



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE NEGOCIOS

PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

PROGRAMA ACADÉMICO DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN

Proyecto CuidaPets

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Para optar por el grado de bachiller en Administración y Negocios Internacionales

Para optar por el grado de bachiller en Administración y Finanzas

Para optar por el grado de bachiller en Contabilidad y Administración

AUTOR(ES)

Huillca Espillico, Delia Patricia (0000-0002-8506-1536)

Cubas Leon, Sebastian Kevin (0000-0002-4861-324X)

Chumpitaz Levano, Gianmarco (0000-0001-5779-6933)

Chavez Gamarra, Wilbert Francescoly (0000-0002-4882-4653)

Ccaico Quicaño, Jenny Maribel (0000-0003-2610-4070)

ASESOR

Zavala Lucar, Christian Enrique (0000-0001-5424-1334)

Lima, [8 de Julio del 2022]

DEDICATORIA

[A nuestros amigos, familiares y seres queridos que ya no se encuentran con nosotros.]

RESUMEN

El presente proyecto de investigación consiste en la constitución de una interfaz móvil a partir de una problemática evidenciada en Lima Metropolitana. En ocasiones, las personas que tienen mascota a su cargo, no gozan del tiempo suficiente para dedicarles a causa de múltiples factores. Por ejemplo, horarios complicados de carácter laboral, viajes imprevistos, reuniones con espacios prohibidos para animales, etc. Del mismo modo, existe una constante preocupación y frustración del usuario por no saber con quién dejar a su ser querido. Ante ello, nace Cuida Pets, un aplicativo móvil que brinda un espacio dinámico que ofrece múltiples alternativas a los dueños de mascotas. Teniendo la facilidad de encontrar al cuidador idóneo según su cercanía en el mapa de geolocalización. Tomando en cuenta estos elementos es cómo el App móvil Cuida Pets busca generar una presencia imponente dentro de una industria con proyecciones de crecimiento sostenido.

A través de la validación del problema se evidenció la existencia de un elemento que requiere solución. A través de múltiples experimentos y herramientas se ratificó el modelo de negocio que permitió establecer resultados concretos en cada uno de los cuadrantes del Business Model Canvas. Asimismo, se obtuvo intereses de compras concretas mediante la comercialización del producto mínimo viable, lo que evidencia la existencia objetiva de adquirir el servicio por parte de nuestro público objetivo. Por último, mediante el uso de un análisis crítico y cognitivo, se elaboró el plan financiero para obtener indicadores que comprueben la validez y viabilidad del proyecto.

Palabras clave: Cuidapets; cuidadores; mascotas; aplicativo; paseo de mascotas

ABSTRACT

This research project consists of the constitution of a mobile interface based on a problem identified in Metropolitan Lima. Sometimes, people who have a pet in their care do not have enough time to dedicate them due to multiple factors. For example, complicated work schedules, unforeseen trips, meetings with forbidden spaces for animals, etc. Similarly, there is a constant worry and frustration of the user at not knowing who to leave their loved one with. With this in mind, Cuida Pets is born, a mobile application that provides a dynamic space that offers multiple alternatives to pet owners. Having the facility to find the right caregiver according to their proximity on the geolocation map. Taking these elements into account is how the mobile App Cuida Pets seeks to generate an imposing presence within an industry with projections of sustained growth.

The validation of the problem revealed the existence of an element that requires a solution. Through multiple experiments and tools, the business model was ratified that allowed the establishment of concrete results in each of the quadrants of the Business Model Canvas. Concrete purchasing interests were also obtained through the marketing of the minimum viable product, which shows the objective existence of purchasing the service by our target audience. Finally, through the use of critical and cognitive analysis, the financial plan was developed in order to obtain indicators to test the validity and viability of the project.

Keywords: Cuidapets; caregivers; pets; application; pet walk

ÍNDICE DE CONTENIDO

1. Descripción de la idea de negocio	16
1.1 Análisis del entorno	16
1.2 Necesidad del cliente	16
1.3 Viabilidad	16
1.4 Tendencias Claves.....	17
2. Validación del problema	19
2.1. Breve explicación del problema que se espera resolver.	19
2.2. Diseño y guía de entrevistas de exploración.....	19
2.3. Resultados obtenidos.....	46
2.4. Análisis y aprendizajes.....	47
3. Value Proposition Canvas	47
3.1. Perfil del cliente.....	47
3.2. Mapa de valor	47
3.3. Encaje	48
3.4. Descripción de la propuesta de valor	48
3.5. Identificación de elementos diferenciales (versus competidores)	48
4. Business Model Canvas	52
4.2. Desarrollo y sustento de cuadrantes.....	54
5. Validación de la Solución.....	56
5.1 Validación técnica de la solución.	70
5.1.1 Experimento 01 (Entrevistas individuales a 5 usuarios)	70
5.1.2 Experimento 02 (Entrevista a experto)	76
5.1.3 Experimento 03 (Entrevistas individuales a 5 usuarios.)	80
5.1.4 Experimento 04 (Focus group a usuarios).....	96
6. Validación del modelo de negocio.	100
6.1 Experimento 1: Entrevistas a experto(Veterinarios)	100
6.1.1 Objetivo del experimento	100
6.1.2 Diseño y desarrollo del experimento	100
6.1.3 Análisis e interpretación de los resultados	102
6.1.4. Aprendizajes y cambio a realizar	103

6.1.5. Sustentación de las validaciones.....	103
6.2. Experimento 2: Entrevista a experto (programador)	103
6.2.1 Objetivo del experimento	103
6.2.2 Diseño y desarrollo del experimento	103
6.2.3 Análisis e interpretación de los resultados	105
6.2.4. Aprendizajes y cambios a realizar	106
6.2.5 Sustentación de las validaciones.....	106
6.3 Experimento 3: Entrevista individual a expertos.	106
6.3.1 Objetivo del experimento	106
6.3.2 Diseño y desarrollo del experimento	106
6.3.3 Análisis e interpretación de los resultados	108
6.3.4. Aprendizajes y cambios a realizar	108
6.3.5 Sustentación de las validaciones.....	108
6.4 Experimento 4: Anuncio en redes sociales	108
6.4.1 Objetivo del experimento	108
6.4.2 Diseño y Desarrollo del experimento.....	109
6.4.3 Análisis e interpretación de los resultados	111
6.4.4 Aprendizajes y cambios a realizar.	111
6.4.5 Sustentación de las validaciones.....	111
6.5 Experimento 5: Entrevista a expertos	115
6.5.1 Objetivo del experimento	115
6.5.2 Diseño y Desarrollo del experimento.....	115
6.5.3 Análisis e interpretación de resultados	116
6.5.4 Aprendizaje.....	117
6.5.5 Sustentación de la validación	117
6.7 Experimento 7: Fuente secundaria	117
6.7.1 Objetivo del experimento	118
6.7.2 Diseño y Desarrollo del experimento.....	118
6.7.3 Análisis e interpretación de resultados	121
6.7.3 Aprendizaje.....	121
6.7.4 Sustentación de las validaciones.....	121
7. Plan de Ejecución del Concierge	123
7.1 Mercado Meta	124
7.2 Objetivos del concierge por semana	125
7.3. Experimentos	126

7.3.1 Experimento 1: Publicidad pagada con promociones.....	126
7.3.2. Experimento 2: Definir precio final de venta	135
7.3.3 Experimento 3: Publicidad pagada en Facebook	142
7.3.4 Experimento 4: Publicidad pagada en Facebook	147
8. Plan de Marketing.....	159
8.1 Objetivos de Marketing	159
8.2 Estrategias de Marketing - Corto Plazo (1-2 años)	159
8.2.1 Producto	159
8.2.2 Precio	163
8.2.3 Plaza	168
8.2.4 Promoción	169
8.3 Estrategias de Marketing - Mediano Plazo (2-3 años)	170
8.3.1 Producto	170
8.3.2 Precio	170
8.3.3 Plaza	171
8.4.4 Promoción	172
8.4 Estrategias de Marketing - Largo Plazo (3-4 años).....	172
8.4.1 Producto	172
8.4.2 Precio	175
8.4.3 Plaza	176
8.4.4 Promoción	176
8.5 Estrategias de fidelización	177
8.5.1 Monitoreo continuo del comportamiento del cliente.....	177
8.5.2 Brindar una vivencia superior	177
8.5.3 Lograr identificación de marca.....	177
8.5.4 Desarrollar comunidades.....	178
8.6 Plan de Marketing 3 años	178
8.6.1 Plan de marketing año 1 etapa introducción	178
8.6.2 Plan de marketing año 2 etapa crecimiento	179
8.6.3 Plan de marketing año 3 etapa de desarrollo	180
8.6.4. Presupuesto plan de marketing año 1 - Etapa introducción	183
8.6.5. Presupuesto plan de marketing año 2 - Etapa de crecimiento	185
8.6.6 Presupuesto plan de marketing año 3 - Etapa de desarrollo.....	187
9. Plan Financiero.....	189
9.1 Proyección de ventas (Ingresos).....	189

9.2 Presupuesto de Egresos.....	191
9.3 flujo de caja.....	195
9.4 Inversión inicial	199
9.5. Indicadores financieros	199
9.6. Análisis Financiero	200
9.7 financiamiento	202
10. Anexos.....	203

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Ficha de observación nº1	21
Tabla 2	Ficha de observación nº2.....	22
Tabla 3	Ficha de observación nº3.....	23
Tabla 4	Ficha de observación nº4.....	24
Tabla 5	Ficha de observación nº5.....	25
Tabla 6	Ficha de observación nº6.....	26
Tabla 7	Ficha de observación nº7.....	27
Tabla 8	Ficha de observación nº8.....	28
Tabla 9	Ficha de observación nº9.....	29
Tabla 10	Ficha de observación nº10	30
Tabla 11	Ficha de observación nº1	31
Tabla 12	Ficha de observación nº2	32
Tabla 13	Ficha de observación nº3	33
Tabla 14	Ficha de observación nº4	34
Tabla 15	Ficha de observación nº5	35
Tabla 16	Ficha de observación nº6	36
Tabla 17	Ficha de observación nº7	37
Tabla 18	Ficha de observación nº8	38
Tabla 19	Ficha de observación nº9	39
Tabla 20	Ficha de observación nº10	40
Tabla 21	Ficha de observación nº11	41
Tabla 22	Ficha de observación nº12	42
Tabla 23	Ficha de observación a experto nº1.....	43
Tabla 24	Ficha de observación a experto nº2.....	44
Tabla 25	Ficha de observación a experto nº3.....	45
Tabla 26	Identificación de elementos diferenciales	49
Tabla 27	Bitácora de actividades nº1	71
Tabla 28	Malla receptora nº1	74
Tabla 29	Bitácora de actividades nº2	77
Tabla 30	Malla receptora nº2.....	78

Tabla 31	Bitácora de actividades n°3	84
Tabla 32	Malla receptora n°3.....	92
Tabla 33	Bitácora de actividades n°4	96
Tabla 34	Malla receptora n°4.....	98
Tabla 35	Bitácora de actividades n°5	101
Tabla 36	Malla receptora n°5.....	102
Tabla 37	Bitácora de actividades n°6	104
Tabla 38	Malla receptora n°7.....	105
Tabla 39	Bitácora de actividades n°8	107
Tabla 40	Malla receptora n°8.....	108
Tabla 41	Diseño y desarrollo del experimento – anuncio en redes	109
Tabla 42	Bitácora de actividades n°9	110
Tabla 43	Diseño y desarrollo del experimento - entrevista	115
Tabla 44	Bitácora de actividades n° 10.....	116
Tabla 45	Diseño y desarrollo del experimento – fuentes secundarias.....	118
Tabla 46	Bitácora de actividades n°11	119
Tabla 47	Mercado objetivo.....	124
Tabla 48	Mercado disponible.....	125
Tabla 49	Objetivos del concierge.....	125
Tabla 50	Bitácora de actividades n°12	127
Tabla 51	Bitácora de actividades n°13	136
Tabla 52	Bitácora de actividades n°14	142
Tabla 53	Bitácora de actividades n°15	148
Tabla 54	Plan de marketing año 1	178
Tabla 55	Plan de marketing año 2	179
Tabla 56	Plan de marketing año 3	180
Tabla 57	Presupuesto plan de marketing año 1	183
Tabla 58	Presupuesto plan de marketing año 2	185
Tabla 59	Presupuesto plan de marketing año 3	187
Tabla 60	Intenciones y crecimientos de ventas del año 1.....	189
Tabla 61	Tabla: Crecimientos de ventas del año 2.....	190
Tabla 62	Tabla: Crecimiento de ventas del año 3.....	190
Tabla 63	Tabla: Ingresos anuales	190
Tabla 64	Comisión del cuidador	195
Tabla 65	Flujo de caja mensual – año 1	195

Tabla 66	Flujo de caja mensual – año 2	196
Tabla 67	Flujo de caja mensual – año 3	196
Tabla 68	Flujo de caja anual.....	197
Tabla 69	Inversión necesaria para el proyecto	199
Tabla 70	Costo de oportunidad.....	199
Tabla 71	Indicadores financieros	200
Tabla 72	Margen de utilidad neta	200
Tabla 73	Utilidad neta	202
Tabla 74	Capital por socio	202

ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 1	Storyboard	18
Ilustración 2	Mapa de valor y perfil de cliente	47
Ilustración 3	Business Model Canvas	52
Ilustración 4	Logo Cuidapets	57
Ilustración 5	Registro y acceso a la aplicación	57
Ilustración 6	Búsqueda de cuidadores	58
Ilustración 7	Solicitar servicio, acceso a chat y calendario	58
Ilustración 8	Ver la disponibilidad de tiempo del cuidador	58
Ilustración 9	Ajustar el tipo de servicio requerido.....	59
Ilustración 10	Visualizar las aceptaciones del servicio	59
Ilustración 11	Pagar por el servicio brindado.....	60
Ilustración 12	Chatear, realizar llamadas y video llamadas con el cuidador.....	60
Ilustración 13	Definir el medio de pago y efectuar el pago	61
Ilustración 14	Calificar el servicio y dar comentarios	61
Ilustración 15	Resolver dudas o reclamos	62
Ilustración 16	Notificar al usuario.....	62
Ilustración 17	Comunidad en línea - subir imágenes.....	63
Ilustración 18	Comunidad en línea - comentar	63
Ilustración 19	Configuración	63
Ilustración 20	Seguridad y protección.....	64
Ilustración 21	Soporte.....	64
Ilustración 22	Itinerario	65
Ilustración 23	Ubicación - cuidadores cerca	65
Ilustración 24	Ubicación en tiempo real de la mascota.....	65
Ilustración 25	Arquitectura y diseño visual.....	66
Ilustración 26	Diseño de la interacción	67
Ilustración 27	Arquitectura y diseño visual.....	68
Ilustración 28	Diseño de la interacción	70
Ilustración 29	Prototipo que el usuario visualizó.....	76
Ilustración 30	Prototipo que el experto visualizó.....	80

Ilustración 31	Diseño	81
Ilustración 32	Comunidad en línea	82
Ilustración 33	Nosotros	82
Ilustración 34	Envío comprobante correo electrónico	83
Ilustración 35	Asistente virtual	83
Ilustración 36	Ubicación en tiempo real	84
Ilustración 37	Prototipo que el usuario visualizó:	95
Ilustración 38	Prototipo que los usuarios visualizaron	99
Ilustración 39	Creación de página y portada en Facebook.....	112
Ilustración 40	Publicación realizada en Facebook.....	112
Ilustración 41	Estadísticas de la publicación en Facebook.....	112
Ilustración 42	Mensajes recibidos a partir de la publicación en Facebook	112
Ilustración 43	Tiempo de respuesta corto gracias al chat box	114
Ilustración 44	Grado de satisfacción - Expectativa	114
Ilustración 45	Costos de licencias	122
Ilustración 46	Costos de publicidad y marketing.....	122
Ilustración 47	Costos de desarrollo y mantenimiento	123
Ilustración 48	Anuncio pagado	127
Ilustración 49	Estadísticas del anuncio.....	128
Ilustración 50	Embudo de conversión n°1	129
Ilustración 51	Conversión final del proceso	129
Ilustración 52	Persona que solícito agendar una reserva	131
Ilustración 53	Foto del servicio brindado-Mascotas Layo y Firu	132
Ilustración 54	Persona que solícito agendar una reserva	133
Ilustración 55	Captura de pantalla acerca de las fotos mandadas al dueño.....	134
Ilustración 56	Fotos del servicio brindado-Mascotas Ceci y Blu	134
Ilustración 57	Anuncio pagado	136
Ilustración 58	Estadísticas del anuncio.....	136
Ilustración 59	Embudo de conversión n°2	138
Ilustración 60	Conversión final del proceso	138
Ilustración 61	Chat del primer servicio.....	140
Ilustración 62	Fotos de la mascota del primer servicio	140
Ilustración 63	Chat del segundo servicio:	141
Ilustración 64	Fotos de la mascota del segundo servicio.....	141
Ilustración 65	Anuncio pagado	143

Ilustración 66	Vista previa del anuncio pagado	144
Ilustración 67	Estadística de la publicación	144
Ilustración 68	Embudo de conversión nº3	145
Ilustración 69	Conversión final del proceso	145
Ilustración 70	Chat del interés de compra	147
Ilustración 71	Anuncio pagado	149
Ilustración 72	Estadística del anuncio.....	149
Ilustración 73	Embudo de conversión nº4	150
Ilustración 74	Conversión final del proceso	151
Ilustración 75	Persona que concretó la venta del servicio - Mascota Pikachu....	153
Ilustración 76	Chat con el potencial cliente.....	155
Ilustración 77	Fotos del servicio realizado - Mascota Pikachu.....	156
Ilustración 78	Conversación con el dueño de Pikachu	158
Ilustración 79	Logo cuidapets	161
Ilustración 80	Ciclo de vida cuidapets.....	162
Ilustración 81	Matriz ansoff - cuidapets	163
Ilustración 82	Ciclo de vida.....	164
Ilustración 83	Página de Facebook de los competidores:.....	164
Ilustración 84	Chats de evidencia de precios de la competencia	166
Ilustración 85	Flyer de promoción.....	169
Ilustración 86	Ciclo de vida cuidapets.....	170
Ilustración 87	Ropas para mascotas.....	173
Ilustración 88	Juguetes para mascotas	173
Ilustración 89	Alimentos para mascotas	174
Ilustración 90	Validación de la marca en Facebook	175
Ilustración 91	Mantenimiento de app.....	192
Ilustración 92	Costo de internet	193
Ilustración 93	Costo de licencia	193
Ilustración 94	Salario promedio de un community manager	194
Ilustración 95	Costo de un anuncio por Facebook.....	203
Ilustración 96	Costo de una historia por Facebook.....	204
Ilustración 97	Costo de un influencer por historias en las redes sociales.....	206
Ilustración 98	Costo de un anuncio por Facebook.....	206
Ilustración 99	Costo de un baño	208
Ilustración 100	Pago de influencer promoviendo la marca.....	209

Ilustración 101	Costo de un reel por Facebook	209
Ilustración 102	Costo de un anuncio Facebook.....	210
Ilustración 103	Costo una gorras y polos	211
Ilustración 104	Costo de 500 volantes	212
Ilustración 105	Costo de un repartidor	213

1. Descripción de la idea de negocio

“Contratar a una persona para que cuide a tu mascota por un tiempo”

Esta idea de negocio consiste en crear un aplicativo que te ayude a encontrar una persona para que cuide de tu mascota, en caso de que tengas que salir o viajar por un tiempo determinado. El propósito del aplicativo es transmitir seguridad y confianza a los dueños de mascotas domésticas como: gatos, perros, conejos, entre otros, a conseguir un cuidador con años de experiencia cerca a la ubicación de él/ella que pueda atenderlos mientras que el dueño se encuentre fuera de casa o de la ciudad.

1.1 Análisis del entorno

El segmento de mercado al cual va dirigido el aplicativo, en primer lugar, es a las personas que tienen una mascota y no saben con quién dejarlo a cargo. Esto sucede mayormente por motivos de viajes o salidas donde no puedan llevar a sus mascotas. En relación al ciclo de vida, esta iniciativa se encuentra en la etapa de introducción, ya que no estamos posicionados ni mucho menos tenemos clientes fidelizados a la aplicación. Por esta razón, nuestros ingresos no serán tan altos y además tendremos un coste y esfuerzo muy alto. Tampoco existen aplicativos con las mismas características que brindamos a nuestro público objetivo. Por otro lado, el tamaño de mercado es muy amplio porque hay muchas familias que buscan lugares o personas responsables para dejar a sus mascotas, ya que consideran a sus mascotas como un integrante más en la familia. También existen empresas que brindan el servicio de hospedaje y que están en búsqueda de clientes que aman a sus mascotas de manera incondicional y están dispuestos a dejarlos a cargo de un desconocido, pero harán todo lo posible por cuidar bien de sus engreídos.

1.2 Necesidad del cliente

Necesidad de buscar una persona para que cuide de sus mascotas y que sea responsable. Asimismo, tienen la necesidad de encontrar variedad de opciones en un solo lugar para que puedan escoger el que más le conviene a ellos y a sus mascotas.

1.3 Viabilidad

Según un estudio realizado por IPSOS (2016), la mayoría de personas dejan a sus mascotas en un horario de 08:00 am a 18.00pm, ya que se encuentran trabajando o están indispuestos a cuidarlos. En la actualidad, los animales domésticos no son vistos solamente como animales sino como parte de la familia y muchas personas prefieren la compañía de una mascota antes de tener hijos, ya que consideran que los perros son el mejor amigo del hombre.

1.4 Tendencias Claves

Una de las principales tendencias es la globalización y la digitalización que esto conlleva. Actualmente, todas las industrias requieren de medios digitales en diferentes versiones para mejorar las actividades de las empresas, ya sea por promoción, ventas, entre otros. Debido a la pandemia muchas empresas han tenido que ser digitalizadas con la finalidad de continuar brindando los servicios sin que la gente tenga que exponerse.

En este caso, muchas personas se han ido de viaje después de haber estado encerradas en sus casas, pero no podían llevar a sus mascotas por diferentes razones, por lo que la mayoría se vieron obligados a encontrar una persona responsable y que le transmita confianza en el cuidado de su mascota.

Ilustración 1 Storyboard



2. Validación del problema

2.1. Breve explicación del problema que se espera resolver.

Hemos identificado como problema principal la falta de confianza por nuestros usuarios al no saber donde dejar a sus mascotas por temas de trabajo, salud, viaje, entre otros. Como sabemos, por diversos motivos no siempre es posible llevar a la mascota de viaje, más aún si la mascota no se siente cómodo en un carro o en un avión. Como consecuencia la mayoría de los dueños deben cancelar planes ya agendados o en el peor de los casos dejar a sus mascotas encerradas. A lo que se ven forzados a tener un régimen de tiempo establecido para regresar a casa o abstenerse a pasar días fuera de ella. Debido a que no conocen a alguna persona de confianza que les transmita seguridad y tranquilidad en el cuidado de sus mascotas. En virtud de ello, este será el problema en el cual nos enfocaremos y desarrollaremos en adelante.

2.2. Diseño y guía de entrevistas de exploración

En este punto se presenta la guía de preguntas propuesta por el grupo, realizadas con el objetivo de emplear entrevistas de exploración que harán a 20 usuarios y 5 expertos que corresponden al público objetivo de la idea de negocio seleccionada, asimismo se llegó a hacer fichas de entrevista de empatía donde se puede apreciar las preguntas realizadas a ellos y los principales hallazgos encontrados. Por otro lado, al final como anexo se adjuntará los links correspondientes como evidencia visual. Fichas de observación de las entrevistas realizadas a posibles usuarios y expertos primera ronda de preguntas:

Guía de preguntas para los usuarios

1. ¿Cuentas con alguna mascota? ¿Cuál es?
2. Alguna vez has dejado a tu mascota a cuidado de otro? ¿Coméntanos cómo fue la experiencia?
3. ¿Cada cuánto ocurre? y usualmente ¿por qué razón es?
4. ¿Por qué motivos dejarías a tu mascota al cuidado de otra persona?
5. ¿Cuánto tiempo ha sido lo mínimo y máximo que has dejado solo a tu mascota?
6. ¿Qué factores consideras importantes que tenga la persona que cuide a tu mascota?
7. ¿Si por algún motivo tuvieras que salir o irse de viaje a que personas dejarías a cargo tu mascota, algún familiar o qué otras opciones has pensado?
8. ¿Qué sentimientos tiene al no saber con quien dejar a su mascota?
9. ¿Describe a tu mascota y sus requerimientos o actividades que debe hacer diario?

10. ¿Crees que hay algo que mejorar en cuanto a la forma de cuidar a tu mascota?
11. ¿Cómo te aseguramos de que tu mascota está siendo bien cuidada y tratada?
12. ¿Qué características debería de tener el lugar en donde dejarías a tu mascota si tuvieras que salir o viajar?
13. ¿Qué tipo de sentimientos te causa o crees que te causaría el dejar a tu mascota con una persona desconocida?
14. ¿Qué dificultades encuentras al momento de buscar donde dejar a tu mascota cuando vas a salir de casa?

Guía de preguntas para los expertos

1. ¿Cuál es el tiempo máximo y mínimo que ha tenido que cuidar a sus mascotas?
2. Normalmente ¿por qué motivos dejan sus clientes a sus mascotas a su cuidado?
3. ¿Cuánto de ganancia obtiene por cuidar de mascotas?
4. ¿Nos puede comentar si ha tenido algún tipo de inconveniente al cuidar a una mascota?
5. ¿Qué servicios incluye el cuidado de la mascota?
6. ¿Cómo es su día cuando cuida a la mascota?
7. ¿Cuál ha sido su mejor experiencia cuidando a mascotas?
8. ¿Qué requisitos pide usualmente a sus clientes para ofrecer sus servicios de cuidado de mascotas?
9. ¿Cuáles son los factores que influyen para aceptar o no a una mascota?
10. ¿Qué implementos se necesita para tener una mascota bien atendida?
11. Desde su perspectiva ¿Por qué cree que sus clientes vuelven a preferir sus servicios?
12. ¿Mantiene contacto con el dueño de la mascota durante su cuidado? ¿Por qué? 13. ¿Qué actitud tomas y qué acciones realizas para que un cliente confíe en que cuidarás muy bien de su mascota?
14. ¿Qué problemas ha tenido al cuidar de una mascota que no es suya?
15. ¿En dónde realiza el servicio de cuidado de mascotas (Veterinaria/en casa/hospedaje/otro)? ¿Por qué? ¿Qué beneficios obtienen sus clientes cuando cuidan a su mascota en este lugar?
16. ¿Con cuánta anticipación pueden los clientes separar cita para que cuides a su mascota?

i. Entrevista a personas del público objetivo (20 entrevistas)

Tabla 1 Ficha de observación n°1

Ficha de observación N° 01	Proceso de investigación Cualitativa – Entrevistas	Datos de los entrevistados
Entrevistadora: - Jenny Ccaico	Problema Principal Preocupación del dueño al no saber dónde dejar seguro a su mascota al salir de casa por un tiempo prolongado.	
Fecha: 11/09/2021	Resumen de la entrevista 01: La entrevistada cuenta con un perrito, llamado Lulu tiene casi dos años con ella. Siempre para con ella y las veces que sale siempre lo deja a cargo con su familia nuclear o aveces sola. Esto ocurre por razones como el trabajo o estudios y como maximo lo deja 4 o 5 horas. Los factores que considera importante en una persona para que cuide de su perrita es que brinde una buena atención, que le guste los animales, que le de su comida a sus horas y que sea cariñoso. Si en caso tuviera que salir ha pensado en dejarlo con un familiar o una persona conocida. Cuando no sabe con quien dejar a su perrita se preocupa mucho y no se preocupa mucho porque sabe con quien dejarla y porque sabe que la tratan bien, ya que es un familiar cercano. El monto aproximado que pagaria porque cuiden a su mascota seria 50 soles. La perrita es muy juguetona, le gusta ensuciar. Piensa que hay mucho que mejorar sobre todo enseñarle a comportarse y a orinar en un lugar especifico. Su forma de asegurarse de que su mascota esta siendo bien tratada es mediante es llevandola al medico veterinario. Las características que debería tener el lugar para dejarlo es que tenga un buen ambiente y un lugar amplio. Tambien dijo que se sentiria preocupada y ansiosa al dejar a su perrita con una persona desconocida porque no sabe como la va a tratar. Patrones observados: Se puede observar en esta entrevista que ella no confia mucha en las personas y que seria muy dificil para ella dejar su mascota a cargo de un desconocido. También se preocupa mucho por no saber con quien dejar a su mascota y tiene miedo de que las personas no tengan paciencia con su perrita porque no sabe comportarse. Una persona que no sabe tratar con animales lo podría lastimar y creo eso que es su mayor preocupación acerca de dejar a su mascota con una persona desconocida.	Nombre: Maria Isabel Felices
Hora: 3:20 – 3:30 pm		Carrera: Educación inicial
Mascotas: Perrita-Lulu		Trabajo: Profesora
Preguntas Planteadas: ¿Cuentas con alguna mascota? ¿Cuál es? ¿Alguna vez has dejado a tu mascota a cuidado de otro? ¿Coméntanos cómo fue la experiencia? ¿Cada cuánto ocurre? y usualmente ¿por qué razón es? ¿Por qué motivos dejarías a tu mascota al cuidado de otra persona? ¿Cuánto tiempo ha sido lo mínimo y máximo que has dejado solo a tu mascota? ¿Qué factores consideras importantes que tenga la persona que cuide a tu mascota? ¿Si por algún motivo tuvieras que salir o irse de viaje a que personas dejarías a cargo tu mascota, algún familiar o qué otras opciones has pensado? ¿Qué sentimientos tiene al no saber con quién dejar a su mascota? ¿Cuánto es el monto aproximado que pagarías por que cuiden bien a tu mascota? ¿Describe a tu mascota y sus requerimientos o actividades que debe hacer diario? ¿Crees que hay algo que mejorar en cuanto a la forma de cuidar a tu mascota ¿Cómo te aseguramos de que tu mascota está siendo bien cuidada y tratada? ¿Qué características debería de tener el lugar en donde dejarías a tu mascota si tuvieras que salir o viajar? ¿Qué tipo de sentimientos te causa o crees que te causaría el dejar a tu mascota con una persona desconocida? ¿Hay noticias en tu trabajo o universidad del regreso a modalidad presencial? ¿Qué harás con tus mascotas? ¿Qué dificultades encuentras al momento de buscar donde dejar a tu mascota cuando vas a salir de casa?		

Fuente. elaboración propia.

Link de la entrevista 01: <https://youtu.be/LPdWC1HF4V8>


Tabla 2 Ficha de observación n°2

Ficha de observación N°02	Proceso de investigación Cualitativa – Entrevistas	Datos de los entrevistados
Entrevistadora: - Jenny Ccaico	Problema Principal Preocupación del dueño al no saber dónde dejar seguro a su mascota al salir de casa por un tiempo prolongado.	
Fecha: 12/09/2021	Resumen de la entrevista 02: El entrevistado nos dijo que cuenta con una mascota macho y que son 7 meses que ha estado a cargo de otra persona, esto ocurre por motivos de trabajo, también porque no cuenta con una casa en lugar en el que reside por tal motivo no tiene el espacio suficiente para tenerlo con el y es la primera vez que lo deja. Los factores que debe de tener la persona que cuide de su mascota es que debe de amar a los animales. Las personas a las que dejaría a cargo su perrito es a personas de confianza, es decir sus familiares. El monto que pagaría para que cuiden a su mascota sería de 100 soles. Su mascota es un perro grande, no es de raza, es bien activa, cariñosa y le gusta ir a pasear a la chacra. Él piensa que debe de mejorar la forma en que lo cuida, por ejemplo poder estar para su perrito y preocuparse más de él. Su forma de asegurarse de que su perrito este bien cuidado es a través de medios digitales. Las características que debería de tener el lugar es que tenga un espacio amplio para corretear y sentirse libres. Él jamás ha dejado a su perrito con personas desconocidas por el hecho de que no sabe el trato que tiene esa persona con los animales y eso es lo que le ha impedido hacerlo. Patrones observados: En conclusión, el entrevistado no se siente listo ni cree poder confiar en personas desconocidas para que cuiden de su perrito, ya que no sabe como es la persona. También podemos ver lo difícil que es para una persona sola el cuidar de una mascota debido a su trabajo y porque no cuenta con un espacio amplio para tenerlo y el motivo principal por el que prefiere dejarlo con sus padres, ya que ellos si cuentan con un terreno en el que el perrito se puede sentir libre y cómodo. Él considera que no deben de encerrar a un perro, ya que ellos se estresan, pero también depende de la raza del animal.	Nombre: Albert Blass
Hora: 10:30 – 10:45 pm		Carrera: Administración y turismo
Mascotas: Perrito		Trabajo: Administrador
Preguntas Planteadas: ¿Cuentas con alguna mascota? ¿Cuál es? ¿Alguna vez has dejado a tu mascota a cuidado de otro? ¿Coméntanos cómo fue la experiencia? ¿Cada cuánto ocurre? y usualmente ¿por qué razón es? ¿Por qué motivos dejarías a tu mascota al cuidado de otra persona? ¿Cuánto tiempo ha sido lo mínimo y máximo que has dejado solo a tu mascota? ¿Qué factores consideras importantes que tenga la persona que cuide a tu mascota? ¿Si por algún motivo tuvieras que salir o irse de viaje a que personas dejarías a cargo tu mascota, algún familiar o qué otras opciones has pensado? ¿Qué sentimientos tiene al no saber con quién dejar a su mascota? ¿Cuánto es el monto aproximado que pagarías por que cuiden bien a tu mascota? ¿Describe a tu mascota y sus requerimientos o actividades que debe hacer diario? ¿Crees que hay algo que mejorar en cuanto a la forma de cuidar a tu mascota ¿Cómo te aseguramos de que tu mascota está siendo bien cuidada y tratada? ¿Qué características debería de tener el lugar en donde dejarías a tu mascota si tuvieras que salir o viajar? ¿Qué tipo de sentimientos te causa o crees que te causaría el dejar a tu mascota con una persona desconocida? ¿Qué dificultades encuentras al momento de buscar donde dejar a tu mascota cuando vas a salir de casa?		

Fuente. elaboración propia.

Link de la entrevista 02: <https://youtu.be/gjmLyeeon6>


Tabla 3 Ficha de observación n°3

Ficha de observación N°3	Proceso de investigación Cualitativa – Entrevistas	Datos de los entrevistados
Entrevistadora: - Akemi Mojonero Vásquez	Problema Principal Preocupación del dueño al no saber dónde dejar segura a su mascota si se va por un tiempo prolongado.	
Fecha: 11/09/2020 Hora: 5:00 – 5:20 pm	Resumen de la entrevista 04:	Nombre: María Celeste Romero
Mascota: 	La entrevistada María Celeste nos comentó que su perrita Hazel tiene 4 años. Ella nos dijo que Hazel se ha quedado solo una vez por varios días encargada con su prima y una tía. Asimismo, comentó que la experiencia fue buena pero que al no ser especialistas ni tener mucho conocimiento no se dieron cuenta de las heridas de alergia de su perrita. Es por ello que considera que para una próxima oportunidad consideraría nuevas y más características en el cuidador. Las características son: Paciente, amor por los animales, confianza, garancia, experiencia (que sepa primeros auxilios), que pueda acatar indicaciones al “pie de la letra”, que tenga un espacio grande en su casa y espacios para que pueda socializar con otros perritos o personas. Ella se preocupa mucho en pensar que Hazel podría estar sola y muchas veces alguien ha tenido que quedarse y cambiar los planes de viaje para cuidarla. Su perrita es alérgica y necesita de requerimientos como: salir todos los días al parque, darle su comida que es especialmente para la alergia, jugar varias veces al día, que duerma en su cama con sus mantas cómodamente, y que le den su pastilla en la noche. Por un lado, ella considera que, si pudiera encargar su perrita a alguien, ella recomendaría que se quede en su casa ya que, Hazel se sentiría en confianza al estar en un mismo ambiente. Asimismo, tendría que quedarse a dormir y mandarle varias veces al día fotos y videos de ella. Por otro lado, nos comentó que por orden de importancia ella llamaría para cuidar a su perrita a: Familiares o personas conocidas con las características mínimas requeridas y las cuales Hazel aprecie; una persona desconocida pero recomendada directamente por una persona de confianza; y un hogar u hotel para perritos. Por último, María Celeste nos comentó que el máximo tiempo que ha dejado sola a Hazel ha sido 1 semana, y lo mínimo 2 días; pero en un futuro no muy lejano ella necesitará de cuidadores por lo que se encuentra en otra etapa de su vida, y no quisiera que sus padres se hicieran cargo totalmente de ella.	Carrera: Arquitectura Trabajo: Arquitecta en Estudio 24/7
Preguntas Planteadas: <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuentas con alguna mascota? ¿Cuál es? 2. ¿Alguna vez has dejado a tu mascota a cuidado de otro? ¿Coméntanos cómo fue la experiencia? 3. ¿Cada cuánto ocurre? y usualmente ¿por qué razón es? 4. ¿Por qué motivos dejarías a tu mascota al cuidado de otra persona? 5. ¿Cuánto tiempo ha sido lo mínimo y máximo que has dejado solo a tu mascota? 6. ¿Qué factores consideras importantes que tenga la persona que cuide a tu mascota? 7. ¿Si por algún motivo tuvieras que salir o irse de viaje a que personas dejarías a cargo tu mascota, algún familiar o qué otras opciones has pensado? 8. ¿Qué sentimientos tiene al no saber con quién dejar a su mascota? 9. ¿Cuánto es el monto aproximado que pagarías por que cuiden bien a tu mascota? 10. ¿Describe a tu mascota y sus requerimientos o actividades que debe hacer diario? 11. ¿Crees que hay algo que mejorar en cuanto a la forma de cuidar a tu mascota? 12. ¿Cómo te aseguramos de que tu mascota está siendo bien cuidada y tratada? 13. ¿Qué características debería de tener el lugar en donde dejarías a tu mascota si tuvieras que salir o viajar? 14. ¿Qué tipo de sentimientos te causa o crees que te causaría el dejar a tu mascota con una persona desconocida? 15. ¿Hay noticias en tu trabajo o universidad del regreso a modalidad presencial? ¿Qué harás con tus mascotas? 16. ¿Qué dificultades encuentras al momento de buscar donde dejar a tu mascota cuando vas a salir de casa? 	Patrones observados: La conclusión de la entrevista es que María Celeste podría ser una cliente potencial en el aplicativo ya que, mostró apertura a nuevas alternativas en el servicio de cuidado a su perrita. Sin embargo, se debe trabajar mucho en la confianza del cliente y en los requerimientos de las personas.	

Fuente. elaboración propia.

Link de la entrevista 03: <https://www.youtube.com/watch?v=kSocbyo48y8>

Tabla 4 Ficha de observación n°4

Ficha de observación N°4	Proceso de investigación Cualitativa – Entrevistas	Datos de los entrevistados
Entrevistadora: - Akemi Mojonero Vásquez	Problema Principal Preocupación del dueño al no saber donde dejar su mascota si se va por un tiempo prolongado.	
Fecha: 11/09/2020 Hora: 8:30 – 8:50 pm	<i>Resumen de la entrevista 04:</i>	Nombre: Karen Michelle González
Mascota: 	La entrevistada Karen es dueña de Stich, un perrito de 5 años. Ella nos comenta que encarga a su perrito a sus familiares ya que vive en una casa multifamiliar de cuatro pisos. La entrevistada considera que la cualidad más importante en la persona que cuida de Stich es la dedicación, compromiso y cariño. Asimismo, nos comentó que todos los días trabaja y lo encarga con su mamá que es ama de casa. El tiempo máximo que ha dejado a Stich es en 12 horas, y el mínimo 30 minutos.	Profesión: Vendedora Trabajo: Vendedora en Movistar Perú
Preguntas Planteadas: <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuentas con alguna mascota? ¿Cuál es? 2. ¿Alguna vez has dejado a tu mascota a cuidado de otro? ¿Coméntanos cómo fue la experiencia? 3. ¿Cada cuánto ocurre? y usualmente ¿por qué razón es? 4. ¿Por qué motivos dejarías a tu mascota al cuidado de otra persona? 5. ¿Cuánto tiempo ha sido lo mínimo y máximo que has dejado solo a tu mascota? 6. ¿Qué factores consideras importantes que tenga la persona que cuida a tu mascota? 7. ¿Si por algún motivo tuvieras que salir o irse de viaje a que personas dejarías a cargo tu mascota, algún familiar o qué otras opciones has pensado? 8. ¿Qué sentimientos tiene al no saber con quién dejar a su mascota? 9. ¿Cuánto es el monto aproximado que pagarías por que cuiden bien a tu mascota? 10. ¿Describe a tu mascota y sus requerimientos o actividades que debe hacer diario? 11. ¿Crees que hay algo que mejorar en cuanto a la forma de cuidar a tu mascota? 12. ¿Cómo te aseguramos de que tu mascota está siendo bien cuidada y tratada? 13. ¿Qué características debería de tener el lugar en donde dejarías a tu mascota si tuvieras que salir o viajar? 14. ¿Qué tipo de sentimientos te causa o crees que te causaría el dejar a tu mascota con una persona desconocida? 15. ¿Hay noticias en tu trabajo o universidad del regreso a modalidad presencial? ¿Qué harás con tus mascotas? 16. ¿Qué dificultades encuentras al momento de buscar donde dejar a tu mascota cuando vas a salir de casa? 	Karen piensa en la posibilidad de encargar al perrito a alguien que sea de su familia o cercana a ella de confianza. Los requerimientos que necesita Stich es dormir en la cama con ella, comer comida casera y necesita de mucho cariño porque es celoso con otros animales. Ella considera que el cuidador debe mandar fotos y videos de su perrito y tener una casa grande para que se pueda desplazar. Por último, ella siente preocupación al dejarlo con alguien por lo que no contrataría realmente a una persona externa que le haga el servicio. <i>Patrones observados:</i> La conclusión de la entrevista es que Karen considera que en el caso que tuviera que recurrir a un cuidador, sería dentro de su familia. Asimismo, es esencial en la persona que encargue a Stich tenga mucha dedicación.	

Fuente. elaboración propia.

Link de la entrevista 04: https://www.youtube.com/watch?v=il_fillL0R8

Tabla 5 Ficha de observación n°5

Ficha de observación N°5	Proceso de investigación Cualitativa - Entrevistas	Datos de los entrevistados
Entrevistadora: Delia Patricia Huillica Espillico	Problema Principal <i>Preocupación del dueño al no saber dónde dejar seguro a su mascota al salir de casa por un tiempo prolongado.</i>	
Fecha: 19/05/2022	Resumen de la entrevista 05:	Nombre: Jesús Vargas Chala
Hora: 15:50 - 16:10pm	El entrevistado nos comentó que tiene dos perras llamadas Canela y Sheyla. Esta última fue rescata por su madre durante la pandemia, porque tenía problemas al caminar. Asimismo, también nos cuenta que solía dejar a sus mascotas con su tía, porque no había tiempo ni nadie que las cuidase, ya que él iba al instituto de manera presencial. Solía dejarlas con la tía porque es una persona cercana a él y además, esta pariente conocía a sus mascotas desde cachorras y sabía como cuidarlas. Nos comentó también, que nunca tuvo una mala experiencia al dejar a sus mascotas con su familiar, si no todo lo contrario, Canela y Sheyla siempre se divierten y pasan tiempo con la mascota de su tía. Por otro lado, Jesús nos comenta que el motivo por el cual dejaría a sus mascotas al cuidado de otro sería por no tener el tiempo suficiente para darles de comer por hacer alguna actividad fuera de casa. Y el tiempo máximo que ha dejado a sus mascotas con su tía fueron de 4 a 5 horas. Asimismo, nos relata que los únicos factores relevantes que debe tener una persona para que cuide de sus mascotas son los siguientes: que sea una persona que les guste los animales, que tenga paciencia, tiempo y tenga la experiencia de saberlos cuidar.	
Mascotas: Canela y Sheyla	El entrevistado nos menciona que las únicas personas de confianza a las cuales dejaría a sus mascotas, si tuviera que irse de viaje, son a su tía y a su madre. Sin embargo, si no tuviera el apoyo de su tía o el de su mamá se sentiría muy preocupado y trataría de buscar a otros familiares, porque su única preocupación es que sus mascotas no tengan nada que comer. Con respecto al monto que estaría dispuesto a pagar para que cuiden de sus perras sería de S/50.	Edad: 22 años
¿Cuentas con alguna mascota?	Jesús también nos comentó acerca de los requerimientos de sus mascotas; por ejemplo, en el caso de Canela a causa de unas croquetas su mascota tuvo un fallo renal por lo que su dieta cambió. Respecto, a cómo se asegura de que estén cuidando bien de sus mascotas, él nos comenta que suele hacer una revisión física a sus perras, además de que presta mucha atención en sus estados de ánimos para saber si se encuentran bien. Finalmente, nos comenta que el lugar en donde dejaría a sus mascotas, si no tuviera a ningún familiar que cuide de ellas, sería un lugar amplio, limpio y que el personal a cargo tenga la experiencia necesaria.	
¿Cuál es?	Asimismo, los sentimientos que le generaría al saber que su mascota está con una persona desconocida es de preocupación y desconfianza, ya que no sabría con seguridad si las están cuidando bien o si les están dando de comer.	
¿Alguna vez has dejado a tu mascota al cuidado de otro? ¿Coméntanos cómo fue la experiencia?	Patrones observados Nuestro entrevistado no ha pensado en dejar a sus mascotas bajo el cuidado de una tercera persona ya que tiene el apoyo de su familia para hacerlo. Sin embargo, sabe las características que debe tener una persona para que cuiden de sus perras. Asimismo, se preocupa mucho de la salud de sus mascotas, tanto física y emocionalmente.	Carrera: Administración de empresas
¿Por qué motivos dejarías a tu mascota al cuidado de otra persona?		
¿Cuánto tiempo ha sido lo mínimo y máximo que has dejado solo a tu mascota?		
¿Qué factores consideras importantes que tenga la persona que cuide a tu mascota?		
¿Si por algún motivo tuvieras que salir o irte de viaje a que personas dejarías a cargo tu mascota?		
¿Qué tipo de sentimientos te causa o crees que te causaría el dejar a tu mascota con una persona desconocida?		
¿Qué sentimientos tienes al no saber con quien dejar a tu mascota?		
¿Cuanto sería el monto aproximado que pagarías para que cuiden bien a tu mascota si es que no tuvieras a quien dejarlo?		
¿Describe a tu mascota y sus requerimientos o actividades que debe hacer a diario?		
¿Crees que hay algo que mejorar en cuanto a la forma de cuidar a tu mascota?		
¿Cómo te asegurarías que tu mascota está siendo bien cuidada y tratada?		
¿Qué características debería tener el lugar en donde dejarías a tu mascota si tuvieras que salir o viajar y no tienes a ningún familiar quien cuide de tu mascota?		
¿Qué tipo de sentimientos te causa o crees que te causaría el dejar a tu mascota con una persona desconocida?		

Fuente. elaboración propia.

Link de la entrevista 05:

https://drive.google.com/file/d/1eZBwBDHVBfG86KjArRkF2HHrgbx_qJ7y/view?usp=sharing

Tabla 6 Ficha de observación n°6

Ficha de observación N°6	Proceso de investigación Cualitativa - Entrevistas	Datos de los entrevistados
Entrevistadora: Jenny Maribel Ccaico Quicaño	Problema Principal <i>Preocupación del dueño al no saber dónde dejar seguro a su mascota al salir de casa por un tiempo prolongado.</i>	Nombre: Merlly Evanan Edad: 20 Carrera: Ingeniería industrial
<p>Fecha: 02/06/2022</p> <p>Hora: 3:30 pm</p> <p>Mascotas: perro</p> <p>¿Cuentas con alguna mascota? ¿Cuál es? ¿Alguna vez has dejado a tu mascota al cuidado de otro? ¿Coméntanos cómo fue la experiencia? ¿Por qué motivos dejarías a tu mascota al cuidado de otra persona? ¿Cuánto tiempo ha sido lo mínimo y máximo que has dejado solo a tu mascota? ¿Qué factores consideras importantes que tenga la persona que cuide a tu mascota? ¿Si por algún motivo tuvieras que salir o irte de viaje a que personas dejarías a cargo tu mascota? ¿Qué tipo de sentimientos te causa o crees que te causaría el dejar a tu mascota con una persona desconocida? ¿Qué sentimientos tienes al no saber con quien dejar a tu mascota? ¿Cuanto sería el monto aproximado que pagarías para que cuiden bien a tu mascota si es que no tuvieras a quien dejarlo? ¿Describe a tu mascota y sus requerimientos o actividades que debe hacer a diario? ¿Crees que hay algo que mejorar en cuanto a la forma de cuidar a tu mascota? ¿Cómo te asegurarías que tu mascota está siendo bien cuidada y tratada? ¿Qué características debería tener el lugar en donde dejarías a tu mascota si tuvieras que salir o viajar y no tienes a ningún familiar quien cuide de tu mascota? ¿Qué tipo de sentimientos te causa o crees que te causaría el dejar a tu mascota con una persona desconocida?</p>	<p>Resumen de la entrevista 05: La entrevistada nos comento que tiene un perrito y que lo ha dejado con sus familiares mas cercanos para que lo cuiden porque tuvo que realizar un viaje. Lo maximo que ha dejado a su perrito a cargo de alguien ha sido un mes y lo minimo un dia. Los factores que considera importante que una persona tenga es que ame a los animales, ya que solo una persona que sabe amar a una mascota tendra la paciencia suficiente para encargarse de el debido a que su perrito es muy imperactivo. Ella dice que la persona mas confiable para dejar a su mascota seria su tia y que dejar a su mascota con una persona desconocida le causaria miedo porque no conoce a la persona y no sabe si lo va a tratar bien. Le causa desesperación y frustración al no saber con quien dejar su mascota y que el monto que estaria dispuesto a pagar seria de 20 soles a 30 soles. Su perrito hace lo basico que es comer, jugar y dormir, no tiene requerimientos especiales. Por otro lado, considera que hay aspectos en los que debe de mejorar a la hora de criar a su perrito como por ejemplo a la hora de darle su comida, ya que por motivos de tiempo no puede darle a la hora exacta. La forma en que ella se aseguraria de que su perrito este bien cuidada es mediante fotos o videos en el momento en el que esta siendo cuidada. El lugar debe de ser amplio y tener areas verdes para que el perrito pueda estar comodo y la sensación que tiene al dejarlo con una persona desconocida es de miedo por no saber como van a cuidar a su perrito.</p> <p>Patrones observados: En conclusión, la mayoría de personas tiene miedo de dejar a sus mascotas con personas desconocidas por que no saben sus antecedentes y por eso optan por buscar familiares con las que puedan dejar a sus mascotas. Por lo general, las personas dejan a sus mascotas por motivos de viaje.</p>	

Fuente. elaboración propia.

Link de la entrevista 06: <https://youtu.be/CQsf2UIDBxQ>

Tabla 7 Ficha de observación n°7

<p>Ficha de observación N°07</p>	<p>Proceso de investigación Cualitativa – Entrevistas</p>	<p>Datos de los entrevistados</p>
<p>Entrevistadora: - Greysi Rojas</p>	<p>Problema Principal Preocupación del dueño al no saber donde dejar su mascota si se va por un tiempo prolongado.</p>	
<p>Fecha: 13/09/2021</p>	<p>Resumen de la entrevista 07:</p>	<p>Nombre: Nicole Andrea Huaman</p>
<p>Hora: 1:40 – 1:45 pm</p>	<p>La entrevistada nos comento que cuenta con dos mascotas su perrita maya y su gata catalana, asimismo ella deja sus mascotas al cuidado de otra persona porque ella y toda su familia trabaja, pero nos indica que eso solo pasa de 2 a 3 veces por semana, ya que esta laborando bajo la modalidad de home office. Por otro lado, en la entrevista dijo que no es igual dejar a tu mascota al cuidado de otro que cuidarlo el propio dueño, pues cada dueño de las mascotas sabe cuales son las mañas o travesuras de sus mascotas, también el tiempo mínimo que ha dejado a su mascota es de 5 horas y como máximo 3 días, debido que a veces salen de viaje familiar. Con respecto a lo que considera importante para cuidar una mascota es que la persona sea amigable, responsable, amante de las mascotas. Por otra parte, ha tenido situaciones donde no sabia con quien dejar su mascota a cargo y eso le genera mucha preocupación e incertidumbre y dijo que si no tuviera con quien dejar a sus mascotas ella no saldría. Por último, sus mascotas no cuentan con ninguna alergia o trato especias, cuando deja encargada a su mascota ella pide que le manden foto o videos para estar segura que sus mascotas están bien, lo cual dichas acciones le dan mucha tranquilidad.</p>	<p>Carrera: Administración y Negocios Internacionales.</p>
<p>Mascotas: Perrita (Maya) – Gata (Kata)</p>	<p>Patrones observados:</p>	<p>Trabajo: Asistente Comercial</p>
<p>Preguntas Planteadas: ¿Cuentas con alguna mascota? ¿Cuál es? ¿Alguna vez has dejado a tu mascota a cuidado de otro? ¿Coméntanos cómo fue la experiencia? ¿Cada cuánto ocurre? y usualmente ¿por qué razón es? ¿Por qué motivos dejarías a tu mascota al cuidado de otra persona? ¿Cuánto tiempo ha sido lo mínimo y máximo que has dejado solo a tu mascota? ¿Qué factores consideras importantes que tenga la persona que cuide a tu mascota? ¿Si por algún motivo tuvieras que salir o irse de viaje a que personas dejarías a cargo tu mascota, algún familiar o qué otras opciones has pensado? ¿Qué sentimientos tiene al no saber con quién dejar a su mascota? ¿Cuánto es el monto aproximado que pagarías por que cuiden bien a tu mascota? ¿Describe a tu mascota y sus requerimientos o actividades que debe hacer diario? ¿Crees que hay algo que mejorar en cuanto a la forma de cuidar a tu mascota ¿Cómo te aseguramos de que tu mascota está siendo bien cuidada y tratada? ¿Qué características debería de tener el lugar en donde dejarías a tu mascota si tuvieras que salir o viajar? ¿Qué tipo de sentimientos te causa o crees que te causaría el dejar a tu mascota con una persona desconocida? ¿Hay noticias en tu trabajo o universidad del regreso a modalidad presencial? ¿Qué harás con tus mascotas? ¿Qué dificultades encuentras al momento de buscar donde dejar a tu mascota cuando vas a salir de casa?</p>	<p>En conclusión, la entrevistada si estaría dispuesta en dejar a su mascota a cuidado de un tercero, pero con la condición de saber cuales son las referencias de su antiguo trabajo, también sabiendo que clase de calidad humana es el cuidador, por otro lado, recalca que no es lo mismo que un cuidador con experiencia cuide a sus mascotas mas que uno mimos, pues ella convive con la mascota y los conoces bastante bien. Al mismo tiempo le gustaría que donde dejaría a sus mascotas el lugar sea grande, cuente con zona de recreación o un parque interno para que las mascotas puedan correr libremente.</p>	

Fuente. elaboración propia.

