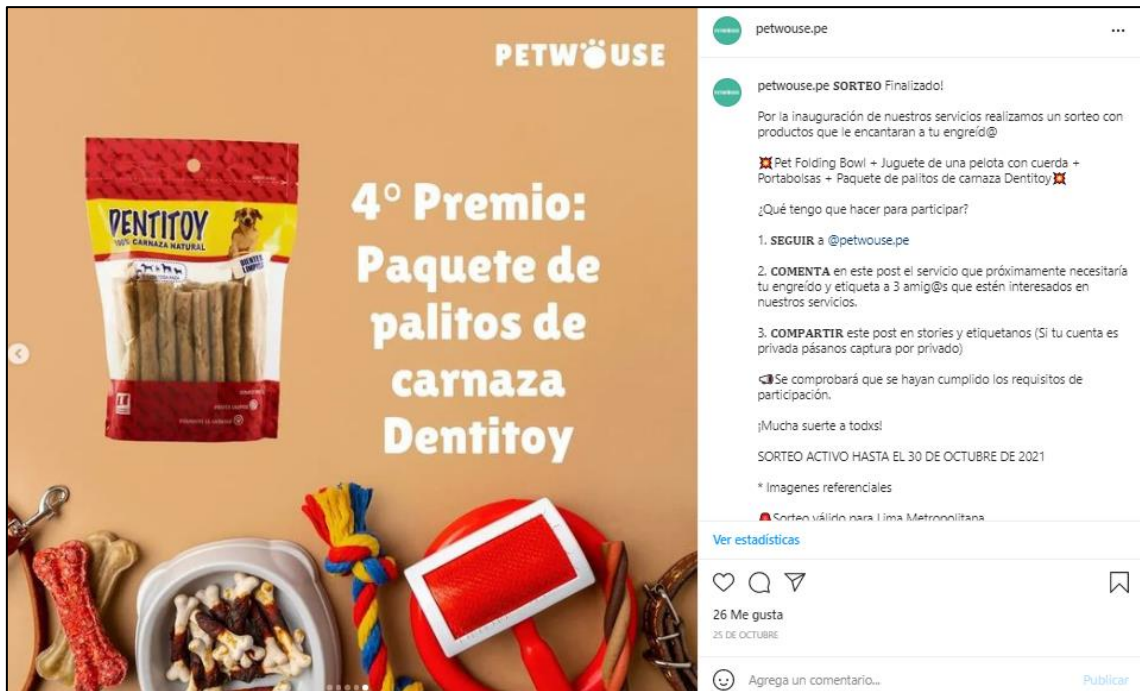


Figura 49: Captura del tercer premio en el sorteo publicado en Instagram

Fuente: Instagram de Petwouse

7.3. Experimento 3

a. Objetivo del experimento

Validar al menos 10 intenciones de compra de personas que quieren adquirir un plan clásico y plan premium a través de nuestra plataforma web.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Este experimento se realizó por las redes sociales de Petwouse. Para ello, se publicó un post promocionado, en el que se detalla que se podía adquirir un descuento del 20% si es que ingresaban a nuestra plataforma para que nos comentaran el plan que deseaban obtener un descuento y porque escogieron esa opción. Por ello, se elaboró dos hipótesis a obtener por esta estrategia con sus respectivas métricas de éxito. Los resultados se recopilaron después de 5 días.

Tabla 103. *Matriz de validación del tercer experimento de intención de compra*

N°	Hipótesis	Método	Métricas escogidas	Criterios de éxito
1	Se recepcionará mensajes de las personas que quieren adquirir un plan clásico o premium.	Plataforma web	Número de mensajes recibidos en la plataforma web	Al menos se recibieron 10 mensajes en la plataforma web.
2	Las personas interactúan y visitan la plataforma web	Plataforma web	Número de personas que visitan la página en los días del experimento	Al menos se incrementa el 30% de las personas que visitan la plataforma e interactúan.

Fuente: Elaboración propia

Para este experimento se realizó una búsqueda de publicaciones acerca de descuentos que se pudieron observar en cuentas referenciales del rubro de mascotas para que al momento de realizar nuestra publicación pueda ser atractiva y captar a nuestro público objetivo tanto como el diseño a publicar y la descripción de la promoción. Por consiguiente, teniendo diferentes ideas se procedió a realizar el diseño de la publicación por la herramienta de Canva y al finalizar se publicó por las redes sociales de Instagram y Facebook con el objetivo de que pudiera captar la atención de nuestro público objetivo. Durante los días de promoción de la publicación del descuento por obtener en cualquiera de nuestros planes, se procedió a revisar diariamente la plataforma web para ver la cantidad de mensajes que se recepciona.

ii. Bitácora de actividades

Tabla 104. Bitácora de actividades del tercer experimento de interés de compra

Actividad	Tareas	Resultado
Diseñar la publicación que detalle el descuento y los dirija a la plataforma web	Se realizó una búsqueda de publicaciones referenciales de descuentos para tener publicaciones referenciales que han tenido éxito.	Se recopiló varias imágenes para realizar un diseño atractivo a nuestro público objetivo.
	Crear la publicación y detallar la información necesaria con la herramienta Canva	Se realizó el diseño de manera atractiva para su respectiva publicación.
	Publicar el anuncio por las redes sociales y promocionarla	Se publicó el diseño por las redes sociales de Instagram y Facebook.
Revisar los mensajes a obtener por la publicación de descuento.	Seguimiento de los mensajes recibidos durante los 5 días.	Se obtuvieron 22 mensajes al final del experimento.
Revisar los resultados de las interacciones en la plataforma web	Analizar los datos obtenidos para la interpretación de los resultados.	Se obtuvo un incremento de 55% en visitas a la plataforma en los días de la promoción de la publicación.

Fuente: Elaboración propia

c. Análisis e interpretación de resultados

Se comprobó con los resultados que las hipótesis detalladas se realizaron con éxito. Por un lado, se obtuvo en total 22 intenciones de compra de las personas que si estaba dispuesta a adquirir nuestros planes y que se sintieron impulsadas a recibir un descuento. Por ello, nos dejaron mensajes contándonos acerca del plan que querían y algunos nos comentaron la razón de su elección.

Algunos de los mensajes que se recibieron fueron las siguientes:

- “Me llama la atención el plan premium. Estoy dispuesta a comprarlo, cómo es el pago y cuando podría empezar a adquirir los servicios.”

- “Me gustaría adquirir el Plan Premium para mi mascota, quisiera saber cuál es el precio y los horarios disponibles.”
- “Hola! Estoy interesada en el plan clásico sobre todo por los paseos y adiestramiento semanal. No cuento con mucho tiempo y me parece perfecto para educar a mi perrito.”
- “Hola!, Estoy interesada en el plan premium, quisiera obtener más información por favor.”
- “Plan clásico, porque me parece una buena opción para conocer los servicios que ofrece y es más económico.”
- “Estoy interesada en el Plan clásico debido a que tiene los servicios que necesito para mi mascota. Siento que sería de mucho beneficio porque mi mascota necesita sesiones de adiestramiento debido a que no está comportándose correctamente, adicionalmente el servicio de Grooming lo adquiero constantemente.”
- “Hola, me encuentro interesada en el plan premium ya que me ayudaría a monitorear la salud de mis hijos de 4 patas. Me gustaría saber su precio.”
- “Hola estoy interesada en un plan premium”
- “Estoy interesada en un plan clásico”
- “El plan clásico y premium le ayudaría a mi mascota a ser más sociable con otros animales”

Asimismo, recibimos algunos mensajes que querían un servicio específico y que querían solicitar una reserva.

Por otra parte, se pudo registrar aumento de 55% en visitas en nuestra plataforma web en que la mayoría eran nuevos clientes que ingresaban por primera vez con un total de 38 personas que 19 entraron a través de su teléfono móvil y 19 por su computadora.

Con respecto a la primera métrica de éxito, se detalló que se recibiría al menos 10 mensajes durante los 5 días. Al transcurrir los días, se pudo observar que se recibieron 22 mensajes, lo cual se puede decir que la publicación pudo llegar de manera eficiente a clientes potenciales. Además, se puede concluir que este tipo de publicaciones que

detallan promociones es de interés para las personas que tienen una mascota en su hogar y, por consiguiente, si están interesados en comprar o adquirir algún plan ya sea clásico o premium. Por otra parte, la segunda métrica de éxito es que al menos se pudiera incrementar el 30% de las personas que visitan la plataforma. Por lo que se puede concluir que las personas que interactuaron por nuestra plataforma fueron mayores a la expectativa que se había proyectado. Por ello, cada hipótesis se validó con este experimento a través de nuestras redes sociales y que este tipo de estudio funcionará a largo plazo recolectando mayores ventas frecuentes.

Tabla 105. *Malla receptora de la validación del tercer experimento de intención de compra*

Puntos fuertes, lo más relevante	Críticas constructivas, aspectos para mejorar
Las promociones y descuentos generan mayor interés en los usuarios	Desarrollar otras opciones de planes para las mascotas
Se genera una mayor participación de mercado al lanzar promociones y descuentos	Responder en menor tiempo los mensajes de los clientes para no perder las ventas
Este tipo de estrategia ayuda a que el negocio se haga más conocido entre los usuarios	
Las publicaciones de promociones generan que los usuarios tengan mayor interés de ingresar a la plataforma web, revisar los servicios y generar una intención de compra	
Qué preguntas nuevas tenemos a partir de este experimento	Opiniones interesantes, Nuevas ideas
¿Con qué frecuencia se deberían realizar promociones u ofertas?	Lanzar nuevos planes cada cierto tiempo para generar un mayor interés del usuario
	Promocionar en un mes uno de los servicios que ayuden a potenciar las ventas
	Desarrollar respuestas automáticas a los usuarios que soliciten información sobre los servicios

Fuente: Elaboración propia

d. Aprendizajes – Cambios a realizar

En base a este tipo de experimento, en el que pudimos obtener resultados positivos pudimos obtener de conocimiento que las publicaciones de promociones son importantes y de gran interés para las personas que forman parte de nuestro segmento, debido a que en algunos mensajes detallaron que se estaban animando a comprar un plan clásico porque era una forma de probar nuestros servicios y ver si solicitaban a futuro otros servicios con frecuencia. Esto fue un resultado que nos pareció muy interesante y podemos decir que los planes son una forma de llegar de manera más rápida y de mayor confianza a los clientes. Por ello, se realizará de manera frecuente este tipo de publicaciones a través de nuestras redes sociales para conseguir ventas y se agregará a futuro otros mecanismos similares como combos diferentes para captar la atención de las personas e incrementar la venta de todos nuestros servicios que se venden a través de nuestra plataforma.

e. Sustentación de las validaciones (enlaces, audios, videos, imágenes, etc.)



