



SAN IGNACIO DE LOYOLA - ESCUELA ISIL

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

**Prototipo de aplicación móvil para servicios veterinarios basado en enfoque
de economía colaborativa (VETCARE)**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE

Bachiller en Marketing e Innovación

Bachiller en Comunicación Estratégica

Bachiller en Administración y Dirección de Negocios

PRESENTADO POR:

Vanhia Isabel Paz Requejo - Marketing e Innovación

Fiorella Rojas Contreras - Comunicación Estratégica

Giancarlo Marin Abarca - Administración Y Dirección De Negocios

ASESORA:

Roxana Alejandra Albarracin Aparicio

LIMA, PERÚ

2022

ASESORA Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESORA

Albarracín Aparicio, Roxana Alexandra

MIEMBROS DEL JURADO

Solf Guglielmi, Giuliana
Lopez Burga, Giuliano Alberto

AGRADECIMIENTOS:

Agradecemos primeramente a Dios que es el que nos impulsa día a día a seguir con nuestros objetivos, luego a nuestras familias y amigos quienes han estado constantemente apoyándonos moralmente para poder hacer posible que logremos concluir con este proyecto.

Gracias a todos por su apoyo moral que es el que nos impulsa seguir adelante y nunca rendirnos por más obstáculos que puedan presentarse.

DEDICATORIA:

Para mis hijos Bruna Macarena y el que está aún en mi vientre, para demostrarles que siempre se podrá salir adelante con dedicación, determinación y amor por lo que uno hace, para mi esposo por su constante apoyo, para mis padres y hermanos que todo lo que quieren es que sea feliz.

Vanhia Isabel Paz Requejo

DEDICATORIA:

Para Dios, mis padres y abuelos, que constantemente me motivan a seguir luchando por mis sueños y nunca rendirme por más obstáculos que hayan en el camino.

Fiorella Rojas Contreras

DEDICATORIA:

Para mis padres, quienes me brindaron su amor, confianza y apoyo incondicional durante todo este camino, gracias a su soporte he luchado por cada objetivo sin importar cuantos obstáculos se presenten.

Giancarlo Marin Abarca

ÍNDICE

Título

Asesor y miembros del jurado

Dedicatoria

ÍNDICE

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE FIGURAS

RESUMEN 10

ABSTRACT 11

INTRODUCCIÓN 12

CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL 13

1.1. Título del Proyecto..... 13

1.2. Área estratégica de desarrollo prioritario..... 13

1.3. Actividad económica en la que se aplicaría la innovación
o investigación aplicada..... 13

1.4. Localización o alcance de la solución..... 14

**CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA O
INNOVACIÓN**..... 15

2.1. Justificación..... 15

2.2. Marco referencial..... 15

2.2.1. Antecedentes..... 15

2.2.2. Marco teórico..... 17

Tecnologías de la información y comunicación..... 18

Android..... 18

Aplicaciones móviles.....	19
Aplicaciones móviles en la salud.....	19
Redes sociales.....	20
Servicios veterinarios y economía colaborativa.....	21
CAPÍTULO III. HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	24
3.1. Hipótesis.....	24
3.1.1. Hipótesis general.....	24
3.1.2. Hipótesis específicas.....	24
3.2. Variables y definición operacional.....	24
Variable 1: Aplicaciones móvil.....	24
3.3. Operacionalización de variables.....	24
3.4. Metodología de la Investigación.....	24
3.5. Población y muestra.....	25
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	26
4.1. Análisis descriptivo.....	26
CAPÍTULO V: PROYECTO DE INNOVACIÓN.....	50
5.1. Estimación de los costos necesarios para la implementación.....	50
5.2. Desarrollo de la propuesta de innovación.....	50
5.2.1. Alcance esperado.....	50
5.2.2. Descripción del mercado.....	51
5.2.3. Descripción de la propuesta de innovación.....	51
Descripción del proyecto.....	51
Descripción de actividades.....	51
5.2.4. Propuesta de mejora.....	63

Matriz FODA.....	63
Planteamiento de propuesta de innovación.....	65
5.2.5. Impacto de propuesta de investigación.....	66
5.3 Conclusiones y recomendaciones.....	71
5.3.1. Conclusiones.....	71
5.3.2. Recomendaciones.....	72
FUENTES DE INFORMACIÓN	73
ANEXOS	76

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Cantidad de mascotas que las personas tienen en casa.....	31
Figura 2: Tipos de mascotas más preferidas.....	33
Figura 3: Tipos de mascotas.....	34
Figura 4: La mascota es parte importante de la familia.....	35
Figura 5: La mascota es parte importante de la familia.....	35
Figura 6: Conocimiento de app para mascotas.....	36
Figura 7: Conocimiento de app para mascotas.....	37
Figura 8: Frecuencia de uso de app para mascotas.....	38
Figura 9: Frecuencia de uso de app para mascotas.....	39
Figura 10: Personas que estarían de acuerdo en descargar una aplicación que les permita conectarse con veterinarios para la atención médica de sus mascotas...40	
Figura 11: Personas que estarían de acuerdo en descargar una aplicación que les permita conectarse con veterinarios para la atención médica de sus mascotas...41	
Figura 12: Frecuencia con la que lleva a su mascota a chequeos por consulta veterinaria.....	43
Figura 13: Frecuencia de emergencias veterinarias.....	44
Figura 14: Le es fácil encontrar atención veterinaria de emergencia.....	45
Figura 15: Le es fácil encontrar atención veterinaria de emergencia.....	46
Figura 16: Cantidad de mascotas que tienen problemas crónicos.....	47
Figura 17: Es fácil encontrar médicos veterinarios especialistas en problemas crónicos para sus mascotas.....	48
Figura 18: En cuarentena encontró atención médica veterinaria con facilidad.....	49

Figura 19: Grado de satisfacción con el servicio veterinario.....	51
Figura 20: Grado de satisfacción con el servicio veterinario.....	51
Figura 21: Frecuencia de búsqueda de segunda opción para diagnóstico de mascota.....	52
Figura 22: Pago promedio por atención veterinaria.....	54
Figura 23: Interés en saber cómo mejorar la crianza de las mascota.....	55
Figura 24: Interés de productos y/o servicios para mascotas.....	57
Figura 25: Aceptación de realizar consultas, compras de productos y accesorios para mascotas a través de nuestra app VetCare.....	58
Figura 26: Aceptación de realizar consultas, compras de productos y accesorios para mascotas a través de nuestra app VetCare.....	59
Figura 27: User persona - veterinarios.....	63
Figura 28: User persona - dueños de mascotas.....	64
Figura 29: Mapa de empatía - veterinarios.....	65
Figura 30: Mapa de empatía - dueños de mascotas.....	66
Figura 31: Customer journey map.....	67
Figura 32: Identificación de Point of view y how me wight.....	68
Figura 33: Brainstorming.....	69
Figura 34: Brainstorming.....	70
Figura 35: Crazy eights - dueños de mascota.....	71
Figura 36: Crazy eights - veterinarios.....	72
Figura 37: Feedback Capture Grid - veterinarios.....	73
Figura 38: Feedback Capture Grid - veterinarios.....	74
Figura 39: Fases para la atención veterinaria.....	80
Figura 40: Comparación de funcionalidades con otras aplicaciones.....	82

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Cantidad de mascotas que las personas tienen en casa.....	31
Tabla 2: Tipos de mascotas más preferidas.....	32
Tabla 3: La mascota es parte importante de la familia.....	35
Tabla 4: Conocimiento de app para mascotas.....	36
Tabla 5: Frecuencia de uso de app para mascotas.....	37
Tabla 6: Personas que estarían de acuerdo en descargar una aplicación que les permita conectarse con veterinarios para la atención médica de sus mascotas...40	
Tabla 7: Frecuencia con la que lleva a su mascota a chequeos por consulta veterinaria	42
Tabla 8: Frecuencia de emergencias veterinaria.....	43
Tabla 9: Le es fácil encontrar atención veterinaria de emergencia.....	44
Tabla 10: Cantidad de mascotas que tienen problemas crónicos.....	46
Tabla 11: Es fácil encontrar médicos veterinarios especialistas en problemas crónicos para sus mascotas.....	48
Tabla 12: En cuarentena encontró atención médica veterinaria con facilidad.....	49
Tabla 13: Grado de satisfacción con el servicio veterinario.....	50
Tabla 14: Frecuencia de búsqueda de segunda opción para diagnóstico de mascota.....	52
Tabla 15: Pago promedio por atención veterinaria.....	53
Tabla 16: Interés en saber cómo mejorar la crianza de las mascota.....	54
Tabla 17: Interés de productos y/o servicios para mascotas.....	56

Tabla 18: Aceptación de realizar consultas, compras de productos y accesorios
para mascotas a través de nuestra app VetCare.....58

Tabla 19: Estimación de costos para la implementación del aplicativo
VetCare.....60

RESUMEN

Mediante esta investigación buscamos crear un prototipo de aplicación móvil, útil para un nuevo modelo de negocio, que permita conectar a dueños de mascotas y veterinarios que requieran o brinden servicios de medicina veterinaria en Lima Metropolitana.

La metodología utilizada es cuantitativa de tipo descriptivo, nos enfocaremos en la población de dueños de mascotas de Lima Metropolitana, de edades entre 18 y 60 años de edad, el estudio se dio en el 299, de esa muestra 274, el 91.64% contaba como 1 o más mascotas.

El instrumento utilizado fue el cuestionario, donde 18 preguntas nos permitieron conocer las necesidades de nuestro público objetivo, y el grado de aceptación de nuestro proyecto, además utilizamos entrevistas, tanto a veterinarios como a usuarios para probar un prototipo en baja fidelidad y así implementar mejoras en nuestra aplicación móvil

Este proyecto se plantea como una contribución a la salud pública, además de a la seguridad de las mascotas y sus dueños brindando una mejor alternativa a la atención médica veterinaria.

ABSTRACT

Through this research we seek to create a prototype of a mobile application, useful for a new business model, that allows to connect pet owners and veterinarians who need or provide veterinary medicine services in Metropolitan Lima.

The methodology used is quantitative of a descriptive type, we will focus on the population of pet owners of Metropolitan Lima, aged between 18 and 60 years of age, the study was given in 299, of that sample 274, 91.64% counted as 1 or more pets.

The instrument used was the questionnaire, where 18 questions allowed us to know the needs of our target audience, and the degree of acceptance of our project, we also used interviews with both veterinarians and users to test a low-fidelity prototype and thus implement improvements in our mobile application

This project is proposed as a contribution to public health, in addition to the safety of pets and their owners, providing a better alternative to veterinary medical care.

INTRODUCCIÓN:

La presente tesis tiene como objetivo principal diseñar un prototipo de una aplicación que sirva como nexo para conectar a veterinarios y dueños de mascotas que quieran ofrecer y consumir servicios de una forma rápida y sencilla.

Debido a que actualmente no se cuenta con una aplicación, que ofrezca este tipo de servicios para mascotas y sería una gran oportunidad de negocio de poder mostrar nuestro aplicativo Vet Care el cual contará con venta de productos, atención médica para mascotas, ubicación de veterinarias, foros, sistema de calificación, el permitirá cubrir las necesidades de veterinarias y usuarios que requieran del servicio de una manera segura y fácil.

Por ello se diseñará un prototipo de Aplicativo que servirá para conectar a veterinarios y dueños de mascotas que quieran ofrecer y consumir el servicio.

CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL

1.1. Título del Proyecto

Prototipo de aplicación móvil para servicios veterinarios basado en un enfoque de economía colaborativa.

1.2. Área estratégica de desarrollo prioritario

Desarrollo de modelo de negocios, marketing y desarrollo de producto, administración, análisis y desarrollo de procesos, comunicación y desarrollo de productos gráficos y audiovisuales. Desarrollo de campañas de comunicación en organizaciones y cambios sociales.

1.3. Actividad económica en la que se aplicaría la innovación o investigación aplicada Salud veterinaria y bienestar, Lima cuenta con aproximadamente el 41.2% de la población total del Perú Urbano, y la esperanza de vida de los peruanos es de 77 años de edad (IPSOS 2018). Lima Metropolitana cuenta con 10 580 900 habitantes según la Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública (2019) con una división de niveles socioeconómicos A/B 28%, C 42% y D/E 30%. El 56,5% de hogares cuenta con una mascota como mínimo siendo el promedio de mascotas por hogar de 2,2, si lo dividimos por niveles socioeconómicos NSE A/B 1.8 y NSE C/D/E 2.4 (CPI; 2018).

Con respecto al año 2019 la economía del Perú decrece en 32,75 para mayo del 2020 (INEI), además de una caída de 12,50 % del PBI (BCRP), por motivos de la pandemia de la COVID-19, afectando directamente a la empleabilidad de todos los niveles socioeconómicos, NSE A 6%, NSE B 19%, NSE C 42%, NSE D 61% y NSE E 75%.

Cada vez más personas acceden a tener una o más mascota en sus casas según Kantar Division Wordpanel (2019) los hogares en los que esta tendencia es notable, se encuentran en, en hogares sin hijos, hogares con niños mayores de 5 años y hogares como amas de casa menores de 55 años. La relación entre mascotas y sus dueños cada vez es más cercana,

al punto de en muchos casos son considerados parte importante de cada familia.

1.4. Localización o alcance de la solución

Este proyecto de innovación se desarrolla en el Perú donde según fuentes del Instituto Nacional de Estadística e Informática para el 11 de mayo del 2021 la población asciende a 33 millones habitantes una expectativa de crecimiento anual de población 1.01% (IPSOS 2018)Lima metropolitana.

CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA O INNOVACIÓN

2.1. Justificación:

El presente trabajo busca mostrar que durante la emergencia sanitaria de la pandemia por COVID-19, las medidas de bioseguridad dictadas por el MINSA, establecen el uso de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC), para los procedimientos de atención veterinaria, por lo que tendríamos una justificación de tipo social.

Se cuenta además con una justificación de tipo económica debido a que un mayor número de veterinarios se verían beneficiados con la tipificación de atenciones ya sea urgencia o emergencia y priorizar atenciones crónicas, en las dos últimas las atenciones se deben realizar cumpliendo estrictamente con los protocolos de bioseguridad exigidos por este Ministerio. De esta manera el MINSA planea evitar o disminuir el contagio, tanto del propietario de la mascota, como del profesional médico, disminuyendo el contacto innecesario entre ambas partes.

Finalmente se cuenta con una justificación del tipo práctica debido a que ha generado que a los propietarios de las mascotas les cueste encontrar profesionales médicos que puedan atender sus casos, que no logren confiar o empatizar con los veterinarios y muchas mascotas no sean atendidas oportunamente, muchas veces llegando a la fatalidad.

2.2. Marco referencial:

2.2.1. Antecedentes

Bazalar (2018) en su investigación titulada PET´S APP Esta investigación tuvo como objetivo general realizar una investigación de mercado para conocer las necesidades de los dueños de clínicas veterinarias, veterinarios independientes y tiendas de mascotas y saber si estaban dispuestos a ser aliados de la aplicación móvil además de conocer el precio que estaban dispuestos a pagar por el servicio. La metodología utilizada fue el focus group, que fue aplicada a 10 personas además de una encuesta que fue

dirigida a 71 veterinarios. Los principales resultados obtenidos son: que debido a la creciente preocupación por el cuidado animal y la aparición de nuevas tendencias tecnológicas, consideramos oportuna la creación de un servicio que sea un medio de comunicación entre los clientes (Clínicas veterinarias, médicos independientes y tiendas para mascotas) y los usuarios finales, ya que en el presente mercado no existe un medio igual.

Armas (2018) Desarrolló el proyecto Modelo de negocio de baño y estética móvil para mascotas a domicilio, mediante una aplicación móvil. Esta investigación tuvo como objetivo general realizar un estudio de mercado para conocer la viabilidad del proyecto. La metodología utilizada es la entrevista a profundidad mediante preguntas abiertas, fueron aplicadas a 16 personas de Lima Metropolitana. El resultado fue que se descubrió un nicho de mercados llamados "Pet-Lover" y que buscan que sus mascotas sean tratadas de la mejor manera posible.

Torres (2019) Realizó un trabajo de investigación titulado Plan de Negocios de una Clínica Veterinaria "Delivery Vet"- Tu Mascota en nuestras manos siempre sanas y felices" ubicado en Magdalena. La investigación tuvo como objetivos general demostrar la rentabilidad económica y sostenible de un centro veterinario en Magdalena, que además de atender en el mismo local, brindaba el servicio de médico a domicilio con unidades móviles a Magdalena, Lince y Jesus Maria. La metodología utilizada fue encuestas a clínicas veterinarias de Magdalena, Lince y Jesus Maria. Como resultado se logró comprobar que el plan de negocios era viable debido a que hoy en día los dueños están más interesados en el cuidado de sus mascotas.

Cruz (2021) Desarrolló una investigación cuyo nombre es Tienda móvil para mascotas - Munay. Esta investigación tuvo como objetivo posicionar a la marca dentro del mercado en un periodo de tiempo basándose en la visión, misión y los valores de la empresa. Esto fue probado mediante una investigación cualitativa donde se realizaron entrevistas a profundidad. Como resultados podemos observar que el proyecto es viable en el mercado.

2.2.2 Marco teórico

Tecnologías de la información y comunicación (TICS)

En líneas generales podríamos decir que las nuevas tecnologías de la información y comunicación son las que giran en torno a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones; pero giran, no sólo de forma aislada, sino lo que es más significativo de manera interactiva e interconexiónadas, lo que permite conseguir nuevas realidades comunicativas (Cabrero, 1998). Teniendo en cuenta lo mencionado por el autor, sacamos la conclusión que los TICS son todas las herramientas tecnológicas que nos permiten ordenar y procesar la información y las comunicaciones del usuario o empresa.

Las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicaciones) son las tecnologías que se necesitan para la gestión y transformación de la información, y muy en particular el uso de ordenadores y programas que permiten crear, modificar, almacenar, proteger y recuperar esa información. En este caso, los ordenadores o computadoras son fundamentales para la identificación, selección y registro de la información. De modo particular, subyace un sentido social en el uso de la tecnología, al asociarla a la comunicación, quehacer humano en el cual ineludiblemente se insertan las relaciones sociales (Sanchez, 2008), Es decir nos permiten interconectar e integrar varias tecnologías para generar nuevas herramientas de comunicación y a la vez interactuar entre usuarios y la transmisión de información por medio de diferentes dispositivos, porque se adaptan a las necesidades de las personas y el mercado.

Aplicaciones móviles

Las tecnologías móviles y su continuo avance están propiciando una nueva generación de aplicaciones, estas son las denominadas “aplicaciones móviles”. Se considera aplicación móvil, a aquel software desarrollado para dispositivos móviles. Móvil se refiere a poder acceder desde cualquier lugar y momento a los datos, las aplicaciones y

los dispositivos. Este tipo de aplicaciones se desarrollan teniendo en cuenta las limitaciones de los propios dispositivos, como por ejemplo el bajo poder de cómputo, la escasa capacidad de almacenamiento, ancho de banda limitado, etc. Los dispositivos móviles son suficientemente livianos como para ser transportados por personas y disponen de la capacidad de batería adecuada para funcionar de forma autónoma. (Enriquez, Casas, 2013)

Por ello los aplicativos móviles son herramientas indispensables que han sido creadas para facilitarnos servicios de salud, comida, entretenimiento, enseñanza etc. Y así los usuarios a la vez puedan sacar mayor partido a los dispositivos móviles. Cabe resaltar que encontramos aplicaciones gratuitas y pagadas que será según la conveniencia de cada persona.