Link de la entrevista 07: <https://www.youtube.com/watch?v=G0VaZY40o7Q>

Tabla 8 Ficha de observación n°8

Ficha de observación N°08	Proceso de investigación Cualitativa – Entrevistas	Datos de los entrevistados
Entrevistadora: - Greysi Rojas	Problema Principal Preocupación del dueño al no saber donde dejar su mascota si se va por un tiempo prolongado.	
<p>Fecha: 14/09/2021</p> <p>Hora: 10:40 – 10:45 pm</p> <p>Mascotas: 3 perros – 7 gatos</p> <p>Preguntas Planteadas:</p> <p>¿Cuentas con alguna mascota? ¿Cuál es? ¿Alguna vez has dejado a tu mascota a cuidado de otro? ¿Coméntanos cómo fue la experiencia? ¿Cada cuánto ocurre? y usualmente ¿por qué razón es? ¿Por qué motivos dejarías a tu mascota al cuidado de otra persona? ¿Cuánto tiempo ha sido lo mínimo y máximo que has dejado solo a tu mascota? ¿Qué factores consideras importantes que tenga la persona que cuida a tu mascota? ¿Si por algún motivo tuvieras que salir o irse de viaje a que personas dejarías a cargo tu mascota, algún familiar o qué otras opciones has pensado? ¿Qué sentimientos tiene al no saber con quién dejar a su mascota? ¿Cuánto es el monto aproximado que pagarías por que cuiden bien a tu mascota? ¿Describe a tu mascota y sus requerimientos o actividades que debe hacer diario? ¿Crees que hay algo que mejorar en cuanto a la forma de cuidar a tu mascota ¿Cómo te aseguramos de que tu mascota está siendo bien cuidada y tratada? ¿Qué características debería de tener el lugar en donde dejarías a tu mascota si tuvieras que salir o viajar? ¿Qué tipo de sentimientos te causa o crees que te causaría el dejar a tu mascota con una persona desconocida? ¿Hay noticias en tu trabajo o universidad del regreso a modalidad presencial? ¿Qué harás con tus mascotas? ¿Qué dificultades encuentras al momento de buscar donde dejar a tu mascota cuando vas a salir de casa?</p>	<p>Resumen de la entrevista 05:</p> <p>Ella cuenta con 3 perros (Beto, Kathy y Luna) y 7 gatos Champiñon, Mausolini, Pelusa, Pinina, Gringo, Negra y Pinchi) la primera vez que se fueron de viaje lo dejo con un familiar su tía para que cuide sus horarios de alimentación de sus mascotas y limpiarles sus necesidades, no hubo ninguna mala experiencia porque ese familiar ya era conocido por las mascotas, usualmente no dejan a sus mascotas solas ya que son demasiados y la manutención de cada uno es un poco cara, asimismo la última vez que toda su familia salió de viaje hace 4 años, por otro lado la única forma que deje a sus mascota es por temas de trabajo, ya que trabaja 3 veces por semana presencial o cuando se va un fin de semana o cuando necesita llevarlos al veterinario pero no tiene tiempo suficiente para darse. El tiempo mínimo que dejo solos a su mascota fue por 3 días y lo máximo fue 2 semanas por un viaje familiar y de urgencia. Por otro lado, necesita una persona que quiere a las personas, sea paciente y también que brindarles lo que necesita, dejaría a sus mascotas en una guardería para perros o con un familiar, igualmente los perros y los gatos no tienen el mismo cuidado. Por último, le gustaría que los perros de la guardería no fueran tan agresivos, ya que sus mascotas son bastante nobles y tranquilos.</p> <p>Patrones observados:</p> <p>En conclusión, la entrevistada si estaría dispuesta en dejar a su mascota a cuidado de un tercero o una guardería, pero con la condición de saber que es una persona paciente y que ama los animales, también sabiendo que clase de calidad humana es el cuidador, por otro lado, recalca que no es lo mismo que un cuidador con experiencia cuide a sus mascotas, pues ella convive con la mascota y los conoce bastante bien. Al mismo tiempo le gustaría que donde dejaría a sus mascotas el lugar sea grande, le brinde el servicio de limpieza a las mascotas además que cuente con zona de recreación o un parque interno para que las mascotas puedan hacer sus necesidades</p>	<p>Nombre: Susana Velarde</p> <p>Carrera: Administración General</p> <p>Trabajo: Asistente Comercial</p>

Fuente. elaboración propia.

Link de la entrevista 08: <https://www.youtube.com/watch?v=zbpwPnmD6iU>

Tabla 9 Ficha de observación n°9

Ficha de observación N°09	Proceso de investigación Cualitativa – Entrevistas	Datos de los entrevistados
Entrevistadora: - Adriana Morales	Problema Principal Preocupación del dueño al no saber dónde dejar seguro a su mascota al salir de casa por un tiempo prolongado.	
Fecha: 12/09/2020	Resumen de la entrevista 09:	Nombre: Renzo Alegre
Hora: 10:30 – 10:45 pm	El entrevistado nos dijo que cuenta con una mascota canina hembra llamada Nuwa y que cuando viaja es que ha tenido que dejar a cargo de otra persona a su mascota, esto usualmente no ocurre por motivos de trabajo ya que como desarrollador realiza trabajo remoto. Lleva usualmente a su mascota al cuidado de un veterinario cuando sale de viaje. El máximo tiempo que la ha dejado en el veterinario ha sido 8 días o una semana y el mínimo 1 día. Los factores más importantes para tener confianza en el veterinario es que conozcan ya a su perro, que sean flexibles con la mascota y que sea amigable para su mascota. El dejaría encargada a su mascota a un familiar porque es una responsabilidad grande si no está en el vet. Siente preocupación al no saber dónde dejar a su mascota sino no estaría tranquilo en sus viajes. El monto aproximado que paga por su mascota es 70 soles el día dejándole su comida especial porque es un perro grande mientras que para los gatos 30 aproximadamente. Su mascota Nuwa es un Mastín Tibetano de 7 años, por su raza es protectora, ladra mucho y necesita proteger lugares con gente de confianza. Le gustaría que el lugar donde deje a su mascota tenga la voluntad de cambiarle el agua, sacarla a pasear. Para asegurarse que la hayan cuidado bien le mide el peso antes y después del cuidado, ya que por el estrés y si no la han cuidado bien, baja de peso más rápido. El lugar donde la puede dejar debe de ser limpio y que controlen a los perritos. Si la dejo con una persona no conocida, necesitaría ver sus reviews, si su jardín es grande. También, nos contó que se apoya con su enamorada para cuidar de su mascota cuando viaja.	Carrera: Ciencias de la Computación
Mascotas: Perrita (Nuwa)	Patrones observados: En conclusión, el entrevistado siente mucha preocupación por su mascota Nuwa más que por sus gatos ya que es una raza difícil de cuidar por su tamaño y necesidades. El usualmente deja a su enamorado o un veterinario de confianza cuando tiene que viajar, y en caso no estén ninguna de sus dos opciones se ve obligado a no viajar.	Trabajo: Desarrollador de software
Preguntas Planteadas: ¿Cuentas con alguna mascota? ¿Cuál es? ¿Alguna vez has dejado a tu mascota a cuidado de otro? ¿Coméntanos cómo fue la experiencia? ¿Cada cuánto ocurre? y usualmente ¿por qué razón es? ¿Por qué motivos dejarías a tu mascota al cuidado de otra persona? ¿Cuánto tiempo ha sido lo mínimo y máximo que has dejado solo a tu mascota? ¿Qué factores consideras importantes que tenga la persona que cuide a tu mascota? ¿Si por algún motivo tuvieras que salir o irse de viaje a que personas dejarías a cargo tu mascota, algún familiar o qué otras opciones has pensado? ¿Qué sentimientos tiene al no saber con quién dejar a su mascota? ¿Cuánto es el monto aproximado que pagarías por que cuiden bien a tu mascota? ¿Describe a tu mascota y sus requerimientos o actividades que debe hacer diario? ¿Crees que hay algo que mejorar en cuanto a la forma de cuidar a tu mascota ¿Cómo te aseguramos de que tu mascota está siendo bien cuidada y tratada? ¿Qué características debería de tener el lugar en donde dejarías a tu mascota si tuvieras que salir o viajar? ¿Qué tipo de sentimientos te causa o crees que te causaría el dejar a tu mascota con una persona desconocida? ¿Qué dificultades encuentras al momento de buscar donde dejar a tu mascota cuando vas a salir de casa?		

Fuente. elaboración propia.

Link de la entrevista 09: https://drive.google.com/file/d/1xySBn9lyKNlpujDeD_ML2OYCyheEdxm/view

Tabla 10 Ficha de observación n°10

Ficha de observación N°10	Proceso de investigación Cualitativa – Entrevistas	Datos de los entrevistados
Entrevistadora: - Adriana Morales	Problema Principal Preocupación del dueño al no saber dónde dejar seguro a su mascota al salir de casa por un tiempo prolongado.	
Fecha: 17/09/2020	Resumen de la entrevista 10:	Nombre: José Hervacio
Hora: 04:45 – 05: 10pm		Carrera: Ingeniería de Sistemas de Información
Mascotas: Perrito	<p>El entrevistado nos dijo que cuenta con dos perros machos Kale y Haru, son perros medianos. Mayormente los deja al cuidado de su hermano mayor, por razón de viaje o trabajo un par de veces al año. El cree que podría dejar a sus mascotas solas por uno o dos días solos. Ha dejado a sus mascotas al cuidado de su hermano mínimo 1 semana y máximo 2 semanas. Le interesa que cuiden a sus mascotas con el debido cuidado y respeto. Si su hermano no podría cuidar de sus mascotas, podría buscar un amigo cercano que tenga cualidades como paciente. Siente estrés al no saber dónde dejar a sus mascotas, de preferencia busca amigos que tengan mascotas. Ha encontrado dificultades al buscar amigos para que cuiden de sus mascotas. El pagaría aproximadamente 50 soles por día por cada mascota. Sus perritos son muy sociables, les gusta jugar con extraños o con sus dueños, le gusta ladrar a los desconocidos que pasan por su casa, usualmente los saca a pasear al parque o a dar una vuelta. Podría mejorar en la alimentación de sus mascotas con dietas más variadas. Él se asegura que sus perritos están bien con una videollamada en el caso de sus hermanos o amigos. El lugar donde puede estar su mascota debe ser amigable para sus perritos y que los saquen a pasear.</p>	Trabajo: Estudiante
<p>Preguntas Planteadas:</p> <p>¿Cuentas con alguna mascota? ¿Cuál es? ¿Alguna vez has dejado a tu mascota a cuidado de otro? ¿Coméntanos cómo fue la experiencia? ¿Cada cuánto ocurre? y usualmente ¿por qué razón es? ¿Por qué motivos dejarías a tu mascota al cuidado de otra persona? ¿Cuánto tiempo ha sido lo mínimo y máximo que has dejado solo a tu mascota? ¿Qué factores consideras importantes que tenga la persona que cuida a tu mascota? ¿Si por algún motivo tuvieras que salir o irse de viaje a que personas dejarías a cargo tu mascota, algún familiar o qué otras opciones has pensado? ¿Qué sentimientos tiene al no saber con quién dejar a su mascota? ¿Cuánto es el monto aproximado que pagarías por que cuiden bien a tu mascota? ¿Describe a tu mascota y sus requerimientos o actividades que debe hacer diario? ¿Crees que hay algo que mejorar en cuanto a la forma de cuidar a tu mascota ¿Cómo te aseguramos de que tu mascota está siendo bien cuidada y tratada? ¿Qué características debería de tener el lugar en donde dejarías a tu mascota si tuvieras que salir o viajar? ¿Qué tipo de sentimientos te causa o crees que te causaría el dejar a tu mascota con una persona desconocida? ¿Qué dificultades encuentras al momento de buscar donde dejar a tu mascota cuando vas a salir de casa?</p>		<p>Patrones observados:</p> <p>En conclusión, el entrevistado no se siente muy preocupado por sus perritos si los deja uno o dos días solos, pero si es por más días acude a su hermano para que los pueda cuidar. Sus mascotas son sociables y el busca dentro de sus amigos cuando no se encuentra su hermano disponible para apoyarlo con el cuidado de sus mascotas.</p>

Fuente. elaboración propia.

Link de la entrevista 10:

https://drive.google.com/file/d/1NX2vY8N8eakLMkzWcrfRzinS9MprNLtt/view?u_sp=sharing

Entrevistas Segunda Ronda:

Tabla 11 Ficha de observación n°1

Ficha de observación N° 01	Proceso de investigación Cualitativa – Entrevistas	Datos de los entrevistados
Entrevistadora: - Jenny Ccaico	Problema Principal Preocupación del dueño al no saber dónde dejar seguro a su mascota si se va por un tiempo prolongado.	
Fecha: 02/09/2021	<p>Resumen de la entrevista 04:</p> <p>El entrevistado dice que su hermano es con la persona que deja a su perrita porque confía mucho en el e incluso su papá cuando no va a trabajar. El dice que su forma de asegurarse que su mascota se encuentre bien es mediante su estado de animo, ya que ella es muy contenta y eso significa que esta muy bien o que no ha sufrido ningun maltrato. Las acciones que el toma en cuenta al dejar a su perrita es su estado de animo y ver su cuerpo, por ejemplo si tiene algun golpe o heridas. Lo que mas necesita saber del cuidador es que sea atento, que lo saque a pasear, le de su comida a tiempo, etc.</p> <p>Lo que más necesita saber del cuidador es que sea una persona responsable, que se preocupe por darle un techo donde dormir y que coma en sus horas. El entrevistado dijo que si importa la edad porque si es muy joven no sabe cuidarlo ni ser responsable, por otro lado un adulto mayor tampoco esta en la capacidad fisica de cuidarlo, ya que es mucha responsabilidad.</p> <p>Patrones observados:</p> <p>En conclusión, nuestro entrevistado no ha pensado en que otra persona cuide de su mascota, ya que cuenta con su familia para hacerlo, pero sabe que características debería de tener la persona que cuide de su perrita. También se puede observar que siempre ve su estado de animo para saber si se encuentra bien, esa es una señal muy importante para nuestro entrevistado.</p>	Nombre: Yasir Eduardo
Hora: 8:00 – 8:05 pm		Carrera: electrónica automotriz
Mascotas: Perrita shitzu		Trabajo: Automotriz
Preguntas Planteadas:		
<p>¿Cuentas con un familiar a quien acudir si necesitas dejar a tu mascota al cuidado de alguien? ¿quiénes?</p> <p>¿Sientes que alguna persona pueda darle los cuidados que tu mascota necesita al igual que tú? ¿Por qué? ¿Quién sería?</p> <p>¿Qué sientes sabiendo que tu mascota puede sufrir algún tipo de maltrato y cómo te aseguras que no suceda?</p> <p>¿Qué acciones tomas para asegurar que tu mascota está bien cuando la has dejado encargada?</p> <p>¿Qué es lo que más necesitas saber de quien cuida a tu mascota?</p> <p>¿Cuáles crees que son los cuidados que le podrían dar las personas de los albergues o cuidadores, a tus mascotas?</p> <p>¿Cuéntanos tu experiencia cuando has dejado encargada a tu mascota?</p> <p>¿Cómo fue?</p> <p>¿Importa la edad de la persona que cuidará de tu mascota? ¿sí, no? ¿por qué?</p>		

Fuente. elaboración propia.

Link de la entrevista 1:

<https://youtu.be/gjmLyyeon6s>

Tabla 12 Ficha de observación n°2


Ficha de observación N°2	Proceso de investigación Cualitativa – Entrevistas	Datos de los entrevistados
Entrevistadora: - Jenny Ccaico	Problema Principal Preocupación del dueño al no saber dónde dejar seguro a su mascota si se va por un tiempo prolongado.	Nombre: Evelyn Orosco
<i>Fecha:</i> 20/09/2020	<i>Resumen de la entrevista 04:</i>	Carrera: <i>Administración y salud</i>
<i>Hora:</i> 9:30– 9:43 pm	La entrevistada nos dijo que su tia es la persona a la que deja encargada a perrita, ya que es en la que más confía. Nunca se le paso por la mente de ella de que su perrita podria ser maltratada , razon por la cual no ha pensado como se aseguraria pero dijo que podria fijarse en su estado de animo o revisarlo. Lo que necesita saber de la persona que va a cuidar de su perrita es si le gustan las mascotas, si tiene mascotas y tambien su disponibilidad de tiempo. Ella piensa que los cuidadores de albergues debe de alimentarlos a sus horas, sacarlo a pasear y hacerlos orinar. Una vez dejaron a su perrita una semana y fue muy dificil, incluso tuvieron que regresar antes del viaje porque le habian dicho que la perrita no comia y que habia bajado mucho de peso. Toda la familia se preocupo mucho y esa fue la razon por la que regresaron antes de lo imprevisto. Por ultimo dijo que la edad si es importante a la hora de dejar encargado a su mascota.	Trabajo: <i>Policlinico en Surco</i>
<i>Mascotas:</i> Perrita-Princesa	<i>Patrones observados:</i>	
<p>Preguntas Planteadas:</p> <p><i>¿Cuentas con un familiar a quien acudir si necesitas dejar a tu mascota al cuidado de alguien? ¿quiénes?</i></p> <p><i>¿Sientes que alguna persona pueda darle los cuidados que tu mascota necesita al igual que tú?</i></p> <p><i>¿Por qué? ¿Quién sería?</i></p> <p><i>¿Qué sientes sabiendo que tu mascota puede sufrir algún tipo de maltrato y cómo te aseguras de que no suceda?</i></p> <p><i>¿Qué acciones tomas para asegurar que tu mascota está bien cuando la has dejado encargada?</i></p> <p><i>¿Qué es lo que más necesitas saber de quién cuida a tu mascota?</i></p> <p><i>¿Cuáles crees que son los cuidados que le podrían dar las personas de los albergues o cuidadores, a tus mascotas?</i></p> <p><i>¿Cuéntanos tu experiencia cuando has dejado encargada a tu mascota? ¿Cómo fue?</i></p>	En conclusión, ella considera a su perrita como una integrante más de la familia y todos se preocupan por la perrita. Tampoco se le ha pasado por la cabeza pensar en que hay gente que maltrata a los animalitos. Los albergues deben de tener todo lo básico para cuidar bien de una mascota y en su caso ve muy dificil dejar a su mascota con personas desconocidas, ya que la perrita se enferma y deja de comer cuando no está los integrantes de la familia.	

Fuente. elaboración propia.

Link de la entrevista 2:

<https://youtu.be/jR3EsDzzPmq>

Tabla 13 Ficha de observación nº3


Ficha de observación Nº3	Proceso de investigación Cualitativa – Entrevistas	Datos de los entrevistados
Entrevistadora: - Akemi Mojoneiro Vásquez	Problema Principal Preocupación del dueño al no saber dónde dejar su mascota si se va por un tiempo prolongado.	
Fecha: 19/09/2021		<i>Nombre:</i> Michel Jenith Alarcón
Hora: 7:00 – 7:20 pm		<i>Profesión:</i> Administración y marketing
Mascota:		<i>Ciclo:</i> Sexto
<p>Entrevistada: Michel Jenith Alarcón</p> 	<i>Resumen de la entrevista 04:</i>	
<p><i>Preguntas Planteadas:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuentas con un familiar a quien acudir si necesitas dejar a tu mascota al cuidado de alguien? ¿quiénes? 2. ¿Sientes que alguna persona pueda darle los cuidados que tu mascota necesita al igual que tú? ¿Por qué? ¿Quién sería? 3. ¿Qué sientes sabiendo que tu mascota puede sufrir algún tipo de maltrato y cómo te aseguras de que no suceda? 4. ¿Qué acciones tomas para asegurar que tu mascota está bien cuando la has dejado encargada? 5. ¿Qué es lo que más necesitas saber de quién cuida a tu mascota? 6. ¿Cuáles crees que son los cuidados que le podrían dar las personas de los albergues o cuidadores, a tus mascotas? 7. ¿Cuéntanos tu experiencia cuando has dejado encargada a tu mascota? ¿Cómo fue? 8. ¿Importa la edad de la persona que cuidará de tu mascota? ¿sí, ¿no? ¿por qué? 	<p>La entrevistada Jenith tiene 2 perritos: Gorda (hembra, 8 años), y Cody (macho, 4 años). Ella nos cuenta que la única vez que encargó a sus perritos fue cuando salió de viaje por un mes. Esa vez tuvo que separar a Gorda y Cody porque sus amigas no podían cuidar a los dos juntos por la carga de trabajo que tenían. En la primera amiga solo lo tuvo una semana porque luego se le complicó el cuidado, así que Jenith tuvo que coordinar con un familiar para que lo tenga el resto de las semanas. En la segunda amiga, tuvieron muy engrdeido y cuidado a su perrito en todo el tiempo que se le encargó. Esta experiencia le sirvió para reconsiderar a quién le dejaba sus mascotas y en todo caso preferiría dejárselo a una tía que les tiene mucho cariño a sus perritos. La entrevistada nos comenta que cree que no hay alguien más que pueda darle los mismos cuidados que ella a Gorda y Cody porque al ser su dueña considera ser más atenta y no se aburriría de ellos. La manera de poder sentirse más cerca y saber que están bien sus perritos cuando sale es realizar videollamadas diarias; o de lo contrario que envíen fotos y videos. Los requerimientos que necesita el cuidador de sus mascotas serían personas que hayan tenido perritos, que sean pacientes, que les guste los animales y que tenga experiencia. Asimismo, ella tiene entendido que los albergues ofrecen un buen hospedaje, buena comida, espacios amplios y hacen jugar mucho a las mascotas. Este último aspecto le hace considerar la idea de contratar a una persona externa para estos servicios si cumple con los requerimientos. Por último, Jenith opina que la persona no debería pasar los 45 años; y no debe ser menor a 18 años.</p> <p><i>Patrones observados:</i></p> <p>Jenith es una persona que cuenta con familiares para poder encargar a sus mascotas en caso fuera necesario. Sin embargo, ella reconsidera la opción de solicitar el servicio de un tercero con mayor disponibilidad de tiempo y experiencia por sus experiencias pasadas.</p>	

Fuente. elaboración propia.

Link de la entrevista 3:

<https://www.youtube.com/watch?v=j9trpd3BjR4>

Tabla 14 Ficha de observación n°4

Ficha de observación N°4	Proceso de investigación Cualitativa – Entrevistas	Datos de los entrevistados
Entrevistadora: - Akemi Mojonero Vásquez	Problema Principal Preocupación del dueño al no saber dónde dejar su mascota si se va por un tiempo prolongado.	
Fecha: 20/09/2021		Nombre: Daniela Castillo
Hora: 5:00 – 5:11 pm	Resumen de la entrevista 04:	
Mascota:		Profesión: Administración y marketing
<p style="text-align: center;">Entrevistada: Daniela Castillo</p> 	<p>La entrevistada Daniela nos comenta que actualmente tiene 5 perros y 1 conejo. Dos de sus perros son Shitzu, uno Cocker y el último mestizo. El mayor de sus perros tiene 18 años, por lo que requiere de mayores cuidados. Ella nos comenta que las veces que ha encargado sus mascotas ha sido con su abuelita debido a que en su opinión dos de sus perros son juguetones y tienden a romper cosas y piensa que nadie les puede tener paciencia como ella. Actualmente Daniela deja a sus mascotas en promedio una vez al mes por lo que en pandemia sus tareas son online. Asimismo, nos cuenta que hay 1 perro que necesita de un medicamento, y otro de ellos le cuesta tener confianza con las personas. Ella nos comenta que no ha pasado alguna mala experiencia en el cuidado de sus mascotas, por lo que se siente tranquila en ese sentido. La edad de la persona que se encargaría de sus perritos considera debería ser mínimo 18 años.</p>	Ciclo: Décimo
Preguntas Planteadas:		
1. ¿Cuentas con un familiar a quien acudir si necesitas dejar a tu mascota al cuidado de alguien? ¿quiénes?	Una de las formas de darse cuenta de que sus mascotas han estado bien cuidadas es ver su aspecto físico, si están limpios, si están felices. Además, ella siempre está al tanto de las fotos o videos y videollamadas que le otorgan sus cuidadores. Por último, ella desconfía mucho de los albergues de perritos, sin embargo, considera que utilizaría sus servicios solo con una recomendación directa de algún familiar o amigo.	
2. ¿Sientes que alguna persona pueda darle los cuidados que tu mascota necesita al igual que tú? ¿Por qué? ¿Quién sería?	Daniela es una persona que cuenta con familiares para poder encargarse a sus mascotas en caso fuera necesario. Sin embargo, ella reconsidera la opción de solicitar el servicio de un tercero con mayor disponibilidad de tiempo y experiencia por sus experiencias pasadas.	
3. ¿Qué sientes sabiendo que tu mascota puede sufrir algún tipo de maltrato y cómo te aseguras de que no suceda?	Patrones observados:	
4. ¿Qué acciones tomas para asegurar que tu mascota está bien cuando la has dejado encargada?		
5. ¿Qué es lo que más necesitas saber de quien cuida a tu mascota?		
6. ¿Cuáles crees que son los cuidados que le podrían dar las personas de los albergues o cuidadores, a tus mascotas?		
7. ¿Cuéntanos tu experiencia cuando has dejado encargada a tu mascota? ¿Cómo fue?		
8. ¿Importa la edad de la persona que cuidará de tu mascota? ¿sí, ¿no? ¿por qué?		

Fuente. elaboración propia.

Link de la entrevista 4:

<https://www.youtube.com/watch?v=lah7cBEYaT4>

Tabla 15 Ficha de observación n°5

Ficha de observación N°5	Proceso de investigación Cualitativa - Entrevistas	Datos de los entrevistados
Entrevistador: Gianmarco Chumpitaz Lévano	Problema Principal <i>Preocupación del dueño al no saber dónde dejar seguro a su mascota al salir de casa por un tiempo prolongado.</i>	
<p>Fecha: 03/06/2022</p> <p>Hora: 13:20 – 13:30</p> <p>Mascotas: Perro raza pequeña (Chih Tzu – “Pequeña”)</p> <p>¿Cuentas con alguna mascota? ¿Cuál es?</p> <p>¿Alguna vez has dejado a tu mascota al cuidado de otro? ¿Coméntanos cómo fue la experiencia?</p> <p>¿Por qué motivos dejarías a tu mascota al cuidado de otra persona? ¿Cuánto tiempo ha sido lo mínimo y máximo que has dejado solo a tu mascota?</p> <p>¿Qué factores consideras importantes que tenga la persona que cuide a tu mascota?</p> <p>¿Si por algún motivo tuvieras que salir o irte de viaje a que personas dejarías a cargo tu mascota?</p> <p>¿Qué tipo de sentimientos te causa o crees que te causaría el dejar a tu mascota con una persona desconocida?</p> <p>¿Qué sentimientos tienes al no saber con quien dejar a tu mascota?</p> <p>¿Cuanto sería el monto aproximado que pagarías para que cuiden bien a tu mascota si es que no tuvieras a quien dejarlo?</p> <p>¿Describe a tu mascota y sus requerimientos o actividades que debe hacer a diario?</p> <p>¿Crees que hay algo que mejorar en cuanto a la forma de cuidar a tu mascota?</p> <p>¿Cómo te asegurarías que tu mascota está siendo bien cuidada y tratada?</p> <p>¿Qué características debería tener el lugar en donde dejarías a tu mascota si tuvieras que salir o viajar y no tienes a ningún familiar quien cuide de tu mascota?</p> <p>¿Qué tipo de sentimientos te causa o crees que te causaría el dejar a tu mascota con una persona desconocida?</p>	<p>Resumen de la entrevista 05: Enrique Díaz, trabajador de Primax Gas, menciona que tiene una mascota de raza pequeña, raza Chih Tzu, hembra, 2 años de edad. El entrevistado afirma que por temas laborales tiene que viajar constantemente, por lo que es una frecuente preocupación y molestia el no saber con quién dejar a su mascota. Ya que, nos menciona, sus familiares no cuentan con el tiempo suficiente como para hacerse cargo durante su ausencia. Sin embargo, al ser interrogado, afirma que le costaría dejar a su “pequeña” en manos de alguien a quien no conoce. A menos que se certifique como una persona profesional, responsable y, sobretodo, amante de los animales. Por otro lado, nos comenta que su mascota es un perro tranquilo, dócil y juguetón y que no tiene requerimientos especiales en torno a sus actividades diarias y alimentación. En torno a cómo sabe si su mascota está siendo bien cuidada cuando algún familiar o conocido accede a cuidarla mientras él no está presente, nos menciona que se nota cuando su mascota está triste, ya que cambie su estado de ánimo alegre y afable. Adicionalmente, comenta que los requerimientos para dejar a su mascota en un lugar es que esté ambientado con todas las normas de bioseguridad. Asimismo, que se le garantice el correcto cuidado de su “pequeña” y, finalmente, que pagaría cualquier precio por este excelente cuidado.</p> <p style="text-align: center;">Patrones observados</p> <p>Enrique muestra una preocupación constante y sentimiento de frustración el no saber con quién dejar a su mascota por los frecuentes viajes que realiza. Del mismo modo, muestra una fuerte desconfianza con quien dejar a su pet, ya que se asegura al mínimo detalle las garantías y antecedentes de la persona que se hará cargo de ella. Por último, se observó que el entrevistado no escatimaría en gastos con tal de asegurarse que su mascota esté en buenas manos.</p>	<p>Nombre: Enrique Díaz</p> <p>Edad: 27 años</p> <p>Carrera: Ingeniero industrial</p>

Fuente. elaboración propia.

Link de la entrevista 5: <https://youtu.be/xqoOFoMw1MU>

Tabla 16 Ficha de observación n°6

Ficha de observación N°5	Proceso de investigación Cualitativa - Entrevistas	Datos de los entrevistados
Entrevistador: Gianmarco Chumpitaz Lévano	<p align="center">Problema Principal</p> <p align="center"><i>Preocupación del dueño al no saber dónde dejar seguro a su mascota al salir de casa por un tiempo prolongado.</i></p>	
Fecha: 01/06/2022	<p>Resumen de la entrevista 05: Naomi de la Cruz, estudiante de administración, nos comenta que tiene un perro de raza Chow Chow, 8 años, raza mediana. Nos comenta que la principal preocupación en torno a “Oso” es su avanzada edad. Ella afirma que necesita requerimientos especiales, trato afable, alimentación balanceada y personalizada, etc. Por lo que se le ha complicado conseguir una persona idónea para su cuidado cuando ella no está disponible en casa para atender a su mascota. Nos comenta las múltiples trabas que ha tenido en su vida universitaria y laboral por no saber con quién dejar a su mascota. Asimismo, afirma que no puede dejarlo solo por más de 1 hora, ya que sus familiares no cuentan con el tiempo suficiente para verlo. Del mismo modo, no se anima a dejar el cuidado de oso en una persona desconocida, ya que tiene miedo que no cumplan con los requerimientos y necesidades que posee un perro de avanzada edad. Por otro lado, respecto a la posibilidad de dejar a su mascota en manos de una persona experta en cuidados animales, afirma que si se animaría y que no escatimaría en gastos, ya que menciona el fuerte lazo que la une con “Oso”.</p> <p align="center">Patrones observados</p> <p>Naomy se muestra preocupada por la salud de su perro, ya que este tiene una avanzada edad y necesita trato especial. Asimismo, denota un fuerte lazo con su mascota, por lo que ha tenido que renunciar a múltiples oportunidades de todo ámbito por tener que cuidarlo. Asimismo, se muestra desconfiada al momento de dejarlo a manos de alguien a quien no conoce. Sin embargo, esa actitud cambia cuando manifiesta que lo haría con la garantía que sea alguien profesional y responsable</p>	Nombre: Naomi de la Cruz
Hora: 15:40 – 15:55		Edad: 23 años
Mascotas: Perro raza mediana (Chow Chow – “Oso”)		Carrera: Administración
¿Cuentas con alguna mascota?		
¿Cuál es?		
¿Alguna vez has dejado a tu mascota al cuidado de otro? ¿Coméntanos cómo fue la experiencia?		
¿Por qué motivos dejarías a tu mascota al cuidado de otra persona?		
¿Cuánto tiempo ha sido lo mínimo y máximo que has dejado solo a tu mascota?		
¿Qué factores consideras importantes que tenga la persona que cuida a tu mascota?		
¿Si por algún motivo tuvieras que salir o irte de viaje a que personas dejarías a cargo tu mascota?		
¿Qué tipo de sentimientos te causa o crees que te causaría el dejar a tu mascota con una persona desconocida?		
¿Qué sentimientos tienes al no saber con quien dejar a tu mascota?		
¿Cuanto sería el monto aproximado que pagarías para que cuiden bien a tu mascota si es que no tuvieras a quien dejarlo?		
¿Describe a tu mascota y sus requerimientos o actividades que debe hacer a diario?		
¿Crees que hay algo que mejorar en cuanto a la forma de cuidar a tu mascota?		
¿Cómo te asegurarías que tu mascota está siendo bien cuidada y tratada?		
¿Qué características debería tener el lugar en donde dejarías a tu mascota si tuvieras que salir o viajar y no tienes a ningún familiar quien cuida de tu mascota?		
¿Qué tipo de sentimientos te causa o crees que te causaría el dejar a tu mascota con una persona desconocida?		

Fuente. elaboración propia.

Link de la entrevista 6: <https://youtu.be/vFKqM2AotuU>

Tabla 17 Ficha de observación n°7

Ficha de observación N° 07	Proceso de investigación Cualitativa – Entrevistas	
Entrevistadora: - Greysi Rojas	Problema Principal Preocupación del dueño al no saber dónde dejar seguro a su mascota si se va por un tiempo prolongado.	Datos de los entrevistados
Fecha: 02/09/2021	Resumen de la entrevista 04:	Nombre: Jorge Rojas
Hora: 8:00 – 8:05 pm		
Mascotas: Perrito		
Preguntas Planteadas:		
<p>¿Cuentas con un familiar a quien acudir si necesitas dejar a tu mascota al cuidado de alguien? ¿quiénes?</p> <p>¿Sientes que alguna persona pueda darle los cuidados que tu mascota necesita al igual que tú? ¿Por qué? ¿Quién sería?</p> <p>¿Qué sientes sabiendo que tu mascota puede sufrir algún tipo de maltrato y cómo te aseguras que no suceda?</p> <p>¿Qué acciones tomas para asegurar que tu mascota está bien cuando la has dejado encargada?</p> <p>¿Qué es lo que más necesitas saber de quien cuida a tu mascota?</p> <p>¿Cuáles crees que son los cuidados que le podrían dar las personas de los albergues o cuidadores, a tus mascotas?</p> <p>¿Cuéntanos tu experiencia cuando has dejado encargada a tu mascota?</p> <p>¿Cómo fue?</p> <p>¿Importa la edad de la persona que cuidará de tu mascota? ¿sí, ¿no? ¿por qué?</p>	<p>El entrevistado dice que su mamá es con la persona que deja a su perro porque confía mucho en el e incluso mas que su primo. El dice que su forma de asegurarse que su mascota se encuentre bien es mediante su estado de animo, ya que el es muy contento y eso significa que esta muy bien o que no ha sufrido ningun maltrato. Por otro lado lo que el toma en cuenta al dejar a su perro es su estado de animo y ver su cuerpo, por ejemplo si tiene algun golpe o heridas. Lo que mas necesita saber del cuidador es que sea atento, que lo saque a pasear, le de su comida a tiempo, etc. Asimismo quiere saber del cuidador es que sea una persona responsable, honesto que se preocupe por darle un techo donde dormir y que coma en sus horas. El entrevistado dijo que si importa la edad pero que no sea un adolescente ya que si es muy joven no sabar com cuidarlo ni ser responsable, ademas preciso que no podria ser adulto mayor tampoco esta en la capacidad fisica de cuidarlo, ya que es mucha responsabilidad.</p> <p>Patrones observados:</p> <p>En conclusión, nuestro entrevistado no ha pensado en que otra persona cuide de su mascota, ya que cuenta con su familia para hacerlo, pero no descarta la oportunidad de si algún momento para la posibilidad de llevarlo a una guardería por x motivos o razones asimismo, le gustaría saber qué características debería de tener la persona que cuide de su perrito.</p>	<p>Carrera: Administración del deporte.</p> <p>Trabajo: En la línea uno del tren.</p>

Fuente. elaboración propia.

Link de la entrevista 7:

<https://youtu.be/g1S4bviwOzk>

Tabla 18 Ficha de observación n°8

Ficha de observación N° 08	Proceso de investigación Cualitativa – Entrevistas	
Entrevistadora: - Greysi Rojas	Problema Principal Preocupación del dueño al no saber dónde dejar seguro a su mascota si se va por un tiempo prolongado.	Datos de los entrevistados
Fecha: 15/09/2021	Resumen de la entrevista 04:	Nombre: Daniela Sosa
Hora: 8:00 – 8:05 pm	El entrevistado nos dijo que cuenta con tres perritos y dos gatos. En la actualidad, cuenta con un cuidador personal cuando tiene que salir ella y toda su familia y no hay nadie quien lo cuide. Además, siente que alguien puede cuidarlos igual que ella, pero si daría el beneficio de dejarlo en otro lugar pero que cumplan con las necesidades básicas sí. Las acciones que tomaría para ver si sus mascotas están bien cuidadas, pediría fotos y videos de lo que están divirtiéndose. Necesita que la persona que lo pueda cuidar debe conocer el lugar donde vive o que tenga la disponibilidad que el cuidador vaya a su casa ya que son muchas mascotas, la calidad de persona, preguntas básicas, antecedentes penales igualmente. Preferiría a personas amables, amante de los animales para que cuiden a sus mascotas. Le gustaría que las guarderías sean bien cuidadas con la limpieza del área, que den las comidas a sus horas para evitar problemas gástricos. Por último, la edad es importante ya que debe de tener en cuenta las actitudes de las mascotas, considera que estaría bien cuidadores de entre 25 – 45 años porque podría ser riesgoso para un adulto mayor y mucha responsabilidad para un joven o adolescente.	Carrera: Psicóloga
Mascotas: 3 perros – 2 gatos		Trabajo: Psicóloga de primaria
<p>Preguntas Planteadas:</p> <p>¿Cuentas con un familiar a quien acudir si necesitas dejar a tu mascota al cuidado de alguien? ¿quiénes?</p> <p>¿Sientes que alguna persona pueda darle los cuidados que tu mascota necesita al igual que tú? ¿Por qué? ¿Quién sería?</p> <p>¿Qué sientes sabiendo que tu mascota puede sufrir algún tipo de maltrato y cómo te aseguras que no suceda?</p> <p>¿Qué acciones tomas para asegurar que tu mascota está bien cuando la has dejado encargada?</p> <p>¿Qué es lo que más necesitas saber de quien cuida a tu mascota?</p> <p>¿Cuáles crees que son los cuidados que le podrían dar las personas de los albergues o cuidadores, a tus mascotas?</p> <p>¿Cuéntanos tu experiencia cuando has dejado encargada a tu mascota? ¿Cómo fue?</p> <p>¿Importa la edad de la persona que cuidará de tu mascota? ¿sí, ¿no? ¿por qué?</p>	<p>Patrones observados:</p> <p>En conclusión, la entrevistada tiene un 3 perro y 2 gato y suele dejarlos al cuidado de un cuidador, ya que le tiene mucha confianza, al salir de viaje. Siente que es muy importante cuidar de la alimentación de las mascotas, espacio para que corran en el caso de perritos y privacidad a los gatos, pue duermen mucho. Necesita que las personas que cuiden a sus mascotas sean cuidadas, cariñosas, amante de los animales y que les guste lo que hacen.</p>	

Fuente. elaboración propia.

Link de la entrevista 8:

<https://youtu.be/cTv9Qg03ybQ>

Tabla 19 Ficha de observación n°9

Ficha de observación N°9	Proceso de investigación Cualitativa – Entrevistas	Datos de los entrevistados
Entrevistadora: - Adriana Morales	Problema Principal Preocupación del dueño al no saber dónde dejar seguro a su mascota al salir de casa por un tiempo prolongado.	
Fecha: 17/09/2020	<p><i>Resumen de la entrevista:</i></p> <p>La entrevistada nos dijo que tiene en la actualidad un perrito de 3 años y una gatita de un añito. Usualmente acude a su enamorado para que cuide a sus mascotas cuando tiene que ir de viaje. Ha buscado guarderías o hoteles para mascotas o refugios alejados de la ciudad, pero el problema es la lejanía, movilidad, precio porque son dos mascotas. No siente que alguien más podría cuidar de su mascota porque no conocen la misma atención que le brinda uno. Tuvo problemas con su enamorado porque no supo cómo racionar la comida de su gatita que está esterilizada y subió de peso rápidamente. Ella se siente como una mamá para sus mascotas, para llevarlos al veterinario a que los duchen, tiene que buscar mucha información porque teme que les puedan maltratar. Ella busca en las guarderías, que tengan áreas libres, limpias y que las personas sean buenas cuidadoras, un botiquín de emergencia.</p> <p><i>Patrones observados:</i></p> <p>En conclusión, la entrevistada tiene un perro y gato y suele dejarlos al cuidado de su enamorado ya que le tiene mucha confianza, al salir de viaje. Siente que es muy importante cuidar de la alimentación de las mascotas, espacio para que corran en el caso de perritos. Necesita que las personas que cuiden a sus mascotas sean cuidadosas, cariñosas y que les guste lo que hacen.</p>	<i>Nombre:</i> <u>Nataly</u> Silva
Hora: 05: 10 – 05:35 pm		<i>Carrera:</i> Administración de negocios Internacionales
<i>Mascotas:</i> Perrito		<i>Trabajo:</i> Estudiante
<i>Preguntas Planteadas:</i>		
<p>¿Qué mascotas tienes? ¿Cuentas con un familiar a quien acudir si necesitas dejar a tu mascota al cuidado de alguien? ¿quiénes? ¿Sientes que alguna persona pueda darle los cuidados que tu mascota necesita al igual que tú? ¿Por qué? ¿Quién sería? ¿Qué sientes sabiendo que tu mascota puede sufrir algún tipo de maltrato y cómo te aseguras de que no suceda? ¿Qué acciones tomas para asegurar que tu mascota está bien cuando la has dejado encargada? ¿Qué es lo que más necesitas saber de quién cuida a tu mascota? ¿Conoces los cuidados que le podrían dar las personas de los albergues o cuidadores, a tus mascotas? ¿Has tenido alguna experiencia desagradable cuando has dejado encargada a tu mascota? Si es así, ¿Cómo fue? ¿Importa la edad de la persona que cuidará de tu mascota? ¿sí? ¿no? ¿por qué?</p>		

Fuente. elaboración propia.

Link de la entrevista 9:

<https://drive.google.com/file/d/1S5qzyMYk-ycFVD28qR3p3mFB4kpM0C7q/view?usp=sharing>

Tabla 20 Ficha de observación n°10

Ficha de observación N°10	Proceso de investigación Cualitativa – Entrevistas	Datos de los entrevistados
Entrevistadora: - Adriana Morales	Problema Principal Preocupación del dueño al no saber dónde dejar seguro a su mascota al salir de casa por un tiempo prolongado.	
Fecha: 17/09/2020	<i>Resumen de la entrevista:</i>	Nombre: Mauricio de la Cruz
Hora: 06:00– 06:18 pm	El entrevistado nos dijo que cuenta con dos perritos y un ajolote. En la actualidad, no tiene con quien dejar a sus perritos cuando tiene que salir. No siente que alguien puede cuidarlos igual, pero que cumplan con las necesidades básicas sí. Piensa que puede dejarlo a cargo de sus vecinos ya que los conocen. Las acciones que tomaría para ver si sus mascotas están bien cuidadas, pediría fotos y vídeos de lo que están divirtiéndose. Necesita que la persona que lo pueda cuidar debe conocer el lugar donde vive, la calidad de persona, preguntas básicas, antecedentes penales igualmente. Preferiría a personas amables, cariñoso para que cuiden a sus mascotas. Le gustaría que las guarderías sean bien cuidadosas con la limpieza del área, que den las comidas a sus horas. Conoce de una mala experiencia cuando un cuidador trata de una manera demasiado tosca o agresiva a una mascota dócil. La edad es importante ya que debe de tener en cuenta las actitudes de las mascotas, considera que estaría bien cuidadores de entre 25 – 50 años porque podría ser riesgoso para un adulto mayor y mucha responsabilidad para un joven.	Carrera: Administración de Negocios del Deporte
Mascotas: Perrito		Trabajo: Estudiante
Preguntas Planteadas: ¿Qué mascotas tienes? ¿Cuentas con un familiar a quien acudir si necesitas dejar a tu mascota al cuidado de alguien? ¿quiénes? ¿Sientes que alguna persona pueda darle los cuidados que tu mascota necesita al igual que tú? ¿Por qué? ¿Quién sería? ¿Qué sientes sabiendo que tu mascota puede sufrir algún tipo de maltrato y cómo te aseguras de que no suceda? ¿Qué acciones tomas para asegurar que tu mascota está bien cuando la has dejado encargada? ¿Qué es lo que más necesitas saber de quién cuida a tu mascota? ¿Conoces los cuidados que le podrían dar las personas de los albergues o cuidadores, a tus mascotas? ¿Has tenido alguna experiencia desagradable cuando has dejado encargada a tu mascota? Si es así, ¿Cómo fue? ¿Importa la edad de la persona que cuidará de tu mascota? ¿sí? ¿no? ¿por qué?		
		Patrones observados: En conclusión, el entrevistado no cuenta en la actualidad con alguien que pueda cuidar de sus mascotas, pero considera que sus vecinos podrían apoyarlo. Identifica que es importante que el lugar donde estén sea limpio y tenga a cuidadores amables, cariñosos con las mascotas y que den las raciones de comidas a sus horas. Piensa que una persona muy joven puede no ser tan responsable y una muy mayor tenga riesgos de lesionarse, por esa razón piensa que los cuidadores deben tener entre 25 a 50 años.

Fuente. elaboración propia.

Link de la entrevista 10:

https://drive.google.com/file/d/1YeT6UgO719S8P5ZWYLbUzaUdl_zKAa1x-/view?usp=sharing

ii. Entrevistas a expertos (5 entrevistas)

Tabla 21 Ficha de observación n°11

Ficha de observación N° 01	Proceso de investigación Cualitativa – Entrevistas	Datos de los entrevistados	
Entrevistadora: - Jenny Ccaico	Problema Principal Preocupación del dueño al no saber dónde dejar seguro a su mascota si se va por un tiempo prolongado.	Nombre: Guillermo Chaw	
Fecha: 14/09/2020	<i>Resumen de la entrevista:</i>	Carrera: Veterinaria	
Hora: 8:30 – 9:00 pm	<p>El entrevistado dijo que el tiempo que ha tenido que cuidar a las mascotas es muy variable pero casi siempre coincide con los fines de semana, es decir 3 días pero también hay casos de que algunos perritos se han quedado muchos meses y años. El principal motivo por el que las personas dejan sus mascotas es por motivos de viaje pero eso era antes de la pandemia. Durante la pandemia no hubo ningún huésped debido a que nadie ha salido de viaje ni de vacaciones. La ganancia que obtienen depende mucho de las necesidades de cada perrito y aparte los cargos que genera el hospedaje, es decir que ganan un 20% de lo que pagan por un perrito. Los problemas comunes que se presentan al cuidar a una mascota es de tipo médico, por ejemplo hay perritos que comen pasto y cuando regresan a su hogar tienen diarrea, peleas entre perritos debido a que siempre interactúan con otros perritos, picadura de insectos o pisar una rama, el cual puede generarle una herida. El servicio incluye el cuidado de mascotas por los días en que se va a quedar, pasean en parques cerrados y amplios. El hospedaje tiene una amplia hectárea, 24 parques separados y salen a pasear de acuerdo a su tamaño y comportamiento, la alimentación tienen que llevarle de casa para evitar problemas gástricos, le dan agua, el sitio donde van a dormir, ya sean en canis o en quenele, por último todos duermen bajo techo y separados. Su día empieza muy temprano, como a las 5:30 de la mañana ya que hay perritos muy madrugadores y el personal los sacan a pasear a primeras horas del día, casi a madrugada, salen a pasear aproximadamente una hora, hacen sus necesidades, juegan y luego de comer descansan una hora en especial los perros de raza grande con la finalidad de evitar el problema de distorsión de gástrica. Mientras los perros están comiendo los operarios se encargan de limpiar las heces, de limpiar las aguas y después de esto los perros vuelven a salir hasta las 18:00 pm. El entrevistado nos comenta que es bastante gratificante estar a cargo de un hospedaje porque solo ve perros sanos, ya que ellos solo van a pasar sus días por un cierto tiempo, juegan con ellos e interactúan, les toma fotos a diferencia de otras ramas en donde tienen que ver animalitos enfermos. Los requisitos para aceptar una mascota es llenar una ficha bien detallada con los términos y condiciones.</p> <p>Patrones observados:</p> <p>En conclusión, yo pienso que es una labor muy dura el cuidar a mascotas, necesitas mucho compromiso y sobre todo amar a los animales. También me parece una muy buena opción el del hospedaje para mascotas, ya que tiene muchos beneficios y ventajas sobre todo para personas que no saben con quién dejar a sus mascotas cuando tengan que viajar. Por otro lado, el espacio del que habla el entrevistado es muy interesante, ya que considera que los perros no deben de estar encerrados y por esa razón es que los deja sueltos. Respecto a las restricciones que dijo del porque no aceptaría una mascota en el hospedaje son muy buenos argumentos porque no debemos de arriesgar al personal que labora ahí y mucho menos a los huéspedes de patas.</p>	Trabajo: Hospedaje campestre pacha canino	
Especialidad: Médico Veterinario			
Preguntas Planteadas:			
<p>¿Cuál es el tiempo máximo y mínimo que ha tenido que cuidar a sus mascotas? Normalmente ¿por qué motivos dejan sus clientes a sus mascotas a su cuidado? ¿Cuánto de ganancia obtiene por cuidar de mascotas? ¿Nos puede comentar si ha tenido algún tipo de inconveniente al cuidar a una mascota? ¿Qué servicios incluye el cuidado de la mascota? ¿Cómo es su día cuando cuida a la mascota? ¿Cuál ha sido su mejor experiencia cuidando a mascotas? ¿Qué requisitos pide usualmente a sus clientes para ofrecer sus servicios de cuidado de mascotas? ¿Cuáles son los factores que influyen para aceptar o no a una mascota? ¿Qué implementos se necesita para tener una mascota bien atendida? Desde su perspectiva ¿Por qué cree que sus clientes vuelven a preferir sus servicios? ¿Mantiene contacto con el dueño de la mascota durante su cuidado? ¿Por qué? ¿Qué actitud tomas y qué acciones realizas para que un cliente confíe en que cuidará muy bien de su mascota? ¿Qué problemas ha tenido al cuidar de una mascota que no es suya? ¿En dónde realiza el servicio de cuidado de mascotas (Veterinaria/en casa/hospedaje/otro)? ¿Por qué? ¿Qué beneficios obtienen sus clientes cuando cuidan a su mascota en este lugar? ¿Con cuánta anticipación pueden los clientes separar cita para que cuides a su mascota?</p>			

Fuente. elaboración propia.