Figura 50: Captura de los planes Clásico y Premium

Fuente: Plataforma de Petwouse



Figura 51: Captura del procedimiento para solicitar los planes

Fuente: Plataforma de Petwouse

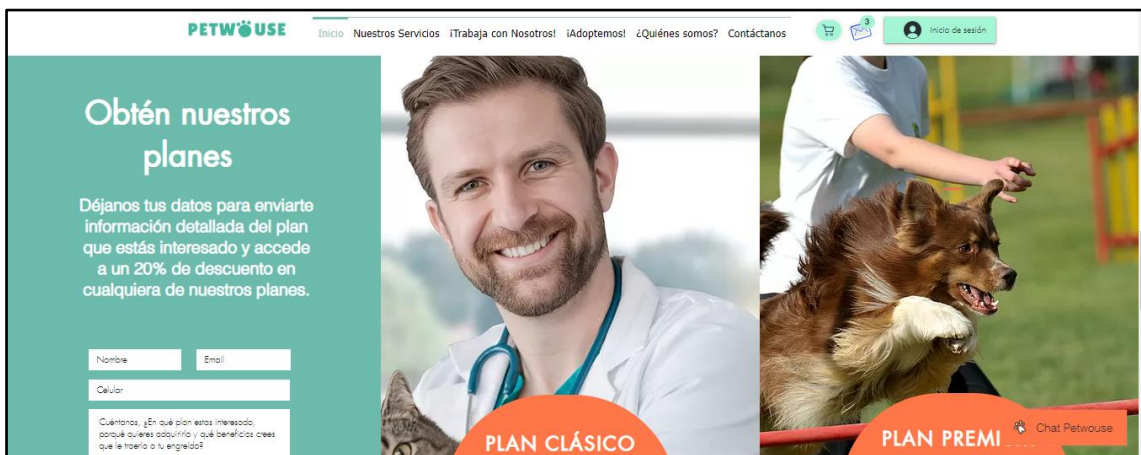


Figura 52: Captura de la portada para obtener los planes

Fuente: Plataforma de Petwouse

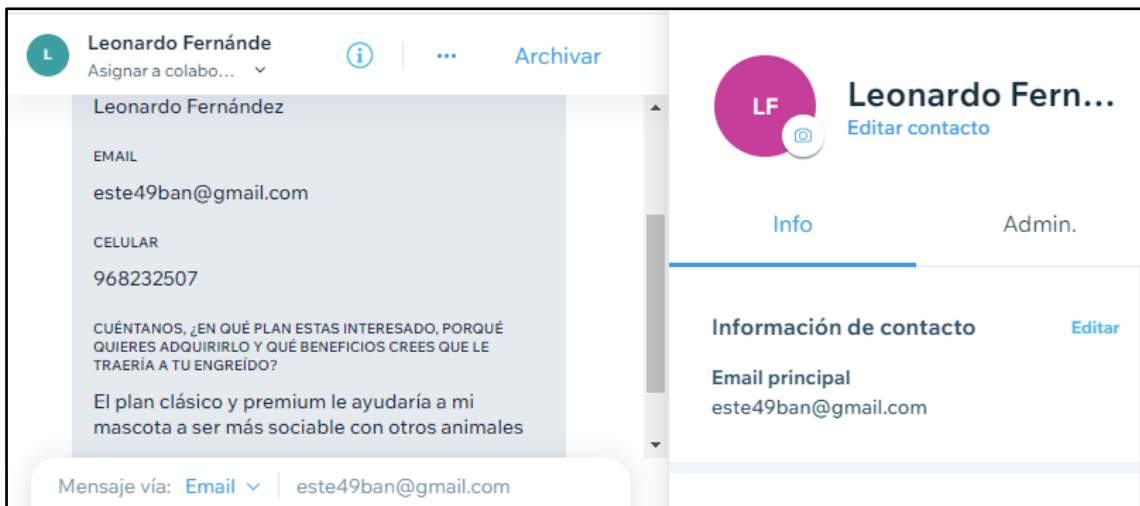


Figura 53: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 1

Fuente: Plataforma de Petwouse



Figura 54: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 2

Fuente: Plataforma de Petwouse



Figura 55: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 2

Fuente: Plataforma de Petwouse

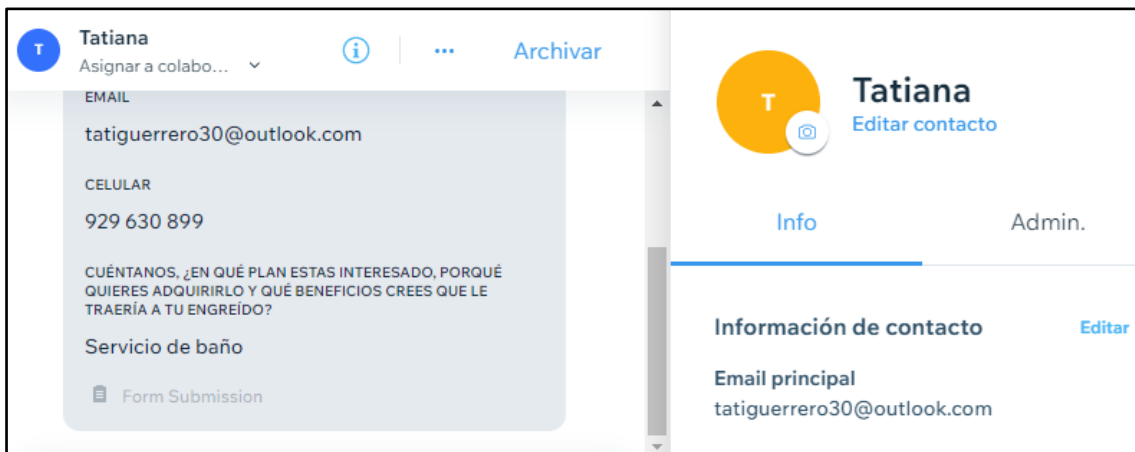


Figura 56: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 3

Fuente: Plataforma de Petwouse

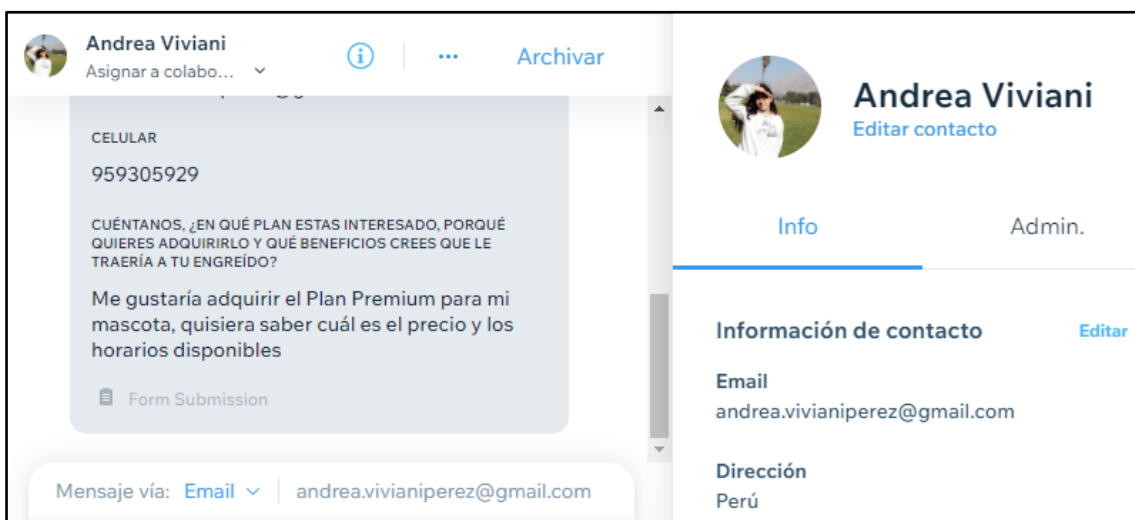


Figura 57: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 4

Fuente: Plataforma de Petwouse

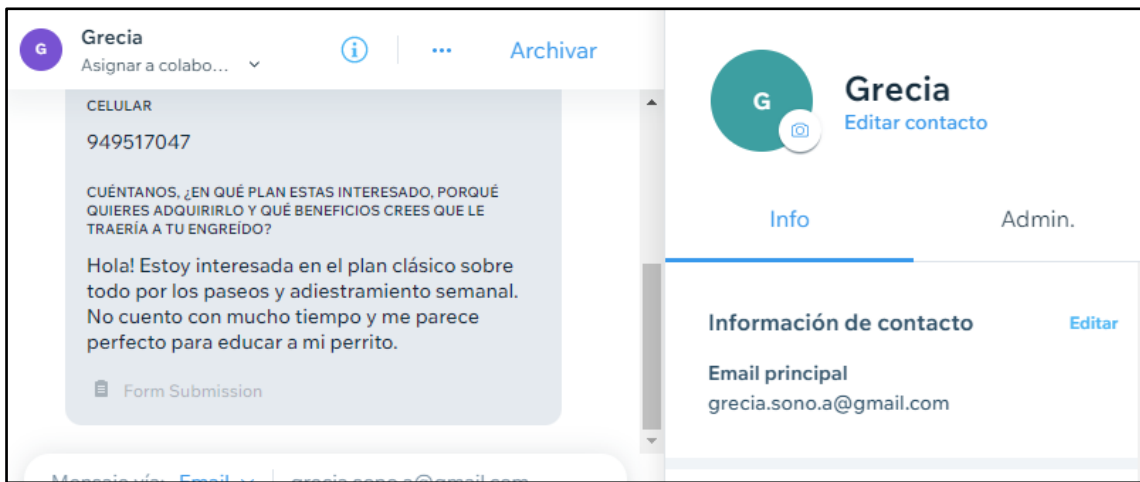


Figura 58: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 5

Fuente: Plataforma de Petwouse

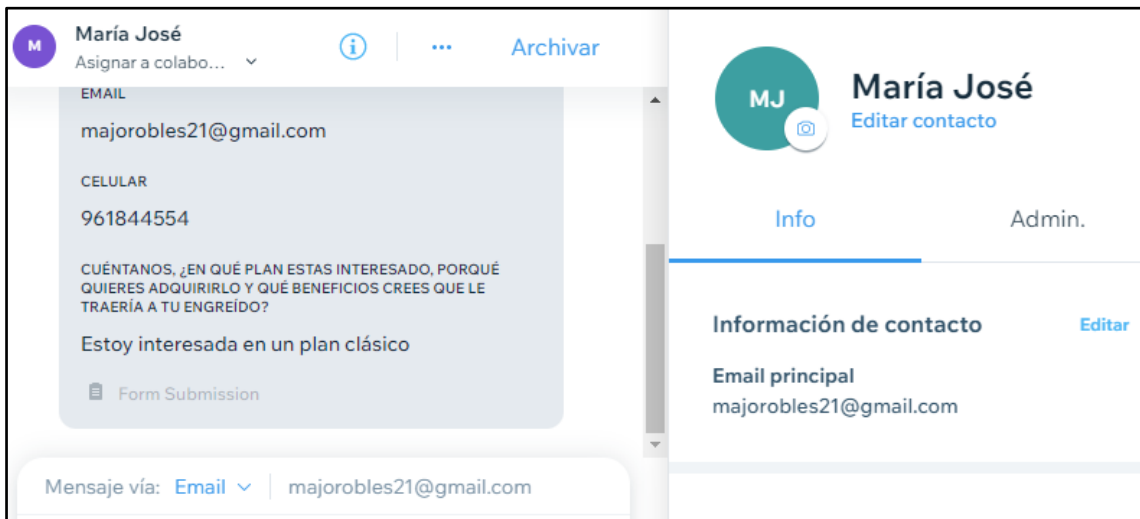


Figura 59: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 6

Fuente: Plataforma de Petwouse

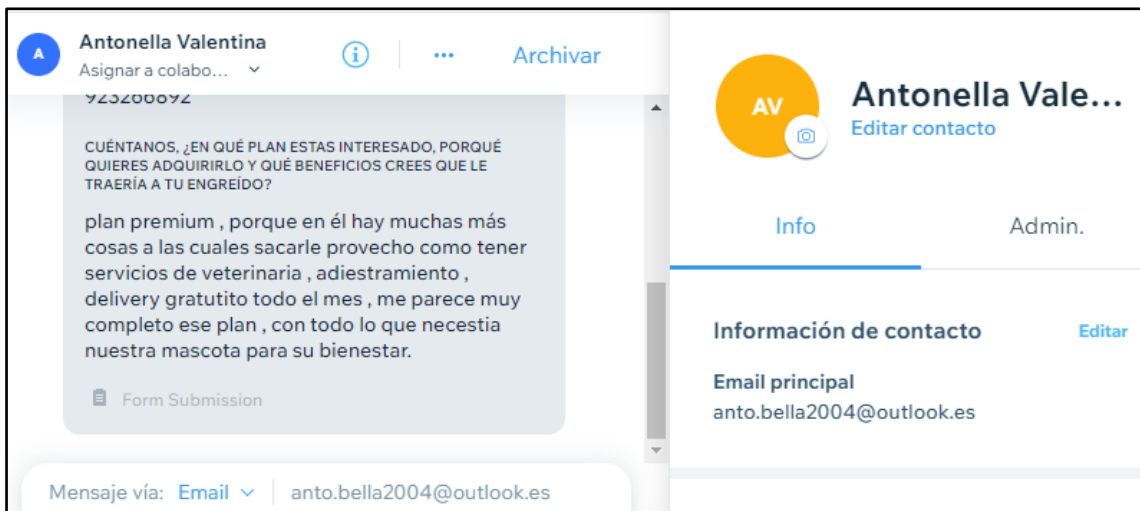


Figura 60: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 7

Fuente: Plataforma de Petwouse

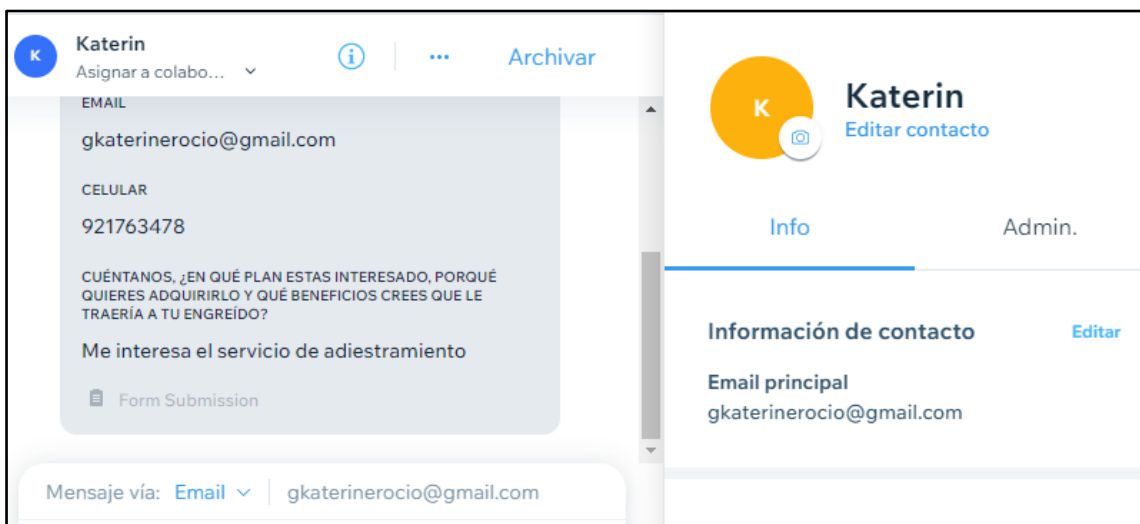


Figura 61: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 8

Fuente: Plataforma de Petwouse

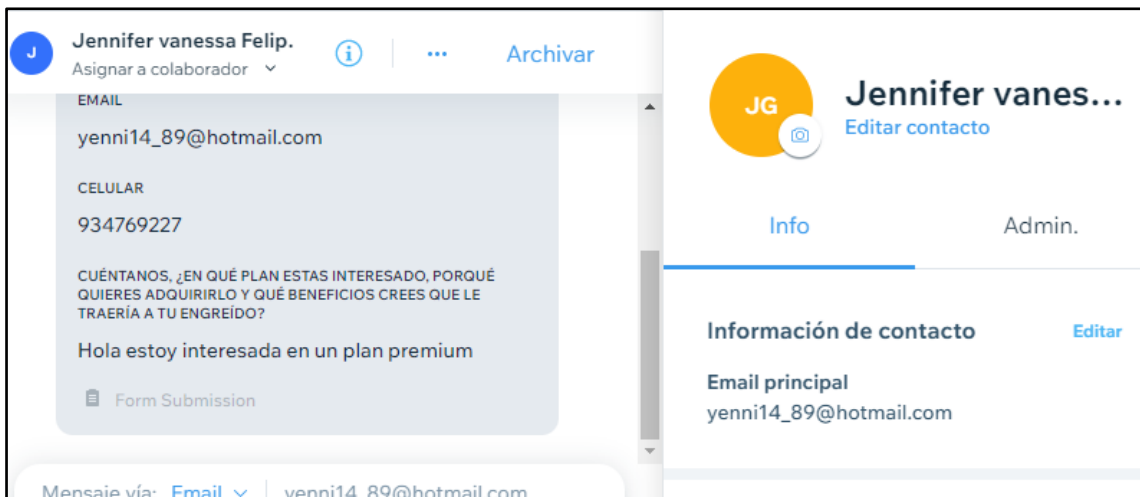


Figura 62: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 9

Fuente: Plataforma de Petwouse

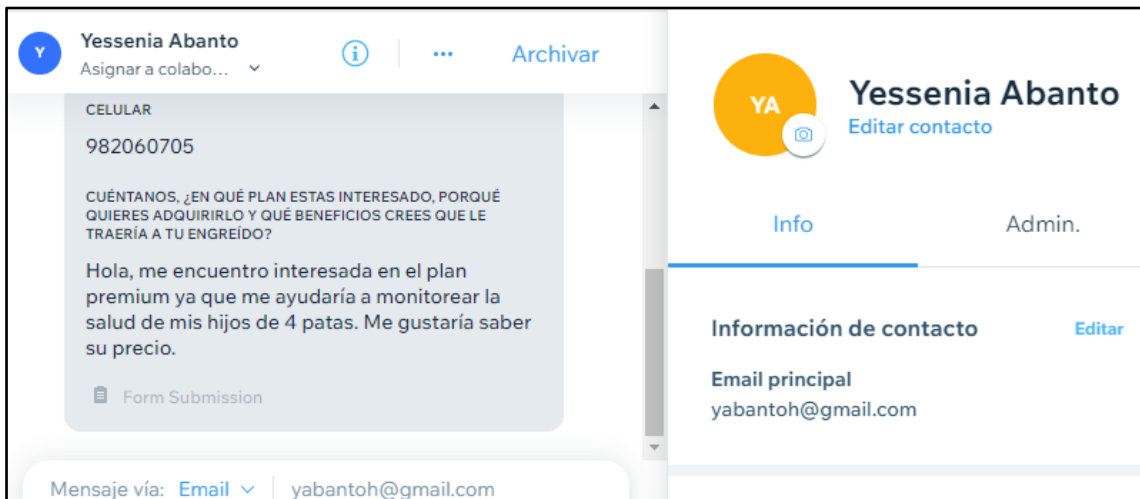


Figura 63: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 10

Fuente: Plataforma de Petwouse

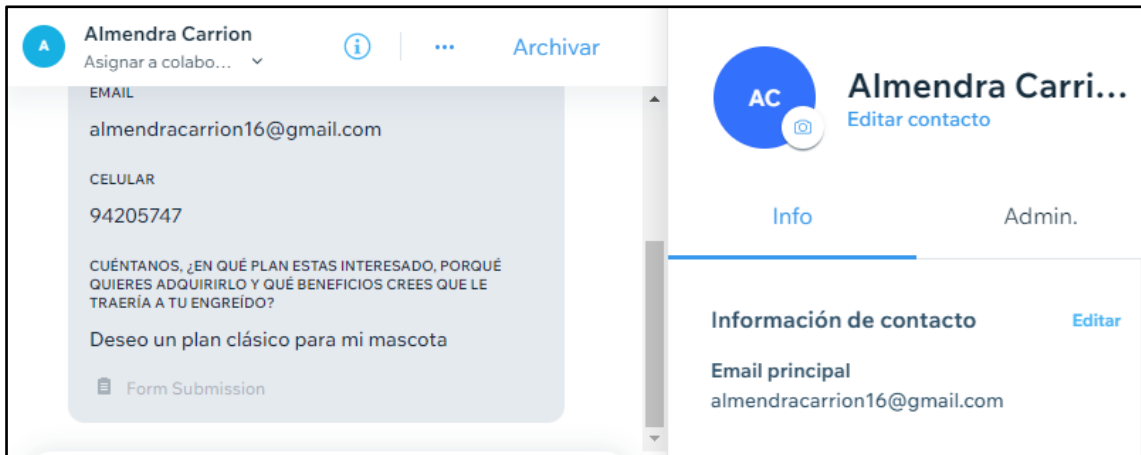


Figura 64: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 11

Fuente: Plataforma de Petwouse



Figura 65: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 12

Fuente: Plataforma de Petwouse

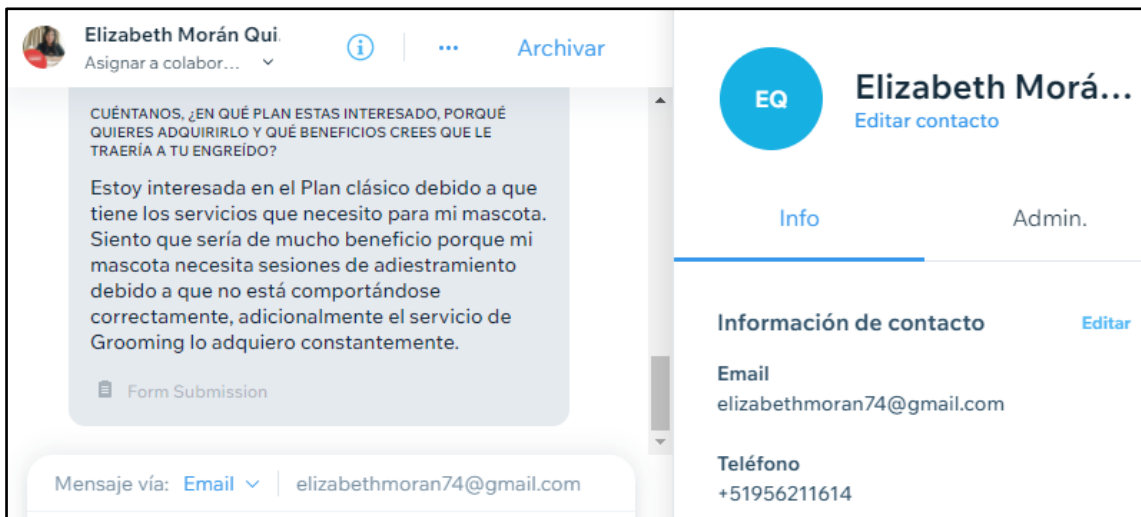


Figura 66: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 13

Fuente: Plataforma de Petwouse

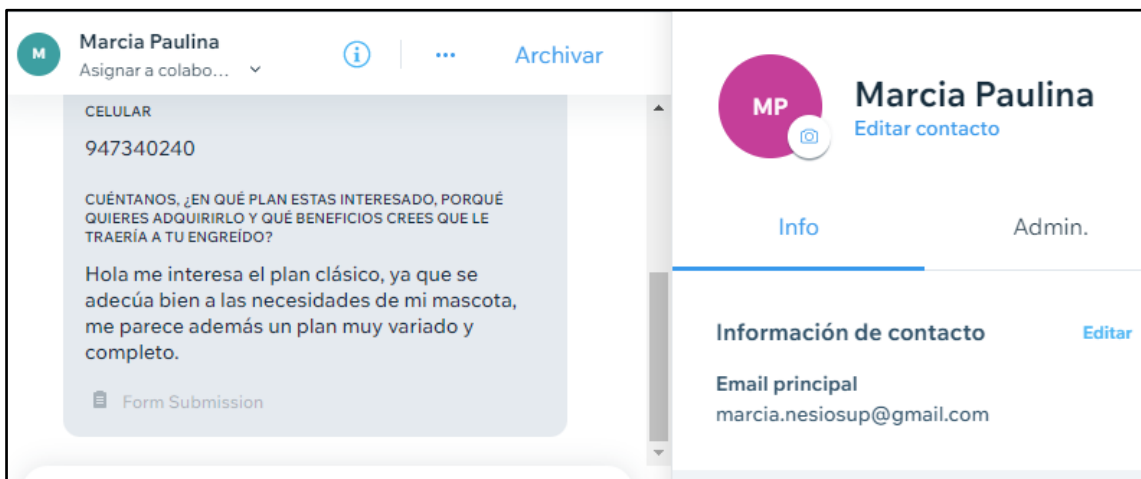


Figura 67: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 14

Fuente: Plataforma de Petwouse

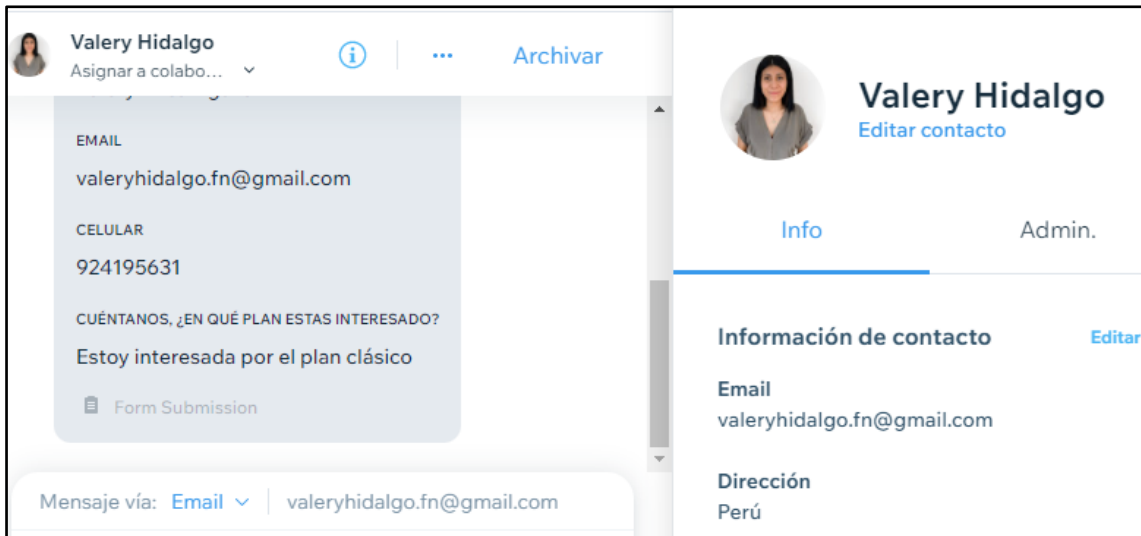


Figura 68: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 15

Fuente: Plataforma de Petwouse

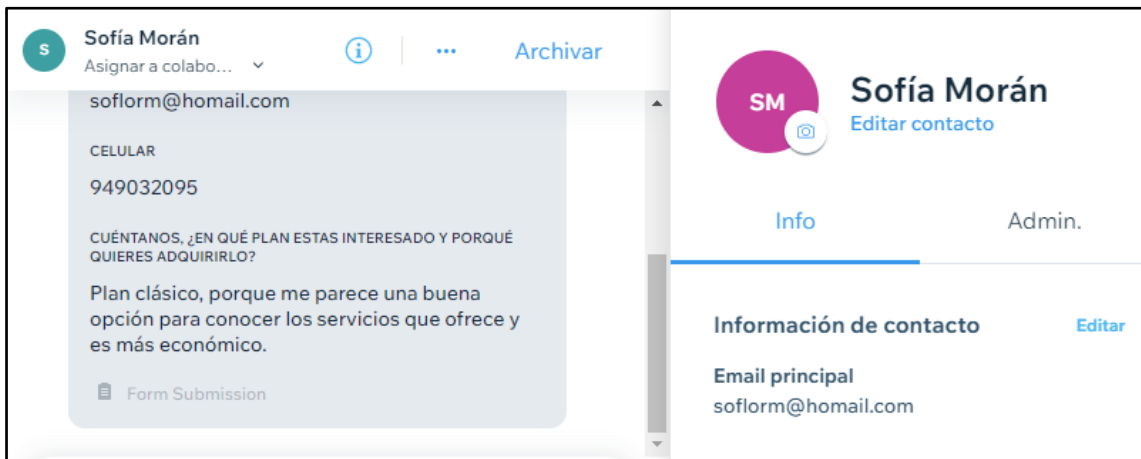


Figura 69: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 16

Fuente: Plataforma de Petwouse

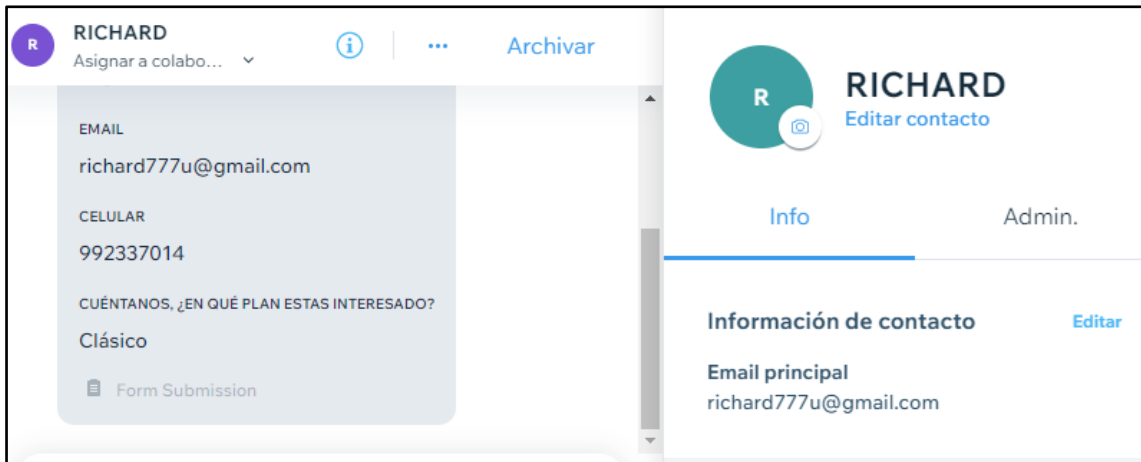


Figura 70: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 17

Fuente: Plataforma de Petwouse

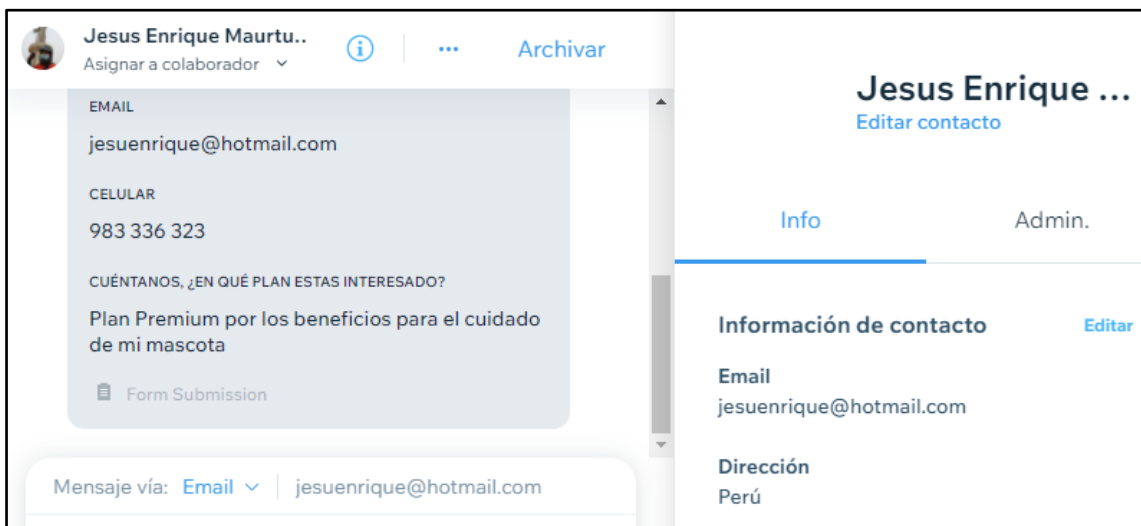


Figura 71: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 18

Fuente: Plataforma de Petwouse

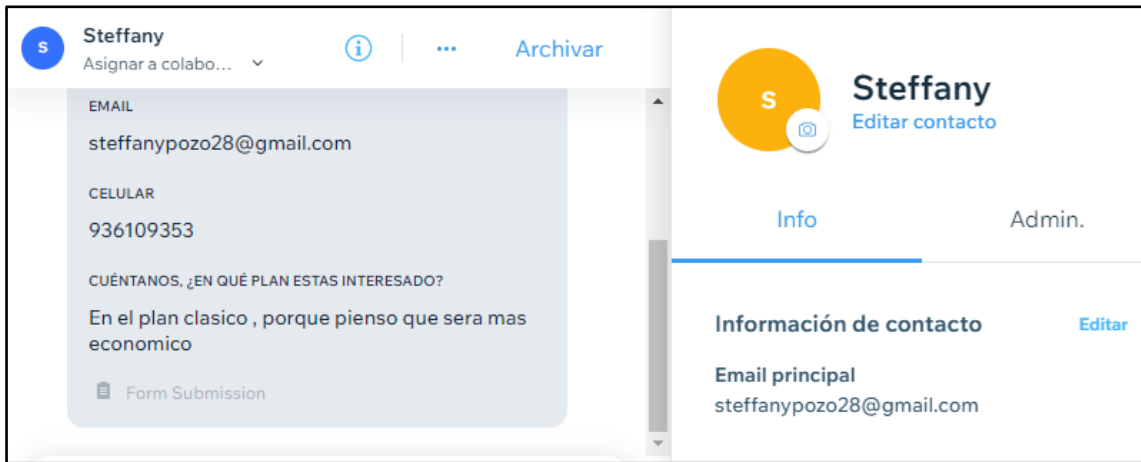


Figura 72: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 19

Fuente: Plataforma de Petwouse

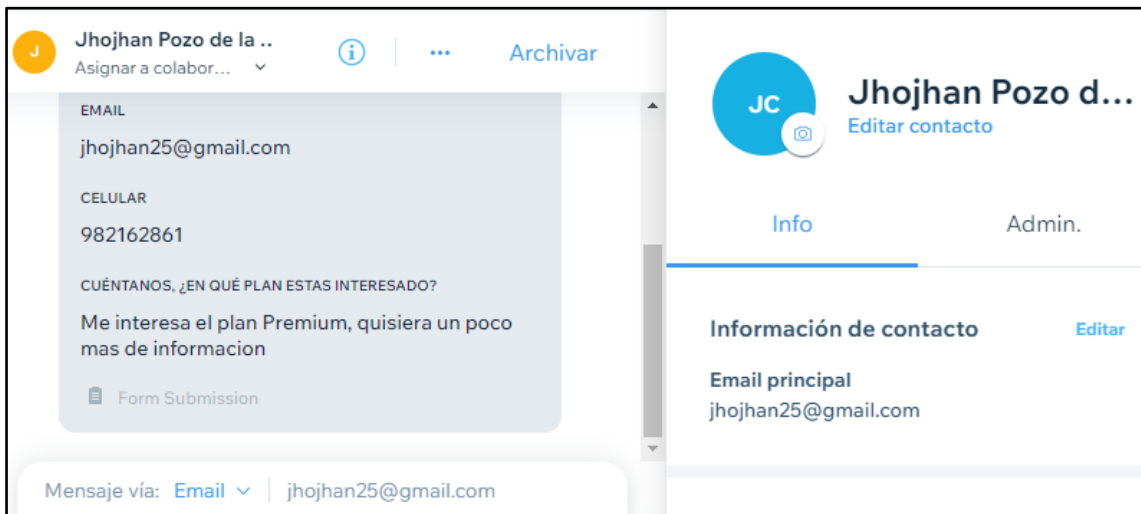


Figura 73: Evidencia de solicitud para adquirir los planes – usuario 20

Fuente: Plataforma de Petwouse

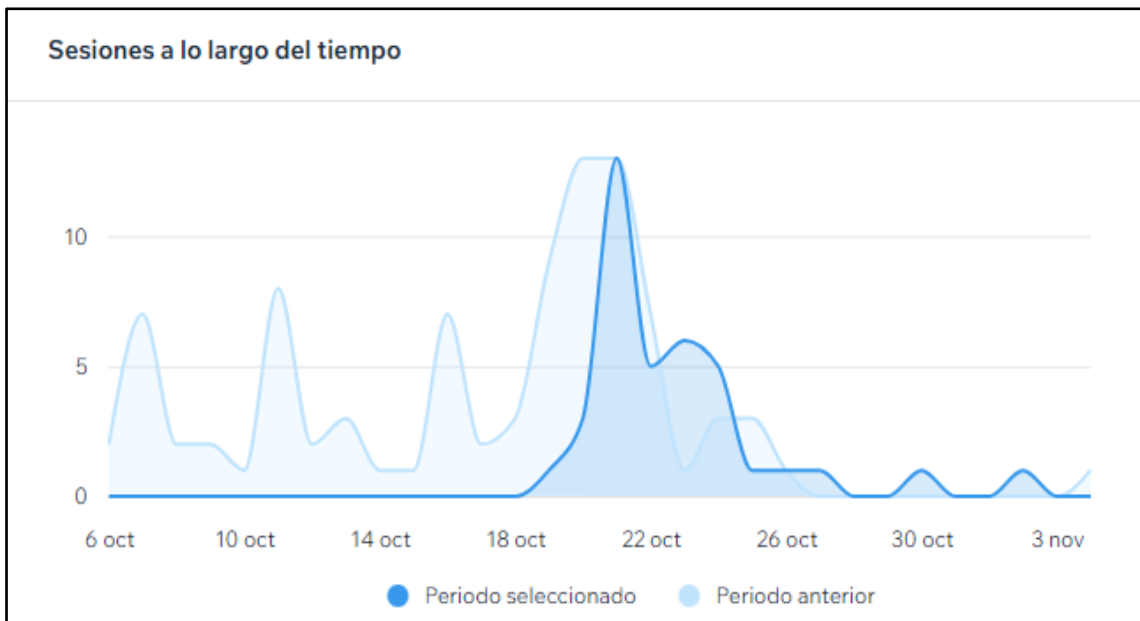


Figura 74: Captura de sesiones a lo largo del tiempo

Fuente: Plataforma de Petwouse

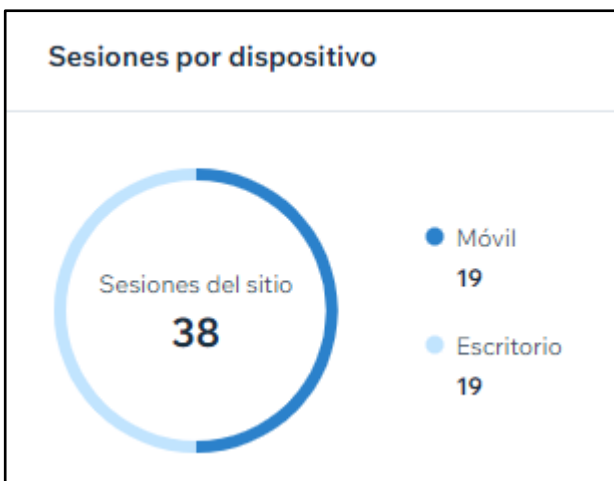


Figura 75: Captura de sesiones por dispositivo

Fuente: Plataforma de Petwouse

7.4. Experimento 4

a. Objetivo del experimento

Conseguir al menos 10 mensajes a través de nuestro canal de WhatsApp de usuarios que soliciten alguno de nuestros servicios para sus mascotas y brindarles el catálogo virtual con la información completa de cada servicio.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

El desarrollo del siguiente experimento se realizó a través del canal de WhatsApp de Petwouse. Se elaboró el catálogo de cada servicio que se ofrecen especificando lo que incluye cada uno, de esta manera se le brindó al cliente la información correspondiente según el servicio que solicitaba. Para ello, se elaboró una hipótesis con su métrica de éxito del experimento. La información será recopilada durante 5 días desde el 24 de octubre del 2021.

Tabla 106. *Matriz de validación del cuarto experimento de intención de compra*

N°	Hipótesis	Método	Métricas escogidas	Criterios de éxito
1	Se reciben los mensajes de los usuarios interesados en comprar nuestros servicios	Canal de comunicación WhatsApp	Número de mensajes recibidos al número de la empresa	Al menos se reciben 10 mensajes de usuarios interesados en solicitar un servicio.
2	Las personas interesadas se dirigen a nuestro whatsApp compartido por nuestras redes sociales para visualizar el catálogo y piden mayor información del servicio para reservarlo.	Canal de comunicación WhatsApp y redes sociales (instagram y facebook)	Número de mensajes recibidos al número de la empresa	Al menos 10 personas visualizan el catálogo y solicitan información para comprar el servicio.

Fuente: Elaboración propia

ii. Bitácora de actividades

Tabla 107. *Bitácora de actividades del cuarto experimento de intención de compra*

Actividad	Tareas	Resultado
	Solicitar un número en un centro de telefonía celular para registrarlo como canal de comunicación oficial de la empresa.	Se adquirió un número específico del centro de telefonía de Entel para recepcionar mensajes de la empresa Petwouse por WhatsApp Business. Número oficial: 922 017 614
Difusión del número oficial de WhatsApp de la empresa y el catálogo virtual	Diseñar imágenes acerca de cada servicio para colocarlo en el catálogo virtual de WhatsApp Business.	A través de la herramienta Canva se realizó el diseño de las imágenes a publicar en el catálogo virtual de los servicios (Grooming, Paseos, Veterinaria, Hospedaje, y Adiestramiento).
	Difundir a través de nuestras redes sociales el número de la empresa para que las personas interesadas puedan enviarnos mensajes.	Se colocó nuestro número por nuestras redes sociales /Facebook e Instagram para las personas interesadas en comunicarse mediante ese canal con nosotros.
	Realizar mensajes para enviarles a las personas interesadas en solicitar un	Se detallaron mensajes para brindarles información a las personas acerca de cada servicio

servicio.

con el precio correspondiente.

Realizar seguimiento para responder mensajes de clientes y concretar ventas.

Se registraron y recibieron 22 mensajes.

Fuente: Elaboración propia

c. Análisis e interpretación de resultados

Tabla 108. *Malla receptora de la validación del cuarto experimento de la intención de compra*

Puntos fuertes, lo más relevante	Críticas constructivas, aspectos para mejorar
<p>El canal de WhatsApp es una de las mejores opciones y principal vía de comunicación para promocionar, mantener informado al usuario sobre los servicios de Petwouse y absolver sus dudas o consultas.</p> <p>Los usuarios muestran un alto interés de compra por los servicios y tienen mayor confianza al solicitar un servicio por medio de nuestro catálogo virtual.</p>	<p>Crear mensajes automáticos de bienvenida por la opción que nos proporciona WhatsApp Business para una rápida respuesta a las personas interesadas en comunicarse con nosotros, ello ayuda a generar mayor eficiencia en nuestros procesos de comunicación.</p>
Qué preguntas nuevas tenemos a partir de este experimento	Opiniones interesantes, Nuevas ideas
<p>¿Con cuánto tiempo de anticipación se debe solicitar un servicio por el canal de WhatsApp?</p>	<p>A través de nuestro WhatsApp Business utilizar la herramienta de “Etiqueta chat” para una mayor organización al momento de saber quiénes son nuevos clientes, nuevos</p>

¿Cómo se puede formalizar más una venta por este canal de WhatsApp Business?

pedidos, pagos pendientes, ventas pagadas y pedidos finalizados y otras etiquetas necesarias para la mejora de este proceso por medio de este canal.

¿Cómo hacer que nuestros mensajes de ofertas y descuentos sean relevantes y puedan visualizarlos nuestros clientes?

Crear a través de la herramienta “Nueva difusión” mensajes con nuestras ofertas semanales y mensuales que tengan nuestros especialistas para darles a conocer a nuestros clientes e incrementar las intenciones de comprar y ventas.

Fuente: Elaboración propia

Posterior al desarrollo del experimento y haber recolectado la información necesaria, se procede a realizar el análisis de las métricas de éxito de las hipótesis planteadas. La primera métrica de recibir al menos 10 mensajes de usuarios interesados en solicitar alguno de nuestros servicios, durante el plazo de 5 días se recibieron 22 mensajes. Con respecto a la segunda hipótesis que al menos 10 personas visualizan el catálogo de Petwouse y envían un mensaje solicitando información para comprar el servicio. El resultado de esta segunda hipótesis fueron 17 mensajes, incluidos los usuarios que visualizaron el catálogo virtual y enviaron sus mensajes. Asimismo, los mensajes que se recibieron detallaron que las personas estaban interesadas en obtener mayor información, solicitar el servicio y concretar una venta.

El análisis de los resultados obtenidos por ambas hipótesis demuestra que fueron validadas en el experimento, con ello se puede inferir que desarrollar y difundir el catálogo virtual y el número de la empresa a través de los canales de comunicación de WhatsApp aumentaron el interés de compra de los usuarios sobre los servicios que ofrece Petwouse. Por lo que de acuerdo con entrevistas anteriores podemos confirmar que este canal es uno de los principales para llegar de una forma más rápida a la creación de una vía de comunicación más eficiente con clientes e incrementar nuestras ventas a futuro. Además, que las personas en todo momento a través de los mensajes se mostraron

interesadas en adquirir un servicio de acuerdo a la necesidad de su mascota, por lo que se puede analizar que se quedaron conformes con el servicio brindado a través del canal mencionado.

d. Aprendizajes – Cambios a realizar

El desarrollo del experimento nos permitió conocer la preferencia de los usuarios sobre el canal de WhatsApp que resulta ser la red que más utilizan y por donde es más fácil y práctico solicitar algún servicio o información que necesiten sobre la plataforma. Además, se pudo conocer que WhatsApp ofrece una versión Business el cual se adecua a las necesidades de un negocio, de esta manera se pudo colocar el catálogo virtual el cual resulta muy funcional para que los clientes puedan ingresar a la información de Petwouse y conocer con mayor detalle lo que incluye cada servicio. También, se vio la oportunidad de poder promocionar y enviar información sobre las actualizaciones que realice Petwouse en la plataforma web, de esta manera la comunicación es más directa y se puede dar un mejor seguimiento a nuestros clientes durante y finalizando el proceso de pedidos de los servicios, llevando a que haya un servicio post venta efectivo. Cuando se anunció a través de las redes sociales que Petwouse contaría con un canal de WhatsApp tuvo una mejor acogida, debido a que como se demostró en los resultados de una encuesta realizada a los usuarios sobre cuál es el canal que prefieren utilizar, tuvo mayor votación el canal de WhatsApp, se puede concluir que este medio es mucho más rápido y fácil para que los usuarios puedan solicitar información o realizar la solicitud de algún servicio. Asimismo, implementar el catálogo virtual a través de WhatsApp permite que los usuarios puedan ingresar de una manera más rápida a conocer sobre lo que ofrece cada uno de nuestros servicios, luego podían solicitar más información y finalmente realizar su solicitud de compra del servicio y todo desde el mismo canal. Este experimento nos permitió conocer que sería una forma más sencilla para el cliente realizar el pedido de algún servicio a través del canal de WhatsApp y posterior a la compra realizar el adecuado seguimiento sobre su experiencia.

e. Sustentación de las validaciones (enlaces, audios, videos, imágenes, etc.)