Las aplicaciones móviles deben considerar las características del entorno de ejecución de la aplicación que dispone el teléfono, para garantizar el correcto funcionamiento de la misma. Además pueden ayudar a solventar los problemas de tipo particular o general de la sociedad, debido a sus características de movilidad y ubicuidad (Gasca, Camargo & Media, 2014). En general las aplicaciones móviles nos hacen la vida más fácil ya que hay variedades de categorías según el interés de cada usuario. La aparición de las aplicaciones móviles ha ayudado al avance de las empresas y han facilitado la vida de las personas en aspectos de nuestra vida cotidiana.

Android:

Es un sistema operativo basado en Linux y orientado a dispositivos móviles, como teléfono inteligente y tablets. Fue desarrollado inicialmente por Android Inc., una firma comprada por Google en el 2005. Es el principal producto de la Open Handset Alliance, un conglomerado de fabricantes y desarrolladores de hardware, software y operadores de servicio. Las unidades vendidas de teléfonos inteligentes con Android se ubican en el primer puesto en los Estados Unidos, en el segundo y tercer trimestres de 2010, con una cuota de mercado de 43,6% en el tercer trimestre. Android tiene una gran comunidad de desarrolladores escribiendo aplicaciones

para extender la funcionalidad de los dispositivos. A la fecha, existen cerca de 200.000 aplicaciones disponibles para Android. Android Market es la tienda de aplicaciones en línea administrada por Google, aunque existe la posibilidad de obtener software externamente. Los programas están escritos en el lenguaje de programación Java. (Martínez, 2010).

Este tipo de sistema operativo permite que todas las interfaces necesarias para desarrollar aplicaciones accedan a las funciones del teléfono como el GPS, llamadas, etc. De una forma muy sencilla para que el usuario pueda interactuar de manera intuitiva con este sistema que se instalará en su teléfono móvil para disfrutar de infinidad de aplicaciones que existen en el mercado.

Teniendo en cuenta que Android es un sistema operativo libre, se puede aprovechar para el desarrollo de software en dispositivos móviles, permitiendo así una apropiación completa de esta tecnología. En otros sistemas operativos el desarrollo o programación de aplicaciones se limita a aquello que el desarrollador del Sistema Operativo permite, al igual que la modificación del mismo se encuentra limitada bajo sus parámetros (Molina, Sandoval & Toledo, 2012). Se entiende que este sistema podrá alojar diferentes aplicativos móviles en dentro de la red. Y a la vez contará con un interfaz accesible e intuitivo para el usuario para poder proteger sus datos ingresados a la red, que alojará distintas categorías de aplicaciones.

Aplicaciones móviles en la salud

El uso de las tecnologías móviles en el ámbito de la salud tienen el potencial de mejorar y transformar la prestación de servicios, esto conlleva a una evolución integral en la integración de servicios de salud móvil y servicios sanitarios. (Alonso, 2017,). Esto será importante ya que la salud estará cada vez más al alcance de todos, y no existirán barreras para que las personas puedan acceder a servicios integrales.

Para la Dirección General de Redes de Comunicación Contenido y Tecnología (2014)

“un gran potencial, ya que proporcionará a los ciudadanos los medios necesarios para gestionar su propia salud y mantenerse sanos más tiempo, mejorará la calidad de la asistencia sanitaria y el confort de los pacientes y ayudará a los profesionales de la salud en su trabajo. Así pues, la búsqueda de soluciones de sanidad móvil puede contribuir al desarrollo de unos sistemas sanitarios modernos, eficientes y sostenibles. También se prevé que reduzca las costosas visitas al hospital, ayude a los ciudadanos a hacerse cargo de su propio estado de salud y bienestar e impulse una sanidad centrada en prevenir en vez de curar. Constituye, asimismo, una gran oportunidad para el floreciente sector de las aplicaciones y para los emprendedores”.(p.5)

Por lo tanto podemos inferir que el uso de las Aplicaciones en el ámbito de salud son una innovación que genera desarrollo y evolución para la salud veterinaria del Perú, con las aplicaciones se pueden evitar costos elevados en atenciones clínicas, realizar trajos en línea, que evitan traslados innecesarios a clínicas y hospitales, así mismo poner al alcance a los mejores profesionales a las personas que los necesites, rompiendo las barreras que crea la distancia, para un correcto uso, se deberían crear protocolos para su correcta aplicación y legislación para su adecuado control.

Redes sociales

En los últimos años , las redes sociales han crecido notoriamente debido al desarrollo de la tecnología y la necesidad humana de formar relaciones interpersonales. Este crecimiento convirtió las redes sociales en una herramienta de difusión , pasando así de un esquema tradicional a un proceso interactivo, cambiante y dinámico.El sociólogo sociólogo Duncan Watts (2003),describe la Teoría de seis grados, esta declara que la mayoría de las personas logran sostener un nexo cercano en por lo menos 100 personas . A lo largo de sus vidas estas se van restando o sumando y llegaría a consolidar una lista de 100 a 200 personas

aproximadamente en nuestra lista. Si estos 100 contactos se presentaran entre sí sus 100 respectivos contactos, la lista de referencia iría creciendo exponencialmente. Así se llegaría a obtener 10.000 integrantes en nuestra lista, y así sucesivamente hasta llegar a nuestro sexto nivel, con un total de 1 billón de personas (un millón de millones). Bajo esta premisa, cualquier persona estaría en posibilidad de conocer a otra persona del mundo a través de su red de contactos.

Dentro de las distintas redes sociales existen tres clasificaciones principales:

- 1.Redes profesionales (por ejemplo, LinkedIn, Universia, Viadeo);
 - 2.Redes generalistas: (por ejemplo, Facebook/Meta , Twitter,Tiktok);
 - 3.Redes especializadas (por ejemplo, Ediciona, eBugá,Pinterest, Crehana).
- A nivel interno, los blogs, wikis y redes sociales están haciendo que las empresas sean más productivas, más comunicativas y que sus procesos de decisión sean más ágiles y transparentes (Celaya, 2008) , las empresas han sido prácticamente obligadas a ser veloces y productivas , pues la redes son muy cambiantes y evolucionan rápido.

Servicios veterinarios y Economía colaborativa:

El modelo económico en el que basaremos el proyecto será la economía colaborativa ya que es donde un negocio está centrado en la colaboración y ayuda mutua, este se basa en prestar, alquilar, comprar o vender productos/ servicios en función de necesidades específicas, un movimiento que engloba nuevas prácticas económicas que tienen en común algún grado de participación u organización colectiva en la provisión de bienes y servicios (Opciones, 2013).

A diferencia de una empresa donde se cobra por los servicios prestados en una comunidad o grupo, la economía colaborativa es en grupos tecnológicos que conectan usuarios entre sí y cobran comisión por ello. se

considera que la economía colaborativa es más una relación que brinda la reducción de costos que forman las conexiones con el público objetivo (vinculados a los desafíos de la información, comunicación, negociación y resolución de las transacciones entre las partes) a un nivel casi nulo gracias a internet, conectando más fácilmente oferta y demanda. Por lo cual, Vetcare se basa en este concepto para desarrollar una plataforma digital que busca conectar a los dueños de mascotas con veterinarios para solicitar sus servicios. Para desarrollar correctamente el modelo se debe tener en cuenta que es necesario tres aspectos que ayudarán a consolidar la plataforma y se lleve un enfoque claro (Furchtgott-Roth, 2016).

El nacimiento y crecimiento de la economía colaborativa se basa en una cultura denominada *Peer to Peer (P2P)*, que se define como una organización humana con la libre intervención de los integrantes, en el cual se produce recursos de interés común, sin ninguna clase de organización jerárquica. (Opciones, 2013) La aplicación de P2P, se ha notado más en los ámbitos tecnológicos la producción e intercambio de información y conocimientos en plataformas tecnológicas lo demuestra.

Dentro de los términos de economía colaborativa se resalta el Consumo Colaborativo, esta se basa en dos principales conceptos, el primero es al compartir cierta información o bien tomará más valor, que al ser reservada. El otro concepto contempla el uso de internet o la tecnología que surge para tener como medio el intercambio entre individuos o agrupaciones. Es simplemente el cotidiano intercambio de productos o servicios, pero con la tecnología de la mano. Por ejemplo, si se desea alquilar un auto, una empresa tendría que contar un amplio espacio para su almacenamiento, que ofrecería a través de internet y serían alquilados por los socios o participantes en la iniciativa, reduciéndolo a un grupo cerrado de personas al que estas tendrían acceso al alquiler de los autos. En el modelo P2P, un colectivo de participantes ofrecería su propio coche en alquiler. No hay gastos de mantenimiento para la empresa, cada participante se encarga del mantenimiento de cada auto.

Dentro de este colectivo de participantes se tiene estilos de vida colaborativo, se encuentra basado en un grupo de personas con intereses en común, es bien sabido que las personas en conjunto nos sentimos más protegidas y para poder desarrollarnos la necesidad colectiva en la conformación social, hemos crecido como sociedad con altruismo y cooperación. Por tanto un estilo de vida colaborativo nos aporta beneficios intangibles como el ahorro de dinero , este el el beneficios que busca la mayoría de personas al consumir , pero además se tiene la descubierta de dimensiones, esta consiste en dar respuesta a diferentes motivaciones: : ofrecer productos locales o reutilizados o baratos o de calidad o saludables o todo a la vez, crear un mercado al margen del modelo dominante o en nuestro caso servicios veterinario, reuniendo personas que compartan la misma necesidad o ideología. En estos conjuntos se da un efecto contagio y uno puede adoptar unas prácticas y valores que no perseguía o no sospechaba al entrar. (Opciones, 2013)

Construir comunidad , para un transformación social con un estilo de vida colaborativo , se debe establecer que el conjunto logre tener lazos en común como visiones , sueños , expectativas , y es que a nivel personal y social, el establecimiento de vínculos personales que fortalecen las comunidades y ayudan a escapar de lo individual, es una de las aportaciones más relevantes de las economías colaborativas.

Exportación de buenas prácticas, las buenas prácticas serán llamativas y muy probablemente imitadas , lo que logrará que la comunidad se enriquezca con prácticas que podrían ayudar a la comunidad .

Otro término fundamental es producción colaborativa , dentro la comunidad creada se impulsarán la colaboración en el diseño, producción o distribución de bienes, todo en beneficio de la agrupación , implementando ideas nuevas , y dentro del mundo tecnológico se tiene miles de ejemplo de producción colaborativa , por ejemplo Wikipedia , que es una red global que basa su permanencia en una comunidad colaborativa . (Gansky, 2014)

CAPÍTULO III. HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1 Hipótesis

3.1.1. Hipótesis general

El diseño de un prototipo de aplicación móvil basado en una economía colaborativa beneficia la atención veterinaria

3.1.2. Hipótesis específicas

- El diseño de un prototipo de aplicación móvil basado en una economía colaborativa beneficia a los usuarios de servicios veterinarios
- El diseño de un prototipo de aplicación móvil basado en una economía colaborativa beneficia a los proveedores de los servicios veterinarios

3.2. Variables y definición operacional

Variable 1: Aplicación móvil basada en una economía colaborativa

3.3. Operacionalización de variable

Operacionalmente se entiende que la aplicación móvil basada en una economía colaborativa está orientada en las siguientes dimensiones salud, aplicaciones móviles y bienestar.

3.4. Metodología de la Investigación

-Tipo: Aplicada ya que la investigación busca resolver un problema de la actualidad, que afecta a los veterinarios y dueños de mascotas, a través de esta tesis se busca crear una nueva alternativa para la atención veterinaria a través de una aplicación móvil y usando la economía colaborativa.

-Diseño: Cuantitativa ya que se orienta a medir puntos de interés de los usuarios para así diseñar la aplicación, usando como técnica la encuesta.

-Enfoque: Descriptivo, especifica las características y necesidades del grupo de dueños de mascotas, se trabaja una muestra media , se utilizan instrumentos estandarizados como la encuesta y se realiza un análisis cuantitativo usando la estadística.

-Nivel: Básico se analizaron las variables de manera individual y a su vez se desarrollará un plan de mejora.

3.5. Población y muestra

La población elegida fueron los dueños de mascotas de edades de 18 a 60 años, de todos nivel socioeconómico A, B y C de Lima Metropolitana.

El tamaño de la muestra fue de 299 personas las cuales de las cuales el 91.64% contaba con mascotas, es decir, 274 personas escogidas a través del muestreo por conveniencia con las cuales se pudo lograr la recolección pertinente para crear el prototipo.

3.6. Técnica de recolección de datos

La técnica elegida para la recolección de datos es la encuesta y la herramienta la hoja de recolección para el análisis excel, se aplicó una ficha con 18 preguntas de carácter múltiple.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1. Análisis descriptivo

Pregunta 1:

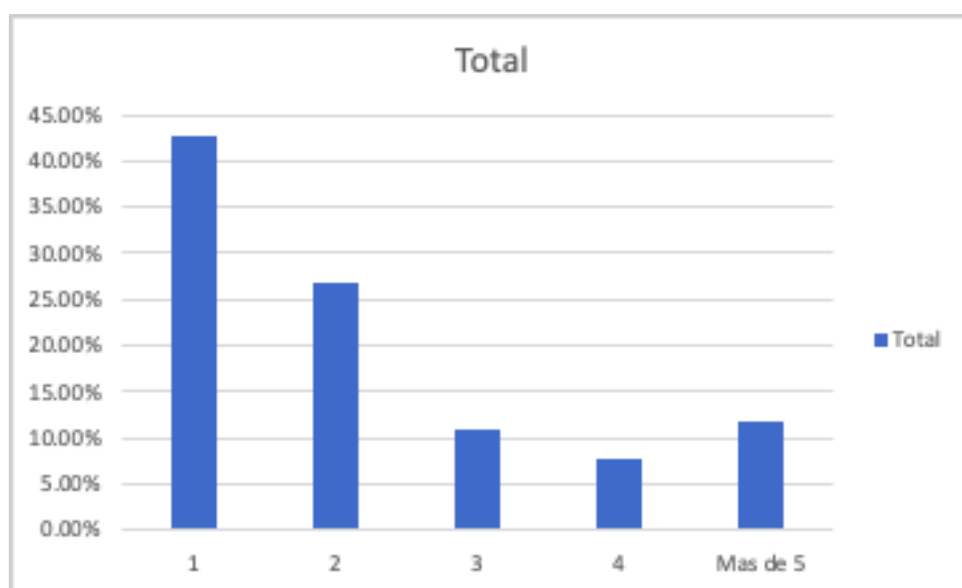
¿Cuántas mascotas tiene ?

Tabla 1: Cantidad de mascotas que las personas tienen en casa

Opciones	Porcentaje	Número de personas
1	42.81%	128
2	26.76%	80
3	11.04%	33
4	7.69%	23
Más de 5	11.71%	35
Total general	100.00%	299

Fuente:Elaboración propia

Figura 1: Cantidad de mascotas que las personas tienen en casa



Fuente: Elaboración propia

Se observa que el 42.81% de los encuestados posee una mascota en casa, luego un 26.76% cuenta con dos y finalmente 11.04% cuenta con tres mascotas. Se puede inferir además que un 11.71% cuenta con 5 a más mascotas por lo cual el uso del aplicativo móvil ayudará en gran medida al cuidado de las mismas encontrando un nicho importante de usuarios.

Pregunta 2:

¿Qué tipo de mascota tiene?

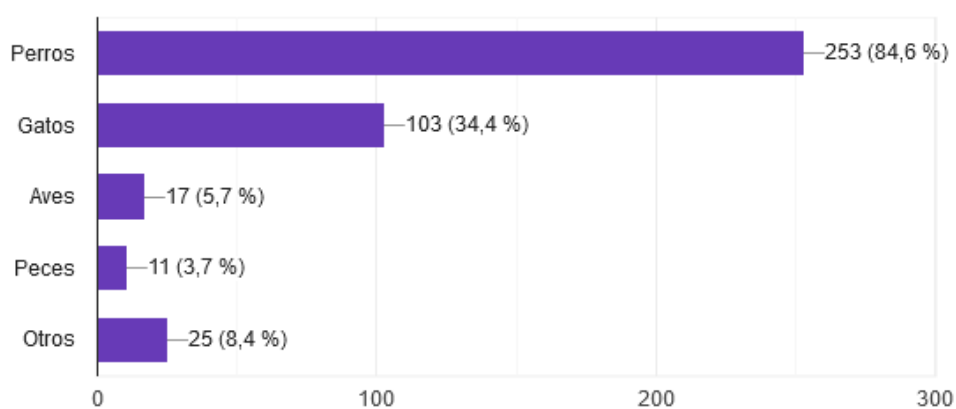
Tabla 2: Tipos de mascotas

Opciones	Porcentaje	Cantidad
Aves, Otros	0.33%	1
Aves, Peces, Otros	0.67%	2
Gatos	9.36%	28
Gatos, Aves	0.67%	2
Gatos, Otros	1.34%	4
Otros	2.01%	6
Peces	1.00%	3
Perros	57.86%	173
Perros, Aves	1.67%	5
Perros, Aves, Otros	0.33%	1
Perros, Gatos	18.73%	56
Perros, Gatos, Aves	0.67%	2
Perros, Gatos, Aves, Otros	0.33%	1
Perros, Gatos, Aves, Peces	0.67%	2
Perros, Gatos, Aves, Peces, Otros	0.33%	1
Perros, Gatos, Otros	1.67%	5
Perros, Gatos, Peces	0.67%	2

Perros, Otros	1.34%	4
Perros, Peces	0.33%	1
Total general	100.00%	299

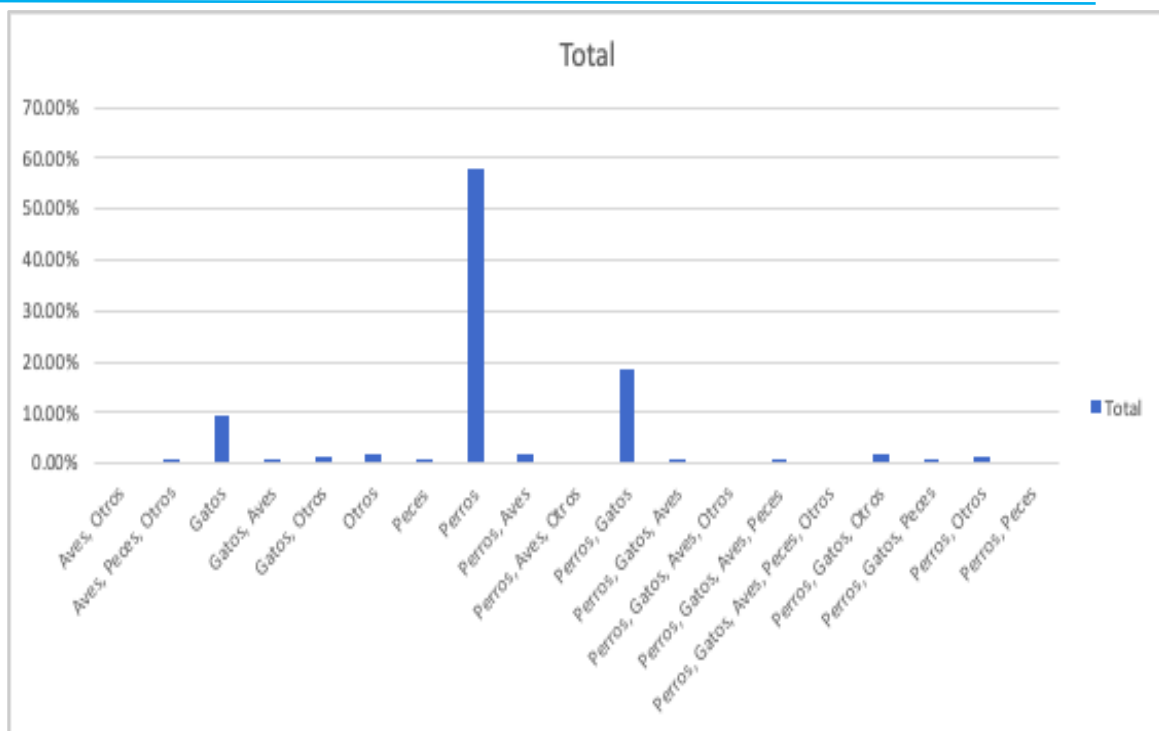
Fuente:Elaboración propia

Figura 2: Tipos de mascotas más preferidas



Fuente: Elaboración propia

Figura 3: Tipos de mascotas



Fuente: Elaboración propia

De la muestra de 299 personas, se observa que 253 prefieren tener como mascota a perros siguiendo como segundo puesto con 103 personas que prefieren los gatos, con lo cual se llega a la conclusión de que la mascota predilecta de los encuestados son los perros, en el campo otros podemos ver un 8,4%, por lo cual podremos suponer que podría tratarse de que se trata de mascotas exóticas.