Link de la entrevista 1: <https://youtu.be/gjmLyyeon6s>

Tabla 22 Ficha de observación nº12

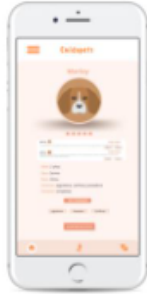
Ficha de observación N°4	Proceso de investigación Cualitativa – Entrevistas	
Entrevistadora: - Adriana Morales	Problema Principal Preocupación del dueño al no saber dónde dejar seguro a su mascota si se va por un tiempo prolongado.	Datos de los entrevistados
Fecha: 17/09/2020	Resumen de la entrevista 03:	Nombre: Sebastián Osorio Hurtado
Hora: 3:40 – 4:10 pm		
Especialidad: trabaja en una clínica veterinaria en la caja y de cuidador		Carrera: Ingeniería de Sistemas de Información
Preguntas Planteadas:		Trabajo: veterinaria
<p>¿Cuál es el tiempo máximo y mínimo que ha tenido que cuidar a sus mascotas? Normalmente ¿por qué motivos dejan sus clientes a sus mascotas a su cuidado? ¿Cuánto de ganancia obtiene por cuidar de mascotas? ¿Nos puede comentar si ha tenido algún tipo de inconveniente al cuidar a una mascota? ¿Qué servicios incluye el cuidado de la mascota? ¿Cómo es su día cuando cuida a la mascota? ¿Cuál ha sido su mejor experiencia cuidando a mascotas? ¿Qué requisitos pide usualmente a sus clientes para ofrecer sus servicios de cuidado de mascotas? ¿Cuáles son los factores que influyen para aceptar o no a una mascota? ¿Qué implementos se necesita para tener una mascota bien atendida? Desde su perspectiva ¿Por qué cree que sus clientes vuelven a preferir sus servicios? ¿Mantiene contacto con el dueño de la mascota durante su cuidado? ¿Por qué? ¿Qué actitud tomas y qué acciones realizas para que un cliente confíe en que cuidarás muy bien de su mascota? ¿Qué problemas ha tenido al cuidar de una mascota que no es suya? ¿En dónde realiza el servicio de cuidado de mascotas (Veterinaria/en casa/hospedaje/otro)? ¿Por qué? ¿Qué beneficios obtienen sus clientes cuando cuidan a su mascota en este lugar? ¿Con cuánta anticipación pueden los clientes separar cita para que cuides a su mascota?</p>	<p>El entrevistado dijo que existe el servicio de guardería y también hay un tipo de esta que es para los pacientes que necesitan de hospitalización. Los servicios que incluye es el buen trato, comido de acuerdo con su orden alimenticio y jaulas. Comenta también que el ambiente cuando le toca hacer de cuidador es muy bueno, porque le gusta mucho los caninos. Normalmente dejan las mascotas a su cuidado por temas de tiempo o están enfermos. El máximo tiempo de cuidado ha sido 1 semana y lo mínimo 1 o 2 horas. El costo por hora depende del peso o del comportamiento previa evaluación. La mejor experiencia que ha tenido hasta ahora es cuando le toca cuidar perros tranquilos o cachorros. El especialista contó que una vez al dejar salir a un canino de su jaula, lo arañó y le dejó una cicatriz en el brazo. Los requisitos que usualmente pide son tener buen comportamiento, traer la comida para su mascota y vacunas completas. Los factores que influyen para aceptar una mascota es que no cause daño a otros animales o cuidadores, que sea sociable (dependiendo del tipo de mascota), no tener enfermedades transmisibles o del estómago. Sebastián también mencionó que, para realizar sus labores de cuidador necesita alimento, peines para perritos peludos, correas, juguetes y jaulas especiales (caniles). El cree que los clientes escogen la clínica para guardería porque es una veterinaria, tienen especialistas a la mano para los accidentes o emergencias y hay paseos a ciertas horas. En la clínica es usual mantener contacto con los dueños mediante fotos y videos. También menciona que para que el dueño confíe en que cuidará bien de su mascota el demuestra la mejor versión de él para cuidar a las mascotas y poner en evidencia que le encanta lo que hace. El atiende en una clínica veterinaria y cuenta que el beneficio es que hay un patio donde pueden jugar, muchos juguetes y gente bien cariñosa con las mascotas. Finalmente, comenta que para separar cupo en la guardería depende de cuantas mascotas hallan ya en la guardería. En días de semana es más libre, en fines está más lleno por lo que es necesario reservar con 3 a 4 días de anticipación para fines de semana mientras que para días de semana incluso pueden llevar a la mascota el mismo día.</p> <p>Patrones observados: Es un buen beneficio tener a una persona que sepa de primeros auxilios del tipo de mascota para que no ocurra un accidente grave. Otro gran beneficio es contar con un área grande de patio para que la o las mascotas puedan jugar plenamente y no sentirse estresados por no tener a su dueño cerca. Es necesario tener conocimiento de la conducta de las mascotas para evitar accidentes con el cuidador o con las mascotas a cargo del cuidador.</p>	

Fuente. elaboración propia.

Link de la entrevista 2:

<https://drive.google.com/file/d/1zM0mro79fuuhUieMTLwks0mONicvck8M/view?usp=sharing>


Tabla 23 Ficha de observación a experto n°1

Tipo de entrevista:	Cuidador
Nombre y apellido del entrevistado:	Cristhian Suarez
Actividad:	Entrevista
Registro y Resumen	
Fotografía de la entrevista	
	
Resumen:	
<ul style="list-style-type: none"> - Nicole Huaman nos comenta que tiene 24 años y actualmente trabaja de lunes a viernes y es asistente veterinaria. - Después de haber interactuado aplicación, no comento que le pareció interesante usar por la paleta de colores de tenia también considero que era fácil, práctico y sencillo de adquirir el servicio. Le pareció muy atractiva porque podría cuidar a las mascotas los fines de semana que su agenda no esta muy recargada. - Ella cree que el aplicativo tendrá un impacto muy fuerte, ya que es una forma de obtener ingresos adicionales de manera muy sencilla y realizando algo que realmente le gusta que es cuidar animalitos. - Por lo particular, encuentra bastante atractiva la aplicación bien estructurada y organizada. lo primero que se le viene a la mente tras de ver interactuado con la app es una app que brinda un servicio de cuidado de mascotas no solo de perritos si no de otros animalitos. Asimismo, agrego que la barra del menú principal falto cosas que agregar como un chatbot en vivo para que los inconvenientes que tenga el cuidador sean resueltos de manera rápida y sencilla o un numero de emergencia en caso pase algo con las mascotas que están a su cuidado. - Nicole le da una valoración de 7/10 puntos a la aplicación por la información que se maneja en el mismo y por algunas sugerencias que falta que nos ha brindado desde su punto de vista. - Por último, si lo recomendaría a sus amigos que se dedican a este rubro pues es un ingreso extra que lo podrían utilizar para los fines de semana. 	
Link de la entrevista:	https://youtu.be/G0VaZY40o7Q

Fuente. elaboración propia.

Link de la entrevista 3: <https://youtu.be/G0VaZY40o7Q>

Tabla 24 Ficha de observación a experto n°2

Ficha de observación N°2	Proceso de investigación Cualitativa – Entrevistas	Datos de los entrevistados
Entrevistadora: - Akemi Mojoneo Vásquez	Problema Principal Preocupación del dueño al no saber dónde dejar su mascota si se va por un tiempo prolongado.	
Fecha: 20/09/2021		Nombre: Jacqueline Noemí Cabrejos
Hora: 5:00 – 5:11 pm		
Mascota: 	Resumen de la entrevista 04: La entrevistada Jacqueline nos comenta que cobra 80 soles por día de cuidado de mascota si el dueño otorga la alimentación de este. Asimismo, cambia la tarifa si el servicio incluye alimentación a 120 soles. La cuidadora nos comenta que lo máximo que han dejado a su cuidado una mascota son 7 días, y lo mínimo 2. Esto es especialmente por viajes ya que los clientes tienen miedo de que sus mascotas agarren un virus o enfermedad. Asimismo, sus servicios incluyen: baño, cuidados, sacar a pasear o jugar con la mascota, y si se diera el caso comprar su alimentación. La mejor experiencia que ha tenido es poder salvar a un perrito que llegó a la veterinaria con paro virus gracias a la llegada de un implemento que les dio una incubadora. Su día a día con las mascotas es poder realizar los cuidados necesarios para que ellas estén lo más tranquilas y a gusto posible. Entre estos cuidados está el corte de pelo, baño, entre otros servicios según el estado de salud del animal. Además, los factores que influyen en los clientes para que prefieran sus servicios se basa en la confianza que se viene construyendo en su consultorio hace muchos años debido a su experiencia y la calidad de trabajadores especialistas en el área en que se encuentran. Los implementos que se utilizan para el cuidado de las mascotas dependen de su edad; por ejemplo, para un cachorro con meses de nacido se necesita una incubadora para evitar cambios climáticos. Las citas para dejar a cargo sus mascotas en la veterinaria se realizan con 15 días de anticipación, o a más tardar una semana. Por otro lado, una experiencia negativa se dio cuando llegó a la veterinaria una mascota agresiva que tuvo que aislar para que no causara problemas.	Profesión: Estudiante de medicina veterinaria y zootecnia. Ciclo: Décimo
Preguntas Planteadas: <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuál es el tiempo máximo y mínimo que ha tenido que cuidar a sus mascotas? 2. Normalmente ¿por qué motivos dejan sus clientes a sus mascotas a su cuidado? 3. ¿Cuánto de ganancia obtiene por cuidar de mascotas? 4. ¿Nos puede comentar si ha tenido algún tipo de inconveniente al cuidar a una mascota? 5. ¿Qué servicios incluye el cuidado de la mascota? 6. ¿Cómo es su día cuando cuida a la mascota? 7. ¿Cuál ha sido su mejor experiencia cuidando a mascotas? 8. ¿Qué requisitos pide usualmente a sus clientes para ofrecer sus servicios de cuidado de mascotas? 9. ¿Cuáles son los factores que influyen para aceptar o no a una mascota? 10. ¿Qué implementos se necesita para tener una mascota bien atendida? 11. Desde su perspectiva ¿Por qué cree que sus clientes vuelven a preferir sus servicios? 12. ¿Mantiene contacto con el dueño de la mascota durante su cuidado? ¿Por qué? 13. ¿Qué actitud tomas y qué acciones realizas para que un cliente confíe en que cuidarás muy bien de su mascota? 14. ¿Qué problemas ha tenido al cuidar de una mascota que no es suya? 15. ¿En dónde realiza el servicio de cuidado de mascotas (Veterinaria/en casa/hospedaje/otro)? ¿Por qué? ¿Qué beneficios obtienen sus clientes cuando cuidan a su mascota en este lugar? 16. ¿Con cuánta anticipación pueden los clientes separar cita para que cuides a su mascota? 	Patrones observados: El requerimiento más importante para que la veterinaria acepte la estadia de una mascota es que esta tenga todas sus vacunas al día. En su opinión, los clientes valoran mucho que sus mascotas tengan confianza con su cuidador desde un primer momento, y que los mantenga al tanto de los cuidados que se realizan con el mismo.	

Fuente. elaboración propia.

Link de la entrevista 4: <https://www.youtube.com/watch?v=IRNcWO7ewsl>

Tabla 25 Ficha de observación a experto n°3

Ficha de observación N°5	Proceso de investigación Cualitativa - Entrevistas	Datos de los entrevistados
Entrevistador: Sebastian Cubas Leon	<p align="center">Problema Principal</p> <p>Preocupación del dueño al no saber dónde dejar seguro a su mascota al salir de casa por un tiempo prolongado.</p>	<p>Nombre: Gianpiere Lopera</p> <p>Edad: 24 años</p> <p>Carrera: Medicina veterinaria</p>
Fecha: 03/06/2022	<p>Resumen de la entrevista 05:</p>	
Hora: 5:00 - 5:20 pm	<p>El entrevistado nos comento inicialmente que es bachiller en la carrera de medicina veterinaria y actualmente trabaja con su tío quien tiene su propio negocio de veterinaria. El experto indica que el tiempo mínimo y máximo que ha ofrecido su servicio de cuidado de mascotas han sido de 1 o 2 horas y un fin de semana respectivamente. Por otro lado indica que una de las principales razones por las que dejan a sus mascotas es porque sufren alguna deficiencia o enfermedad que implica el cuidado ya de profesionales en el tema, otra razón es la por tiempo del trabajo o la realización de un viaje. Dice que la comisión que el ganaba era de un 20 o 30% de lo que cobraba su tío entre 50 o 100 soles dependiendo la raza del perro y otras cuestiones, esta comisión es debido a que era un trabajo extra. Siguiendo con la entrevista, nos comenta que si tuvo problemas en el sentido de que al momento de que los clientes dejaban a sus mascotas nos especifican como necesitaba ser atendida su mascota por ejemplo, su tipo de alimentación, alergias, entre otros. El servicio de cuidado de mascotas incluye alimentación, baño, paseo y atención médica en el caso surja. Por otro lado nos comento que antes no tenían requisitos sin embargo luego si establecieron y el más importante que los clientes antes de dejar a sus mascotas especifiquen como debe ser tratado su mascota y si tiene alguna enfermedad. Además menciona que sus clientes se han vuelto recurrentes ya que se les ofrece un servicio de alta de calidad de atención a sus mascotas debido a que pasan un buen rato siendo cuidados por ellos, los ayudan a socializar con otras mascotas y también cubren sus posibles necesidades médicas. Nos comenta también que durante el servicio los clientes pueden comunicarse en cualquier momento con el encargado de cuidar a su mascota, esto mediante whatsapp o llamada de telefónica. Para que sus clientes confíen en los servicios que ofrecen ellos simplemente detallan amablemente en que consiste la atención en sí de sus cachorros y que ante cualquier emergencia ellos pueden reaccionar y ayudarlos rápidamente. El cuidado de la mascota puede darse tanto en la veterinaria misma, como en la casa del cuidador de ser necesario y paseos en el parque.</p> <p>Nos comenta que con respecto a la anticipación desde cuando deben ir separando sus citas, depende de la época en la que se encuentre por ejemplo en fiestas patrias o navideñas la demanda es mayor por lo tanto realizan la reserva desde 2 o 3 semanas antes del servicio. Por otro lado en temporadas de una demanda regular separan con 1 semana de anticipación.</p> <p>Patrones Observados</p> <p>Mencionaron que el requerimiento más importante es la especificación de necesidades o de atención que debe recibir la mascota encargada ya que ante posibles tratos que puedan afectar emocionalmente a la mascota el cliente procederá a quejarse por el servicio y probablemente establezca una denuncia según la gravedad del asunto es por ello que les hacen firmar un contrato en el que se compromete haber brindado lo requerido y exigido por los cuidadores para que de este modo puedan tener un respaldo legal.</p>	
Especialidad		<p>1. ¿Cuál es el tiempo máximo y mínimo que ha tenido que cuidar a sus mascotas?</p> <p>2. Normalmente ¿por qué motivos dejan sus clientes a sus mascotas a su cuidado?</p> <p>3. ¿Cuanto de ganancia obtiene por cuidar de mascotas?</p> <p>4. ¿Nos puede comentar si ha tenido algún tipo de inconveniente al cuidar a una mascota? 5. ¿Qué servicios incluye el cuidado de la mascota?</p> <p>6. ¿Qué servicios incluye el cuidado de la mascota?</p> <p>7. ¿Cómo es su día cuando cuida a la mascota?</p> <p>8. ¿Cuál ha sido su mejor experiencia cuidando a mascotas?</p> <p>9. ¿Qué requisitos pide usualmente a sus clientes para ofrecer sus servicios de cuidado de mascotas?</p> <p>10. ¿Cuáles son los factores que influyen para aceptar o no a una mascota?</p> <p>11. ¿Qué implementos se necesita para tener una mascota bien atendida?</p> <p>12. Desde su perspectiva ¿Por qué cree que sus clientes vuelven a preferir sus servicios?</p> <p>13. ¿Mantiene contacto con el dueño de la mascota durante su cuidado? ¿Por qué?</p> <p>14. ¿Qué actitud tomas y qué acciones realizas para que un cliente confíe en que cuidará muy bien de su mascota?</p> <p>15. ¿Qué problemas ha tenido al cuidar de una mascota que no es suya?</p> <p>16. ¿En dónde realiza el servicio de cuidado de mascotas (Veterinaria/en casa/hospedaje/otro)? ¿Por qué? ¿Qué beneficios obtienen sus clientes cuando cuidan a su mascota en este lugar?</p> <p>17. ¿Con cuánta anticipación pueden los clientes separar cita para que cuides a su mascota?</p>

Fuente. elaboración propia.

Link de la entrevista 5: https://youtu.be/YIMF2MCmz_o

2.3. Resultados obtenidos

• Clientes

Luego de haber realizado la entrevista a usuarios, se obtuvo que la mayoría de los entrevistados mencionan que casi nunca han dejado a sus mascotas a cargo de personas desconocidas porque no confían en ellos. También consideran que una característica muy importante que debe de tener las personas que cuidan de mascotas es que sean amantes de los animales, en especial de los perros, que se comprometa a cuidarlo de manera responsable y sobre todo que sean pacientes. Muchos de los entrevistados sienten ansiedad o preocupación por no saber con quien dejar a sus mascotas y ese también es un motivo para cancelar planes. En el caso de que los deje con familiares, estos se sienten más tranquilos que cuando lo dejan con extraños porque no saben la forma o el trato que tendrá con sus mascotas, es decir, no saben si lo van a cuidar bien o si van a sufrir alguna agresión. En el caso de que tuviera que dejarlo a cargo de alguien más, este debe de mandar videos o fotos de sus perritos como muestra de que están siendo bien cuidados. Con respecto, al lugar les gustaría que fuera un lugar amplio y abierto en donde puedan sentirse cómodos y que tengan la posibilidad de desplazarse por todos lados. Algunos entrevistados no querían que sus mascotas se juntaran con animales ajenos por el miedo que los lastime, ya que la mayoría de los perros son de casa, es decir, son tranquilos e inofensivos y no saben pelear. Por otro lado, algunos de nuestros entrevistados nos dijeron que sus perros tienen características especiales por el tipo de raza, por ejemplo, uno tiene un perro nuwa, el cual es un mastín tibetano, ladra mucho y tiene la necesidad de proteger lugares con gente de confianza.

• Expertos

Luego de haber realizado la entrevista a los expertos, el principal motivo por el que las personas buscaban hospedajes para sus mascotas es por viaje, vacaciones o trabajos. El servicio que ofrecen es cuidar a las mascotas por los días que se van a quedar y sacarlos a pasear a los parques. La mayoría de hospedajes cuentan con espacios amplios, en el que la mascota se pueda sentir libre y los ubican por tamaño. Los problemas comunes que se presentan al cuidar a una mascota es de tipo médico, por ejemplo, hay perros que comen pasto y cuando regresan a su hogar tienen diarrea, peleas entre perros debido a que siempre interactúan con otros perritos, picaduras de insectos o pisar una rama, el cual puede generarle una herida.

2.4. Análisis y aprendizajes

En estas entrevistas pudimos conocer que la mayoría de los entrevistados optan por que el cuidador de sus mascotas sea una persona que ame a los animales en general, sea cariñoso, amoroso, responsable y organizado, ya que quizás en algún momento tenga que cuidar más de una mascota a la vez. Por otro lado, algunos precisaron que las personas que cuiden a sus mascotas deberían ser personas especialistas como un veterinario o auxiliar de veterinaria, ya que puede ocurrir cualquier emergencia, por lo que una persona normal no sabría cómo afrontar esos problemas. Por último, lo que se observó en las entrevistas realizadas es que los usuarios prefieren cuidadores que dispongan de tiempo para poder realizar los servicios que incluyen guarderías como paseos diarios 1 o 2 veces al día, limpiar las necesidades, jugar con ellos, darles comida y agua. Además, de contar con un patio o un lugar amplio en sus casas para que sus mascotas puedan tener la libertad de recrearse y relajarse si es que son canes y un lugar amplio, pero cerrado para el caso de gatos, conejos, entre otros. Finalmente, mencionaron que el tiempo aproximado que dejarían a sus mascotas es de 1 día a 2 semanas con el costo aproximado de 50 soles siendo la tarifa básica y 120 la premium.

3. Value Proposition Canvas

3.1. Perfil del cliente

3.2. Mapa de valor

Ilustración 2 Mapa de valor y perfil de cliente



Fuente: Elaboración Propia

3.3. Encaje

El encaje del modelo se consigue cuando los productos y servicios generan aliviadores de frustraciones y creadores de alegrías que coinciden con algunas de las frustraciones y alegrías importantes para el cliente. Asimismo, al alinear el mapa de valor con el perfil personal del cliente e identificar las tareas, frustraciones y felicidad del cliente en relación con nuestra propuesta de valor, es posible identificar los principales problemas de nuestro público objetivo.

Dentro de las frustraciones del cliente están la desconfianza y la falta de tiempo que se genera al tener que buscar a una persona que se encargue de su mascota. Para ello, *Cuidapets* ofrece a educadores comprometidos con enviar pruebas constantemente que confirmen el bienestar de la mascota; una amplia experiencia en el rubro; así como también una plataforma eficaz para reducir tiempos. Esto le permite la alegría de estar tranquilo y disfrutar de su actividad con plenitud. Asimismo, la aplicación ofrece para los clientes una función donde podrá organizarse para el día a día con su mascota.

3.4. Descripción de la propuesta de valor

La idea del negocio está basada en la creación de un aplicativo donde el usuario (Dueño de mascotas), que no tiene tiempo libre para el cuidado de sus pets, tendrá la facilidad de encontrar una gran variedad de opciones de cuidadores expertos y con experiencia para que puedan brindar el servicio de cuidado a sus mascotas. El cuidador es un factor imprescindible dentro de "Cuida Pets", ya que el servicio tiene una alianza estratégica con este. Es así como esta app los une para formar una idea de negocio rentable y sostenible.

Nuestra propuesta de valor se evidencia, principalmente, para aquellos que recibirán el servicio de cuidado de mascotas y en donde obtendrán servicios de cuidadores con experiencia y mucha dedicación a las mascotas. Asimismo, cada cuidador será calificado por el cliente, dejando así comentarios o recomendaciones para encontrar a los mejores cuidadores fácilmente. Además, se podrá contar también con el acceso al GPS del aplicativo que le muestra en tiempo real los cuidadores que tiene cerca a su ubicación.

3.5. Identificación de elementos diferenciales (versus competidores)

Tabla 26 Identificación de elementos diferenciales

Características/ competidores	Rover-cuidador de perros	Mywak	Cuida pets
Acerca de la aplicación	Rover es la app número 1 en cuidado de mascotas y paseo de perros. Encuentra cuidadores de mascotas de confianza en tu zona que ofrecen alojamiento, guardería de día o paseos.	La única app en el mercado que incorpora la georreferenciación. Es decir, que los clientes tendrán a su disposición la ubicación exacta de sus perros.	Brindará un servicio de cuidadores seguro ya que en la plataforma sólo podrán ofrecer sus servicios los cuidadores que tengan experiencia
Para cuidadores y paseadores de perros	<ul style="list-style-type: none"> ● Envía fotos, vídeos y mensajes a los dueños de los perros con solo unos toques. ● Pagos de forma segura y sin complicaciones. ● Gestiona tus reservas y servicios desde cualquier parte. ● Recibe notificaciones directamente en tu móvil para responder más rápido a las solicitudes ● Envía informes Rover para que los dueños conozcan los detalles de cómo ha ido el servicio. 	<p>Los paseadores podrán registrar datos como el número de deposiciones de la mascota e incluso, mantenerse en constante contacto con el dueño ante cualquier preocupación.</p> <p>Otra ventaja es que los clientes podrán acumular 'wakpuntos' con cada servicio, los cuales pueden ser canjeados en la tienda virtual de la aplicación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Envía fotos, vídeos y mensajes a los dueños de los perros ● Los paseadores siempre estarán manteniéndose en contacto con los dueños para informales acerca de la situación de la mascota. ● También postearon fotos, videos, entre otros por las redes sociales de la aplicación.

<p>Tranquilidad total</p>	<p>El 95% de los servicios que cuentan con reseñas, reciben una puntuación perfecta de 5 estrellas.</p> <p>Rover acepta menos del 20% de los cuidadores potenciales, porque tu perro merece lo mejor. Cada servicio reservado en Rover está respaldado por la Garantía Rover y un equipo de soporte especializado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> WakVIP: Consta de un paseador por perro y es especialmente para los que necesiten adiestramiento en particular o algún tipo de cuidado especial. <p>WakPro: Donde una persona puede pasear hasta 4 perros y los cuidadores son certificados por el Centro Canino de la Cruz Roja seccional Bogotá.</p> <p>WakPal: Donde los paseadores son amantes de los animales que deciden dedicarse a eso en sus tiempos libres.</p>	<p>Cada cuidador será calificado por sus propios clientes con una puntuación de 0 corazones a 5 lo cual permitirá que el usuario encuentre el cuidador más adecuado a sus expectativas.</p> <p>Adicionalmente, podrán dejar recomendaciones u opiniones de cada cuidador, y buscarlos fácilmente y de manera rápida gracias al GPS que conectado a la app le mostrará los cuidadores con ubicación cercana a su hogar y con las mejores puntuaciones.</p>
<p>Página web</p>	<p>https://play.google.com/store/apps/details?id=com.rover.android&hl=es-PE&gl=US</p>	<p>https://mywak.com.co</p>	<p>https://www.figma.com/file/SiU3BPUTTqgoFglakwiciJ/LeanCanvas-%7C-Pixelfield-(Community)?node-id=301%3A238</p>

Fuente. elaboración propia.

Descripción de los competidores:

- **Rover-cuidador de perros**

Aplicación número 1 en cuidado de mascotas y paseo de perros. Ofrece servicios de alojamiento, guardería de día o paseos y se creó esta aplicación para amantes de mascotas. La aplicación puede recibir fotos y noticias de tus mascotas, un registro mediante GPS del paseo de tu perro, pagó de forma segura, comunicación fácil con los cuidadores, entre otros.

- **Mywak**

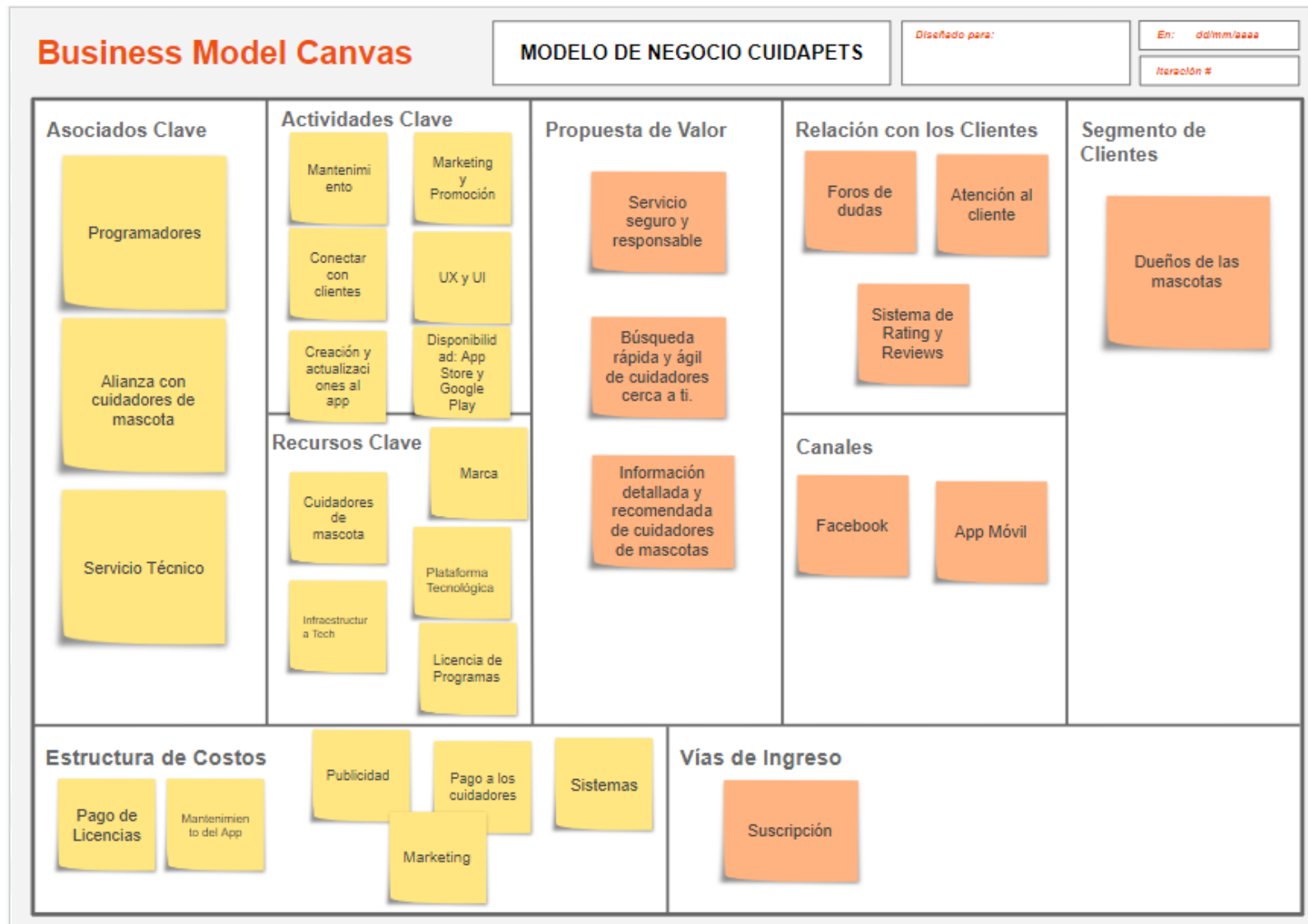
Esta aplicación fue creada por emprendedores colombianos y cuenta con muchos años de experiencia y ha tenido un crecimiento del 43% en el último año. Ofrece seguridad y confianza por medio de su servicio y tecnología. Los servicios constan de entre 8 a 12 paseos y pueden solicitarse de forma diaria, semanal o mensual. Los precios varían entre US \$8,000 y US \$30,000.

- **Cuidapets**

En base a los diferenciales de nuestra propuesta de negocio frente a nuestros competidores, la aplicación que planteamos busca hacer el proceso de comunicación con los hospedajes, veterinarias y personas libres algo práctico y fácil. También se le brindará un servicio de cuidadores seguro ya que en la plataforma sólo podrán ofrecer sus servicios los cuidadores que tengan experiencia. Por otro lado, cada cuidador será calificado por sus propios clientes con una puntuación de 0 corazones a 5 lo cual permitirá que el usuario encuentre el cuidador más adecuado a sus expectativas. Adicionalmente, podrán dejar recomendaciones u opiniones de cada cuidador, y buscarlos fácilmente y de manera rápida gracias al GPS que conectado a la app le mostrará los cuidadores con ubicación cercana a su hogar y con las mejores puntuaciones.

4. Business Model Canvas

Ilustración 3 Business Model Canvas



Fuente.

elaboración propia.

4.2. Desarrollo y sustento de cuadrantes

- **Segmentos de mercado**

Nos enfocamos en personas que necesitan dejar a sus mascotas al cuidado de otra persona por un tiempo no mayor a 1 mes, debido a viajes por trabajo, paseos, por salud, etc.

- **Propuesta de valor**

Se le brindará un servicio de cuidadores seguro ya que en la plataforma sólo podrán ofrecer sus servicios los cuidadores que tengan experiencia. Además, cada cuidador será calificado por sus propios clientes con una puntuación de 0 corazones a 5 lo cual permitirá que el usuario encuentre el cuidador más adecuado a sus expectativas. Adicionalmente, podrán dejar recomendaciones u opiniones de cada cuidador, y buscarlos fácilmente y de manera rápida gracias al GPS que conectado a la app le mostrará los cuidadores con ubicación cercana a su hogar y con las mejores puntuaciones.

- **Canales**

Los canales que vamos a utilizar para conectar a la empresa y su propuesta de valor con los segmentos de clientes son las redes sociales como facebook, instagram, entre otros, panfletos en las diferentes veterinarias, activaciones fuera de las veterinarias, charlas y conferencias veterinarias y por último, panfletos fuera de las universidades e institutos con la idea de que nuestro segmento de cliente vaya conociendo nuestra aplicación.

- **Relaciones con clientes**

La relación con los clientes de la marca está planteada, principalmente, de 4 maneras. La primera es el soporte inmediato a los usuarios a través del aplicativo, así como el mailing. El soporte técnico en línea es un punto crítico ya que tiene impacto inmediato en la satisfacción de los clientes. Esta situación se ve explicada por el establecimiento de una comunicación rápida y fluida entre el cliente y la marca para resolver alguna duda que no se encuentre en el foro de dudas, preguntas frecuentes o cualquier inconveniente que se le pueda presentar al cliente. En segundo lugar, a través del mailing se tiene el contacto directo con los clientes, haciéndoles llegar información actualizada acerca de las nuevas novedades del aplicativo.

Por tercer lugar, se plantea la interacción con los clientes mediante los comentarios, calificaciones y opiniones que dejen en el aplicativo, en caso el cliente de una opinión o comentario negativo, estos comentarios van al buzón de sugerencias para así poder ayudar a la marca a mejorar a través de una alternativa.

- **Fuentes de ingreso**

Respecto al flujo de ingresos, la idea de negocio se rentabiliza mediante un descuento del 15% de los ingresos percibidos por el servicio brindado, teniendo diferentes métodos de pago como efectivo, pagos con tarjetas crédito y débito y aplicativos móviles como yape y plin.

- **Recursos claves**

En relación a los recursos claves, dentro de ellos figuran la plataforma tecnológica (Software), las licencias de programas, el community manager de la marca, branding y la Infraestructura Tech. De acuerdo a esto, el community manager será la persona encargada tanto de construir como de administrar la comunidad online de la marca. Además, se encargará de gestionar la identidad e imagen de la misma, creando y manteniendo una buena imagen del negocio.

Al ser la propuesta de valor una un servicio, el recurso más clave resulta ser un aplicativo virtual, ya que a través de ella funcionará el negocio, pues es un intermediario entre el cuidador y el cliente. Por otro lado el branding, resulta ser otro recurso clave, ya que dotará a la marca con una presencia en las redes determinada, fortaleciendo la identidad de la marca, resaltando los valores de la misma y generando confianza y credibilidad.

- **Actividades claves**

Las actividades claves más importantes de nuestra idea de negocio es la creación de una aplicación interactiva en donde nuestro segmento de clientes pueda encontrar un lugar en donde pueda dejar a su mascota mientras no tenga disponibilidad de tiempo, conectar con clientes, creación de anuncios para hacer publicidad, disponibilidad de la aplicación en google play y app store y por último UX y UI.

- **Socios claves**

Nuestros socios claves son los cuidadores de mascotas o en todo caso veterinarios que cumplan las mismas funciones de un cuidador de mascotas, ya que este tipo de cuidados está relacionado a la carrera de veterinaria. Es decir, cumplen los mismos roles un veterinario y un cuidador de mascotas.

- **Estructura de costos**

La estructura de costos de Cuidapets está conformada en base a la publicidad del aplicativo que se encontrará en diferentes medios digitales; un especialista en marketing que creará el

contenido; las licencias para poder desarrollar la aplicación en Google Play; el mantenimiento y programadores quienes podrán ver en qué momento suceden errores en el sistema para poder darles solución.

5. Validación de la Solución

“Cuida Pets, aplicación móvil para encontrar la persona ideal que cuide a tu mascota el tiempo que necesites”

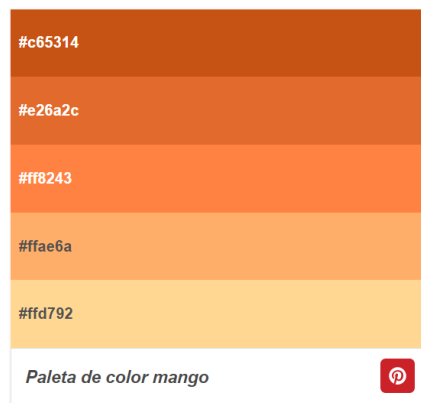
Nuestra idea de negocio busca brindar confianza al usuario que necesita dejar a su mascota al cuidado de otra persona por temas de viajes, trabajo, salud, entre otros.

En esta aplicación, el usuario podrá revisar el perfil de las personas que brindan servicios de hospedaje de mascotas para evaluarlas, y hacer una comparación de sus puntuaciones y comentarios que reciben después de haber brindado el servicio. Es de esta forma, que el dueño de la mascota podrá tener una mayor seguridad de que la persona a la que dejará a su mascota es alguien responsable, atento y confiable. Asimismo, con esta aplicación se espera que el usuario no perciba posteriormente el mismo problema de no saber con quién dejarlo ya que gracias a la app, el usuario podrá guardar de forma rápida y segura los datos de los cuidadores para tenerlos a su disposición en caso requiera nuevamente sus servicios en el futuro.

Creación de marca

Para la creación de la marca con el objetivo de poder avanzar con los próximos experimentos, el nombre que escogimos para nuestro aplicativo que conecta a dueños de mascotas con cuidadores experimentados es *Cuidapets*. Consideramos que el nombre expresa la identidad de nuestro producto. Como segundo paso utilizamos el sitio web Canva para la creación y elaboración del logotipo. Por último, la paleta de colores que hemos escogido para nuestra marca es la siguiente.

Ilustración 4 Logo Cuidapets



Fuente. elaboración propia.

- **Funciones principales prototipo de mediana fidelidad**

Ilustración 5 Registro y acceso a la aplicación

El usuario accede a su cuenta, o si es nuevo en la aplicación se registra por primera vez. Asimismo, podrá encontrar la opción de recupero de contraseña por si lo requiere.

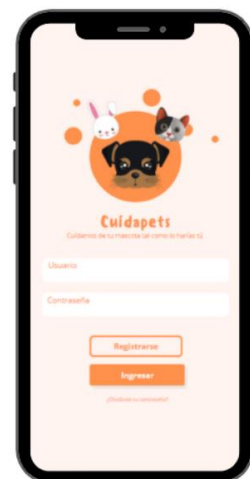


Ilustración 6 Búsqueda de cuidadores

El cliente podrá encontrar los cuidadores más cercanos a su residencia gracias al GPS. Además, podrá contactar a los cuidadores con las mejores puntuaciones y recomendaciones que le dé más seguridad de que su mascota estará en buenas manos. Asimismo, contará con un filtro con el que se puede buscar a un cuidador que tenga las habilidades y características que el cliente prefiera, como que sea cariñoso, amable, responsable, doglover, entre otros. Por otro lado, en la parte inferior tendrá un botón para regresar al inicio, acceder a la opción de servicio, y perfil del usuario. Finalmente, en la parte superior encontrará mayor información accediendo a las tres barras de la izquierda.



Ilustración 7 Solicitar servicio, acceso a chat y calendario

Al seleccionar el cuadro del cuidador previamente, el cliente podrá visualizar el perfil del cuidador y dependiendo de ello, lo solicitará mediante el botón "Solicitar". Adicionalmente, se encuentra en la parte inferior un botón para regresar al inicio, acceder a la opción de servicio, y perfil del usuario. Asimismo, se incluye un botón que lo redirige a un chat con el cuidador, y el organizador/calendario del mismo.



Ilustración 8 Ver la disponibilidad de tiempo del cuidador

El cliente puede visualizar el organizador/calendario del cuidador para saber fácilmente si aún tiene cupos para que cuiden de su mascota y si está de acuerdo con las mascotas con las que convivirá el tiempo que desee.

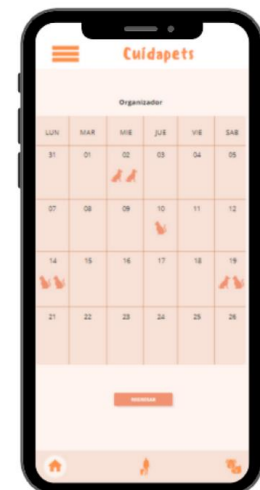


Ilustración 9 Ajustar el tipo de servicio requerido

Tras acceder a “solicitar” en el punto anterior, al usuario le aparecerá un formulario para que pueda colocar desde que fecha necesitará el servicio del cuidador, y las mascotas a las que deberá cuidar. Finalmente, dará click en solicitar.

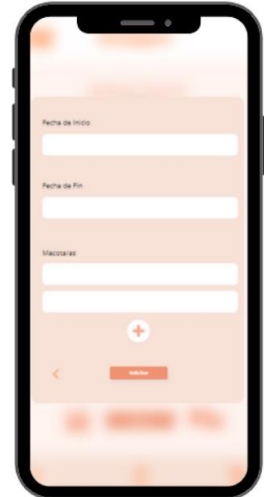


Ilustración 10 Visualizar las aceptaciones del servicio

Se observará la aceptación o el rechazo de la solicitud del servicio. En caso de que el cuidador acepte, se podrá contactar con este y llevarlo a su ubicación para que cuide de la mascota.

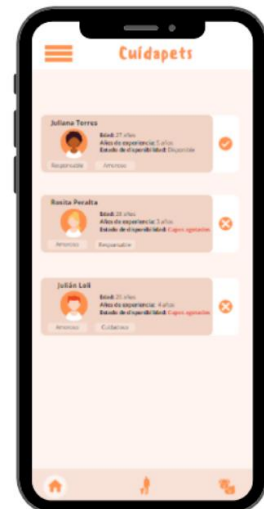


Ilustración 11 Pagar por el servicio brindado

El cliente encontrará en el botón inferior un ícono referente a una persona y un perrito, después de haber solicitado el servicio, un espacio en que se visualizará el estado del servicio, y una barra horizontal que se irá llenando conforme pasan los días, y se acerque la finalización del mismo. Además, para dar como finalizado el servicio encontrará un botón de pago para hacer la transferencia.



Ilustración 12 Chatear, realizar llamadas y video llamadas con el cuidador

El cliente también podrá contactarse con el cuidador mediante un chat. Además, también podrá enviar imágenes, fotos, hacer llamadas o video llamadas sin salir de la aplicación.

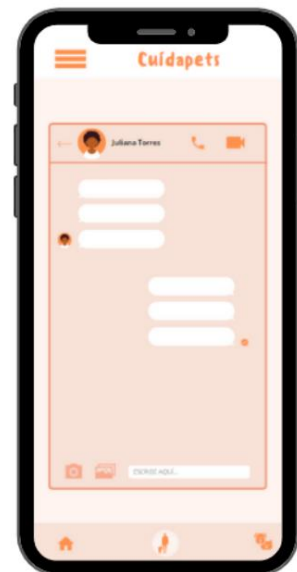


Ilustración 13 Definir el medio de pago y efectuar el pago

El cliente podrá realizar el pago al concluir el servicio tanto por transferencia ingresando los dígitos de su tarjeta, como por Plin y Yape, o pagando en efectivo al momento en el que recoja a su mascota.

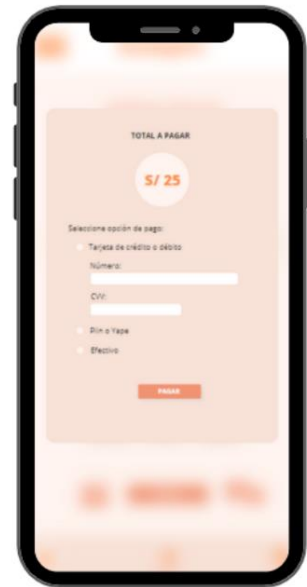
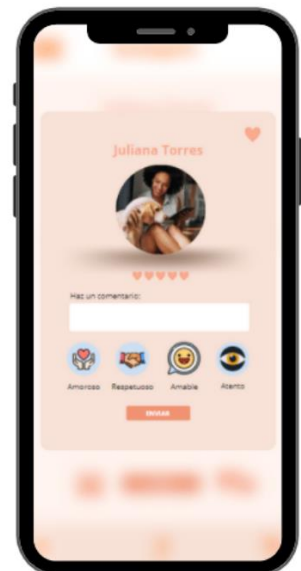


Ilustración 14 Calificar el servicio y dar comentarios

El cliente después de pagar por el servicio podrá calificar al cuidador y dejar un comentario dependiendo de la experiencia por la que pasó.



- **Funciones principales prototipo de alta fidelidad**

Ilustración 15 Resolver dudas o reclamos

El usuario podrá solventar cualquier duda o inquietud que presente. En caso, el dueño de la mascota no encuentra la solución a sus dudas se le enviará un número de celular en donde se le brindará toda la atención requerida.



Ilustración 16 Notificar al usuario

El cliente encontrará una lista de notificaciones que lo mantendrá al día de las nuevas actualizaciones o solicitudes de aceptación por parte de nuevos cuidadores.



Ilustración 17 Comunidad en línea - subir imágenes

Con el propósito de brindarle al cliente una grata experiencia, el cuidador a cargo podrá subir fotos de la mascota en tiempo real. En donde se podrá visualizar el trato que se le da y las actividades que realizará la mascota durante el día.



Ilustración 18 Comunidad en línea - comentar

Los clientes podrán interactuar con otros dueños de mascotas, podrán realizar recomendaciones, contar sus experiencias o si presentan alguna duda o inquietud y buscan una respuesta rápida la misma comunidad podrá ofrecerles la solución.



Ilustración 19 Configuración

Este menú está disponible para los clientes, en donde podrán cambiar información muy imprescindible de la cuenta como contraseña, correo electrónico y número de teléfono.



Ilustración 20 Seguridad y protección

Esta pantalla está disponible para todos los clientes, en donde van a poder resolver algún problema relacionado a la seguridad de su información o cuenta. Asimismo, el mismo aplicativo se pondrá en contacto con el dueño de la mascota ante cualquier actividad sospechosa.

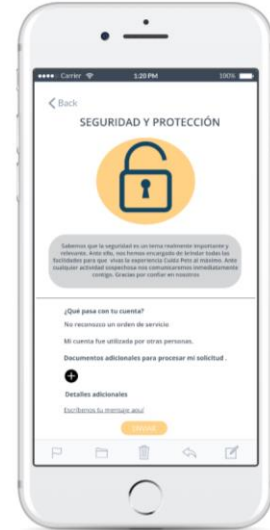


Ilustración 21 Soporte

Este menú estará disponible para los dueños de las mascotas, en donde podrán acceder a problemas frecuentes como eliminar cuenta, deshabilitar notificaciones, entre otros.



Ilustración 22 Itinerario

Al dar click a la opción "Itinerario", el cuidador podrá visualizar el itinerario escrito por el dueño de la mascota para que se pueda cumplir con los requisitos de actividades agendadas para ese día.



Ilustración 23 Ubicación - cuidadores cerca

Esta función con la que cuenta el aplicativo permitirá al dueño de la mascota encontrar a todos los cuidadores cerca de él/ella. De esta manera podrá filtrar a los cuidadores y escoger al que más le interese.

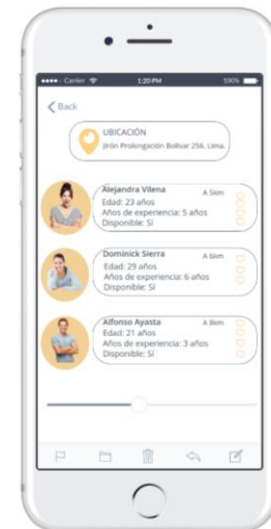


Ilustración 24 Ubicación en tiempo real de la mascota

Con el objetivo de brindarle mayor seguridad a los clientes se añadió esta nueva funcionalidad. Ahora el cliente podrá visualizar en tiempo real la ubicación de su mascota y monitorear sus actividades de acuerdo al itinerario agendado.



Características técnicas

Las características técnicas las cuales nuestro prototipo requerirá si queremos llevarlo a ser una aplicativo con funcionalidad completa será la siguiente:

- Será necesario integrar la API de Google Maps para poder mostrar al usuario (dueño) los cuidadores más cercanos a su ubicación.
- Será preciso solicitar el permiso a los usuarios para acceder a su ubicación a través del GPS de su celular para recomendar los cuidadores más cercanos y visualizar la ubicación de sus mascotas en tiempo real.
- Será importante integrar una API de pasarela de pagos para brindar un servicio seguro al momento de solicitar el cuidado de su mascota en nuestra app.
- Con el propósito de tener disponibilidad tanto en IOs como en Android será importante utilizar un framework cross - platform para poder crear una app que sea capaz de correr en cualquier sistema operativo.
- Algoritmo, facilitando los filtros en la búsqueda de cuidadores.

Diseñar interfaz de usuario (UI) - Prototipo de mediana fidelidad

Ilustración 25 Arquitectura y diseño visual

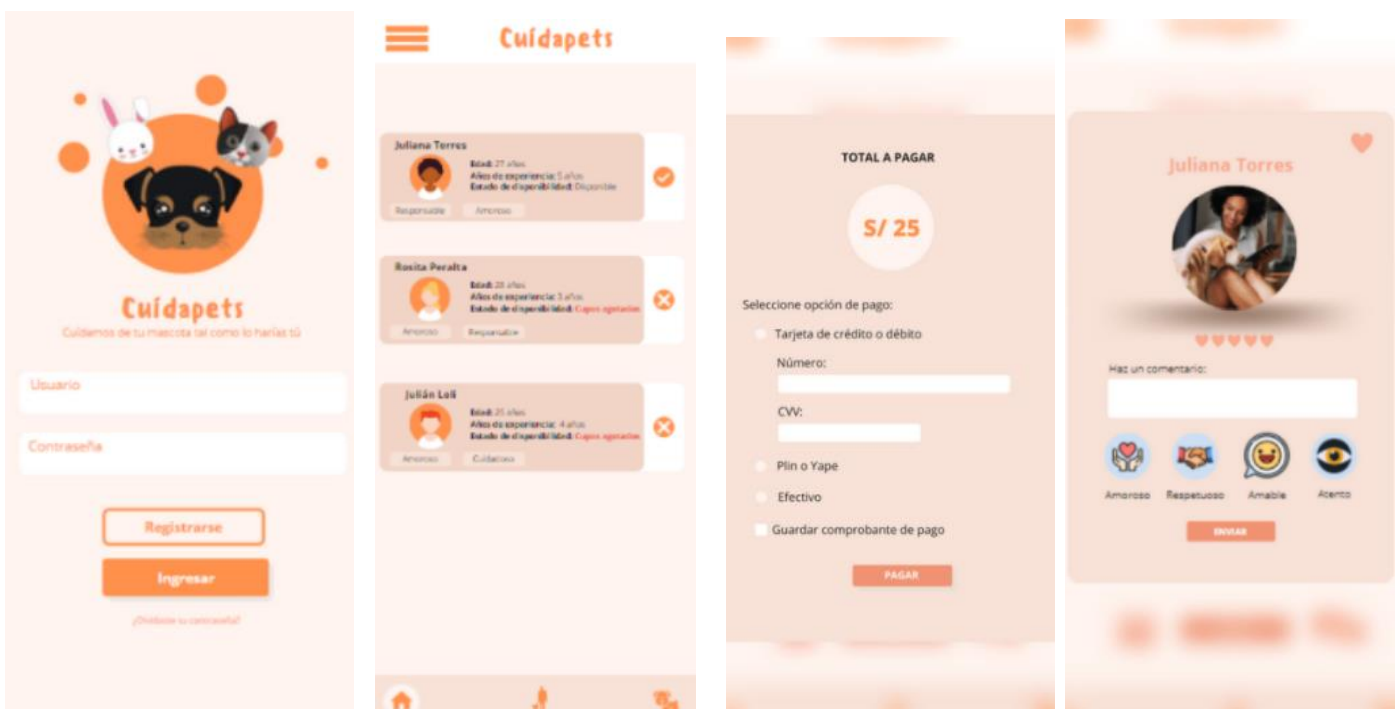
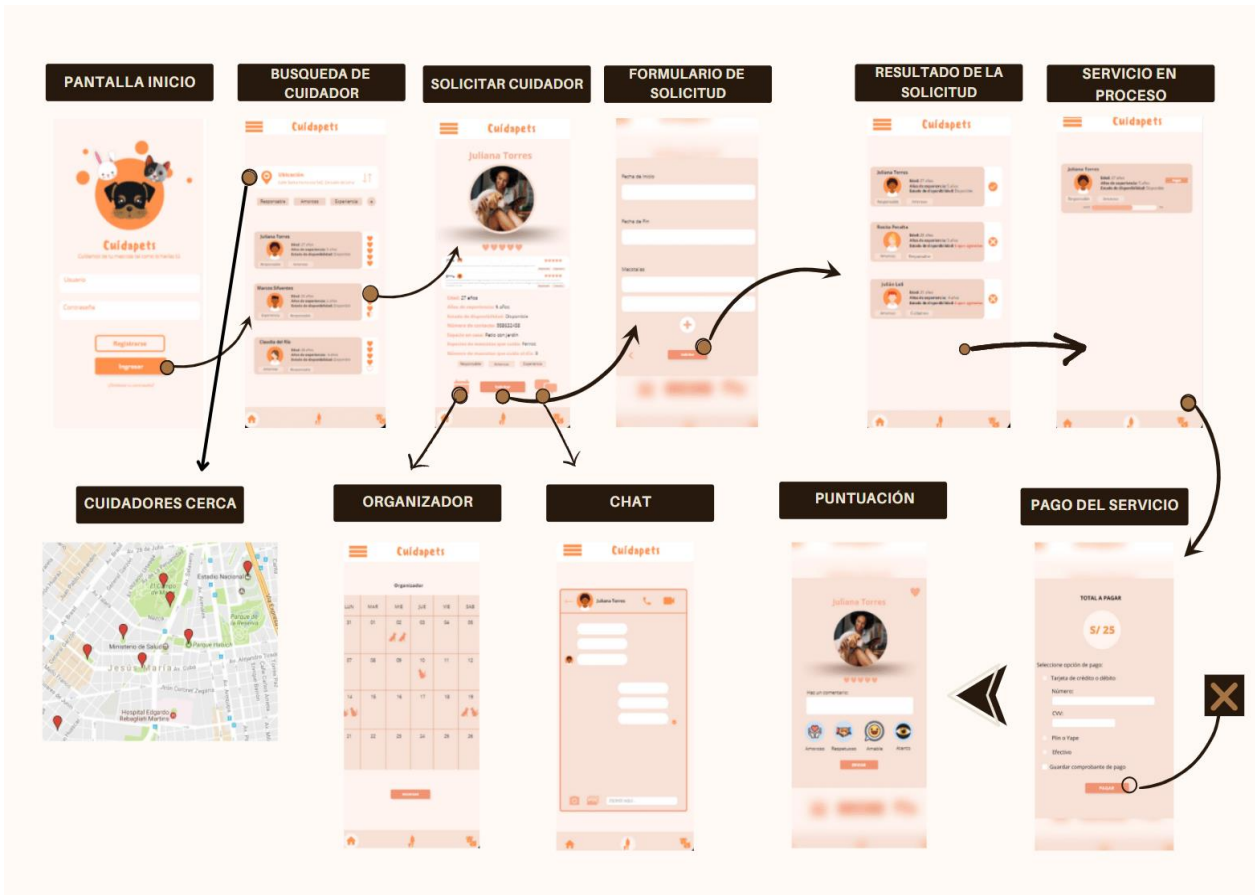


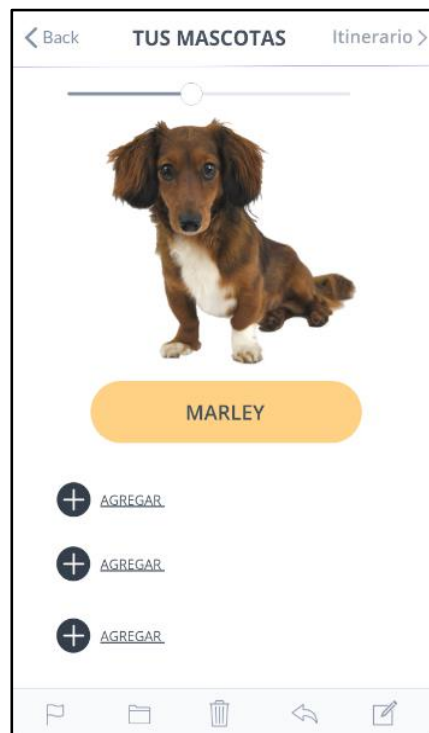
Ilustración 26 Diseño de la interacción



Fuente: Elaboración propia

Diseñar interfaz de usuario (UI) - Prototipo de alta fidelidad

Ilustración 27 Arquitectura y diseño visual



< Back ALEJANDRA VILENA Chat >



Usuario_99: Tuve una super experiencia con Alejandra. Recomendadísima

Hola! Me llamo Alejandra. Me considero una pet lover de corazón. Tengo más de 5 años de experiencia dentro del rubro en cuidado de mascotas. Me especializo exclusivamente al cuidado de caninos de raza pequeña. Para más información puedes darle click al botón "Chat" para coordinar un posible servicio. Siempre con amor y cuidado por nuestros amiguitos de 4 patas.