Grooming **PETWÖUSE**

- 🐾 Baño regular ó baño medicado
- 🐾 Corte de pelo
- 🐾 Corte y limado de uñas
- 🐾 Desmotado
- 🐾 Limpieza de glándulas
- 🐾 Limpieza de oídos
- 🐾 Aromaterapia
- 🐾 Masajes
- 🐾 Limpieza de almohadillas
- 🐾 Cepillado

El servicio de grooming le ofrece a nuestros engreid@s una atención completa, personalizada y con los mejores especialistas.



PETWÖUSE **Adiestramiento**

- 🐾 Disciplina básica (sentarse, echarse, acudir al llamado, quedarse quieto y caminar al lado)
- 🐾 Corrección de conducta (agresividad, hacer sus necesidades en un lugar correcto, ansiedad, timidez, miedo y falta de socialización)

El servicio de adiestramiento le ofrece a nuestros engreid@s una opción correctiva y de mejora en su conducta para la adecuada convivencia con sus dueños



PETWÖUSE **Paseo**

- 🐾 Paseo de 30 minutos a 60 minutos por día
- 🐾 Paseo de 1 a 3 mascotas por grupo
- 🐾 Paseos diarios, semanales, mensuales, interdiarios, etc.

El servicio de paseo le ofrece a nuestros engreid@s el beneficio de mantenerlos con salud y vitalidad



PETWÖUSE **Veterinaria**

- 🐾 Vacunación
- 🐾 Desparasitación
- 🐾 Consultas básicas

El servicio de veterinaria le ofrece a nuestros engreid@s una atención personalizada y con los mejores especialistas

Figura 76: Captura de los servicios ofrecidos con la descripción de lo que incluye

Fuente: Plataforma de Petwouse

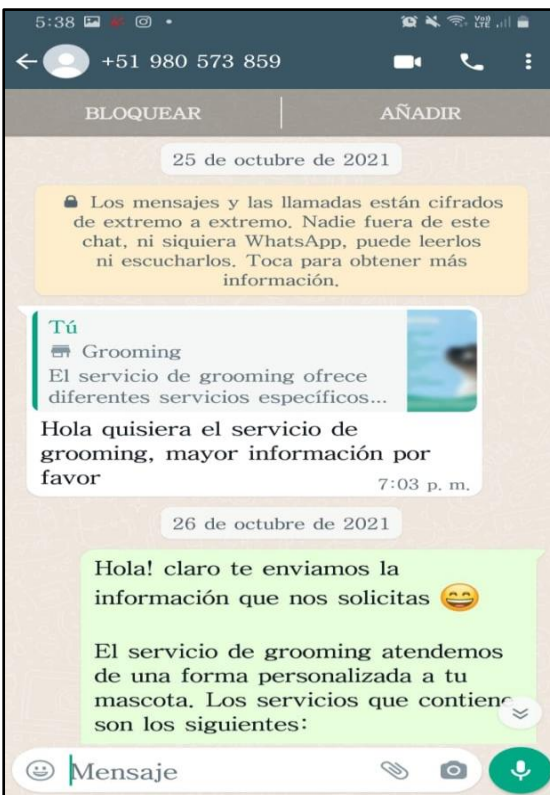
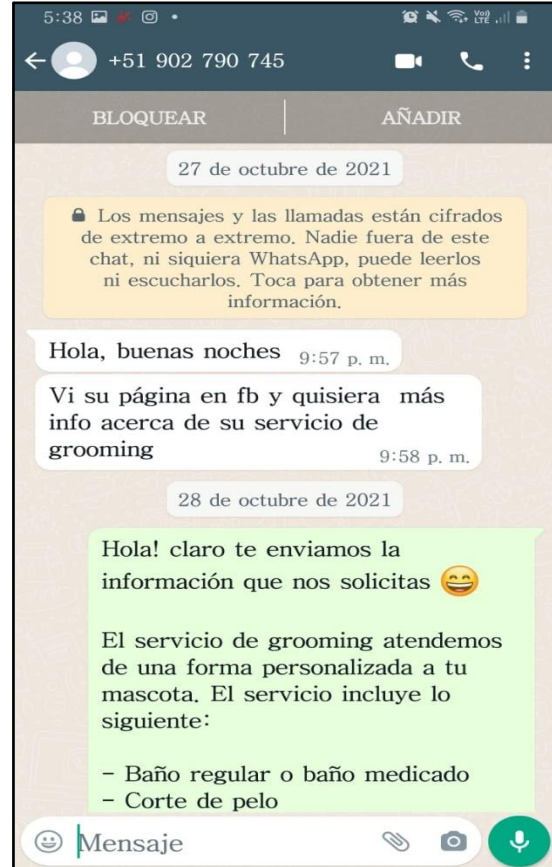
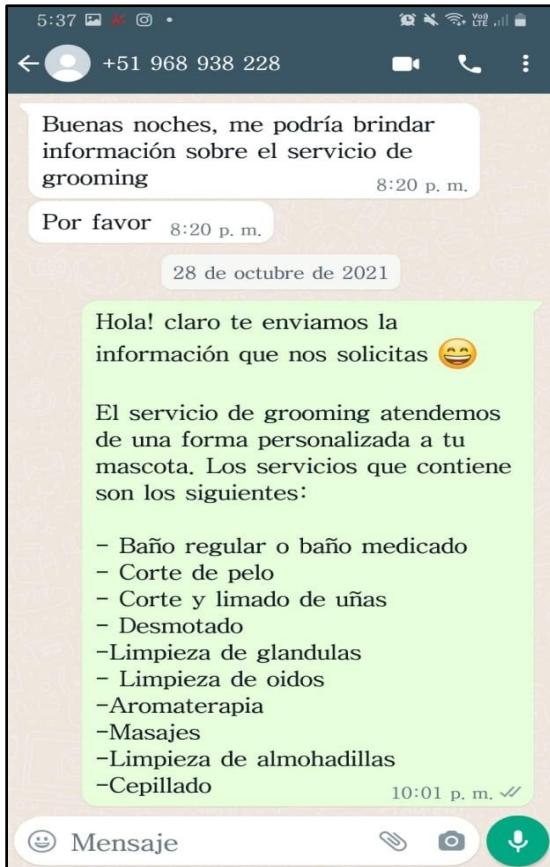


Figura 77: Captura de mensajes recibidos de personas interesadas en adquirir un servicio

Fuente: Whatsapp de Petwouse

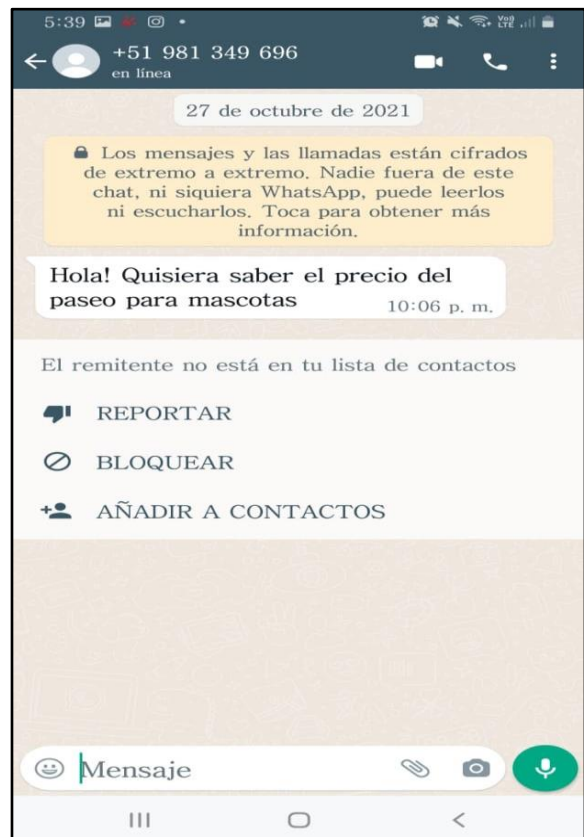
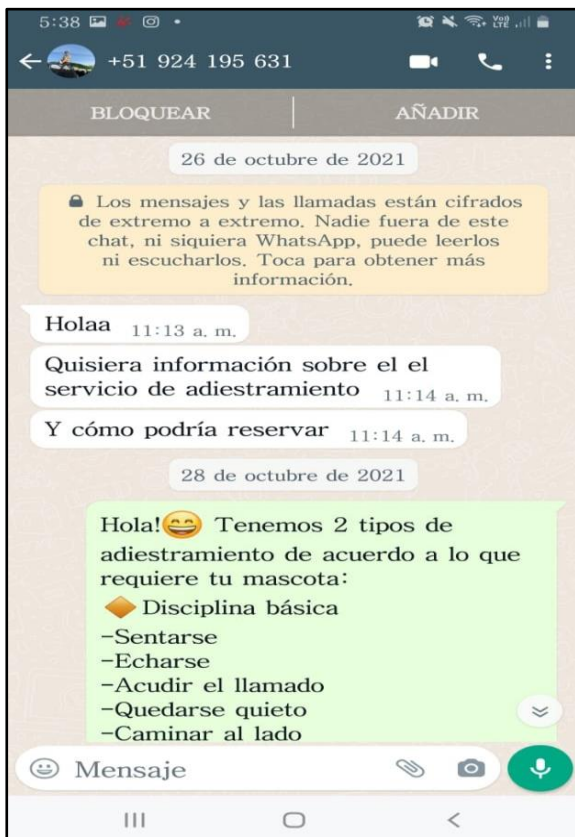
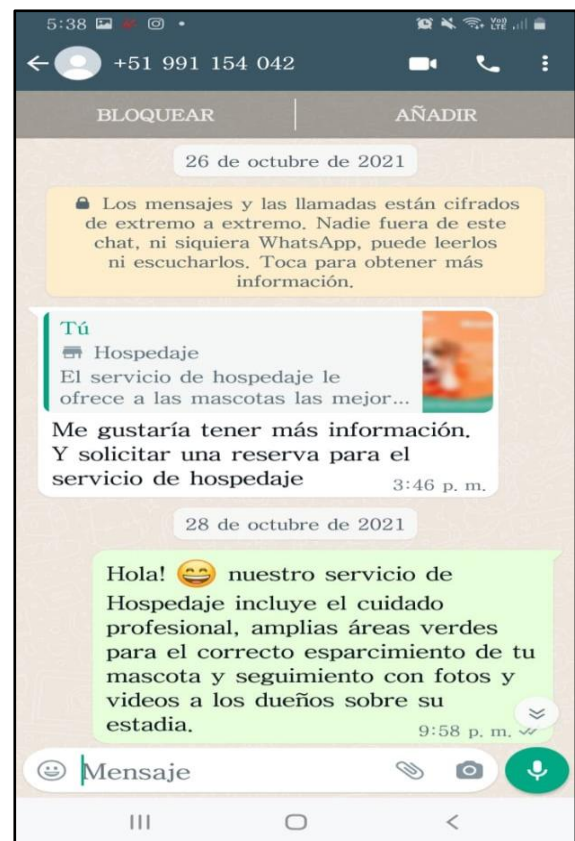
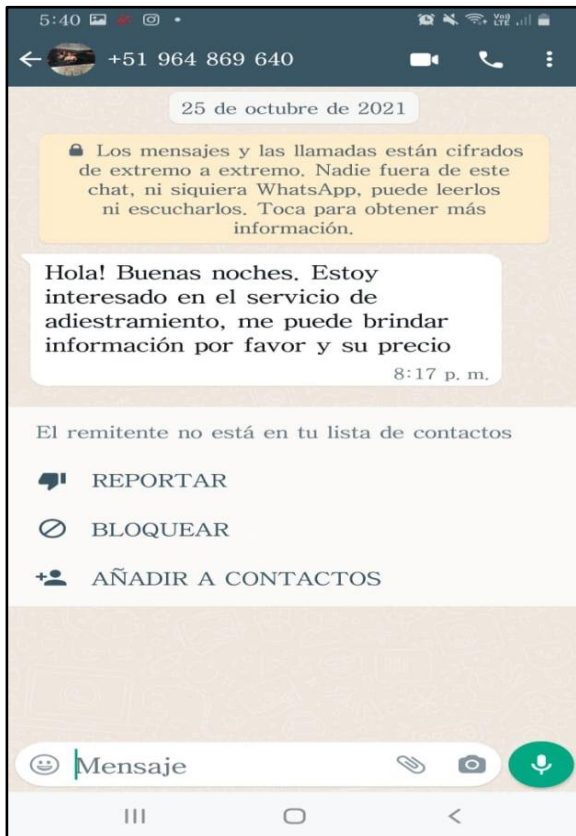


Figura 78: Captura de mensajes recibidos de personas interesadas en adquirir un servicio

Fuente: Whatsapp de Petwouse

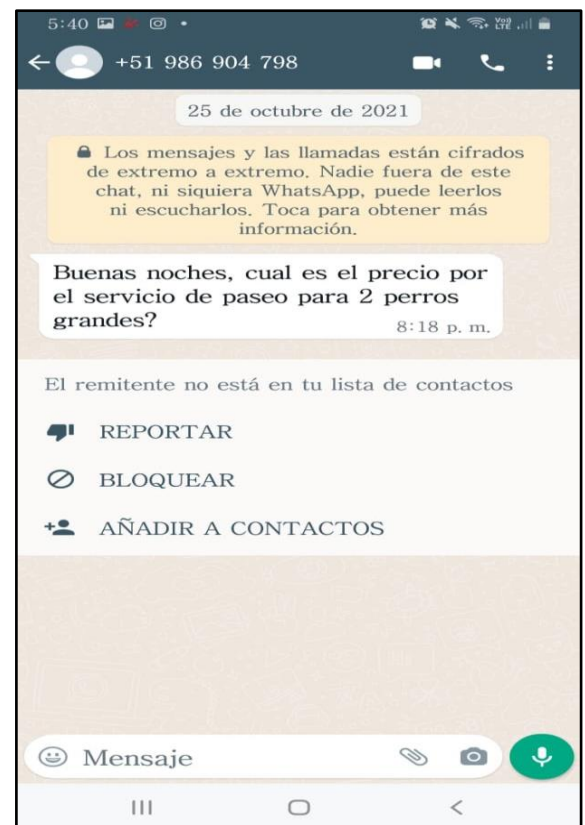
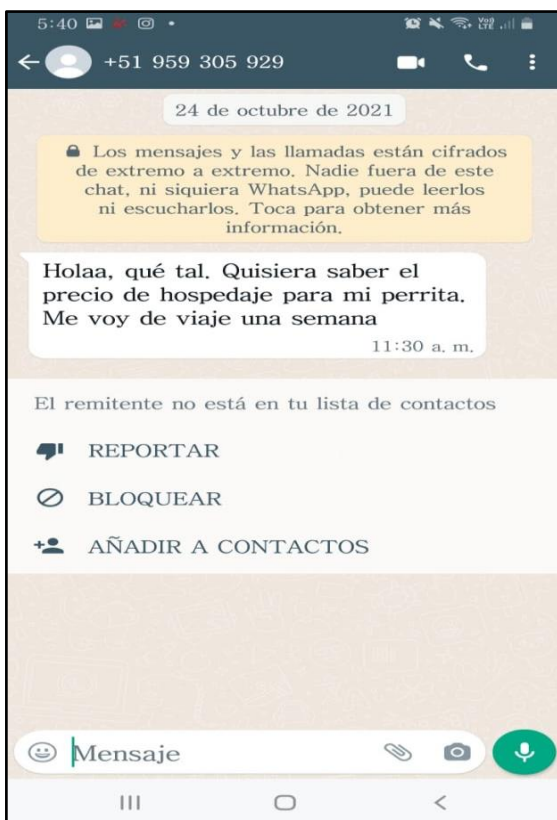
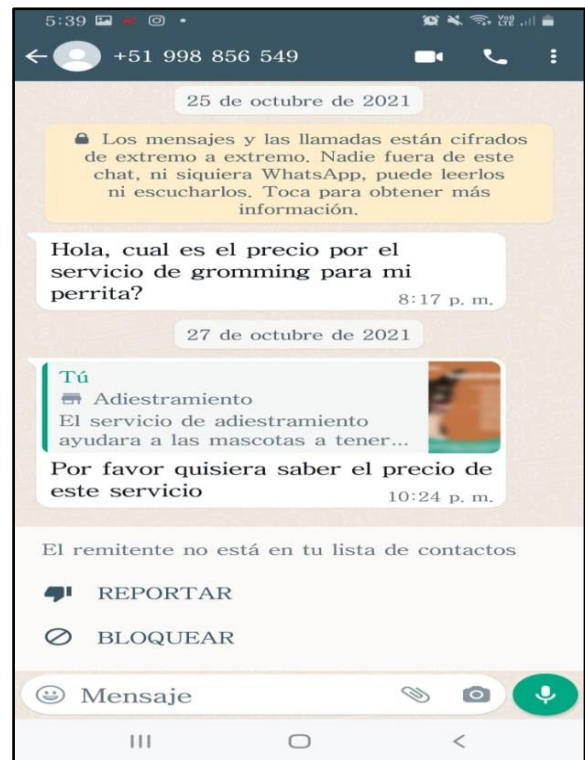
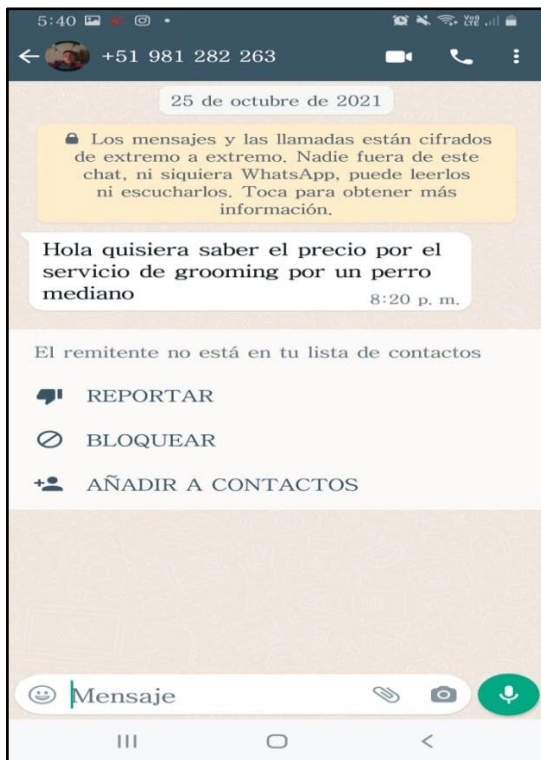


Figura 79: Captura de mensajes recibidos de personas interesadas en adquirir un servicio

Fuente: Whatsapp de Petwouse

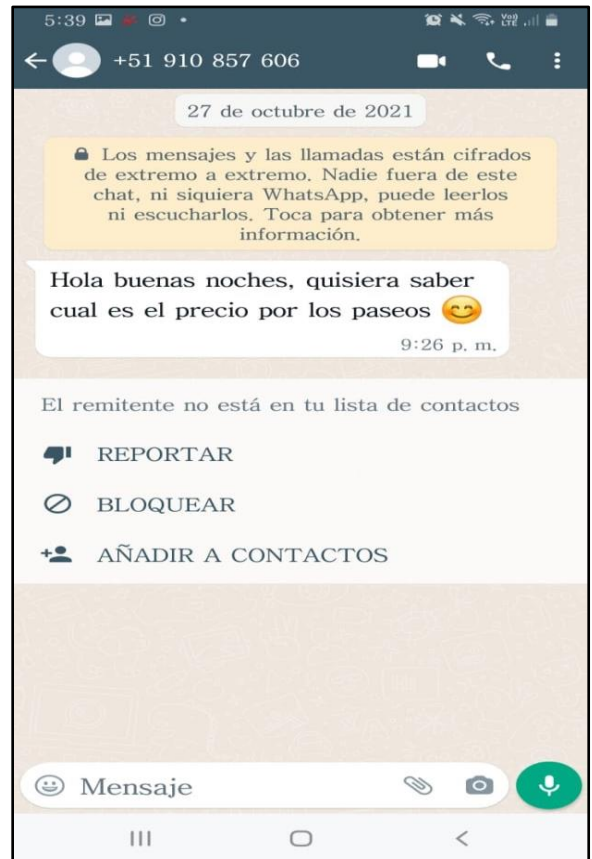
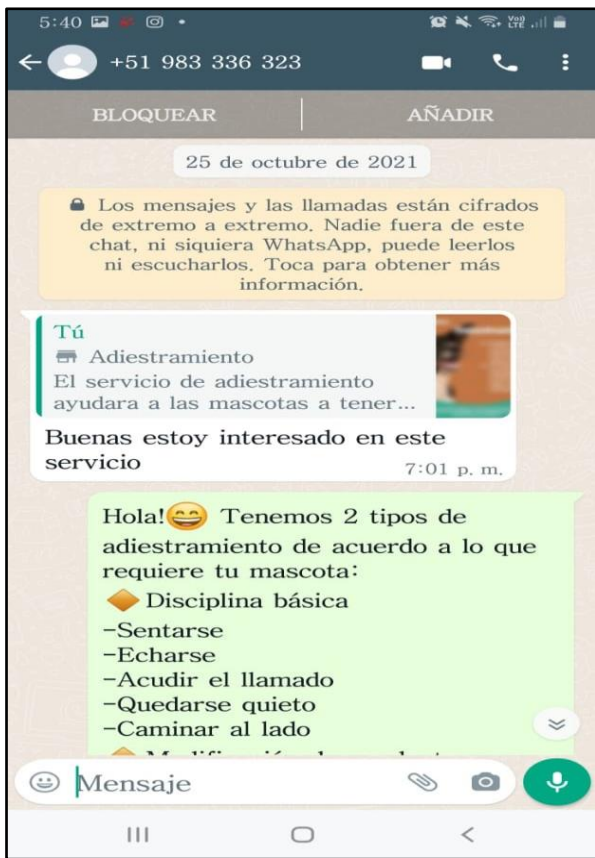


Figura 80: Captura de mensajes recibidos de personas interesadas en adquirir un servicio

Fuente: Whatsapp de Petwouse

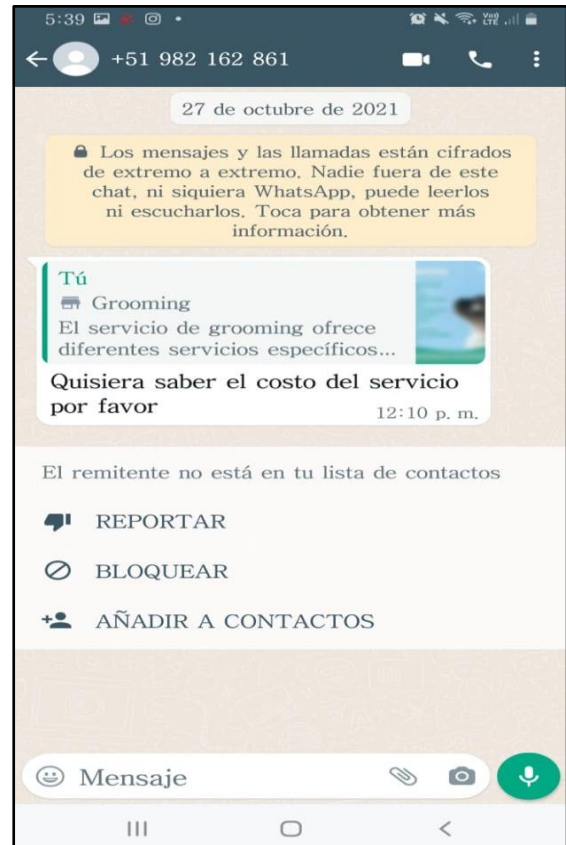
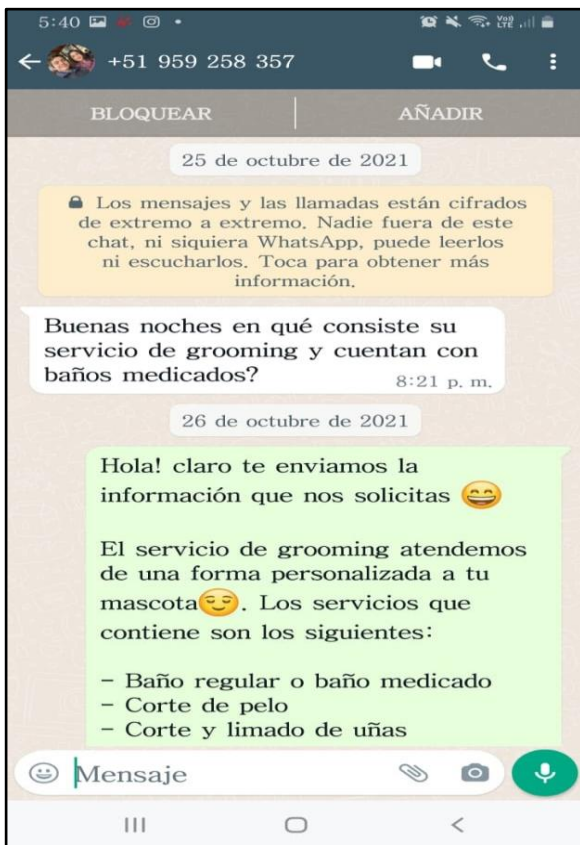


Figura 81: Captura de mensajes recibidos de personas interesadas en adquirir un servicio

Fuente: Whatsapp de Petwouse

f. Aprendizajes y conclusiones de los experimentos

Los experimentos nos han dejado diversos aspectos que se deben mejorar para brindar una mejor atención al cliente, lograr una venta eficiente al iniciar operaciones y generar estrategias adecuadas que atraigan cada vez a una mayor cantidad de usuarios.

Uno de los aprendizajes que nos dejó el primer experimento sobre la encuesta realizada a los usuarios de nuestro segmento acerca de los planes clásico y premium, es que necesitan que se incluyan otros tipos de servicios específicos como asesoría en nutrición y venta de artículos los cuales ayudaran que la plataforma sea completa. Asimismo, se identificó que al realizar este tipo de encuestas podemos recolectar mayor información sobre las mejoras que se deben implementar en la plataforma, por lo que se realizarán estas actividades de manera frecuente y no solo por formularios de Google, también se puede usar las herramientas que ofrece Instagram en las historias para realizar encuestas más dinámicas. También, permitirá acercarnos a las necesidades que tiene nuestro público objetivo y a

partir de ello realizar estrategias más específicas para lograr los objetivos que nos proponíamos. Con respecto al segundo experimento sobre el sorteo en redes sociales, se pudo comprobar que, generando este tipo de actividades, sobre todo cuando es una empresa que está empezando en el rubro, se genera una mayor llegada e interacción del público, lo cual ayuda a que se conozcan más los servicios de Petwouse y se generen un incremento en intenciones de compra. El tercer experimento sobre las promociones realizadas a los planes en las redes sociales tuvo un buen resultado, nos dio a conocer que los usuarios tienen una mayor interacción e intención de compra al ver que se ofrecen promociones en los servicios y que se observó el interés por conocer acerca de planes variados con diferentes servicios. Por último, en el cuarto experimento nos dejó de aprendizaje que tomando en consideración el canal que las personas prefieren para una mayor comunicación puedes generar una mayor confianza en la relación con los clientes, así como de que las personas están acostumbradas a una comunicación más directa para asegurar que aseguren una compra exitosa. Además, las personas requieren que se les pueda brindar información de manera frecuente por el canal que más utilizan durante las 24 horas del día.