Pregunta 3:

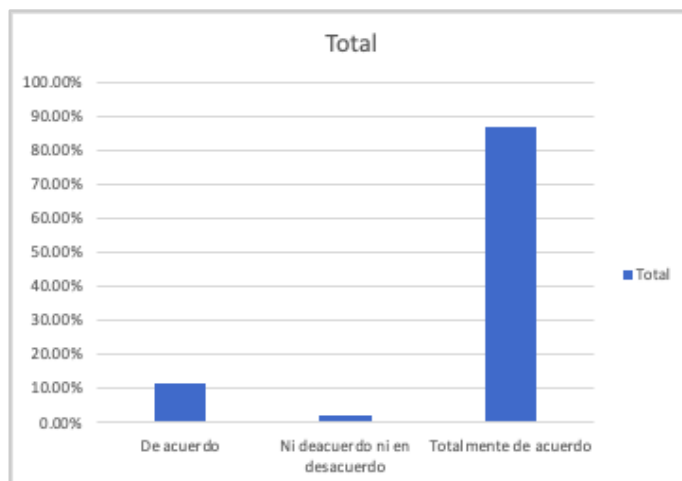
¿Está de acuerdo en que su mascota es parte importante en su familia?

Tabla 3: La mascota es parte importante de la familia

Opciones	Porcentaje	Cantidad
De acuerdo	11.37%	34
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2.01%	6
Totalmente de acuerdo	86.62%	259
Total general	100.00%	299

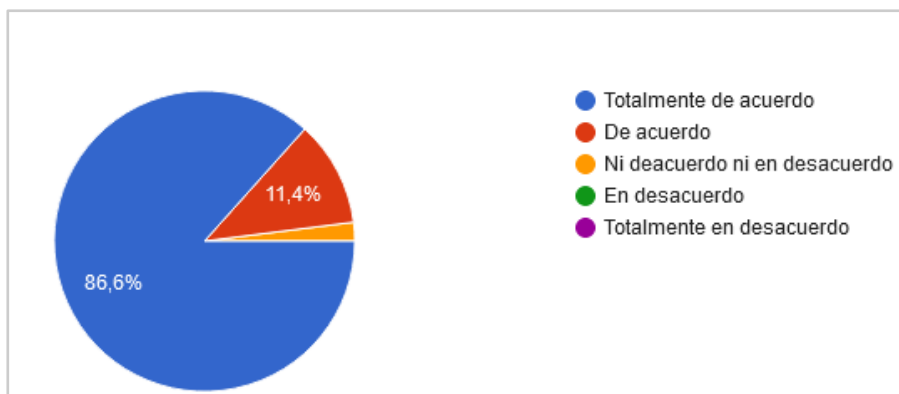
Fuente:Elaboración propia

Figura 4: La mascota es parte importante de la familia



Fuente: Elaboración propia

Figura 5: La mascota es parte importante de la familia



Fuente: Elaboración propia

Se observa que un 86.62% está de acuerdo en que su mascota es parte importante de la familia, por otro lado un 11.4% considera que está de acuerdo con lo indicado. Se considera viable que este grupo de personas puedan usar nuestro aplicativo pues les sería de mucha ayuda en lo que respecta al bienestar de su mascota.

Pregunta 4:

¿Tiene conocimiento de alguna app para mascotas?

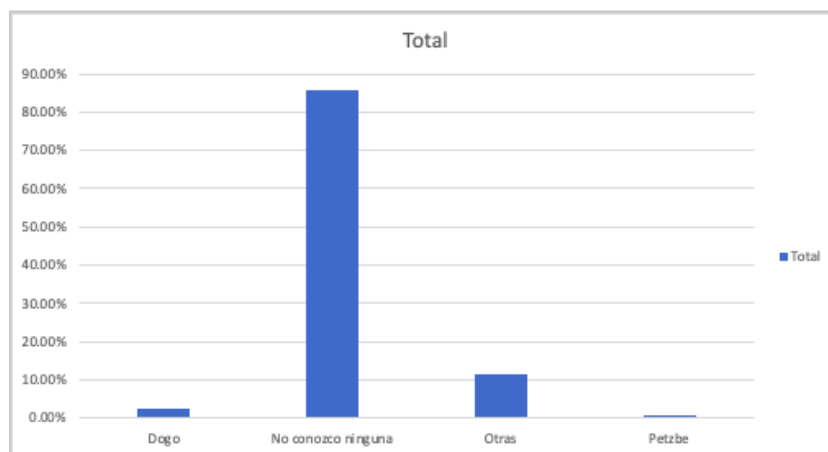
Tabla 4: Conocimiento de app para mascotas

Opciones	Porcentaje	Cantidad
Dogo	2.34%	7

No conozco ninguna	85.62%	256
Otras	11.37%	34
Petzbe	0.67%	2
Total general	100.00%	299

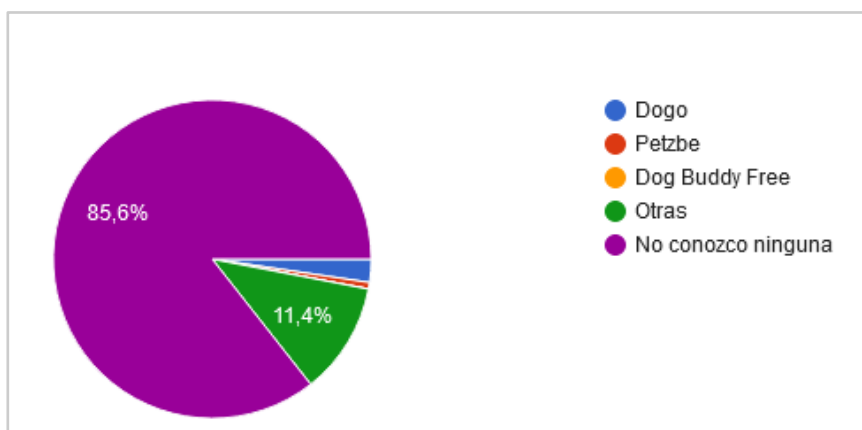
Fuente:Elaboración propia

Figura 6: Conocimiento de app para mascotas



Fuente: Elaboración propia

Figura 7: Conocimiento de app para mascotas



Fuente: Elaboración propia

Se muestra que el 85.62% de las personas encuestadas desconoce de alguna APP para mascotas, lo cual es una nueva oportunidad de innovación para poder entrar al mercado y así estas personas puedan conocer de nuestro aplicativo y lo puedan utilizar. Caso contrario, un 11.4% indica que conocen otras aplicaciones.

Pregunta 5:

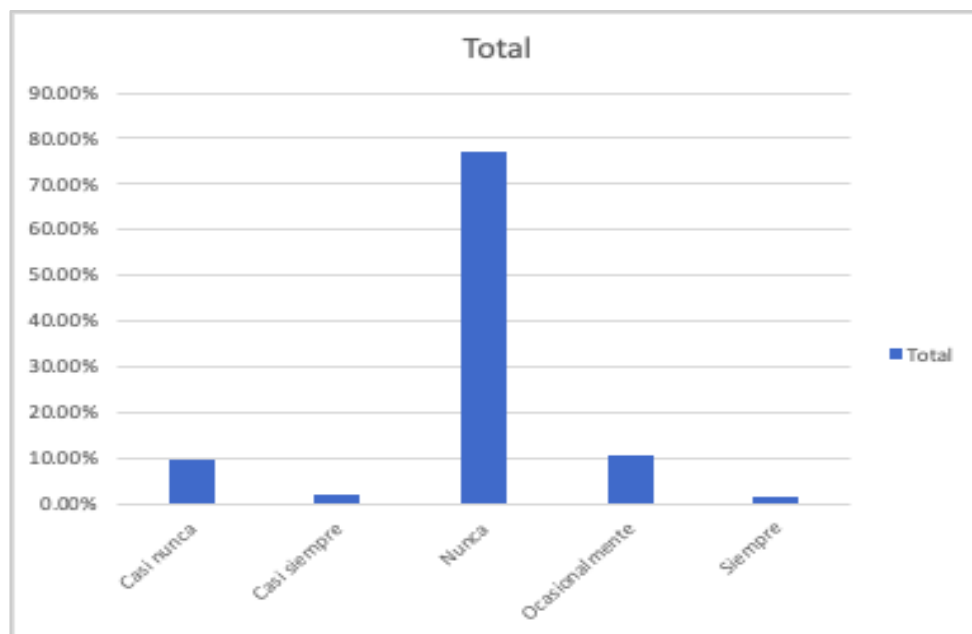
¿Con qué frecuencia utiliza la app para mascotas?

Tabla 5: Frecuencia de uso de app para mascotas

Opciones	Porcentaje	Cantidad
Casi nunca	9.36%	28
Casi siempre	2.01%	6
Nunca	76.92%	230
Ocasionalmente	10.37%	31
Siempre	1.34%	4
Total general	100.00%	299

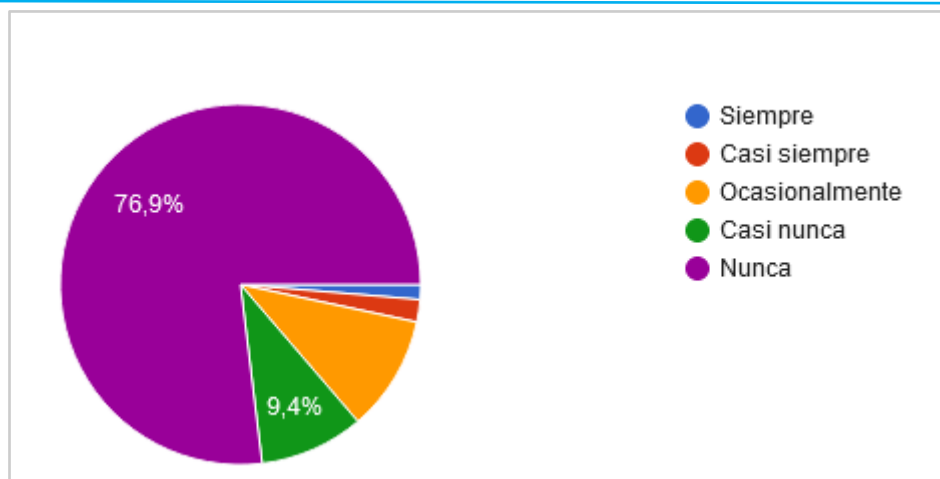
Fuente:Elaboración propia

Figura 8: Frecuencia de uso de app para mascotas



Fuente: Elaboración propia

Figura 9: Frecuencia de uso de app para mascotas



Fuente: Elaboración propia

Se observa que un 76.9% de los encuestados indicó que no están familiarizados con el uso de aplicaciones móviles para atención y/o compras de productos para las mascotas y tal vez lo que prefieren es una atención de forma presencial. Un 9,4% indicaron que casi nunca utilizan este tipo de aplicaciones por lo cual podemos inferir que, en nuestro país, el uso de la tecnología en el ámbito veterinario no está debidamente desarrollado. Esta conclusión nos da oportunidad para poder demostrar que nuestro aplicativo será super intuitivo y seguro de usar.

Pregunta 6:

¿Estaría de acuerdo en descargar una aplicación para celulares que le permita conectarse con veterinarios para la atención médica de sus mascotas?

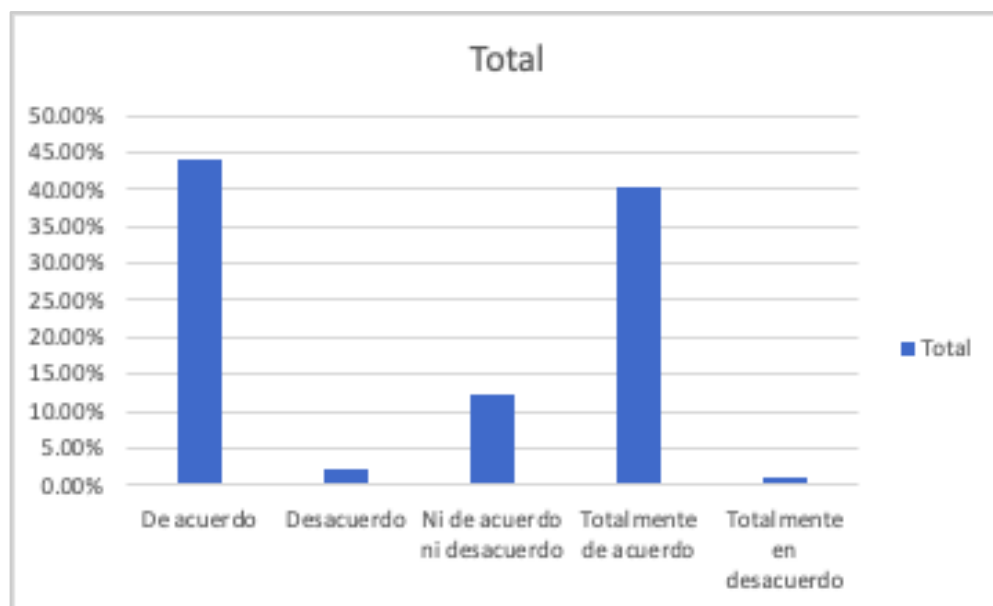
Tabla 6: Personas que estarían de acuerdo en descargar una aplicación que les permita conectarse con veterinarios para la atención médica de sus mascotas

Opciones	Porcentaje	Cantidad
De acuerdo	44.15%	132
Desacuerdo	2.01%	6
Ni de acuerdo ni desacuerdo	12.37%	37

Totalmente de acuerdo	40.47%	121
Totalmente en desacuerdo	1.00%	3
Total general	100.00%	299

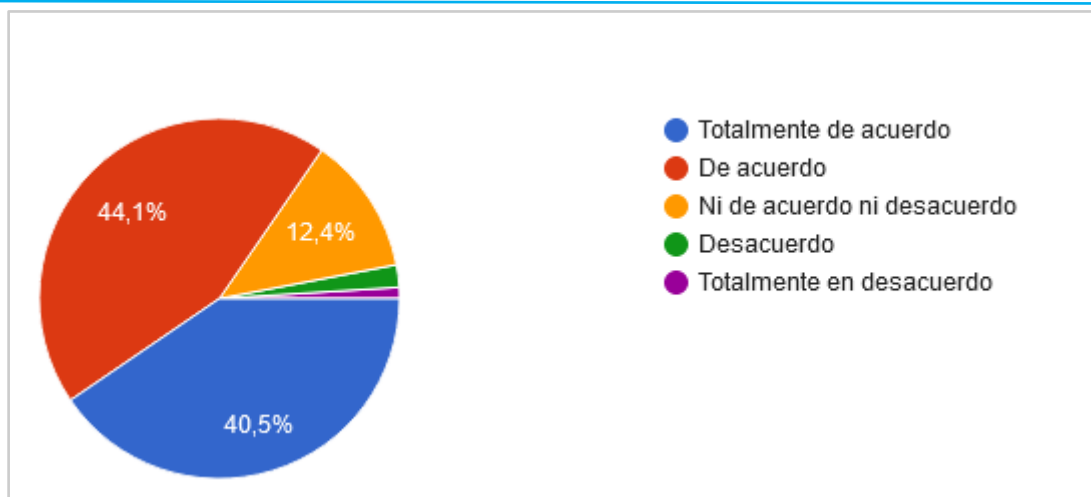
Fuente:Elaboración propia

Figura 10: Personas que estarían de acuerdo en descargar una aplicación que les permita conectarse con veterinarios para la atención médica de sus mascotas



Fuente: Elaboración propia

Figura 11: Personas que estarían de acuerdo en descargar una aplicación que les permita conectarse con veterinarios para la atención médica de sus mascotas



Fuente: Elaboración propia

Se observa que 40.5 % de las personas estarían dispuestos a utilizar una aplicación para la atención de las mascotas, en la actualidad no se utilizan ya que muchos desconocen que existen aplicaciones de este tipo. Y por otro lado las aplicaciones que existen en la actualidad son propias de veterinaria, lo cual nuestra solución es de forma integral y sistémica ya que en nuestra aplicativo podrán suscribirse veterinarias, doctores veterinarios y usuarios para que conozcan del aplicativo y vean los mejores precios que se adecuen a sus bolsillo porque habrá variedad.

Pregunta 7:

¿Cada cuánto tiempo lleva a su mascota a chequeos por consulta veterinaria?

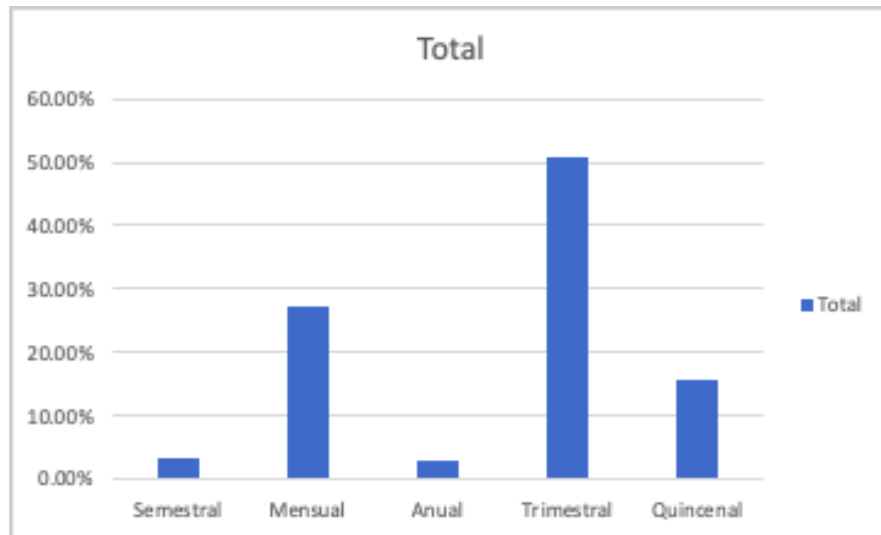
Tabla 7: Frecuencia con la que lleva a su mascota a chequeos por consulta veterinaria

Opciones	Porcentaje	Cantidad
Semestral	3.34%	10
Mensual	27.09%	81
Anual	3.01%	9
Trimestral	50.84%	152

Quincenal	15.72%	47
Total general	100.00%	299

Fuente:Elaboración propia

Figura 12: Frecuencia con la que lleva a su mascota a chequeos por consulta veterinaria



Fuente: Elaboración propia

Como resultado alrededor del 50.84% suele llevar a una consulta veterinaria cada tres meses a su mascota, demostrando el interés y preocupación de la personas por la salud de sus mascotas, además otro gran porcentaje lleva más frecuentemente a sus mascotas, 27.09% exactamente. Es menor el porcentaje de personas que demora más en llevar a sus mascotas a un control veterinario.