SOLICITAR

< Back Alejandra Vilena ● 📞 📺

Hola! Buenas tardes

Hola! Buenas tardes. Espero que tenga un excelente día. Gracias por contactarme ¿Cómo la puedo ayudar?

Gracias, tengo 2 perritos de raza pequeña. Y me ire de viaje por un tiempo

Perfecto, en este momento me encuentro disponible para el cuidado de sus mascotas.

Genial, la puedo llamar para coordinar?

Claro! Arriba tiene la opción de llamada o videollamada. Como usted desee.

q w e r t y u i o p
a s d f g h j k l
z x c v b n m

< Back

Fecha de inicio

Fecha de fin

Mascotas

+

CONFIRMAR

< Back

TOTAL A PAGAR

S/ 50.00

Seleccione opción de pago

Tarjeta de crédito o débito

Número

CVV

Numero de Yape o Plin: 985332058

Solicitar servicio

< Back COMUNIDAD EN LÍNEA



COMENTARIOS [Click aquí](#)

GALERIA [Click aquí](#)



Cuidapets

Cuidamos de tu mascota tal como lo harías tú

< Back



SERGIO AVELLANOS

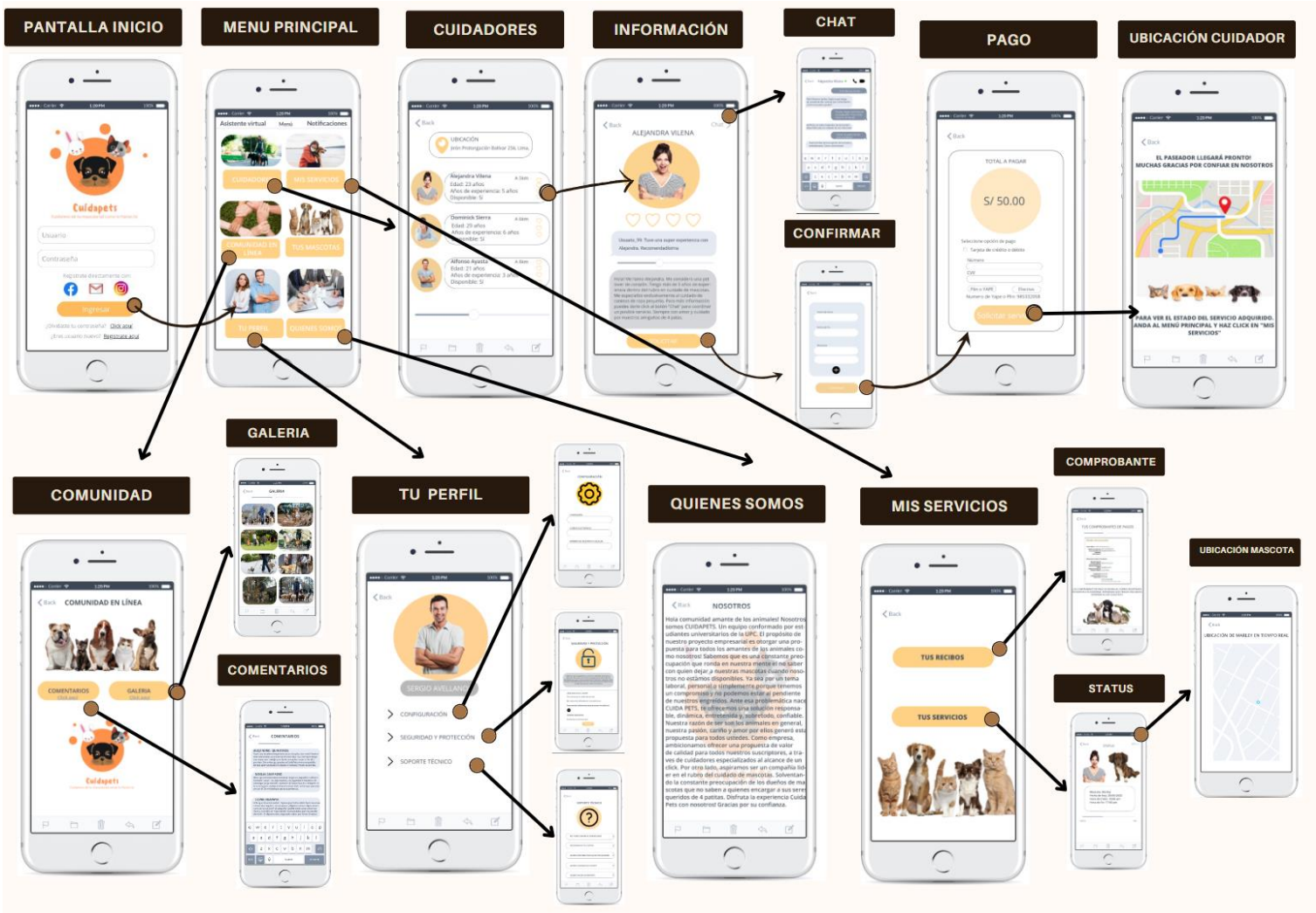
- > CONFIGURACIÓN
- > SEGURIDAD Y PROTECCIÓN
- > SOPORTE TÉCNICO

< Back NOSOTROS

Hola comunidad amante de los animales! Nosotros somos CUIDAPETS. Un equipo conformado por estudiantes universitarios de la UPC. El propósito de nuestro proyecto empresarial es otorgar una propuesta para todos los amantes de los animales como nosotros! Sabemos que es una constante preocupación que ronda en nuestra mente el no saber con quien dejar a nuestras mascotas cuando nosotros no estamos disponibles. Ya sea por un tema laboral, personal o simplemente porque tenemos un compromiso y no podemos estar al pendiente de nuestros engrtidos. Ante esa problemática nac CUIDA PETS, te ofrecemos una solución responsable, dinámica, entretenida y, sobretodo, confiable. Nuestra razón de ser son los animales en general, nuestra pasión, cariño y amor por ellos generó esta propuesta para todos ustedes. Como empresa, ambicionamos ofrecer una propuesta de valor de calidad para todos nuestros suscriptores, a través de cuidadores especializados al alcance de un click. Por otro lado, aspiramos ser una compañía líder en el rubro del cuidado de mascotas. Solventando la constante preocupación de los dueños de mascotas que no saben a quienes encargar a sus seres queridos de 4 patitas. Disfruta la experiencia Cuidapets con nosotros! Gracias por su confianza.

Fuente. elaboración propia.

Ilustración 28 Diseño de la interacción



Fuente. elaboración propia.

5.1 Validación técnica de la solución.

5.1.1 Experimento 01 (Entrevistas individuales a 5 usuarios)

5.1.1.1. Objetivo del experimento

Validar la propuesta de solución ante la problemática identificada en el presente proyecto de investigación. Tomando en consideración la experiencia de usuario del cliente con el prototipo de mediana fidelidad (App móvil - Cuidapets). Con esto se podrá validar el campo propuesta de valor y segmento de clientes.

5.1.1.2. Diseño y desarrollo del experimento.

a. Descripción del experimento.

Método utilizado: Se utilizó las entrevistas individuales a 5 usuarios a través de la plataforma ZOOM. Las personas interactuaron en tiempo real con el prototipo de mediana fidelidad desarrollado en Marvel App. El moderador no intervino dentro de la interacción, a menos que el usuario tuviese dudas al respecto de las funcionalidades. La finalidad es obtener opiniones respecto al color, diseño, interfaz, etc. Con la finalidad de mejorar el prototipo inicial de la app móvil.

Fecha de elaboración: Del 22 de abril al 26 de abril del año 2022.

Duración: 5 días.

Moderador: Gianmarco Chumpitaz

b. Bitácora de actividades.

Tabla 27 Bitácora de actividades n°1

Actividad	Tarea	Resultado
Realizar el prototipo	Buscar en internet un programa para realizar prototipos de aplicativos	Se desarrolló Cuida Pets. App móvil (prototipo) que materializa la propuesta de negocio del presente proyecto de investigación
Realizar el experimento para validar la experiencia del usuario	Buscar 5 usuarios que encajen con el segmento de clientes a los cuales nos dirigiremos	5 usuarios accedieron a brindarnos la entrevista vía ZOOM.
	Entrevistar a los 5 usuarios para recopilar información relevante para mejorar el prototipo presentado	Los usuarios nos brindaron información relevante a partir de su interacción con el aplicativo móvil. En primer lugar, la mayoría consideró que la idea es innovadora, creativa y útil. En segundo lugar, gran parte de los entrevistados piensa que el diseño, la interfaz y la organización de secciones es idónea. Por último, los usuarios nos dieron múltiples sugerencias para mejorar el prototipo móvil.

Alejandro Rodriguez.

- El usuario indica que la propuesta de negocio es innovadora.
- El usuario indica que la interfaz es ordenada.
- Alejandro comenta que es la primera vez que observa un aplicativo móvil en torno a la problemática comentada.
- Alejandro menciona que es un diseño básico y que puede mejorar para que luzca más profesional.
- El usuario indica que la propuesta está relacionada con la realidad en el mercado peruano, ya que conoce a varias personas que requieren de alguien que cuide de sus mascotas cuando no están presentes en casa.
- Indica que se necesita realizar muchos cambios en el proceso en el aplicativo, con la finalidad de mejorar la experiencia de usuario.
- A lo largo de la entrevista, el usuario tuvo múltiples preguntas respecto a las funcionalidades de la aplicación. Por ejemplo, cuáles son los filtros para seleccionar a los cuidadores de mascotas.
- Alejandro recomienda establecer filtros rigurosos a los cuidadores de mascotas, con el objetivo de brindar confianza y seguridad a los usuarios.
- Alejandro nos comentó su interés por ser parte del staff de Cuida Pets. Asimismo, preguntó cuáles serían los procedimientos a seguir.

Sebastián Lavado.

- El usuario indica que no tuvo inconvenientes al interactuar con el aplicativo. Menciona que es de fácil uso.
- Indica que la idea es creativa y que él usaría nuestro servicio.
- Sebastian estudia ingeniería industrial y, en base a su experiencia, indica que el aplicativo móvil está muy completo
- Sebastian menciona que no ha visto muchos prototipos de aplicativos con actividades de soporte, seguridad y protección. Felicita que lo tomemos en consideración en esta parte inicial.
- El usuario recomienda tener una sección de soporte en línea para resolver dudas y problemas por parte de los usuarios.
- Sebastian recomienda agregar un campo para agregar el correo electrónico y recibir la boleta y/o factura del pago por el servicio en ese medio.

- El usuario indica que los colores, el tipo de letra, la separación de la información son llamativas.

Italo Cárdenas.

- El usuario indica que es una idea innovadora y que tendría un impacto positivo en el mercado peruano, ya que confirma la problemática planteada.
- El entrevistado menciona que es una aplicación llamativa y única, ya que no había oído y visto una propuesta parecida.
- Italo menciona que la aplicación es de fácil uso y entendible.
- El usuario sugiere añadir un campo que indique la razón y motivo de ser de la empresa. Asimismo, que motiva a realizar el servicio.
- El usuario recomienda especificar a los clientes que el servicio no incluye el entrenamiento de las mascotas, con la finalidad de evitar malentendidos y confusiones.
- Indica que deberíamos mejorar el diseño, con la finalidad de llamar aún más la atención de los usuarios. Sugiere un diseño pet-lover.
- Italo recomienda cambiar el fondo de las secciones con diseños de mascotas.

Jannise Mirella Neyra.

- La entrevistada no tuvo problemas con la utilización del aplicativo móvil. Indica que es muy dinámico.
- La usuaria indica que le gustó la presentación y los colores del aplicativo
- Nos recomienda clasificar a los cuidadores con la naturaleza de la mascota. Por ejemplo, cuidadores exclusivos para perros, cuidadores exclusivos para gatos, etc.
- Mirella sugiere que los cuidadores deberían encargarse de sus mascotas en el domicilio del cliente, ya que le brindaría mayor confianza y seguridad.
- Mirella indica que se debería seleccionar y capacitar rigurosamente a los cuidadores, ya que cada mascota es única y, del mismo modo, pueden llegar a estresarse al no conocer a las personas que se harán cargo de ellas.

Carla Villalobos.

- Carla indica que los colores, la interfaz y el diseño van acorde al core business del negocio
- Opina que es una idea innovadora y necesaria. Nos relata su experiencia personal con sus mascota e indica que sería de gran utilidad
- Señala que el app móvil es dinámico y fácil de usar.

- El moderador le preguntó en qué podría mejorar el prototipo. A lo que la entrevistada aseguró que, hasta el momento, todo estaba bien y que no había que modificar nada.

5.1.1.3. Análisis e interpretación de resultados

c. Malla receptora.

Tabla 28 Malla receptora n°1

<p>Los entrevistados afirman que el prototipo es fácil de manejar e interactivo. Asimismo, afirman que nace a partir de una idea innovadora y útil. Además, comentan que usarían el aplicativo, ya que la problemática existe dentro del mercado peruano. Por último, nos mencionan que la recomendarían.</p>	<p>Mejorar el diseño del aplicativo, con la finalidad de que sea más llamativo para los usuarios, tomando en consideración fondos de mascotas con sus dueños. Asimismo, agregar una sección informativa del motivo y razón de ser de la empresa. Del mismo modo, agregar un campo de atención al cliente vía telefónica. Además, vincular el pago del servicio con el correo electrónico para recibir la boleta/factura por ese medio. Por último, clasificar a los cuidadores por la naturaleza de la mascota (Perros, gatos, conejos, etc)</p>
<p>¿Los cuidadores también entrenarán a las mascotas? ¿Cuáles son los filtros de selección para el cuidado de las mascotas? ¿El cuidador podría hacer el servicio a domicilio? ¿El pago es único por todo el día?</p>	<p>En torno al experimento realizado, se podría agregar una sección para que los usuarios compartan su experiencia con el servicio. Del mismo modo, se podría agregar un campo en donde los cuidadores de mascotas suban fotos y videos mientras realizan el servicio. Por último, se debería implementar una opción de servicio al cliente para solventar cualquier duda.</p>

Fuente. elaboración propia.

5.1.1.4. Aprendizajes y cambios a realizar

A raíz de las entrevistas se desarrollaron múltiples aprendizajes que se tomarán en consideración para el continuo mejoramiento de la aplicación Cuida Pets. En primer lugar, se agregará nuevas secciones que nacen a partir de la información recopilada. Por ejemplo, un campo para que los usuarios y cuidadores suban sus experiencias en el servicio a través de comentarios, fotos y videos. Esto con la finalidad de mostrar a los potenciales futuros clientes la interacción del socio clave con la mascota. En segundo y último lugar, se añadirá un campo

de servicio al cliente en línea para solventar cualquier duda o reclamo que el usuario pueda presentar.

El gran cambio en torno al aplicativo será el diseño. Cabe resaltar que los usuarios tuvieron una grata interacción con el app móvil. Sin embargo, detallan que se puede mejorar para atraer a más usuarios. El primer cambio está relacionado con el fondo de las secciones. Se procederá a colocar fondos de mascotas con sus dueños para brindar un ambiente pet lover al cliente. Asimismo, se añadirá un campo de presentación del modelo de negocio y lo que se quiere lograr dentro de la industria. Del mismo modo, se especificarán los servicios brindados para evitar malos entendidos con los usuarios.

5.1.1.5. Sustentación de la validación.

Entrevista 01: <https://www.youtube.com/watch?v=P7Q7OQwE-oE>

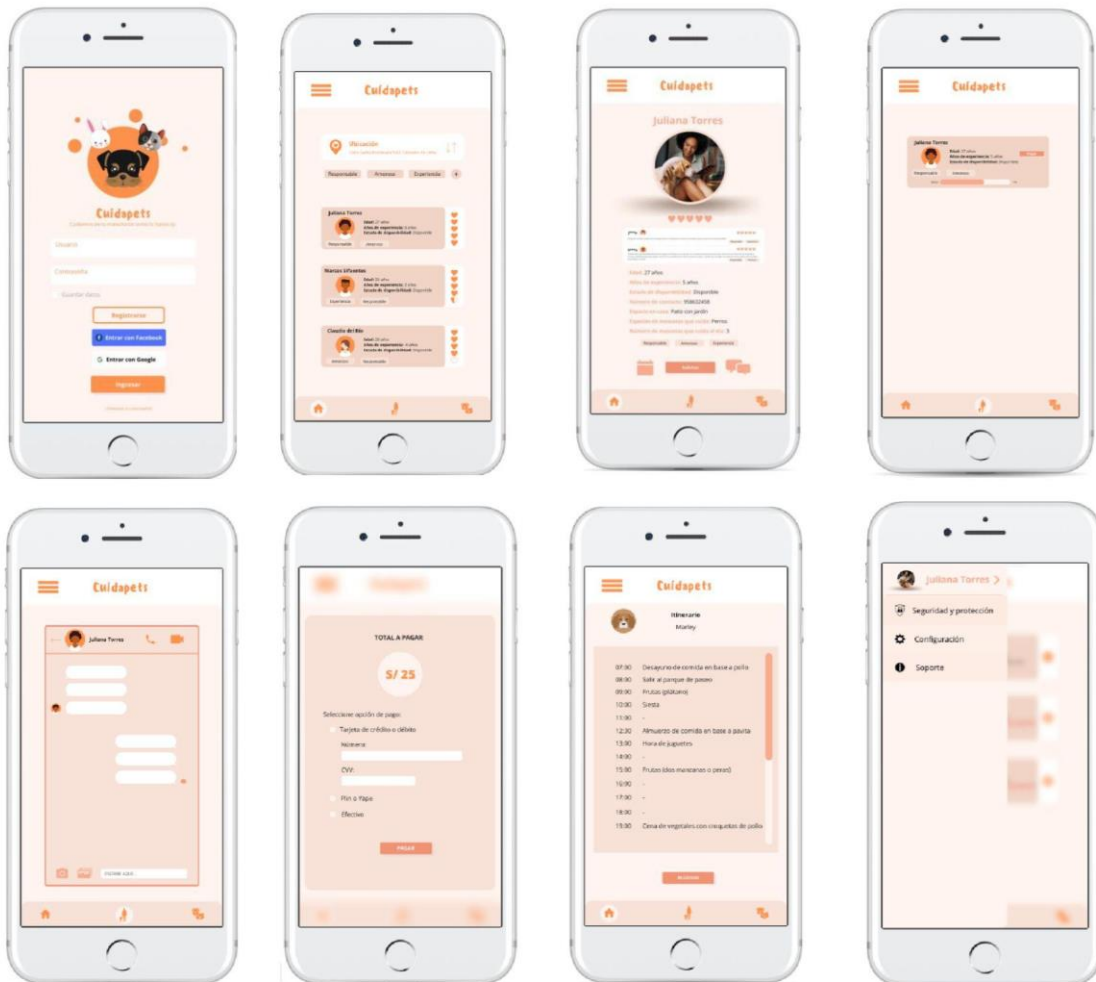
Entrevista 02: <https://www.youtube.com/watch?v=Nivv2uCrSy4>

Entrevista 03: <https://www.youtube.com/watch?v=1feh3ZF12qw>

Entrevista 04: https://www.youtube.com/watch?v=_qttO7mujnY

Entrevista 05: <https://youtu.be/KHD5KCzjYwc>

Ilustración 29 Prototipo que el usuario visualizó



Fuente: Elaboración propia.

Link del prototipo: <https://marvelapp.com/prototype/17bi3659/screen/86944785>

5.1.2 Experimento 02 (Entrevista a experto)

5.1.2.1. Objetivo del experimento

Validar la propuesta de solución a la problemática identificada en el presente proyecto de investigación. Esto mediante una entrevista individual a un experto desarrollador de apps que validará las características técnicas del prototipo Cuidapets. Con esto se busca validar el campo propuesta de valor.

5.1.2.2. Diseño y desarrollo del experimento.

a. Descripción del experimento

El diseño del experimento se dio a través de la plataforma ZOOM, en donde se tuvo una entrevista individual con un experto en desarrollo de plataforma y apps móviles. El experto interactuó en tiempo real con el aplicativo móvil, con la finalidad de validar las características técnicas del mismo.

Fecha de elaboración: 26 de abril del 2022.

Moderador: Gianmarco Chumpitaz

b. Bitácora de actividades

Tabla 29 Bitácora de actividades n°2

Tarea	Actividad	Resultado
Encontrar un experto en programación para validar la propuesta de valor	Buscar un experto en programación de aplicaciones	Se concretó la entrevista con el experto
Determinar la usabilidad del app mediante la reseña del experto ante la interacción con el prototipo.	Entrevistar a un experto en programación de aplicativos móviles	El experto menciona que el aplicativo es de fácil uso, manejable y dinámico. Sin embargo, dio recomendaciones para profesionalizar el aplicativo.
Determinar si las características técnicas del prototipo son factibles y si se podrán implementar.	Entrevistar a un experto en programación de aplicativos móviles	El experto menciona que los elementos necesarios para la correcta funcionalidad del aplicativo si son factibles y sí se podrán implementar
Analizar la entrevista	Ordenar toda la información de forma clara y concisa para su análisis	Se usó la herramienta "malla receptora" para colocar los puntos más relevantes de la

		entrevista con el experto.
--	--	----------------------------

Fuente. elaboración propia.

5.1.2.3. Analisis e interpretacion de resultados

Enrique Casas, estudiante de ingeniería de Software en la UTP, tuvo interacción previa con el prototipo, con la finalidad de que analice las funcionalidades de forma tranquila y detallada. Una vez empezó la entrevista, se presentó y nos comentó acerca de su experiencia dentro del rubro informático y de Software. Menciona que ha tenido contacto con programadores de aplicaciones. Del mismo modo, asegura que ha trabajado en el desarrollo de una app móvil en tiempos recientes. Posteriormente, el moderador le pregunta acerca de su experiencia en cuanto a la interacción con el prototipo Cuida Pets. Enrique, el experto entrevistado, nos comenta que su experiencia fue fluida y sin complicaciones. Además, afirma que fue dinámica e interactiva. Sin embargo, nos comentó que el diseño de la interfaz podría mejorar, ya que considera que se encuentra en una etapa muy básica y que se deberían añadir elementos más profesionales y llamativos. Luego, el moderador le preguntó acerca de las características técnicas del aplicativo y si es posible implementarlos en una etapa avanzada del proyecto. A lo que Enrique nos comenta que sí, efectivamente son características factibles de implementar, sin embargo, menciona que dependerá de la solvencia financiera, la cantidad de programadores involucrados y el tiempo requerido para insertarlo en el mercado. Por otro lado, el moderador le preguntó acerca de la afiliación de numerosas entidades financieras para contar con una alta variedad de opciones de pago. A lo que el experto comentó que es posible, pero que es un proceso largo y delicado, puesto que se está involucrando dinero, bancos y programadores expertos en pagos por línea. Por último, se le preguntó acerca del mantenimiento del aplicativo, a lo que el entrevista nos brindó múltiples elementos y factores imprescindibles a considerar dentro del proceso. Asimismo, afirmó que el mantenimiento es el soporte más importante para el funcionamiento de cualquier negocio virtual.

c. Malla receptora.

Tabla 30 Malla receptora n°2

El experto señaló que el prototipo está bien elaborado respecto a la distribución de la información y también las secciones. Asimismo, menciona que es una idea innovadora, creativa y	El experto menciona que el diseño es básico, acota que eso no es malo, ya que recién nos encontramos ensayando para el mejoramiento continuo. Sin embargo, señala que se podrían usar elementos más
--	---

<p>ambiciosa, por lo que será interesante ver una propuesta así en el mercado peruano. Del mismo modo, menciona que si bien se encuentra en una etapa básica, tiene potencial para mejorar bastante en el tiempo.</p>	<p>profesionales, con la finalidad de ser llamativos y creativos. Del mismo modo, añade que hemos escogido funcionalidades algo complicadas para las características del app, sin embargo, afirma que son factibles para su correcto funcionamiento.</p>
<p>¿Se podrá solventar todas las funcionalidad que requerirá la app? ¿En cuanto tiempo tiene previsto lanzar la app? ¿Cuentan con varios programadores/socios con ustedes? ¿En qué stores online piensan lanzar su app móvil?</p>	<p>Es importante tomar en consideraciones las recomendaciones del experto entrevistado. Asimismo, recopilar información de fuentes externas para verificar el precio de los elementos y funcionalidad requeridas para el funcionamiento del aplicativo móvil. Del mismo modo, tenemos que profesionalizar el diseño de la app para que sea más llamativa. Por último, generar una lista larga de programadores socios para que nos ayuden a concretar el prototipo.</p>

Fuente. elaboración propia.

5.1.2.4. Aprendizajes y cambios a realizar

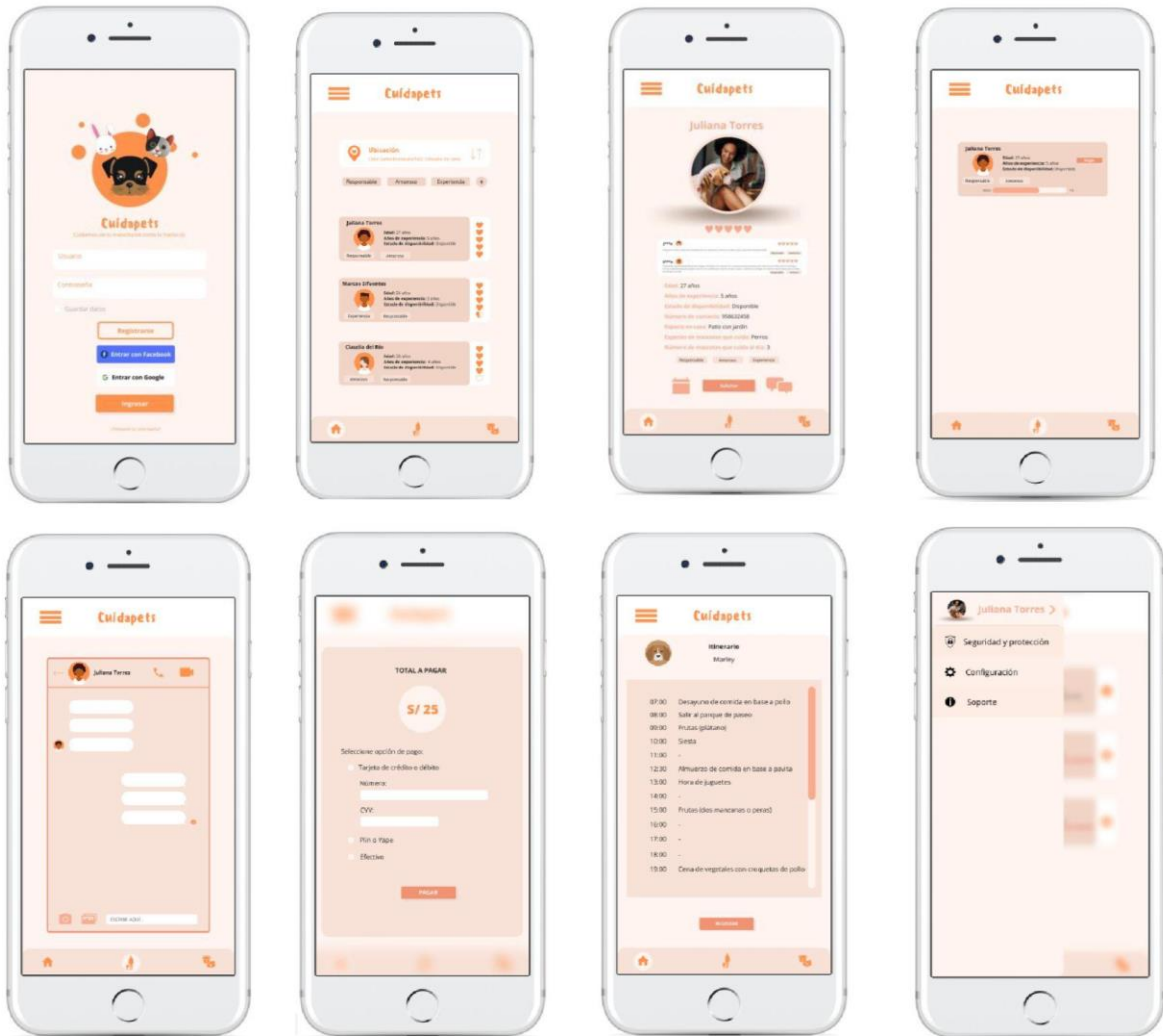
La entrevista con Enrique, experto en programación y desarrollo de apps, fue relevante para la continua mejora del prototipo realizado. El usuario indica que la distribución de la información se encuentra ordenada a través de las múltiples secciones. Asimismo, añade su interés por la propuesta de negocio, ya que le parece una idea innovadora y necesaria en el mercado peruano. Del mismo modo, nos recomendó profesionalizar la interfaz, con la finalidad de obtener un diseño más llamativo. Por último, considera que las especificaciones técnicas requeridas para la realización de la aplicación son posibles y factibles. Sin embargo, es importante recalcar el uso de fuentes secundarias para encontrar montos aproximados respecto a costos de mantenimiento, pasarela de pagos, afiliaciones con social medias para el vínculo directo de la cuenta, etc.

Entre los principales cambios a realizar, de acuerdo a las recomendaciones de Enrique, se encuentra el diseño de la interfaz móvil. En primera instancia, es imprescindible profesionalizar el aplicativo para lograr llamar la atención de los usuarios. En segunda instancia, utilizar colores y elementos que se adecuen al core business de la empresa. Por último, tomar en consideración la opinión de otros expertos para mejorar continuamente la propuesta de solución a la problemática identificada.

5.1.2.5. Sustentación de las validaciones

Link de la entrevista: https://youtu.be/7YJeRcmC_JQ

Ilustración 30 Prototipo que el experto visualizó



Fuente: Elaboración propia.

Link del prototipo: <https://marvelapp.com/prototype/17bi3659/screen/86944607>

5.1.3 Experimento 03 (Entrevistas individuales a 5 usuarios.)

5.1.3.1. Objetivo del experimento

Validar la propuesta de solución ante la problemática identificada en el presente proyecto de investigación. Tomando en consideración la experiencia de usuario del cliente con el prototipo de alta fidelidad (App móvil - Cuidapets). Con esto se podrá validar el campo propuesta de valor y segmento de clientes.

5.1.3.2. Diseño y desarrollo del experimento

a. Descripción del experimento.

Método utilizado: Se utilizó las entrevistas individuales a 5 usuarios a través de la plataforma ZOOM. Las personas interactuaron en tiempo real con el prototipo de alta fidelidad tomando en consideración las mejoras sugeridas en el anterior experimento desarrollado. El moderador no intervino dentro de la interacción, a menos que el usuario tuviese dudas al respecto de las funcionalidades. La finalidad es obtener opiniones respecto al color, diseño, interfaz, etc. Con la finalidad de mejorar aún más el prototipo inicial de la app móvil.

Las mejoras realizadas fueron las siguientes:

Ilustración 31 Diseño

Con las sugerencias de nuestros usuarios y el experto decidimos cambiar el diseño de nuestro aplicativo. Pasando de un diseño básico a un diseño un poco más profesional y realista, con la finalidad de que sea más llamativo para los usuarios, tomando en consideración fondos de mascotas o mascotas con sus dueños para transmitir un ambiente pet lover al cliente.



Ilustración 32 Comunidad en línea

Gracias a esta sugerencia los usuarios compartirán sus experiencias con el servicio. Asimismo, se sentirán libres de comentar, compartir e interactuar con más dueños de mascotas. De igual forma, para agregar más emoción a su experiencia se agregó un campo en donde los cuidadores de mascotas subirán fotos y videos mientras realicen el servicio.

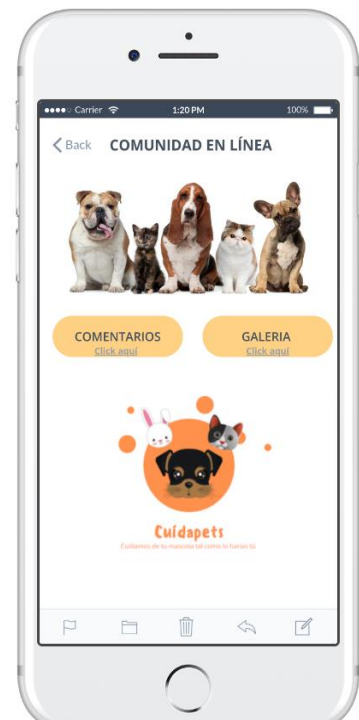


Ilustración 33 Nosotros

Con el propósito de que el público entienda nuestra idea de negocio sumamos este apartado para hacer conocer nuestras aspiraciones, motivos y razón de ser como empresa.

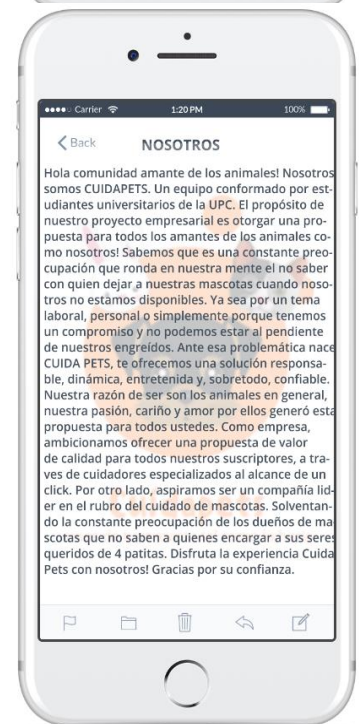


Ilustración 34 Envío comprobante correo electrónico

Con la sugerencia de los usuarios se añade la función de vincular el pago del servicio con el correo electrónico para recibir la boleta o factura por ese medio. Asimismo, se podrá visualizar todos los recibos en la sección “Mis servicios” opción “Tus recibos”



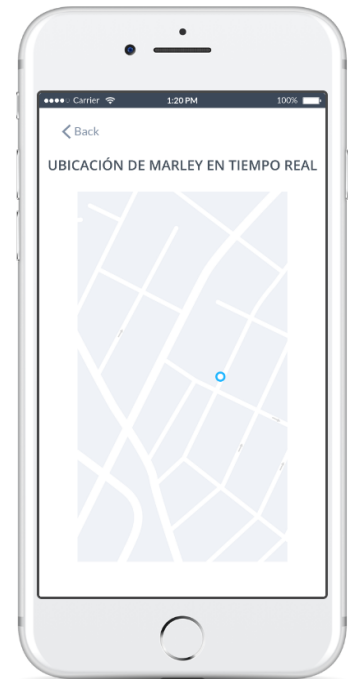
Ilustración 35 Asistente virtual

Con el propósito de solventar cualquier duda o reclamo por parte de los usuarios añadimos un asistente virtual que resolverá las preguntas más frecuentes. En caso, el dueño de la mascota no encuentra la solución a sus dudas se le enviará un número de celular en donde se le brindará toda la atención requerida.



Ilustración 36 Ubicación en tiempo real

Con el objetivo de brindarle mayor seguridad a los clientes se añadió esta nueva funcionalidad. Ahora el cliente podrá visualizar en tiempo real la ubicación de su mascota y monitorear sus actividades de acuerdo al itinerario agendado. Esta funcionalidad se ubicará en la sección “Tus servicios” opción “GPS”



b. Bitácora de actividades.

Tabla 31 Bitácora de actividades n°3

Actividad	Tarea	Resultado
Realizar el experimento para validar la experiencia del usuario	Contactar a posibles usuarios	5 usuarios accedieron a brindarnos la entrevista vía ZOOM.
Aumentar la fidelidad de prototipo y tomar en cuenta UX	Bosquejos listos	Link de nuestro prototipo de alta fidelidad: https://marvelapp.com/prototype/2f4d5146/screen/87005944
	Contrastar facetas de la experiencia de usuario con nuestra aplicación	Lista de puntos de experiencias describiendo como nuestro prototipo los cumple
Analizar la entrevista	Ordenar toda la información de	Se usó como ayuda la herramienta

	forma clara y concisa para su análisis	“malla receptora” para colocar los puntos más relevantes de las entrevistas con nuestros usuarios.
--	--	--

Fuente. elaboración propia.

Pregunta realizadas a los entrevistados

(Tomando en consideración las 7 facetas de UX)

1. Según tu experiencia. ¿Te resulta útil la aplicación?
2. ¿Considerarías este un aplicativo innovador?
3. ¿Te resultó fácil o complicado usar el aplicativo?
4. ¿Utilizarías esta aplicación y se la recomendarías a otros?
5. Según el diseño del prototipo, consideras que hay una relación equilibrada entre imágenes, identidad, marca y el resto de componentes?
6. ¿Tienes alguna recomendación para inclusivizar la aplicación a todo el población?
7. ¿Qué tan creíble te pareció nuestra nuestra aplicación? ¿Te genera confianza?
8. ¿Qué crees que tiene la aplicación a diferencia de otras que hayas visto o escuchado al respecto?
9. ¿Qué nos recomendarías para dar un valor diferenciado?

Facetas de la experiencia usuario en nuestro aplicativo

- **Útil:** Nuestro MVP resuelve el problema principal que hemos identificado al lograr que nuestros usuarios cuenten con un aplicativo de confianza y seguro en el que puedan conseguir cuidadores experimentados, con años experiencias, permitiéndoles encontrar a la persona de confianza que le dará la tranquilidad a la hora de dejar a sus mascotas.
- **Utilizable:** Nuestros usuarios podrán lograr su meta deseada con nuestra aplicación. Hemos intentado darle el control al usuario y la libertad de moverse a cualquier parte de la aplicación desde donde esté. Además hemos realizado las opciones (call to actions) lo más visibles posibles con la finalidad de que nuestros clientes no tengan la necesidad de recordar información de cómo usar el aplicativo.

- **Deseable:** Se ha utilizado una paleta color mango en la marca y en los botones que llame a tomar una acción, denotando sentimientos de vitalidad y felicidad. Además, seguimos un diseño más profesional, realista y conciso.
- **Encontrable:** Para esta nueva versión hemos reducido la cantidad de pasos necesarios para que nuestro usuario pueda acceder a la información que está buscando de manera más eficiente.
- **Accesible:** Empleamos un lenguaje simple y directo, tratamos de evitar tecnicismos, abreviaturas o iniciales. Asimismo, estructuramos el texto de manera clara y coherente.
- **Creíble:** El crear un espacio para la comunidad en donde los dueños de las mascotas se sientan libres de comentar sus experiencias con el servicio ayudará a generar confianza para nuevos clientes potenciales.
- **Valioso:** Nuestro aplicativo ofrece un servicio único comparado a otras opciones disponibles en el mercado.

Principales hallazgos

Con el propósito de mantener nuestros experimentos enfocados en la experiencia de usuarios, dividiremos nuestros hallazgos en base a cada faceta de UX por Peter Morville.

- **Útil**
 - El entrevistado comenta que la aplicación cumple con solucionar la problemática definida y que es bastante útil, por lo que lo recomendaría.
 - Danitza Diaz, usuario entrevistado, señala que la aplicación le resulta muy útil de acuerdo a las necesidades que ella y su mascota tienen.
 - La entrevistada nos comentó que es una aplicación muy útil y que cumple con las funciones básicas de este tipo de aplicación y que lo recomendaría si fuera necesario.
 - Al entrevistado le resultó útil y didáctico el aplicativo porque le brinda la información del cuidador y la posibilidad de rastrear en tiempo real la ubicación de su mascota.

- El entrevistado comentó que la aplicación resulta resolver problemas que por lo general se pueden presentar inesperadamente en algún hogar que tenga una mascota.

■ Utilizable

- Al usuario le resultó fácil usar la app, pero recomienda acortar los pasos para llegar al GPS en donde pueda ver en tiempo real a su mascota. Colocando un botón en el inicio que diga solo “GPS”.
- La usuaria señala que su experiencia con la navegación resultó sencilla y muy dinámica.
- Muy fácil de usar y bien detallada las secuencias.
- Le resultó fácil usar el aplicativo y no ha sentido en ningún momento que haya tenido alguna dificultad.
- Durante la entrevista el usuario mencionó que le resultaba fácil de manejar y sencillas las opciones presentadas.

■ Deseable

- Se recomienda quitar el apartado “Quiénes somos” en el inicio y cambiarlo de posición, debido a que las tres primeras secciones involucran a dueños y mascotas y esta nueva sección no está relacionado con eso, perdiendo sintonía con las fotos que se ven.
- Afirman que la combinación del texto, interfaz e imágenes se encuentran en armonía. Aunque señala que se podría ampliar el tamaño del texto.
- Se recomienda poner colores más vivos a la aplicación porque se trata de mascotas y no de algo tan formal.
- La parte superior del menú, específicamente el largo de la ubicación del Asistente virtual es muy pequeño, haciendo complicado su uso.
- Se manifestó que todas las imágenes guardaban relación con el texto.
- Recomendó cambiar la gama de colores usada a colores vivos

■ Encontrable

- Se considera que el “Asistente virtual” se pierde un poco con esas letras pequeñas, se recomienda el cambio de posición para el área de perfil junto con soporte técnico y seguridad.
- Recomiendan que la opción “Asistente virtual” sea en forma de burbuja en la parte inferior derecha del menú.
- Recomiendan que algunas opciones se vean más llamativas, ya que a simple vista no se nota, como por ejemplo el asistente virtual.

- Se considero una buena posición y segmentación de los botones.
- Al finalizar comentó que la navegación le resultó fácil debido a que todas las opciones están en el lugar correcto.

■ **Accesible**

- Añadir una configuración para que el aplicativo se pueda controlar con la voz y que la misma app sea capaz de leer las opciones.
- Con la finalidad de inclusivizar la app, sugieren poner colores específicos para cada función de la interfaz móvil.
- La aplicación es fácil de usar y no cuenta con muchas complicaciones a la hora de ingresar, ya que todo está detallado.
- Añadir filtros especiales para personas con alguna discapacidad visual.
- Añadir controles y lecturas de voz para que el aplicativo pueda ser más completo en atención a su público

■ **Creíble:** En una puntuación del 1 al 10 (1= poco confiable y 10= muy confiable).

- Se le asignó una puntuación de 8 al aplicativo. Se recomendó que para aumentar esta confianza se debería colocar fotos con clientes reales en la parte del inicio.
- Para aumentar la confianza, recomienda agregar una opción de localización compartida de la mascota con más de 1 persona
- La entrevistada le puso un puntaje de 8 porque considera que debería de haber mayor información de los cuidadores para poder escoger uno, como por ejemplo recomendaciones o comentarios de sus clientes.
- Se asignó un puntaje de 8 al aplicativo. Se recomienda colocar como fondo de inicio una imagen o marca de agua que represente el servicio que se ofrece, para aumentar así la credibilidad.
- Asignó una puntuación de 8 al aplicativo debido a que no confiaba del todo en los cuidadores a no ser de tener una especie de carta de recomendación por parte de otros clientes atendidos por dicho cuidador.

■ **Valioso**

- El entrevistado considera que nuestro valor agregado es el GPS para ubicar en tiempo real a la mascota, ya que no ha encontrado esa característica en otros aplicativos.
- Danitza Diaz señala que el aplicativo es único en el mercado peruano, ya que no ha visto alguna aplicación parecida.

- Nuestra entrevistada nos comenta que había escuchado acerca de páginas web o redes sociales acerca de brindar este servicio pero nunca acerca de una aplicación con estas características.
- Se considera como valor diferenciador el GPS para ubicar en tiempo real a la mascota. Siendo esta la característica, hoy en día, más valorada por los dueños.
- Al término de la entrevista mencionó que el GPS resultó ser una opción muy importante e innovador y no muy utilizada en otros aplicativos

5.1.3.3. Análisis e interpretación de resultados.

Entrevista 01

Nombre y apellido: Jorge Luis Muñoz Neyra

Entrevistador: Delia Huilca Espillico

Fecha: 30/05/22

En la entrevista número uno, al usuario le resultó útil la aplicación; sin embargo, en la parte del GPS, para ubicar a su mascota en tiempo real, sintió que tenía que dar muchos clicks para poder realizar esa tarea. Sugiere acortar ese proceso colocando un botón en el inicio que diga solo "GPS". De igual forma, nos comenta que el "Asistente virtual" se pierde un poco estando en la parte superior, por ello recomienda que se cambie de posición y se coloque en el área de perfil, junto a soporte técnico y seguridad. A pesar de eso, el entrevistado considera que el aplicativo es algo innovador ya que muchas personas hoy en día suelen vivir solos con sus mascotas. Por ello, manifestó que utilizaría el aplicativo y que sí se lo recomendaría a alguien más, ya que no lo ve tan complicado a utilizarlo y lo encuentra demasiado útil.

En relación a lo estético, el usuario comentó que quitaría el apartado "Quiénes somos" y lo podría en el área de "Tu perfil" creando una sección denominada "Más información" en donde no solo se incluiría el "Quiénes somos", sino también se añadiría la visión, misión, contactos y el correo de la empresa. Debido a que nos menciona que las tres primeras secciones involucran a los dueños y a las mascotas, y el colocar el apartado "Quiénes somos" junto a ellos no presentaría una conexión, perdiendo cierta relación en las fotos que se ven. Por otra parte, el usuario nos recomienda también que una manera de hacer más inclusivo el aplicativo es añadiendo una configuración en la que se pueda controlar con la voz y que la misma app sea capaz de poder leer las opciones. El usuario puso de ejemplo a Siri. Con relación a la confianza, el entrevistado dio una puntuación de 8 y nos recomendó que para hacer más confiable el aplicativo se debería añadir fotos reales de los clientes en la parte de inicio. Finalmente, declaró que lo que más valoro de nuestro aplicativo fue el GPS, algo totalmente innovador en comparación a la competencia.

Entrevista 02

Nombre y apellido: Danitza Carolina Diaz Peche

Entrevistador: Gianmarco Chumpitaz Lévano

Fecha: 01/06/2022

En la entrevista número 2, la usuario destacó la utilidad del aplicativo móvil "Cuida Pets". Ella asegura que no resultó dificultoso las tareas a realizar brindadas por el entrevistador. Del mismo modo, señala la innovación dentro del aplicativo móvil. Durante la interacción con el prototipo, señala que la opción de soporte técnico debería situarse en la parte inferior derecha del menú. Además, agrega que esta opción debería estar compuesta por colores llamativos para que el usuario pueda visualizarlo de una mejor manera.

Por otro lado, recomienda que el aplicativo tenga la opción de compartir la localización de la mascota con otra persona de confianza. Ella brinda como ejemplo y cito. "Me gustaría que la opción esté habilitada para que mi mamá también pueda observar donde se encuentra exactamente ubicado nuestro perrito". Asimismo, sugiere implementar fotos de los programadores y personas involucradas en la creación del aplicativo "Cuida Pets" dentro de la opción "NOSOTROS", ya que le brindaría más confianza el saber quienes están detrás del proyecto. Con respecto a la inclusión, Danitza afirma que se debería tomar en consideración a todas las personas con habilidades especiales para hacerlos parte dentro del proyecto. Para ello, señala que se debería diferenciar los botones por colores específicos para cada función. (Azul para el menú, Rojo para el asistente virtual, Amarillo para el perfil, etc). Por último, afirma que nuestro aplicativo es único, ya que no ha interactuado con aplicaciones parecidas dentro del mercado peruano.

Entrevista 03

Nombre y apellido: Lesly Colque

Entrevistador: Jenny Maribel Ccaico Quicaño

Fecha: 02/06/22

La tercera entrevistada nos dijo que le resulta fácil de usar la aplicación y que considera que es un aplicativo innovador porque no conoce la existencia de aplicativos con esta función pero si ha visto muchas paginas de facebook en donde ofrecen este tipo de servicio pero no exactamente una app. Ella dijo que si recomendaría a sus amigos porque tiene amigos y familiares que tienen mascotas. Respecto al diseño y color del aplicativo le parece muy serio y nada llamativo los colores, su recomendación es que deberíamos de poner colores más vivos para que resulte más atractivo esta app. Por otro lado, le da una calificación de 8 porque hay cosas que le falta agregar como información de los cuidadores, como por ejemplo sus antecedentes, ya que ella considera que no es suficiente que alguien venga diciendo que ama

a los animales y que eso no es información suficiente para que esa persona o ese aplicativo le genere confianza. También que haya referencia o comentarios de las personas que han solicitado su servicio para que pueda tener un poco más de confianza con la app. Por otro lado, la entrevistada jamás había escuchado de una app que brinde este servicio, sólo anuncios en redes sociales o páginas web. Considera que para tener un valor diferenciado, la app debería de poner por cuantos días cuida o puede cuidar a la mascota para poder escoger a un cuidador de acuerdo a los requerimientos del cliente.

Entrevista 04

Nombre y apellido: Alberto Vargas Chala

Entrevistador: Delia Huillca Espillico

Fecha: 01/06/2022

En la cuarta entrevista, al usuario le resultó útil y didáctico el aplicativo porque le brinda la información del cuidador y la posibilidad de rastrear en tiempo real la ubicación de su mascota. Asimismo, manifestó que el aplicativo cumple con su propósito, que es el de buscar transmitir confianza y ser transparentes no solo con el servicio que ofrece si no también con las personas que están al cuidado de las mascotas. Por otro lado, el entrevistado nos comentó que se hizo un buen trabajo en la app al segmentar muy bien los botones y poner rutas sencillas para el usuario. Con respecto a la innovación, lo considera algo innovador ya que no ha visto ni interactuado con algo similar. Además, le resultó algo fuera de lo común y un gran acierto la sección del GPS. En cuanto a la sección de información por parte de los cuidadores este apartado hace que el aplicativo transmita confianza.

Añadió también que le resultó fácil usar el aplicativo, nos mencionó que no ha sentido en ningún momento que se haya atorado o haya tenido alguna dificultad. Asimismo, nos comparte que esto se debe a la buena segmentación y posicionamiento de los botones. A continuación, al comentarle al entrevistado que se tenía intención de lanzar la app tanto para los sistemas IOS como Android, mostró interés en utilizar el aplicativo y recomendarlo. En referente al sentido estético el usuario comentó que la parte superior del menú, específicamente el largo de la ubicación del Asistente virtual es muy pequeño. Por consiguiente, si el aplicativo se lanzará al mercado el usuario explicó que se sentiría algo incómodo al usarlo. En cuanto a las imágenes manifestó que todas ellas guardaban relación con el texto.

Finalmente, nos recomienda que para hacer más inclusivo el aplicativo se debería añadir filtros especiales para cualquier persona que sufra con alguna discapacidad visual, y en cuanto al nivel de confianza se le pidió al usuario indicar en una escala del 1 al 10 (donde 1=poco confiable y 10= muy confiable) señalar el nivel de confianza que le genera el aplicativo. Respecto a ello, el usuario comentó que le daría una puntuación de 8.

Entrevista 05

Nombre y apellido: Diego Coronel Giles

Entrevistador: Sebastian Cubas Leon

Fecha: 03/06/2022

En la quinta entrevista, al usuario se le solicitó hacer uso del aplicativo de alta fidelidad de Cuida Pets. Posterior a la navegación por el aplicativo, el usuario comentó que le parece interesante esta idea de negocio de cuidar mascotas y más aun que lo plasmamos en un aplicativo didáctico. El entrevistado mencionó que le resultó fácil de manejar ya que las opciones que presenta están correctamente distribuidas y cada una tiene la información necesaria que los usuarios requieran. Además, comentó que al aplicativo le otorgaría una puntuación de 8/10 debido a que le gustaría conocer un poco más sobre los cuidadores en sí ya que tendría miedo que maltraten a su mascota, por ello recomendaría agregar una opción de calificación y recomendaciones para respaldar su veracidad. Nos recomendó usar una gama de colores más vívidos para hacerlo lucir atractivo al público ya que personalmente los colores pasteles no le generan mucha impresión. Por otro lado dijo que la opción de la ubicación en vivo de la mascota durante el cuidado le resulta innovador ya que nunca ha escuchado alguna opción parecida dentro de otros aplicativos o servicios similares. Por último, mencionó que si estaría dispuesto a recomendar esta app a sus amigos ya que como bien menciona le pareció interesante la idea en general y que solo esperaría mejorar la parte de confiabilidad respecto a los cuidadores

c. Malla receptora.

Tabla 32 Malla receptora n°3

<ul style="list-style-type: none">● Aplicativo innovador, sencillo y fácil de usar.● Aplicativo útil● La app genera confianza entre los usuarios.● Fácil de usar● Didáctico● Botones segmentados y muy bien posicionados.	<ul style="list-style-type: none">● Acortar los pasos para llegar al GPS y ver en tiempo real la ubicación de la mascota.● Colocar fotos reales de clientes en el inicio.● Reubicar el apartado “Quienes somos”● Compartir ubicación de la mascota con más personas● Poner colores más llamativos a la opción “Asistente virtual”● Reubicar en la parte inferior derecha la opción “Asistente virtual”● Ampliar el largo de la ubicación del Asistente virtual ya que es muy pequeño
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> •
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo podemos hacer para mejorar el atractivo de nuestra aplicación y hacerlo estéticamente deseable y que genere más emociones? • ¿Qué opciones tendríamos que modificar o implementar para que todas las personas puedan utilizar la app? 	<ul style="list-style-type: none"> • Incluir un asistente virtual parecido a Siri. • Incluir un nuevo apartado llamado “Más información” en donde se añadirá el “Quiénes somos”, misión, visión, contactos y correo de la empresa. • La opción de poder compartir la localización de la mascota con otras personas. • Aplicar colores más llamativos y aumentar la letra de la opción “asistente virtual” • Añadir filtros especiales para personas que sufren de alguna discapacidad visual. •

Fuente. elaboración propia.