8. PLAN FINANCIERO

8.1. Proyección de ventas

8.1.1. Segmentación

- **Segmento – Dueños de Mascotas**

Nuestra segmentación está dirigida en los dueños de mascotas que tengan interés en adquirir distintos servicios como: grooming, veterinaria, hospedaje, paseo y adiestramiento lo cual puede llegar a satisfacer sus necesidades. Así mismo, para realizar el hallazgo del mercado meta se empleará distintas características de nuestro mercado objetivo en base a las siguientes variables.

- **Segmentación demográfica**

Lima Metropolitana posee una población de 10,628,470 según el INEI (2021), considerando dentro de este grupo a las personas con edades entre 21 y 50 años INEI (2021), ya que el desarrollo de nuestras actividades de negocio se empleará en la población de Lima metropolitana Zona 7.

Grupo etario de 21 a 50 años

Tabla 109. Segmentación demográfica

Nivel socioeconómico A y B	65%	6,908,506
----------------------------	-----	-----------

Fuente: “Lima metropolitana 2021: distribución demográfica” Instituto nacional de informática y estadística (2021)

- **Segmentación demográfica**

Otra variable para considerar es el porcentaje de hogares dentro de Lima Metropolitana que tienen mascotas el cual es del 49% según IPSOS (2021), lo cual se considera que las familias peruanas suelen realizar compras para las mascotas, esto se tomará en cuenta para generar la estimación del mercado potencial.

Tabla 110. Segmentación demográfica

Porcentaje de hogares con mascotas	49%	3,385,168
------------------------------------	-----	-----------

Fuente: IPSOS

- **Segmentación Socioeconómica**

La población de Lima metropolitana Zona 7 son pertenecientes al nivel socioeconómico A y B dentro del cual están siendo considerados distritos como: Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina. Es por ello que representa un 26% de Lima Metropolitana, según IPSOS (2021).



Figura 82 Distribución de los hogares por NSE en Lima Metropolitana

Fuente: IPSOS

Tabla 111. *Segmentación Socioeconómica*

Nivel socioeconómico AB	26%	880,144
-------------------------	-----	---------

- **Segmentación conductual**

La variable conductual para considerar son las personas que solicitan servicios y productos a domicilio y/o delivery la cual representa el 60% de la población según IPSOS (2021).

Tabla 112. *Segmentación conductual*

Solicitan servicios y productos a domicilio y/o delivery	60%	190,111
--	-----	---------

Fuente: IPSOS

Por último, la variable conductual a considerar fue a las personas que solicitan servicios veterinarios para sus mascotas al menos una vez al año el cual representa un 46% de la población según la encuestadora CPI (2018).

Tabla 113. *Segmentación conductual*

Personas que solicitan servicios veterinarios	46%	87,451
---	-----	--------

Fuente: CPI

- **Mercado potencial**

Para realizar el método de la cadena y la estimación la demanda total de nuestro mercado se ha considerado los siguientes supuestos:

- **Número de compradores del mercado (n)**

Las familias peruanas con mascotas en sus hogares de la zona 7 de Lima Metropolitana, pertenecientes a nuestra segmentación previamente hecha es de 880,144 sin embargo según las estadísticas de IPSOS, el 49% de hogares tienen mascotas y el promedio de

personas por hogar según el INEI (2021) es de 3.6, por lo que solo una persona del hogar hace las compras es por ello que nuestro número de compradores real sería de 24,292 personas.

- **Cantidad de Unidades Compradas Mensualmente y gasto mensual (p) (q)**

Se determinó el gasto promedio mensual de 300 soles que tiene una familia peruana en el cuidado de las mascotas según el mentor de la Incubadora Innova ESAN, Guillermo Vargas informó a la Revista La Cámara, lo cual dicha información nos ayudará para realizar el promedio de compras mensuales.

- **Demanda total de mercado**

Luego de hallar todas las variables necesarias para la determinación de la demanda total del mercado se procedió a aplicar la fórmula general: $D = N * P * Q$

D = Demanda total de mercado

N = Número de compradores en el mercado

Q = Frecuencia de compra promedio anual

P = Precio promedio por unidad

Resultados del cálculo:

D = 287,600,00

de valor de mercado y mercado meta

Tabla 114. *Cálculo de valor de mercado y mercado meta*

Valor de Mercado (Mercado Potencial)	287,600,00	soles
Gasto mensual por familia en mascotas	300	soles
Mercado Meta	896	personas

Fuente: Elaboración propia

8.1.2. Proyección de ventas

El desarrollo de la proyección de ventas se realizará mediante los resultados del concierge, la segmentación y el precio de intención de compra que se obtuvo. Es por ello, que las siguientes variables se utilizarán para los 3 años del proyecto de Petwouse.

Porcentaje de crecimiento: En base a los experimentos realizados en el concierge de los servicios de las ventas encontramos que nuestro crecimiento es de 175%.

Solicitan servicios veterinarios: La creciente industria de mascotas ha tenido un incremento a través del comercio electrónico y gran potencial. Es por ello, que el crecimiento estimado es de 46% anualmente, sin embargo, nuestro crecimiento al ser una marca nueva será de 4% mensual del sector al que pertenecemos.

Crecimiento del mercado: Según Guillermo Vargas de Innova Esan (2020) sostiene que el rubro de mascotas se encuentra en un mercado de crecimiento estimando entre el 35% anualmente, por lo cual nuestro crecimiento mensual será del 3% en nuestro sector.

Alianzas estratégicas: Según Garcés, Natalia (2016) se debería de mantener una alianza para lograr incrementar las ventas en 41%, es por ello que para nuestro proyecto se estaría evaluado para realizarlo en un futuro para emplearlo en la plataforma de Petwouse.

Nuevos mercados: Según Franco Tejeda el ecommerce se podría utilizar para el incremento de ventas en 10% anual para un negocio online. Es por ello, que para nuestro proyecto se emplea en el segundo año de operaciones teniendo un porcentaje del 1% hasta el término del año 3.

Marketing en redes sociales: Según El financiero (2018) el uso de redes sociales llevaría al incremento de ventas del 30%. Así mismo, Petwouse realiza publicidad en redes de manera mensual generando contenido de interés mediante promociones de nuestros paquetes y servicios para mascotas por ello, tendremos un crecimiento de 2.5% mensualmente.

Tabla 115. Pronóstico de ventas año 1 en unidades

Categoría	M	M	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12
	1	2										
Servicios	94	26	758	828	904	988	1,078	1,178	1,286	1,405	1,534	1,675
		7										

Fuente: Elaboración propia

Tabla 116. Variable de crecimiento para el año 1 en Petwouse

Categoría	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12
Servicios	94	267	758	828	904	988	1078	1178	1286	1405	1534	1675
% crecimiento	175%	175%										
% crecimiento de mercado	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%
Solicitan servicios veterinarios	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%
Nuevos mercados												
Alianzas estratégicas												
Marketing por redes sociales	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%
Total	184%	184%	9%	9%	9%	9%	9%	9%	9%	9%	9%	9%

Fuente: Elaboración propia

Para el inicio del primer año se está considerando el crecimiento porcentual que se obtuvo del concierge para los dos primeros meses de 175 %. Así mismo, el crecimiento del mercado será empleado de manera constante para todo el año teniendo un 3% de aumento cada mes. La variable de solicitar servicios tendrá un impacto de 4% anualmente debido que se realizará una constante modificación dentro de la plataforma página web, ya que se incluirá un carrito de compras y pasarela de pagos para hacer que la experiencia del usuario sea más atractiva y rápida al momento de realizar una compra del servicio de Petwouse. El marketing en redes sociales tendrá un incremento del 2.5% mensual, debido que se emplea distintas publicaciones con el fin de atraer clientes para que realicen la compra de sus servicios en nuestra plataforma web. Es por ello, que durante los dos

primeros meses tendremos un crecimiento total de 184%, mientras que para los siguientes meses será de 9% mensual en base a los porcentajes ya propuestos.

Tabla 117. Pronóstico de ventas año 2 en unidades

Categoría	M13	M14	M15	M16	M17	M18	M19	M20	M21	M22	M23	M24
Servicios	1830	1929	2049	2177	2313	2458	2612	2775	2948	3133	3328	3536

Fuente: Elaboración propia

Tabla 118. Variable de crecimiento para el año 2 en Petwouse

Categoría	M13	M14	M15	M16	M17	M18	M19	M20	M21	M22	M23	M24
Servicios	1830	1929	2049	2177	2313	2458	2612	2775	2948	3133	3328	3536
% crecimiento												
% crecimiento de mercado	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%
Solicitan servicios veterinarios												
Nuevos mercados		1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Alianzas estratégicas												
Marketing por redes sociales	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%
Total	5%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%

Fuente: Elaboración propia

El 2do año nuestra proyección de venta tendrá un pequeño cambio debido que se ha propuesto agregar la variable de nuevos mercados con el fin de mostrar nuestros servicios en el Departamento de Piura, ya que mantiene un mayor y constante uso del e-commerce en provincias del Perú, es por ello que nos atrae como un punto de venta para lograr incrementar la demanda en compra de nuestros servicios, por lo cual en el mes de febrero del año 2 se incrementará el 1% anual. En dicho año, el % de crecimiento del mercado será el mismo del 3% y el marketing en redes sociales de 2.5%. Por lo cual, en el primer mes del año 2 tendremos el 5% del total y se incrementará en el segundo mes debido a la

variable de nuevo mercado y tendremos un total de 6% que será constante hasta finalizar el año.

Tabla 119. Pronóstico de ventas año 3 en unidades

Categoría	M25	M26	M27	M28	M29	M30	M31	M32	M33	M34	M35	M36
Servicios	3757	3992	4242	4507	4788	5088	5406	5744	6103	6484	6889	7320

Fuente: Elaboración propia

Tabla 120. Variable de crecimiento para el año 3 en Petwouse

Categoría	M25	M26	M27	M28	M29	M30	M31	M32	M33	M34	M35	M36
Servicios	3757	3992	4242	4507	4788	5088	5406	5744	6103	6484	6889	7320
% crecimiento												
% crecimiento de mercado	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%
Solicitan servicios veterinarios												
Nuevos mercados	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Alianzas estratégicas												
Marketing por redes sociales	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%
Total	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%

Fuente: Elaboración propia

El año 3 seguirá con las mismas variables planteadas al inicio del proyecto y sus porcentajes se mantendrán hasta finalizar este año. Así mismo, las variables planteadas y que se incluyen en este proyecto para el último año son: % crecimiento de mercado, solicitan servicios veterinarios, nuevos mercados, alianzas estratégicas y marketing por redes sociales. Por ello, finalizamos el año con un total del 6% en los servicios para mascotas en nuestra proyección de ventas.

Tabla 121. Pronóstico de ventas año 1 en precios

Pronóstico de Ventas Año 1 - Precios

Nombre del Producto	Mes1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Servicios	S/. 98.13	S/. 98.13	S/. 98.13	S/. 98.13	S/. 98.13	S/. 99.23	S/. 99.23	S/. 99.23	S/. 99.23	S/. 99.23	S/. 99.23	S/. 99.23

Fuente: Elaboración propia

Tabla 122. Pronóstico de ventas año 1 en soles

	Mes1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Servicios	S/. 8,967	S/. 26,197	S/. 74,404	S/. 81,255	S/. 88,738	S/. 97,995	S/. 107,019	S/. 116,874	S/. 127,636	S/. 139,389	S/. 152,224	S/. 166,242
TOTAL	S/. 8,967	S/. 26,197	S/. 74,404	S/. 81,255	S/. 88,738	S/. 97,995	S/. 107,019	S/. 116,874	S/. 127,636	S/. 139,389	S/. 152,224	S/. 166,242

Fuente: Elaboración propia

Tabla 123. Pronóstico de ventas año 2 en precios

Pronóstico de Ventas Año 2 - Precios

Nombre del Producto	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Me 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24
Servicios	S/. 99.23	S/. 114.12	S/. 114.12	S/. 114.12	S/. 114.12	S/. 114.12	S/. 114.12	S/. 114.12	S/. 114.12	S/. 114.12	S/. 114.12	S/. 114.12

Fuente: Elaboración propia

Tabla 124. Pronóstico de ventas año 2 en soles

Pronóstico de Ventas Año 2 - En soles												
	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24
Servicios	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	181,550.48	220,092.14	233,847.90	248,463.39	263,992.35	280,491.87	298,022.62	316,649.03	336,439.59	357,467.07	379,808.76	403,546.81
TO TA L	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	181,550.48	220,092.14	233,847.90	248,463.39	263,992.35	280,491.87	298,022.62	316,649.03	336,439.59	357,467.07	379,808.76	403,546.81

Fuente: Elaboración propia

Tabla 125. Pronóstico de ventas año 3 en precios

Pronóstico de Ventas Año 3 - Precios												
Nombre del Producto	Mes 25	Mes 26	Mes 27	Mes 28	Mes 29	Mes 30	Mes 31	Mes 32	Mes 33	Mes 34	Mes 35	Mes 36
Servicios	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	114.12	114.12	114.12	114.12	114.12	114.12	114.12	114.12	114.12	114.12	114.12	114.12

Fuente: Elaboración propia

Tabla 126. Pronóstico de ventas año 3 en soles

Pronóstico de Ventas Año 3 - En soles												
	Mes 25	Mes 26	Mes 27	Mes 28	Mes 29	Mes 30	Mes 31	Mes 32	Mes 33	Mes 34	Mes 35	Mes 36
Servicios	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	428,768.48	455,566.51	484,039.42	514,291.88	546,435.13	580,587.32	616,874.03	655,428.66	696,392.95	739,917.51	786,162.35	835,297.50
TO TA L	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
	428,768.48	455,566.51	484,039.42	514,291.88	546,435.13	580,587.32	616,874.03	655,428.66	696,392.95	739,917.51	786,162.35	835,297.50

Fuente: Elaboración propia

8.1.3. Ingresos

- Demanda de nuestro servicio

Nuestro proyecto tendrá una demanda con un crecimiento exponencial debido al incremento de nuestras ventas mediante la plataforma web durante los 3 años de operaciones. La cantidad inicial del primer año fue proporcionado por el concierto final que tuvimos durante 1 mes de ventas tanto en la plataforma y redes sociales (Facebook / Instagram) que tuvo una cantidad de ventas de 94 y se incrementará con el porcentaje total del crecimiento mensual del concierto final que inicia en 184%, 9%, 5% y 6% hasta el año 3 de sus operaciones de Petwouse.

Tabla 127. Demanda de servicios del año 1

Mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ventas	100%											
Servicios (cantidad)	94	267	758	828	904	988	1,078	1,178	1,286	1,405	1,534	1,675

Fuente: Elaboración propia

Tabla 128. Demanda de servicios del año 2

Mes	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Ventas	100%											
Servicios (cantidad)	1,830	1,929	2,049	2,177	2,313	2,458	2,612	2,775	2,948	3,133	3,328	3,536

Fuente: Elaboración propia

Tabla 129. Demanda de servicios del año 3

Mes	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
Ventas	100%											

**Servicios
(cantidad)**

3,757 3,992 4,242 4,507 4,788 5,088 5,406 5,744 6,103 6,484 6,889 7,320

Fuente: Elaboración propia

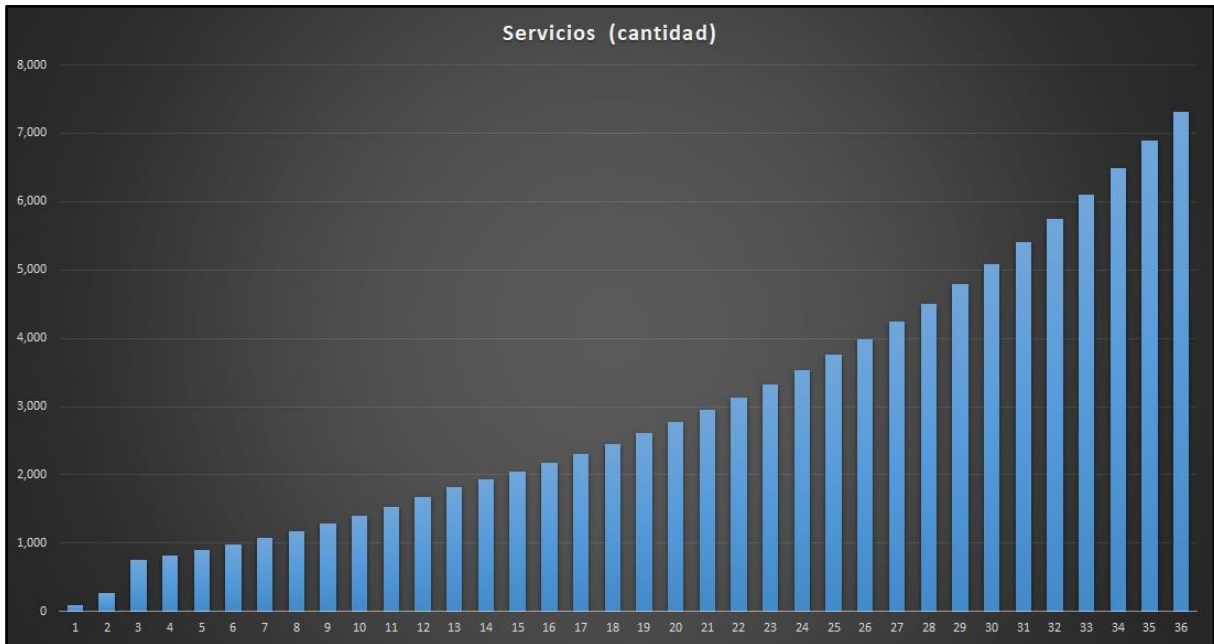


Figura 83: Gráfico de la demanda por los servicios de acuerdo a meses

Fuente: Elaboración propia

Datos generales de los servicios de Petwouse

En la siguiente tabla se especifica las ventas de los servicios para mascotas que se obtuvo para el año 1 y primer mes de operación de Petwouse en el cual se detalla las ventas que se realizó mediante la plataforma web y redes sociales. Además, el gasto/promedio fue de 98 en total para el primer mes lo cual significa que el cliente estima gastar en sus compras mediante la web de Petwouse.

Tabla 130. Cuadro general de los servicios de Petwouse

Servicio	Canal es	Semana 1		Semana 2		Semana 3		Semana 4		Total
		Cantidad	Total	Cantidad	Total	Cantidad	Total	Cantidad	Total	
Servicio	Plataforma Web	0	S/.105.00	0	S/.905.00	23	S/.6,887	0	S/.1,070.00	94

Facebook / Instagram	3		34		0		34	
Total por semana	3	S/.10 5.00	34	S/.90 5.00	23	S/.6, 887	34	S/.1,0 70.00

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 131. Precio promedio de Petwouse

Servicios	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Total
	Gasto/Precio Promedio	Gasto/Precio Promedio	Gasto/Precio Promedio	Gasto/Precio Promedio	Gasto/Precio Promedio
Servicios	S/.35.00	S/.26.62	S/.299	S/.31.47	S/.98

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 132. Ventas y comisiones de Petwouse año 1

Mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Ventas													
Servicios (cantidad)	10 0%	94	267	75 8	828	904	988	1,0 78	1,1 78	1,2 86	1,4 05	1,5 34	1,6 75
Ticket promedio		98	98	98	98	98	99	99	99	99	99	99	
Ventas (con IGV)		9,2 24	26, 198	74, 40	81, 256	88, 738	97, 996	107 ,01	116 ,87	127 ,63	139 ,39	152 ,22	166 ,24
% Comisión		12 %	12 %	12 %	12 %	12 %	15 %	15 %	15 %	15 %	15 %	15 %	
Comisiones (con IGV)		1,1 07	3,1 44	8,9 29	9,7 51	10, 649	14, 699	16, 053	17, 531	19, 145	20, 908	22, 834	24, 936
Comisiones (sin IGV)		93 8	2,6 64	7,5 67	8,2 63	9,0 24	12, 457	13, 604	14, 857	16, 225	17, 719	19, 351	21, 133

Fuente: Elaboración Propia.

Nuestro modelo de negocio es netamente nuevo en el mercado para mascotas, por lo que al principio de nuestras operaciones estamos planteando que los especialistas que brindan sus servicios en nuestra plataforma tengan una comisión por venta realizadas del 12%, los 5 primeros meses del primer año para que mantengan un incentivo de pertenecer y ofertar sus servicios en Petwouse. Posteriormente, el ticket promedio del gasto que el cliente puede gastar en la compra mediante nuestra plataforma se estima de 98 soles y tiene un crecimiento de 99 soles hasta finalizar el año. Asimismo, en el mes 6 se emplea la pasarela de pagos para que nuestro cliente pueda tener una rápida y satisfactoria experiencia al momento de reservar y comprar nuestros servicios y por último se incrementará un margen por transacción de 3% y la comisión total para Petwouse será del 15 % hasta finalizar el año 1.

Tabla 133. Ventas y comisiones de Petwouse año 2

Mes	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
Ventas													
Servicios (cantidad)	100	1,830	1,929	2,049	2,177	2,313	2,458	2,612	2,775	2,948	3,133	3,328	3,536
Ticket promedio	99	114	114	114	114	114	114	114	114	114	114	114	
Ventas (con IGV)	181,550	220,09	233,84	248,463	263,99	280,49	298,02	316,64	336,44	357,46	379,80	403,54	
% Comisión	15%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	
Comisiones (con IGV)	27,233	55,023	58,462	62,116	65,998	70,123	74,506	79,162	84,110	89,367	94,952	100,88	
Comisiones (sin IGV)	23,078	46,630	49,544	52,641	55,931	59,426	63,140	67,087	71,280	75,735	80,468	85,497	

Fuente: Elaboración Propia.

En el año 2 se implementará a nuestra web una modernización en venta vía Petwouse para la agilización en las operaciones, por lo cual el ticket promedio tendrá un cambio de

99 soles a 114 soles en lo que gasta un cliente al hacer compra en la página web hasta finalizar el año 2. Asimismo, el margen de comisión se elevará a un 25 % durante el mes 14 como se observa con el fin de poder captar más clientes para el especialista en base a las modificaciones que se realizarán a la web y los gastos para el mantenimiento también se encuentran relacionados a dicho aumento.

Tabla 134. Ventas y comisiones de Petwouse año 3

Mes		25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
Ventas													
Servicios (cantidad)	10	3,7	3,99	4,24	4,5	4,7	5,0	5,4	5,7	6,10	6,4	6,8	7,3
	0	57	2	2	07	88	88	06	44	3	84	89	20
Ticket promedio		114	114	114	114	114	114	114	114	114	114	114	114
Ventas (con IGV)		428,76	455,567	484,039	514,29	546,43	580,58	616,87	655,42	696,393	739,91	786,16	835,29
% Comisión		25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%
Comisiones (con IGV)		107,19	113,89	121,01	128,57	136,60	145,14	154,21	163,85	174,09	184,97	196,54	208,82
Comisiones (sin IGV)		90,84	96,51	102,55	108,96	115,77	123,00	130,69	138,86	147,54	156,76	166,56	176,97

Fuente: Elaboración Propia.

En el año 3 seguiremos el ticket promedio se mantendrá en 114 soles durante todo ese año, mientras que se seguirá operando con el mismo margen del 25% de comisión hacia los especialistas para mascotas por lo que consigna a la inversión en marketing por redes sociales y el mantenimiento de la página web que se realizará durante ese año.

8.2. Presupuesto de inversión del proyecto

8.2.1. Presupuesto de formalización

Para realizar la formalización de la idea de negocio se tendrá que formalizar la empresa y para ello se tiene que inscribir en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) para obtener los beneficios al operar como empresa constituida formalmente. La empresa consta de 5 socios por lo cual se tiene que recurrir a una sociedad mercantil conforme a la Ley General de Sociedades por la que optamos por la Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.) ya que en esta hay un aporte colectivo de los socios, gastos compartidos de constitución, manejo colectivo de la empresa y el riesgo es compartido por todos los socios. Asimismo, el nombre de la empresa se tiene que registrar en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI).

Por ello, nos hemos basado en lo establecido por la ley según lo que se encuentra plasmado en la Plataforma digital única del Estado Peruano. En esta plataforma se encuentra detallado los pasos y requisitos que se deben seguir para constituir una empresa, a continuación, enumeramos cada una de ellas.

1. Buscar y reservar el nombre de la empresa en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP)

Este paso no es considerado un trámite obligatorio, pero es recomendable realizarlo para que se pueda facilitar la inscripción de la empresa en la Sunarp para que se pueda evitar alguna coincidencia o igualdad del nombre, denominación completa o razón social con alguna otra empresa. Los requisitos para ello son los siguientes:

- DNI, Pasaporte o Carnet de Extranjería, si el representante legal es extranjero.
- Formulario de solicitud de reserva de nombre de Persona Jurídica.
- Efectuar el pago correspondiente de S/ 22.00 en alguna Oficina Registral al domicilio de la Persona Jurídica que está realizando el trámite.

2. Elaboración del acto constitutivo (minuta)

Para ello un abogado va a redactar la minuta, el cual va a contener toda la información acerca del objeto social, en la que los miembros de la sociedad declaran su decisión de constituir la empresa y a su vez indican los acuerdos pactados. Los requisitos para este paso son:

- 2 copias del DNI de cada uno de los socios y cónyuges.
- Original y 2 copias de la Búsqueda y reserva de nombre.
- Archivo (PDF, Word, Excel) en un USB con el giro del negocio y la lista de bienes para el capital.
- Formato de la declaración jurada y fecha de solicitud de constitución de empresas.

3. Abono de capitales y bienes

Para este paso es importante tener en cuenta que al constituir la empresa se tendrá en cuenta los aportes de los socios ya sea en dinero o en bienes que pueden ser inmuebles o muebles. Los requisitos para ello son los siguientes:

- DNI, Pasaporte o Carné de Extranjería vigente.
- Formato de acto constitutivo (minuta).

4. Elaboración de escritura pública

Este paso se realiza después de la elaboración de la minuta, la cual será llevada a un notario público para que lo revise y eleve a Escritura Pública, para que con ello se compruebe que el Acto Constitutivo (minuta) es legal. Los requisitos para este paso son:

- DNI, Pasaporte o Carné de Extranjería vigente.
- Formato de Acto Constitutivo.
- Realizar el pago del trámite que dependerá de la notaría donde se realice dicho documento.

5. Inscripción en Registros Públicos

Para este paso, el notario se encarga de llevar la Escritura Pública a la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) con la finalidad de inscribir a la empresa en los Registros Públicos.

6. Inscripción al RUC para Persona Jurídica

Después de haber constituido la empresa, se tendrá que inscribir en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) de la Sunat, por lo que dicho trámite se realizará por Mesa de Partes Virtual (MPV). Para ello se tiene los siguientes requisitos:

- Formulario o guía para inscripción o reactivación de personas jurídicas y otras entidades, lleno y escaneado.

- Número de partida electrónica de constitución de la empresa en Registros Públicos.
- Documento privado o público original escaneado, el cual contenga el domicilio fiscal que se va a declarar.

Como se mencionó anteriormente, el registro de una marca no es un requisito obligatorio, pero se debe hacerlo para que nuestra marca no sea copiada o imitada por terceros y a su vez para poder verificar que no exista igualdad o coincidencia con otro nombre, denominación, completa o abreviada, o razón social solicitado por otra empresa. Nuestra marca será registrada en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), con ello nos convertiremos en el dueño y único autorizado para poder usarla en el territorio nacional. Los requisitos para ello son los siguientes:

- Se debe realizar el pago del trámite que equivale a S/ 534.99 a través de la plataforma Págalo.pe o por una agencia del Banco de la Nación.
- Otorgar la dirección de correo electrónico para recibir las notificaciones que se generen durante el proceso.
- Como persona jurídica que presenta facultad de representación ante las autoridades administrativas se le solicita copia simple de la partida registral y asiento. También, el número de partida registral, o el número de expediente de un trámite anterior en Indecopi.
- 2 copias del formulario de solicitud, correctamente llenado.
- Imagen de tu marca impresa (si es necesario). En el caso de que quieras registrar una marca denominativa con grafía, mixta, tridimensional o figurativa, 2 copias de la imagen (o foto) impresa, de preferencia de 5x5 cm en blanco y negro o a color (en caso desees proteger los colores).