Pregunta 8:

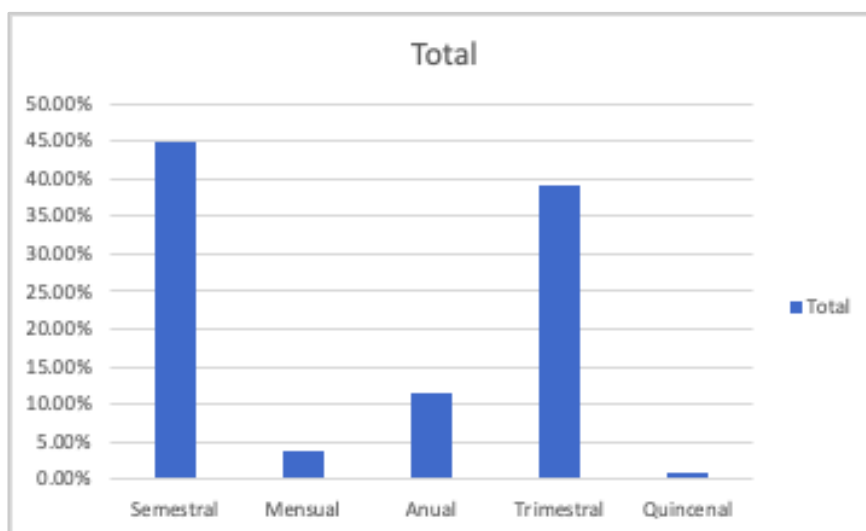
¿Con qué frecuencia ha tenido emergencias veterinarias?

Tabla 8: Frecuencia de emergencias veterinarias

Opciones	Porcentaje	Cantidad
Semestral	44.82%	134
Mensual	3.68%	11
Anual	11.37%	34
Trimestral	39.13%	117
Quincenal	1.00%	3
Total general	100.00%	299

Fuente: Elaboración propia

Figura 13: Frecuencia de emergencias veterinarias



Fuente: Elaboración propia

Se concluye que alrededor del 44.82% de los encuestados han tenido por lo menos 2 emergencias veterinarias en al menos 1 año. Un 39.13% ha tenido por lo menos 4 emergencias al año. Por lo cual la aplicación sería de ayuda para lograr encontrar veterinarias que atienden las emergencias, pues ésta brindaría información acerca de los servicios que brinda las veterinarias.

Pregunta 9:

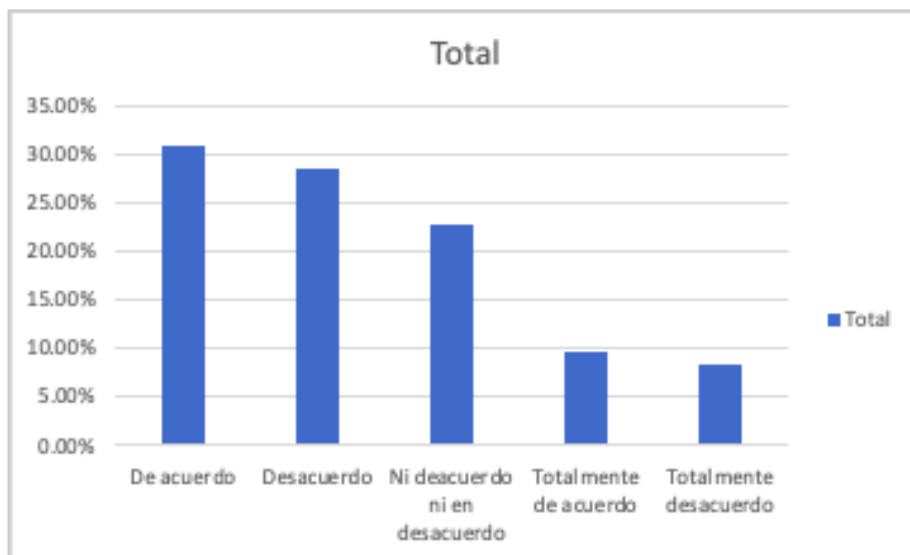
¿Está de acuerdo en que es fácil encontrar atención veterinaria de emergencia?

Tabla 9: Le es fácil encontrar atención veterinaria de emergencia

Opciones	Porcentaje	Cantidad
De acuerdo	30.77%	92
Desacuerdo	28.43%	85
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	22.74%	68
Totalmente de acuerdo	9.70%	29
Totalmente desacuerdo	8.36%	25
Total general	100.00%	299

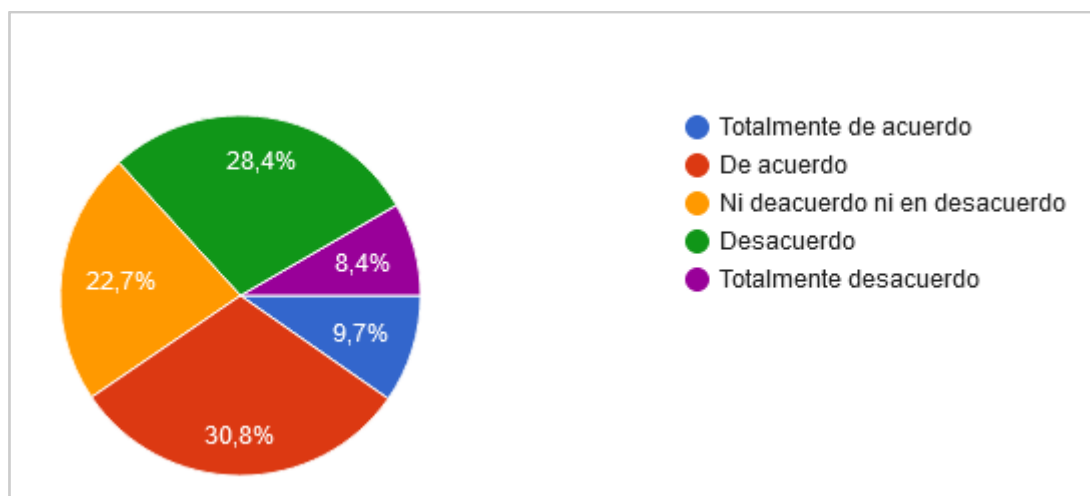
Fuente: Elaboración propia

Figura 14: Le es fácil encontrar atención veterinaria de emergencia



Fuente: Elaboración propia

Figura 15: Le es fácil encontrar atención veterinaria de emergencia



Fuente: Elaboración propia

Según nuestra encuesta un total de 40.5% afirman que es difícil encontrar un servicio de emergencia para sus mascotas. El 22.7% se ha mantenido imparcial ante esta afirmación y el porcentaje restante opina lo contrario. Se llega a la conclusión que a percepción de los encuestados nuestro aplicativo podría ser la solución ante esta problemática.

Pregunta 10:

¿Alguna de sus mascotas tiene problemas crónicos?

Tabla 10: Cantidad de mascotas que tienen problemas crónicos

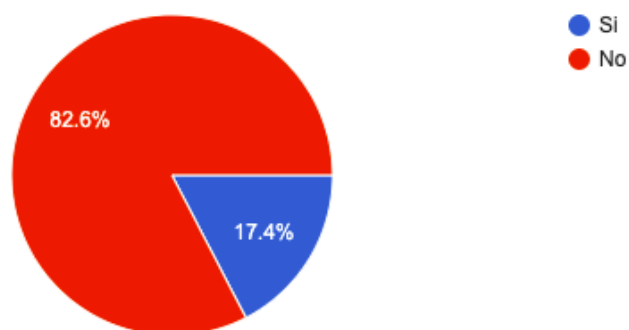
Opciones	Porcentaje	Cantidad
No	82.61%	247
Si	17.39%	52
Total general	100.00%	299

Fuente: Elaboración propia

Figura 16: Cantidad de mascotas que tienen problemas crónicos

10. ¿Alguna de sus mascotas tiene problemas crónicos ?

299 responses



Fuente: Elaboración propia

El 82.61% de los encuestados respondió que sus mascotas no presentan problemas crónicos. Un 17.39 % si cuenta con mascotas con problemas crónicos.

Pregunta 11:

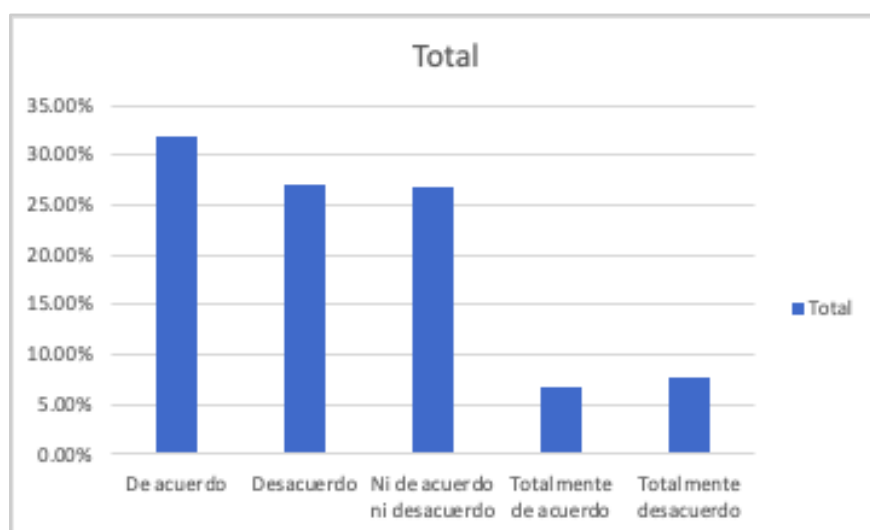
¿Está de acuerdo en que es fácil encontrar médicos veterinarios especialistas en problemas crónicos para sus mascotas?

Tabla 11: Es fácil encontrar médicos veterinarios especialistas en problemas crónicos para sus mascotas.

Opciones	Porcentaje	Cantidad
De acuerdo	31.77%	95
Desacuerdo	27.09%	81
Ni de acuerdo ni desacuerdo	26.76%	80
Totalmente de acuerdo	6.69%	20
Totalmente desacuerdo	7.69%	23
Total general	100.00%	299

Fuente: Elaboración propia

Figura 17: Es fácil encontrar médicos veterinarios especialistas en problemas crónicos para sus mascotas.



Fuente: Elaboración propia

Los encuestados que están en mayoría de acuerdo que es sencillo encontrar médicos veterinarios especialistas en enfermedades crónicas , un 27,09 % se encuentra en desacuerdo con esta afirmación , y un 26,76% no define su opinión al respecto .

Pregunta 12:

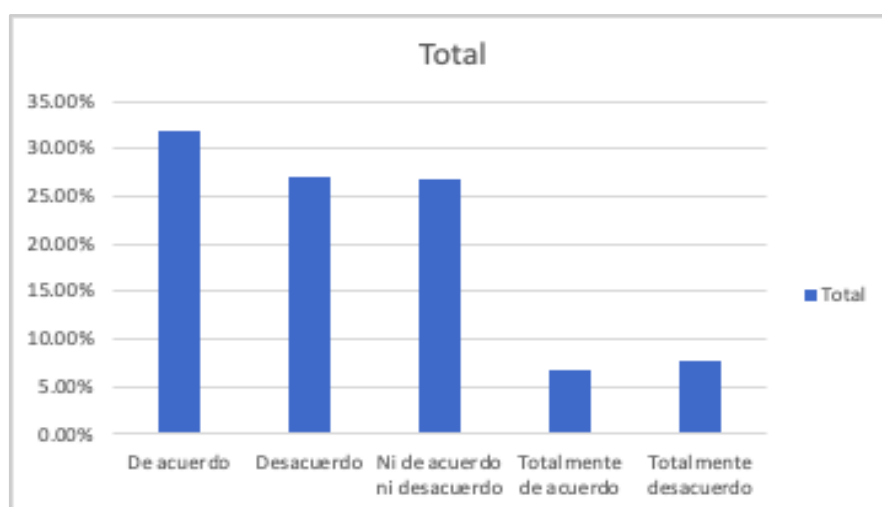
Durante la cuarentena y las restricciones por toques de queda, ¿encontró con facilidad atención médica veterinaria?

Tabla 12: En cuarentena encontró atención médica veterinaria con facilidad

Opciones	Porcentaje	Cantidad
De acuerdo	31.77%	95
Desacuerdo	27.09%	81
Ni de acuerdo ni desacuerdo	26.76%	80
Totalmente de acuerdo	6.69%	20
Totalmente desacuerdo	7.69%	23
Total general	100.00%	299

Fuente: Elaboración propia

Figura 18: En cuarentena encontró atención médica veterinaria con facilidad



Fuente: Elaboración propia

Según los resultados, un 31.77% de los encuestados está de acuerdo que durante la cuarentena encontró con facilidad atención médica, el 27,09% se encuentra en desacuerdo y considera que fue difícil encontrar atención médica veterinaria. Lo cual la aplicación ayudaría a encontrar de forma más sencilla veterinarios, en ciertas circunstancias como lo fue la cuarentena por la pandemia.

Pregunta 13:

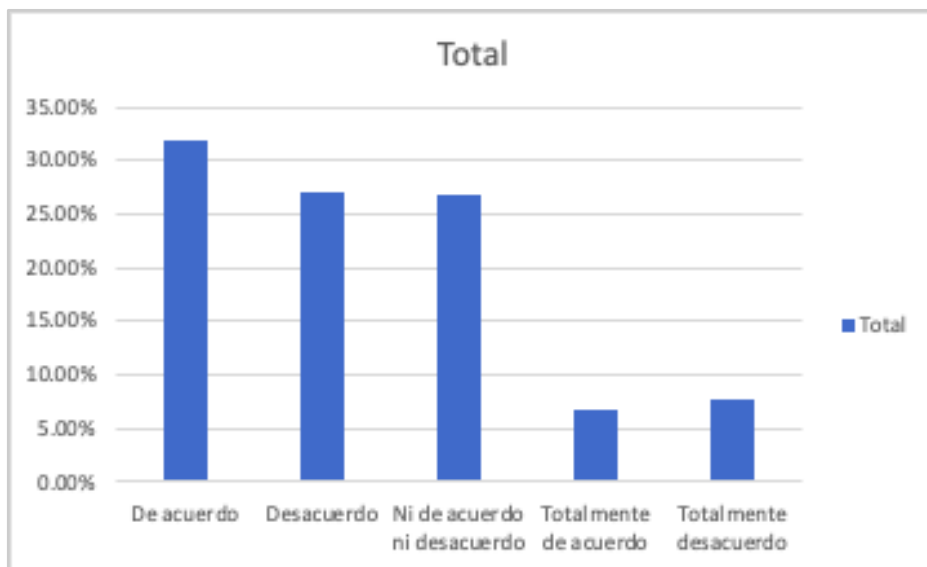
¿Qué tan satisfecho está con su servicio de veterinario?

Tabla 13: Grado de satisfacción con el servicio veterinario

Opciones	Porcentaje	Cantidad
De acuerdo	31.77%	95
Desacuerdo	27.09%	81
Ni de acuerdo ni desacuerdo	26.76%	80
Totalmente de acuerdo	6.69%	20
Totalmente desacuerdo	7.69%	23
Total general	100.00%	299

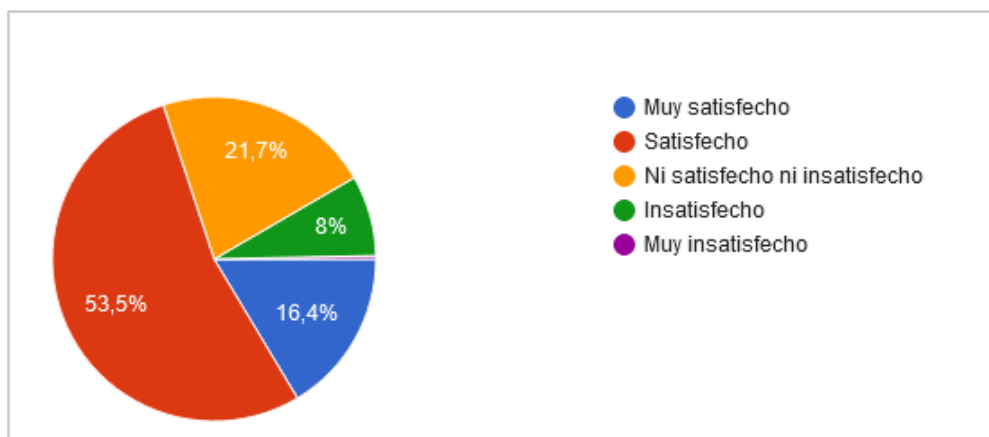
Fuente: Elaboración propia

Figura 19: Grado de satisfacción con el servicio veterinario



Fuente: Elaboración propia

Figura 20: Grado de satisfacción con el servicio veterinario



Fuente: Elaboración propia

Se observa que el 53.5% de las personas están satisfechas con el servicio que le brindan a su mascota, siguiendo con un 21.7% que no opina acerca de la atención brindada. Pero en VetCare nos preocupamos por nuestros clientes, ya que en nuestro aplicativo el usuario podrá contar con un sistema de calificación por el servicio que use, y eso nos permitirá cada vez ir mejorando el APP para brindar un servicio de calidad.

Pregunta 14:

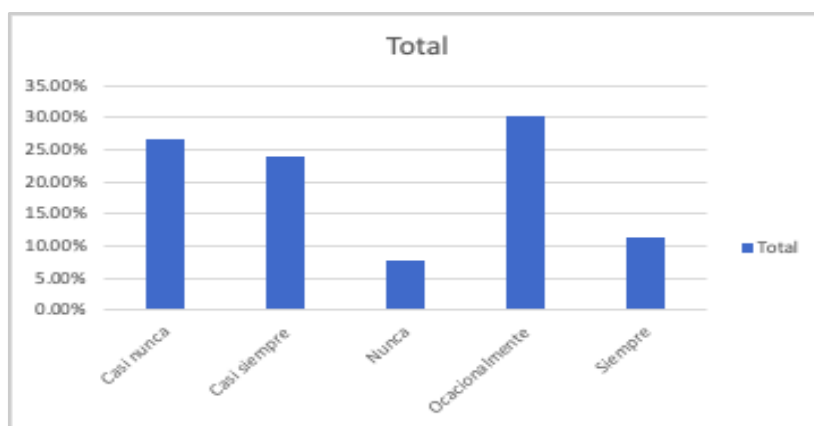
A la hora de tener un diagnóstico para su mascota ¿Busca una segunda opinión?

Tabla 14: Frecuencia de búsqueda de segunda opción para diagnóstico de mascota

Opciones	Porcentaje	Cantidad
Casi nunca	26.76%	80
Casi siempre	24.08%	72
Nunca	7.69%	23
Ocasionalmente	30.10%	90
Siempre	11.37%	34
Total general	100.00%	299

Fuente: Elaboración propia

Figura 21: Frecuencia de búsqueda de segunda opción para diagnóstico de mascota



Fuente: Elaboración propia

Se puede observar que el 26.76% nunca o casi nunca han buscado la segunda opinión de un especialista, mientras que se observa que otro 30.10% lo hace ocasionalmente, concluyendo que en su mayoría de los encuestados no consulta una segunda opinión. La plataforma , facilitará el acceso de una segunda opinión, de una comunidad médica, logrando más certeza al diagnóstico.