5.1.3.4. Aprendizajes y cambios a realizar

Entrevista 01

Nombre y apellido: Jorge Luis Muñoz Neyra

Entrevistador: Delia Huilca Espillico

En esta primera entrevista para que nuestra app sea más eficiente y fácil de usar, debemos acortar los pasos para llegar al GPS en donde los dueños puedan ver en tiempo real a sus mascotas. Asimismo, en cuanto al diseño agregar fotos reales de clientes en el inicio para que el app transmita más confianza. Así como también, agregar un menú de “Más información” en donde se incluirá no sólo la razón de ser de la empresa, sino su misión, visión, contactos y correos.

Entrevista 02

Nombre y apellido: Danitza Carolina Diaz Peche

Entrevistador: Gianmarco Chumpitaz Lévano

En esta segunda entrevista el usuario recomendó implementar una opción para compartir la localización de la mascota con más de una persona, ya que le daría mayor confianza con clientes. Asimismo, sugiere usar colores más llamativos para la opción “Asistente virtual”, ya que menciona que tuvo dificultades para ver donde se encontraba. Por último, recomienda

poner una foto de las personas que llevaron a cabo el proyecto “Cuida Pets”, puesto que le gustaría saber quienes son los creadores de la propuesta de valor.

Entrevista 03

Nombre y apellido: Lesly Colque

Entrevistador: Jenny Maribel Ccaico Quicaño

En esta tercera entrevista nos recomendaron poner colores más llamativos al aplicativo, es decir colores vivos porque considera que la aplicación se ve muy seria y que el asistente virtual debe de ponerse en un lugar donde tenga más notoriedad porque al hacer uso del aplicativo le costó un poco encontrar eso. Por otro lado, dijo que no solo basta que la persona diga que ama mucho a los animales sino que tenga antecedentes y comentarios de los clientes que hayan solicitado su servicio y cual es el filtro que estamos usando para que ellos puedan confiar en los cuidadores que nosotros proponemos o ponemos dentro de la aplicación.

Entrevista 04

Nombre y apellido: Alberto Vargas Chala

Entrevistador: Delia Huilca Espillico

Fecha: 02/06/2022

Para esta cuarta entrevista se debe cambiar el posicionamiento del apartado “Asistente virtual”, “Inicio” y “Notificaciones” ya que se aprecia por el lado del entrevistado que el largo de esta sección es muy pequeño, volviendo complicado su uso si es que el aplicativo se lanza al mercado. Asimismo, en cuanto al diseño colocar como fondo de inicio una imagen o marca de agua que represente el servicio que se ofrece, para aumentar así la credibilidad. Así como también, agregar filtros especiales para las personas que sufren de alguna discapacidad visual.

Entrevista 05

Nombre y apellido: Diego Coronel Giles

Entrevistador: Sebastian Cubas Leon

Fecha: 03/06/2022

En esta quinta entrevista el usuario nos recomendó usar colores más vívidos puesto que lo relaciona amablemente con la acción de pasear o cuidar mascotas en general. Por otro lado nos comenta que el aplicativo en sí presenta las opciones suficientes para considerarlo completo además considera que una de las opciones más importantes es la de cuidadores, donde se precisa la información del paseador y ubicación en vivo de la mascota, y junto a ella la de asistente virtual que resulta muy importante ante cualquier consulta del usuario. Por último recalca que la interfaz del usuario es sencilla, fácil de manejar y ocasiona una agradable experiencia.

5.1.3.5. Sustentación de la validación.

Entrevista 01: <https://youtu.be/WC289DCdssl>

Entrevista 02: <https://drive.google.com/file/d/1xWZu3PJtSUNg7nZjVzstPdPHI9wDVsHc/view?usp=sharing>

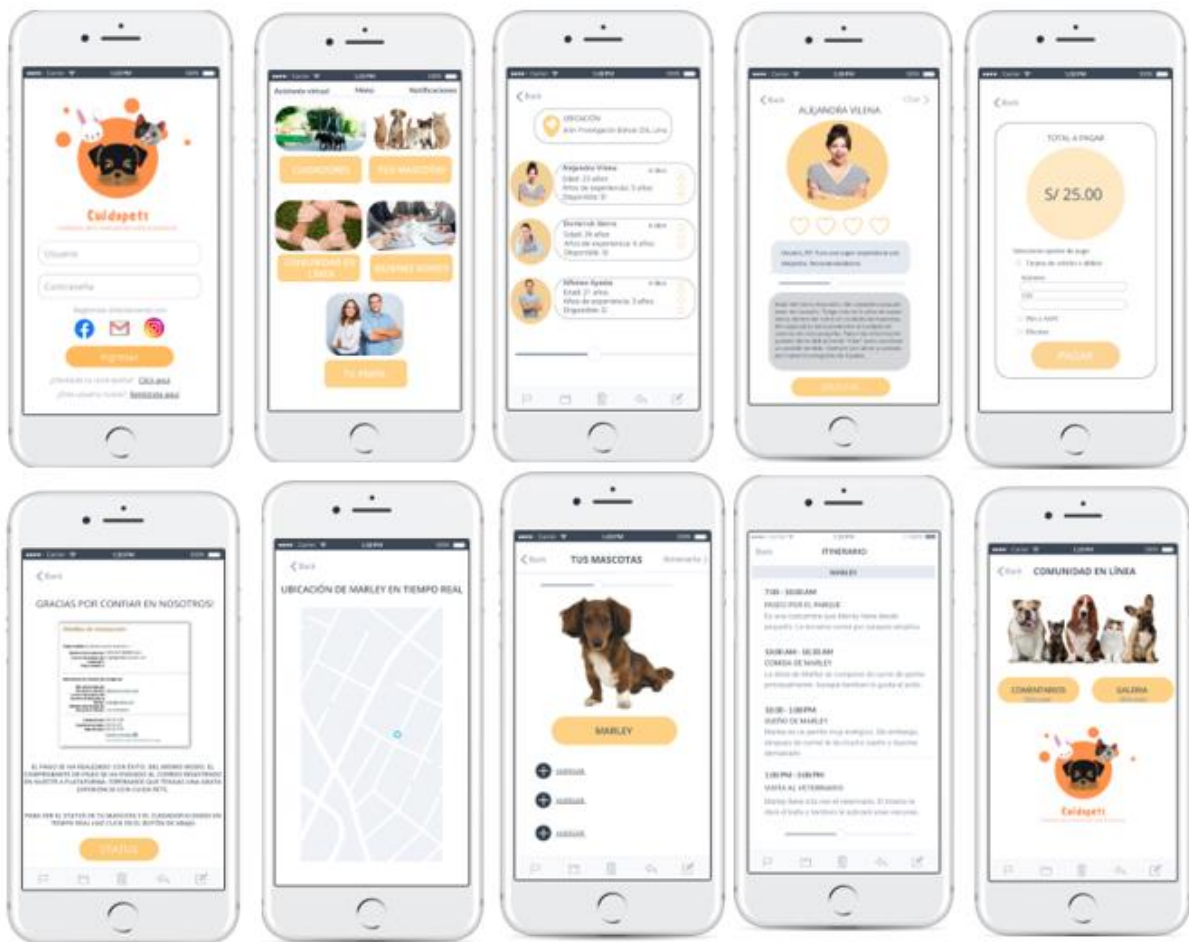
Entrevista 03: <https://youtu.be/s8-JWKfZ-AA>

Entrevista 04: <https://youtu.be/i7f7IHsEH48>

Entrevista 05: <https://youtu.be/OZraj7V2Gbs>

Ilustración 37 Prototipo que el usuario visualizó:

<https://marvelapp.com/prototype/2f4d5146/screen/87005944>



Fuente: Elaboración propia

5.1.4 Experimento 04 (Focus group a usuarios)

5.1.4.1. Objetivo del experimento

El principal objetivo del experimento es validar la propuesta de solución a través de un Focus Group a 5 usuarios presentes. La idea principal de este experimento es conocer si el app móvil es del agrado de las personas involucradas. Del mismo modo, se busca validar los campos: Propuesta de valor y segmento de cliente.

5.1.4.2. Diseño y desarrollo del experimento.

a. Descripción del experimento

Moderador: Gianmarco Chumpitaz

Duración: 14 minutos aprox

b. Bitácora de actividades.

Tabla 33 Bitácora de actividades n°4

Actividad	Tarea	Resultado
Realizar Focus Group	Encontrar a 5 usuarios idóneos que cumplan con los requisitos establecidos en el bloque segmentos de clientes	Se reclutó 5 usuarios de forma exitosa para realizar el focus group en un día y hora específica.
Realizar Focus Group	Buscar la plataforma idónea para realizar el focus group virtual	De entre múltiples opciones de plataformas, se eligió ZOOM por contener las características idóneas requeridas.
Realizar Focus Group	Enviar el link del prototipo a los usuarios previo a la	Vía WhatsApp se le envió el link del prototipo a los 5

	reunión para que interactúen	usuarios participantes del Focus Group. Los usuarios pudieron interactuar con el app de forma previa a la reunión.
Realizar Focus Group	Recopilar información, opiniones, recomendaciones y sugerencias de los usuarios.	Los usuarios brindaron recomendaciones relevantes para la continua mejora del prototipo. Asimismo, se recopiló toda la información dentro de una malla receptora para su fácil identificación y visualización.

Análisis

En primera instancia, cabe resaltar que los usuarios interactuaron con la aplicación Cuida Pets antes de entrar al Focus Group, en donde el moderador les pasó el link a través de WhatsApp a cada uno de ellos. En segunda instancia, el focus group dio inicio con la presentación de cada uno de los usuarios involucrados en la reunión, donde detallaron sus datos personales, ocupación y número de mascotas que tienen en casa. Posteriormente el moderador les comentó acerca de la problemática identificada en el presente proyecto de investigación. Asimismo, presentó de forma resumida la propuesta de solución a los usuarios presentes.

Luego, el moderador pidió la opinión sincera y transparente a cada uno de los usuarios involucrados frente a la previa interacción con el prototipo móvil, con la finalidad de recopilar la mayor cantidad de información necesaria para mejorar la propuesta de solución. Entre los puntos más relevantes se encuentran las siguientes opiniones y recomendaciones de los usuarios.

- Un usuario menciona que le costó interactuar con el aplicativo móvil, ya que hubiese preferido que la presentación del mismo no se diera por slides.

- Recomiendan que se debería especificar si los cuidadores cuentan con experiencia veterinaria o conocimiento médico para atender cualquier inconveniente con las mascotas.
- Sugieren añadir un tarifario a pagar por el tiempo de cuidado de las mascotas.
- Recomiendan implementar un área de comentarios para que el público vea las reseñas que los clientes brindan.
- Asimismo, una usuaria recomienda que se debería añadir un área de seguimiento en tiempo real de la mascota, con la finalidad de aumentar la confiabilidad del servicio.
- Sugieren que los cuidadores deberían ingresar sus preferencias de cuidado de mascotas. Por ejemplo, Cuidador A prefiere cuidar a perros de raza pequeña, Cuidador B tiene experiencia en cuidar a perros de razas grandes, etc.

5.1.3.4. Analisis e interpretacion de resultados

Tabla 34 Malla receptora n°4

<p>Los usuarios involucrados en el focus group detallan que la interacción con el aplicativo móvil es dinámico, claro y conciso, ya que informa de forma correcta el core del servicio. Asimismo, señalan que la estructura de la información a través de las múltiples secciones se distribuyen de forma correcta. Señalando, además, que es una interfaz llamativa y colorida.</p>	<p>Para el siguiente prototipo se debería cambiar la interacción de slides por la interacción de botones dinámicos. Asimismo, nos recomiendan realizar algunas mejoras respecto a la interfaz móvil, ya que podría verse más profesional con fotos de mascotas reales. Asimismo, sugieren implementar una sección de comentarios públicos a todos los usuarios.</p>
<p>¿Qué filtros pasan los cuidadores de mascotas? ¿La aplicación cuenta con seguimiento de geolocalización de los cuidadores? ¿El pago es único o depende de las horas de cuidado?</p>	<p>A raíz del focus group nacieron nuevas ideas, tomando en consideración las recomendaciones de los usuarios. En primer lugar, se debería agregar una sección para que los cuidadores detallen sus preferencias</p>

<p>¿Los cuidadores de mascotas poseen experiencia veterinaria?</p>	<p>de cuidado de mascotas. Por ejemplo, mascotas pequeñas, grandes, medianas, etc. En segunda instancia, implementar un seguimiento continuo en tiempo real del cuidado con la mascota. Por último, se puede añadir un campo con videos explicativos del servicio.</p>
--	--

Fuente. elaboración propia.

5.1.4.4. Aprendizajes y cambios a realizar

La información, recomendaciones y opiniones recopiladas en el focus group ha permitido obtener mayores conocimientos de mejora continua respecto al desarrollo del aplicativo. Cabe resaltar que los usuarios destacaron la utilidad e innovación de la propuesta presentada. Sin embargo, existen cambios que se deben realizar para aumentar el valor del prototipo Cuida Pets.

Entre las mejoras a realizar se encuentra el diseño del aplicativo. Se debe tomar en consideración realizar el profesionalismo de la app mediante fondos e imágenes dinámicas que muestren mascotas con sus amos, con la finalidad de generar un ambiente pet lover. Asimismo, se debe incorporar nuevas funcionalidades y campos. Por ejemplo, radar de geolocalización en tiempo real, sección de comentarios públicos, sección de fotos y videos de los usuarios y paseadores, etc.

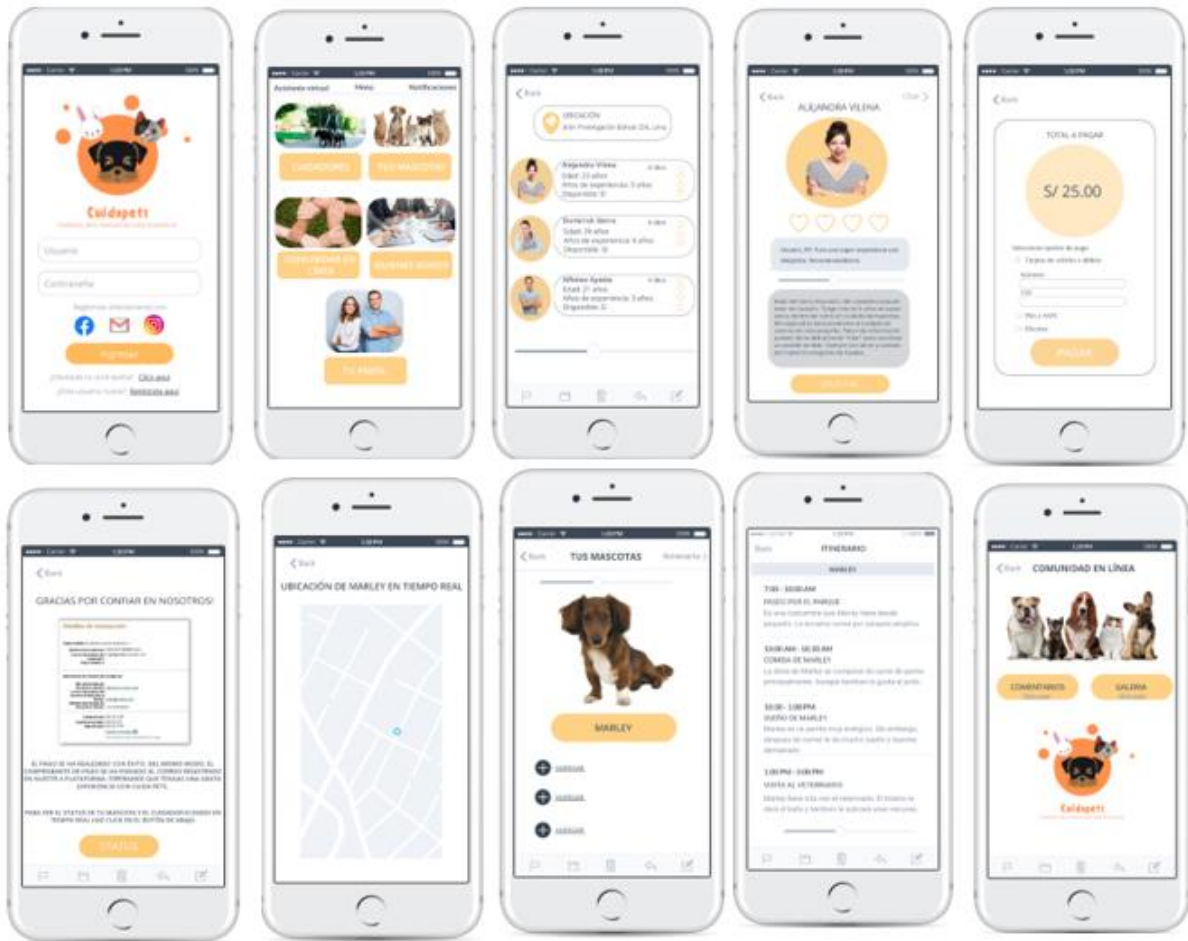
5.1.4.5. Sustentación de las validaciones

Link del Focus Group.

https://drive.google.com/file/d/1wTnISivXzAuOj_U3kIPPazIFxeVJkXB/view?usp=sharing

Ilustración 38 Prototipo que los usuarios visualizaron

<https://marvelapp.com/prototype/2f4d5146/screen/87005944>



Fuente: Elaboración propia.

6. Validación del modelo de negocio.

6.1 Experimento 1: Entrevistas a experto(Veterinarios)

6.1.1 Objetivo del experimento

El objetivo de este experimento es validar si contaremos con paseadores de mascotas o veterinarios que estén dispuestos a formar parte del proyecto, el cual es el desarrollo del aplicativo. De ese modo se podrá validar el supuesto de socios clave

Supuesto a validar: Contaremos con paseadores de mascotas o veterinarios que cumplen el rol de cuidadores de mascota debido a que está relacionado con su carrera como socios para el aplicativo.

6.1.2 Diseño y desarrollo del experimento

a. Descripción del experimento

Método utilizado: Se entrevistó un veterinario mediante la plataforma zoom. Para ello se explicó el proyecto para conocer la opinión del experto.

Fecha de elaboración: 26 de abril del 2022

Duración: 1 día

Moderador: Jenny Ccaico

a. Bitácora de actividades

Tabla 35 Bitácora de actividades n°5

ACTIVIDAD	TAREA	RESULTADO
Aplicar las mejoras al prototipo	Usar la plataforma para realizar algunos cambios dichos por los demás expertos	Se obtuvo un prototipo mucho más elaborado.
Realizar las entrevistas	Elaborar las preguntas que se realizarán y preguntar si formarán parte de nuestro proyecto, como socio.	Se realizó una serie de preguntas con la finalidad de sacar información requerida.
	Buscar veterinarios o cuidadores de mascota que estén dispuestos a absolver nuestras dudas y que quieran ser socio-	Se encontró al veterinario y fue capaz de absolver nuestras dudas.
	Elegir la plataforma adecuada para realizar la entrevista	Se escogió la plataforma zoom por la buena calidad del servicio
	Realizar la entrevista y analizar la información	Se obtuvo la información necesaria y se encontraron

		mejoras.
--	--	----------

Fuente. elaboración propia.

Al iniciar el experimento se le explicó detalladamente de qué trataba el proyecto y se le preguntó al entrevistado si estaría dispuesto a formar parte de nuestro equipo. Con ello se llegaron a las siguientes conclusiones:

Walter, médico veterinario, indicó que existen este tipo de aplicaciones pero son brindadas por las mismas veterinarias tipo un aplicativo en donde se pueda consultar pero no es un servicio completo como el que ofrecemos. También indicó que cobra un promedio de 50 nuevos soles por cuidar de una mascota pero depende de la zona, el tamaño de la mascota, entre otros. Por otro lado, el proyecto le parece interesante porque es una nueva forma de comunicación, es decir una nueva forma de poner en contacto a un cuidador de mascotas y el cliente y por último que si le gustaría ser nuestro socio por la iniciativa que tenemos y porque cada vez los animales son mucho más cuidados por las personas. Para que forme parte del negocio requiere una comisión del 20% del monto pagado por el cliente y esto a cambio del servicio que va a brindar. El resultado de esta entrevista es que los cuidadores de mascotas requieren un monto por cada servicio brindado, es decir, un porcentaje del dinero pagado.

6.1.3 Análisis e interpretación de los resultados

b. Malla receptora

Tabla 36 Malla receptora n°5

<ul style="list-style-type: none"> ● La nueva forma de comunicación entre cliente y trabajador ● Fácil de usar ● No hay plataformas similares al que brindamos 	<ul style="list-style-type: none"> ● Mejorar la oferta del aplicativo ● Ofrecer todo tipo de servicios de cuidado de mascota ● Establecer el tipo de mascotas que se pretende cuidar
<ul style="list-style-type: none"> ● ¿Cuántos veterinarios se debería de tener como socio? ● ¿Cuánto aportará como socio? ● ¿Cuánto de comisión se le dará como socio? ● ¿Cada cuánto tiempo debería de subir la comisión? 	<ul style="list-style-type: none"> ● Accesos directos mediante las redes sociales. ● Establecer una comisión para los socios

<ul style="list-style-type: none">• ¿Qué factores se debe de considerar para decidir si entra como socio o no?	
--	--

Fuente. elaboración propia.

6.1.4. Aprendizajes y cambio a realizar

De la información obtenida y gracias a la información brindada con el veterinario, hemos podido rescatar que existen aplicaciones pero con una metodología más simple y son brindadas por las mismas veterinarias pero no soy muy conocidas ni las personas saben que existe. También pudimos cubrir el supuesto, en el que se demuestra el interés del veterinario por formar parte del proyecto como socio. Por otro lado, respecto a los cambios a realizar, se debe de tener bien claro el objetivo del proyecto y cuánto de comisión tendrá como socio, sus funciones y lo que requiere el puesto para realizarlo de manera correcta.

6.1.5. Sustentación de las validaciones

Link de entrevista a experto (veterinario):

<https://youtu.be/xyaK-ubIH0>

6.2. Experimento 2: Entrevista a experto (programador)

6.2.1 Objetivo del experimento

El objetivo de este experimento es validar si las actividades claves sugeridas de nuestra idea de negocio resultan factibles para el correcto funcionamiento del aplicativo y del negocio en sí. Dicho esto se procederá a validar el supuesto o cuadrante de actividades clave

Supuesto a validar: Las actividades clave para el funcionamiento de la aplicación son las más adecuadas a implementar

6.2.2 Diseño y desarrollo del experimento

a) Desarrollo del experimento

Fecha de elaboración: 23 de abril del 2022

Duración: 1 día

Método utilizado: Entrevista a experto programador

Moderador: Sebastian Cubas

Al inicio de la entrevista se le solicitó se presentará brevemente como también se le dio una explicación de la idea de negocio que tenemos y el objetivo final de la entrevista, el cual era recabar información valiosa para nuestro proyecto. El programador le resultó muy interesante la idea de crear un aplicativo que pueda brindar este tipo de servicios sin embargo nos recomienda que dentro de la app debería presentarse la información personal de quienes serán los cuidadores para que pueda ser confiable para los usuarios. Además, nos mencionó tomar en cuenta la perspectiva del usuario, debe pasar una buena experiencia cuando maneje la aplicación por ello nos recomienda que la interfaz sea sencilla y no presente muchas opciones. Por otro lado, recalcó un punto muy importante el cual es estar enfocado y tener claro lo que haremos ya que la seguridad puede ser un factor muy importante para el correcto y adecuado funcionamiento de la idea de negocio.

a) Bitácora de actividades

Tabla 37 Bitácora de actividades n°6

ACTIVIDAD	TAREA	RESULTADO
Entrevista a experto	Elección de experto	Se escogió a un profesional en programación de redes, sitios web, aplicaciones, entre otros
	Elaboración de preguntas	Se redactaron las preguntas a realizar al entrevistado relacionadas a las actividades clave de la empresa
	Elección de plataforma para la entrevista	Se escogió la plataforma zoom por la facilidad de uso y disponibilidad al alcance de todos
	Elaboración de la entrevista	Se obtuvo información valiosa para corroborar que las actividades clave son las más adecuadas

	Análisis de la información	Se resaltan algunos puntos a tener en consideración para el futuro de nuestro proyecto
--	----------------------------	--

Fuente. elaboración propia.

Al inicio de la entrevista se le solicitó se presentará brevemente como también se le dio una explicación de la idea de negocio que tenemos y el objetivo final de la entrevista, el cual era recabar información valiosa para nuestro proyecto. El programador le resultó muy interesante la idea de crear un aplicativo que pueda brindar este tipo de servicios sin embargo nos recomienda que dentro de la app debería presentarse la información personal de quienes serán los cuidadores para que pueda ser confiable para los usuarios. Además nos mencionó tomar en cuenta la perspectiva del usuario, debe pasar una buena experiencia cuando maneje la aplicación por ello nos recomienda que la interfaz sea sencilla y no presente muchas opciones. Por otro lado recalcó un punto muy importante el cual es estar enfocado y tener claro lo que haremos ya que la seguridad puede ser un factor muy importante para el correcto y adecuado funcionamiento de la idea de negocio.

6.2.3 Análisis e interpretación de los resultados

b) Malla Receptora

Tabla 38 Malla receptora n°7

<ul style="list-style-type: none"> • La gama de colores usada en el aplicativo es adecuada para el público • Poner el aplicativo a disposición de usuarios mediante app stores • Realizar un mantenimiento con regularidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Añadir información personal de los cuidadores para verificar la veracidad de la aplicación • Realizar una interfaz sencilla y atractiva • Ofrecer una experiencia del usuario agradable y satisfactoria mediante el uso del aplicativo.
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Agregaremos anuncios publicitarios dentro del aplicativo? • ¿Con qué frecuencia se realizará el mantenimiento del aplicativo? 	<ul style="list-style-type: none"> • Que sea fácil de usar • Hacer publicidad mediante youtube no solo redes sociales.

Fuente. elaboración propia.

6.2.4. Aprendizajes y cambios a realizar

Mejoraremos la interfaz del usuario para que sea fácil de manejar y entender. Además, nos enfocaremos en que la calidad de nuestro servicio y la experiencia de los usuarios usando el aplicativo sean brillantes para que de una u otra forma podamos satisfacer las necesidades de nuestros clientes. Por otro lado nos recomendó promocionar al aplicativo mediante youtube ya que como usuario comenta que es el lugar donde más publicidad ha encontrado.

6.2.5 Sustentación de las validaciones

Link de la entrevista:

https://drive.google.com/file/d/1TnXtm6H_HWljxPXOzSa6QxAtxTGleSIU/view?usp=sharing

6.3 Experimento 3: Entrevista individual a expertos.

Supuesto a validar: Creación de un aplicativo que ofrezca la experiencia ux y ui. Además que se encuentre disponible en tiendas virtuales de aplicativos y que se realice un marketing para promocionar el producto a través de redes sociales.

6.3.1 Objetivo del experimento

El objetivo de este experimento es validar si las actividades claves sugeridas de nuestra idea de negocio resultan factibles para el correcto funcionamiento del aplicativo y del negocio en sí. Dicho esto se procederá a validar el supuesto o cuadrante de actividades clave

6.3.2 Diseño y desarrollo del experimento

a) Desarrollo del experimento

Fecha de elaboración: 26 de abril del 2022

Duración: 1 día

Método utilizado: Entrevista a experto veterinario

b) Bitácora de actividades

Tabla 39 Bitácora de actividades n°8

ACTIVIDAD	TAREA	RESULTADO
Entrevista a experto	Elección de experto	Se escogió a un profesional de la rama de medicina veterinaria
	Elaboración de preguntas	Se redactaron las preguntas a realizar al entrevistado relacionadas a las actividades clave de la empresa
	Elección de plataforma para la entrevista	Se escogió la plataforma zoom por la facilidad de uso y disponibilidad al alcance de todos
	Elaboración de la entrevista	Se obtuvo información valiosa para corroborar que las actividades clave son las más adecuadas
	Análisis de la información	Se resaltan algunos puntos a tener en consideración para el futuro de nuestro proyecto

Fuente. elaboración propia.

Al inicio de la entrevista se le solicito se presentará brevemente como también se le dio una explicación de la idea de negocio que tenemos y el objetivo final de la entrevista, el cual era recabar información valiosa para nuestro proyecto. El veterinario nos comentó que le resulta bastante interesante esta propuesta de negocio ya que es muy común que en la veterinaria donde trabaja los clientes le comentaran que a veces no tenían mucho tiempo para cuidar a sus mascotas y no sabían donde dejarlas. Por lo que esta idea de negocio resulta muy factible para cubrir esa demanda de clientes pero considera muy importante que aquellas personas

que se encarguen de cuidar a esas mascotas estén debidamente capacitados tanto para adiestramiento como emergencias.

6.3.3 Análisis e interpretación de los resultados

c) Malla receptora

Tabla 40 Malla receptora n°8

<ul style="list-style-type: none">• Que se contraten a personas para el cuidado temporal de mascotas	<ul style="list-style-type: none">• Que los cuidadores o paseadores estén capacitados para realizar este tipo de trabajo
<ul style="list-style-type: none">• ¿Deberíamos contratar solo a personas capacitadas tanto en adiestramiento como en medicina veterinaria?	<ul style="list-style-type: none">• Comunicación dentro del aplicativo entre usuario y cuidador

Fuente. elaboración propia.

6.3.4. Aprendizajes y cambios a realizar

Con la información recabada pudimos determinar que existen veterinarias que tienen estas aplicaciones sin embargo no son muy conocidas por lo que resulta una ventaja para poder sobresalir respecto a la competencia. Por otro lado nos recomendó que se presente la información personal de los cuidadores o paseadores en el aplicativo y sobre todo que estén aptamente capacitados para realizar este tipo de trabajo. Por último considera que la idea de negocio está bien planteada lo que generará confianza en los usuarios.

6.3.5 Sustentación de las validaciones

Link de la entrevista: <https://youtu.be/xyaK-ubllH0>

6.4 Experimento 4: Anuncio en redes sociales

6.4.1 Objetivo del experimento

Conocer la cercanía de los clientes y el interés por nuestro servicio en nuestras redes sociales a través de una publicación.

Supuesto: Nuestro segmento de clientes nos seguirán y utilizarán las redes sociales para obtener mayor información con la espera de que se brinde una buena atención.

Cuadrante del BMC: Canal y Relaciones con los clientes

6.4.2 Diseño y Desarrollo del experimento

Tabla 41 Diseño y desarrollo del experimento – anuncio en redes

Descripción	<p>Para poder validar la interacción y la buena atención a nuestros clientes a través del canal, en este caso Facebook, realizaremos un anuncio de prueba en el que se verificará la cercanía de nuestros usuarios por nuestros servicios en la red social en un plazo de 7 días.</p> <p>Para ello, nuestra cuenta en Facebook se puede encontrar como <i>Cuidapets</i>, la cual fue creada el 28 de marzo del 2022. Con el transcurso de los días la página fue creciendo de manera orgánica por sí sola, alcanzando un número considerable de seguidores en tan poco tiempo. Para el 18 de abril se hizo la primera publicación de prueba el cual transmite nuestra propuesta de valor y los beneficios que brindamos a nuestros usuarios. La publicación tuvo la acogida que esperamos, en los primeros días nuestros seguidores aumentaron y tuvimos respuestas de alrededor de 20 personas que nos escribieron para obtener información de nuestro servicio. Es necesario mencionar que la publicación realizada se hizo de manera orgánica sin ninguna publicidad pagada.</p>
Fecha	18 de abril del 2022
Duración	7 días
Método	Publicación en redes sociales

Fuente. elaboración propia.

Bitácora de Actividades

Tabla 42 Bitácora de actividades n°9

Actividad	Tarea	Resultado
Creación de la página en Facebook	Elaboración y diseño de la portada	Representar de la mejor manera posible a la empresa. Teniendo en cuenta el estilo y los colores de la marca.
	Llenar toda la información acerca del giro de negocio y del servicio que se brinda.	Para que los usuarios tengan toda la información disponible del servicio.
Creación de contenido para la Red Social	Elaboración y diseño del flyer.	Post en Facebook.
Publicación y análisis de los resultados	Publicar el post.	Publicación en el feed de Facebook.
	Recopilar información según el alcance y la interacción con la publicación.	Se pudo validar el interés de los usuarios por el servicio a través de este canal.

Fuente. elaboración propia.

6.4.3 Análisis e interpretación de los resultados

A partir de la publicación realizada en el Facebook de *Cuidapets* se obtuvieron resultados positivos. Es necesario mencionar que incluso antes de la publicación, dentro de los primeros días de la creación de la página, con solo tener una buena descripción del servicio, foto de perfil y de portada, muchos usuarios mostraron interés. En las primeras semanas ya se tenían alrededor de 30 seguidores, y a partir del anuncio el alcance aumentó llegando a más personas. La mayoría de los usuarios que empezaron a seguir a la página a partir de la publicación, realizada el día 18 de abril, mostraron un interés por el servicio. Esto lo podemos validar a través de los mensajes directos que recibimos por interno (DM). Por otra parte, en cuanto a la relación con los clientes, decidimos que para obtener un nivel de respuesta corto y no hacerlos esperar, emplear un chat de atención respondiendo acertadamente las dudas más frecuentes que pudieran tener. Se evidenció también dentro del apartado de opiniones comentarios positivos por esta nueva iniciativa en el cuidado de mascotas y respuestas favorables en relación a la información brindada.

6.4.4 Aprendizajes y cambios a realizar.

A partir de la buena acogida que tuvo la publicación de prueba consideramos proponer una mayor interacción en la historias de facebook, así como también impulsar a que los usuarios compartan nuestras publicaciones, para tener un mayor alcance y llegar a más clientes potenciales de manera orgánica.

6.4.5 Sustentación de las validaciones

- **Validación del canal**

Ilustración 39 Creación de página y portada en Facebook

Ilustración 40 Publicación realizada en Facebook



Fuente: Facebook

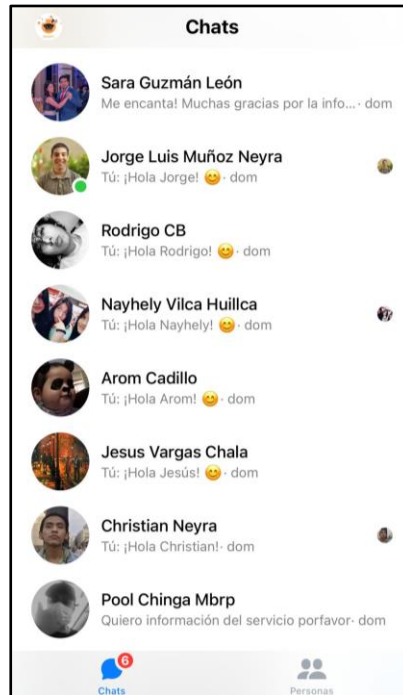
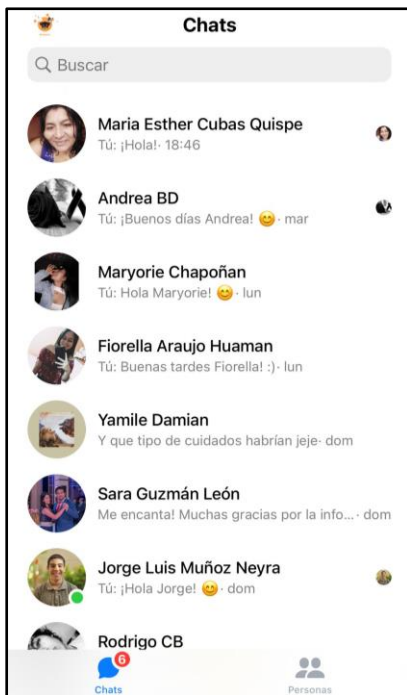


Ilustración 41 Estadísticas de la publicación en Facebook



Fuente: Meta Business Suite

Ilustración 42 Mensajes recibidos a partir de la publicación en Facebook



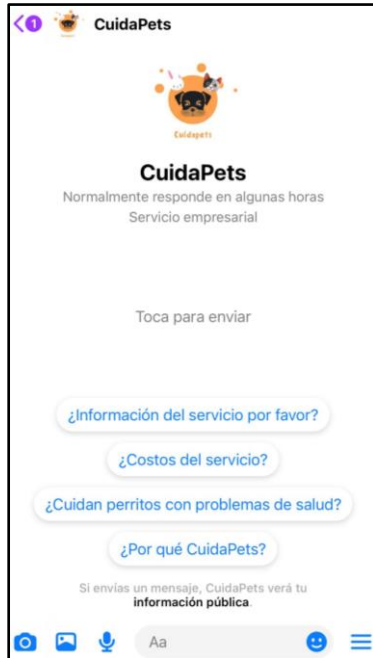
Fuente: Bandeja de entrada



Fuente: Comentarios publicación

- **Validación de las Relaciones con los clientes**

Ilustración 43 Tiempo de respuesta corto gracias al chat box



Información

Normalmente responde en algunas horas
Enviar mensaje

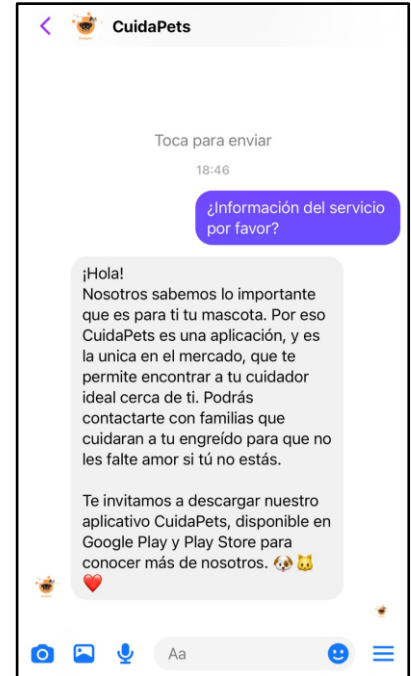
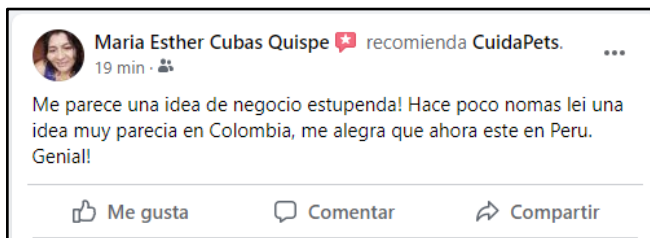
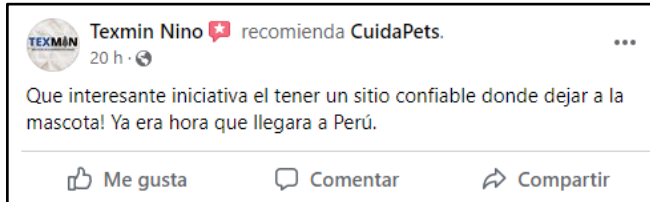


Ilustración 44 Grado de satisfacción - Expectativa



6.5 Experimento 5: Entrevista a expertos

Supuesto: Contaremos con licencias para programas, plataforma tecnológica, infraestructura TECH.

Cuadrante del BMC: Recursos Claves

6.5.1 Objetivo del experimento

Determinar si requerimos licencias para programas, plataforma tecnológica, marca e infraestructura .

6.5.2 Diseño y Desarrollo del experimento

1.2.1 Descripción del experimento

Tabla 43 Diseño y desarrollo del experimento - entrevista

Descripción	El detalle de los recursos que necesitamos fue tomada debido a las experiencias y conocimientos del experto en programación.
Fecha	20 de abril del 2022
Duración	10 minutos
Método	Entrevista a experto en programación y desarrollo de aplicaciones y páginas web.

Fuente. elaboración propia.

1.2.2 Bitácora de actividades

Tabla 44 Bitácora de actividades n° 10

Realizar las entrevistas	Elaborar las preguntas que se harán, en base a lo que necesitamos para poner en funcionamiento nuestro aplicativo.	Se realizaron diversas preguntas para determinar las necesidades básicas que requerimos para poder seguir adelante con nuestro proyecto.
	Buscar un desarrollador de aplicativos dispuesto a absolver nuestras dudas.	Se encontró un programador con la experiencia necesaria interesado en nuestra propuesta de negocio.
	Elegir la plataforma adecuada para realizar la entrevista.	Se escogió la plataforma ZOOM por temas de sanidad y protocolo.
	Realizar la entrevista.	Se obtuvo toda la información necesaria para poder validar nuestro experimento.
	Analizar información importante de la entrevista.	Se tomaron en cuenta detalles importantes y comentarios que ayudaron a fortalecer nuestra propuesta.

Fuente. elaboración propia.

6.5.3 Análisis e interpretación de resultados

El entrevistado mencionó que lo primero que necesitamos para desarrollar un aplicativo es obtener los requerimientos del usuario, siendo esta la parte principal para el diseño. Asimismo,

empezar a diseñar este aspecto estético del aplicativo para conocer cómo se va a ver, cómo serán los botones o cómo será la interacción. Por otro lado, añadió que no necesariamente se tiene que tener una licencia porque la mayoría del lenguaje de programación son de uso libre, pero se tiene que tener en consideración si se va a emplear algunos softwares específicos como; por ejemplo, pasarelas de pago o algún API de comunicación como es el caso del Google maps donde se necesitara realizar un pago extra si se quiere desarrollar un aplicativo con esas características. Finalmente, teniendo todo esto en cuenta, se daría acceso para empezar el desarrollo del aplicativo. El entrevistado también comentó que es costoso su desarrollo, pero no por los servicios que se suelen pagar para ello, si no básicamente por el desarrollo en se incurre para su funcionamiento, como lo son las aplicaciones móviles, que si bien es cierto son muy populares, pero son más costosos que los aplicativos en web. Debido a que las aplicaciones móviles implican más retos como es el tema de la memoria.

Por último, el entrevistado nos explica que los aspectos críticos para el desarrollo del aplicativo es la realización de un planeamiento correcto, así como también el uso de un mantenimiento ante la posibilidad de agregar nuevas funcionalidades al aplicativo.

6.5.4 Aprendizaje

Es importante plantear con claridad los objetivos de la propuesta de negocio y que el programador tenga la información necesaria para poder brindar la mejor opción de desarrollo, ya que todas las características y funcionalidades que se planteen son importantes de cara a al proceso en cuanto a costos, capacidad de almacenamiento, infraestructura, plataforma, lenguajes y demás variables que influyen en la versión final de lo deseado. Asimismo, es fundamental obtener las licencias de las diversas plataformas de descargas, ya que es la principal vía de conexión con el usuario.

6.5.5 Sustentación de la validación

- Jhonatan Loza: Programador y desarrollador web

<https://www.youtube.com/watch?v=mtvpiA7Mo3c>

6.7 Experimento 7: Fuente secundaria

Supuesto: Sabremos cuánto cuesta el servicio de desarrollo, mantenimiento de la app, publicidad, marketing y licencias.

Cuadrante del BMC: Estructura de costos

6.7.1 Objetivo del experimento

Determinar los costos de mantenimiento, desarrollo, licencias, marketing y publicidad que se hará para promocionar la aplicación CuidaPets.

6.7.2 Diseño y Desarrollo del experimento

1.2.1 Descripción del experimento

Tabla 45 Diseño y desarrollo del experimento – fuentes secundarias

Descripción	El diseño que se llevó a cabo fue a través de búsqueda de información secundaria, almacenada en internet, para poder conocer los costos en los que se incurrirá en promoción, desarrollo y mantenimiento del aplicativo.
Fecha	17 de abril del 2022
Duración	120 minutos
Método	Fuente secundaria

Fuente. elaboración propia.

1.2.2 Bitácora de actividades

Tabla 46 Bitácora de actividades n°11

Actividad	Tarea	Resultado
<p>Conocer los costos de licencia para desarrollar la aplicación en Google Play y App Store</p>	<p>Búsqueda por internet del costo de la licencia en Android</p>	<p>Para publicar CuidaPets en la Google Play el precio a pagar es de USD 25. Único pago en adelante.</p>
	<p>Búsqueda por internet del costo de la licencia en iOS</p>	<p>El costo de la licencia es de USD 99 al año.</p>
<p>Conocer los costos de publicidad y marketing para promocionar la app.</p>	<p>Búsqueda por internet los costos para promocionar CuidaPets</p>	<p>Cada plataforma cobra los anuncios de una manera diferente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Facebook: Se necesita como mínimo 1 USD diario para poder conseguir impresiones (# personas que visualicen el anuncio). Por otro lado, el CPC promedio es de 0.27 USD. Asimismo, para que las personas puedan reproducir videos e interactuar con una publicación es de al menos 5 USD por día. - Instagram: El costo promedio por clic es de 0.72 USD. - Google: El CPC promedio en Google Search Ads es de 2.69 USD. Mientras que en Google Display Ads es de 0.63 USD

	Búsqueda por internet sueldos promedios de community manager	El sueldo promedio para un community manager en el Perú es de S/. 1193. Sin embargo, esto se va a incrementando en base a las responsabilidades y experiencia llegando a ganar entre S/2000 a S/3000.
Conocer los costos de mantenimiento y desarrollo	Búsqueda por internet del costo para el desarrollo de un aplicativo	<p>- Agencia: El salario promedio de un equipo de desarrollo es de S/. 3000. Como mínimo debemos tener un capital de S/ 15000 al mes. El desarrollo del aplicativo dura aproximadamente 3 meses lo que costaría S/45000 solo en recursos. Esto sin añadir un margen adicional que representa la ganancia sobre el trabajo.</p> <p>- Freelancer: En Workana hicimos una cotización para el desarrollo de CuidaPets, detallando las funcionalidades y especificaciones técnicas. Obtuvimos muchas respuestas de costos que van desde S/ 10.119,56 a S/ 12.556,25.</p>
	Búsqueda por internet del costo de mantenimiento del aplicativo	El costo de mantenimiento del aplicativo puede costar entre el 15% y el 20% del costo total de desarrollo. Esto, claro está, va a depender de la complejidad del aplicativo, de la tecnología que se

		use y de la plataforma en donde se creará la app. El costo promedio varía entre 400 USD y 900 USD.
--	--	--

Fuente. elaboración propia.

6.7.3 Análisis e interpretación de resultados

A partir del experimento realizado hemos podido conocer ciertos costos de publicidad y marketing a los que tendremos que invertir si queremos conocer y llegar a nuestro público objetivo. Se investigó los costos más importantes (CPC y CPM) para un anuncio en las distintas plataformas Facebook, Instagram y Google. Asimismo, se investigó el sueldo promedio que un community manager estaría cobrando por la gestión de nuestras redes sociales (S/. 1193 según Computrabajo). Además, el costo de licencias para el desarrollo del aplicativo en Google Play y en la App Store va a depender de la plataforma que empleemos. En el caso de Google Play es un pago único de 25 USD. Sin embargo, esto varía si se decide desarrollarlo por la App Store con un precio de 99 USD renovándose de forma anual. Por otra parte, para el desarrollo del aplicativo va a depender también si se realiza bajo el mando de una agencia con un costo de S/ 45000 en los tres meses que dure el proyecto, o contratar a un profesional independiente (freelance) con un costo mucho menor al de una agencia. Finalmente, en cuanto al mantenimiento del aplicativo éste tendrá un costo del 15% al 20% del costo total del desarrollo del app.

6.7.3 Aprendizaje

Para la promoción del aplicativo utilizaremos como primeras plataformas solo Facebook, esto por supuesto, con el apoyo y la gestión de un community manager cuyo sueldo base será de S/1200. En lo referente al desarrollo, se empleará un freelancer cuyo costo oscila alrededor de S/10000 y S/. 12000, siendo este un costo menor al de una agencia ya que son usualmente ellos quienes asumen varios roles. Por último, cualquier decisión que se tome para el desarrollo de la app repercutirá en los costos de mantenimiento, estos costos varían entre 400 USD y 900 USD.

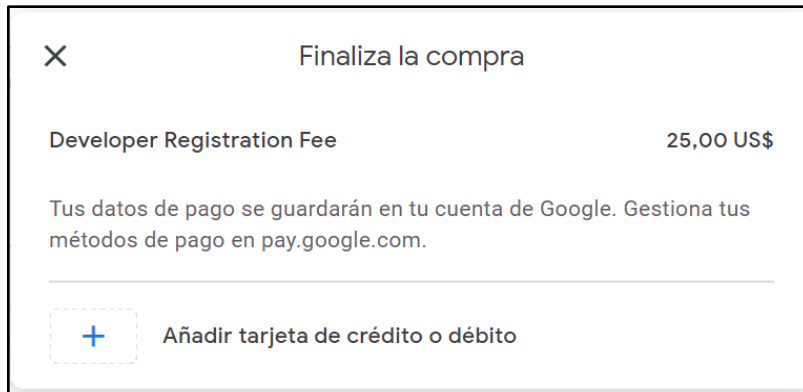
6.7.4 Sustentación de las validaciones

Conocer los costos de licencia para desarrollar la aplicación en Google Play y App Store

Link: <https://bit.ly/382Fw6A>

Link: <https://bit.ly/3OgV1bA>

Ilustración 45 Costos de licencias



Fuente: Google Play Console

Conocer los costos de publicidad y marketing para promocionar la App

Link: <https://bit.ly/3ErzLew>

Link: <https://bit.ly/3En0JnI>

Link: <https://bit.ly/3uRT9hT>

Ilustración 46 Costos de publicidad y marketing



Fuente: Computrabajo

Conocer los costos de desarrollo y mantenimiento

Link: <https://bit.ly/3M9Wui0>

Link: <https://bit.ly/38ZQavj>

Ilustración 47 Costos de desarrollo y mantenimiento

Propuesta

6 Semanas
Tiempo de entrega

PEN 10.119,96
Presupuesto

12400
Ranking en en Programación y Tecnología

B

Descripción

Hola Delia,
¡¡Espero que te encuentres bien!!

Revisé su publicación de trabajo y me enteré de que está buscando un desarrollador de aplicaciones para desarrollar una aplicación para mascotas.

En esta aplicación ayudará a las personas a cuidar a sus mascotas.

Construiré esta aplicación tanto para la plataforma Android como para iOS y agregaré todas las características requeridas:-

- Soporte virtual inmediato para la resolución de dudas o consultas.
- Disponibilidad de varias opciones de pago.
- Cualificación de la mascota y del cuidador al finalizar el servicio.
- Existencia de buscador interno o buscador con GPS.
- Perfiles de clientes personalizados.

Por cierto, este es Ritik,

Tengo más de 5 años de experiencia en el desarrollo de aplicaciones y ya trabajé en algunas aplicaciones similares, así que puedo ayudarte con eso.

He trabajado con varios clientes alrededor del mundo en diferentes áreas como gestión de recursos humanos, tecnología educativa, gamificación, citas, comercio electrónico, etc.

También tengo un equipo que puede ayudarme con el desarrollo y la entrega de este proyecto.

Estaré esperando tu respuesta,

Saludos,
Ritik P.

Fuente: Bandeja de entrada Workana

Propuesta

PEN 12.556,25
Presupuesto

26
Ranking en en Programación y Tecnología

3 horas
Tiempo de respuesta promedio

G

Descripción

Estimado cliente,

¡Saludos del día!

Soy un desarrollador de aplicaciones de Android altamente profesional y experimentado de la India con más de 5 años.

He trabajado en el desarrollo de Android (Kotlin y java) y lo he entregado con éxito.

He cumplido con su requisito de que necesita una aplicación. Tengo experiencia para desarrollar dicha aplicación. He trabajado en requisitos similares.

Puedo mostrarte mis aplicaciones desarrolladas una vez que comencemos a discutir sobre el proyecto. Estoy bastante seguro de que puedo trabajar en este proyecto y cumplirlo a tiempo.

Por favor, hágame saber cómo procederemos. Esperamos su respuesta positiva.

Gracias y Saludos,
kulwinder

Fuente: Bandeja de entrada Workana

7. Plan de Ejecución del Concierge

Para este plan de ejecución del Concierge se realizaron experimentos para conocer si nuestro público está realmente interesado en solicitar el servicio de Cuida Pets. De ese modo,

descubriremos a la hora de lanzar el proyecto, si este podrá satisfacer las necesidades de nuestros clientes. Esto también nos ayudará a realizar una proyección de ventas confiable. Para ello, se realizaron los siguientes cuatro experimentos, que serán explicados a continuación.

7.1 Mercado Meta

Tamaño del mercado objetivo

El segmento elegido para el presente proyecto de investigación es “Dueños de mascotas”. Por ello, son hogares que necesariamente deben contar como mínimo 1 o más pets. Asimismo, tienen las siguientes particularidades.

- Ubicación: Lima metropolitana CENTRAL SUR
- NSE: A,B y C
- Edad: entre 25 y 55 años
- Deben contar necesariamente con uso de telefonía móvil.

En primer lugar, se debe obtener el dato cuantitativo de las personas que viven en Lima Metropolitana Central Sur. Posteriormente, se debe fraccionar el número de personas que tienen entre 25 a 65 años de edad en dicha localización. Luego, a ese resultado se debe porcionar únicamente con las personas perteneciente al NSE A, B y C. Por último, para finalizar, se necesita el número de hogares que cuenten con al menos una mascota.

Tabla 47 Mercado objetivo

Cálculo del tamaño de mercado para el servicio "Cuida Pets" para hogares que cuenten con al menos una mascota, perteneciente a Lima metropolitana Central Sur, con edades entre 25 - 65 años			
Datos	%	Resultado	Fuente
Población Lima Metropolitana		10,580,900	INEI
Población Lima Metropolitana CENTRAL SUR	8.30%	878,556	UNMSM
Población Lima Metropolitana CENTRAL SUR. Con edades que comprendan entre los 25 y 65 años	66.00%	579,847	INEI
Población Lima Metropolitana CENTRAL SUR. Con edades que comprendan entre los 25 y 65 años, perteneciente al sector A,B yC	31.30%	181,492	INEI
Tamaño mercado objetivo		181,492	
Tamaño mercado objetivo (hogares con al menos una mascota)	58%	105,256	CPI

Fuente: Elaboración propia

Tamaño del mercado disponible

Se toma en consideración el tamaño del mercado objetivo, que es de 105 265 y se procede a multiplicar por la tasa de conversión sugerida en el presente proyecto de investigación (10%). El resultado es un mercado disponible de: 10 527 personas/hogares con al menos 1 mascota

Tabla 48 Mercado disponible

Mercado objetivo	105265
Tasa de conversión	10%
Tamaño mercado disponible	10527

Fuente: Elaboración propia.