Petwouse será una micro empresa, ya que al comenzar sus operaciones no supera los 10 trabajadores y sus ventas anuales hasta el segundo año no excedan de 150 UITs (Unidades Impositivas Tributarias). No obstante, tenemos proyectado que para el tercer año se tendrá un incremento de trabajadores y las ventas anuales sobrepasarán los 150 UITs, pero no excederán de 1700 UITs por lo que se considerará una pequeña empresa. Asimismo, se tendrá en consideración el régimen laboral de los trabajadores para los dos primeros años

como una micro empresa y para el tercer año proyectado como una pequeña empresa. Además, el régimen tributario con el que va a iniciar la empresa Petwouse es el Régimen MYPE Tributario (RMT) ya que este régimen tiene el objetivo de promover el crecimiento de una micro y pequeña empresa, a su vez exige condiciones más simples para cumplir con las obligaciones tributarias. Por último, el Estado apoya a los micro y pequeños empresarios mediante el FAE-MYPE la cual brinda facilidades para la formalización de éstas mypes y ayuda al impulso de su crecimiento.

Micro Empresa	Pequeña Empresa
✓ Remuneración Mínima Vital (RMV)	✓ Remuneración Mínima Vital (RMV)
✓ Jornada de trabajo de 8 horas	✓ Jornada de trabajo de 8 horas
✓ Descanso semanal y en días feriados	✓ Descanso semanal y en días feriados
✓ Remuneración por trabajo en sobretiempo	✓ Remuneración por trabajo en sobretiempo
✓ Descanso vacacional de 15 días calendarios	✓ Descanso vacacional de 15 días calendarios
✓ Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (Seguro Integral de Salud)	✓ Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (Seguro Integral de Salud)
✓ Cobertura Previsional	✓ Cobertura Previsional
✓ Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (Con un tope de 90 días de remuneración)	✓ Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (Con un tope de 120 días de remuneración)
	✓ Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de trabajo de Riesgo (SCTR)
	✓ Derecho a percibir 2 gratificaciones al año (Fiestas Patrias y Navidad)
	✓ Derecho a participar en las utilidades de la empresa
	✓ Derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración
	✓ Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada

Figura 84: Régimen laboral para la micro y pequeña empresa

Fuente: Elaboración Propia.

8.2.1.1. Presupuesto

Tabla 135. Trámites de formalización

Trámites	Costo S/.
Búsqueda Mercantil (Razón Social)	62.00
Inscripción en Registros Públicos	237.00
Gastos Notariales	300.00
Elaboración del Acto Constitutivo (Minuta)	150.00
Solicitud de Vigencia de Poder	26.00

Imprevistos (copias, otros)	25.00
Total	S/ 800.00

Fuente: Elaboración propia.

8.2.2. Presupuesto de recursos humanos

8.2.2.1. Estructura organizacional

La organización de la idea de negocio “Petwouse” es de una estructura funcional o estructural, ya que las áreas con las que se va a contar trabajarán alineadas a los objetivos de la empresa. Asimismo, con esta estructura se puede aprovechar los recursos especializados con la mayor eficacia y eficiencia al contar con especialistas altamente capacitados en las diferentes áreas, ya que cada uno se concentra en las tareas que les asignan. De la misma manera, facilita la comunicación dentro de cada área al no existir intermediarios pues se da de forma directa. Esto es beneficioso al obtener un feedback más rápido que ayudará a la productividad y eficiencia de cada equipo de trabajo.

Como se puede apreciar en la figura, la organización está dividida en áreas las cuales son el área comercial dentro de ella se encuentra el ejecutivo comercial, en el área de marketing está el digital marketing y el community manager, en el área administrativa se encuentra el administrador y en el área de informática está el programador web y el diseñador gráfico. Es importante resaltar que, esta estructura organizacional se mantendrá durante los primeros tres años con la finalidad de mantener una estrecha relación entre los trabajadores, una comunicación viable y permita una mejor toma de decisiones.



Figura 85: Organigrama de la empresa Petwouse

Fuente: Elaboración propia

8.2.2.2. Señalización del personal requerido

Petwouse es una idea de negocio que se encuentra en la etapa de introducción, por lo que requerimos profesionales altamente capacitados y especializados en las diferentes áreas con la que contará nuestro proyecto para que se pueda realizar las actividades y operaciones con eficiencia y eficacia. Asimismo, tener al adecuado talento humano para nuestra empresa nos permitirá incrementar nuestras ventajas competitivas en el mercado frente a nuestros competidores, automatización de las tareas, planificar diversas estrategias para generar mayor productividad, control, gestión, entre otras actividades.

Durante los primeros 3 años de nuestro proyecto contaremos con seis trabajadores, los cuales se encontrarán en planilla. Es importante recalcar que, cada año del proyecto se producirá un incremento salarial que va acorde al incremento en ventas anuales de nuestro negocio. Asimismo, para obtener información referencial de los salarios de cada uno de nuestros trabajadores nos hemos basado en la página de CompuTrabajo.

En el área Administrativa se encuentra el Administrador, esta función estará a cargo de uno de los integrantes del grupo quien desempeñará la función de asistir, coordinar y ejecutar tareas gerenciales. Asimismo, se asegura que la empresa se encuentre funcionando de la forma correcta, planifica y delega actividades. Según lo investigado en la página de CompuTrabajo (2021), el sueldo asignado de un administrador es de S/. 2500. Esta remuneración se encuentra sujeta a beneficios de la ley.

Por otro lado, se encuentra el área de Marketing y Comercial, para lo cual se requiere de profesionales que desempeñen funciones en las carreras mencionadas o que hayan realizado alguna especialización ligada a esas áreas. Con respecto, al área de Marketing se contratará a un Digital Marketing que sea Titulado en Administración de Marketing y/o carreras afines y que cuente con experiencia laboral ligada a actividades de su carrera. El Digital Marketing tiene la función de toda la parte publicitaria de la plataforma web para que realice campañas de marketing en los diferentes canales con los que contamos. Para ello, se le asignará una remuneración de S/. 2000 sujeta a beneficios de la ley. Asimismo, se necesitará a un Community Manager, SEO y SEM que cumpla la función de gestionar y desarrollar todo lo que esté relacionado a la comunidad online de la empresa en el mundo digital. Asimismo, se encargará de crear y ajustar el contenido para informar y entretener a los clientes en las redes sociales que tenemos. El monto asignado es de S/. 1500 de remuneración con los beneficios de ley.

Con respecto al área Comercial, se contratará a un Ejecutivo comercial para que desempeñe funciones de fidelización y contacto con el cliente en el momento de las ventas y todo tipo de actividades comerciales. Por lo que, se le asignará una remuneración de S/. 1800 sujeta a beneficios de la ley.

Por último, en el área de Informática se necesitará a un Programador web el cual cumpla la función de realizar mantenimiento y actualizaciones o modificaciones en la plataforma web. Por ello, el monto asignado para dicho cargo es de S/. 2200 de remuneración con los beneficios de ley. Además, contaremos con un Diseñador gráfico quien se encargará de los aspectos visuales de la plataforma web, la visualización y creación de los gráficos, del logo y de las fotos para el contenido que lanzaremos en nuestros canales de atención. Por ello, el monto asignado para dicho cargo es de S/. 1800 de remuneración con los beneficios de ley.

8.2.2.3. Descripción del personal requerido

Tabla 136. Descripción del puesto de Administrador

Puesto	Administrador
Autoridad y relación	Planificar, dirigir, organizar y control de los recursos de la empresa Informa al gerente general Control del área administrativa
Funciones Generales	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer los objetivos generales y específicos de la empresa • Realiza informes mensuales y/o anuales • Coordinar y dirigir las actividades de la empresa • Recopilar información interna y externa de la empresa • Controlar el desempeño y rendimiento de los colaboradores • Controlar el uso de los recursos
Requerimientos Específicos	FORMACIÓN PROFESIONAL <ul style="list-style-type: none"> • Licenciado en Administración y/o carreras afines • Office Avanzado • Inglés Intermedio EXPERIENCIA <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia de 1 año en cargos similares OTROS <ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos extras de informática
Otras Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Toma de decisiones • Responsabilidad • Capacidad de Liderazgo • Comunicación de ideas

	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo
Indicadores de Evaluación	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de los objetivos y metas de la empresa y del equipo • Índice de desempeño y rendimiento de la empresa

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 137. Descripción del puesto de Digital Marketing

Puesto	Digital Marketing
Autoridad y relación	Reporta al Gerente General
Funciones Generales	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis e investigación del mercado y los usuarios • Manejo de la parte publicitaria • Creación de campañas de marketing por diversos medios • Análisis del servicio que se ofrece y la competencia • Desarrollo de la promoción de ventas mediante la formulación de estrategias
Requerimientos Específicos	<p>FORMACIÓN PROFESIONAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Titulado en Administración de Marketing y/o carreras afines • Excel Intermedio • Inglés Intermedio <p>EXPERIENCIA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mínimo 2 años de experiencia en el cargo. <p>OTROS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos extras de informática • Conocimientos de Marketing
Otras Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para trabajar en equipo • Pensamiento crítico • Iniciativa • Creatividad • Capacidad de liderazgo
Indicadores de Evaluación	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de los objetivos y metas de la empresa y del equipo • Índice de desempeño y rendimiento de la empresa

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 138. Descripción del puesto de Diseñador Gráfico

Puesto	Diseñador Gráfico
Autoridad y relación	Informa al Gerente General
Funciones Generales	<ul style="list-style-type: none"> • Creación del logo, imágenes e ilustraciones para la plataforma web y redes sociales • Edición de imágenes y videos para los canales de venta • Diseño, desarrollo y actualización de la plataforma web, en conjunto con el programador web • Desarrollo de estrategias de marketing digital
Requerimientos Específicos	<p>FORMACIÓN PROFESIONAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Titulado en Diseño Gráfico, Marketing Digital. • Office Intermedio • Inglés Intermedio • Dominio de Illustrator, InDesign y Adobe Creator Cloud. <p>EXPERIENCIA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia de 1 año en puestos similares <p>OTROS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manejo de herramientas como Sketch, Dreamweaver y QuarkXPress.
Otras Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Creatividad • Cooperación • Proactividad • Comunicación de ideas • Gestión del tiempo • Compromiso • Trabajo en equipo
Indicadores de Evaluación	<ul style="list-style-type: none"> • Medición del desempeño laboral • Cumplimiento de las actividades que le han asignado

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 139. Descripción del puesto de Community Manager, Seo y Sem

Puesto	Community Manager, SEO y Sem
Autoridad y relación	Informa al Gerente General
Funciones Generales	<ul style="list-style-type: none"> • Creación y gestión de contenidos • Responder a los comentarios y a las consultas • Monitorear y gestionar las redes sociales • Planificar y realizar las campañas de publicidad • Analizar las estrategias de la competencia
Requerimientos Específicos	<p>FORMACIÓN PROFESIONAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bachiller o Técnico titulado en Marketing, Publicidad o Comunicaciones • Dominio de CorelDraw, Fotografía y Páginas Web

	<ul style="list-style-type: none"> • Inglés Intermedio • Excel Intermedio <p>EXPERIENCIA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia de 1 año en el puesto de Community Manager <p>OTROS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos de Storytelling, SEO y SEM, Adobe Photoshop y Adobe InDesign. • Herramientas de Gestión de Redes Sociales
Otras Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Compromiso • Capacidad para trabajar en equipo • Dinámico • Comunicación asertiva • Creatividad • Proactivo
Indicadores de Evaluación	<ul style="list-style-type: none"> • Medición del desempeño laboral • Cumplimiento de las actividades que le han asignado

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 140. Descripción del puesto de Ejecutivo Comercial

Puesto	Ejecutivo Comercial
Autoridad y relación	Informa al Gerente General
Funciones Generales	<ul style="list-style-type: none"> • Soporte administrativo al proceso de gestión de venta y post venta • Contacto con el cliente y fidelización • Elaboración de cuadros estadísticos de las ventas • Identificar clientes potenciales • Apoyo en actividades de marketing
Requerimientos Específicos	<p>FORMACIÓN PROFESIONAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bachiller o Técnico titulado en Administración, Publicidad o Comunicaciones • Excel Avanzado • SAP Intermedio <p>EXPERIENCIA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia de 1 año en el puesto o cargos similares <p>OTROS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos extras de informática • Conocimientos de Gestión Comercial
Otras Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Poder de negociación • Capacidad de trabajar bajo presión • Liderazgo sobre equipos multidisciplinarios • Perfil alto-medio de contacto con clientes • Comunicación asertiva
Indicadores de Evaluación	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de clientes captados del total de negociaciones mensuales • Medición del desempeño laboral

- Cumplimiento de las actividades que le han asignado

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 141. Descripción del puesto de Programador Web

Puesto	Programador Web
Autoridad y relación	Informa al Gerente General
Funciones Generales	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener el sitio web en funcionamiento • Realizar el soporte técnico y actualizaciones o modificaciones en la plataforma web • Coordinar con los usuarios para solucionar los problemas técnicos • Presentar reportes de incidencias • Mantener el servicio de comunicación y transmisión de los datos en buen estado • Monitorear el tráfico de la plataforma web
Requerimientos Específicos	<p>FORMACIÓN PROFESIONAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bachiller o Título profesional de la carrera Ingeniería en Sistemas o Industrial, Licenciatura en Informática • Excel Intermedio • Inglés Avanzado • Enfoque en el frontend o backend de un sitio web <p>EXPERIENCIA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mínimo 2 años de experiencia en el cargo. <p>OTROS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos extras de informática • Dominio de HTML, CSS y Javascript para desarrollo de landings, webs.
Otras Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Toma de decisiones • Resolución de problemas • Paciencia • Responsabilidad • Orientado a los detalles • Trabajo en equipo
Indicadores de Evaluación	<ul style="list-style-type: none"> • Medición del desempeño laboral • Cumplimiento de las actividades que le han asignado

Fuente: Elaboración propia.

8.2.2.4. Presupuesto

Para el inicio de esta idea de negocio, nos hemos proyectado a contar con una planilla de cinco trabajadores. Por lo cual, lo conforman el administrador, el diseñador gráfico, el programador web, el digital marketing y el community manager, pues las actividades y

funciones que realicen en el proyecto permitirá cubrir las operaciones que haremos dentro de la plataforma web de Petwouse. Todas las tareas que se realicen serán desempeñadas de acuerdo a la labor que realiza cada colaborador, al área y el puesto que pertenezca.

En el segundo año, se planea contratar tres colaboradores más para el puesto de ejecutivo comercial, un diseñador gráfico y un programador web porque la plataforma va a tener más tráfico e incremento en las ventas y suscripciones por lo que se necesitará mayor apoyo en ciertas áreas como el área de informática y el comercial.

Para el tercer año, se mantendrá la misma cantidad de colaboradores siendo un total de 8 personas dentro del personal de la plataforma web Petwouse. Se pronostica que las ventas y suscripciones irán en aumento por lo que se tendrá que planificar y organizar de forma adecuada las funciones y las tareas para que el equipo de colaboradores cumpla con los objetivos planteados del proyecto.

Fuente: Elaboración propia.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 144. Presupuesto de Recursos Humanos para el tercer año

Proyección Presupuestal del Tercer Año													
Personal/ Puesto	Remuneración por persona	Número de Personas Contratadas											
		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
1. Administrador	S/. 2500	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2. Diseñador gráfico	S/. 1800	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3. Programador web	S/. 2200	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
14. Ejecutivo Comercial	S/. 1800	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5. Digital marketing	S/. 2000	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6. Community manager, SEO y SEM	S/. 1500	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Planilla nominal		15,800	15,800	15,800	15,800	15,800	15,800	15,800	15,800	15,800	15,800	15,800	15,800
ESSALUD	9%	1,422	1,422	1,422	1,422	1,422	1,422	1,422	1,422	1,422	1,422	1,422	1,422
Gratificación									17,222				17,222
CTS							9,335						9,335
Flujo de Caja		17,222	17,222	17,222	17,222	26,557	17,222	34,444	17,222	17,222	17,222	26,5578	34,444
Gasto		21,648	21,648	21,648	21,648	21,648	21,648	21,648	21,648	21,648	21,648	21,648	21,648
Costo de planilla	1.37												

Fuente: Elaboración propia

8.2.3. Presupuesto operacional

8.2.3.1. Descripción y flujograma de procesos operativos

Compra del servicio de plan clásico y premium

El proceso de compra inicia cuando el cliente entra en contacto con Petwouse mediante la plataforma web, dentro del cual podrá observar nuestros planes tanto como: Plan Clásico y Plan Premium. Por consiguiente, el cliente tendrá que colocar sus datos (nombre, correo, celular) para que se contacten con ellos, mientras que el especialista de servicios para mascotas mediante la plataforma podrá atender la solicitud del servicio y verificará la ficha de inscripción, lo cual ayudará a confirmar los datos ingresados. Luego, el cliente escogerá entre el plan clásico y premium para realizar el pago del servicio adquirido. Asimismo, el asistente comercial confirmará el pedido y solicita el servicio al especialista de mascotas el cual tendrá que verificar la disponibilidad del servicio, realizará el cronograma y despacha el servicio con delivery al cliente.

- Frecuencia: Diario
- Responsable del proceso: Cliente, Especialista de servicios para mascotas, Asistente comercial
- Indicadores: Pedidos generados de servicios con plan clásico o premium sin problema / Total de servicios con plan clásico o premium generados, Pedidos de servicios para mascotas rechazados / Total de pedidos de servicios para mascotas recibidos.

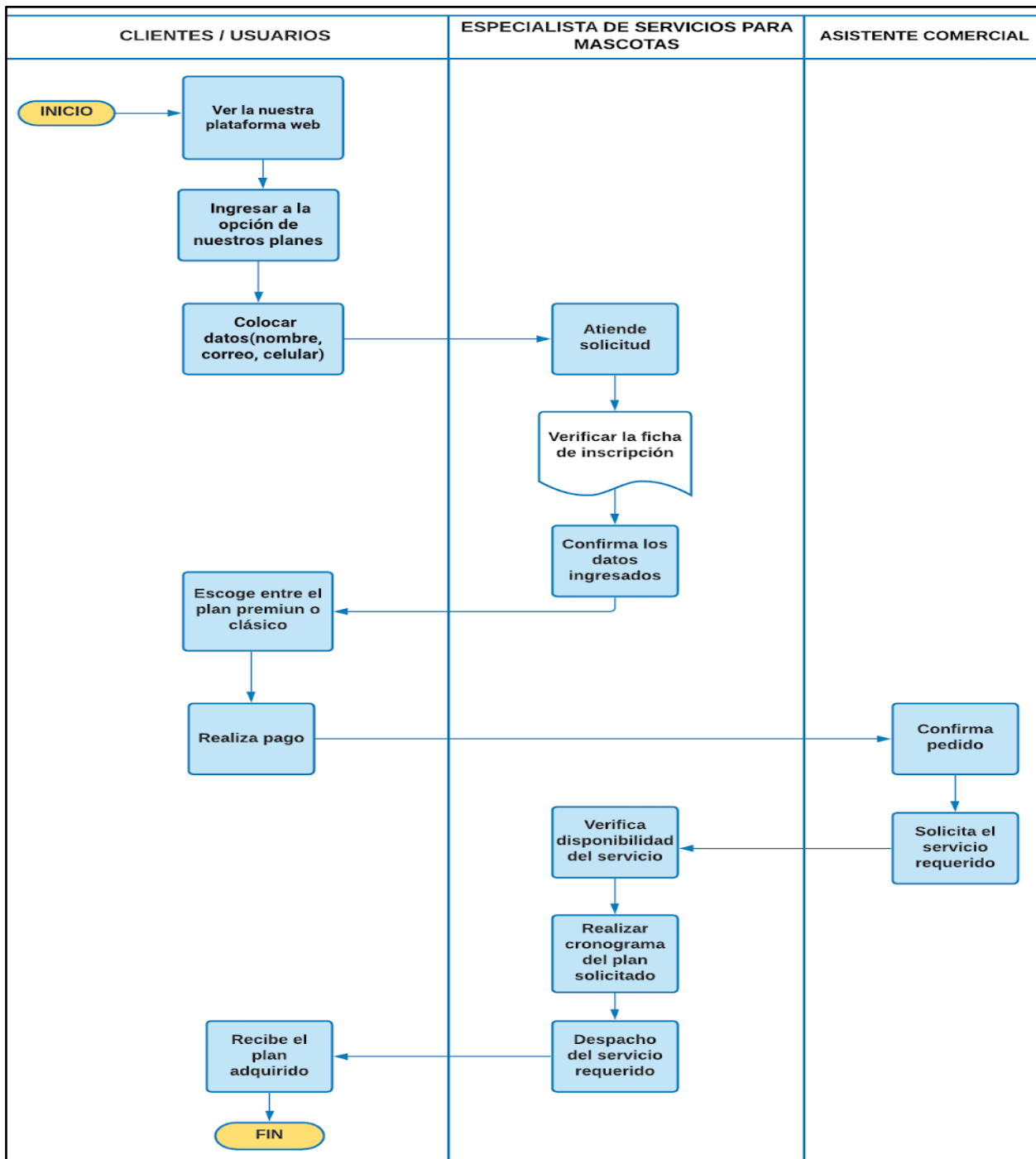


Figura 86: Flujograma del proceso de compra del servicio de plan clásico y premium

Fuente: Elaboración propia

Preparación de pedidos por servicios individuales

El usuario escoge el servicio mediante la plataforma web observando los distintos servicios como Grooming, Veterinaria, Paseador, Hospedaje y Adiestramiento. Dentro de

los cuales cada servicio tendrá una descripción de lo que incluye para una mayor aceptación del cliente. Asimismo, podrá escoger la disponibilidad y hora que mejor se acomode al cliente solicitante, mientras que el especialista visualiza la reserva, confirma la disponibilidad y solicita información del cliente para que empiece con la reserva del servicio y el pago que corresponde. Mientras, el asistente comercial corrobora el precio y delivery del servicio que se realizará, enviando la confirmación al cliente mediante el correo. Y, por último, el usuario tendrá que realizar el pago y enviar el comprobante y podrá recibir el servicio en su hogar.

- Frecuencia: Diario
- Responsable del proceso: Cliente, Especialista de servicios para mascotas, Asistente comercial
- Indicadores: Pedidos generados de servicios sin problema / Total de servicios generados.

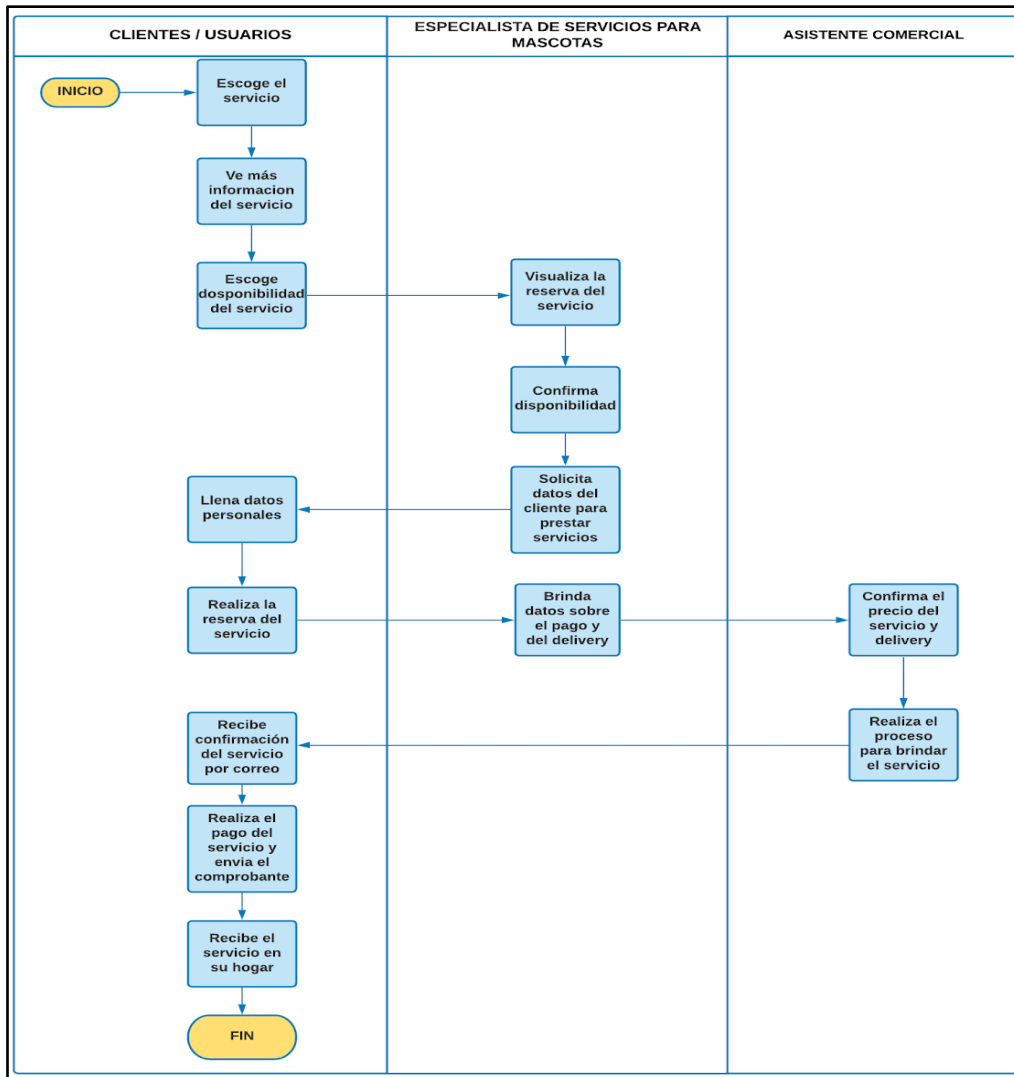


Figura 87: Flujograma del proceso de compra de los servicios por Petwouse

Fuente: Elaboración propia

8.2.4. Presupuesto de marketing y marketing digital

8.2.4.1. Plan de marketing digital

El plan de marketing digital que se llevará a cabo para Petwouse es mediante el análisis del entorno externo e interno para tomar en consideración las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del proyecto y en base a ello plantear estrategias que permita un buen desenvolvimiento del presente proyecto en el mercado actual.

Se entiende que la plataforma de Petwouse funciona mediante suscripciones, en caso los usuarios deseen obtener paquetes premium, y también mediante el pago ocasional por

servicio. Asimismo, las redes sociales tendrán un peso muy importante en el negocio ya que es mediante estas estructuras donde las personas toman conocimiento de nuevos emprendimientos que van surgiendo en la actualidad. También, se considera necesario realizar una inversión en Google Ads para que el proyecto aparezca en los buscadores de aquellas personas que estén interesadas en el mismo giro de negocio y poder captar mayor tráfico hacia la plataforma web.

a. Niveles del servicio

Como fue mencionado anteriormente, Petwouse permite a distintas veterinarias ofrecer sus servicios mediante la plataforma web. El proyecto funciona mediante comisiones que se les cobra a las veterinarias por ser visibles en el entorno digital; asimismo, se les podrá cobrar comisiones adicionales por aparecer como primera opción en el buscador dentro de la plataforma web.

b. Componentes del servicio

Los servicios que se ofrecen en Petwouse son los siguientes:

- **Grooming**: En el cual se ofrece baño regular o medicado, peluquería, corte y limado de uñas, desmotado, limpieza de glándulas anales, limpieza de oídos, aromaterapia y masajes. Este servicio va dirigido principalmente para personas que tengan como mascotas perros y gatos.
- **Paseo**: Dentro de este servicio se ofrece paseos de 30 a 60 minutos por día, el paseo puede incluir un grupo hasta de 3 mascotas (caso excepcional si es que la mascota es agresiva con otros animales, el servicio tendrá que ser individual) y paseos diarios, interdiarios, semanales, mensuales, entre otros, a solicitud del cliente. Este servicio se brinda únicamente a perros.
- **Hospedaje**: El servicio de hospedaje brinda cuidado profesional a las mascotas, áreas verdes naturales, comodidad en todos los ambientes para la mascota y fotos y/o videos que son enviados diariamente al dueño para que este tenga la seguridad que su mascota se encuentra bien dentro del establecimiento. Este servicio se brinda a perros y gatos, cabe resaltar que todos los tipos de mascotas están separados en un ambiente distinto para evitar problemas en los acontecimientos.