Pregunta 15:

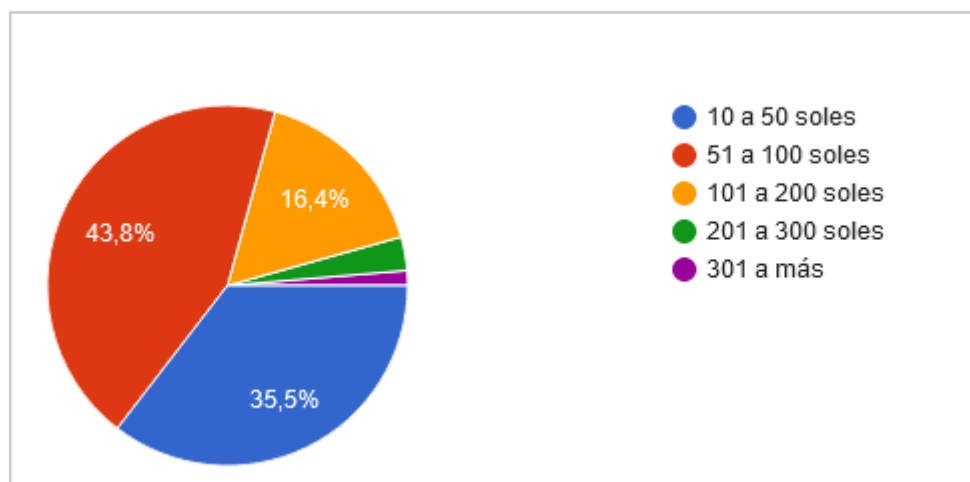
En promedio ¿Cuánto paga por cada atención veterinaria?

Tabla 15: Pago promedio por atención veterinaria

Opciones	Porcentaje	Cantidad
10 a 50 soles	35.45%	106
101 a 200 soles	16.39%	49
201 a 300 soles	3.01%	9
301 a más	1.34%	4
51 a 100 soles	43.81%	131
Total general	100.00%	299

Fuente: Elaboración propia

Figura 22: Pago promedio por atención veterinaria



Fuente: Elaboración propia

Se observa que el 43.8% de las personas oscilan en pagar una atención para su mascota entre 51 a 100 soles. Lo que nos permite ayudar al usuario, en que pueda elegir variedad de atención y precios mediante nuestro aplicativo para mascotas, ya que encontrarán precios de todos tipo y según su conveniencia

Pregunta 16:

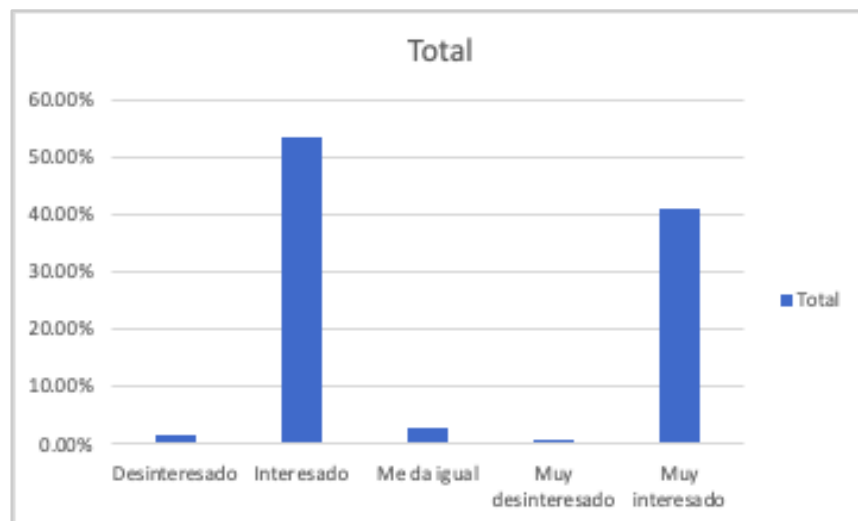
¿Es de su interés encontrar información sobre cómo mejorar la crianza de su mascota?

Tabla 16: Interés en saber cómo mejorar la crianza de las mascotas

Opciones	Porcentaje	Cantidad
Desinteresado	1.67%	5
Interesado	53.51%	160
Me da igual	3.01%	9
Muy desinteresado	0.67%	2
Muy interesado	41.14%	123
Total general	100.00%	299

Fuente: Elaboración propia

Figura 23: Interés en saber cómo mejorar la crianza de las mascotas



Fuente: Elaboración propia

Gran parte muestra interés en mejorar la crianza de sus mascotas, 53,51% interesados y 41,14% muy interesados, mostrando que la plataforma sería llamativa para estas personas ya que este brinda un foro con consejos que les servirá de ayuda para enriquecer el desarrollo de las mascotas.

Pregunta 17:

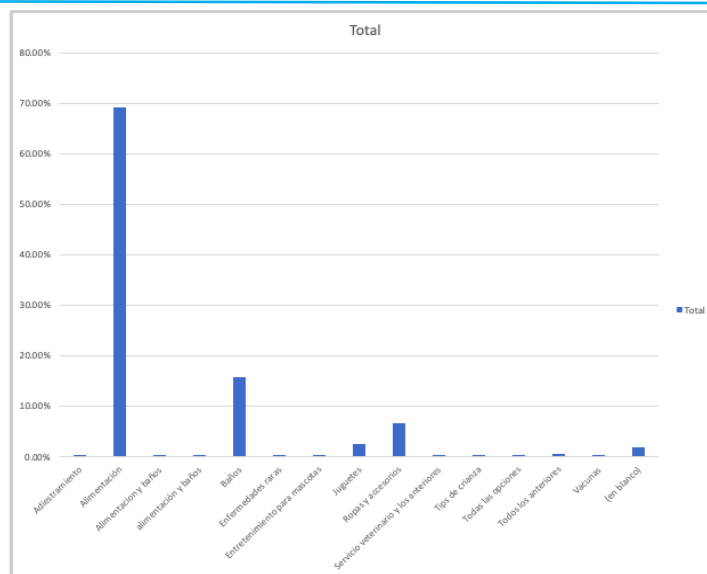
¿En qué productos y/o servicios para su mascota está interesado?

Tabla 17: Interés de productos y/o servicios para mascotas

Opciones	Porcentaje	Cantidad
Adiestramiento	0.33%	1
Alimentación	69.23%	207
Alimentación y baños	0.33%	1
alimentación y baños	0.33%	1
Baños	15.72%	47
Enfermedades raras	0.33%	1
Entretenimiento para mascotas	0.33%	1
Juguetes	2.68%	8
Ropas y accesorios	6.69%	20
Servicio veterinario y los anteriores	0.33%	1
Tips de crianza	0.33%	1
Todas las opciones	0.33%	1
Todos los anteriores	0.67%	2
Vacunas	0.33%	1
(en blanco)	2.01%	6
Total general	100.00%	299

Fuente: Elaboración propia

Figura 24: Interés de productos y/o servicios para mascotas



Fuente: Elaboración propia

Principalmente se muestra interés por productos de alimentación, baños, y ropa con porcentajes 69.23%, 15.72% y 6.69% respectivamente. En contraste, menos del 1% en las demás opciones son de interés en los encuestados. La plataforma ayudará a que otras opciones que son importantes sean visibles y de interés al público.

Pregunta 18:

¿Qué tan de acuerdo estaría en realizar consultas veterinarias, compras de productos y accesorios para mascotas a través de nuestra aplicación?

Tabla 18: Aceptación de realizar consultas, compras de productos y accesorios para mascotas a través de nuestra app VetCare

Opciones	Porcentaje	Cantidad
De acuerdo	45.82%	137
Desacuerdo	1.34%	4
Ni de acuerdo ni desacuerdo	21.40%	64
Totalmente de acuerdo	30.10%	90
Totalmente desacuerdo	0.33%	1
(en blanco)	1.00%	3

Total general	100.00%	299
----------------------	----------------	------------

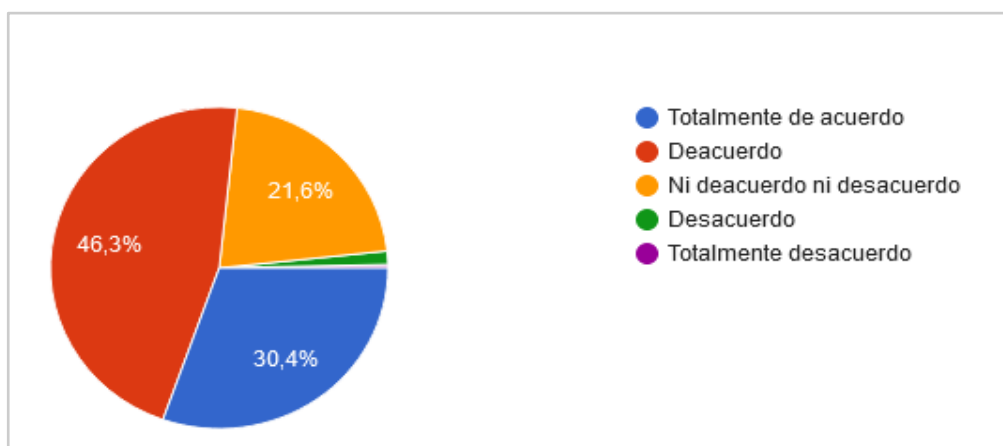
Fuente: Elaboración propia

Figura 25: Aceptación de realizar consultas, compras de productos y accesorios para mascotas a través de nuestra app VetCare



Fuente: Elaboración propia

Figura 26: Aceptación de realizar consultas, compras de productos y accesorios para mascotas a través de nuestra app VetCare



Fuente: Elaboración propia

Según los encuestados un 76.7% estarían dispuestos a adquirir distintos productos y servicios para sus mascotas. Además, un 21.6% se encuentra en una opinión neutra y el porcentaje restante se encuentra en negativa. Por lo tanto, se halla la oportunidad de negocio en el aplicativo ya que distintas personas podrán acceder a los productos y servicios de interés.

CAPÍTULO V: PROYECTO DE INNOVACIÓN

5.1. Estimación de los costos necesarios para la implementación

A continuación, en la tabla 19 se muestra la estimación de los costos que serán necesarios para poder llevar a cabo la implementación del aplicativo VetCare.

Tabla 19: Estimación de costos para la implementación del aplicativo VetCare

Nro	Recursos	Cantidad	Meses	Observación	Precio	Total
1	Programador móvil	1	3	Único pago	S/4,500.00	S/13,500.00
2	Programador BackEnd	1	3	Único pago	S/2,500.00	S/7,500.00
3	Diseñador UX/UI	1	1	Único pago	S/2,000.00	S/2,000.00
4	Líder de proyecto	1	3	Único pago	S/6,000.00	S/18,000.00
5	Tester QA (Calidad)	1	1	Único pago	S/2,000.00	S/2,000.00
6	Registro de App en Play Store	1	1	Único pago	S/100.00	S/100.00
7	Alquiler de servidor de aplicaciones y base de datos en la nube	1	1	Pago mensual	S/100.00	S/100.00
Inversión Total						S/43,200.00

Fuente: Elaboración propia

5.2. Desarrollo de la propuesta de innovación

5.2.1. Alcance esperado

Se espera que la mayoría de hogares con mascotas de Lima-Metropolitana puedan contar con esta aplicación, ya que muchos de ellos no conocen aplicaciones para mascotas pero si están de acuerdo con utilizarlas, y con la esta expectativa proyectar a extendernos a todo el Perú ya que al interior

del Perú urbano la tendencia de es mayor, con un 62.2%, y con una esperanza de crecimiento exponencial ya que según lo observado por nuestro estudio el 86.66% de encuestados considera que su mascota es parte importante de su familia.

5.2.2. Descripción del mercado

Para el cuarto trimestre de el 2020, el rubro de otros servicios disminuyó un -6,0% esta caída se debió a la baja en contrataciones de servicios en la educación privada, arte y entretenimiento, esparcimiento entre otros, a pesar de esta caída en el rubro podemos registrar un incremento del 11,3% en servicios de salud, que es donde nuestro proyecto encaja.(INEI 2020)

En el caso de servicios para mascotas, cuando se trata de los perros, el 91% de los hogares en esta región llevan a su mascota al veterinario a realizarse revisiones veterinarias al menos una vez al años, el promedio de gastos es de 85 nuevos soles y en el caso de gatos el 58.7 y el promedio de gastos es de 39 nuevos soles.(CPI 2018)

5.2.3. Descripción de la propuesta de innovación

Descripción del Proyecto

VetCare es una aplicación móvil que conecta a dueños de mascotas (pet lovers) y veterinarios, para acceder a servicios como: citas médicas virtuales y presenciales, baños, venta de alimentos, medicinas, ropa y accesorios; así como la participación en foros especializados.

Descripción de actividades

Para elaborar la propuesta de solución innovadora, nos hemos apalancado en la aplicación de la metodología de innovación Design Thinking, la cual nos ha ayudado

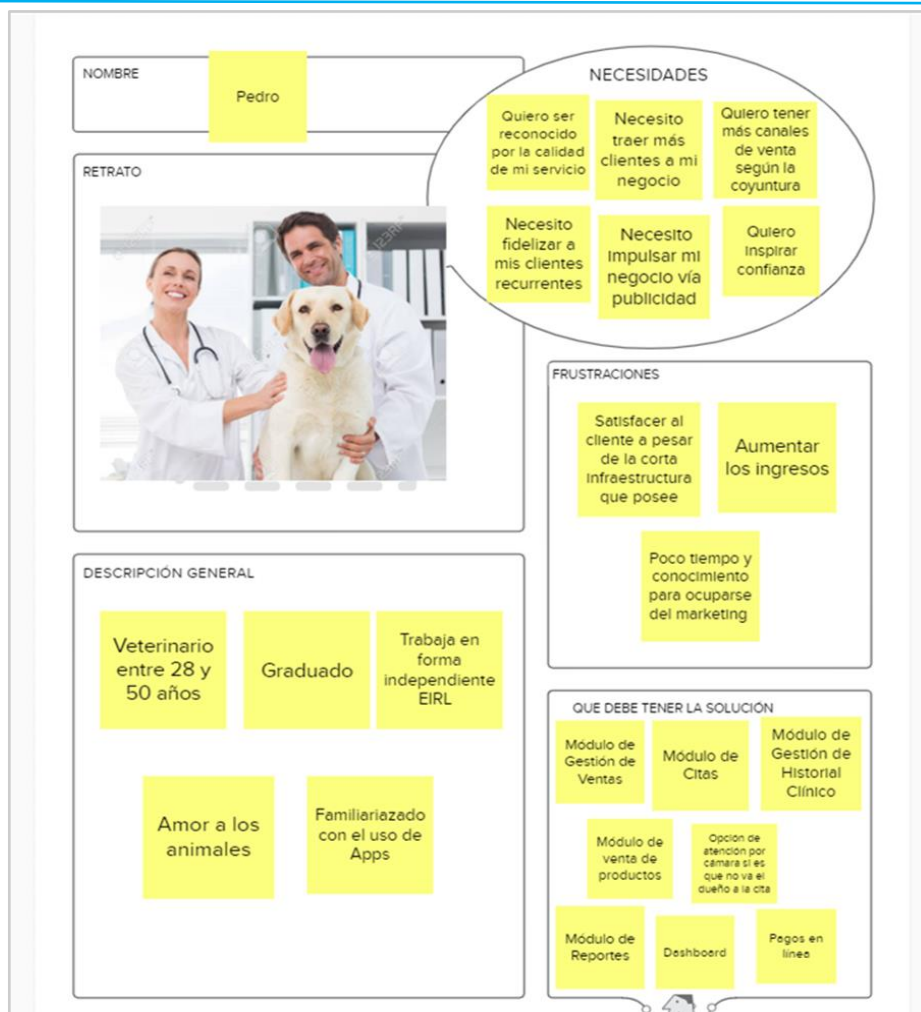
en el proceso creativo de resolución de problemas ya que se enfoca en comprender las necesidades de las personas, realizar pruebas rápidas, obtener retroalimentación y a obtener un producto mínimo viable que genere valor funcional para las personas. A continuación, detallamos las actividades realizadas en cada fase:

Fase 01: Empatizar

Conocer y comprender a los usuarios (veterinarios y dueños de mascotas) de una manera más profunda. No se trata sólo de recolectar datos y estadísticas, sino de analizar situaciones, comprender el sentir de los usuarios, así como los diferentes problemas y necesidades que poseen para poder lograr identificar los insight, necesidades, frustraciones y deseos de los usuarios, para ello utilizamos las siguientes herramientas:

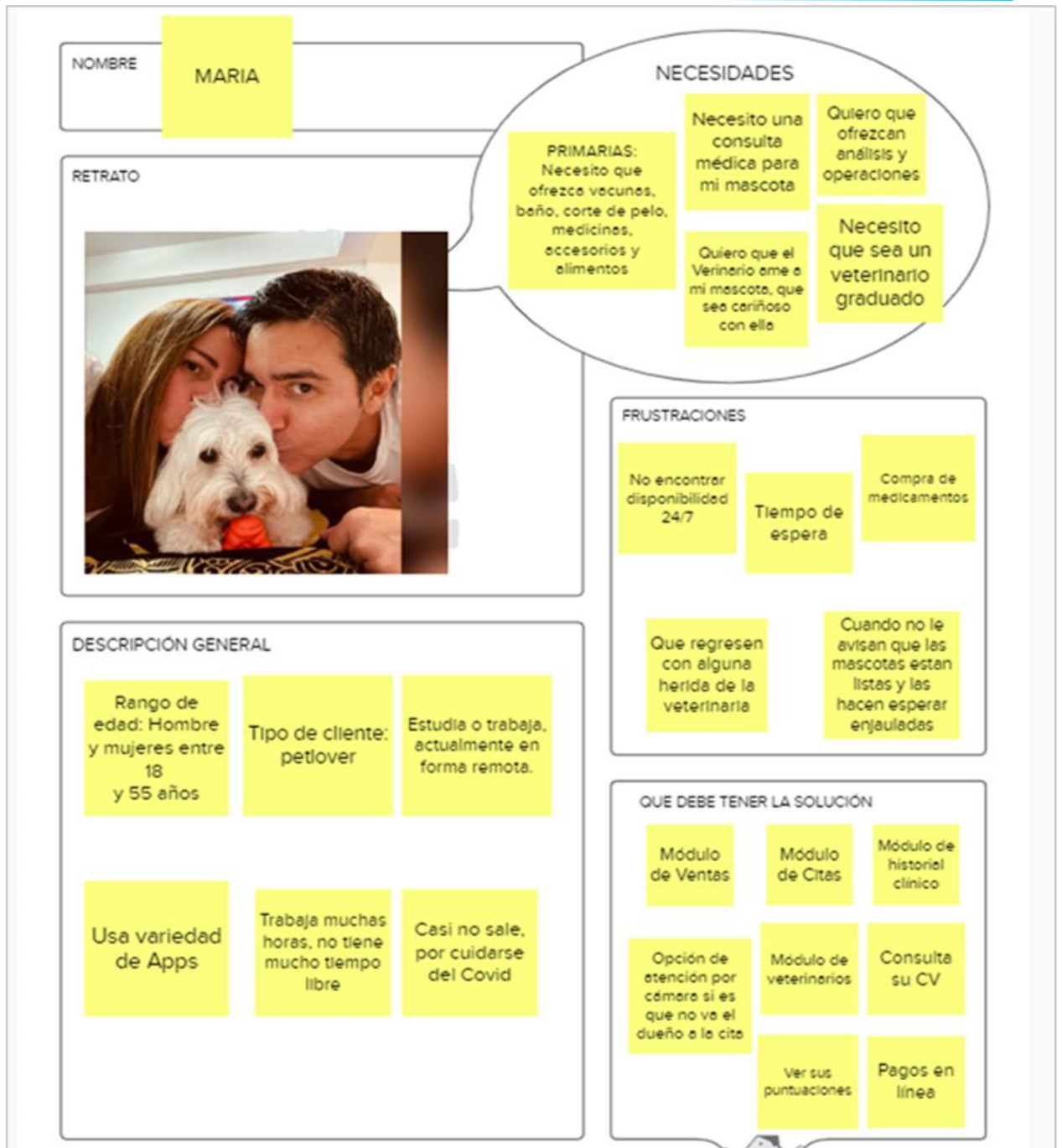
- Encuestas.
- Entrevistas a profundidad.
- User persona
- Mapa de empatía.
- Customer journey mapa