Tamaño del mercado operativo

Es importante tomar en consideración los límites, recursos y esfuerzos de la compañía para la atención de los potenciales clientes dentro del mercado disponible. Ante ello, se ha evaluado atender al 7% de este grupo durante el primer año.

$$10\,527 * 7\% = 737 \text{ hogares con al menos 1 mascota.}$$

Precio por día de hospedaje de mascota = S/.50.00

$$737 \times 50 = \text{S/. } 36,850 \text{ mensual}$$

$$737 \times 50 \times 12 = \text{S/. } 442,200 \text{ anual.}$$

7.2 Objetivos del concierto por semana

Tabla 49 Objetivos del concierto

	Estado	Objetivos
Semana 1	Lanzado	Lograr que al menos 2 personas contraten el

	Estado	Objetivos
		servicio de Cuidapets a través de Facebook en el periodo de una semana.
Semana 2	Lanzado	Conseguir que como mínimo 2 personas tengan la intención de adquirir el servicio de Cuidapets en el periodo de una semana.
Semana 3	Lanzado	Conseguir como mínimo a 1 potencial cliente en el periodo de una semana.
Semana 4	Lanzado	Aumentar las ventas del servicio de hospedaj mascotas en un 50% a través de nuestra red social Facebook en el per una semana.

Fuente. elaboración propia.

7.3. Experimentos

7.3.1 Experimento 1: Publicidad pagada con promociones

7.3.1.1 Diseño y desarrollo del experimento

Fecha: 3 de junio al 10 de junio

Duración: 7 días

Métrica: Cantidad de usuarios que se dirigieron al botón de Whatsapp

a) Desarrollo del experimento

Este primer experimento se realizó con un nuevo flyer, en el cual se ofrecía una promoción de descuento del 20% por el cuidado de la segunda mascota con la finalidad de atraer más clientes. Nuestro objetivo para este primer experimento es aumentar las ventas del servicio de hospedaje a través de nuestra red social Facebook en el periodo de una semana y con publicidad pagada.

b) Bitácora de actividades

Tabla 50 Bitácora de actividades n°12

Actividad	Tarea	Resultados
Creación de flyer	Se diseñó el flyer en el canvas	Se descargo el flyer con la finalidad de publicarlo en el facebook.
Publicación pagada del flyer	Se pagó el monto de 6 soles para publicar el flyer	Alcance estimado: 505 - 1,5 mil personas por día
Determinar la cantidad de personas que concretan el paseo	Observar la cantidad de personas que concretan el paseo de sus mascotas.	Se identificó a 2 personas que concretaron el pago para el servicio de cuidado de mascotas.

Fuente. elaboración propia.

- **Anuncio pagado**

Ilustración 48 Anuncio pagado



Fuente: Fuente: Facebook Cuidapets

Ilustración 49 Estadísticas del anuncio

Rendimiento de tu publicación		
609 Personas alcanzadas		
5 Me gusta, comentarios y veces que se ha compartido		
0		
26 Clics en publicaciones		
0	3	23
Visualizaciones de fotos	Clics en el enlace	Otros clics

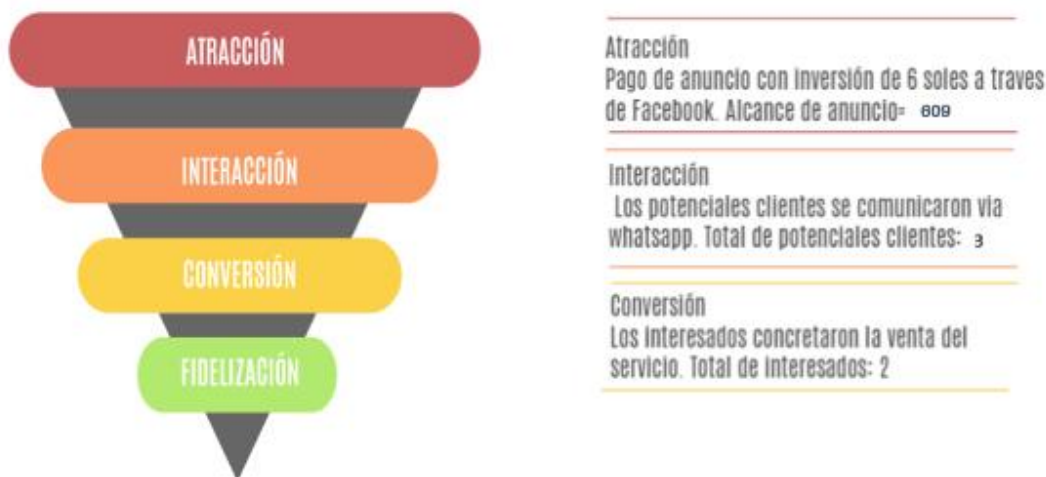
COMENTARIOS NEGATIVOS	
0 Ocultar todas las publicaciones	0 Ocultar publicación
0 Denunciar como spam	0 Ya no me gusta esta página

Nota: Si bien se dieron 3 clics en el botón de whatsapp solo 2 personas lograron escribir al numero de whatsapp registrado

7.3.1.2 Resultados

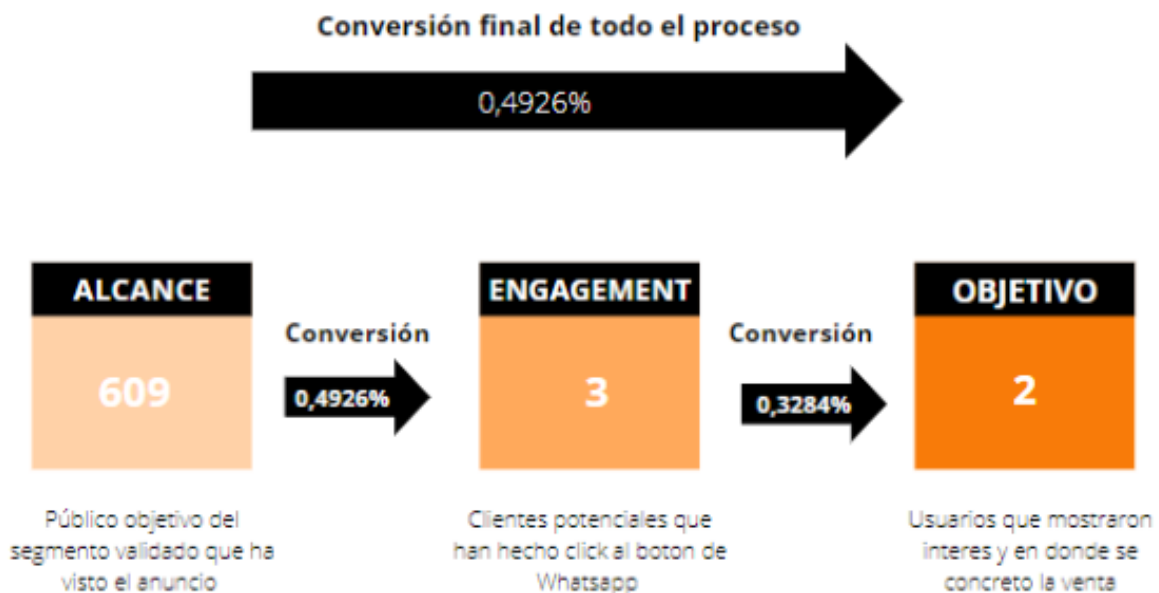
Para este experimento se llegaron a realizar 2 ventas y ambos solicitaron agendar una reserva debido a que los días posteriores tendrían que salir por temas de trabajo y viaje. El flyer que se lanzó el día 3 de junio del 2022 fue pagado, es decir que realizamos un pago de 6 soles con la finalidad de llegar a más personas y los resultados de este es que llegamos a 609 personas, 42 interacciones y 1 comentario. Las dos personas que llegaron a concretar el servicio lo pagaron mediante yape y ambas personas escribían por la promoción que habíamos publicado, el cual era un 20% de descuento por la segunda mascota. Por otro lado, preguntaban si aceptamos mascotas de todos los tamaños.

Ilustración 50 Embudo de conversión n°1



Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 51 Conversión final del proceso



Fuente: Elaboración propia.

7.3.1.3 Análisis y Aprendizajes

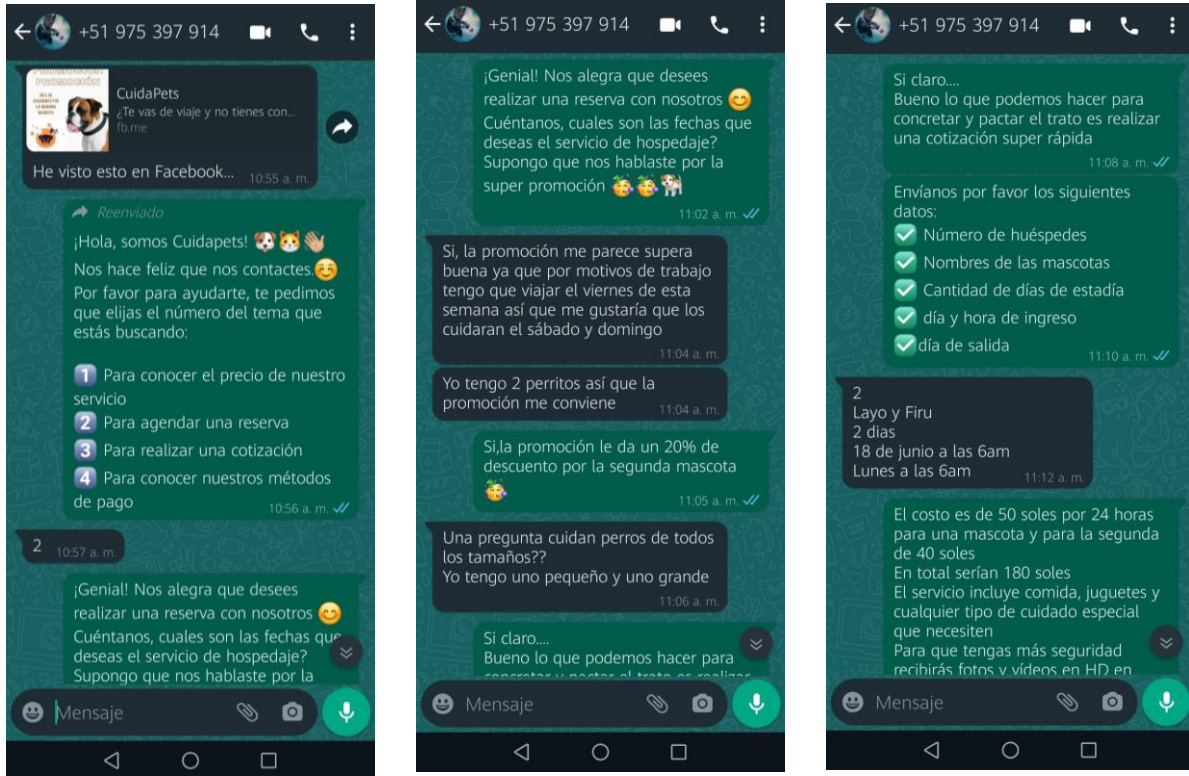
En el primer experimento se llegó a la conclusión de que la publicidad pagada ayuda a que más personas interactúen con la página y las promociones son muy atractivas para poder concretar las ventas de nuestro servicio. Por esta razón, es que hemos llegado a agendar dos citas, es decir que ya cumplió todos los requisitos que se necesitaban para poder agendar una cita con ellos y en especial el pago del servicio que se dio de manera exitosa. Un aprendizaje que hemos sacado debido a las preguntas de las personas es que muchos de ellos preguntaban si cuidamos mascotas de todos los tamaños o había alguna restricción. Por este motivo es que hemos decidido que en el segundo experimento se hará especificando en el flyer que aceptamos mascotas de todos los tamaños para que las personas no tengan ningún inconveniente en agendar una cita. Para finalizar, contaremos un poco acerca de la experiencia de haber cuidado los perritos Layo y Firu, ambos perritos eran muy cariñosos y no requerían de muchas atenciones más que las básicas, las cuales eran comer, dormir y pasear. Ambos perritos comen croquetas y toman agua una vez al día. Por otro lado, los perritos Ceci y Blu eran más hiperactivos y muy juguetones, les gustaba mucho salir a pasear y jugar con sus pelotas. Tampoco necesitaron mucha atención más que comer, dormir y pasear.

7.3.1.4. Validación de la sustentación

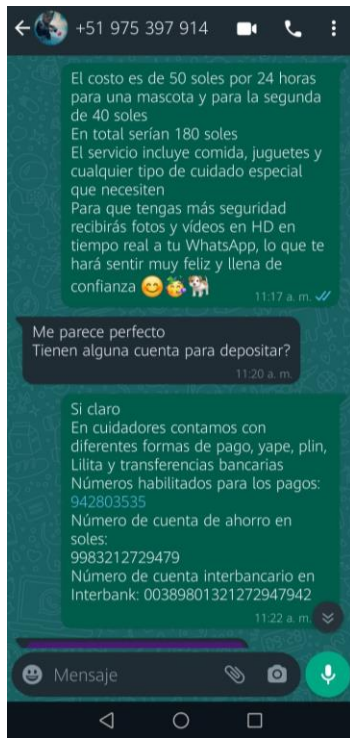
Nosotros quedamos en que los dueños de la mascota los traen hasta la puerta de mi casa para que conociera el lugar donde se va a quedar su mascota, por su seguridad y tranquilidad. En esa parte no hubo ningún inconveniente, ya que prácticamente los trajeron y recogieron sin ningún incidente.

A continuación adjuntamos las conversaciones con las personas que concretaron el servicio y que solicitaron una reserva o cotización por los días de hospedaje.

Ilustración 52 Persona que solícito agendar una reserva



Fuente. WhatsApp Business.

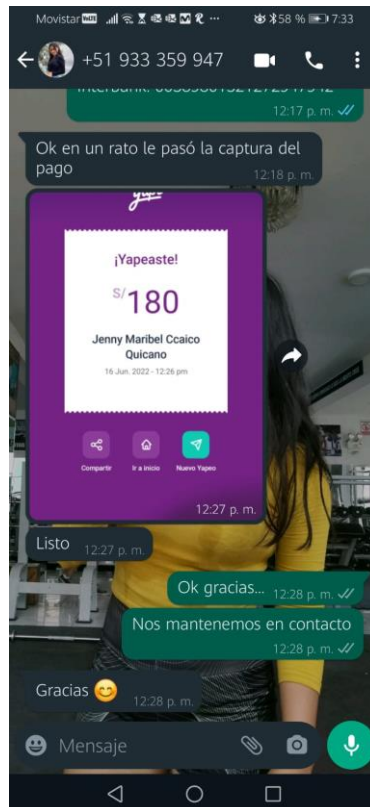
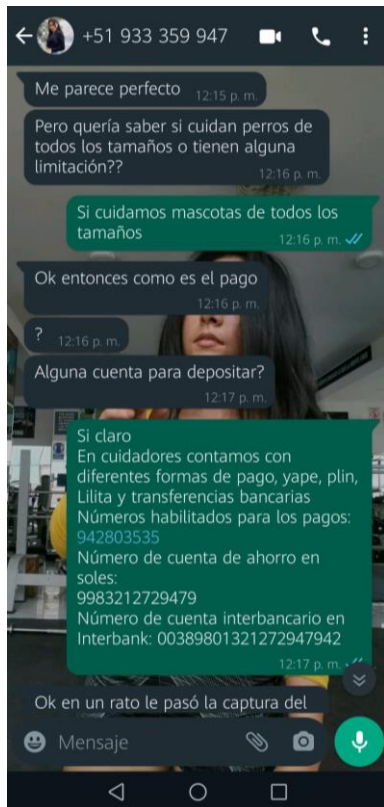
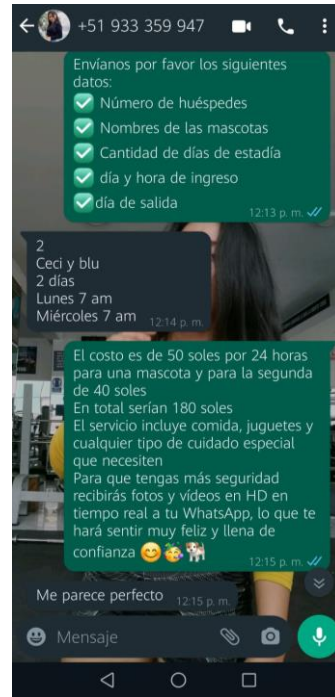
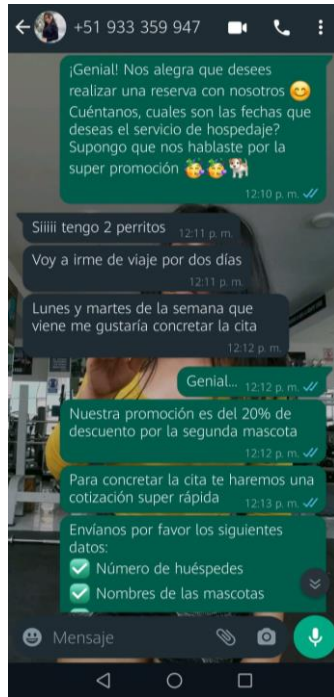
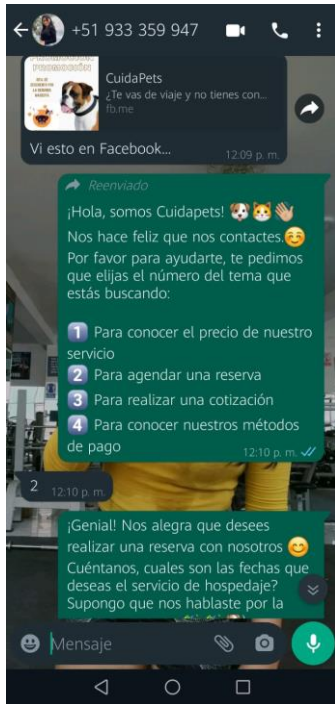


Fuente: Whatsapp business

Ilustración 53 Foto del servicio brindado-Mascotas Layo y Firu

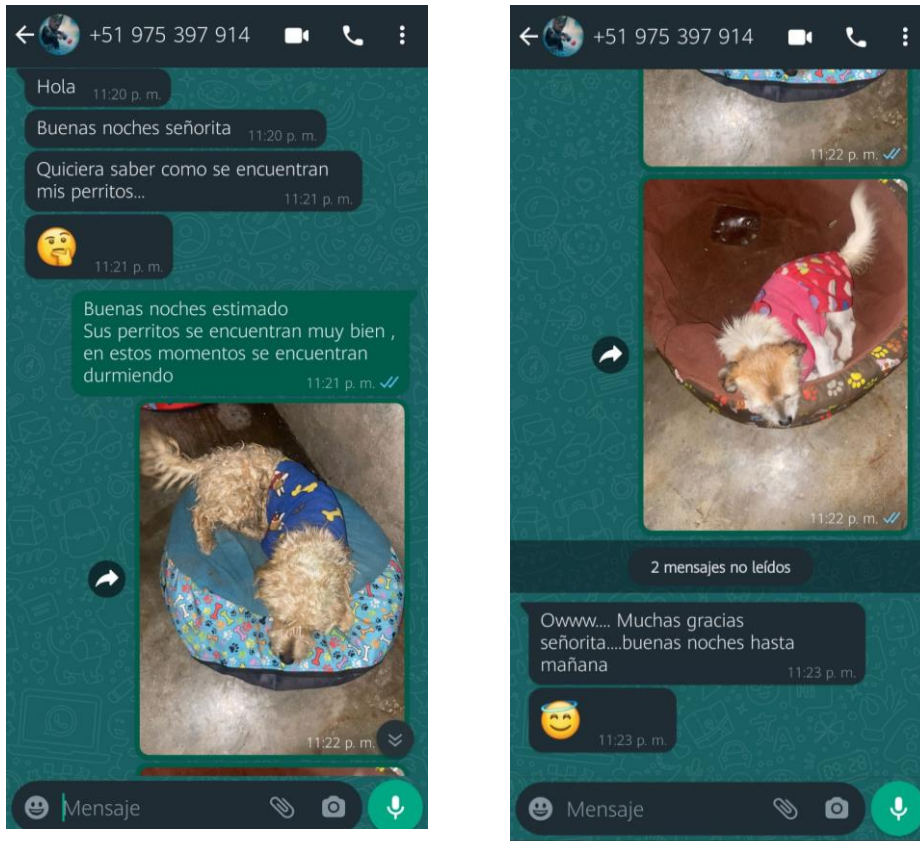


Ilustración 54 Persona que solicito agendar una reserva



Fuente: Whatsapp Business

Ilustración 55 Captura de pantalla acerca de las fotos mandadas al dueño



Fuente: Whatsapp Business

Ilustración 56 Fotos del servicio brindado-Mascotas Ceci y Blu



7.3.2. Experimento 2: Definir precio final de venta

7.3.2.1 Diseño y desarrollo del experimento

a) Desarrollo del experimento

Fecha: 11 de junio al 15 de junio del 2022

Duración: 2 días.

Métrica: Cantidad de usuarios que dieron click al anuncio.

En el segundo experimento se realizó con un nuevo flyer, en el cual se indica que cuidamos a mascotas de cualquier tamaño debido a que habían muchos potenciales clientes que preguntaban si había algún tipo de descuento por el tamaño del perro. Nuestro objetivo para este segundo experimento es definir el precio final de venta sin discriminar la raza o tamaño de la mascota.

b) Bitácora de actividades

Tabla 51 Bitácora de actividades nº13

Actividad	Tarea	Resultados
Creación de flyer	Se diseñó el flyer en el canvas	Se realizó el flyer a través de la herramienta Canvas
Publicación pagada por el flyer.	Realizar el pago para el anuncio a través de la red social Facebook.	Alcance de 236 personas que visualizaron el anuncio.
Determinar la cantidad de personas que concretan el servicio.	observar la cantidad de personas que concretan el servicio.	Se identificó a 2 personas que concretaron el pago por el servicio.

Ilustración 57 Anuncio pagado



Ilustración 58 Estadísticas del anuncio.



Fuente: Meta Business.

Nota: Si bien 03 personas le dieron click al botón de WhatsApp, solo 02 escribieron y llenaron los campos necesarios para ser considerados como “potenciales clientes”

7.3.2.2 Resultados

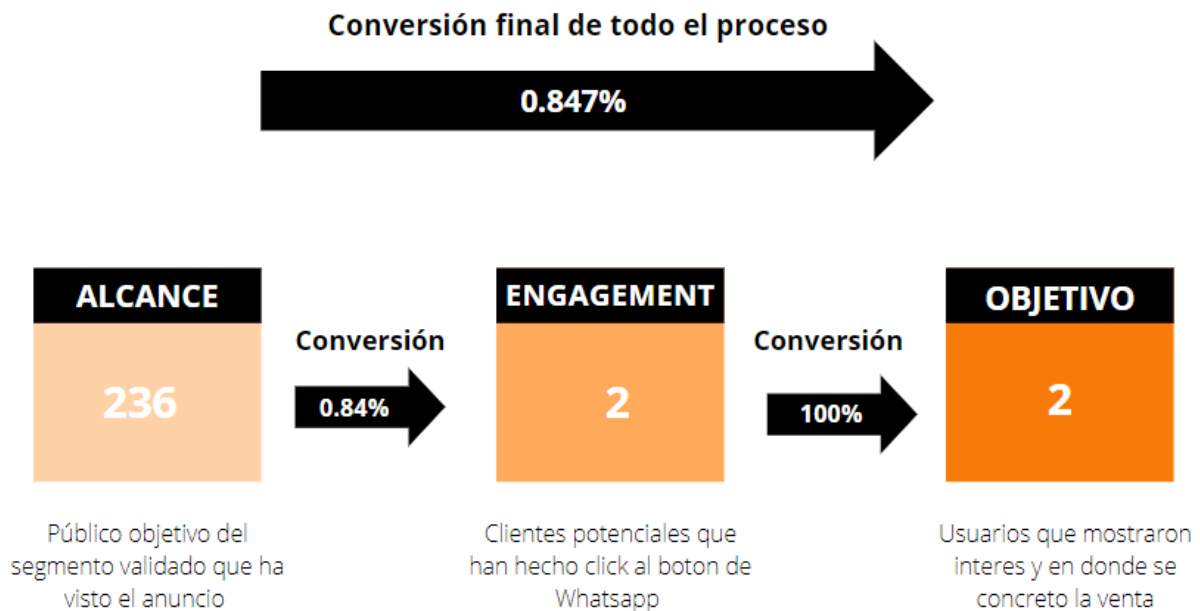
Para este experimento se llegaron a concretar 2 ventas y ambos solicitaron agendar una reserva debido a que los días posteriores tendrían que salir por trabajo y el otro por viaje. El flyer tuvo un alcance de 236 personas, 2 compartidos y 12 reacciones. Las dos personas que llegaron a concretar el servicio preguntaron si había discriminación de precios por los tamaños, pero se les indicó que 50 soles es el precio final y ambos lo pagaron mediante transferencia bancaria vía bcp.

Ilustración 59 Embudo de conversión n°2



Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 60 Conversión final del proceso



Fuente: Elaboración propia.

En el embudo se puede visualizar que el anuncio pagado a través de Facebook, obtuvo un alcance de 236 personas pertenecientes a nuestro segmento objetivo. Asimismo, se determinó como “potenciales clientes” a aquellas personas que dieron click al botón de WhatsApp, llenando todos los datos para concretar una cita con el cuidador de mascotas. En el presente

experimento, se concretó un total de 2 potenciales usuarios interesados en obtener el servicio y se concretó la venta del servicio con estas mismas 2 personas.

7.3.2.3 Análisis y Aprendizajes

En este experimento se dió a conocer que cuidamos mascotas de cualquier tamaño y con ello, despejamos las dudas del usuario que preguntaban por algún tipo de discriminación de precios. De ello, llegamos a la conclusión de tener un precio único final de venta del servicio, el cual es 50 soles para todos los tamaños. Un aprendizaje que podemos tener de este experimento es que debemos de aumentar el monto de inversión pagada por publicidad, de esta forma aumentamos nuestras estadísticas y posibles ventas. El monto invertido de 6 soles, no nos dió los números esperados y por ello, es necesario un aumento de presupuesto, como se mencionó, para cumplir las metas.

El día 11 de junio a las 10 am se comenzó el servicio con leona, la mascota se mostró un poco tímida debido a que no suele interactuar con desconocidos. Sin embargo, debido a nuestra gran disposición y empatía con el animal, logramos ganarnos la confianza progresivamente. Durante la tarde, salimos a pasear por el parque unos minutos y luego regresamos al hospedaje, donde lo mantuvimos entretenido con unos juguetes. Luego de ello, aproximadamente a las 4 pm, se quedó dormido en unos muebles para mascotas hasta que su dueño pudo pasar a recogerla.

Respecto al segundo animalito, se pactó con el cliente tener el servicio el día 15 a las 9 am, debido que tenía trabajo. Al tener un primer contacto con el animalito, este se mostró dócil y amigable. Aprovechamos para poder cargarla y tener un contacto más cercano para poder terminar de ganarnos su confianza, mientras el dueño nos miraba fijamente. Minutos después, se convenció de que el animal estaba en buenas manos y procedió a retirarse, solicitando que le enviemos fotos durante las actividades que se iban a realizar con el perrito. Inicialmente, se le dió una vuelta por la casa para que pueda reconocer el lugar donde iba a estar durante todo el día y así se familiarice. Luego de ello, se le dió unas vueltas al parque y terminó cansado. Regresamos a casa, le dimos agua y decidió dormir hasta que el dueño pase por ella.

7.3.2.4 Validación de la sustentación

A continuación, adjuntamos las conversaciones con las personas que concretaron el servicio:

Ilustración 61 Chat del primer servicio



Fuente: Whatsapp Business

Ilustración 62 Fotos de la mascota del primer servicio



Ilustración 63 Chat del segundo servicio:



Fuente: Whatsapp Business

Ilustración 64 Fotos de la mascota del segundo servicio



7.3.3 Experimento 3: Publicidad pagada en Facebook

7.3.3.1 Diseño y desarrollo del experimento

a) Desarrollo del experimento

Fecha: 17 de junio al 19 de junio del 2022

Duración: 2 días.

Métrica: Cantidad de usuarios que dieron click al anuncio.

Para este tercer experimento se elaboró un nuevo flyer informativo del servicio y, además, se elevó el presupuesto para el pago de publicidad. En el anterior experimento se invirtió 6 soles y se obtuvo un alcance de 40 personas, 2 compartidos y 10 likes. Para este siguiente anuncio se pagó la suma de 10 soles con la finalidad de obtener mejores resultados a la hora de concretar ventas o intereses de compra sólidos. El experimento se realizó entre el 17 de junio al 19 del mismo mes, teniendo una duración de 2 días.

b) Bitácora de actividades

Tabla 52 Bitácora de actividades n°14

Actividad	Tarea	Resultado
Determinar la cantidad de personas interesadas en adquirir el servicio de "Cuida Pets"	Crear 1 nuevo flyer publicitario con información del servicio ofrecido	Se creó el flyer informativo a través de Canvas. La cual tiene información del servicio ofrecido y el precio de este.
	Publicar el flyer en Facebook y observar el alcance de usuarios a través de publicidad pagada	Se publicó el flyer y este tuvo un alcance de 1569 personas en el lapso de 2 días.
	Observar la cantidad de personas que interactúan con el anuncio pagado.	13 usuarios dieron click al anuncio o del servicio ofrecido en Facebook

	Concretar ventas del servicio	Se logró concretar 01 interés de compra sólido.
--	-------------------------------	---

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 65 Anuncio pagado

CUIDA PETS
Tu mascota, en las mejores manos.

¿TE VAS DE VIAJE Y NO TIENES QUIÉN CUIDE TU MASCOTA?

-  La mejor calidad para tu engreído.
-  Los mejores cuidados
-  Los mejores expertos

S/.50
Hospedaje 24 horas

GET IT ON
Google Play

Download on the
App Store

The advertisement features a white dog in the background. It includes three circular icons: a paw print, a pet bowl, and a bone. At the bottom, there are logos for Google Play and the App Store, and a price tag indicating 24-hour pet care for S/.50.

Fuente: Facebook Cuidapets

Ilustración 66 Vista previa del anuncio pagado



Fuente: Facebook Cuida Pets.

Ilustración 67 Estadística de la publicación



Fuente: Facebook Cuidapets

7.3.3.2 Resultados

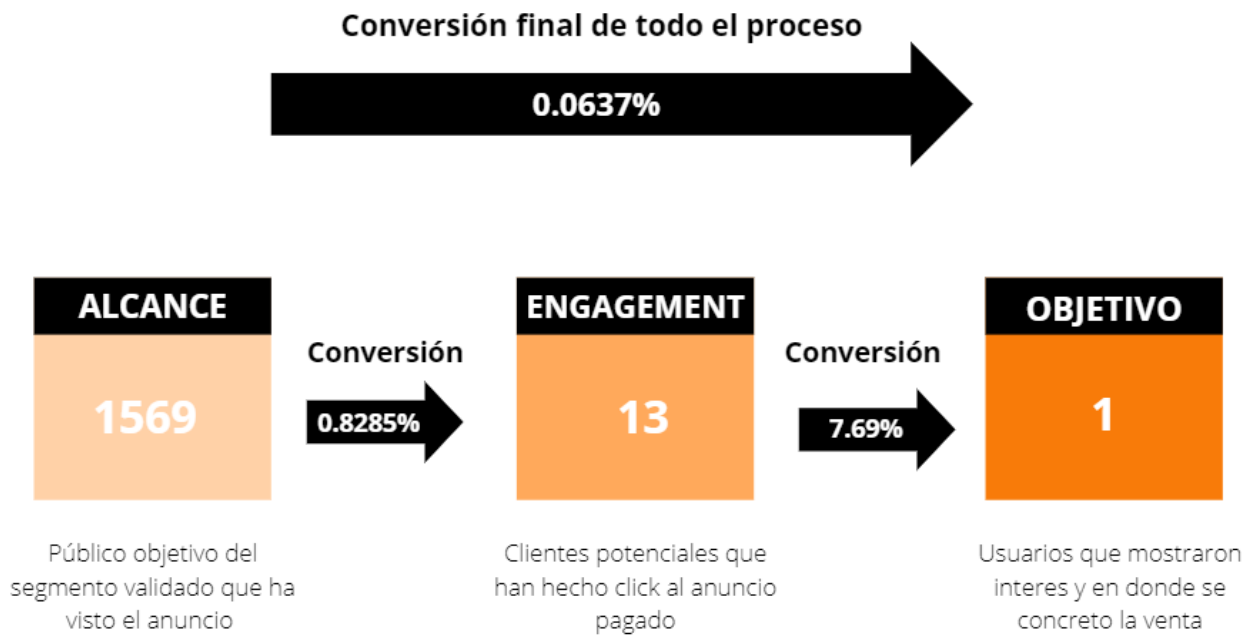
El resultado de este tercer experimento tuvo mejor acogida frente al experimento anterior. El principal motivo fue el aumento de la inversión con la finalidad de conseguir un mayor alcance y, en consecuencia, concretar ventas del servicio. Durante este tercer experimento se obtuvieron mejores resultados debido a la mayor inversión en publicidad pagada vía facebook. Se obtuvo un alcance a 1569 personas de nuestro público objetivo quienes visualizaron la publicación. Asimismo, se concretó 113 interacciones (82 likes, 10 “me encanta”, 4 “me importa”, 13 clicks en el anuncio, 3 veces compartido y 1 publicación guardada). Del mismo modo, se conoce que la publicación tuvo mayor visualización por parte de mujeres (73%). Asimismo, en esta etapa se hará uso del embudo de conversión para visualizar/obtener un resultado en base a la métrica utilizada para concretar un interés de compra o una venta realizada. Esta métrica son las personas realmente interesadas que tuvieron contacto directo con Cuidapets vía WhatsApp y que, además, se logró concretar el servicio de hospedaje de la mascota.

Ilustración 68 Embudo de conversión n°3



Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 69 Conversión final del proceso



Fuente: Elaboración propia.

En el embudo se puede visualizar que el anuncio pagado a través de Facebook, obtuvo un alcance de 1569 personas pertenecientes a nuestro segmento objetivo. Asimismo, se determinó como “potenciales clientes” a aquellas personas que dieron click al anuncio publicitado, llenando todos los datos para concretar una cita con el cuidador de mascotas. En el presente experimento, se concretó un total de 2 potenciales usuarios interesados en obtener el servicio. Sin embargo, no se llegó a concretar la venta con ninguno de los 2. El primero sólo preguntó por información vía WhatsApp, para posteriormente dejar de responder. El segundo agendó una cita y dio información de la mascota a cuidar, sin embargo, no se concretó el servicio. Este último se le considera dentro del campo “Interés de compra”.

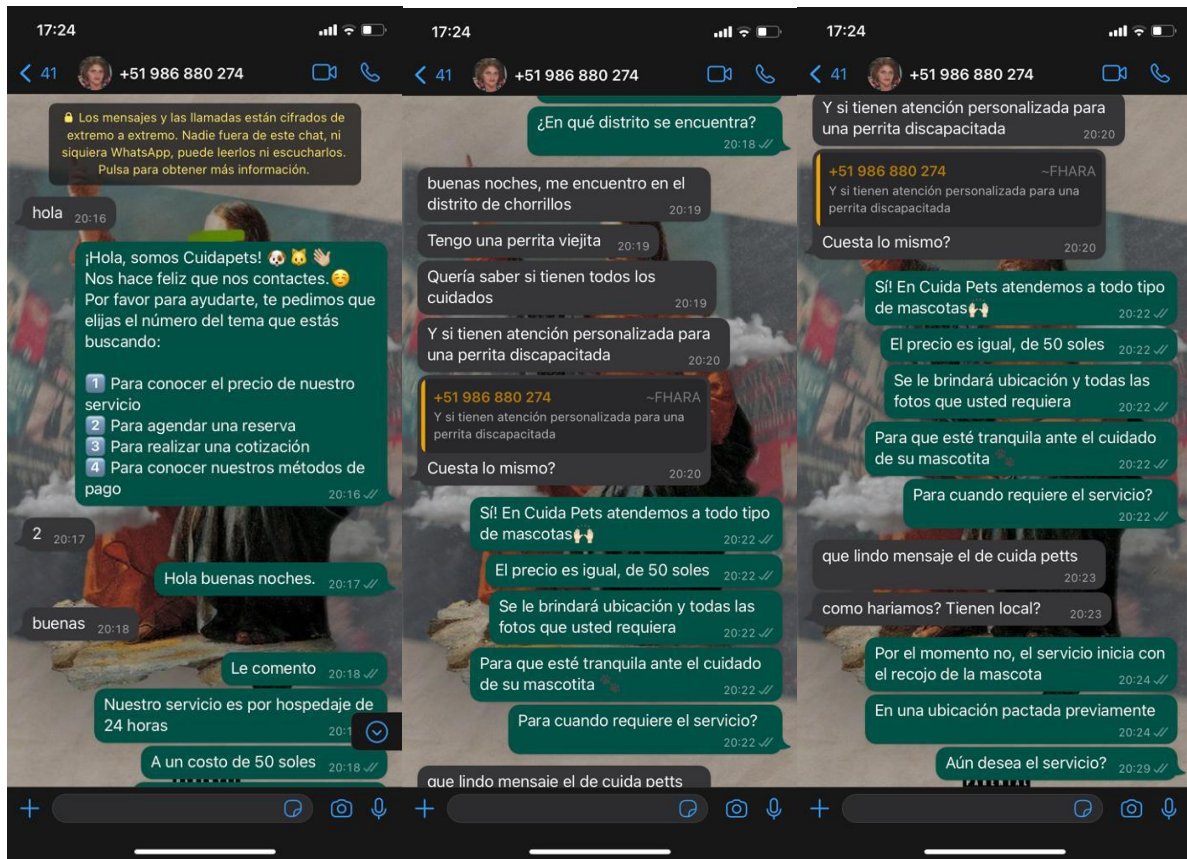
7.3.3.3 Análisis y Aprendizajes

Entre los principales aprendizajes encontramos que la mayor parte de las apariciones de la publicación fue a través del feed publicitario para celulares. Asimismo, entre las enseñanzas, una de las clientas interesadas dio a conocer que su mascota sufría de una discapacidad debido a su avanzada edad. Por ello, para el siguiente experimento se incorporará un flyer que aclare que también se brinda el servicio a mascotas con habilidades especiales.

7.3.3.4 Validación de la sustentación

- **Persona considerada “Interés de compra”, pero no se logró concretar la venta.**

Ilustración 70 Chat del interés de compra



Fuente: Elaboración propia

7.3.4 Experimento 4: Publicidad pagada en Facebook

7.3.4.1 Diseño y desarrollo del experimento

a) Desarrollo del experimento

Fecha: 20 de junio al 22 de junio del 2022

Duración: 2 días.

Métrica: Cantidad de usuarios que dieron click al anuncio.

Para este último experimento se elaboró un nuevo flyer integrando el aprendizaje del anterior, debido a que en este último se han captado clientes potenciales preguntando si realizamos el cuidado de mascotas con alguna discapacidad física o problema médico. Para ello, elaboramos

una publicidad de paga con una duración de 2 días iniciando desde el lunes 20 hasta el miércoles 22 de junio. El presupuesto a invertir fue de S/.12 esperando conseguir un mayor alcance que el experimento anterior. Cabe resaltar que el propósito de este experimento es conseguir intereses de compra o captar nuevas ventas.

b) Bitácora de actividades

Tabla 53 Bitácora de actividades n°15

Actividad	Tarea	Resultado
Creación de flyer	Creación y diseño del flyer en el aplicativo Canva	Descarga de flyer para la posterior publicación en Facebook
Subir la imagen a Facebook y promocionarla	Analizar los insights y mensajes de la publicación	La publicación alcanzó a más de 2335 personas, se obtuvieron 0 comentarios, 109 reacciones y 9 compartidos.
	Observar la cantidad de personas interesadas en el servicio	Se identificó 02 personas interesadas y se pudo concretar 1 sola venta

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 71 Anuncio pagado

Porque tu mejor amigo nos importa

CONTIGO EN CADA PASO DEL CAMINO

Cuidados para mascotas con discapacidad

S/.50

CuidaPets
Servicio para empresas

WhatsApp

2,335 Personas alcanzadas 212 Interacciones ↑ +1.3x de media Puntuación de distribución

Promocionar una publicación

Fuente: Facebook Cuidapets

Ilustración 72 Estadística del anuncio

Rendimiento de tu publicación		
2335 Personas alcanzadas		
11 Me gusta, comentarios y veces que se ha compartido		
7		
95 Clics en publicaciones		
18 Visualizaciones de fotos	24 Clics en el enlace	53 Otros clics

COMENTARIOS NEGATIVOS	
0 Ocultar todas las publicaciones	0 Ocultar publicación
0 Denunciar como spam	0 Ya no me gusta esta página

Fuente: Meta Business.

Nota: Si bien se dieron 24 clicks sobre el botón de Whatsapp, solo 2 personas lograron escribir al número de Whatsapp registrado.

7.3.4.2 Resultados

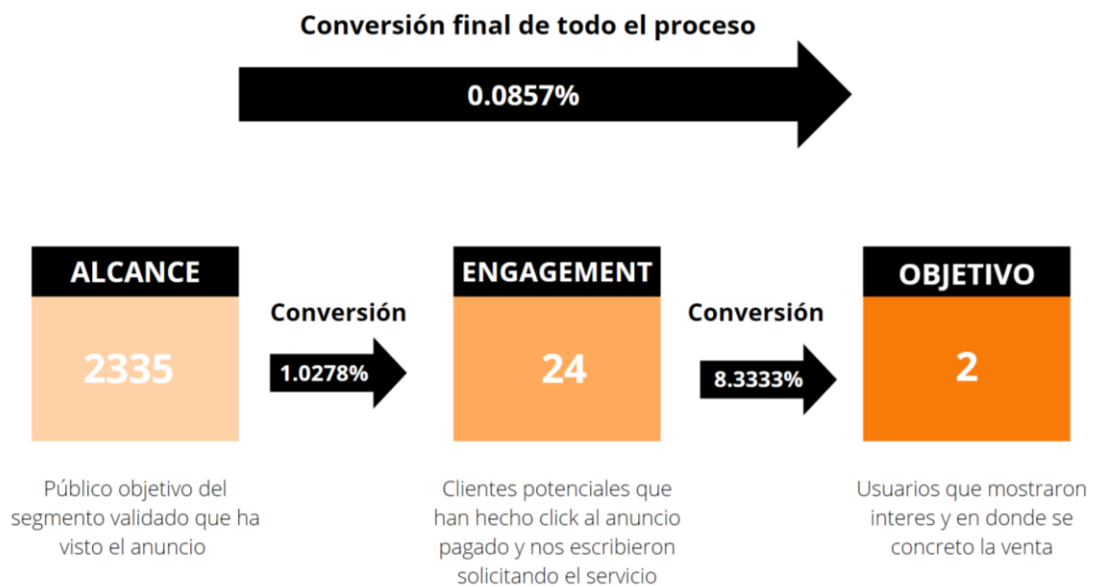
Basaremos nuestros resultados a través del embudo de conversión que representará el camino recorrido por el cliente desde la visualización de la publicación hasta que decide realizar la compra del servicio. Es necesario mencionar, que en el nivel de interacción no tomamos en consideración las reacciones (109), los comentarios (0), los compartidos (9). Nosotros medimos nuestro nivel de interacción con la cantidad de personas que no solo le dieron click al botón de Whatsapp si no que lograron escribirnos por el servicio de hospedaje. Si bien es cierto, 24 personas le dieron click al botón de Whatsapp, pero de esas 24 sólo 2 personas lograron mostrar interés escribiendonos al interno. Finalmente para nuestra conversión, este nivel representa la cantidad de clientes interesados que lograron concretar la venta del servicio.

Ilustración 73 Embudo de conversión n°4



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 74 Conversión final del proceso



Fuente: Elaboración propia

A partir del embudo podemos visualizar el alcance de la publicación a 2335 personas, quienes representan nuestro público objetivo del segmento validado que han visualizado nuestro anuncio de paga en la red social Facebook. A partir del alcance se obtuvo una conversión de 1.0278%, porcentaje que representa la cantidad de clientes potenciales que solo le dieron click al botón de Whatsapp. Por último, para la conversión final se pudo conseguir un interés de compra y una venta del servicio que representa la conversión final de todo el proceso en un 0.086%

7.3.4.3 Análisis y Aprendizajes

En este último experimento se logró alcanzar a una mayor cantidad de personas, consideramos que esto se debe en virtud a un mayor presupuesto asignado, comparado con lo establecido en el primer y segundo experimento. Asimismo, podemos notar que esta publicación tuvo una mayor cantidad de compartidos, incluso mayor al experimento 1 en el que se ofrecía el 20% de descuento por la segunda mascota hospedada. Posiblemente esto se deba al sentimiento de confianza o al gran interés por parte de los dueños en hacer conocer esta nueva idea y preocupación por las mascotas que presentan alguna discapacidad médica o problema de salud. En lo referente a nuestros aprendizajes, en las dos conversaciones iniciales realizadas con los clientes se preguntó si había algún inconveniente en que algún familiar o personas

cercana al dueño pudieran visitar, de vez en cuando, a la mascota en los días de hospedaje. Lo que nos indica lo realmente preocupados que se sienten al dejarlos al cuidado de nosotros justamente por su condición. Por ello, se recomienda para futuras publicaciones indicar que no solo haremos llegar fotos y videos en tiempo real de la estadía de la mascota, sino que también el mismo dueño o cualquier otro familiar podrá acercarse al mismo hospedaje y pasar un tiempo agradable con ellos, a lo que estamos seguros brindará alegría y una mayor tranquilidad para todos.

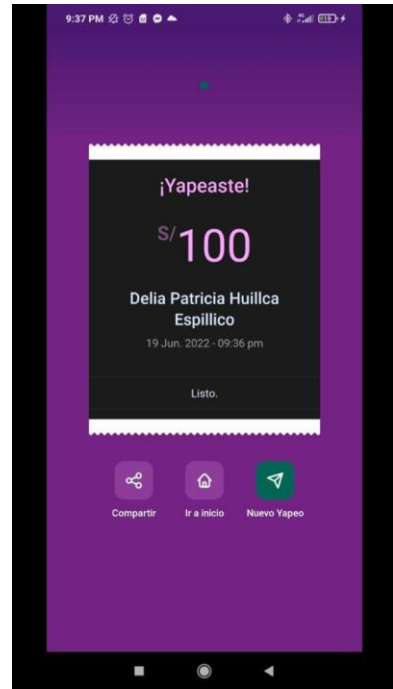
El día 20 de junio a las 9:00 am se empezó el servicio con la mascota Pikachu, el perrito al comienzo era algo tímido, por lo que tanto para su dueño como para la mascota era muy difícil la separación. El martes 21 alrededor de las 8:00 pm se le envió fotografías al dueño de la mascota. Asimismo, por órdenes del dueño no se lo saco a pasear a la calle, ya que como se evidenció en las capturas de pantalla Pikachu es un perrito rescato y era muy grande el temor del dueño a que se pierda o que otra mascota lo lastime. Por lo que se le dio acceso a la azotea del hospedaje para que haga sus necesidades, juegue un poco y se divierta. Para el segundo día, Pikachu se pudo acostumbrar al hospedaje que se armó para él, se le brindó alimentación, una cama y juguetes. Su actitud había mejorado mucho, gracias a la compañía de otros animales propios en el hogar, por lo que se lo veía más alegre, juguetón y cariñoso. Pikachu dejó el hospedaje el día miércoles 22 de junio alrededor de las 9:00 am.

7.3.4.4 Validación de la sustentación

Ilustración 75 Persona que concretó la venta del servicio - Mascota Pikachu



Fuente: WhatsApp Business

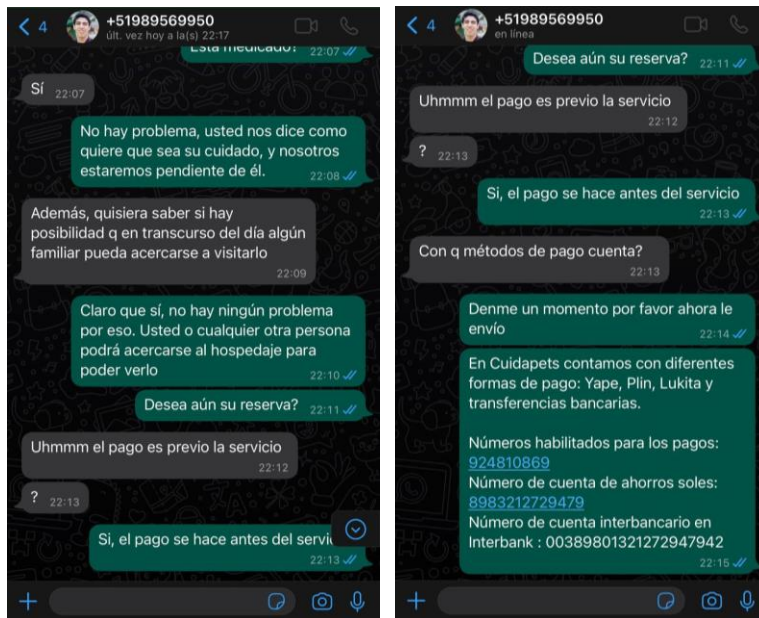


Fuente: WhatsApp Business

Ilustración 76 Chat con el potencial cliente



Fuente: WhatsApp Business.



Fuente: Whatsapp Business

Ilustración 77 Fotos del servicio realizado - Mascota Pikachu

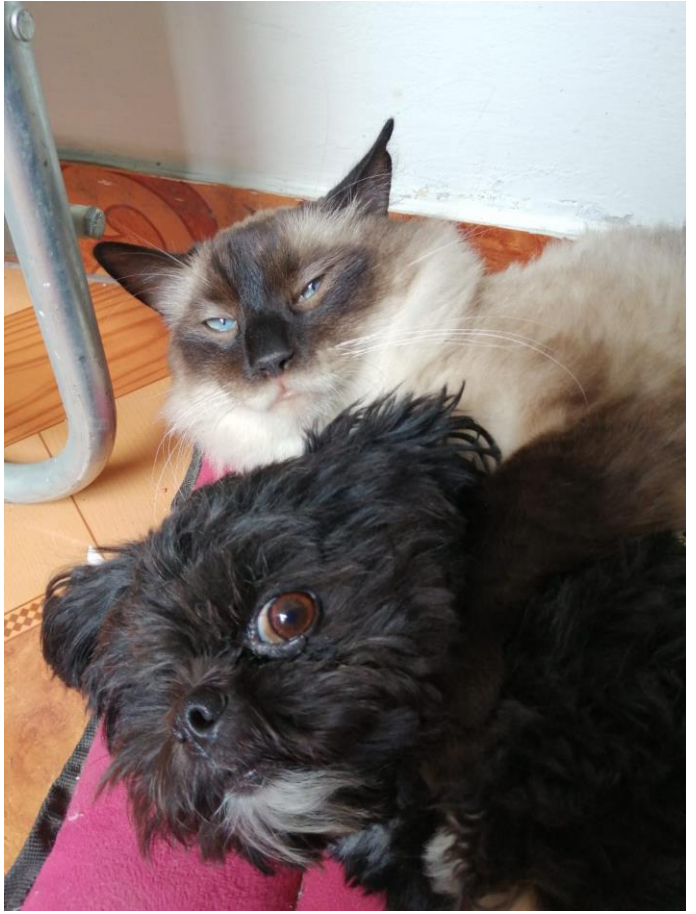
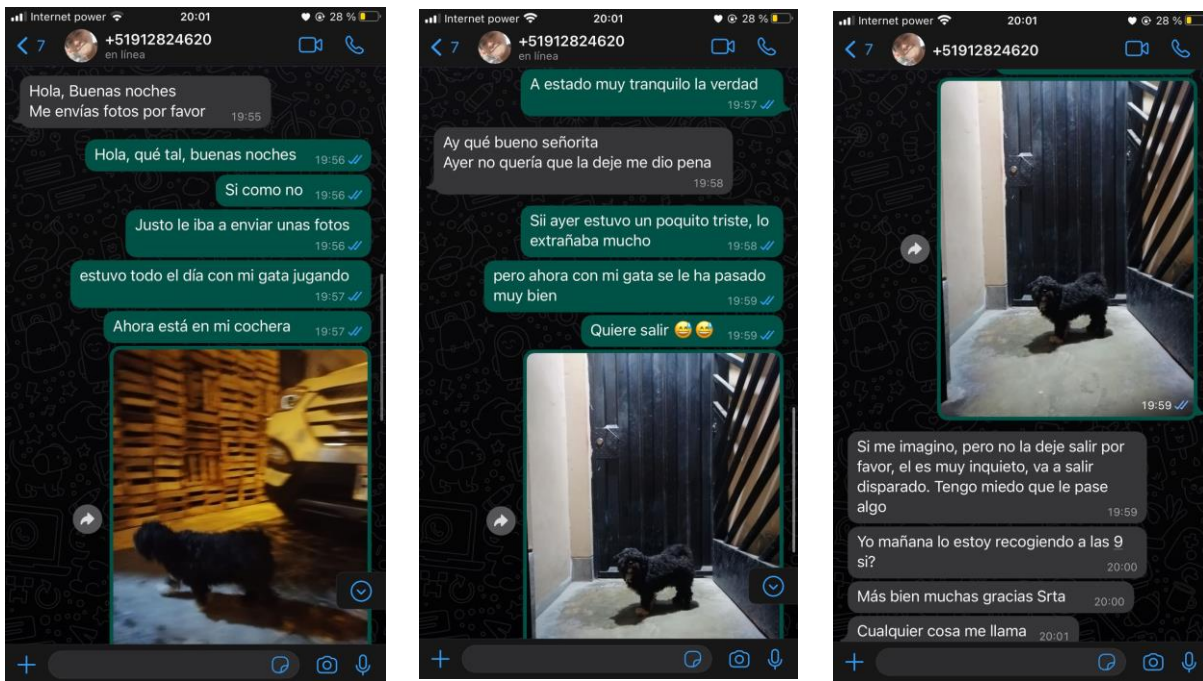


Ilustración 78 Conversación con el dueño de Pikachu



Fuente: WhatsApp Business

8. Plan de Marketing

8.1 Objetivos de Marketing

Corto Plazo (1-2 años)

- Introducir un nuevo producto en el mercado de hospedajes para mascotas y hacerlo conocido llegando a más de 800 seguidores en nuestra red social Facebook al término del primer año.
- Lograr que 30 dueños de mascotas se registren en nuestro aplicativo en el primer mes.
- Hospedar al menos a 40 mascotas en el primer trimestre.