- **Veterinaria:** Mediante este servicio, el cliente puede contactar a una veterinaria la cual se pondrá en contacto con él para coordinar alguna cita, estas pueden ser para vacunas, ecografías, entre otros servicios que son más complejos y se necesita que la mascota sea trasladada a la veterinaria. Este servicio se brinda a perros y gatos.
- **Adiestramiento:** Este servicio otorga disciplina básica a las mascotas como, por ejemplo, aprender a sentarse, echarse, acudir al llamado, quedarse quieto, caminar al lado, entre otros trucos dependiendo de la evolución del comportamiento de la mascota. También mediante este servicio se puede modificar la conducta de las mascotas, como la agresividad, si es que se realiza sus necesidades en casa, timidez, ansiedad, falta de socialización, entre otros. Este servicio está orientado principalmente a los perros y gatos

c. Ciclo de vida del servicio

Petwouse es un proyecto relativamente nuevo en el mercado y cuenta con competencia con gran llegada a las personas. Esta idea de negocio se encuentra en una etapa de introducción, ya que es un proyecto que recién se está dando a conocer en el mercado actual. Dentro de esta etapa, se podrán desarrollar estrategias que puedan cooperar en el crecimiento del modelo de negocio y que la marca prevalezca en los consumidores.

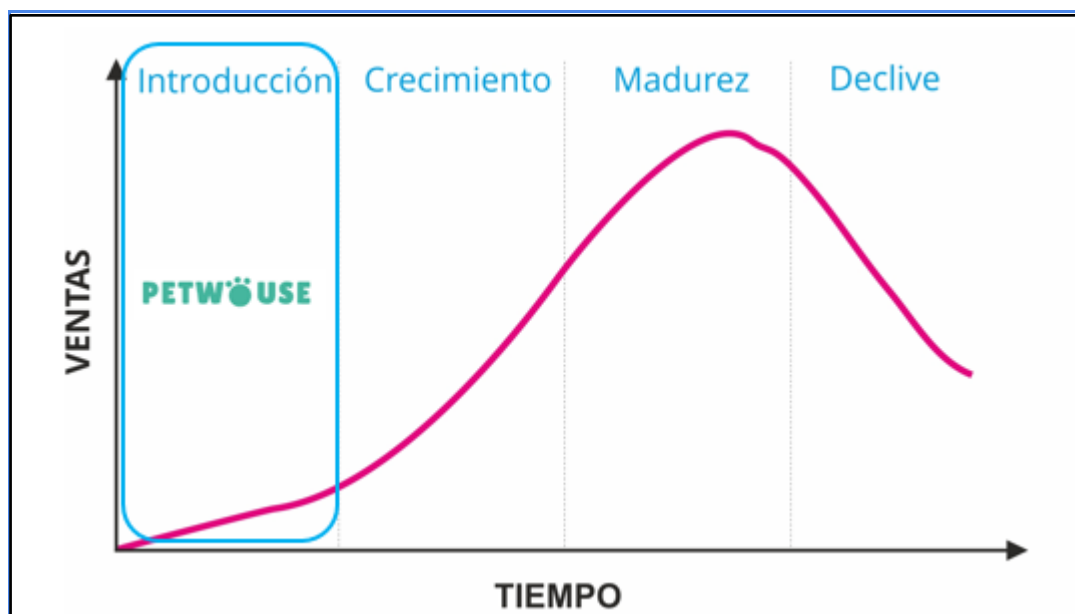


Figura 88: Ciclo de vida en el que se encuentra Petwouse

Fuente: Elaboración propia

d. Matriz Ansoff

La Matriz Ansoff identifica estrategias de crecimiento y desarrollo de un proyecto, este debe seguir la opción que más se asemeje a la idea de negocio y la cual se adapte mejor al entorno actual y que a su vez le permita tener mayores beneficios. Petwouse se encuentra en el cuadrante de penetración de mercados, por ello, las estrategias que se desarrollarán serán en base a los servicios actuales que ofrece y los mercados actuales a los cuales están dirigidos estos.

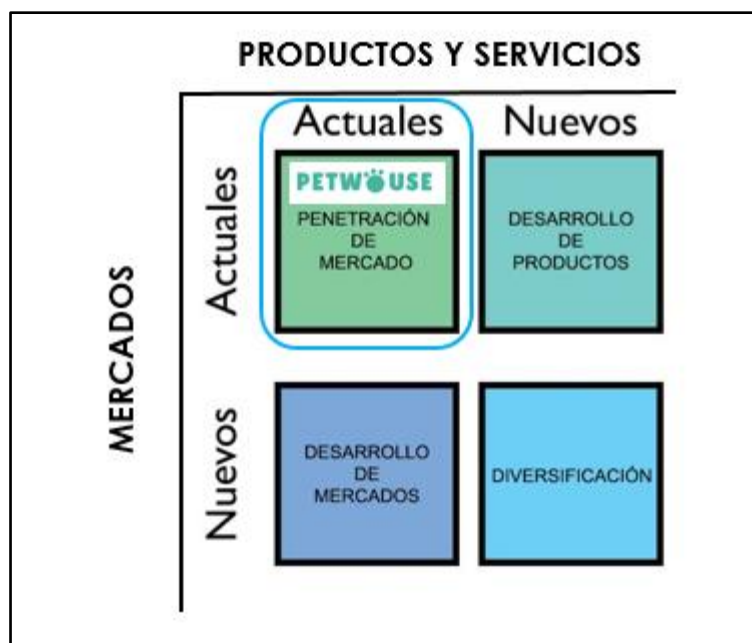


Figura 89: Cuadrante de la Matriz Ansoff en que se encuentra Petwouse.

Fuente: Elaboración propia

8.2.4.2. Descripción de estrategias de servicio

La estrategia de fijación de precio para el presente proyecto será la penetración de mercados ya que lo que se quiere lograr es aumentar las ventas dentro de los mercados establecidos en los cuales el proyecto tiene conocimiento que va a realizar sus operaciones y a los cuales sus actividades y estrategias estarán dirigidas. Mediante esta estrategia se tiene como objetivo lograr captar una mayor cantidad de usuarios, haciendo que la idea de negocio se posicione mejor en el mercado.

8.2.4.3. Descripción de estrategias de fijación de precio

La estrategia de fijación de precio para el presente proyecto será distinta cada seis meses. A continuación, se detalla cada una de ellas:

Primer año:

- Estrategia 1 – del mes 1 al mes 6: **Penetración de mercados (distribución)**

Al ser un proyecto nuevo en el mercado, lo más recomendable es ingresar con una estrategia de penetración de mercados, es decir posicionarnos en mercados

existentes con servicios que se ofrecen actualmente como grooming, paseos, adiestramiento, veterinaria y hospedaje. Con esta estrategia se podrá lograr conseguir un alto volumen de ventas dentro de los primeros 6 meses ya que se tiene como objetivo captar la mayor cantidad de usuarios, haciendo que la idea de negocio se posicione gradualmente en el mercado.

- Estrategia 2 – del mes 7 al mes 12: **Penetración de mercados(promoción)**

Debido a que los primeros meses se ofrecen diferentes servicios en base a un precio establecido, en esta etapa se implementará planes mensuales diferentes en el que abarcaran las promociones y descuentos que tengan los especialistas según el servicio que ofrecen y en el periodo que nos indiquen para sacar estos tipos de descuentos. Esto ayudará a que las personas puedan animarse a probar otros servicios y, por consiguiente, se obtendrán mayores ventas de diferentes servicios al mismo tiempo.

Segundo año:

- Estrategia 3 – del mes 13 al mes 18: **Diversificación de servicios**

De acuerdo a los experimentos realizados, pudimos recolectar opiniones acerca de los servicios que más les agradaban y también si quisieran que implementemos nuevos servicios a futuro, lo cual tuvimos una respuesta aceptable por parte de nuestro público objetivo, los cuales nos detallaron que querían servicios más específicos y que sean realizados por especialistas que se enfoquen en ello como el servicio de nutrición para sus mascotas. Por ello se utilizará la estrategia de diversificación de servicios, en el que se agregará a nuestra plataforma nuevas opciones de acuerdo a las necesidades de nuestros clientes y de esta manera ofrecer nuevos servicios a comienzos del segundo año para incrementar las ventas y fidelizar más a nuestros usuarios potenciales.

- Estrategia 4 – del mes 19 al mes 24: **Alianzas**

Con el objetivo de aumentar nuestros ingresos y atraer a nuevos clientes potenciales se realizará alianzas con diferentes marcas y emprendimientos que se enfoquen en el cuidado, alimentación y bienestar de las mascotas. Estas alianzas permitirán que seamos reconocidos en el mercado ya que dichas alianzas que se

realicen serán publicadas en las redes sociales y eso generará que los usuarios conozcan nuestra idea de negocio.

Tercer año:

- Estrategia 5 – del mes 25 al mes 30: **Diferenciación**

Para inicios del tercer año, nos enfocaremos en implementar la estrategia de diferenciación en nuestra plataforma ofreciendo a nuestros usuarios que tienen una mascota en su hogar a especialistas basados en las capacidades y habilidades específicas que requieren sus mascotas en ese momento. Si bien cada especialista desde que iniciamos operaciones pasará por un filtro para que puedan ofrecer un buen servicio, en el tercer año a los especialistas que estén en nuestra plataforma hasta ese momento y a los nuevos especialistas se les hará pasar por un test que se implementará en la plataforma que consta en medir el nivel de capacidades y habilidad que tienen cada uno con el fin de permitir a la persona que reserva un servicio pueda solicitar a un especialista de acuerdo a una necesidad específica para su engreído y pueda tener la certeza exacta que este especialista tiene un alto rendimiento y experiencia en ello. Para ello, se implementará inteligencia artificial, la cual ayudará a que, en el proceso de reservar un servicio, de acuerdo al perfil que tenga cada mascota con sus características específicas pueda salir de manera automática a especialistas que atiendan esa necesidad. Esto no solo incrementará la satisfacción del cliente, sino que atenderá de manera más preferencial y específica la necesidad que tiene cada mascota. Esto recién se implementará en este periodo de acuerdo a que un especialista en desarrollo web nos comentó que sería un buen momento para implementarlo, debido a que tiene un proceso de desarrollo que tarda para que pueda funcionar de manera óptima y que al mismo tiempo tendría una buena acogida por parte de nuestro público establecido que visita nuestra plataforma de manera frecuente.

- Estrategia 6 – del mes 31 al mes 36: **Desarrollo de mercados**

Para el segundo semestre del tercer año, se realizará una estrategia de desarrollo de mercados. Al ver un incremento en las ventas conforme pasan los meses y haber recuperado la inversión inicial, se desea ampliar nuestro público objetivo hacia otros distritos dentro de Lima Metropolitana que se encuentren en la Zona

6: Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel. Además, después de haber implementado la estrategia de diferenciación en base a la inteligencia artificial y ser tan exitosa por su buen desempeño dentro de la plataforma, se requerirá ampliar la cartera de clientes para obtener mayores beneficios para este periodo de tiempo en adelante.

8.2.4.4. Estrategia de fidelización

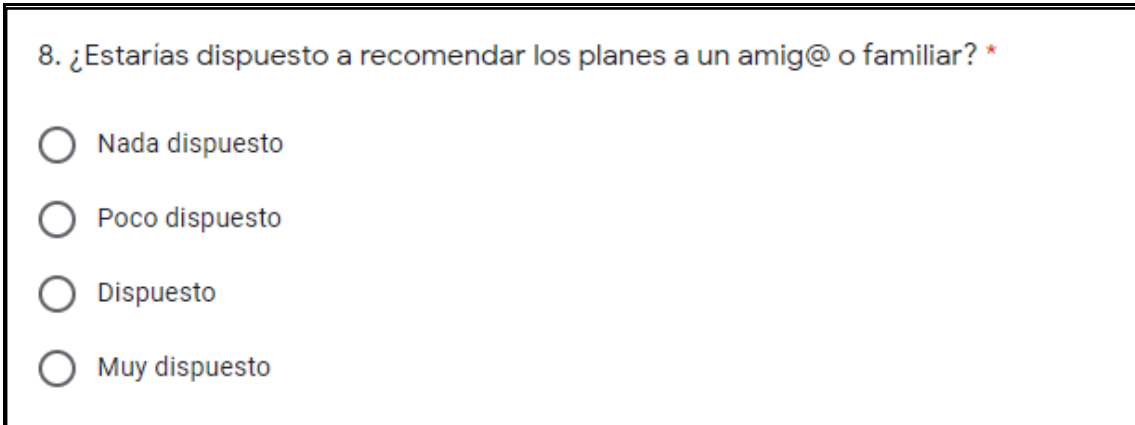
- Estrategia 1

Tabla 145. Estrategia 1 de fidelización

Tipo de estrategia	Incremento de posicionamiento del negocio Acercamiento a clientes potenciales
Método	Encuesta
Personas alcanzadas	50

Fuente: Elaboración propia

Por un lado, después de conocer su opinión acerca de cada uno de nuestros planes se realizó una pregunta para saber si los recomendarían con algún familiar o amigo colocando como alternativas: “Muy dispuesto”, “Dispuesto”, “Poco dispuesto” y “Nada dispuesto”.



8. ¿Estarías dispuesto a recomendar los planes a un amig@ o familiar? *

Nada dispuesto

Poco dispuesto

Dispuesto

Muy dispuesto

Figura 90: Captura de la pregunta de la encuesta acerca de fidelización

Fuente: Elaboración propia

Los resultados de la pregunta fue que un 60% de las personas a través de la encuesta nos comentaron que si estarían muy dispuestas a recomendar nuestros planes a un amigo o familiar y un 40% estarían dispuestos. Esto quiere decir que podríamos incrementar nuestro posicionamiento de nuestro negocio en clientes potenciales por recomendaciones de nuestros servicios y descuentos que se incluyen en nuestros planes. Cabe resaltar que los planes son una excelente alternativa para llegar a nuestro público y que se pueda generar una confianza para futuras suscripciones. Además, nos coloca en un buen lugar frente a nuestra competencia, debido a que agregamos valor ofreciendo en una forma diferentes servicios, en el que la persona que tiene una mascota no tendrá que preocuparse por buscar diferentes especialistas de confianza, ya que Petwouse le ofrecerá seguridad y será el intermediario de buscar especialistas que puedan brindar los mejores servicios a un buen precio.

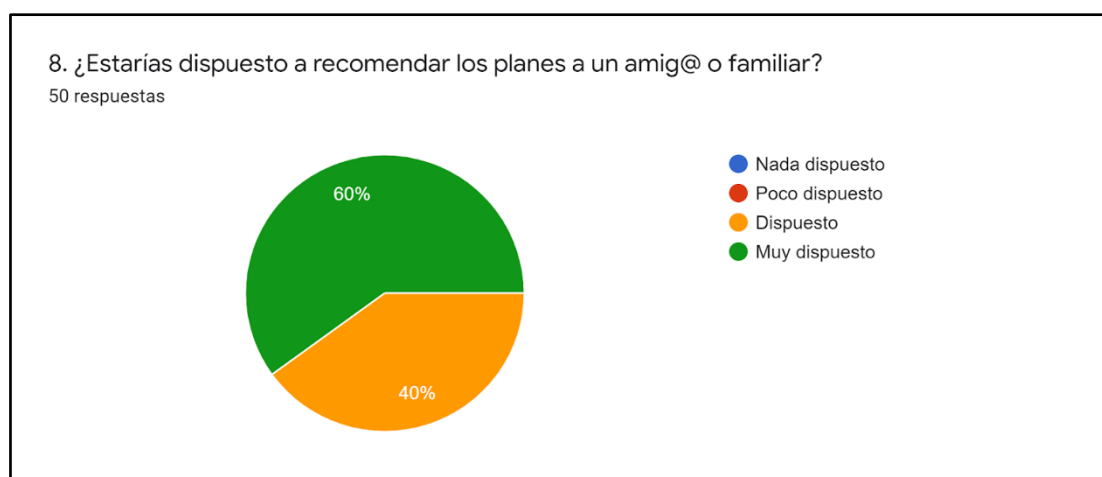


Figura 91: Captura de resultados con respecto a la pregunta de fidelización

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, si bien recibimos varias respuestas que estaban conformes con nuestro contenido de planes, las personas nos dejaron diferentes comentarios acerca de agregar nuevas alternativas a nuestros planes a futuro y que sea de su agrado. Algunas respuestas obtenidas fueron las siguientes:

9. ¿Qué te gustaría que agreguemos en los planes? *

Tu respuesta

Figura 92: Captura de pregunta elaborada en la encuesta

Fuente: Elaboración propia

- “Cheques anuales o cada 6 meses”
- “Descuentos en tiendas de mascotas autorizadas”
- “Combos exclusivos”
- “Más sesiones de adiestramiento”
- “Un asesoramiento con una buena nutrición a la mascota”

Al analizar las respuestas obtenidas por nuestro público objetivo podemos detallar que las personas no solo están dispuestas a adquirir un nuevo plan, sino que quieren diferentes planes mensuales que puedan ser variados a futuro. Asimismo, que podamos agregar servicios más específicos para que los planes sean más atractivos para ellos y para el bienestar de bienestar su su mascota.



Figura 93: Captura de resultados de la pregunta elaborada en la encuesta

Fuente: Elaboración propia

- Estrategia 2

Tabla 146. Estrategia 2 de fidelización

Tipo de estrategia	Incremento de posicionamiento del negocio Acercamiento a clientes potenciales Fidelizar a clientes
Método	Sorteo
Personas alcanzadas	82 cuentas alcanzadas

Fuente: Elaboración propia

Al realizar un sorteo por nuestras redes sociales, pudimos notar que las personas se encuentran interesadas, ya que en esa semana nos llegaron nuevos mensajes por nuestro WhatsApp y debido a que uno de los requisitos del sorteo era etiquetar a 3 personas que estuvieran interesados en adquirir servicios para el bienestar de su mascota, se pudo incrementar nuevos clientes que conocieron nuestra idea de negocio. Además, generamos mayor tráfico en nuestro perfil, en este caso de Instagram que ha tenido mayor acogida por nuestro segmento. Por ello, podemos concluir que este tipo de estrategia genera que el negocio pueda ser más visible y sin promocionar una publicación puede hacerse viral para nuestro target. Por consiguiente, esta es una de las estrategias que optamos a mediano y largo plazo para mejorar los resultados de nuestras ventas.



Figura 94: Estadísticas obtenidas de la publicación realizada

Fuente: Instagram de Petwouse

Además, con este tipo de estrategia podemos fidelizar a nuestro segmento, puesto que las personas que participaron del sorteo estuvieron dispuestas a compartir por sus historias nuestra publicación del Sorteo. A continuación, se muestran algunas imágenes que se capturaron de algunas cuentas que participaron del sorteo:

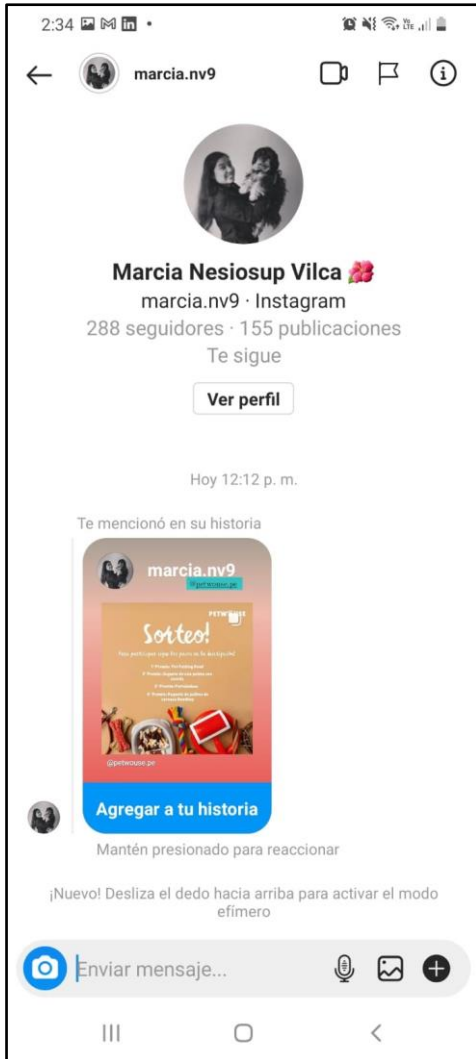


Figura 95: Participación de sorteo Instagram – usuario 1

Fuente: Instagram de Petwouse



Figura 96: Participación de sorteo en Instagram – usuario 2

Fuente: Instagram de Petwouse



Figura 97: Participación de la ganadora en el sorteo en Instagram

Fuente: Instagram de Petwouse

- Estrategias 3

Tabla 147. Estrategia 3 de fidelización

Tipo de estrategia	Promocionar servicios Acercamiento a clientes potenciales
Método	Publicación por redes sociales
Personas alcanzadas	312 personas alcanzadas

Fuente: Elaboración propia

El tipo de publicidad que se utilizó es BTL, debido a que los canales que se utilizaron fueron directos, ya que las publicaciones se visualizaron por nuestras redes sociales. Para esta estrategia se realizaron publicaciones ofreciendo diferentes descuentos que aumentaron la cantidad de personas que pudieron interactuar con nuestras publicaciones, visitan nuestro perfil y que algunos de ellos visualizaron nuestra plataforma web teniendo

como resultados en la primera publicación promocionada que realizamos de un descuento una gran acogida y eso dio paso a que la segunda publicación que fue de manera orgánica llegará de manera rápida a un gran número de personas.

Publicación 1:

- 35 acciones realizadas: 28 visitas al perfil y 7 toques en el sitio web
- 1698 personas que se alcanzaron que pudieron conocer nuestro perfil y ver la información de nuestros servicios.



Figura 98: Interacciones obtenidas en Instagram

Fuente: Instagram de Petwouse

Publicación 2:

- 312 personas alcanzadas
- 355 impresiones
- 83% interesada en leer nuestra publicación



Figura 99: Personas alcanzadas con la promoción realizada

Fuente: Instagram de Petwouse

Con los resultados de las publicaciones con descuentos podemos concluir que por este tipo de estrategias se puede llegar a obtener un acercamiento a clientes potenciales para que puedan conocer acerca de nuestros servicios y poder fidelizar a cada uno de ellos a través de estas acciones, ya que se le ofrece la opción de adquirir de manera más sencilla y a un menor precio soluciones a las necesidades de la mascota. Por ello, estos descuentos que se realizaron incrementan la relación de confianza con la persona interesada y son ellos quienes otorgan valor a nuestro negocio porque recomendarán y darán a conocer a su entorno la idea de negocio que se está desarrollando. Asimismo, si bien por ambas redes sociales tanto Instagram como Facebook son redes hemos tenido un mayor alcance, consideramos que las promociones por Instagram han tenido mayor acogida y que se pueden realizar más publicaciones a mediano y largo plazo dependiendo que podamos ofrecer y que sea del interés de las personas.

- Estrategias 4

Tabla 148. Estrategia 4 de fidelización

Tipo de estrategia	Acercamiento y fidelización a clientes potenciales
Método	WhatsApp
Personas alcanzadas	22

Fuente: Elaboración propia

Por medio de este canal se ha podido responder de manera eficiente dentro de un plazo de 24 horas o en tiempo real a las dudas y consultas que han tenido nuestros usuarios acerca de nuestra idea de negocio y de los servicios que se ofrecen. Por consiguiente,

podemos decir que a través de esta estrategia hemos podido recolectar a usuarios que sí están dispuestos a reservar un servicio con nosotros a corto y mediano plazo. Además, nos dimos cuenta que podemos tener una comunicación más fluida y recortar tiempos para poder concluir oportunidades de ventas. También, al obtener un perfil de empresa por WhatsApp business hemos generado mayor seguridad para que las personas puedan comunicarse con nosotros y que por este mismo medio puedan ingresar a nuestra plataforma. Por otro lado, al realizar el experimento por este canal se ha podido evaluar el impacto de los mensajes a recibir, la recepción y el tiempo que tarda en responder y en base a ello poder recolectar mejoras para que se pueda dar el retorno de la respuesta por parte del cliente. El tiempo que tardaron las personas en enviarnos un mensaje y en respondernos fue de un promedio de un día, ya que notamos el interés que tenían de obtener la información, así como de que nosotros pudiéramos responder.

Por todo ello, consideramos que este canal es el más utilizaremos no solo a corto plazo, sino a largo plazo para incrementar la confianza de nuevos clientes potenciales y de incrementar las expectativas de las ventas en estos tres primeros años de operaciones.

8.2.4.5. Presupuesto

En cuanto al presupuesto de marketing del presente proyecto se han establecido ciertos parámetros. Por ejemplo, con respecto al marketing digital al presupuesto proyectado para aparecer como una de las primeras opciones en el buscador de Google, la publicidad en redes sociales se relaciona al presupuesto que se utilizará para que la plataforma llegue a más personas mediante Facebook, Instagram, entre otras redes sociales y junto con ello se ha establecido el cálculo de la demanda por mes, con lo cual será factible hallar el monto promedio que se utilizará en publicidad para las redes sociales, ello dependiendo de cuántos seguidores tenga la página en estas. Por último, se realizarán sorteos lo cual junto con la publicidad en redes sociales ayudará a captar un mayor número de personas que se encuentren interesados en el giro de negocio y por ende se podrá fortalecer el crecimiento del proyecto. A continuación, se detalla la proyección presupuestal del marketing para el primer, segundo y tercer año.

Tabla 149. Presupuesto de Marketing para el primer año

Proyección presupuestal de Marketing del primer año												
Mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Posicionamiento en buscadores (SEO - Google Ads)	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Publicidad en RRSS	419	1,190	3,380	3,691	4,031	4,402	4,807	5,250	5,733	6,261	6,838	7,468
Sorteos en RRSS	500	0	0	0	65	0	0	0	500	0	0	0
Total con IGV	1,319	1,590	3,780	4,091	4,496	4,802	5,207	5,650	6,633	6,661	7,238	7,868
Total sin IGV	1,118	1,347	3,203	3,467	3,810	4,069	4,413	4,788	5,622	5,645	6,134	6,667

Nota: En la tabla se puede observar la proyección del presupuesto que se tendrá en todo el primer año tanto con IGV como sin IGV.

Fuente: Elaboración propia

8.2.5. Presupuesto de tangibles e intangibles

Las siguientes inversiones están siendo consideradas para el mes 0 del presupuesto de Petwouse. Es por ello, que se dividirá nuestra inversión en tangibles, intangibles y el capital de trabajo los cuales servirán para el inicio del proyecto. Así mismo, estamos considerando como intangibles la plataforma web, constitución de la empresa, marketing y publicidad, dentro de nuestra inversión tangible está el alquiler de equipos (laptops) y la inversión para el capital de trabajo, todo ello nos ayudará a conseguir nuestra inversión total.

Tabla 150. Inversiones Tangibles

Tangibles	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Laptops	10,000												7,500
Escritorios	1,500												900
Sillas	1,000												600
Adaptación inicial de la oficina	5,000												
Total inversiones tangibles (con IGV)	17,500												9,000
Total inversiones tangibles (sin IGV)	14,831												7,627

Fuente: Elaboración propia

Nuestros montos que se usaron para la inversión intangible fueron establecidos anteriormente dentro de los experimentos de costos variables y fijos, por lo cual mantendremos 4 Laptops de 2,500 soles cada uno que serán empleados por los miembros de Petwouse, 3 Escritorios de 500 soles cada uno, 5 Sillas de 200 soles cada una los cuales serán usadas por los integrantes del proyecto. Y la adaptación de la oficina tendrá un costo de 5,000 soles todo esto será usado durante el inicio del proyecto. En el mes 12 se compraron 3 Laptops de 2,500 soles, 3 Escritorios de 300 soles cada uno y 3 Sillas de 200 soles cada una ya que se plantea aumentar el personal para el proyecto.

Tabla 151. Inversiones Intangibles

Intangibles	Año 1
Plataforma web	20,000
Total inversión intangibles (con IGV)	20,000
Total inversión intangibles (sin IGV)	16,949

Fuente: Elaboración propia

La inversión intangible estará planteada por la plataforma web que tendrá un costo en el primer año de 20,000 soles.

Tabla 152. Gastos pre-operativos

Gastos pre-operativos	Año 1
Garantía de local	4,700
Gastos de constitución	800
Logo y manual de marca	1,500
Gastos Pre Marketing	500
Total Gastos pre-operativos (con IGV)	7,500
Total Gastos pre-operativos (sin IGV)	6,356

Fuente: Elaboración propia

Los gastos pre-operativos para el año 1, se distribuirá mediante la garantía del local con un monto de 4,700 soles, Gastos de constitución de la empresa es de 800 soles, Logo y manual de marca es de 1,500 soles y los Gastos de Pre-Marketing tiene un costo de 500 soles.