Imagen 27: User persona - veterinarios



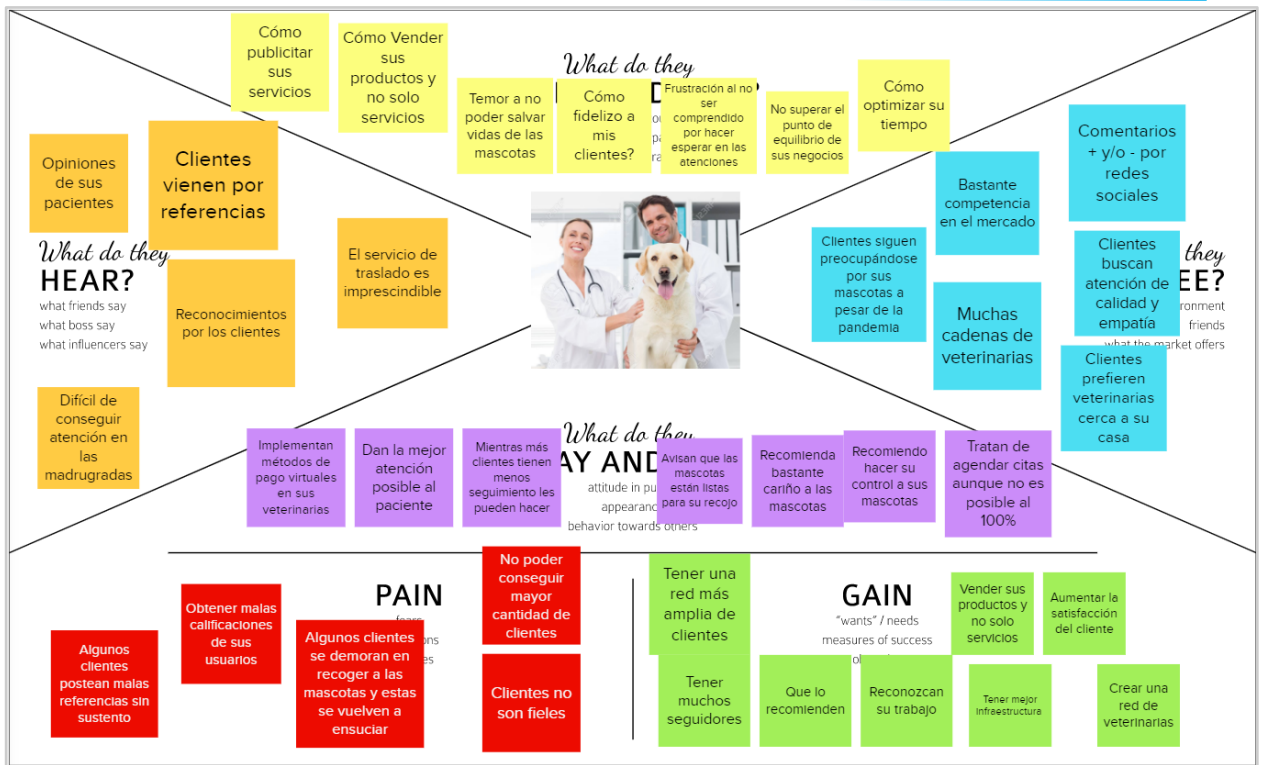
Fuente: Elaboración propia

Imagen 28: User persona - dueños de mascotas



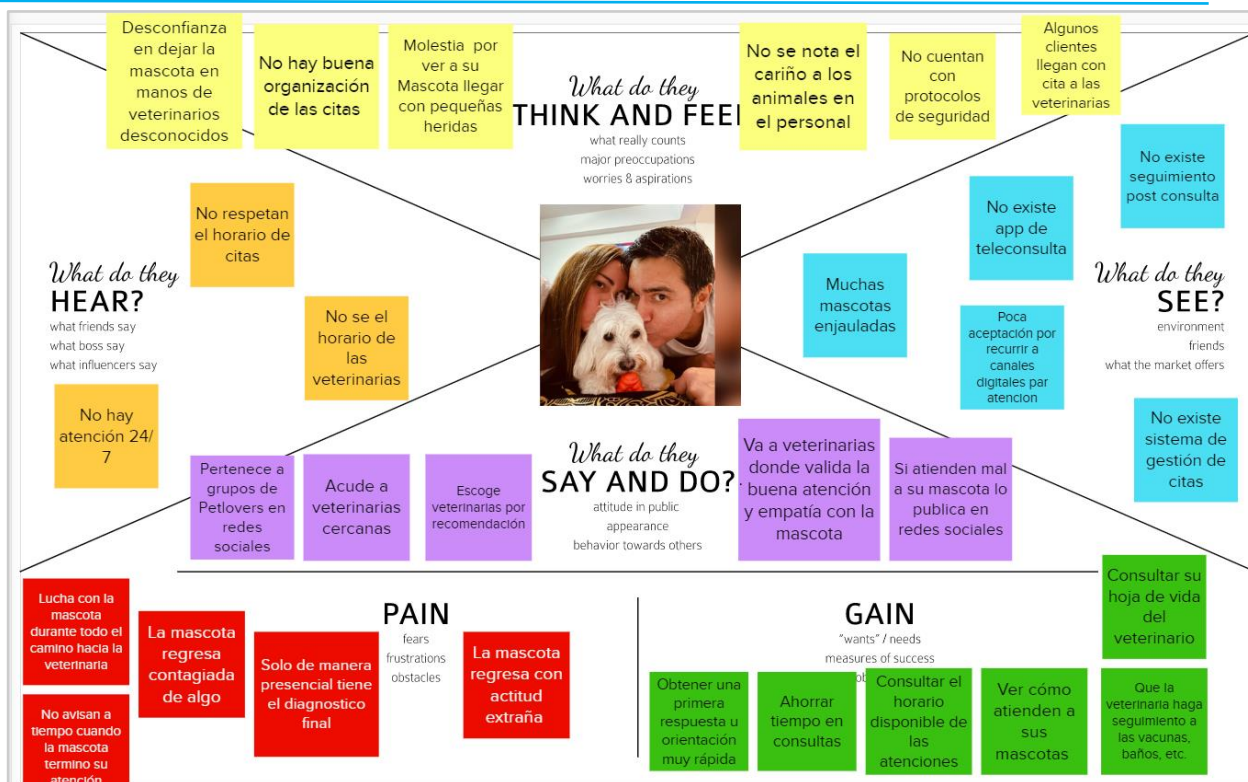
Fuente: Elaboración propia

Imagen 29: Mapa de empatía - veterinarios



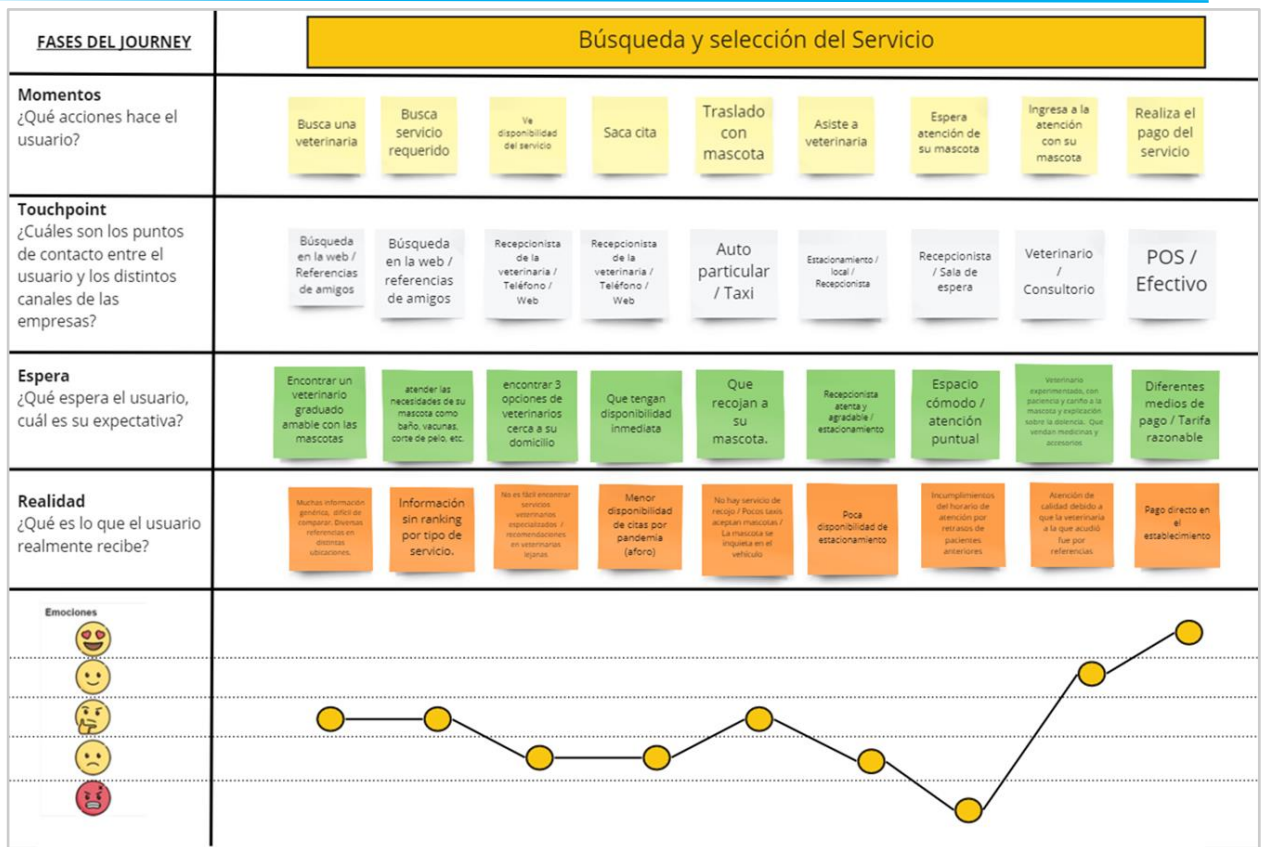
Fuente: Elaboración propia

Imagen 30: Mapa de empatía - dueños de mascotas



Fuente: Elaboración propia

Imagen 31: Customer journey map



Fuente: Elaboración propia

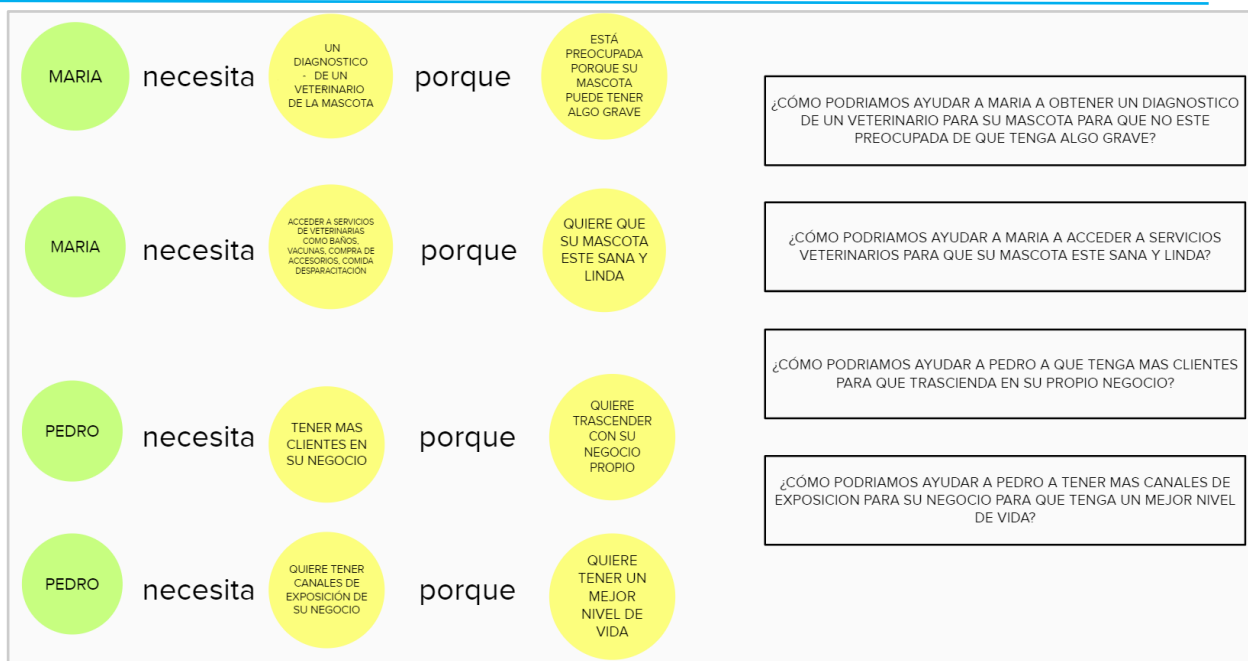
Fase 02: Definir

En esta etapa creamos un punto de vista basado en las necesidades de los usuarios y las percepciones. Al momento de definir el problema a resolver debemos tener en cuenta que debe ser:

- Inspiradora.
- Plasmar la información y las emociones de las personas observadas.
- Permitir la generación de criterios para evaluar si el objetivo es alcanzado.

Para nuestro caso, hemos identificado dos Point Of View Statement (POV) y dos How Might We tanto para los veterinarios como para los dueños de mascotas.

Imagen 32: Identificación de Point of view y how me wight



Fuente: Elaboración propia

Fase 03: Idear

Nos ayudamos del Brainstorming o lluvia de ideas para plasmar las propuesta de soluciones en base a los insight identificados, en esta etapa no existen propuestas negativas ni malas, todas son bienvenidas.