Mediano Plazo (2-3 años)

- Obtener como promedio de puntuación del servicio de hospedaje entre 4 a 5 estrellas para el segundo año de funcionamiento.
- Incrementar las solicitudes de cuidadores en un 50% en relación al año anterior.
- Incrementar en un 30% el registro de nuevos clientes, en nuestro aplicativo Cuida Pets, con respecto al año anterior.

Largo Plazo (3-4 años)

- Ampliar la idea de negocio ofreciendo 3 líneas de productos (ropa, alimento y juguete para mascotas) en nuestros distintos canales para el tercer año.

8.2 Estrategias de Marketing - Corto Plazo (1-2 años)

8.2.1 Producto

Con Cuidapets buscamos ayudar a los dueños de mascotas que tienen ganas de salir de viaje o alguna cita de trabajo, pero se abstienen y cancelan sus planes o muchas veces regresan pronto a casa porque no hay quien cuide de sus mascotas. Viendo esta necesidad, nosotros ofrecemos a nuestro público un aplicativo el cual permite a los dueños contactarse con cuidadores capacitados y solicitar un servicio de hospedaje. Asimismo, los dueños de las mascotas podrán tener acceso al perfil del cuidador, ver su experiencia, su disponibilidad y los comentarios de anteriores dueños. El servicio incluye paseos, alimentación o cualquier otro

cuidado especial que la mascota requiera. De igual forma, es necesario mencionar que nuestro aplicativo contará con un sistema GPS en el que se localizará en tiempo real a los cuidadores más cercanos al cliente.

Por otro lado, para la seguridad y confianza de ellos el aplicativo les permitirá chatear con el cuidador, realizar llamadas o videollamadas y una vez finalizado el servicio la app pondrá a disposición del cliente la opción de realizar un comentario al cuidador a cargo.

Según Kotler define producto como “todo aquello que puede ofrecerse a la atención de un mercado para su adquisición, uso o consumo, y que además puede satisfacer un deseo o necesidad”. Los consumidores cuando piensan en un producto siempre tienen la idea de la parte física del mismo; sin embargo, en marketing los productos se dividen en 3 niveles: producto básico, producto real y producto aumentado. Como bien lo menciona Kotler los productos se definen como un satisfactor de necesidades y deseos, para cumplir este rol el producto va agregando valor en cada nivel de producto y en donde su conjunto formará la oferta de valor que adquiere el consumidor. A continuación detallaremos los beneficios que Cuidapets otorga a sus clientes en cada nivel.

Producto/Servicio Básico: Aplicativo para el servicio de hospedaje y cuidado de mascotas.

Producto/Servicio Real: El cliente podrá escoger la duración del servicio de hospedaje y el tipo de cuidador que desea para su mascota. Se brinda atención personalizada, paseos, alimentación y cuidados especiales si la mascota lo requiere.

Producto/Servicio Aumentado: Servicio de geolocalización para encontrar cuidadores cerca a la ubicación del cliente. De igual forma, acceso a un chat, llamadas y videollamadas con el cuidador y visualizar su disponibilidad de tiempo a través de su organizador/calendario.

8.2.1.1 Branding

Como primer paso para añadir significado a nuestra marca el *namning* debe ser adecuado, atractivo y reconocible por nuestro público. Por ello, Cuidapets está basado en dos criterios:

- *Simple:* “Cuida” denota protección, dedicación, esmero y afecto. Por otro lado, “Pets” significa mascota traducido al español.
- *Diferenciado:* Es fácilmente distinguido por lo que refleja que se trata de un servicio de cuidado de mascotas.

Asimismo, el eslogan que buscamos acompañar al nombre es “Cuidamos a tu mascota tal como lo harías tú”

Ilustración 79 Logo cuidapets



Fuente: Elaboración propia

8.2.1.2 Ciclo de vida

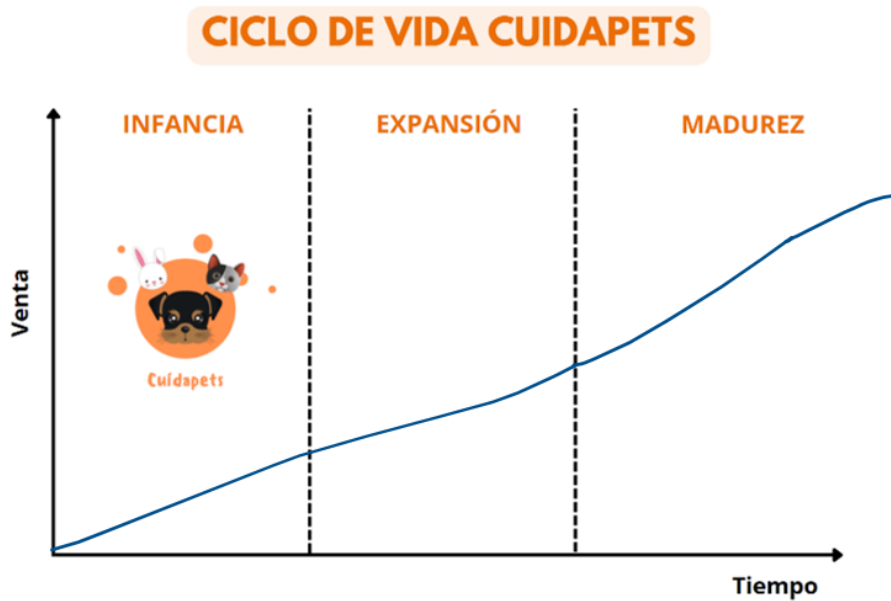
Para nuestro proyecto de investigación el enfoque radica en tres etapas de crecimiento de una startup, centrándose en la etapa de “inicio” o “infancia” hacia su “expansión”. Se pasará por esta serie de etapas diferenciadas de acuerdo a las necesidades, objetivos y características que varían en cada una de ellas, a través de un MVP (Producto Mínimo Viable) y un MAP (Máximo Producto Asombroso).

Como lo mencionamos antes toda startup exitosa pasa por tres etapas, las cuales son:

- *Infancia*: Etapa inicial en donde la startup tiene un crecimiento muy lento o nulo mientras trata de organizar el negocio.
- *Expansión*: La startup ya está más organizada, conoce y entiende los requerimientos del cliente y sabe cómo satisfacer sus necesidades. En esta etapa el crecimiento es muy rápido.

- *Madurez*: En esta etapa si la startup empieza a ser más grande, el crecimiento comienza a ser más lento, debido a limitaciones internas y de mercado.

Ilustración 80 Ciclo de vida cuidapets



Fuente: Elaboración propia

Cuidapets se encuentra en un periodo de infancia debido a que recién está iniciando operaciones con un servicio nuevo y novedoso en donde se tiene un crecimiento lento en las ventas. Asimismo, en esta etapa inicial buscamos hacernos notar, posicionar y crear conciencia de nuestra marca y de la importancia de tener un tiempo para todas aquellas personas, dueñas de mascotas, que tienen que salir por algún imprevisto y que no tienen en dónde o con quién dejar a sus mascotas. Por ello, en este periodo se tendrá un nivel alto de costos, ya que para conseguir esa conciencia inicial de marca y ese reconocimiento se pasará a tomar acciones de marketing promocional. En este nivel somos conscientes que nuestra demanda será menor y que los primeros consumidores del servicio serán los *early adopter*, los cuales son personas comprometidas con su tiempo pero a su vez buscan estar seguros en dejar a sus mascotas en un lugar tranquilo y con personas capacitadas. Nos concentramos en esta etapa para realizar mayores experimentos con el propósito de llevar el mejor servicio de hospedaje a nuestro público.

8.2.1.2 Matriz de Ansoff

Ilustración 81 Matriz ansoff - cuidapets



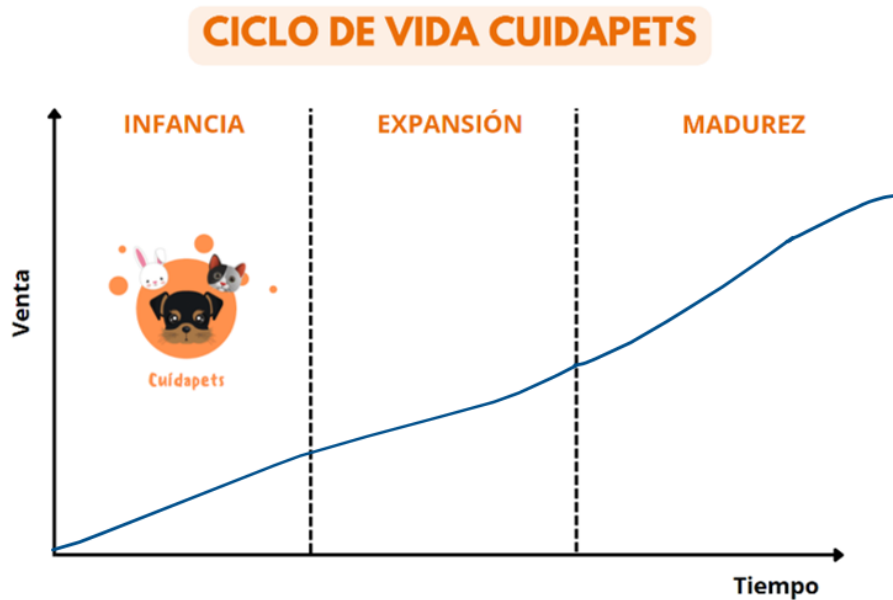
Fuente: Elaboración propia.

Las estrategias intensivas o también llamadas estrategias de crecimiento que se pueden observar en la Matriz de Ansoff sirven de guía para poder crecer ya sea en mercados actuales o en otros mercados aún no explorados. El principal objetivo de esta matriz es poder identificar oportunidades de crecimiento relacionando para ello los productos y mercados de acuerdo a si estos son nuevos o actuales. En el caso de Cuidapets lo ubicamos en el cuadrante de desarrollo de productos en donde se ubica como producto nuevo en mercados existentes. Debido a que queremos introducir un producto nuevo que no existe en el mercado con características novedosas, en calidad, diseño y nuevas funciones, que pertenece a un mercado existente de hospedajes para mascotas. Asimismo, se ofrecerá a través de este aplicativo seguridad, innovación y sobre todo confianza para aquellos dueños que se sienten inseguros o temerosos al dejar a sus mascotas con terceras personas.

8.2.2 Precio

Para la estrategia de fijación de precios se ha tomado en consideración el ciclo de vida en la que se encuentra el presente proyecto.

Ilustración 82 Ciclo de vida



Fuente: Elaboración propia

El servicio se encuentra dentro de una etapa inicial en el mercado peruano. Del mismo modo, es necesario tomar en cuenta el sector donde “Cuida Pets” está entrando a competir. Este se caracteriza por ser un mercado naciente, con gran desarrollo, acogida y evolución entre los usuarios.

Asimismo, es relevante analizar el precio de venta puesto por la competencia de la industria. En el sector se encuentran las siguientes empresas.


Ilustración 83 Página de Facebook de los competidores:



Dog Houser

\$\$ · Guardería de mascotas



 **Enviar mensaje**



¡Hola! ¿Cómo podemos ayudarte?

Fuente: Facebook



LADRA!
Hospedaje y Colegio para Perros

LADRA - Hospedaje y Colegio para Perros
@ladra.pe · ★ 4,7 288 opiniones · Guardería de mascotas

 **Enviar mensaje**

¡Hola! ¿Cómo podemos ayudarte?

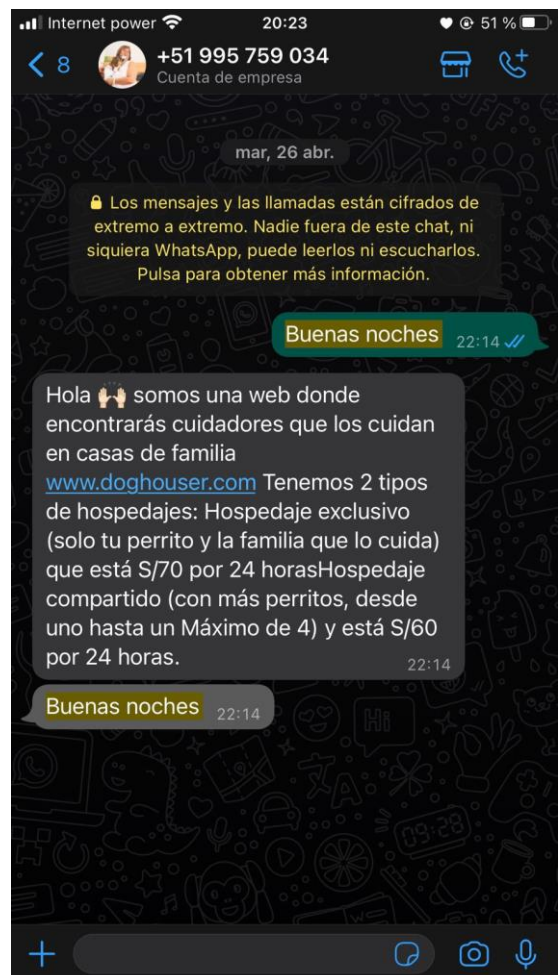
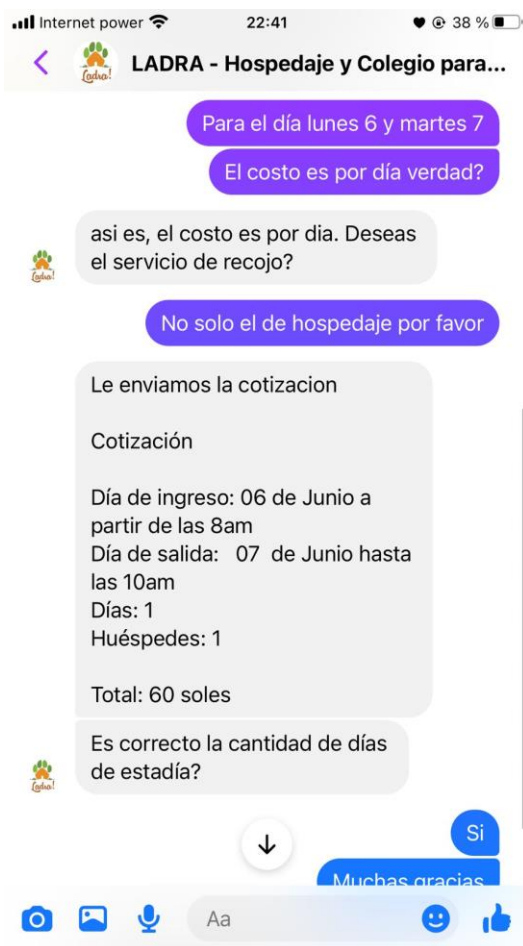
[Inicio](#) [Opiniones](#) [Fotos](#) [Videos](#) [Más](#)

 **Me gusta**  

The image shows a Facebook profile for 'LADRA! Hospedaje y Colegio para Perros'. The profile picture is a colorful illustration of a dog park with a large dog in the foreground, a dog in a pond, and other dogs running. The profile name is 'LADRA - Hospedaje y Colegio para Perros' with the handle '@ladra.pe' and a rating of 4.7 stars from 288 reviews. There is a blue 'Enviar mensaje' button and a 'Me gusta' button at the bottom.

Fuente: Facebook.

Ambas empresas operan en la misma línea de negocio de “Cuidapets”. En primer lugar, “Dog Houser” ofrece hospedajes de dos tipos. El primero es un hospedaje compartido con otros perros por 60 soles (24 horas). Y el segundo es un hospedaje exclusivo para la mascota por 70 soles (24 horas). En segundo lugar, “LADRA” ofrece hospedaje exclusivo de 24 horas por mascota a un precio de 60 soles. A continuación, se adjuntará las pruebas de los precios y servicio ofrecido por ambas organizaciones.



Fuente: Meta Business

Estructura de costos.

Ilustración 84 Chats de evidencia de precios de la competencia

Otro factor importante al momento de fijar un precio inicial es la estructura de costos y, además,

implementar el margen de ganancia que se espera generar. Para ello, se tomará en consideración el presupuesto de marketing para el año 1, la comisión a los cuidadores y los factores de costos relacionado a la App móvil (Licencias, mantenimiento, sistemas, etc), ya que se desarrollará e implementará en el año 01

PRESUPUESTO DE MARKETING Y PUBLICIDAD AÑO 01: S/.3600

S/. 3600.00 se divide entre 12 y al resultado se procede a dividirlo entre 30, con la finalidad de hallar el costo de inversión por día. Dando un resultado de S/.10 soles.

COSTO DE ELEMENTOS RELACIONADOS AL APLICATIVO:

Licencias: 25 USD (pago único)

Desarrollo de app: 10,120

Mantenimiento del app: 15%(10,000)

Community: 1193 mensual.

- En torno a las licencias, es un pago único. Por lo que se procederá a transformarlo al tipo de cambio actual (3.75) = S/.93.75
- Respecto al desarrollo del aplicativo que tiene un costo de 10,120 soles. Adicionalmente, ese monto se dividirá entre 30 para obtener la inversión por día. El resultado es: S/.337
- Respecto al mantenimiento del app, este cuesta el 15% del monto presupuestado para el desarrollo del aplicativo. El resultado de esa operación es S/.1500. Por lo tanto, se procederá a dividirlo entre 30, con la finalidad de conocer el monto de inversión diario. El resultado es: S/. 50
- El community manager para el factor de publicidad tiene un sueldo mensual de 1193 soles aproximadamente. Por lo que ese factor será dividido entre 30 para obtener el pago diario. El resultado es 39.76 soles/día.

Una vez obtenido todos los costos relacionados al aplicativo para el año 01, se procederá a obtener un único resultado producto de la suma de todos estos elementos.

Costos relacionados al aplicativo: S/. 521.51

COMISIÓN DEL CUIDADOR DE LA MASCOTA: 20% del precio.

MARGEN DE RENTABILIDAD ESPERADO: No se espera obtener ganancias en los primeros meses operativos de la empresa, debido principalmente a los altos costos que conlleva el lanzamiento del aplicativo. Es relevante tomar en consideración el Capital de Trabajo Neto (CTN) necesario para llevar a cabo el proyecto. También es imprescindible analizar las múltiples alternativas de financiamiento.

Tomando en consideración el ciclo de vida del servicio, estructura de costos, margen de ganancia y precio de competidores. Se ha decidido usar una estrategia de **penetración de mercado**, con la finalidad de generar una mayor cantidad de suscriptores en la etapa inicial del proyecto a través de un precio accesible en el sector. Este precio irá aumentando a medida que se obtenga un mayor posicionamiento en la industria. Por lo que se prevé un ascenso de la tarifa para el segundo y tercer año de forma gradual.

Es importante recalcar que el **precio de la competencia** oscila entre **60 y 70 soles**. Asimismo, las empresas seleccionadas ofrecen el servicio de hospedaje para mascotas. Por ello, se ha seleccionado un precio inicial de **50 soles** por el servicio de hospedaje de mascotas por día y de **3 soles** por hora.

8.2.3 Plaza

La estrategia de plaza de Cuida Pets será 100% digital mediante canales digitales esto a través de la red social más usada como Facebook, apple store y play store, estos dos últimos lugares donde se ubicaran nuestro aplicativo móvil, debido a que como bien sabemos la llegada de usuarios o movimiento en redes de estos es masiva. El canal elegido resulta ser el online debido a que se adecua más a nuestra idea de negocio ya que mediante nuestro aplicativo y facebook los clientes podrán contactarse con nosotros para solicitar información sobre los

servicios que ofrecemos y pactar la adquisición de estos. Dicho esto el servicio en sí se brindará de manera presencial previa coordinación con el cliente. Por último también se ofrecerá el contacto mediante correo electrónico para pactar una cita.

Aquellos interesados deberán comunicarse enviando un mensaje al inbox de nuestra página de facebook, solicitando información. Por otro lado, mediante el uso del aplicativo, todos los detalles y condiciones de nuestros servicios estarán especificadas en el inicio.

8.2.4 Promoción

- **Publicidad:** Esta se realizará por facebook la cual es la red social que maneja cuida pets y que residan en lima metropolitana(central y sur) y de nivel socioeconómico A, B y C. Por otro lado, la segmentación estará dada por los intereses de las personas, como por ejemplo, mascotas, paseos, perros, entre otros, además que cuenten con un teléfono móvil y una mascota como mínimo.

A continuación el flyer para promocionar nuestra marca:

Ilustración 85 Flyer de promoción



Fuente Elaboración propia

- **Marketing de ventas:** Se brinda a través de Facebook en donde realizaremos las publicaciones y la información acerca del servicio que vamos a dar. El trato para con

los clientes será a través de la misma plataforma, es decir será personalizado y por el chat de Cuida Pets. Se realizará reels, videos instructivos explicando el servicio ofrecido y el valor agregado del app e imágenes de nuestros cuidadores y huéspedes(mascotas).

8.3 Estrategias de Marketing - Mediano Plazo (2-3 años)

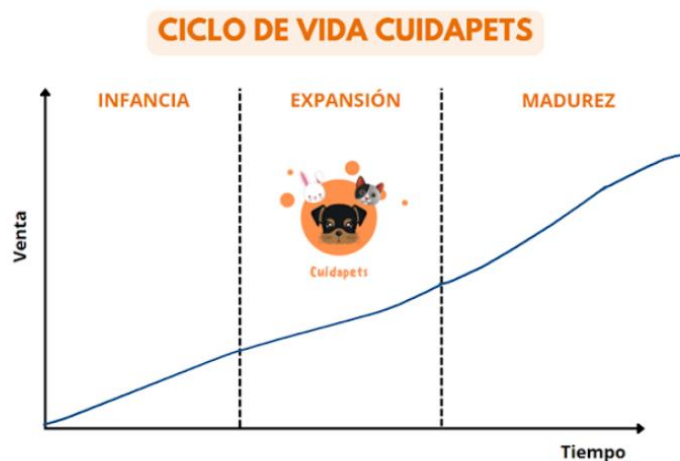
8.3.1 Producto

La estrategia que será utilizada para el año 2 será la de desarrollo de producto y esto a raíz de nuestro primer servicio el de hospedaje exclusivo ahora ofreceremos el de hospedaje compartido cuyo servicio constará en el cuidado ya no solitario sino en grupo de 4 mascotas como máximo, en un lugar amplio y seguro, esto permitirá tener un mayor alcance de mascotas atendidas y que puedan desarrollar sus capacidades socializadoras.

8.3.2 Precio

Tomando como referencia lo analizado en el año 1, la estrategia de fijación de precios para el año 2 será considerando el ciclo de vida del presente proyecto, en este caso ya se encontrará en una etapa de expansión o crecimiento sin embargo cambiaremos de estrategia a una de descuentos por paquete de servicio de hospedaje hasta captar mayor clientela

Ilustración 86 Ciclo de vida cuidapets



Fuente: Elaboración propia

Por ello que nuestro precio seguirá por debajo de la competencia que oscila entre los 60 y 70 soles por el hospedaje compartido y exclusivo respectivamente según lo indicado por el negocio DogHouser pero como bien especificamos un punto anterior nosotros ofreceremos nuevo servicio de hospedaje exclusivo a un costo de 60 soles y el compartido a 50 soles

Estructura de Costos.

Igual al año 1 para proceder a fijar un nuevo precio a los servicios para el siguiente año, es importante considerar la nueva estructura de costos que tendremos. En base a nuestro presupuesto de marketing para el año 2 y la comisión de los cuidadores.

PRESUPUESTO DE MARKETING Y PUBLICIDAD AÑO 02: S/.6912.00

S/. 6912.00 se divide entre 12 y al resultado se procede a dividirlo entre 30, con la finalidad de hallar el costo de inversión por día. Dando un resultado de S/.19.2 soles.

- **SERVICIO EXCLUSIVO.**

COMISIÓN DEL CUIDADOR DE LA MASCOTA: 30% del precio.

MARGEN DE RENTABILIDAD ESPERADO: 38% del precio.

$$19.20 + 30\%(x) + 38\%(x) = x$$

$$65 = x$$

- **SERVICIO COMPARTIDO.**

COMISIÓN DEL CUIDADOR DE LA MASCOTA: 20% del precio.

MARGEN DE RENTABILIDAD ESPERADO: 60% del precio.

$$19.20 + 20\%(x) + 60\%(x) = x$$

$$55 = x$$

8.3.3 Plaza

Respecto a la estrategia que utilizaremos en nuestro canal, agregaremos uno nuevo que será la comunicación mediante correo electrónico, aquí podrán contactarse con nosotros para

cotizar nuestros servicios, coordinar y agendar citas. El correo de contacto se llamará cuidapets.imple@gmail.com

8.4.4 Promoción

Publicidad: Seguiremos realizando nuestra promoción mediante la red social facebook atendiendo al mismo sector de la población el cual designamos anteriormente Lima metropolitana central y sur de niveles socioeconómicos A, B y C.

Marketing de ventas: Lo brindaremos igualmente a través de facebook pero esta vez implementado otros métodos como la subida de historias por parte de algunos influencers con quienes tendremos acuerdos para promover la marca en sí. Además estaremos realizando reels y publicaciones semanalmente respecto a los beneficios de los paseos en solitario e interacciones con otras mascotas. Y por último se postearán fotos de las mascotas en pleno cuidado por las personas a cargo esto con el fin de evidenciar el buen servicio que ofrecemos.

8.4 Estrategias de Marketing - Largo Plazo (3-4 años)

8.4.1 Producto

La estrategia que se usará en el tercer año es la estrategia directa, el cual es una estrategia comunicativa y que a partir de varios medios, busca suscitar una reacción directa del cliente con la finalidad de generar una relación duradera. Por eso se realizará el servicio de paseo y la ampliación del negocio con la venta de productos, ropa, alimentos y juguetes, brindando calidad en el servicio y satisfacción en el cliente.

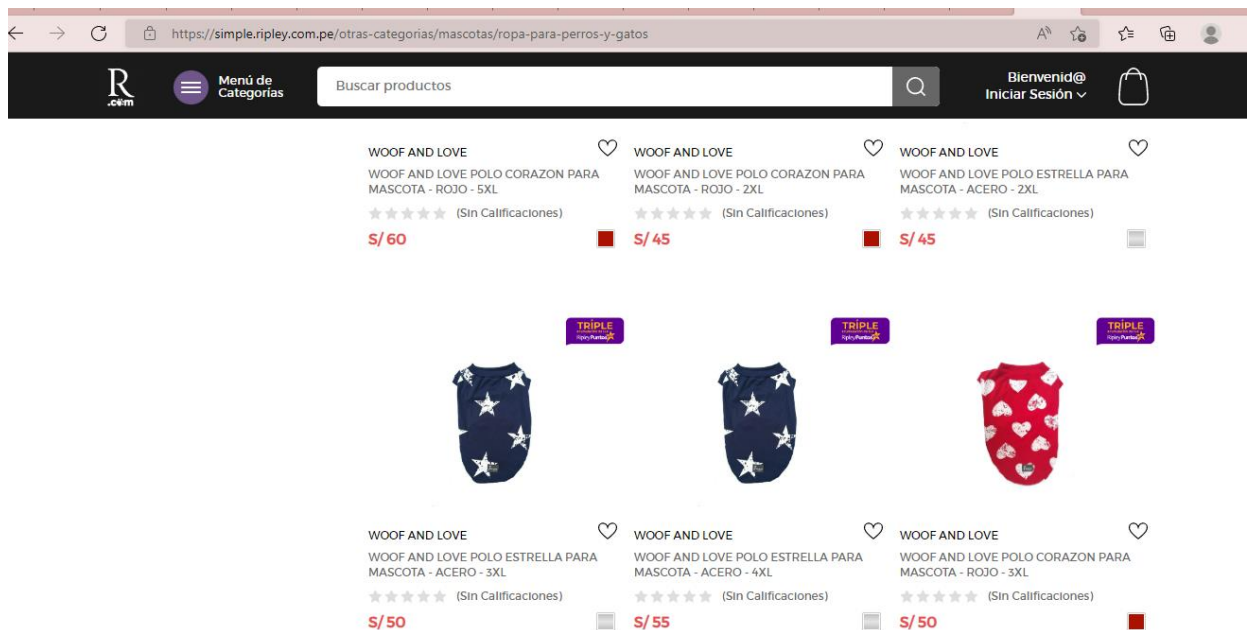
Ventaja competitiva: El servicio que nosotros ofrecemos es muy común y muchos lo hacen pero el medio para realizar este trabajo es distinto y nadie en el mercado lo ha ofrecido o al menos muchos de las personas no conocen ningún aplicativo que brinde servicio de cuidado de mascotas a personas que no tengan tiempo de cuidar a sus fieles amigos. Por otro lado también pensamos que es beneficioso para todos nuestros clientes, ya que mayormente está segmentado para personas que están muy ocupadas y que por motivos de trabajo, viaje o estudio no se pueden hacer cargo de sus mascotas.

COSTO DE ELEMENTOS RELACIONADOS A LA AMPLIACIÓN DEL NEGOCIO

- **Ropas para mascotas**

Otra forma que hemos encontrado de ampliar el negocio es ofreciendo ropitas para las mascotas y de esa forma dar un servicio de calidad a nuestros clientes brindando opciones para un mejor cuidado de las mascotas.

Ilustración 87 Ropas para mascotas

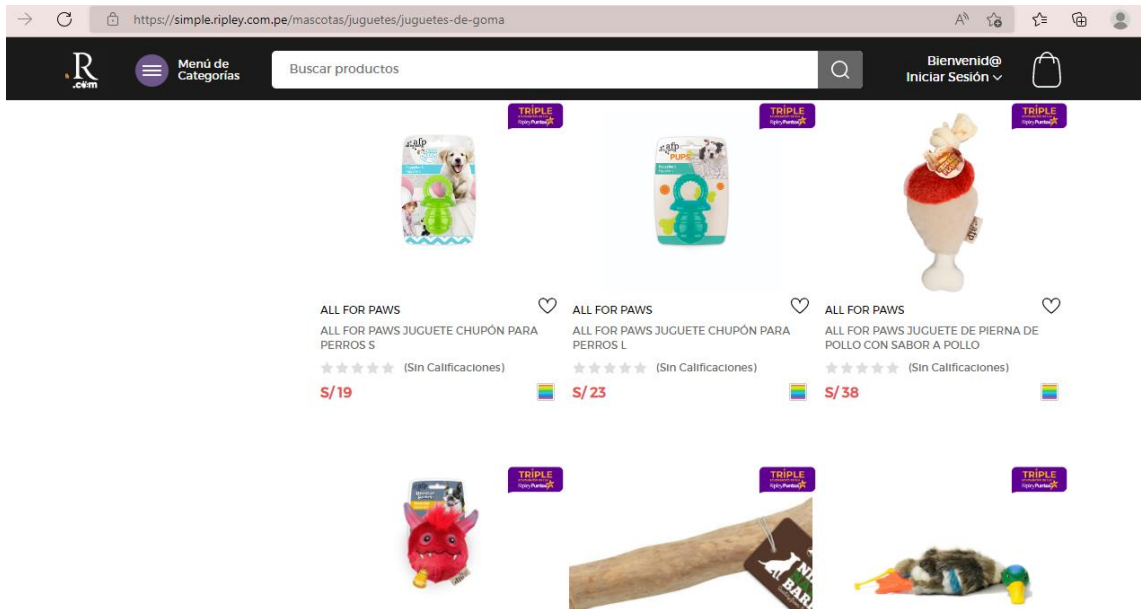


Fuente: Ripley

- **Juguetes para mascotas**

Nuestro aplicativo también ofrecerá juguetes como por ejemplo juguetes de goma, juguetes de cuerda y peluches con la finalidad de seguir ampliando nuestro negocio y dar un mejor servicio a nuestros clientes, por ende, a nuestras mascotas.

Ilustración 88 Juguetes para mascotas



Fuente: Ripley

- **Alimentos para mascotas**

En este caso ofreceremos alimentos para todo tipo de mascotas con la finalidad de ampliar nuestro negocio y brindar un mejor servicio a nuestros clientes.

Ilustración 89 Alimentos para mascotas

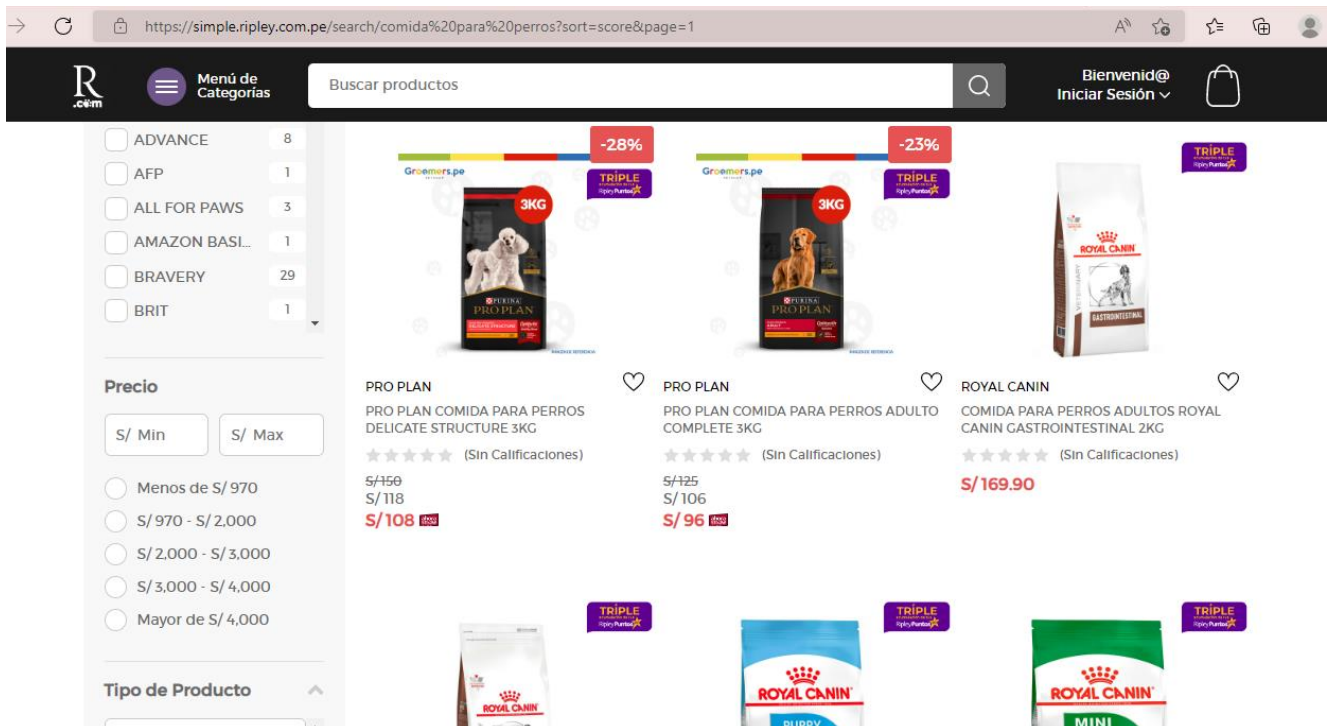
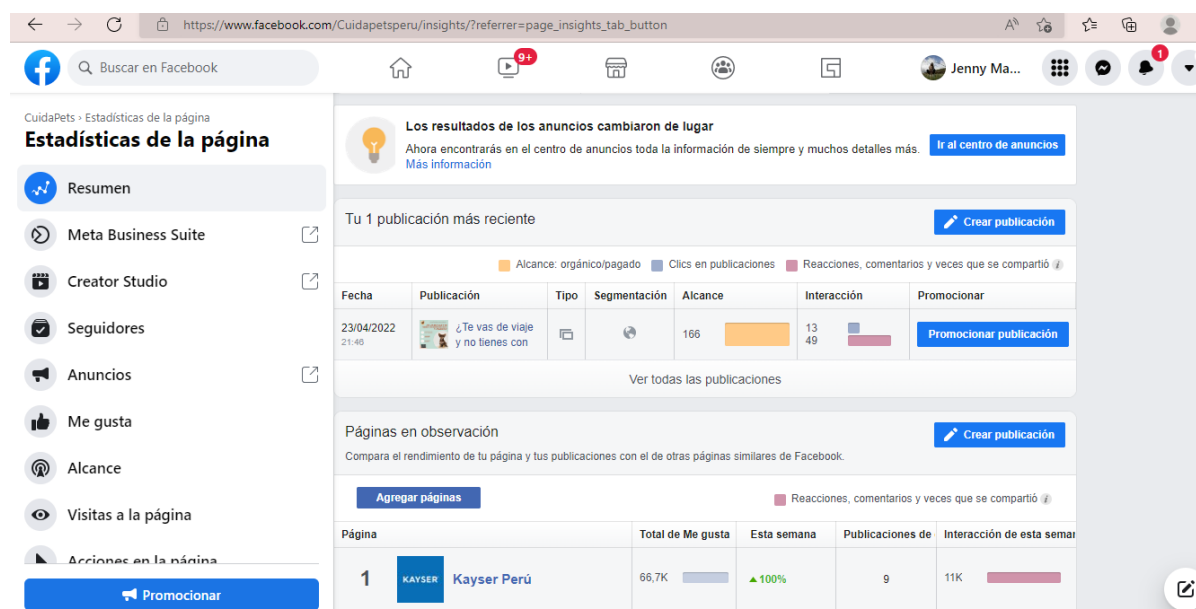


Ilustración 90 Validación de la marca en Facebook



Fuente: Facebook de Cuida pets

8.4.2 Precio

La estrategia que se utilizará para el año 3 es la de precio neutro, ya que luego de poner en marcha nuestras diversas estrategias, ya se evidenciará una mayor acogida de público. Por ello, nos inclinaremos por tener un precio intermedio. Es decir, no alto para poder descremar y no bajo para poder penetrar. Para poder tomar una decisión, es clave estar en constante seguimiento de la competencia y de los costos, ya que sabemos que debido a la inestabilidad política y demás factores, los precios están en constantes oscilaciones.

Costos.

Para este año se tomará en cuenta los costos del presupuesto de marketing para el año 3. Del mismo modo, se incorporarán los costos relacionados al desarrollo del aplicativo, ya que para este periodo se lanzará la interfaz móvil al mercado objetivo.

PRESUPUESTO DE MARKETING (Año 3) = 21,496

21,496 soles es el presupuesto de marketing anual. Por lo que se procederá a dividir entre 12 y al resultado se dividirá entre 30. Con la finalidad de obtener la inversión por día. El cual es 60 soles aproximadamente.

Según el mercado meta, se espera atender de forma anual a 737 clientes. Por lo que para el año 3 se espera un crecimiento de clientes atendidos del 30%. Ya que contaremos con un mejor posicionamiento en el sector elegido. El resultado sería 958 suscriptores aproximadamente. Lo que sería cerca de 3 clientes atendidos al día.

SERVICIO EXCLUSIVO: 70 soles

SERVICIO COMPARTIDO: 60 soles.

8.4.3 Plaza

La estrategia a seguir en el año 3 es ingresar a un nuevo canal. Es decir, proyectamos que para ese año contaremos con una página de instagram. Con ello, buscamos crecer en cuanto a ventas y posicionamiento de mercado.

8.4.4 Promoción

- **Estrategia de promoción(Pull):** La estrategia pull se basa en acciones de marketing que buscan la atracción del consumidor hacia la marca y con esa finalidad haremos sorteos mediante la página de facebook, en este caso se sorteará un baño a las mascotas y este cuenta con un precio de 25 soles (Anexo 5)
- **Estrategia de contenido(Pull):** Para realizar esta estrategia de contenido contaremos con la estrategia pull y se realizarán historias de recordatorio y promoción de marca, reels con información de beneficios de paseos de mascotas y por último se mostrarán imágenes y evidencias de los paseos. Para las historias se contará con influencers(Anexo 6), la cual nos ayudará a publicitar nuestra marca, los reels con información de beneficios de paseos de mascotas(Anexo 7) se realizará a través de pago promoción en Facebook así como la difusión de imágenes y evidencia de los paseos.
- **Reconocimiento y recordación de marca(Push):** En este caso se usará la estrategia push, la cual es una estrategia de empuje y consiste en acciones que la marca realiza hacia los intermediarios en el canal de comercialización. Para realizar de manera exitosa esta estrategia hemos decidido mandar a elaborar polos , gorras(ANEXO 9) con nuestra marca y repartir volantes(Anexo 10). Esta dinámica se realizará en parques con la finalidad de hacer recordar la marca a nuestros clientes.

8.5 Estrategias de fidelización

Para lograr una continua y sostenida fidelización de clientes, se tomará en cuenta 4 aspectos importantes a seguir para lograrlo. A continuación, se abordará cada uno de ellos para ampliar el desarrollo de los mismos.

8.5.1 Monitoreo continuo del comportamiento del cliente

Se desarrollarán, periódicamente, encuestas para medir el nivel de satisfacción del cliente. La encuesta se realizará a través de Google Forms y será enviado a los suscriptores de Cuida Pets. Asimismo, es imprescindible realizar el Net Promoter Score (NPS), con la finalidad de obtener el % de personas que valoran y recomiendan el aplicativo Cuida Pets. Se desarrollará a través de la siguiente fórmula

$$NPS = \% \text{ DE PROMOTORES} - \% \text{ DE DETRACTORES}$$

8.5.2 Brindar una vivencia superior

Es necesario que el servicio supere las expectativas del cliente. Por ello, se pondrá en marcha constantes actualizaciones en la aplicación para mejorar la experiencia de usuario. En donde, además, el suscriptor podrá realizar comentarios y recomendaciones para potenciar el interfaz móvil.

8.5.3 Lograr identificación de marca.

Nuestro objetivo es llegar al “Top of heart” de los usuarios, ya que las experiencias, vivencias y sentimientos permiten generar un vínculo con los clientes. Para ello, se comunicará el rol que se quiere lograr en sus vidas a través de slogans memorables. Por ejemplo, “Siempre al cuidado de los que más quieres”. Del mismo modo, el aplicativo móvil tiene una opción para subir las fotos más significativas de las mascotas con sus dueños y cuidadores. Es imprescindible que los usuarios vean a “Cuidapets” como parte integral del crecimiento y cuidado de sus seres queridos.

8.5.4 Desarrollar comunidades

Dentro de la interfaz móvil se tiene una sección llamada “Comunidad”. Este tiene como objetivo ser un espacio en línea, donde los dueños de mascotas pueden interactuar entre ellos, generando experiencias y vivencias con Cuida Pets. Del mismo modo, se desarrollará una comunidad presencial de forma periódica, con la finalidad de reunir a todos los dueños, mascotas y cuidadores dentro de un espacio ameno y memorable con actividades y entrega de sorpresas para las mascotas. Estos eventos se divulgarán a través de la sección “Notificaciones” de la interfaz móvil. Además, se notificará a través de nuestras redes sociales oficiales.

8.6 Plan de Marketing 3 años

8.6.1 Plan de marketing año 1 etapa introducción

Tabla 54 Plan de marketing año 1

	Estrategia	Tipo	Actividad / Táctica	Requerimiento	Frecuencia
PRODUCTO	Desarrollo de productos	Push	Servicio de hospedaje: donde incluye alimentación, juguetes, cama y cuidados especiales si la mascota lo necesita. Brindando a través de nuestros canales calidad y seguridad. Empatizando con los clientes y posicionando nuestro servicio con el eslogan :	Cuidadores calificados con años de experiencia.	Continua
			<i>"Cuidamos a tu mascota tal como lo harías tú"</i>	Lugar amplio y seguro.	Continua

PRECIO	Precio bajo o penetración	Push	Servicio a un precio bajo para obtener una penetración rápida, un gran número de huéspedes y comenzar a tener una participación.	Conocer los precios de nuestra competencia	Continua
				Determinar nuestros costos	Continua
PLAZA	Online	Facebook	Se llegará al público a través de nuestra red social Facebook, en donde se podrá solicitar el servicio de hospedaje las 24/7	Contar con presencia en redes sociales	Continua
PROMOCIÓN	Publicidad / Marketing de contenido	Push	Anuncios en nuestra red social sobre nuestro servicio.	Elaboración de flyers / Pago de la promoción	(M-J-S) por las 4 semanas del mes por un año.
			Enfoque informativo: Reels, videos instructivos explicando el servicio ofrecido y el valor agregado del app e imágenes de nuestros cuidadores y huéspedes (mascotas).	Elaboración de flyers, historias y videos	(L -M -V) por las 4 semanas del mes por un año. Lunes: Videos instructivos Miércoles: Reels o historias. Viernes: imágenes, fotografías.

Fuente: Elaboración propia

8.6.2 Plan de marketing año 2 etapa crecimiento

Tabla 55 Plan de marketing año 2

	Estrategia	Tipo	Actividad / Táctica	Requerimiento	Frecuencia
	Desarrollo de productos	Extender línea de	Se incluye un nuevo tipo de hospedaje. "Hospedaje compartido" con más mascotas desde uno	Cuidadores calificados con años de experiencia.	Continua

PRODUCTO		productos	hasta un máximo de 4.	Lugar amplio y seguro.	Continua
PRECIO	Precio por paquetes de productos	Push	Se amplía nuestra línea de productos con precios diferenciados. El "hospedaje exclusivo" (mascota y cuidador) con un costo mucho mayor que el "Hospedaje compartido" (mascotas desde uno hasta un máximo de 4)	Conocer los precios de nuestra competencia	Continua
				Determinar nuestros costos	Continua
PLAZA	Visita a un nuevo canal	Email	Contando con un mayor público incursionar y ofrecer nuestro servicio a través del correo para coordinar y agendar paseos.	Creación de correo cuidapets.imple@gmail.com	Continua
PROMOCIÓN	Publicidad / Marketing de contenido	Push	Historias en red social promoviendo la marca	Pago a influencer	Dos veces al mes por todo el año
			Reels o publicaciones con información de los beneficios de los paseos	Pago promoción RRSS	(M-J-S) por 2 semanas del mes por un año.
			Posteo fotografías de los cuidadores con los huéspedes (mascotas) y de las evidencias de los cuidados.	Contenido orgánico	(L-M-V) por las 4 semanas del mes por un año.

Fuente: Elaboración propia

8.6.3 Plan de marketing año 3 etapa de desarrollo

Tabla 56 Plan de marketing año 3

	Estrategia	Tipo	Actividad / Táctica	Requerimiento	Frecuencia
--	------------	------	---------------------	---------------	------------

PRODUCTO	Directa	-	Servicio de paseo y ampliación del negocio con la venta de productos, ropa, alimentos y juguetes, brindando calidad en el servicio y satisfacción en el cliente.	Paseadores calificados y compra de ropa, alimentos y juguetes	Continua
PRECIO	Precio neutro	Push	Durante el tercer año ya se evidenciará un mayor público, para lo cual se contará con un precio intermedio, ni alto para descremar ni bajo para buscar penetración.	Conocer los precios de nuestra competencia	Continua
				Determinar nuestros costos	
PLAZA	Visita a un nuevo canal	-	Para el año 3 ya se contará con mayor público, por ello, se ofrecerá los servicios via instagram.	Creación de instagram "Cuida pets".	Continua
PROMOCIÓN	Promoción	Pull	Sorteos mediante la página de Facebook	Sortear un baño a las mascotas	Se realizará 4 veces al año
	Contenido	Pull	Historias de recordatorio y promoción de la marca	Pago a influencer	Dos veces por mes durante todo el año
			Reels con información de los beneficios de los paseos de mascotas	Pago promoción en RRSS	Fines de semana (S y D) por las 4 semanas del mes por todo el año
			Imágenes de nuestros paseadores y evidencias de los paseos	Pago promoción en RRSS	Fines de semana (S y D) por las 4 semanas del mes por todo el año
					1 vez al mes durante

	Reconocimiento y recordación de marca	Push	Dinámica en parques para la recordación de la marca	Polos	todo el año
				Gorros	1 vez al mes durante todo el año
				Volantes	2 veces por semana(S y D) por las 4 semanas del mes por todo el año
				Se contratará un repartidor al cual se le pagará 50 soles diarios. La cantidad a repartir diaria será de 500 volantes	2 vez por semana por las 4 semanas del mes por todo 1 año

Fuente: Elaboración propia

8.6.4. Presupuesto plan de marketing año 1 - Etapa introducción

Tabla 57 Presupuesto plan de marketing año 1

	Estrategia	Tipo	Actividad/tactica	Tipo(BTL/ATL)	Requerimiento para la actividad	Unidad de medidas	Frecuencia al año	Frecuencia al mes	Frecuencia a la semana	Cantidad por vez	Costo unitario	Costo total
Marketing Digital	Marketing de contenido	Push	Anuncios en nuestra red social sobre nuestro servicio.	BTL	Elaboración de flyers	Soles	12	4	3	1	15	2160

Enfoque informativo:
Reels, videos
instructivos
explicando el servicio
ofrecido y el valor
agregado del app e
imágenes de
nuestros cuidadores y
huéspedes
(mascotas).

BTL

Elaboración
de flyers,
historias y
videos

Soles

12

4

3

1

10

1440

TOTAL	3600
-------	------

Fuente: Elaboración propia

8.6.5. Presupuesto plan de marketing año 2 - Etapa de crecimiento

Tabla 58 Presupuesto plan de marketing año 2

	Estrategia	Tipo	Actividad/táctica	Tipo(BTL/ATL)	Requerimiento para la actividad	Unidad de medidas	Frecuencia al año	Frecuencia al mes	Frecuencia a la semana	Cantidad por vez	Costo unitario	Costo total
Marketing Digital	Marketing de contenido	Push	Historias en red social promoviendo la marca	ATL	Pago a influencer	Soles	12	4	3	1	31	4.464,00

			Reels o publicaciones con información de los beneficios de los paseos	BTL	Pago promoción RRSS	Soles	12	4	3	1	17	2.448,00
			Posteo fotografías de los cuidadores con los huéspedes (mascotas) y de las evidencias de los cuidados.	ATL	Contenido orgánico	Soles	12	4	2	1	0	0,00
TOTAL												6.912,00

Fuente: Elaboración propia

8.6.6 Presupuesto plan de marketing año 3 - Etapa de desarrollo

Tabla 59 Presupuesto plan de marketing año 3

	Estrategia	Tipo	Actividad/táctica	Tipo (BTL/ATL)	Requerimiento para la actividad	Unidad de medidas	Frecuencia al año	Frecuencia al mes	Frecuencia a la semana	Cantidad por vez	Costo unitario	Costo total	
Marketing Digital	Promoción	Pull	Sorteos mediante la página de facebook	BTL	Sortear un baño a las mascotas	Soles	4	1	1	4	25	400.00	
	Contenido	Pull	Historias de recordatorio y promoción de la marca	BTL	Pago a influencer	Soles	12	1	1	4	200	9600.00	
		Pull	Reels con información de beneficios de paseos de mascotas	BTL	Pago promoción en RRSS	Soles	12	4	2	1	16.67	6000.00	
		Pull	Imágenes de nuestros paseadores y de los paseos	BTL	Pago promoción en RRSS	Soles	12	4	2	1	3.33	1200.00	
	Reconocimiento y recordación					Polos	Soles	12	1	1	4	15	720.00
						Gorras	Soles	12	1	1	4	9	432.00
					Push	Volantes		12	1	1	400	0.53	2544.00

	de marca	Push	Dinámica en parques para la recordación de la marca		Soles						
				Se contratará un repartidor. La cantidad a repartir diaria será de 500 volantes	Soles	12	1	1	1	50	600.00
TOTAL											21.496,00

Fuente: Elaboración propia

9. Plan Financiero

9.1 Proyección de ventas (Ingresos)

Los ingresos que se esperaban tener fueron calculados con el método concierge, con los diferentes resultados obtenidos en los experimentos. Con ello se obtuvieron los siguientes resultados, que permitían saber cuales serían las ventas y el crecimiento de ventas del proyecto Cuida Pets.

Tabla 60 Intenciones y crecimientos de ventas del año 1

	Experimento 01	Experimento 02	Experimento 03	Experimento 04	Total	Crecimiento
Servicio Hospedaje	2	2	1	2	6	17%

Fuente: Elaboración propia

Con ellos, se pudo notar que las ventas del primer mes llegaron a 6 servicios de hospedaje. Donde el primer año, el servicio de hospedaje tendría un precio de 50 soles. En el segundo año ya hay dos servicios, los cuales son el servicio de hospedaje exclusivo con un precio de 65 soles y el servicio de hospedaje compartido con un precio de 55 soles. En el tercer año tenemos ya contamos con cinco servicios, los cuales son el servicio de hospedaje exclusivo, el servicio de hospedaje compartido, la línea de productos "Cuida Pets"-ropa, alimentos y juguetes. Los precios de los servicios respectivamente son 70, 60, 50, 106 y 19 soles, pues ya no se optaría por una estrategia de penetración de mercado.

Además, para hallar el crecimiento de mercado que se tendría por los años dos y tres, se tomó información presentada por la Cámara Peruana de Comercio electrónico (CAPECE), que indicaba que la industria del comercio digital se había incrementado en un 55% del 2021 al 2022. Es decir, un incremento mensual de 4,6% que fue tomado como referencia del crecimiento de ventas.