Tabla 153. Gastos de operación año 1

Gastos de operación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Alquiler de oficina												
Headcount	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
m2	4	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Alquiler (San Isidro)	70	1,400	1,400	1,400	1,400	1,400	1,400	1,400	1,400	1,400	1,400	1,400
Servicios	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Telefonía	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
Total alquiler de oficina	1,737	1,737	1,737	1,737	1,737	1,737	1,737	1,737	1,737	1,737	1,737	1,737
Hosting y dominio web	400											
Gasto de marketing digital	1,319	1,590	3,780	4,091	4,496	4,802	5,207	5,650	6,633	6,661	7,238	7,868
Comisión variable (pasarela de pago)	5.0%	55	156	442	483	528	728	796	869	949	1,036	1,236
Comisión fija (pasarela de pago)	1.42	134	380	1,080	1,180	1,288	1,407	1,537	1,678	1,833	2,001	2,387
Outsourcing contable	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Gastos diversos	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
Gastos de operación (con IGV)	3,895	4,513	7,690	8,141	8,699	9,325	9,927	10,584	11,802	12,086	12,943	13,878
Gastos de operación (sin IGV)	3,301	3,825	6,517	6,899	7,372	7,902	8,413	8,970	10,002	10,243	10,968	11,761

Fuente: Elaboración propia

Tabla 154. Gastos de operación año 2

Gastos de operación	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Alquiler de oficina												
Headcount	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
m2	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
Alquiler (San Isidro)	2,240	2,240	2,240	2,240	2,240	2,240	2,240	2,240	2,240	2,240	2,240	2,240
Servicios	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Telefonía	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
Total alquiler de oficina	2,449	2,449	2,449	2,449	2,449	2,449	2,449	2,449	2,449	2,449	2,449	2,449
Hosting y dominio web	600											
Gasto de marketing digital	5,973	5,638	5,961	6,303	7,267	7,054	7,465	7,901	8,965	8,858	9,381	9,938
Comisión variable (pasarela de pago)	1,350	2,727	2,897	3,078	3,271	3,475	3,693	3,923	4,168	4,429	4,706	5,000
Comisión fija (pasarela de pago)	2,607	2,748	2,920	3,102	3,296	3,502	3,721	3,954	4,201	4,463	4,742	5,039
Outsourcing contable	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600
Gastos diversos	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
Gastos de operación (con IGV)	13,229	14,412	15,077	15,783	17,133	17,330	18,177	19,077	20,633	21,049	22,129	23,276
Gastos de operación (sin IGV)	11,211	12,214	12,777	13,375	14,520	14,687	15,405	16,167	17,486	17,838	18,753	19,725

Fuente: Elaboración propia

Tabla 155. Gastos de operación año 3

Gastos de operación	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
Alquiler de oficina												
Headcount	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
m2	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
Alquiler (San Isidro)	2,240	2,240	2,240	2,240	2,240	2,240	2,240	2,240	2,240	2,240	2,240	2,240
Servicios	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Telefonía	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
Total alquiler de oficina	2,449	2,449	2,449	2,449	2,449	2,449	2,449	2,449	2,449	2,449	2,449	2,449
Hosting y dominio web	800											
Gasto de marketing digital	8,275	7,694	8,139	8,611	10,114	9,647	10,214	10,817	12,457	12,137	12,859	13,627
Comisión variable (pasarela de pago)	5,312	5,644	5,997	6,372	6,770	7,193	7,643	8,121	8,628	9,168	9,741	10,349
Comisión fija (pasarela de pago)	5,354	5,688	6,044	6,421	6,823	7,249	7,702	8,184	8,695	9,239	9,816	10,430
Outsourcing contable	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800
Gastos diversos	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
Gastos de operación (con IGV)	22,440	22,526	23,679	24,904	27,206	27,589	29,059	30,620	33,279	34,042	35,915	37,905
Gastos de operación (sin IGV)	19,017	19,090	20,067	21,105	23,056	23,381	24,626	25,949	28,203	28,849	30,437	32,123

Fuente: Elaboración propia

Planilla nominal	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
Egresos (con IGV)	14,795	15,413	18,590	19,041	25,508	20,225	31,727	21,484	22,702	22,986	29,751	35,678
Egresos (sin IGV)	14,201	14,725	17,417	17,799	24,181	18,802	30,213	19,870	20,902	21,143	27,777	33,561

Nota: En la tabla se puede observar los ingresos y egresos del primer año del proyecto.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 157. Ingresos y egresos del segundo año del proyecto

<i>Ingresos y egresos del segundo año</i>													
Mes		13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Ventas													
Ventas (con IGV)		181,550	220,092	233,848	248,463	263,992	280,492	298,023	316,649	336,440	357,467	379,809	403,547
% Comisión		15%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%
Ingresos (con IGV)		27,233	55,023	58,462	62,116	65,998	70,123	74,506	79,162	84,110	89,367	94,952	100,887
Ingresos (sin IGV)		23,078	46,630	49,544	52,641	55,931	59,426	63,140	67,087	71,280	75,735	80,468	85,497

Ingresos (con IGV)	(con	107,192	113,892	121,010	128,573	136,609	145,147	154,219	163,857	174,098	184,979	196,541	208,824
Ingresos (sin IGV)	(sin	90,841	96,518	102,551	108,960	115,770	123,006	130,694	138,862	147,541	156,762	166,560	176,970
Costos													
Total alquiler de oficina		2,449	2,449	2,449	2,449	2,449	2,449	2,449	2,449	2,449	2,449	2,449	2,449
Planilla nominal		15,800	15,800	15,800	15,800	15,800	15,800	15,800	15,800	15,800	15,800	15,800	15,800
Egresos (con IGV)	(con	39,662	39,748	40,901	42,126	53,763	44,811	63,503	47,842	50,501	51,264	62,472	72,349
Egresos (sin IGV)	(sin	36,239	36,312	37,289	38,327	49,613	40,603	59,070	43,171	45,425	46,071	56,994	66,567

Nota: En la tabla se puede observar los ingresos y egresos del tercer año del proyecto.

Fuente: Elaboración propia

EBITDA	- 9,781	12,768	15,119	17,617	19,763	23,091	26,088	29,271	32,145	36,248	40,067	44,124
Dep	-794	-794	-794	-794	-794	-794	-794	-794	-794	-794	-794	-794
EBIT	-10,575	11,973	14,324	16,822	18,968	22,297	25,293	28,477	31,351	35,453	39,272	43,329
Interés en contra	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Interés a favor	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
UAI	-10,575	11,973	14,324	16,822	18,968	22,297	25,293	28,477	31,351	35,453	39,272	43,329
Impuestos	-	-3,532	-4,226	-4,963	-5,596	-6,578	-7,461	-8,401	-9,249	-10,459	-11,585	-12,782
Utilidad Neta	-10,575	8,441	10,099	11,860	13,373	15,719	17,832	20,076	22,102	24,995	27,687	30,547

Nota: En la tabla se puede observar el Estado de Resultados del segundo año del proyecto

Fuente: Elaboración propia

Tabla 161. Estado de Resultados del tercer año del proyecto

Pérdidas y ganancias	Mes 25	Mes 26	Mes 27	Mes 28	Mes 29	Mes 30	Mes 31	Mes 32	Mes 33	Mes 34	Mes 35	Mes 36
Ingresos	90,841	96,518	102,551	108,960	115,770	123,006	130,694	138,862	147,541	156,762	166,560	176,970
Costos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gastos de operación	-19,071	-19,090	-20,067	-21,105	-23,056	-23,381	-24,626	-25,949	-28,203	-28,849	-30,437	-32,123
Personal	-21,648	-21,648	-21,648	-21,648	-21,648	-21,648	-21,648	-21,648	-21,648	-21,648	-21,648	-21,648
EBITDA	50,175	55,780	60,836	66,207	71,066	77,977	84,4199	91,264	97,690	106,265	114,475	123,199
Dep	-794	-794	-794	-794	-794	-794	-794	-794	-794	-794	-794	-794
EBIT	49,381	54,986	60,041	65,412	70,272	77,182	83,625	90,470	96,895	105,470	113,681	122,404
Interés en contra	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Interés a favor	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
UAI	49,381	54,986	60,041	65,412	70,272	77,182	83,625	90,470	96,895	105,470	113,681	122,404
Impuestos	-14,567	-16,221	-17,712	-19,297	-20,730	-22,769	-24,669	-26,689	-28,584	-31,114	-33,536	-36,109

Utilidad Neta	34,813	38,765	42,329	46,116	49,541	54,414	58,956	63,781	68,311	74,357	80,145	86,295
---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

Nota: En la tabla se puede observar el Estado de Resultados del tercer año del proyecto.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 162. Resumen del Estado de Resultados del proyecto

Pérdidas y ganancias	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos	143,802	730,456	155,0034
Costos	-	-	-
Gastos de operación	- 96,173	-184,158	-295,903
Personal	-164,417	-259,778	-259,778
EBITDA	116,788	286,519	999,353
Dep	-9,534	-9,534	-9,534
EBIT	126,322	276,985	989,819
Interés en contra	-	-	-
Interés a favor	-	-	-
UAI	126,322	276,985	989,819
Impuestos	-	-84,830	-291,997
Utilidad Neta	126,322	192,155	697,823

Nota: En la tabla se puede observar el Resumen del Estado de Resultados del proyecto.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 163. Resumen del Estado de Situación Financiera del proyecto

Balance General	Momento 0	Año 1	Año 2	Año 3
Disponible	81,864	15,076	216,765	924,121
Activo Corriente	-	-	-	-
Propiedad, Planta y Equipo	38,136	28,6002	19,068	9,534
Activo	120,000	43,678	235,833	933,655
Obligaciones financieras	-	-	-	-
Pasivos Corrientes	-	-	-	-
Pasivo	-	-	-	-
Utilidad Neta	-	-5,124	30,547	86,295
Utilidades retenidas	-	-121,198	35,286	677,360
Capital Social	120,000	170,000	170,000	170,000
Patrimonio	120,000	43,678	235,833	933,655

Nota: En la tabla se puede observar el Resumen del Estado de Situación Financiera del proyecto.

Fuente: Elaboración propia

Con respecto al Flujo de Caja del proyecto, este sirve para saber la posición económica de la empresa, ya que con ello los dueños y accionistas pueden saber la cantidad de efectivo que entró y salió de la empresa en un tiempo determinado. Asimismo, al elaborar este indicador financiero se puede saber cuánto es lo que requiere la empresa para que continúe con las operaciones y poder garantizar la liquidez para realizar los pagos del personal, las inversiones en marketing, gastos operativos, entre otros. Se puede apreciar que, en el primer año, se obtuvo un flujo de caja negativo ya que la inversión inicial del proyecto es alta porque se desarrollará una plataforma web que incluya todas las funciones y opciones indispensables para el manejo eficaz de cada sección con la

finalidad de ofrecer una plataforma sencilla y rápida de uso para el usuario y con lo que se podrá realizar el proceso de las ventas online de los servicios que ofreceremos en conjunto con las veterinarias. Asimismo, la plataforma web Petwouse es un modelo de negocio nuevo en Perú y eso conlleva a que se tenga diferentes costos y gastos al iniciar con el emprendimiento.

En el segundo año, se observa una perspectiva optimista pues se obtiene un flujo de caja positivo desde el décimo tercer mes hasta el vigésimo cuarto. Este resultado se obtiene por consecuencia del incremento de las ventas, los costos y gastos que se está incurriendo en el segundo año no afecta con gran impacto en el resultado final del Flujo de Caja ya que se observa moderados ingresos en ese periodo de tiempo. Asimismo, esto se debe a que Petwouse se encuentra fidelizando a los usuarios cada mes y está en constante captación de clientes potenciales y posibles clientes mediante los canales de difusión que se maneja como Instagram, Facebook, WhatsApp y por la plataforma web. Por otro lado, según Franco Castellano en una nota del diario La Cámara, mencionó que el pasar más tiempo en casa con las mascotas durante el confinamiento ha sido un factor principal en el incremento de las compras de productos y servicios. Además, en la línea de Pet Care también se ha presentado un incremento anual de los últimos cinco años del 5% en lo que es venta online. Por ello, Petwouse seguirá desarrollando e implementando diferentes estrategias de promoción para atraer más usuarios y nuevos suscriptores a la plataforma web, en dichas estrategias se tendrá sorteos; campañas en fechas especiales como Fiestas Patrias, Halloween, Navidad, Año Nuevo, entre otros; cupones de descuentos, etc.

Para el tercer año, se sigue observando que mantiene un Flujo de Caja positivo ya que presenta un nivel de posicionamiento medio en los usuarios, al haber fidelizado genera que las ventas se sigan incrementado lo cual ocasiona que los costos también aumenten. Petwouse seguirá promoviendo la idea de negocio en el Perú a través de los canales de difusión y mediante el uso de herramientas digitales adecuadas para fidelizar a más clientes con la finalidad de obtener un alcance superior, y la implementación de nuevas secciones en la plataforma web para hacerlo más dinámico, atractivo y navegable para el usuario.

Tabla 164. Resumen del Flujo de Caja del proyecto

FC Desapalancado	Momento 0	Año 1	Año 2	Año 3
EBIT	-	126,322	276,985	989,819
Tax	-	-	81,711	291,997
Capex	-38,136	-	-	-
Depreciación	-	-9,534	-9,534	-9,534
Aumento de efectivo	-81,864	-50,000	-	-
Aumento de activo corriente	-	-	-	-
Aumento de pasivo corriente	-	-	-	-
FC operacional	-120,000	-166,788	204,809	707,356
Valor terminal	-	-	-	3,318,411
FC operacional + Valor terminal	-120,000	-166,788	204,809	4,025,768
VAN ECONÓMICO			277,848 > 0	
TIR ECONÓMICO			69% > WACC	
PLAZO DE RECUPERACIÓN ECONÓMICO (AÑOS)			2.30 < 3	

Nota: En la tabla se puede observar el Resumen del Flujo de Caja del proyecto.

Fuente: Elaboración propia

8.5. Indicadores Financiero

Para proceder a analizar la información de la situación financiera del proyecto es necesario desarrollar y detallar algunos indicadores relevantes que ayudarán a conocer la rentabilidad que tiene el proyecto, la liquidez, la solvencia y la correcta gestión que se debe considerar para llegar a cumplir con proyecciones realizadas, así como de los demás objetivos financieros.

Asimismo, nos ayudará a la toma de decisiones futuras al iniciar operaciones en el que podremos especificar las estrategias que serán necesarias para cumplir con lo proyectado.

Por ello, se procederá a desarrollar los indicadores que nos permitirán saber la viabilidad del proyecto y tener un amplio conocimiento acerca de la situación financiera futura. Estos indicadores son el VAN, TIR, COK, WACC, PDR.

En primer lugar, el VAN económico es de 277,848.00 soles, por lo que podemos decir que el proyecto si es viable, debido a que el VAN es mayor a 0. Asimismo, el TIR es de 69% que es mayor al WACC y el resultado nos indica que el proyecto es rentable, debido a que se devuelve el capital invertido.

El PDR es de 2,30 años y debido a este indicador se puede determinar que en ese periodo del proyecto se recuperará la inversión.

Por otro lado, se procedió a desarrollar el cálculo del COK y WACC. El primer paso para su cálculo fue que hallar el beta apalancado con la fórmula $BETA_{Apal} = BETA_{Des} * (1 + D/E * (1 - Tax))$ y otros datos relevantes para su resolución, teniendo como resultado que sea de 0.73.

Tabla 165. Cálculo de Beta

Industry Name	Number of firms	Beta	D/E Ratio	Effective Tax rate	Unievered beta
Software(Internet)	36	0.77	8.83%	3.30%	0.73

Fuente: Damoran

Tabla 166. Rendimiento libre de riesgo

Annual Returns on Investments in				
Year	S&P 500 (includes dividends)	3-months T.Bill	US T. Bond	Baa Corporate Bond
Arithmetic Average Historical Return				
1928-2020	11.64%	3.36%	5.21%	7.25%
1971-2020	12.18%	4.51%	7.29%	9.55%
2011-2020	14.34%	0.51%	4.64%	7.44%
Geometric Average Historical Return				
1928-2020	9.79%	3.32%	4.95%	6.99%
1971-2020	10.80%	4.46%	6.89%	9.28%
2011-2020	13.75%	0.51%	4.40%	7.26%

Fuente: Damoran

Luego, se procedió a detallar el rendimiento libre de riesgo (rf) y la prima de riesgo histórico (rm - rf) para realizar el cálculo del COK.

Asimismo, se investigó los datos de riesgo e inflación para el cálculo.

Tabla 167. Indicadores de riesgo para países emergentes

Fecha	Indicadores de riesgo para países emergentes: EMBIG- Diferencial de Rendimientos del Índice de Bonos de Mercado Emergentes
10/11/2021	172

Fuente: Estadísticas BCRP

País	2016	2017	2018	2019	2020	Promedio
Perú	3.59	2.80	1.32	2.14	1.83	2.34
USA	1.26	2.13	2.44	1.81	1.23	1.78

Fuente: Banco Mundial

El resultado del desarrollo del COK es de 21,32%. Con ello, se obtuvo que el WACC es de 21.32%.

Tabla 168. Cálculo del Wacc

WACC	
Tasa de impuestos	29,50%
Deuda	0
Patrimonio	120.000
D/E	0,00
Beta desapalancado	0,73
Beta apalancado	0,73
Rendimiento libre de riesgo (rf)	1,91%
Prima de riesgo histórico (rm - rf)	9,70%
COK USD USA	8,99%
Riesgo país - Perú	1,72%
COK USD PER	10,71%
Inflación LP S/	2,34%
Inflación LP USD	1,78%
COK PEN PER	11,32%

Prima de riesgo adicional	10,00%
COK PEN PER	21,32%
% Financiada por accionistas	100%
% Financiada por terceros	0%
i activa del banco	0,00%
WACC	21,32%

Fuente: Elaboración propia

Además, se procedió a realizar el desarrollo de los ratios. El rendimiento de la empresa (ROA) es de 75% y el rendimiento para el accionista es de 75% en el tercer año.

8.6. Análisis financiero y viabilidad del proyecto, escenarios

Con respecto al análisis financiero y viabilidad del proyecto, se procedió a calcular el Valor Actual Neto (VAN), el cual se calcula como el total de la inversión inicial más el valor actual de los flujos futuros del proyecto. En este caso se detalla el VAN de acuerdo a cada escenario, ya sea moderado, optimista o pesimista.

Para el caso del escenario moderado se refiere al 50% de tener éxito en el proyecto, ello se refleja en los flujos que contiene el presente trabajo con lo cual se calcula un VAN de 277,848 soles. Para el caso del escenario moderado, según el Banco Mundial (2021) proyecta que para el 2022, el crecimiento económico en el Perú aumente en un 3.2%. Inicialmente la entidad había proyectado que para el 2022, Perú tendría un crecimiento de 3.9% pero debido a la crisis política que se vive actualmente en el país este indicador ha disminuido. Si bien es cierto, el indicador ha disminuido con respecto a lo que se proyectaba a inicios del 2021, este escenario es realista y dentro de todo es un panorama beneficioso para las empresas y proyectos que se encuentren en el país.

TASA DE CRECIMIENTO DEL PIB REAL					
	2019	2020E	2021F	2022F	2023F
Argentina	-2.0	-9.9	7.5	2.6	2.1
Bahamas	0.7	-14.5	2.0	8.0	4.0
Barbados	-1.3	-18.0	3.3	8.5	4.8
Belice	1.8	-14.0	9.0	4.0	1.8
Bolivia	2.2	-8.8	5.5	3.5	2.7
Brasil	1.4	-4.1	5.3	1.7	2.5
Chile	0.9	-5.8	10.6	2.4	1.8
Colombia	3.3	-6.8	7.7	4.2	3.9
Costa Rica	2.3	-4.1	3.8	3.5	3.2
Dominica	3.5	-11.0	3.4	8.1	5.9
República Dominicana	5.1	-6.7	9.1	4.9	4.9
Ecuador	0.0	-7.8	3.0	3.4	2.2
El Salvador	2.6	-7.9	8.0	4.0	2.5
Granada	0.7	-13.7	3.0	4.4	3.8
Guatemala	3.9	-1.5	5.1	4.1	3.5
Guyana	5.4	43.5	21.2	49.7	25.0
Haiti	-1.7	-3.3	-0.8	3.2	1.4
Honduras	2.7	-9.0	4.7	4.4	3.8
Jamaica	0.9	-10.0	3.5	4.0	2.8
México	-0.2	-8.3	5.7	3.0	2.2
Nicaragua	-3.7	-2.0	5.5	3.0	2.5
Panamá	3.0	-17.9	9.9	7.5	5.0
Paraguay	-0.4	-0.6	4.3	4.0	3.9
Perú	2.2	-11.1	11.3	3.2	3.0

Figura 100: Tasa de crecimiento del PBI real de los países de América Latina

Fuente: Banco Mundial

En segundo lugar, el escenario optimista representa el 20%, para ello se proyecta que la demanda suba en un 20%. Según el Consejo Fiscal (2021) proyecta un escenario optimista en cuanto a la economía del país desde el año 2022 hasta el 2025, ya que esta crecerá en un 4.8% la cual será relacionada al apoyo del Ejecutivo de la inversión privada del país.

En base a esta fuente, si la economía aumenta, las personas tendrán mayor poder adquisitivo con respecto a todos los rubros lo cual ocasionará que el público objetivo del presente proyecto pueda brindarle servicios a sus mascotas con mayor frecuencia y ello, a su vez, ocasionará que las veterinarias se encuentren más interesadas en promocionar sus servicios mediante la plataforma web de Petwouse asimismo, en caso la situación actual del país si es que la situación política se logra estabilizar. Por otro lado, en este mismo escenario, se espera que el riesgo operacional disminuya ya que se tendrá un mayor control sobre la plataforma con mayor personal capacitado para las operaciones que se realicen dentro de esta. Con todo ello, en el escenario optimista se espera tener un VAN de 482,218 soles.

Por último, el escenario pesimista representa el 30% para el futuro del negocio, para ello se proyecta que las ventas caigan en un 30%, el precio caiga en un 15% y el riesgo operacional suba en un 20%, ello debido a que un artículo publicado por el Banco Mundial, se proyecta que, en un escenario pesimista, la proyección económica del Perú caiga en un 20%, lo cual generaría un menor poder adquisitivo por las personas, además de un aumento de la inflación. Todos estos factores pueden ocasionar que las personas se vean obligadas a migrar hacia otros países ya que no cuentan con el suficiente dinero para poder cubrir sus necesidades básicas y por consecuencia la demanda de un nuevo proyecto, como Petwouse, definitivamente se vería reducida. De igual manera el personal más capacitado preferirá brindar sus conocimientos en un país donde estos tengan mayor valoración y junto con ello tenga un futuro. Con este escenario, el VAN sería de - 124,599 soles.

Tabla 169. Viabilidad y escenarios del proyecto

Escenarios	Q proy	PV	Riesgo operacional	Probabilidad	VAN ECO
Pesimista	cae 30%	cae 15%	sube 20%	30%	-124,599
Moderado				50%	277,848
Optimista	sube 20%	no varía	baja 10%	20%	482,218

Nota: En el presente cuadro se puede observar la viabilidad del proyecto respecto a los tres distintos escenarios.

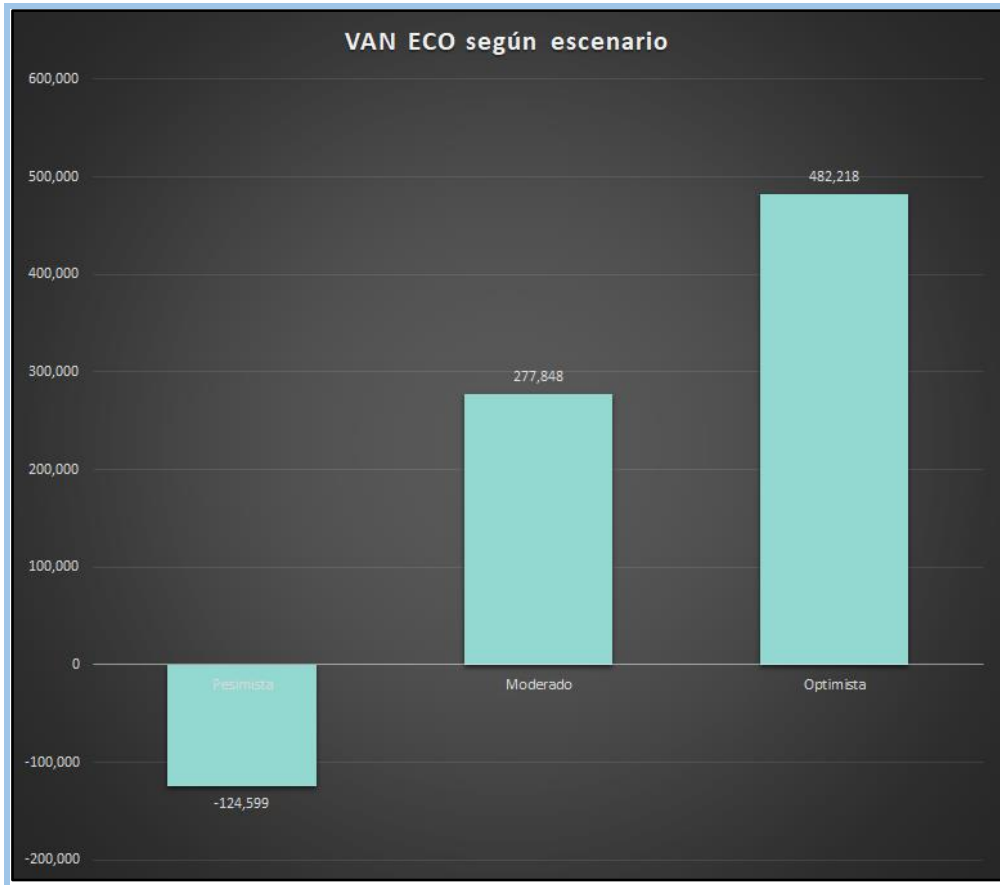


Figura 101: VAN económico según escenarios

Fuente: Elaboración propia

De igual manera, el VAN esperado se calcula mediante la suma de los VAN en los distintos escenarios multiplicados por su probabilidad de ocurrencia. Con ello se puede inferir que el VAN esperado del proyecto es de 197,988 soles. Asimismo, la desviación estándar se refiere a la cantidad en cuánto podría variar el VAN esperado, lo cual da como resultado 224,866 soles. Esta cantidad suma o resta al VAN esperado dependiendo del escenario en el que se pueda encontrar el proyecto en un determinado tiempo. Por último, el coeficiente de variación representa un total de 114% por lo que se puede inferir que el proyecto tiene un riesgo alto, lo cual es un suceso totalmente normal para una idea de negocio que se encuentra en la etapa de introducción como lo es Petwouse.

8.7. Financiamiento de distintas etapas del proyecto

Para el financiamiento de nuestro proyecto se mantendrá un aporte de los fundadores en el año 0 de manera equivalente los integrantes son: Karen Mori, Ana Rojas, Claudia Olaechea, Ariana Viviani y Aracelli Salas. Para la inversión cada una tendrá un aporte de

24,000 soles lo cual será mediante los ahorros y préstamos que tendrá cada fundador personalmente lo cual conlleva a un total de 120,000 soles. Es por ello, que una vez reunido el monto se puede iniciar con la creación de la plataforma web con el uso debido de las certificaciones y herramientas que serán necesarias, también el registro de la empresa y la autenticación del nombre para Petwouse.

Tabla 170. Financiamiento

Financiamiento	
Momento 0	
Integrante	Monto
Karen Mori	24,000
Ana Rojas	24,000
Claudia Olaechea	24,000
Ariana Viviani	24,000
Aracelli Salas	24,000
Aporte de capital	120,000

Fuente: Elaboración propia

Para el mes 6 se tendrá un capital por inversionista ángel por lo que nos podría proporcionar un préstamo de 50,000 soles, ya que en dicho mes estamos ya realizando ventas, puesto que también busca nuevas oportunidades para integrarse en nuestro equipo y generar ganancias. Se opta por este inversionista ya que es una buena opción en comparación con los bancos, este te podrá proporcionar aporte en experiencia e ideas en el proyecto de Petwouse.