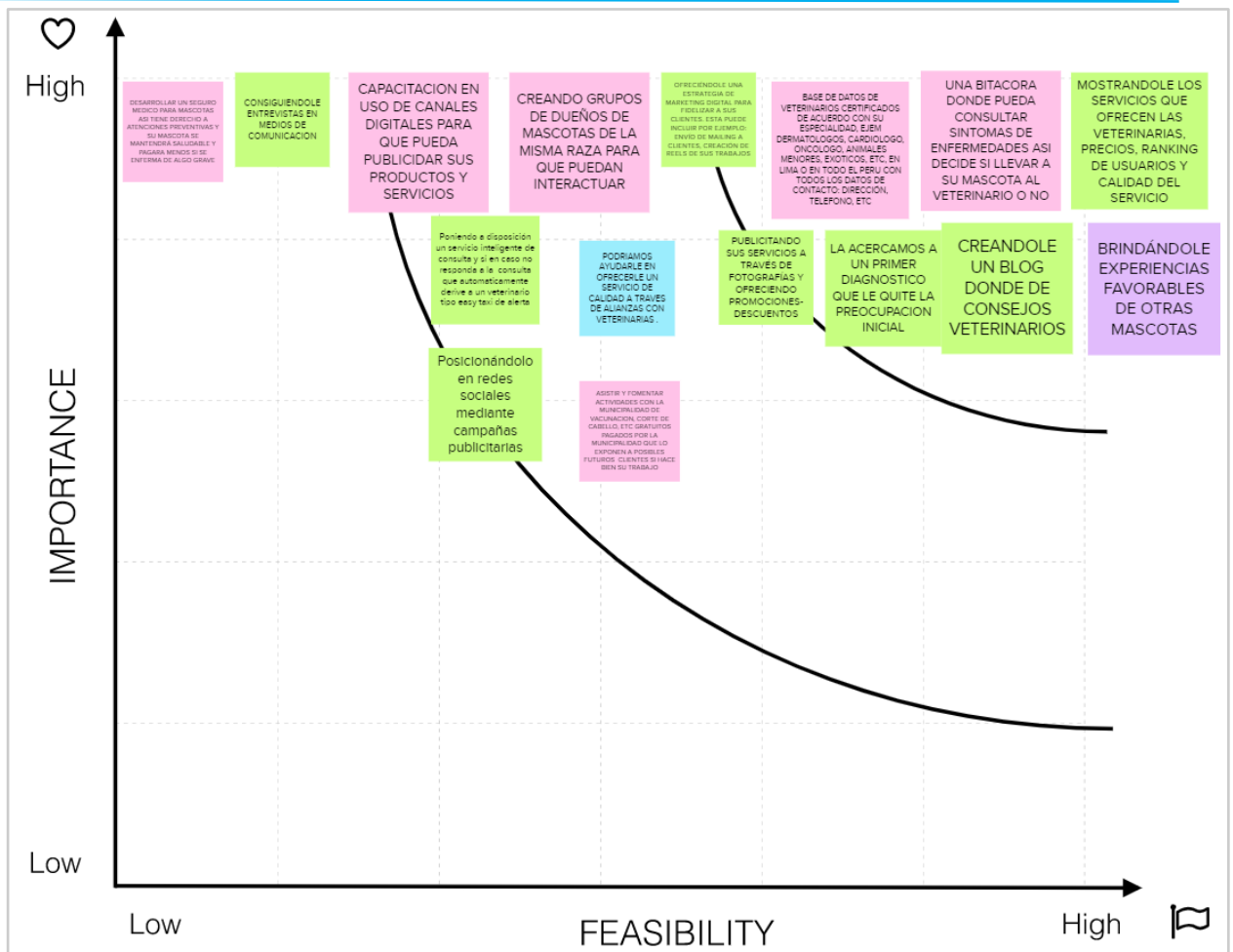
Imagen 33: Brainstorming

¿CÓMO PODRIAMOS AYUDAR A MARIA A OBTENER UN DIAGNOSTICO DE UN VETERINARIO PARA SU MASCOTA PARA QUE NO ESTE PREOCUPADA DE QUE TENGA ALGO GRAVE?	¿CÓMO PODRIAMOS AYUDAR A MARIA A ACCEDER A SERVICIOS VETERINARIOS PARA QUE SU MASCOTA ESTE SANA Y LINDA?	¿CÓMO PODRIAMOS AYUDAR A PEDRO A QUE TENGA MAS CLIENTES PARA QUE TRASCENDA EN SU PROPIO NEGOCIO?	¿CÓMO PODRIAMOS AYUDAR A PEDRO A TENER MAS CANALES DE EXPOSICION PARA SU NEGOCIO PARA QUE TENGA UN MEJOR NIVEL DE VIDA?
<p>UNA BITACORA DONDE PUEDA CONSULTAR SINTOMAS GRAVES DE ENFERMEDADES ASI DECIDE SI LLEVAR A SU MASCOTA AL VETERINARIO O NO</p> <p>PODEMOS MOSTRARLE TODAS LAS VETERINARIAS DISPONIBLES CERCA A SU CASA</p> <p>LA ACERCAMOS A UN PRIMER DIAGNOSTICO QUE LE QUITE LA PREOCUPACION INICIAL</p> <p>Mostrándole una lista de contactos de veterinarios(as) con dirección, distrito, provincia, departamento</p> <p>ACTIVIDADES DE LA MUNICIPALIDAD GRATUITAS DE ATENCION DE MASCOTAS PARA QUE MANTENGA A SU MASCOTA SANA</p> <p>Poniendo a disposición un servicio inteligente de consulta y si en caso no responde a la consulta que automáticamente derive a un veterinario tío esa y taxi de alerta</p> <p>DÁNDOLE ACCESO A CONTACTO DE VETERINARIOS CERTIFICADOS</p> <p>PODRIAMOS AYUDARLE EN OFRECERLE UN SERVICIO DE CALIDAD CON DIAGNOSTICO CERTERO.</p> <p>GRUPOS DE DUEÑOS DE MASCOTAS DE LA MISMA RAZA PARA QUE PUEDA PREGUNTAR PUEDE SER WHATSAPP O FACEBOOK</p> <p>BASE DE DATOS DE VETERINARIOS DE ACUERDO CON SU ESPECIALIDAD, EJEM DERMATOLOGOS, CARDIOLOGO, ONCOLOGO, ANIMALES MENORES, EXOTICOS, ETC, EN LIMA O EN TODO EL PERU</p> <p>DESARROLLAR UN SEGURO MEDICO PARA MASCOTAS ASI TIENE DERECHO A ATENCIONES PREVENTIVAS Y SU MASCOTA SE MANTENDRA SALUDABLE Y PAGARA MENOS SI SE ENFERMA DE ALGO GRAVE</p>	<p>BRINDÁNDOLE EXPERIENCIAS FAVORABLES DE OTRAS MASCOTAS</p> <p>PODRIAMOS AYUDARLE EN BRINDARLE LAS MEJORES RECOMENDACIONES DE VETERINARIAS QUE REALICEN UN BUEN SERVICIO</p> <p>MOSTRANDOLE LOS SERVICIOS QUE OFRECEN LAS VETERINARIAS, PRECIOS Y RANKING DE USUARIOS</p> <p>SEGURO DE SALUD DE MASCOTAS</p> <p>MOSTRÁNDOLE UNA VARIEDAD DE SERVICIOS DISPONIBLES DE DIFERENTES PRECIOS Y CALIDADES</p> <p>PUBLICITANDO CORTES DE PELO POR RAZA, FOTOS DE ANTES Y DESPUES DEL CORTE</p> <p>Enviándole mailing de publicidad de veterinario(as) cerca a su domicilio</p>	<p>BRINDÁNDOLE UNA MAYOR BASE DE CLIENTES A LOS QUE PUEDA ACCEDER</p> <p>PUBLICITANDO SUS SERVICIOS, OFRECIENDO PROMOCIONES PARA LA PRIMERA ATENCION (QUIZAS PRIMERA CONSULTA GRATUITA)</p> <p>Realizando un plan de marketing digital</p> <p>Realizar un reel de sus trabajos para mostrar a los clientes</p> <p>QUE ESTE EN LA LISTA DE VETERINARIOS ACTIVOS DEL PERU</p> <p>PODRIAMOS AYUDARLE EN BRINDARLE MAYOR VARIEDAD DE CANALES DE ATENCION PARA QUE BRINDA SUS PRODUCTOS O SERVICIOS.</p> <p>CREÁNDOLE PLANES DE FIDELIZACION DE CLIENTES</p> <p>Posicionándolo en redes sociales mediante campañas publicitarias</p> <p>Lanzando promociones tipo Rappi</p>	<p>BRINDÁNDOLE ACCESO A PLATAFORMAS DONDE INTERACTUEN PET-LOVERS</p> <p>PODRIAMOS AYUDARLE EN IMPLEMENTAR UNA OPTIMA ESTRATEGIA DE MARKETING OIUE AYUDE AUMENTAR SUS VENTAS</p> <p>OFRECIÉNDOLE UNA ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL</p> <p>CAPACITACION EN USO DE REDES SOCIALES</p> <p>CONSIGUIÉNDOLE ENTREVISTAS EN MEDIOS DE COMUNICACION</p> <p>CREÁNDOLE UN BLOG DONDE DE CONSEJOS VETERINARIOS</p> <p>Explicándole que existen varios canales digitales donde se puede marketear</p> <p>ACTIVIDADES CON LA MUNICIPALIDAD DE VACUNACION, CORTE DE CABELLO, ETC GRATUITOS INCLUIDOS POR LA MUNICIPALIDAD QUE LO ESPERAN A POSIBLES FUTUROS CLIENTES SI HACE BIEN SU TRABAJO</p>

Fuente: Elaboración propia

Luego agrupamos las ideas y las priorizamos en base a la importancia y factibilidad para poder tener una base como desarrollo de nuestro primer producto mínimo viable..

Imagen 34: Brainstorming

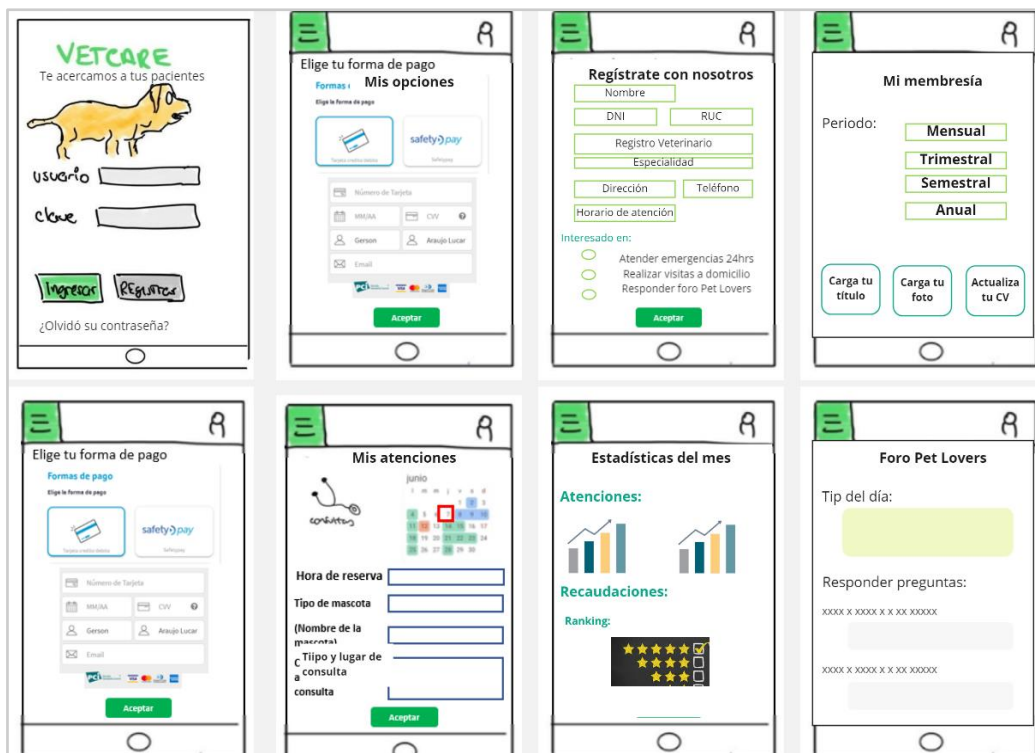
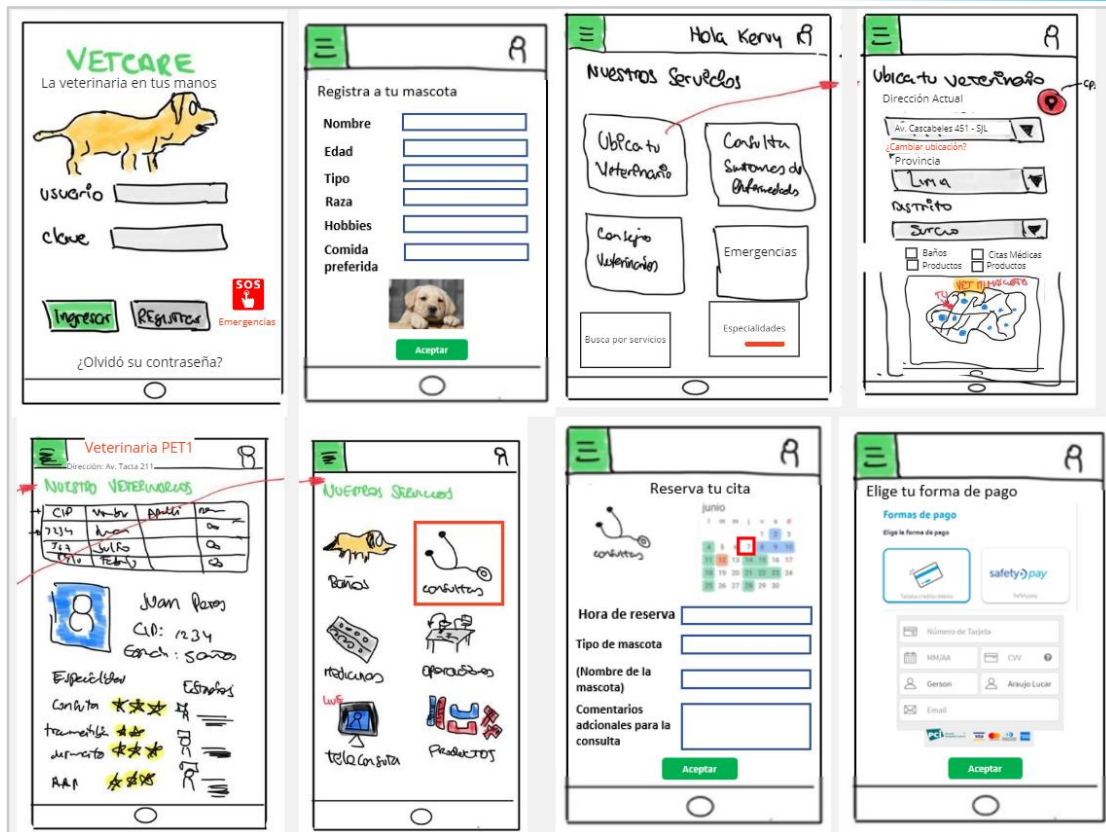


Fuente: Elaboración propia

Fase 04: Prototipar

Las ideas identificadas en la fase anterior las llevamos a un entorno más visual, que para ello nos hemos ayudado con la aplicación del crazy eight para elaborar una propuesta de solución en tan sólo ocho pasos, la idea de esta propuesta es tener un prototipo en baja fidelidad a un bajo costoso para ser mostrado a los usuarios (veterinarios y dueños de mascotas) en la siguiente fase. Una vez tenido el feedback se va mejorando iterativamente hasta tener un prototipo de alta fidelidad.

Imagen 35: Crazy eights - dueños de mascota



Fuente: Elaboración propia

Imagen 36: Crazy eights – veterinarios Fuente: Elaboración propia

Fase 05: Evaluar

Por último, en esta fase se mostró a los usuarios (veterinarios, dueños de mascotas) el prototipo para ver si la propuesta planteada de solución se adecua a sus necesidades. Las pruebas permiten:

- Recopilar comentarios.
- Refinar soluciones.
- Aprender más acerca de los usuarios.

Para poder plasmar las observaciones hechas por los usuarios hemos utilizado la herramienta Feedback Capture Grid, donde se han identificado:

- Lo que funcionó bien.
- Lo que podría mejorarse.
- Preguntas y dudas.
- Ideas nuevas

Imagen 37: Feedback Capture Grid - veterinarios



Fuente: Elaboración propia

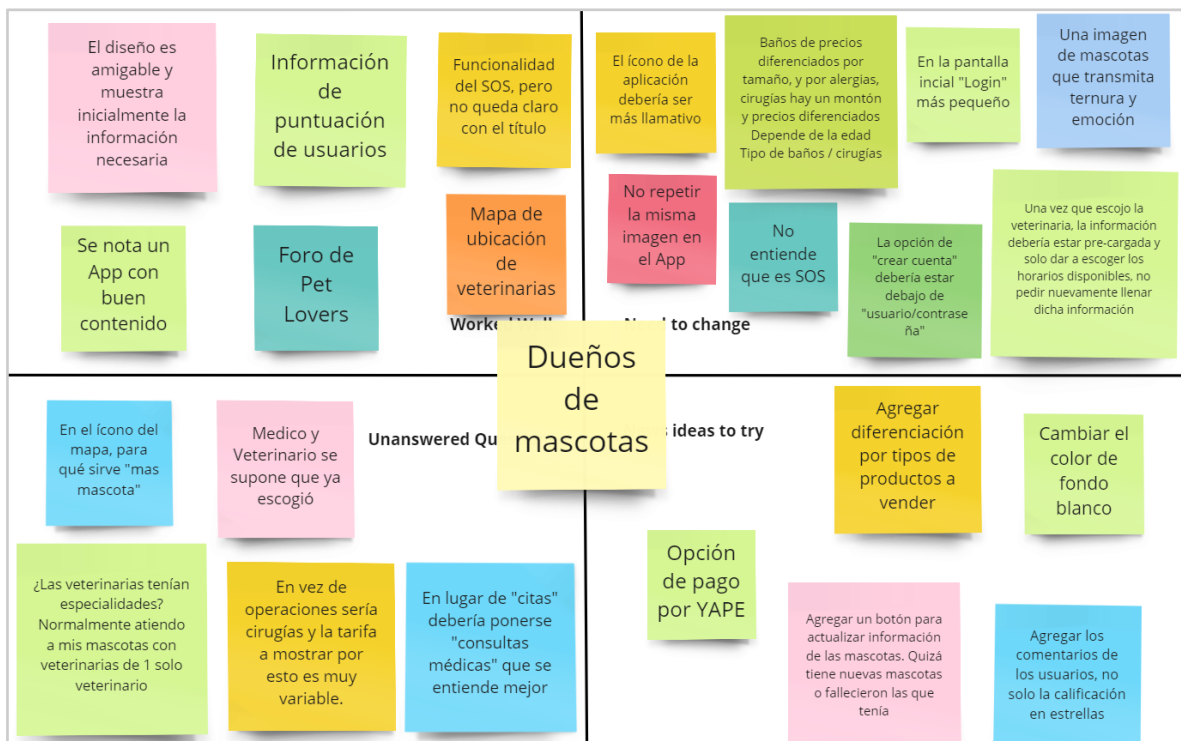


Imagen 38: Feedback Capture Grid - veterinarios

Fuente: Elaboración propia

5.2.4. Propuesta de mejora

Matriz FODA

<u>Factores internos (controlables)</u>	<u>Factores externos (no controlables)</u>
<p>FORTALEZAS:</p> <ul style="list-style-type: none">• Una aplicación novedosa que busca lograr la satisfacción máxima de los usuarios.• Aproxima servicios básicos a una población que los necesita.• La aplicación es capaz de recoger feedback de los usuarios para implementar constantemente mejoras.• Se permitirá la interacción y la posibilidad de crear grupos de razas o de interés.• Diseño intuitivo para un fácil uso con cualquier dispositivo• Servicio técnico oportuno para resolver problemas de los usuarios.	<p>OPORTUNIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none">• El grupo objetivo se encuentra en crecimiento.• Cada vez más personas se familiarizan con comprar productos o servicios a través de internet.• Entorno de pandemia que sugiere la no presencialidad de las actividades.

DEBILIDADES: <ul style="list-style-type: none">• No se cuenta con un “know How” ni antecedentes de experimentación en el mercado Peruano.	AMENAZAS: <ul style="list-style-type: none">• Aparición de competencia, en el mercado.• Encarecimiento de productos importados dado la coyuntura mundial.• Encarecimiento del servicio debido a la coyuntura mundial.

Planteamiento de propuesta de innovación

• Descripción del servicio

La aplicación está dirigida a personas que sean dueños de mascotas entre 20 y 60 años, que consideren a estas como miembros importantes de su familia, y que busquen lo mejor en atención y servicios veterinarios así como productos específicos. Así como a veterinarios que necesitan expandir sus fronteras y dar a conocer sus servicios.

Las dos versiones de esta aplicación podrán descargarse gratuitamente a través de la Play Store de Android o el AppStore de IOS.

● Estructura del servicio

Fase 1: Descarga y Registro

Dueño de Mascota: El usuario de nuestro servicio descarga nuestra aplicación y crea un perfil propio y de la o las mascotas que desee registrar, este proceso será totalmente intuitivo y permitirá crear una historia clínica útil a la hora que nuestros aliados veterinarios tomen la atención, de esta manera se brindan datos de alergias, problemas crónicos, etc.

Una vez creado el perfil o los perfiles, el usuario puede empezar a interactuar con nuestro staff de colaboradores veterinarios y buscar el servicio que se ajuste a la necesidad correspondiente.

Veterinario: Debe crear un perfil mostrando sus credenciales que lo acrediten como veterinario, especificar, cursos actualizaciones y especialidades, además de indicar el medio por el cual se le harán los abonos de las atenciones.

Fase 2: elección del servicio

Los dueños de mascotas podrán elegir el servicio que necesitan, Ubica tu veterinario, consulta síntomas de enfermedades, consejo veterinario, emergencias, buscar por servicios y por especialidades.

Ubica tu veterinario.

La aplicación buscará según tu ubicación al veterinario más cercano a ti, también se tiene la opción de elegir la zona o distrito de lima para localizar al aliado más cercano a la dirección especificada, además se podrá filtrar por cual es la atención necesaria (baños, productos, citas, emergencias etc,) brindara la ubicación en el mapa para una fácil llegada.

Pantalla de información del veterinario donde el dueño de mascota podrá contar con la información pertinente para poder tomar la decisión de contratar sus servicios, además de su calificación, especialidades, etc.

Veterinario: el veterinario no interviene en ese proceso, pero si da a conocer su disponibilidad.

Fase 3: Agendar Cita

Búsqueda por servicios.

el usuario tendrá la opción de elegir si necesita, baños para su mascota, consultas médicas, medicinas, operación, teleconsultas productos.

Se especificará hora día de cita, nombre de la mascota y comentarios adicionales de la consulta, además de poder activar notificación de recordatorio para que no se les olvide la cita.

Una ventana que servirá como una agenda virtual que además enviará notificaciones de recordatorio para sus citas, esta contará con la información del paciente, el día y la hora de la atención .

Método de pago

El cliente contará con la elección de método de pago de la consulta con la seguridad del caso para brindar confianza.

Veterinario: al veterinario le llega una solicitud de acuerdo a la disponibilidad y el la acepta y automáticamente su disponibilidad en la agenda varia.

Fase 4: Desarrollo de la atención

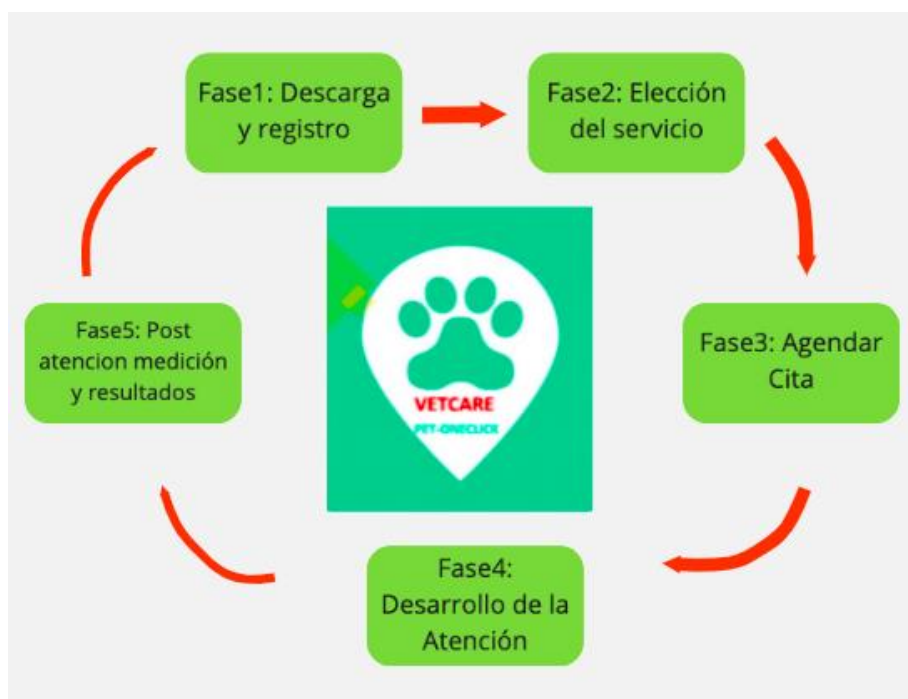
El día de la atención se realizará mediante una videollamada a través de nuestra aplicación posteriormente.