Tabla 61 Tabla: Crecimientos de ventas del año 2

		Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24	Total
Servicio hospedaje exclusivo	Cantidad	48	51	54	57	60	63	66	70	74	78	82	86	789
	Precio	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	
	Total venta	3120.00	3315.00	3510.00	3705.00	3900.00	4095.00	4290.00	4485.00	4680.00	4875.00	5070.00	5265.00	5460.00
Servicio hospedaje compartido (Producto Nuevo)	Cantidad	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	138
	Precio	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	
	Total venta	330.00	385.00	440.00	495.00	550.00	605.00	660.00	715.00	770.00	825.00	880.00	935.00	7560.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 62 Tabla: Crecimiento de ventas del año 3

		Mes 25	Mes 26	Mes 27	Mes 28	Mes 29	Mes 30	Mes 31	Mes 32	Mes 33	Mes 34	Mes 35	Mes 36	Total
Servicio hospedaje exclusivo	Cantidad	90	95	100	105	110	116	122	128	134	141	148	155	1444
	Precio	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	
	Total venta	6300.00	6650.00	7000.00	7350.00	7700.00	8120.00	8540.00	8960.00	9380.00	9800.00	10360.00	10850.00	101080
Servicio hospedaje compartido	Cantidad	18	19	20	21	22	24	26	28	30	32	34	36	310
	Precio	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	
	Total venta	1080.00	1140.00	1200.00	1260.00	1320.00	1440.00	1560.00	1680.00	1800.00	1920.00	2040.00	2160.00	18600
Linea de productos "Cuidado Pet's" - Ropa	Cantidad	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	138
	Precio	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	
	Total venta	300.00	350.00	400.00	450.00	500.00	550.00	600.00	650.00	700.00	750.00	800.00	850.00	6900
Linea de productos "Cuidado Pet's" - Alimento	Cantidad	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	138
	Precio	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	
	Total venta	636.00	742.00	848.00	954.00	1060.00	1166.00	1272.00	1378.00	1484.00	1590.00	1696.00	1802.00	14628
Linea de productos "Cuidado Pet's" - Juguetes	Cantidad	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	138
	Precio	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	
	Total venta	114.00	133.00	152.00	171.00	190.00	209.00	228.00	247.00	266.00	285.00	304.00	323.00	2622

Fuente:Elaboración propia

Asimismo, para hallar la tasa de abandono de la aplicación, se tomaron datos presentados por el diario Que Nube, donde se indicaba que el 13% de los usuarios abandonan sus suscripciones mensuales. Por ello, se utilizó esa medida de referencia. Además, como la aplicación contaba con diferentes tipos de servicios, para hallar la pérdida de ingresos por la tasa de abandono se hizo un promedio entre todos los precios de cada uno de los servicios para luego multiplicarlo por la cantidad de personas que desinstalan o abandonan la aplicación. Que como ya se mencionó, serían el 13% de los servicios que tengan contratados.

De ese modo, se obtuvieron los siguientes ingresos, para cada uno de los tres años.

Tabla 63 Tabla: Ingresos anuales

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos	10450.00	50835.00	125530.00

Fuente: Elaboración propia

9.2 Presupuesto de Egresos

Para poder desarrollar el proyecto “Cuida Pets” se ha decidido ejercer una serie de gastos y costos que permiten poner en marcha la operación, comprendiendo mantenimiento de la aplicación, disponibilidad de la app, licencias, internet, geolocalización, gastos de publicidad, gastos de personal, entre otros. A continuación, detallaremos cada uno de los costos y gastos y futuras salidas de efectivo que se esperan incurrir a lo largo de los 3 años (36 meses) posteriores al inicio de la operación:

PRESUPUESTO DE OPERACIONES

Concepto	Mes 01	Mes 02	Mes 03	Mes 04	Mes 05	Mes 06	Mes 07	Mes 08	Mes 09	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total	
Mantenimiento	0	0	0	0	0	1517.85	0	0	0	0	0	0	1517.85	3035.7
Disponibilidad App	93.1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	93.1
Licencias	368.68	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	368.68
Internet	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	1680
Geolocalización	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2400
Total	801.78	340	340	340	340	1857.85	340	340	340	340	340	340	1857.85	7577.48

Concepto	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24	Total	
Mantenimiento	0	0	0	0	0	1517.85	0	0	0	0	0	0	1517.85	3035.7
Disponibilidad App	93.1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	93.1
Licencias	368.68	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	368.68
Internet	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	1680
Geolocalización	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2400
Total	801.78	340	340	340	340	1857.85	340	340	340	340	340	340	1857.85	7577.48

Concepto	Mes 25	Mes 26	Mes 27	Mes 28	Mes 29	Mes 30	Mes 31	Mes 32	Mes 33	Mes 34	Mes 35	Mes 36	Total	
Mantenimiento	0	0	0	0	0	1517.85	0	0	0	0	0	0	1517.85	3035.7
Disponibilidad App	93.1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	93.1
Licencias	368.68	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	368.68
Internet	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	1680
Geolocalización	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2400
Total	801.78	340	340	340	340	1857.85	340	340	340	340	340	340	1857.85	7577.48

Fuente: Elaboración propia

Costo de ventas.

Dentro de los costos de venta se ha tomado en cuenta el pago correspondiente a cada paseador por el servicio, dentro del primer año es importante mencionar que se trabajara con una política de ahorro máximo por lo que los 5 integrantes del equipo seremos los paseadores. Dentro del primer año el costo en porcentaje por cada paseo realizado será del 20%, para el segundo año se cobrará el 20% para el cuidador exclusivo y 25% para el cuidador compartido, lo mismo para el tercer año.

- **Gastos Operativos:**

Para los gastos operativos del proyecto se ha tenido en cuenta todos los egresos y salidas de dinero que hacen que la aplicación y core del negocio se lleguen a desarrollar y sigan su curso como tal. Dentro de los cuales tenemos:

- **Por concepto de mantenimiento de la aplicación**

Para el concepto de mantenimiento de la aplicación según nuestra fuente secundaria se ha destinado el 15% del costo total de la aplicación de manera mensual, siendo este el pago de S/1517,85 por el mantenimiento mensual por el primer año bajo pago por honorarios. El mantenimiento de la aplicación se hará dos veces al año cada 6 meses y el desarrollo de esta cuesta S/. 10.119,56.

Ilustración 91 Mantenimiento de app

¿Cuánto cuesta mantener una aplicación?

Bueno, hay diferentes perspectivas en la industria al respecto. Sin embargo, también depende de la complejidad de la aplicación, la tecnología que se ha utilizado, la plataforma para la que se creó la aplicación y mucho más. Los expertos generalmente sugieren que el mantenimiento de la aplicación puede costar entre el 15% y el 20% del costo total de desarrollo.

Fuente: Google

- **Internet**

Contrataremos un operador, en este caso claro, para que nos brinde el servicio de internet, el cual nos costará 140 soles mensualmente con una velocidad de descarga ilimitada de 200 mbps y velocidad máxima de subida de 30 mbps. Esto nos servirá para poder comunicarnos con nuestros futuros clientes mediante la red social Facebook o WhatsApp.

Ilustración 92 Costo de internet

The screenshot shows the Claro website's internet plan selection page. At the top, there is a navigation bar with the Claro logo and links for 'Móvil', 'Hogar', 'Beneficios', and '¿Necesitas Ayuda?'. On the right, there are buttons for 'Mi Claro' and 'Tienda'. The main heading is 'Conoce nuestros planes de Internet'. Below this, three plan cards are displayed side-by-side:

- Internet 200Mbps:** Precio mensual S/140. Velocidad de descarga ilimitada 200mbps. Recibes 300Mbps con FullClaro. Velocidad máxima de subida 30mbps.
- Internet 100Mbps:** Precio mensual S/90. Velocidad de descarga ilimitada 100mbps. Recibes 150Mbps con FullClaro. Velocidad máxima de subida 30mbps.
- Internet 50Mbps:** Precio mensual S/70. Velocidad de descarga ilimitada 50mbps. Recibes 75Mbps con FullClaro. Velocidad máxima de subida 15mbps.

Each card includes a 'Conoce más' link and a red 'Solicitar' button. A sidebar on the right contains a 'Ver más planes' button and a WhatsApp 'VENTAS' button. A disclaimer at the bottom of each card reads: '*Conoce restricciones y beneficios en FullClaro'.

Fuente: Claro

- **Geolocalización**

Una de las ventajas competitivas de nuestra aplicación, es el sistema de geolocalización que le permitirá al cliente rastrear al cuidador que va a estar acompañado de la mascota. Para ello, según el experto al cual se entrevistó, el servicio de geolocalización tendría un costo de 200 soles de manera mensual para las licencias de Google Maps.

- **Licencias**

El costo de la licencia es de USD 99 al año.

Ilustración 93 Costo de licencia

The screenshot shows a 'Finaliza la compra' (Finalize purchase) dialog box from Google Play Console. It features a close button (X) in the top left corner. The main content includes the text 'Developer Registration Fee' followed by '25,00 US\$'. Below this, a message states: 'Tus datos de pago se guardarán en tu cuenta de Google. Gestiona tus métodos de pago en pay.google.com.' At the bottom, there is a button with a plus sign and the text 'Añadir tarjeta de crédito o débito'.

Fuente: Google Play Console

Gastos de recursos humanos:

Recursos humanos.

Puesto	Mes 01	Mes 02	Mes 03	Mes 04	Mes 05	Mes 06	Mes 07	Mes 08	Mes 09	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Community Manager	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4800
Administrador	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4800
Servicio contable	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4800
Total	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	14400

Puesto	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24	Total
Community Manager	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4800
Administrador	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4800
Servicio contable	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4800
Total	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	14400

Puesto	Mes 25	Mes 26	Mes 27	Mes 28	Mes 29	Mes 30	Mes 31	Mes 32	Mes 33	Mes 34	Mes 35	Mes 36	Total
Community Manager	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6000
Administrador	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6000
Servicio contable	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6000
Total	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	18000

Fuente: Elaboración propia

- **Community Manager:**

Para los tres años se contará con un community manager profesional junior con un sueldo de S/.400 mensuales.

Ilustración 94 Salario promedio de un community manager

¿Cuál es el salario promedio de un community manager en Perú?

El sueldo promedio mensual de un community manager es 2230 soles, pero este promedio comprende los que se gana desde junior a senior, es decir, desde aprendiz hasta especialista.

Lo común es que un profesional junior cobre entre 400 a 600 soles mensuales y un profesional intermedio cobre entre 800 a 1200 soles, mientras un especialista puede llegar a ganar entre 2000 y 4000 soles mensuales.

Fuente: Kapei

- **Administrador**

En los tres primeros años nos encargaremos de los temas administrativos para reducir gastos con un sueldo de S/. 400 mensuales.

- **Servicio contable**

Para los temas contables en los tres primeros años nos encargaremos nosotros para reducir costos con un sueldo de S/.400 mensuales

9.3 flujo de caja

Tabla 64 Comisión del cuidador

Comisión cuidador	20%
-------------------	-----

Tabla 65 Flujo de caja mensual – año 1

Meses Año 01	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Cantidad													
Ingreso		250.00	300.00	350.00	450.00	550.00	650.00	800.00	1000.00	1150.00	1350.00	1650.00	1950.00
Costo de venta		50.00	60.00	70.00	90.00	110.00	130.00	160.00	200.00	230.00	270.00	330.00	390.00
Utilidad Bruta		200.00	240.00	280.00	360.00	440.00	520.00	640.00	800.00	920.00	1080.00	1320.00	1560.00
Gastos Operativos		801.78	340	340	340	340	1857.85	340	340	340	340	340	1857.85
Gastos Marketing		300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Gastos Administrativo		1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200
Utilidad Operativa		-2101.78	-1600.00	-1560.00	-1480.00	-1400.00	-2837.85	-1200.00	-1040.00	-920.00	-760.00	-520.00	-1797.85
Gastos Financieros													
Utilidad antes de impuestos		-2101.78	-1600.00	-1560.00	-1480.00	-1400.00	-2837.85	-1200.00	-1040.00	-920.00	-760.00	-520.00	-1797.85
Impuesto a la renta (29,5%)													
Utilidad neta		-2101.78	-1600.00	-1560.00	-1480.00	-1400.00	-2837.85	-1200.00	-1040.00	-920.00	-760.00	-520.00	-1797.85
Inversión inicial (CTN)	-28,590.76												
Flujo		-2101.78	-1600.00	-1560.00	-1480.00	-1400.00	-2837.85	-1200.00	-1040.00	-920.00	-760.00	-520.00	-1797.85
Flujo de caja acumulado	-28,590.76	-30,692.54	-32,292.54	-33,852.54	-35,332.54	-36,732.54	-39,570.39	-40,770.39	-41,810.39	-42,730.39	-43,490.39	-44,010.39	-45,808.24

Comisión cuidador exclusivo	20%
Comisión cuidador compartido	25%

Tabla 66 Flujo de caja mensual – año 2

Meses Año 02	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Cantidad												
Ingreso servicio exclusivo	2700.00	2895.00	3030.00	3225.00	3420.00	3555.00	3750.00	3950.00	4210.00	4410.00	4670.00	4870.00
Ingreso servicio compartido	270.00	325.00	320.00	375.00	430.00	485.00	540.00	595.00	650.00	705.00	700.00	755.00
Costo de venta exclusivo	540.00	579.00	606.00	645.00	684.00	711.00	750.00	790.00	842.00	882.00	934.00	974.00
Costo de venta compartido	67.50	81.25	80.00	93.75	107.50	121.25	135.00	148.75	162.50	176.25	175.00	188.75
Utilidad Bruta	2362.50	2559.75	2664.00	2861.25	3058.50	3207.75	3405.00	3606.25	3855.50	4056.75	4261.00	4462.25
Gastos Operativos	801.78	340	340	340	340	1857.85	340	340	340	340	340	1857.85
Gastos Marketing	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384
Gastos Administrativos	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200
Utilidad Operativa	-23.28	635.75	740.00	937.25	1134.50	-234.10	1481.00	1682.25	1931.50	2132.75	2337.00	1020.40
Gastos Financieros												
Utilidad antes de impuestos	-23.28	635.75	740.00	937.25	1134.50	-234.10	1481.00	1682.25	1931.50	2132.75	2337.00	1020.40
Impuesto a la renta (29,5%)		-187.54625	-218.3	-276.48875	-334.6775		-436.895	-496.26375	-569.7925	-629.16125	-689.415	-301.018
Utilidad neta	-23.28	448.20	521.70	660.76	799.82	-234.10	1044.11	1185.99	1361.71	1503.59	1647.59	719.38
Inversión inicial (CTN)												
Flujo	-23.28	448.20	521.70	660.76	799.82	-234.10	1044.11	1185.99	1361.71	1503.59	1647.59	719.38
Flujo de caja acumulado	-45,831.52	-45,383.32	-44,861.62	-44,200.86	-43,401.03	-43,635.13	-42,591.03	-41,405.04	-40,043.33	-38,539.75	-36,892.16	-36,172.78

Comisión cuidador exclusivo	20%
Comisión cuidador compartido	25%

Tabla 67 Flujo de caja mensual – año 3

Meses Año 03	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
Cantidad												
Ingreso servicio exclusivo	5568.00	5857.00	6207.00	6496.00	6785.00	7144.00	7564.00	7923.00	8282.00	8711.00	9140.00	9569.00
Ingreso servicio compartido	897.00	957.00	1017.00	1077.00	1137.00	1196.00	1316.00	1436.00	1556.00	1615.00	1735.00	1855.00
Ingreso Línea Cuidapets	867.00	1042.00	1156.00	1331.00	1506.00	1620.00	1795.00	1909.00	2084.00	2259.00	2373.00	2548.00
Costo de venta exclusivo	732.00	793.00	793.00	854.00	915.00	976.00	976.00	1037.00	1098.00	1159.00	1220.00	1281.00
Costo de venta compartido	183.00	183.00	183.00	183.00	183.00	244.00	244.00	244.00	244.00	305.00	305.00	305.00
Costo de venta Línea Cuidapets	183.00	183.00	244.00	244.00	244.00	305.00	305.00	366.00	366.00	366.00	427.00	427.00
Utilidad Bruta	6234.00	6697.00	7160.00	7623.00	8086.00	8435.00	9150.00	9621.00	10214.00	10755.00	11296.00	11959.00
Gastos Operativos	801.78	340	340	340	340	1857.85	340	340	340	340	340	1857.85
Gastos Marketing	1391.33	1391.33	1391.33	1391.33	1391.33	1391.33	1391.33	1391.33	1391.33	1391.33	1391.33	1391.33
Gastos Administrativos	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500
Utilidad Operativa	2540.89	3465.67	3928.67	4391.67	4854.67	3685.82	5918.67	6389.67	6982.67	7523.67	8064.67	7209.82
Gastos Financieros												
Utilidad antes de impuestos	2540.89	3465.67	3928.67	4391.67	4854.67	3685.82	5918.67	6389.67	6982.67	7523.67	8064.67	7209.82
Impuesto a la renta (29,5%)	-749.56	-1022.37	-1158.96	-1295.54	-1432.13	-1087.32	-1746.01	-1884.95	-2059.89	-2219.48	-2379.08	-2126.90
Utilidad neta	1791.33	2443.30	2769.71	3096.13	3422.54	2598.50	4172.66	4504.72	4922.78	5304.19	5685.59	5082.92
Inversión inicial (CTN)												
Flujo	1791.33	2443.30	2769.71	3096.13	3422.54	2598.50	4172.66	4504.72	4922.78	5304.19	5685.59	5082.92
Flujo de caja acumulado	-34,381.45	-31,938.16	-29,168.45	-26,072.32	-22,649.78	-20,051.28	-15,878.62	-11,373.91	-6,451.13	-1,146.94	4,538.65	9,621.57

Tabla 68 Flujo de caja anual

AÑOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingreso		10450.00	50835.00	125530.00
Costo de venta		2090.00	10474.50	18300.00
Utilidad Bruta		8360.00	40360.50	107230.00
Gastos Operativos		7577.48	7577.48	7577.48
Gastos Marketing		3600	4608	16696.00
Gastos Administrativos		14400	14400	18000
Utilidad Operativa		-17217.48	13775.02	64956.52
Gastos Financieros		0	0	0
Utilidad antes de impuestos		-17217.48	13775.02	64956.52
Impuesto a la renta (29,5%)		0	4063.6309	19162.1734
Utilidad neta	-28,590.76	-17217.48	9711.39	45794.35
Inversión inicial (CTN)	-28,590.76			
Flujo	-28,590.76	-17217.48	9711.39	45794.35
Flujo de caja acumulado		-45,808.24	-36096.85	81891.20

Fuente: Elaboración propia

Elaboramos el flujo de caja operativo para los próximos 3 años de nuestro proyecto teniendo como base el año 0, en el cual se realizará la inversión inicial para financiar el proyecto tanto a corto como a largo plazo.

En el primer año del flujo de caja se obtuvo una pérdida de s/17,217.48 esto debido a la superioridad de los gastos en relación a los ingresos del negocio, al obtener un flujo negativo no se pagan impuestos. Respecto a los gastos, se incurrieron en los operativos los cuales abordan el mantenimiento de la app, disponibilidad de la app, licencia, internet y geolocalización. en cuanto a los gastos de marketing, anuncios en redes sociales, videos informativos sobre el servicio, sorteos mediante facebook, colaboración con influencers, reels, entre otros. en los gastos administrativos estarán los gastos de recursos humanos enfocados más que nada al tema de salarios al community manager, administrador y servicio contable.

En el segundo año, obtuvimos flujos positivos por un monto de s/9,711.39, esto debido a que nuestros ingresos incrementaron en aproximadamente 500% lo que refleja un importante y arduo trabajo en el área de marketing. Otra razón es que nuestros gastos solo aumentaron en 28%, debido a acuerdos de colaboración con influencers para promocionar en sus redes nuestro servicio y el posteo de fotografías de los cuidados y huéspedes (mascotas), esta última resulta ser una forma de publicidad orgánica en otras palabras sin costo alguno. respecto a los otros gastos, se mantuvieron constantes

Para el año 3, obtuvimos un flujo de caja por s/48,332,35 superior al año anterior. la razón principal de este cambio es el incremento de nuestras ventas en 246% respecto al año pasado. de hecho para lograr este incremento significativo se realizó un gasto muy importante en el área de marketing, implementamos nuevas formas como las dinámicas en parques para reforzar la imagen de la marca con un costo de s/ 4,296.00, otros gastos como los pagos a influencers y promociones redes sociales aumentaron significativamente, en resumen nuestros gastos se incrementaron en s/12,088.00

9.4 Inversión inicial

La inversión inicial es de s/ 28,590.00. Esta se distribuye en la elaboración de la aplicación por un monto de s/10,119.00, el registro de la marca o patente por s/533.00, constitución de la empresa por s/586.00, la publicidad preoperativa por s/110.00 y los gastos operativos que ascienden a 17,240.76.

Tabla 69 Inversión necesaria para el proyecto

Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Total
Aplicacion	1	10,119.00	10,119.00
Registro de Marca	1	535	535
Constitucion de la empresa	1	586	586
Publicidad pre operativa	1	110	110
Gastos operativos			17240.76
Total Inversion			28,590.76

Fuente: elaboración propia

9.5. Indicadores financieros

Es imprescindible llevar a cabo indicadores financieros útiles que nos puedan determinar la situación actual y futura de Cuida Pets. Por ello, se ha decidido elaborar los siguientes:

- Cálculo del costo de oportunidad.

Tabla 70 Costo de oportunidad

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
COK	-23.29%	4.96%	-1.20%	17.84%
Tasa libre de riesgo	3.35%	3.35%	3.35%	3.35%
Riesgo Pais	2.18%	2.18%	2.18%	2.18%
Beta desapalacado	1.08	1.08	1.08	1.08
Beta apalancado	-4.31	-0.08	-1.01	1.84
D	1.16	2.89	1.57	0.50
E	-0.16	-1.89	-0.57	0.50
Prima	0.067	0.067	0.067	0.067
Impuestos	0.295	0.295	0.295	0.295

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 71 Indicadores financieros

Indicadores	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
VAN	66,919.64			
TIR	8.14%			
EBITDA		-164.76%	27.10%	51.75%
EBIT		-164.76%	27.10%	51.75%
PayBack	3.25			
Punto de Equilibrio		639.437	570.20	1446.43
Hospedaje Exclusivo		639.437	448.97	604.13
Hospedaje Compartido		-	78.53	129.70
Linea Cuidapets - Ropa		-	-	57.74
Linea Cuidapets - Alimento		-	-	57.74
Linea Cuidapets - Juguete		-	-	57.74
ROA		-148.33%	45.55%	68.23%
ROE		78.41%	-79.30%	136.51%

Tabla 72 Margen de utilidad neta

	AÑO 0	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03
Ingresos totales		10450	50835	125530
Utilidad neta	-11350	-17217.48	9711.3891	48332.3466
Margen de Utilidad neta		-1.65	0.19	0.39

Fuente: Elaboración propia.

9.6. Análisis Financiero

VAN.

La importancia de este indicador radica en que determina cuánto será la ganancia de Cuida Pets a partir de la inversión dada, tomando en consideración el COK (tasa de descuento) y los flujos calculados llevados al presente. Empleando la fórmula a través de excel, obtenemos una ganancia de 66,919.64 soles en los 3 primeros años.

TIR.

La tasa interna de retorno (TIR) nos permite calcular una medida relativa de la rentabilidad de una inversión expresada en porcentaje (%). Del mismo modo, se recomienda que este indicador sea mayor que la tasa de descuento (Cok) para que la evaluación del proyecto sea aceptada. En el caso de Cuida Pets, se obtuvo una TIR de 8.14%. La cual es superior al Cok, por lo tanto, el proyecto debería ser aceptado, ya que se obtienen beneficios.

EBITDA.

El EBITDA es la proporción de la utilidad operativa con respecto a las ventas. En el caso de Cuida Pets, obtenemos un resultado negativo durante el primer año. Esto se debe a que los egresos (Sin contar los elementos venideros luego de la utilidad operativa) son mayores a los ingresos del periodo. Lo que ocasiona obtener una proporción negativa durante el primer año. Luego, en el periodo 2, se obtiene un resultado positivo debido al aumento de ingresos ocasionado por un aumento de los servicios de hospedajes de mascotas. En el año 3, se obtiene un resultado aún mayor debido a que existe un mayor crecimiento porcentual de la utilidad operativa en comparación al crecimiento porcentual de las ventas.

PUNTO DE EQUILIBRIO.

Para el año 1 conseguimos un punto de equilibrio igual a 639.437, lo que significa que a partir de esa cantidad la empresa comenzará a tener beneficios. Por otro lado, una cantidad menor a 639.437 la empresa comenzará a tener pérdidas. En cuanto al año 2 este indicador disminuye a 570.20 y aumenta considerablemente en 1446.43 el último año.

MARGEN DE UTILIDAD NETA.

En el periodo 1 se obtiene un porcentaje negativo, lo que indica que se tiene sobrecoste de operaciones. La situación cambió durante los siguientes periodos, ya que se obtienen resultados positivos. Esto debido principalmente a que los ingresos sobrepasan los costos de operación y, además, la utilidad neta tuvo un incremento de variación entre los años 2 y 3.

UTILIDAD NETA

Tabla 73 Utilidad neta

Utilidad neta	-11350	-17217.48	9711.3891	48332.3466
---------------	--------	-----------	-----------	------------

Fuente: Elaboración propia

En el periodo 1 se obtiene una utilidad neta negativa, principalmente por la inversión dada en el año 0 y también por los costos operacionales por encima de los ingresos por ventas del servicio. Para los siguientes periodos se observan resultados positivos por el aumento de las ventas. Se tomó en consideración el crecimiento de la industria en la que Cuida Pets opera para proyectar las ventas del año 2 y 3, lo que implicó un crecimiento sustancial en los ingresos.

9.7 financiamiento

Respecto al financiamiento para nuestra idea de negocio abarcando la etapa inicial y los próximos 3 años de ejecución, decidimos usar el método no tradicional, se obtendrá financiamiento de los propios fundadores y familiares, y angel ventures peru.

Tabla 74 Capital por socio

Integrante	Inversión
Gianmarco	2,500
Patricia	2,500
Francesco	2,500
Sebastian	2,500
Jenny	2,500

Fuente: elaboración propia

Se eligió el financiamiento por parte de fundadores y familiares debido a que el monto financiado no tendrá costo alguno es decir, no se pagarán intereses ni estaremos exigidos a pagar las cuotas mensualmente.

Por el lado del financiamiento mediante angel ventures peru, solicitamos el monto de s/16,325.00 para cubrir los gastos de operaciones sin embargo no cubrirán todo, parte del préstamo de fundadores se lograr cubrir todo los gastos y la diferencia se utilizará para gastos de emergencia que puedan surgir.

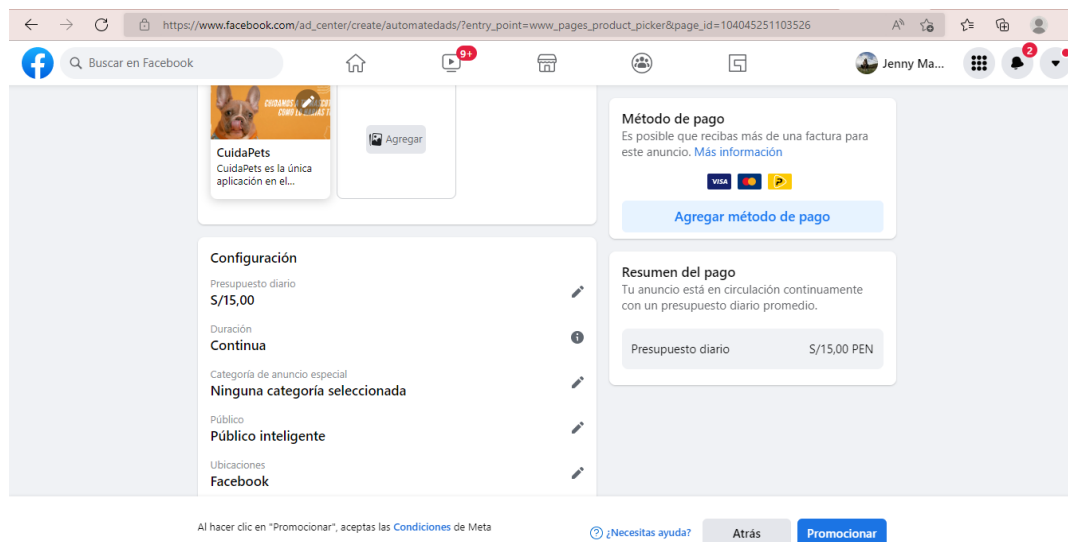
Elegimos este financiamiento debido a que angel ventures Perú es más accesible que otros tipos de financiamiento en el que se deben ganar concursos, esperar donaciones, entre otros. angel ventures Perú simplemente requiere de una idea de negocio más su plan estratégico que abarque todo aspecto que permita al negocio ser factible a largo plazo. un beneficio de angel ventures Perú es que nos da la oportunidad de ser asesorados por uno de sus especialistas en el giro del negocio ya sea parecido o idéntico, este nos ofrecerá mejores opciones de publicidad proveedores o una mejor llegada a los clientes para fidelizarlos

10. Anexos

Sustento año 1

ANEXO 1

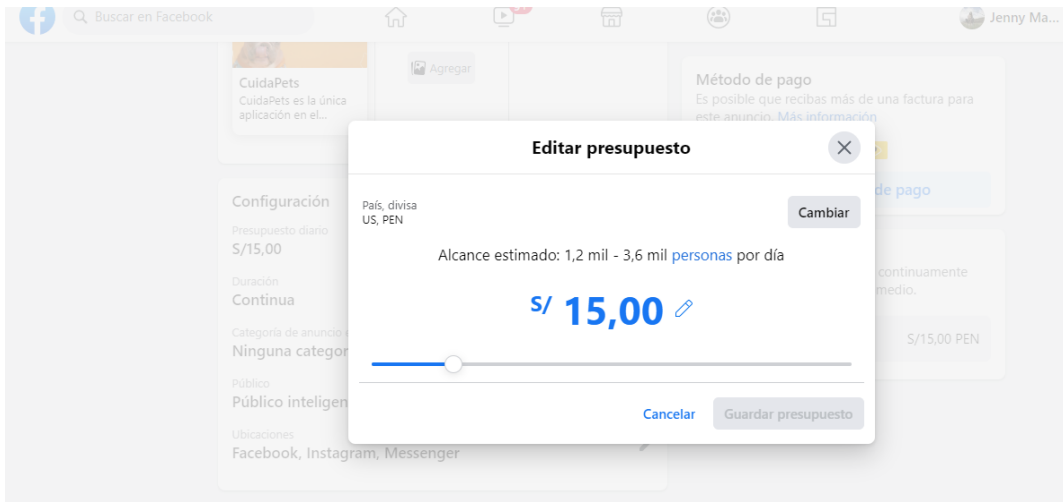
Ilustración 95 Costo de un anuncio por Facebook



The screenshot shows the Facebook ad creation interface. The URL in the browser is https://www.facebook.com/ad_center/create/automatedads/?entry_point=www_pages_product_picker&page_id=104045251103526. The interface includes a search bar, navigation icons, and a user profile for Jenny Ma... The main content area is divided into several sections:

- CuidaPets**: CuidaPets es la única aplicación en el... (with an 'Agregar' button).
- Método de pago**: Es posible que recibas más de una factura para este anuncio. Más información. Includes logos for VISA, Mastercard, and PayPal, and an 'Agregar método de pago' button.
- Configuración**:
 - Presupuesto diario: S/15,00
 - Duración: Continua
 - Categoría de anuncio especial: Ninguna categoría seleccionada
 - Público: Público inteligente
 - Ubicaciones: Facebook
- Resumen del pago**: Tu anuncio está en circulación continuamente con un presupuesto diario promedio. Presupuesto diario: S/15,00 PEN.

At the bottom, there is a disclaimer: "Al hacer clic en 'Promocionar', aceptas las Condiciones de Meta". Below this are three buttons: "¿Necesitas ayuda?", "Atrás", and "Promocionar".



ANEXO 2

Ilustración 96 Costo de una historia por Facebook

https://business.facebook.com/adsmanger/manage/adsets/edit?act=2448470845424054&selected_campaign_ids=23850580633320278&select...

Meta

Administrador de anuncios

Jenny Maribel Coaico Qui...

Resumen de la cuenta

Campanías

Nueva campaña de Mensajes > Nuevo conjunto de anuncios de Mensajes > 1 Anuncio En borrador

Editar Revisar

Bandeja de entrada de Messenger

Historias y reels

Cuenta una historia visual y atractiva por medio de anuncios verticales inmersivos en pantalla completa

- Instagram Stories
- Facebook Stories
- Messenger Stories
- Instagram Reels
- Facebook Reels

Instream

Capta la atención de las personas rápidamente mientras miran videos.

- Videos instream de Facebook

Superposición de Reels

Llega a las personas con anuncios de sticker o banners publicitarios mientras miran contenido en formato de video corto.

Feed

Recomendamos usar imágenes con formato cuadrado (1:1) y videos con formato vertical (4:5).

Definición del público

Tu selección de público es relativamente amplia.

Específico Amplio

Tamaño de público estimado: 21.100.000 - 24.800.000

Tus criterios de segmentación están definidos para permitir la expansión de la segmentación detallada.

Las estimaciones pueden variar considerablemente a lo largo del tiempo según tus selecciones de segmentación y los datos disponibles.

Resultados diarios estimados

Alcance **1,2K - 3,5K**

Conversaciones

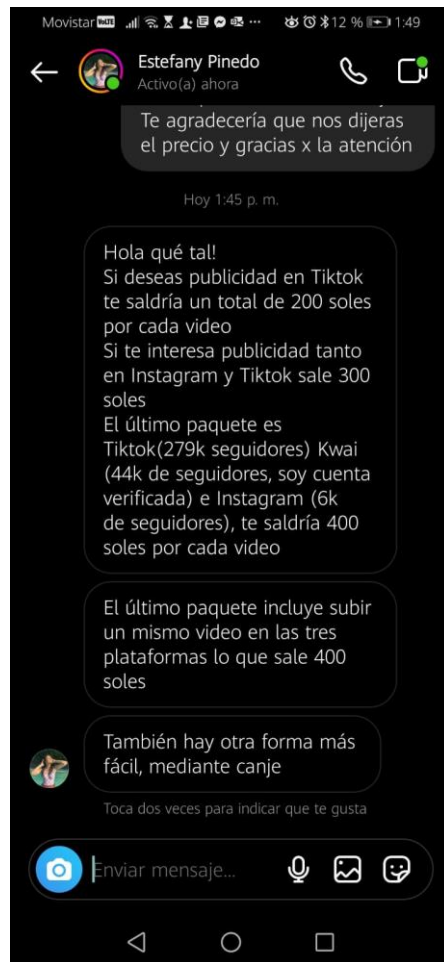
Cerrar Se guardaron todos los cambios

Atrás **Siguiente**

ANEXO 3

Sustento año 2

Ilustración 97 Costo de un influencer por historias en las redes sociales



Fuente: Instagram

ANEXO 4

Ilustración 98 Costo de un anuncio por Facebook

Facebook interface showing the ad configuration page. The top navigation bar includes the Facebook logo, a search bar, and navigation icons. The main content area is divided into three sections:

- CuidaPets**: CuidaPets es la única aplicación en el...
- Configuración**:
 - Presupuesto diario: **S/22,00**
 - Duración: **Continúa**
 - Categoría de anuncio especial: **Ninguna categoría seleccionada**
 - Público: **Público inteligente**
 - Ubicaciones: **Facebook, Instagram, Messenger**
- Método de pago**: Es posible que recibas más de una factura para este anuncio. **Agregar método de pago**
- Resumen del pago**: Tu anuncio está en circulación continuamente con un presupuesto diario promedio. **Presupuesto diario S/22,00 PEN**

Facebook interface showing the ad configuration page with an "Editar presupuesto" modal open. The browser address bar shows the URL: https://www.facebook.com/ad_center/create/automatedads/?entry_point=www_promotions_hub_overview&page_id=104045251103526

The modal "Editar presupuesto" displays the following information:

- País, divisa: **US, PEN** (with a "Cambiar" button)
- Alcance estimado: **1,8 mil - 5,3 mil personas por día**
- Presupuesto: **S/ 22,00** (with an edit icon)
- A slider control for adjusting the budget.
- Buttons: **Cancelar** and **Guardar presupuesto**

Sustento año 3

ANEXO 5

Ilustración 99 Costo de un baño



ANEXO 6

Ilustración 100 Pago de influencer promoviendo la marca



mercado negro

MARKETING ▾ PUBLICIDAD ▾ MEDIOS ▾ ESPECIALISTAS ▾ REVISTA ▾ SERVICIOS ▾ VIDEO ▾

Tarifa Influencer

En el mercado peruano se manejan costos que van desde \$30 dólares hasta los \$10 mil dólares.

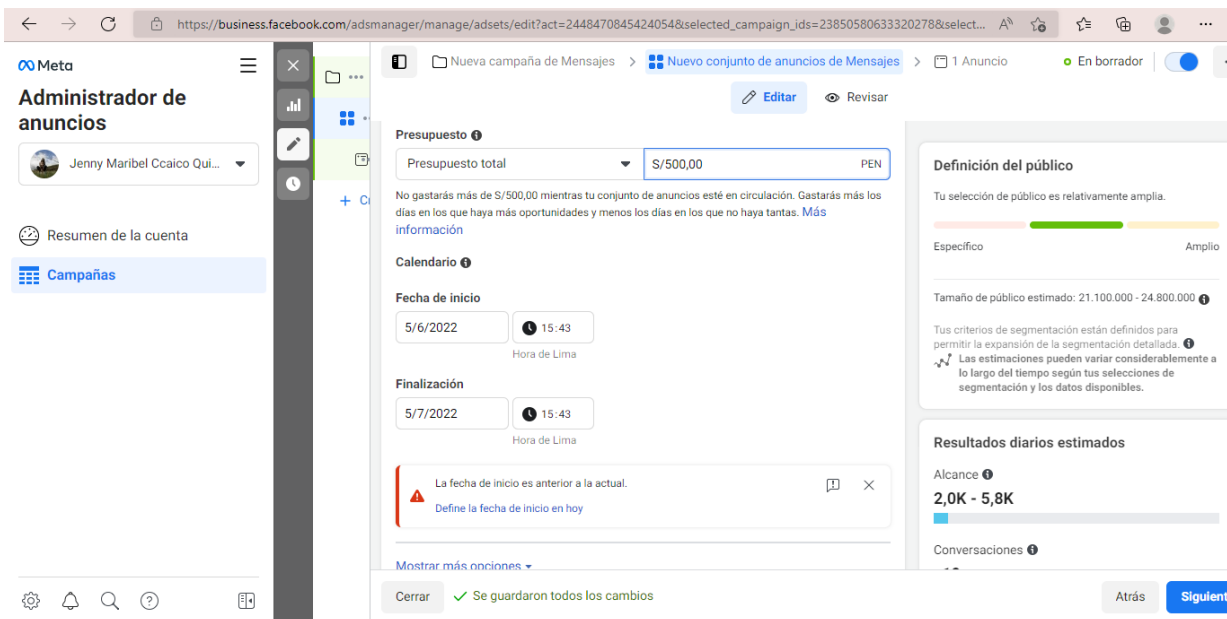
- \$250 dólares si el influencer tiene entre 50.000 a 100.000 seguidores.
- De \$500 a \$1.000 dólares si tiene de 100k a 250k seguidores.
- De \$1.000 a \$5.000 dólares si tiene más de 250k seguidores.
- \$10.000 o más cuando se trata de un influencers con millones de seguidores.

Deja tus datos en el siguiente formulario para recibir toda la información del NED 2018:

Fuente: Pagina de mercado negro

ANEXO 7

Ilustración 101 Costo de un reel por Facebook



Meta Administrador de anuncios

Jenny Maribel Ccaico Qui...

Resumen de la cuenta

Campañas

Nueva campaña de Mensajes > Nuevo conjunto de anuncios de Mensajes > 1 Anuncio

Presupuesto

Presupuesto total S/500,00 PEN

No gastarás más de S/500,00 mientras tu conjunto de anuncios esté en circulación. Gastarás más los días en los que haya más oportunidades y menos los días en los que no haya tantas. [Más información](#)

Calendario

Fecha de inicio 5/6/2022 15:43 Hora de Lima

Finalización 5/7/2022 15:43 Hora de Lima

La fecha de inicio es anterior a la actual. Define la fecha de inicio en hoy

Definición del público

Tu selección de público es relativamente amplia.

Específico Amplio

Tamaño de público estimado: 21.100.000 - 24.800.000

Tus criterios de segmentación están definidos para permitir la expansión de la segmentación detallada. Las estimaciones pueden variar considerablemente a lo largo del tiempo según tus selecciones de segmentación y los datos disponibles.

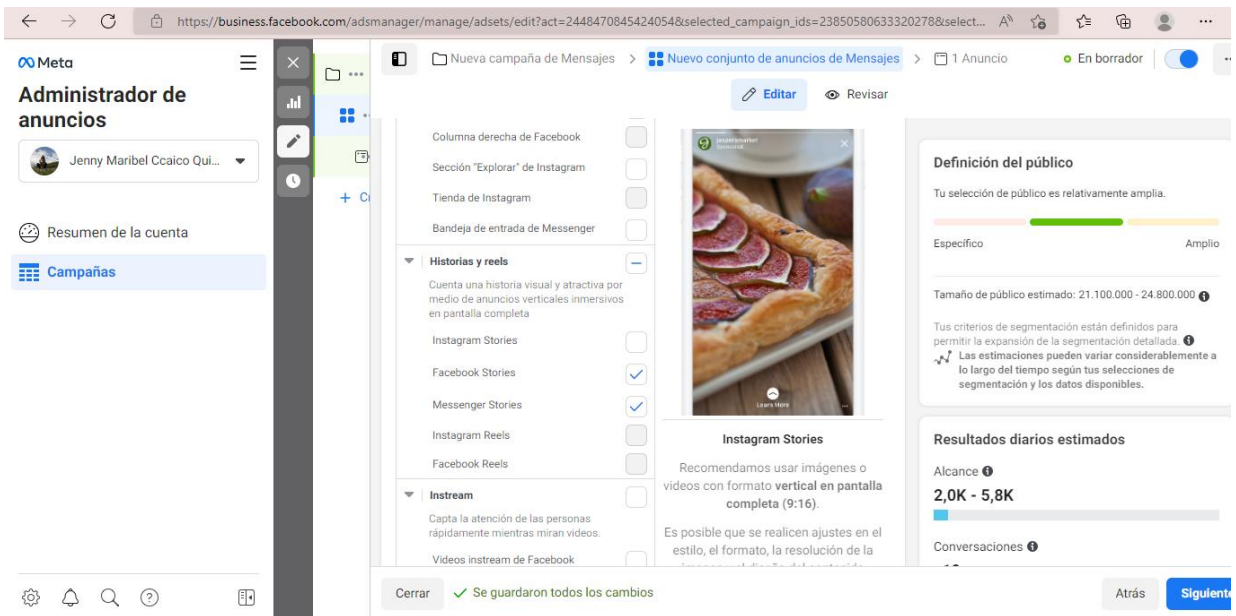
Resultados diarios estimados

Alcance 2,0K - 5,8K

Conversaciones

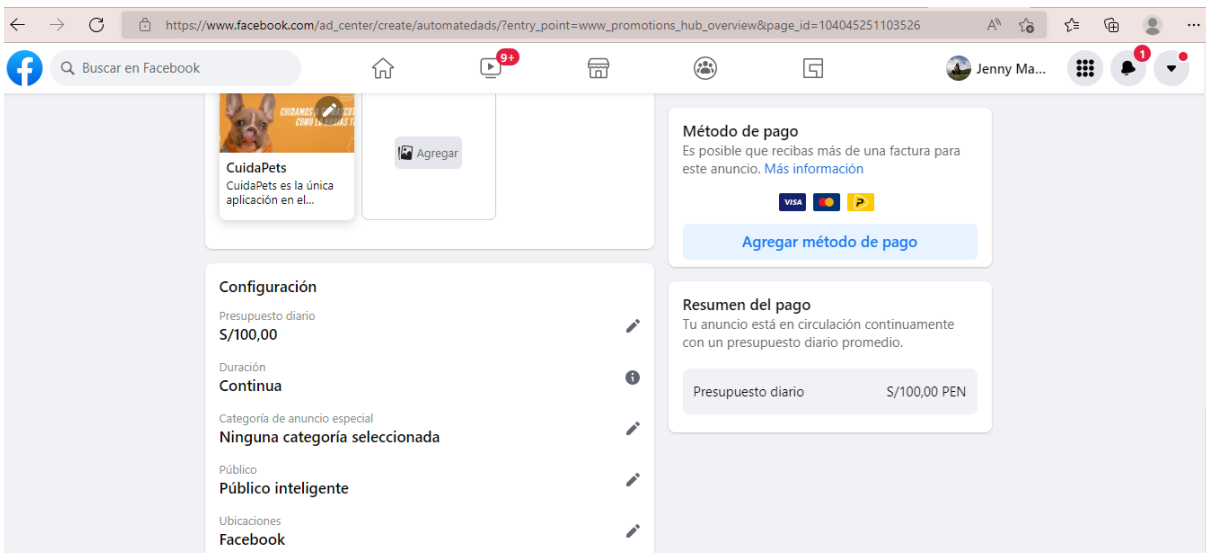
Cerrar Se guardaron todos los cambios

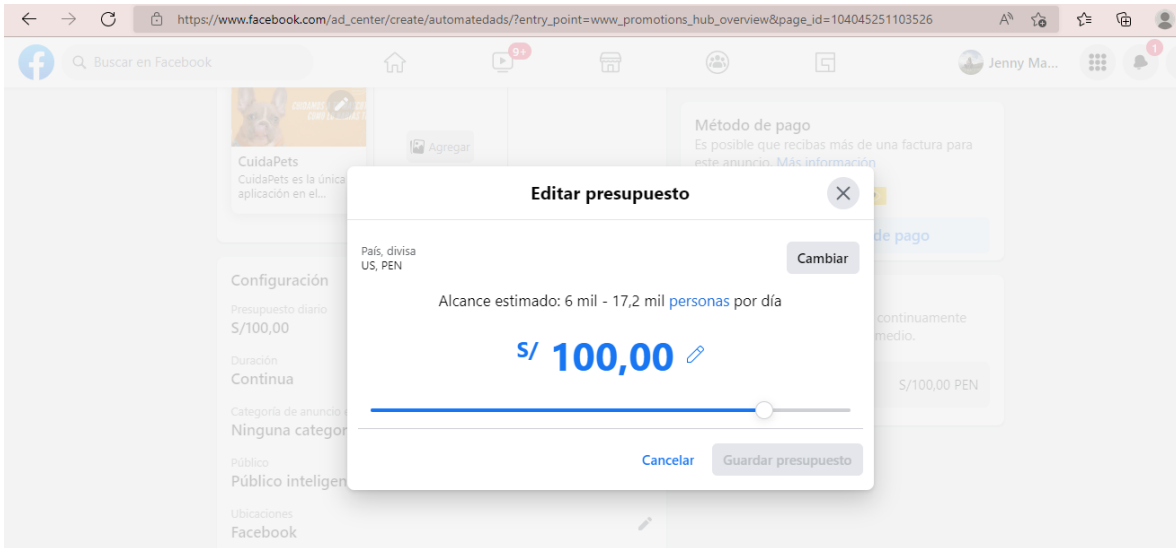
Atrás Siguiente



ANEXO 8

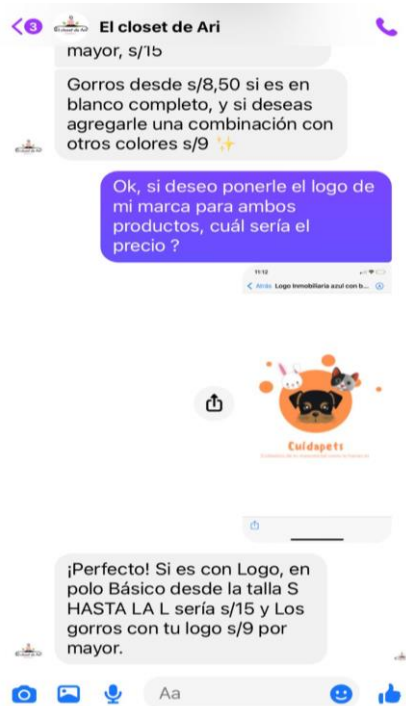
Ilustración 102 Costo de un anuncio Facebook





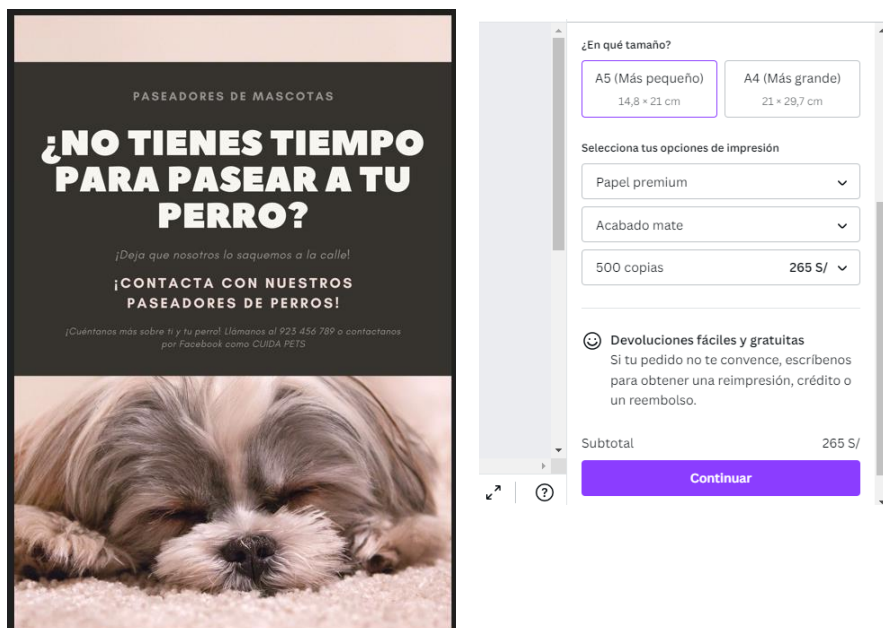
ANEXO 9

Ilustración 103 Costo una gorras y polos



ANEXO 10

Ilustración 104 Costo de 500 volantes



ANEXO 11

Ilustración 105 Costo de un repartidor



Conclusiones y recomendaciones

- En conclusión, la propuesta de solución fue validada a través de 3 experimentos realizados. Entre los cuales se incluyen entrevistas individuales a 5 usuarios, entrevista individual a experto y la realización de un Focus group con la participación de 5 personas. Cabe resaltar que la selección de los usuarios cumple con el requisito segmento de clientes. Por otro lado, en contraste, hay mejoras por realizar al prototipo inicial, ya que se recopiló múltiples opiniones, sugerencias y recomendaciones para aumentar la satisfacción y experiencia del usuario.
- Se recomienda mejorar el diseño del prototipo, mediante la utilización de elementos más llamativos y profesionales. Del mismo modo, agregar secciones y campos que los usuarios requieren para obtener un mayor nivel de satisfacción al momento de utilizar el aplicativo móvil.
- En conclusión, los programadores y veterinarios están dispuestos a formar parte del proyecto como socios pero quieren definir bien sus funciones y todo el aporte que desean hacer al proyecto. Una recomendación sería contactar con más programadores para que nos de mayores opiniones acerca de lo que faltaría al aplicativo con la finalidad de seguir mejorando.
- Un punto en común brindado tanto por el programador como veterinario en las entrevistas realizadas es que la idea de negocio debe presentar sus bases bien establecidas para poder brindar un servicio que sea capaz de satisfacer las necesidades de los clientes con respecto al cuidado de sus mascotas. De lo contrario no será capaz de tener éxito en este mercado que como bien comenta el veterinario está lleno de aplicativos que se desconocen hasta el momento.
- Es importante tomar en cuenta todas las variables que se requieren para poder desarrollar el aplicativo, ya que cada uno de ellas, tiene un papel fundamental de cara a la versión final y al nivel de engagement con el usuario, ya que el más mínimo detalle como el peso de descarga, primará en la decisión final.
- Concluimos que hubo una aceptación por parte del público por el interés que mostraron de nuestro servicio a través de Facebook. Incluso podríamos decir que mucho antes del

experimento, hubo un número de personas que comenzaron a seguir a la página, esta cantidad se intensificó a partir de la primera publicación. Por ello, una recomendación, para tener un mayor engagement a través de este canal debemos impulsar a nuestros usuarios a compartir nuestras publicaciones, llegando a más personas, y potenciando así a nuestra marca. En cuanto a los costos proponemos como inicio la contratación de algún desarrollador independiente debido a los altos costos con los que cuenta una agencia, lo cual esto repercute en los costos de mantenimiento.

}

8. Bibliografía

Kevin Melgarejo (2019). ¿Cuánto cuesta subir una App a Play Store de Google? Recuperado de: <https://kevinmelgarejo.com/cuanto-cuesta-subir-una-app-a-play-store-google/> [Consulta el 17 de abril del 2022].

AS FAQs (2016). ¿Cuánto cuesta la licencia de desarrollar Android? Recuperado de: <https://androidstudiofaqs.com/conceptos/precio-licencia-desarrollador-android#:~:text=Para%20publicar%20tus%20apps%20en,%C3%BAnico%20pago%20y%20para%20siempre.> [Consulta el 17 de abril del 2022].

Agencia Ceo Pencil Speech (2019). Costos de publicidad en internet (2022): Google y redes sociales. Recuperado de: <https://pencilspeech.com/publicidad-en-internet/#Costos-por-click-promedio-objetivo-del-anuncio> . [Consulta el 17 de abril del 2022].

Computrabajo (2022). Salario de Community manager en Perú. Recuperado de: <https://www.computrabajo.com.pe/salarios/community-manager> . [Consulta el 17 de abril del 2022].

Kapeí (2022). ¿Qué es un community manager y cuáles son sus funciones?. Recuperado de: <https://kapei.pe/social-media/que-es-community-manager/> . [Consulta el 17 de abril del 2022].

DOAPPS (2021). ¿Cuánto cuesta desarrollar un app en Perú?. Recuperado de: <https://doapps.pe/blog/cuanto-cuesta-desarrollar-una-app/> . [Consulta el 18 de abril del 2022].

PixelGrafía (2021). ¿Cuánto costará mantener un app móvil para el 2021?. Recuperado de: http://www.pixelgrafia.com/post/96_cuanto-costara-mantener-una-app-movil-para-el-2020 . [Consulta el 18 de abril del 2022].