Tabla 171. Financiamiento mes 6

Mes 6	
Integrante	Monto
Inversión ángel	50,000
Aporte de capital	50,000

Fuente: Elaboración propia

9. CONCLUSIONES

- Realizar el árbol de problemas es muy importante, ya que nos ayuda a plasmar las opiniones recolectadas de las entrevistas que se realizaron a los usuarios de nuestro segmento, de esta manera se pudo identificar cual era el problema central e investigar más allá de cuáles eran las principales causas. Todo ello llevo a que se pueda plantear la solución que ofrece Petwouse siendo una plataforma web que brinde los servicios básicos que requiere una mascota.
- La plataforma web planeta una solución que se adapta a la circunstancia que se vive en la actualidad, teniendo en cuenta las tendencias en la digitalización de los negocios y la gran acogida que han tenido por el público. Petwouse ofrece una solución eficiente, innovadora y con un valor agregado que lo diferencia de la competencia y es que se enfoca en trabajar con empresas especialistas en el cuidado de perros y gatos generando un servicio más personalizado.
- La validación de los principales canales que son Instagram, WhatsApp y Facebook que utilizan con mayor frecuencia los usuarios fue de suma importancia, debido a que nos permitió tener un contacto más directo con los usuarios para que puedan contar con la información relevante sobre los servicios, promociones, nuestros planes, entre otras noticias. Además, estos canales han servido para recepcionar las intenciones de compra de los usuarios interesados, esto debido a que consideran una forma más rápida y eficaz de solicitar el servicio que desean sin la necesidad de ingresar a la plataforma web, sería una venta más directa.
- La validación del interés de compra nos permitió tener una perspectiva real del costo de marketing que se debe asumir para generar una mayor interacción con los usuarios y que eso lleve a una intención de compra, el resultado de ello fue que cada semana se realizaron diferentes actividades con un objetivo que llevo a que se generen las ventas. Posterior a ello, los resultados obtenidos nos ayudarían a tener una perspectiva real de lo que serían nuestras ventas, se pudo obtener el crecimiento mensual de las ventas, el gasto promedio de marketing, entre otros factores que ayudarían a ver la viabilidad del negocio.

10. RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar una mayor promoción en las estrategias de marketing y contenido en las redes sociales y dirigirse a grupos más específicos de nuestro segmento para a ganar un mayor mercado, esto se debe complementar con una mayor cantidad de publicaciones de la plataforma web sobre los servicios, promociones, planes, etc., al generar publicidad de manera más frecuente puede incrementar nuestro público objetivo.
- Se recomienda desarrollar una conexión entre la plataforma web con el canal de WhatsApp donde más se han presentado las intenciones de compra, para que de esta manera el usuario al ingresar al número de la empresa pueda solicitar un servicio y mediante mensajes automáticos y se le puede redirigir a la página web para que se realice el pago.
- Los usuarios recomiendan implementar otros servicios como nutrición, venta de artículos y alimentos, etc., para que nuestra plataforma web sea completa, por lo que se tendrá que realizar una mayor investigación sobre quienes podrían ser las empresas que se asocien a Petwouse para brindar sus servicios.
- Se recomienda desarrollar planes con diferentes servicios que se puedan adaptar a las diversas necesidades del cliente, de esta manera se genera una mayor demanda por los paquetes promocionados.

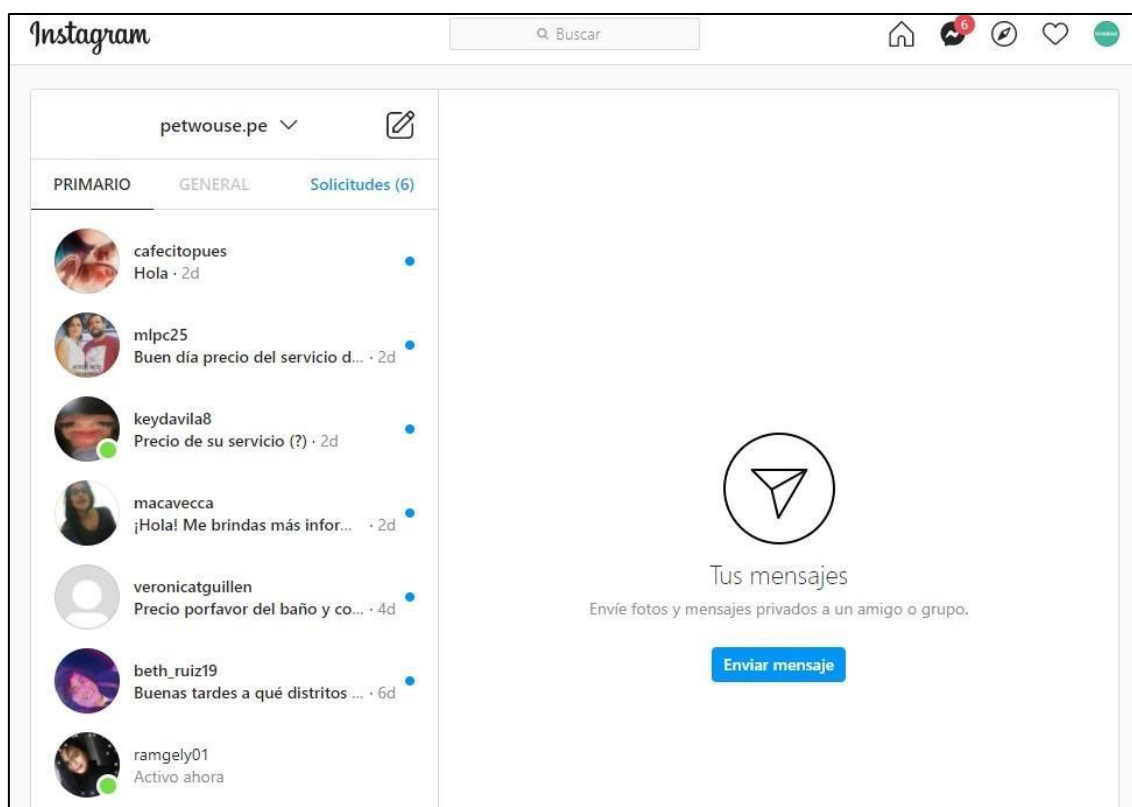
11. BIBLIOGRAFÍA

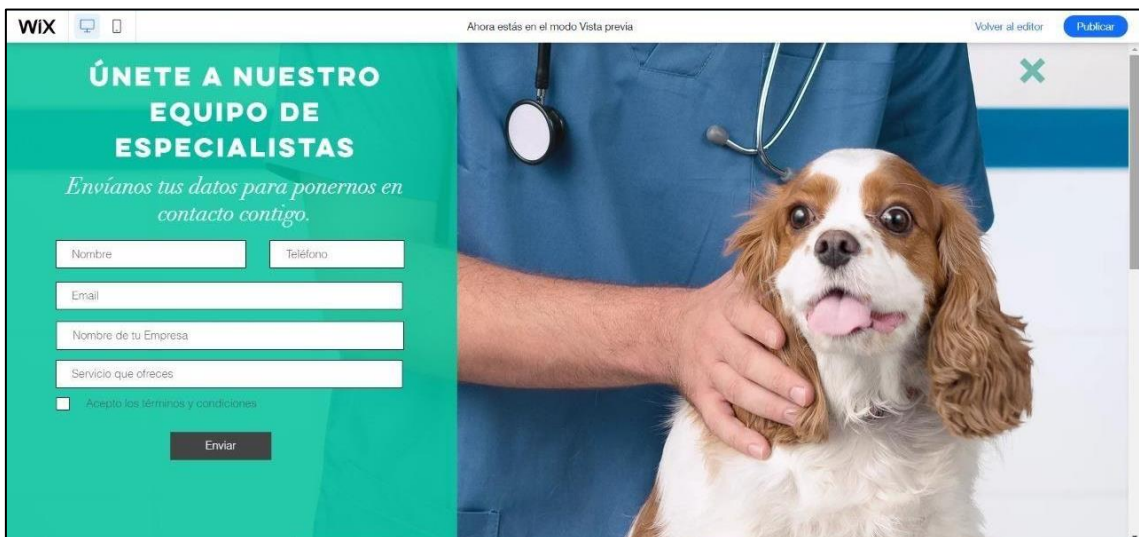
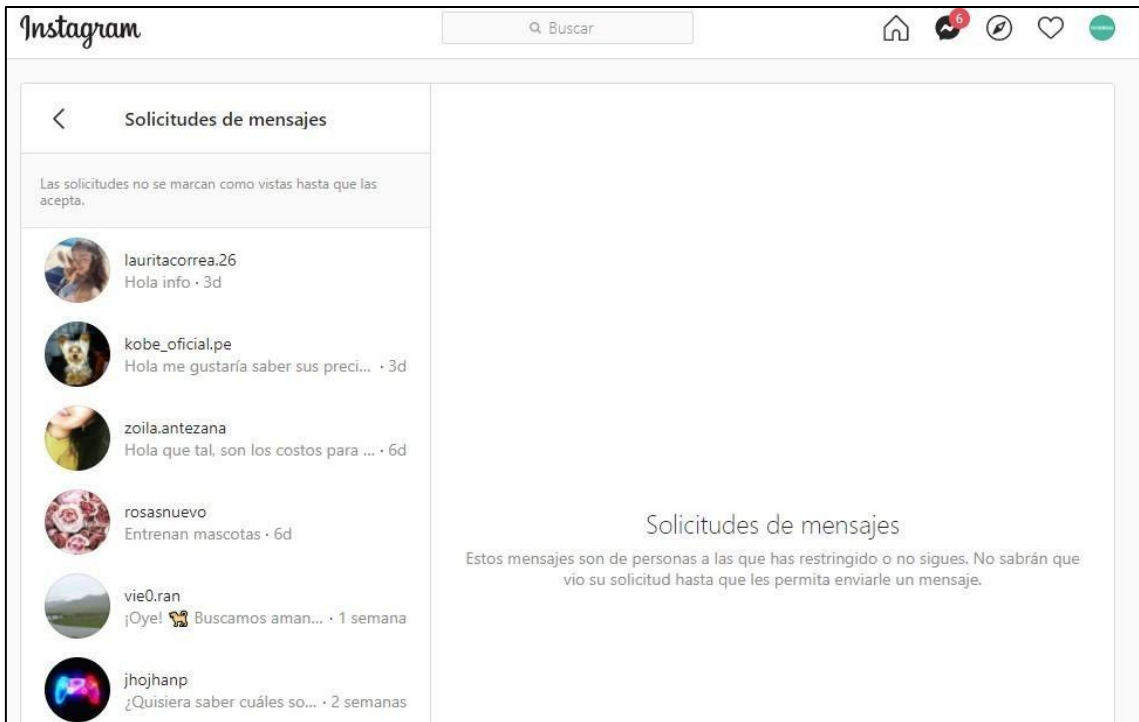
- Pérez, M. (2021). *ENTREVISTA VETERINARIO*. [Audio].
https://drive.google.com/drive/folders/11b1vAyxd1beh-J-3_NPMVN20B7pbFw1C?usp=sharing
- Pérez, M. (2021). *ENTREVISTA USUARIO (Jaqueline Cerino)*. [Video].
<https://drive.google.com/file/d/14kaErrmEjzSs52oghZHRgW5Xd67ZRTAx/view?usp=sharing>
- Pérez, M. (2021). *ENTREVISTA USUARIO (Alondra Sasso)*. [Video].
https://drive.google.com/file/d/1SNHBvC-yjXGKBTWC_YfEZOMXlePM0sHo/view?usp=sharing
- Pérez, M. (2021). *ENTREVISTA PASEADOR*. [Video].
https://drive.google.com/file/d/1SIsDSqs9eU-Fbix1-l_cKL9pnLNL_Olb/view?usp=sharing
- Pérez, M. (2021). *ENTREVISTA PASEADOR*. [Video].
<https://drive.google.com/file/d/1MUtmv1FjIZOX9s4YIXFbvzB5sXnjIMUK/view?usp=sharing>
- Pérez, M. (2021). *ENTREVISTA GROOMING*. [Video].
<https://drive.google.com/file/d/1zfGwM4Yrzaabfa03s434PefoGhTLPU3t/view?usp=sharing>
- Pérez, M. (2021). *ENTREVISTA GROOMING*. [Video].
<https://drive.google.com/file/d/1eaUDFyhCz7P1xVOZ90dTTt3IXCnoJYxj/view?usp=sharing>
- Pérez, M. (2021). *ENTREVISTA A USUARIO (Irazú Briseño)*. [Video]. <https://drive.google.com/file/d/15mIjw9e2ftAJUXwXWCyax2A8BselgLV/view?usp=sharing>
- CamDog. (2021). Opiniones. De Facebook. Recuperado de https://web.facebook.com/camdogperu/reviews/?ref=page_internal [Fecha de consulta: 10 de junio de 2021].
- Clínica Veterinaria Groomers. (2021). Nuestras especialidades. Recuperado de <https://www.veterinariagroomers.pe/nuestras-especialidades> [Fecha de consulta: 13 de junio de 2021].
- Club can (2021). Servicios. De Facebook. Recuperado de https://web.facebook.com/Clubcan.HospedajeYAdiestramiento/services/?ref=page_internal [Fecha de consulta: 11 de junio de 2021]
- Vetplace. (2021). Servicios. Recuperado de <https://www.vetplace.pe/serviciosmascotas.htm> [Fecha de consulta: 10 de junio de 2021].
- Vicdogs Perú. (2021). Adiestramiento Canino - Vicdogs Perú. Recuperado de <http://www.vicdogsperu.com/2016/04/adiestramiento-canino-vicdogs-peru.htm> [Fecha de consulta: 12 de junio de 2021].

Vicdogs Perú. (2021) Servicios. De Facebook. Recuperado de https://web.facebook.com/vicdogsperu/services/?ref=page_interna [Fecha de consulta: 12 de junio de 2021].

Vetplace. (2021). Servicios. De Facebook. Recuperado de https://web.facebook.com/vetplace.pe/services/?ref=page_interna [Fecha de consulta: 10 de junio de 2021].

12. ANEXOS





PETWOUSE Inicio Nuestros Servicios Zona Especialistas ¡Adóptemos! ¿Quiénes somos? Contáctanos   3 Claudia ...

GROOMING

Solicitar

¿Cómo solicitar nuestro servicio de Grooming?



Personaliza tu servicio. Elige el día y hora (24 horas de anticipación)



Regístrate y completa la información de tu mascota



Completa tu información y realiza el pago

[Chat Petwouse](#)

PETWOUSE Inicio Nuestros Servicios Zona Especialistas ¡Adóptemos! ¿Quiénes somos? Contáctanos   3 Claudia ...

PASEO

Solicitar

¿Cómo solicitar nuestro servicio de Paseo



Personaliza tu servicio. Elige el día y hora (24 horas de anticipación)



Regístrate y completa la información de tu mascota



Completa tu información y realiza el pago

[Chat Petwouse](#)

PETWOUSE Inicio Nuestros Servicios Zona Especialistas ¡Adóptemos! ¿Quiénes somos? Contáctanos   3 Claudia ...

¿Qué incluye nuestro servicio de Paseo?

Descripción

Nuestro servicio de Paseo le ofrece a nuestros engreid@s una atención completa, personalizada y con los mejores especialistas. Tu engreid@ estará en las mejores manos y recibirá el mejor la mejor atención.

Servicio de Paseo

- ✓ Paseo de 30 min a 60 min por día.
- ✓ Paseo de 1 a 3 mascotas por grupo (si la mascota es agresiv@ sera individual)
- ✓ Paseo diarios, semanales, mensuales, interdiarios.

Mascotas atendidas


Perros

Coméntanos, ¿cómo estuvo tu experiencia?

Nombre Email

[Chat Petwouse](#)

PETWUSE Inicio Nuestros Servicios Zona Especialistas ¡Adóptemos! ¿Quiénes somos? Contáctanos  3  Claudia ...



HOSPEDAJE

Solicitar

¿Cómo solicitar nuestro servicio de Hospedaje







Personaliza tu servicio. Elige el día y hora (24 horas de

Regístrate y completa la información de tu

Completa tu información y

 Chat Petouse




PETWUSE Inicio Nuestros Servicios Zona Especialistas ¡Adóptemos! ¿Quiénes somos? Contáctanos  3  Claudia ...



VETERINARIA

Solicitar

¿Cómo solicitar nuestro servicio de Veterinaria?

Personaliza tu servicio. Elige el día y hora (24 horas de

Regístrate y completa la información de tu

Completa tu información y

 Chat Petouse

PETWUSE Inicio Nuestros Servicios Zona Especialistas ¡Adóptemos! ¿Quiénes somos? Contáctanos  3  Claudia ...



ADIESTRAMIENTO

Solicitar

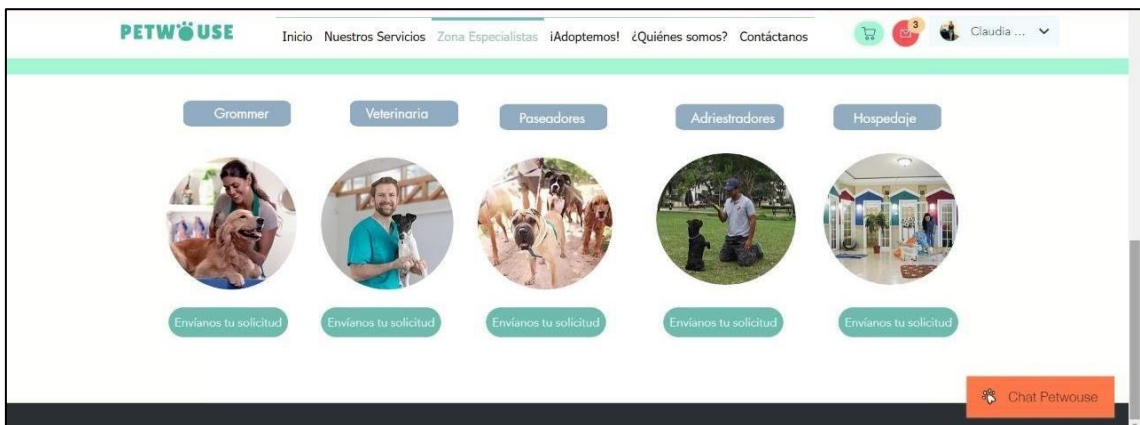
¿Cómo solicitar nuestro servicio de Adiestramiento?





 Chat Petouse

Petw (8).png   Mostrar todo



PETW@USE Inicio Nuestros Servicios Zona Especialistas ¡Adoptemos! ¿Quiénes somos? Contáctanos Claudia ...

¡Adoptemos!

Crear publicación

Título

¿Qué información deseas compartir?

Publicar **Compartir**

Chat Petwouse

PETW@USE Inicio Nuestros Servicios Zona Especialistas ¡Adoptemos! ¿Quiénes somos? Contáctanos Claudia ...

Perro de 1 año
 Hola! Mi perrito tiene 1 año. Es cariñoso y tranquilo. Estoy buscando una familia que le pueda dar un hogar, ya que por motivos personales ya no puedo tenerlo conmigo.
Cellular: 949123456
 Dónde: 849123456

Gatito de 9 meses
 Developer
 Estoy buscando una familia para este gatito que encontré. Interesados envíenme un mensaje a mí.
Instagram: @iscrodiqwe23

Conejito curioso
 Hola! Mi conejito tiene 1 año. Lo estoy dando en adopción porque no puedo tenerlo en mi departamento y estoy en busca de un hogar que le pueda dar cariño.

Chat Petwouse

PETW@USE Inicio Nuestros Servicios Zona Especialistas ¡Adoptemos! ¿Quiénes somos? Contáctanos Claudia ...

¿cómo es el proyecto?
 Por ello, decidimos crear un lugar digital que ayude a encontrar a los mejores especialistas para una mayor confianza y facilitar encontrar diversos servicios en una misma plataforma.

Los engraidos del Equipo Petwouse

Morita
 Martin y Martina
 Kylee
 Blanquita
 Ducati

Chat Petwouse

PETW@USE Inicio Nuestros Servicios Zona Especialistas ¡Adoptemos! ¿Quiénes somos? Contáctanos Claudia ...

Contáctanos...
 En Petwouse nos preocupamos por estar cerca de ti y atender a cualquier duda que tengas. Nuestro objetivo es que tu engraid@ pueda recibir la mejor experiencia.

E-mail
 info@petwouse@gmail.com

Redes sociales


PETW@USE
 ¿Te sientes cansado por todos los quehaceres del día y no tienes tiempo de pasar a tu mascota?
 Solicita nuestro servicio de paseo en el día y hora que tu prefieras

Estamos para responder a tus consultas a través de nuestro whatsapp en cualquier momento del día.

WhatsApp

Chat Petwouse

PETWUSE Inicio Nuestros Servicios ¡Trabaja con Nosotros! ¡Adoptemos! ¿Quiénes somos? Contáctanos Claudia O...



¿Qué servicio necesita tu mascota?

[Chat Petwouse](#)

PETWUSE Inicio Nuestros Servicios ¡Trabaja con Nosotros! ¡Adoptemos! ¿Quiénes somos? Contáctanos Claudia O...

ENGRÉER Y CUIDAR DE LA SALUD DE NUESTRAS MASCOTAS NUNCA HABÍA SIDO TAN FÁCIL!!

Paquetes Premiun



Desde \$/50.00

Mensual



Desde \$/75.00

Semestral



Desde \$/100.00

Anual

[Chat Petwouse](#)

WIX Ahora estás en el modo Vista previa [Volver al editor](#) [Publicar](#)

ÚNETE A NUESTRO EQUIPO DE ESPECIALISTAS

Envíanos tus datos para ponernos en contacto contigo.

Nombre Teléfono


Email

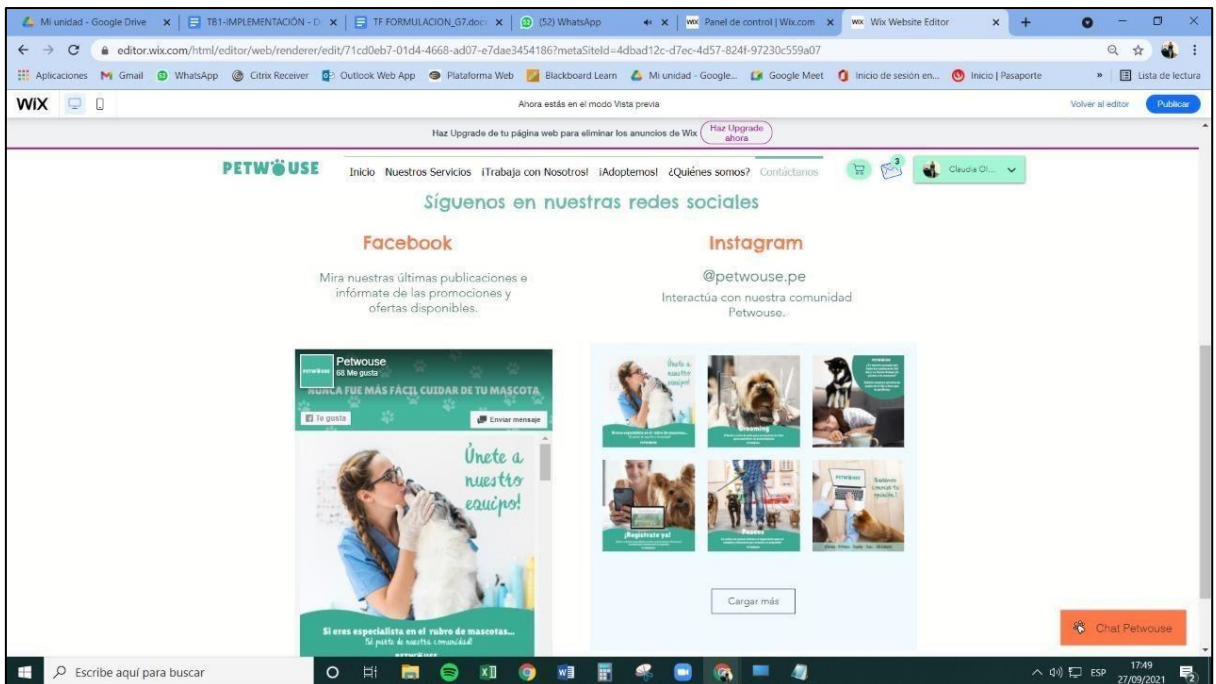
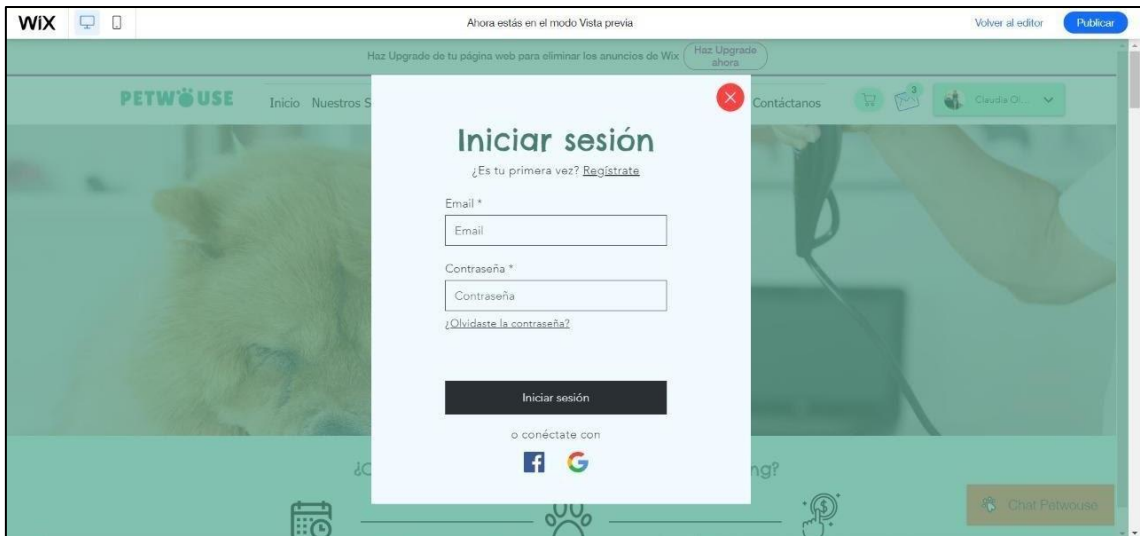
Nombre de tu Empresa

Servicio que ofrece

Acepto los términos y condiciones

[Enviar](#)






WIX

Ahora estás en el modo Vista previa

Haz Upgrade de tu página web para eliminar los anuncios de Wix [Haz Upgrade ahora](#)




PETWOUSE Inicio Nuestros Servicios Trabaja con Nosotros! ¡Adóptenos! ¿Quiénes somos? Contáctanos [Crea una O...](#)



VETERINARIA

[Solicitar a domicilio](#) [Solicitar a clínica](#)

¿Cómo solicitar nuestro servicio de Veterinaria?

 Personaliza tu servicio. Elige el día y hora (24 horas de anticipación)
  Regístrate y completa la información de tu mascota
  Completa tu información y realiza el pago

[Chat Petwouse](#)

Escribe aquí para buscar

17:50 27/09/2021

WIX

Ahora estás en el modo Vista previa

Contacta a una veterinaria

Envía tu solicitud y una veterinaria se estará contactando contigo para coordinar una cita en la clínica.

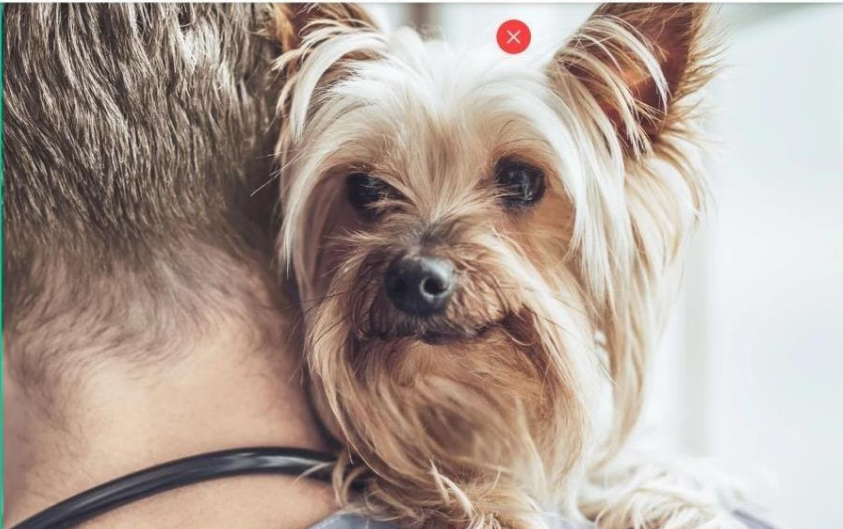
Nombre Apellido

Email

Teléfono

¿Para qué solicitas a una cita?

[Enviar](#)



WIX

Ahora estás en el modo Vista previa

Contacta a un Hospedaje

Llena el formulario y un hospedaje se pondrá en contactando contigo para separar la reserva de tu mascota

Nombre Apellido

Email

Teléfono

¿Para qué solicitas a una cita?

[Enviar](#)