Veterinario: indicará, al usuario si el usuario necesita el envío de medicamentos por delivery a donde se encuentre o serán recogidos personalmente, además de ser una atención que lo amerite el veterinario sugerirá la presencialidad del servicio para la mascota.

Fase 5: Post atención, medición y resultados

El usuario y el veterinario brindan la calificación de la atención, proceso muy importante para nuestra aplicación debido a que permite una mejora constante y un control.

Imagen 39: Fases para la atención veterinaria



Fuente: Elaboración propia

● Propuesta unica

Esta aplicación será un aliado para veterinarios y dueños de mascotas, que brindará soluciones efectivas a las necesidades de este grupo objetivo, con un diseño de fácil interacción y pensado en la seguridad tanto de veterinarios, dueños de mascotas y mascotas.

● Nicho de mercado al que se pretende llegar

Hombres y mujeres de 20 y 60 años de NSE A, B y C, amantes de sus mascotas.

Veterinarios con centros de veterinaria o independientes, interesados en expandir sus mercados y dar a conocer sus especialidades.

● Análisis de mercado

Características del mercado:

Mercado con tendencia al crecimiento, cada vez más personas deciden adoptar o comprar mascotas, estos se vuelven en muchos casos parte importante de sus familias, también cada día hay más jóvenes que deciden no tener hijos y en muchos casos deciden criar mascotas, estos se vuelven como hijos para ellos, como hijos gozan de que todas sus necesidades están completas y también cuentan con privilegios especiales.

Características del cliente:

Hombres y Mujeres de 20 a 60 años de NSE A, B y C:

- Acostumbrados a la tecnología y nativos digitales: hoy en día el uso de aplicaciones forma parte de su vida.
- Pet lovers: Personas amantes de los animales y muy preocupadas por las necesidades de sus mascotas.
- Personas que tienen mascotas en vez de hijos: muchas personas hoy en día deciden que es mucho más conveniente tener mascotas antes que hijos, o deciden postergar al máximo el hecho de tener hijos, por lo que optan en tener mascotas durante ese periodo.

● **Evaluación Competitiva**

- Imagen 40: Comparación de funcionalidades con otras aplicaciones

The image shows a comparison table of features for three applications: VetCare, Vet Care, and Dogo. The background features a black cat and a brown dog. The table lists six features and indicates their availability in each application with a checkmark (✓) or an 'X'.

FUNCIONES	VET CARE	DOGO
Disponible para IOS y Android	✓	✓
Historial médico	✓	✗
Atención Veterinaria	✓	✗
Comunidad de pet losers	✓	✓
Opción para varias especies de mascotas	✓	✗
Emergencias veterinarias	✓	✗

Fuente: Elaboración propia

- **Potencial del mercado**

Personas interesadas en tener mascotas + Amantes de los animales + jóvenes que deciden tener mascotas antes que hijos = Necesidad de médicos veterinarios.

- **Elementos incontrolables**

Falta de interés de algunos dueños por la salud de sus mascotas.

5.2.5. Impacto de propuesta de investigación

Impacto social: Beneficiaría a los usuarios con mascotas en casa porque puedes realizar de forma dinámica la atención veterinaria

Impacto económico: Médicos veterinarios expanden su mercado.

Impacto ambiental: Se minimizará la interacción presencial reservando sólo para casos de emergencia, de esta manera se reducirá el riesgo de contaminación de Covid 19.

5.3 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.3.1. Conclusiones

Se tuvo como objetivo lograr desarrollar la propuesta de un prototipo de una aplicación que ayudará tanto a dueños , veterinarios , educadores de perros y toda persona que esté relacionada con mascotas, para formar una comunidad virtual donde se ofrezcan servicios en bien de las mascotas de forma rápida y sencilla .

Después de un análisis a los a nuestro público objetivo se ha logrado determinar que un 40.5 % de los encuestados estarían dispuestos a utilizar una aplicación para la atención de las mascotas, pero que estas apps son de una veterinaria en específico , siendo el objetivo principal la creación de una plataforma que conecte distintos veterinarios , dueños , o personas a fines.

La aplicación brindará un amplio catálogo de opciones veterinarias, dando al usuario la elección por los servicios que más se le acomoden y/o requieran.

Al tener una plataforma totalmente virtual , se cumplirá el segundo objetivo , el cual es evitar el contacto innecesario entre veterinarios y dueños de mascotas durante la emergencia sanitaria de la COVID 19, se podrán agendar citas o directamente realizar consultas a través del app evitando así un contacto directo y un posible contagio .

El tercer objetivo busca brindar opciones de especialistas médicos a los dueños de mascotas , por lo cual se ha logrado cubrir las diferentes solicitudes de los dueños como la búsqueda de veterinarias que atienden emergencias 24 horas ,o con especialidades en distintas ramas médicas . Desarrollando la plataforma para que distintas veterinarias con variadas características puedan ofrecer sus servicios dentro del app. Así los dueños pueden comparar o buscar los que requieran en una sola plataforma .

Como último objetivo se tiene gestionar la atención de emergencias veterinarias 24 horas los 7 días de la semana en Lima Metropolitana.

5.3.2. Recomendaciones

Ante lo investigado y según las respuestas obtenidas la investigación , se concluye que los dueños de distintas mascotas buscan su cuidado , educación y salud en ellas. Además que existen algunos con necesidades más especializadas , por lo cual se recomienda la creación de hospitales veterinarios , en el que tengan más equipadas las distintas especialidades médicas que podría llegar a necesitar una mascotas.

También se recomienda la implementación de plataformas virtuales , y el uso de estas en las veterinarias y negocios afines para potenciarlas, de esa manera será más fácil su ubicación y el conocimiento del catálogo de servicios que ofrezcan . Adicionalmente a las empresas veterinarias contar con este app para poder agilizar su proceso de atención de los pacientes. Asimismo se sugiere a los poseedores de mascotas descarguen esta app móvil para poder hacer un seguimiento constante de la salud de sus mascotas.

V. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

- Bazalar Broncales, J., Bedoya Mago, L., Cueva López, F., Lizardo Pinado, N., y Tueros De La Cruz, D. (2018). *Pet's app* [Trabajo de investigación de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola]. USIL Repositorio Institucional. <https://repositorio.usil.edu.pe/handle/usil/3691>
- Bernal Robles, D., Blas López, D., De La Piedra Chávez, A., Matzumura Meza, S., y Zavala Taboada, D. (2019). *Plan de negocios para implementación de una funeraria ecológica para mascotas en la zona 07 de Lima Metropolitana* [Tesis de Maestría, Universidad ESAN]. ESAN Repositorio Institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.12640/1703>
- Chaves, R., y Monzón, J. L. (diciembre 14, 2012). *La economía social en la Unión Europea* [Informe de economía pública, social y cooperativa]. Comité Económico y Social Europeo. http://ciriec.uliege.be/wp-content/uploads/2015/12/EESC_CIRIECInforme2012_ES.pdf.
- CPI. (octubre ,2018). *Tendencias de mascotas en los hogares a nivel nacional*. [Informe de mercado]. Compañía peruana de estudios de mercados y opinión publica S.A.C. http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_mascotas_201808.pdf
- Cruz Monzón, G., Perez Atunca, M., y Ramos Araujo, A (2021). *Tienda móvil para mascotas- Munay*. [Trabajo de investigación de pregrado, Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, repositorio institucional. <http://hdl.handle.net/10757/655534>

Gansky, L. (2010). *The mesh: why the future of business is sharing*. Penguin Books Ltd.

Guinaudeau, C., Paz Villacrez, E., Shimabuku Vega, D., y Vela Nuñez-Melgar, J. (2015). *Plan de negocios para implementación de un hotel spa de mascotas en Lima Metropolitana*. [Trabajo de investigación de maestría, Universidad ESAN]. ESAN Repositorio Institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.12640/599>

Alonso-Arévalo, J., y Mirón-Canelo, J. A. (setiembre 22, 2017). Aplicaciones móviles en salud: potencial, normativa de seguridad y regulación. *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud*, 28(3), 1-13. <http://scielo.sld.cu/pdf/ics/v28n3/rci05317.pdf>

JURADO, O. (2020). *Estudio estratégico para la creación de un crematorio de mascotas en Lima Metropolitana*. [Trabajo de investigación de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio Institucional Pontificia Universidad Católica del Perú. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/18352>

León Rocha, J., y Aguirre Campos, M. (2017). *Seguro para mascotas en Lima Metropolitana*. [Trabajo de investigación de maestría, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Institucional Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. <http://hdl.handle.net/10757/622763>

Redacción. (setiembre,2013). Economías colaborativas o comunitarias: juntas podemos. *Revista Opciones*, 44(2),1-32. <http://opcions.org/es/revista/44-economias-colaborativa>

Armas Roque, T., Vizcarra Vásquez, G., Ramos Vásquez, S., y Garro Robles, K. (2018). *Modelo de negocio de baño y estética móvil para mascotas a domicilio, mediante una aplicación móvil*. [Trabajo de investigación de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas] Repositorio Institucional de Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. <http://hdl.handle.net/10757/624709>

Grados Denegri, F., y Rodriguez Vega, F. (2020). *Aplicativo móvil para la gestión de servicios clínicos para veterinarios en Lima-Metropolitana*. [Tesis de grado, Universidad Autónoma del Perú] Repositorio Institucional de Universidad Autónoma del Perú. <https://hdl.handle.net/20.500.13067/1079>

Torres Argomedo, F., Zambrano Cieza, C., y Patiño Arana, C. (2019). *Delivery VET-Tu Mascota, en nuestras manos siempre sanas y felices*. [Trabajo de investigación de posgrado, Universidad Tecnológica del Perú] Repositorio Institucional de Universidad Tecnológica del Perú. <https://hdl.handle.net/20.500.12867/3088>

Anexos

5.1.1. Matriz de consistencia si aplica

E					
TITULO: PROTOTIPO DE APLICACION MOVIL PARA SERVICIOS VETERINARIOS BASADO EN ENFOQUE DE ECONOMIA COLABORATIVA					
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE 1: Aplicación móvil basada en una economía colaborativa		
Problema Principal	Objetivo General	Hipótesis General	Dimensiones	Indicadores	Cuestionario
¿De qué manera un prototipo de aplicación móvil basado en una economía colaborativa beneficia la atención veterinaria?	Diseñar un prototipo de aplicación móvil basado en una economía colaborativa beneficia la atención veterinaria	El diseño de un prototipo de aplicación móvil basado en una economía colaborativa beneficia la atención veterinaria	Salud	numero de atenciones veterinarias	cada cuanto tiempo lleva a su mascota a chequeos por consulta veterinaria
				numero de de emergencias veterinarias	con que frecuencia ha tenido emergencias veterinarias
				numero de mascotas con problemas crónicos	esta de acuerdo en que es fácil encontrar atención veterinaria de emergencia
				numero de especialistas para mascotas con problemas crónicos	alguna de sus mascotas tiene problemas crónicos
					esta de acuerdo en que es fácil encontrar médicos veterinarios especialistas en problemas crónicos para sus mascotas
					durante la cuarentena y restricciones por que es de queda encontro con facilidad atención medica veterinaria
			Aplicaciones móviles	numero de aplicaciones de servicios veterinarios	tiene conocimiento de alguna aplicación para mascotas
				numero de visitas a aplicaciones	estaria de acuerdo en descargar una aplicación para celulares que le permitan conectarse con veterinarios con que frecuencia utiliza la aplicación para mascotas
					es de su interés encontrar información sobre como mejorar la crianza de su mascota
			Bienestar	porcentaje de satisfacciones de servicios veterinarios	en que productos o servicios para su mascota está interesado
				gasto promedio mensual en atenciones veterinarias	en promedio cuando paga por cada atención veterinaria
Problema específicos	Objetivos Especificos:	Hipótesis específicas:			
¿De qué manera el prototipo de aplicación móvil basado en una economía colaborativa beneficia a los usuarios de servicios veterinarios?	Determinar de qué manera un prototipo de aplicación móvil basado en una economía colaborativa beneficia a los usuarios de servicios veterinarios	El diseño de un prototipo de aplicación móvil basado en una economía colaborativa beneficia a los usuarios de servicios veterinarios			
¿De qué manera el un prototipo de aplicación móvil basado en una economía colaborativa beneficia a los proveedores de los servicios veterinarios ?	Determinar de qué manera un prototipo de aplicación móvil basado en una economía colaborativa beneficia a los proveedores de los servicios veterinarios	El diseño de un prototipo de aplicación móvil basado en una economía colaborativa beneficia a los proveedores de los servicios veterinarios			

5.1.2. Matriz de operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	ITEMS	INST	ESCALAS				
								1	2	3	4	5
Aplicación móvil basada en enfoque de economía colaborativa	Una aplicación móvil que necesite de la interacción entre veterinarios y dueños de mascotas para lograr servicios veterinarios	Operacionalmente se entiende que la aplicación móvil basada en una economía colaborativa está orientada en las siguientes dimensiones salud, aplicaciones móviles y bienestar.	Salud	numero de atenciones veterinarias	ORDINAL	1	CUESTIONARIO VI	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
				numero de emergencias veterinarias		2						
				numero de mascotas con problemas cronicos		3						
				numero de especialistas para mascotas con problemas cronicos		4						
						5						
			Aplicaciones Móviles	numero de aplicaciones de servicios veterinarios	6							
				numero de visitas a aplicaciones veterinarias	7							
					8							
					9							
					10							
			Bienestar	porcentaje de satisfaccions de servicios veterinarios	11							
					12							
					13							
					14							
					15							
					16							
					17							
					18							
					19							
					20							

5.1.3. Instrumentos de recolección de datos

App de Mascotas

¡Hola! Fiorella Rojas y Vanhja Paz, Giancarlo Marin, alumnos de la Escuela Superior Instituto San Ignacio de Loyola. El propósito de esta encuesta es conocer tu opinión el desarrollo de un prototipo de aplicación móvil que junto de aliados veterinarios brinde servicios médicos veterinarios a los dueños de mascotas de Lima Metropolitana (VetCare). Además, es parte de nuestro trabajo de tesis para la obtención del grado de bachiller.

Instrucciones:
El tiempo de duración de la encuesta es menor a 10 minutos. Además, es totalmente confidencial y anónima. Sus respuestas serán utilizadas únicamente para la investigación, por ello le pedimos sinceridad al momento de contestar. ¡Muchas gracias por su tiempo!

¿Cuántos años tiene? *

De 18 a 29

De 30 a 39

De 40 a 49

De 50 a 59

Más de 60

Indique su género *

Femenino

Masculino

Otro

¿Tiene mascotas? *

Si

No

En este momento no tengo, pero he tenido y quiero volver a tener

1. ¿Cuántas mascotas tienes en casa? *

- 1
- 2
- 3
- 4
- Mas de 5

2. ¿Que tipo de mascota tiene? *

- Perros
- Gatos
- Aves
- Peces
- Otros

3. ¿ Está de acuerdo en que su mascota es parte importante de su familia? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

4. ¿ Tiene conocimiento de alguna app mascotas? *

- Dogo
- Petzbe
- Dog Buddy Free
- Otras
- No conozco ninguna

5. ¿Con qué frecuencia utiliza Apps para mascotas? *

- Siempre
- Casi siempre
- Ocasionalmente
- Casi nunca
- Nunca

6. ¿Estaría de acuerdo en descargar una Aplicación para celulares que le permite conectarse con veterinarios para la atención de sus mascotas? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni desacuerdo
- Desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

7. ¿Cada cuánto tiempo lleva a su mascota a chequeos por consulta? *

- Siempre
- Casi siempre
- Ocasionalmente
- Casi Nunca
- Nunca

⋮

8. ¿Con qué frecuencia ha tenido emergencias veterinarias? *

- Siempre
- Casi siempre
- Ocasionalmente
- Casi Nunca
- Nunca

9. ¿Está de acuerdo en que es fácil encontrar atención veterinaria de emergencia? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Desacuerdo
- Totalmente desacuerdo

10. ¿Alguna de sus mascotas tiene problemas crónicos? *

- Si
- No

11. ¿Está de acuerdo en que es fácil encontrar médicos veterinarios especialistas en problemas crónicos para sus mascotas? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Desacuerdo
- Totalmente desacuerdo

12. Durante el estado de emergencia sanitaria, ¿Encontró con facilidad atención médica veterinaria para su mascota? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni desacuerdo
- Desacuerdo
- Totalmente desacuerdo

13. ¿Qué tan satisfecho está con el servicio de atención veterinaria? *

- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Ni satisfecho ni insatisfecho
- Insatisfecho
- Muy insatisfecho

⋮

14. ¿A la hora de tener un diagnóstico busca una segunda opinión? *

- Siempre
- Casi siempre
- Ocasionalmente
- Casi nunca
- Nunca

15. En promedio ¿Cuánto paga por cada atención veterinaria? *

- 10 a 50 soles
- 51 a 100 soles
- 101 a 200 soles
- 201 a 300 soles
- 301 a más

16. ¿Es de su interés encontrar información sobre cómo mejorar la crianza de su mascota? *

- Muy interesado
- Interesado
- Me da igual
- Desinteresado
- Muy desinteresado

17. ¿En qué productos y/o servicios para su mascota está interesado?

Ropas y accesorios

Alimentación

Juguetes

Baños

Other...

⋮

18. ¿Qué tan de acuerdo estaría en realizar consultas veterinarias, compras de productos y accesorios para mascotas a través de nuestra APP?

Totalmente de acuerdo

Deacuerdo

Ni deacuerdo ni desacuerdo

Desacuerdo

Totalmente desacuerdo

5.1.4. Validación de expertos si aplica

INFORME DE JUCIO DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y Nombres del experto: Mg. Bib. Roxana Alexandra Albarracin Aparicio
- 1.2. Cargo e institución del experto: Docente – ISIL - UNMSM
- 1.3. Nombre del instrumento: Encuesta Pet APP
- 1.4. Autor del instrumento: Vanhia Paz, Fiorella Rojas, Giancarlo Marin
- 1.5. Título de la investigación: Prototipo de aplicación móvil para servicios veterinarios basado en enfoque de economía colaborativa (vetcare)

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.					x
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.					x
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					x
4. ORGANIZACIÓN	Existe organización lógica					x
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					x
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.					x
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos					x
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y dimensiones.	x				
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					x
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					x
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						85%

PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	x		
Ítem 2	x		
Ítem 3	x		
Ítem 4	x		
Ítem 5	x		
Ítem 6	x		
Ítem 7	x		
Ítem 8	x		
Ítem 9	x		
Ítem 10	x		
Ítem 11	x		
Ítem 12	x		
Ítem 13	x		
Ítem 14	x		
Ítem 15	x		
Ítem 16	x		
Ítem 17	x		
Ítem 18	x		
Ítem 19	x		
Ítem 20	x		
Ítem 21	x		
Ítem 22	x		
Ítem 23	x		
Ítem 24	x		
Ítem 25	x		
Ítem 26	x		
Ítem 27	x		
Ítem 28	x		

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 85 %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: 07.07.2021

DNI N° 41981490

Firma del experto



Mg. Bib. Roxana Alexandra Albarracin Aparicio

