

PROYECTO DE GRADO

Cali / Colombia - Mayo 2017

Tu Peludo

Autor:

Javier Ernesto Mora Alvarado
javiermoradesign7@gmail.com

Tutor:

Juan David Soler

Asesor

Jose Andres Moncada



Plataforma de Servicios para satisfacer las necesidades de los usuarios, en relación con sus mascotas

Tabla de Contenido

DEFINICIÓN DE OPORTUNIDAD.....	3
PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	4
MARCO DE REFERENCIA	6
ESTADO DEL ARTE	10
TRABAJO DE CAMPO	15
DETERMINANTES DE DISEÑO	21
PROPUESTAS DE DISEÑO	23
PROPUESTA FINAL	26
MANUAL DE MARCA	28
SECUENCIA DE USO	33
PRUEBAS DE USUARIO	34
INTERFACES DE USUARIO	40
VIABILIDAD	42
MODELO CANVAS	44
PLAN DE EMPRESA	45
CONCLUSIONES	47
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	48





Tu Peludo

DEFINICIÓN DE OPORTUNIDAD

La alta presencia de mascotas en los jóvenes adultos y en familias colombianas ha despertado el interés en esta propuesta. Estudios realizados en el país por parte de la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco), comunican que en Colombia, seis de cada diez familias cuenta con una mascota. Aunado a esto, cabe resaltar que el mercado de mascotas tuvo un aumento del 15% en sus ventas para finales del 2015, según la Superintendencia de Industria y Comercio, lo cual evidencia una oportunidad en el mercado de las mascotas.

Esta investigación pretende crear y ofrecer una nueva alternativa de adquirir servicios para las mascotas en pro de su bienestar, y hacer más fácil la vida de los propietarios y de sus animales domésticos, brindándoles servicios personalizados, implementando plataformas digitales. Las plataformas digitales son herramientas que permiten desarrollar servicios de manera más rápida y altos montos de inversión inicial en infraestructura, pues éstos servicios se encuentran alojados en la nube de manera virtual. Este tipo de modelo de negocio se encuentra presente en aplicaciones destacadas del momento que buscan satisfacer necesidades a realizarse durante la semana de manera fácil y efectiva, facilitando así las tareas cotidianas, como lo son contratar servicios de taxi o domicilios.

En Conclusión, lo que propone t en esta investigación, es en conjunto con los medios interactivos, aproximarse a una solución en función de contribuir a facilitar la vida de los dueños y las mascotas, con la prestación de servicios seguros y confiables. Siendo una nueva

servicios que promueva el empleo y genere confianza en dueños de animales domésticos, comprendidos entre 18 y 50 años, es decir, jóvenes y adultos, conscientes del cuidado de su mascota. La plataforma permite que el usuario interactue y logre cree solicitudes para adquirir el servicio.

ANÁLISIS PRELIMINAR DE LA PROPUESTA

Según estudio de la Superintendencia de Industria y Comercio, las mujeres son líderes a la hora de invertir dinero en sus mascotas. El resultado arrojó que una familia en Colombia se gasta promedio mensualmente entre setecientos mil pesos m/c (\$70.000) y ochocientos mil pesos m/c (\$80.000mil) de sus ingresos, en solo dos de las necesidades básicas de sus perros como alimentación y peluquería, esto sin incluir a los nuevos consumidores millennial, que compran juguetes, ropa y productos personalizados para sus mascotas.

Son más de cien los establecimientos comerciales presentes en la ciudad de Cali, con registro en la Cámara de Comercio y más de 2.700 a nivel nacional, dedicados a comercializar productos y servicios para mascotas(Fenalco,2015), . No obstante, ninguno cuenta con aplicación móvil, ni sitio con un sitio web actualizado, que permita contratar servicios de manera online. Este servicio va dirigido a un público potencial, joven adulto de clase media alta (pertenecientes a estratos del tres al seis), entre los 18 y 50 años con posibilidad de realizar pagos. Esto comprende a Familias, Estudiantes universitarios, profesionales, e independientes amantes de los animales.





Para desarrollar este proyecto, se requiere el uso de computadores para la creación de interfaces, experiencia de usuario, usabilidad y desarrollo. La propuesta debe estar orientada para dispositivo móvil. Junto a esto, también se necesita un teléfono inteligente con conexión a internet ya sea utilizando wi-fi o mediante el uso de datos móviles, en función de usarlo para testear el comportamiento y usabilidad de la aplicación y realizar las pruebas necesarias para alcanzar el producto final.

ANÁLISIS TÉCNICO

En las calles, encontramos competidores individuales que ofrecen sus servicios de pasear perros y adiestramiento en conjuntos residenciales de la ciudad, siendo esta actividad una de sus fuentes de ingreso, operan mediante anuncio impreso, blog o fan page. Se puede afirmar que son competencia directa, porque estas personas, aunque sea de manera informal, otorgan información acerca de su servicio y son contratados mediante una llamada telefónica, concretando la oferta y la demanda del servicio.


La participación de la empresa, supone tener un gran impacto y acogida al ofrecer una herramienta que permita a los usuarios acceder a servicios personalizados para sus mascotas, que también se muestra como un mercado en alza al observar el alto uso de plataformas de servicio de taxis o domicilios, demostrando que el consumo de servicios mediante teléfonos celulares cada vez es más alto, Uber y Netflix son dos ejemplos exitosos de plataformas de servicios.

- Conocer las necesidades y problemas de los propietarios, en relación con sus mascotas
- Identificar sistemas similares de manera local y estado del arte global y su impacto en el mercado.
- Desarrollar un prototipo digital y evaluar la plataforma de manera que funcione como una alternativa a la hora de contratar servicios para mascota
- Conocer el comportamiento del mercado de las mascotas en Colombia y dejar en evidencia la oportunidad.
- Realizar pruebas de usuario, Analizar los resultados obtenidos del prototipo y dejar en evidencia la oportunidad

OBJETIVOS ESPECIFICOS

Integrar, a través de una plataforma digital, varios servicios para satisfacer las necesidades de los usuarios, en relación con sus mascotas

OBJETIVO GENERAL



?Cómo integrar, a través de una plataforma digital, varios servicios para satisfacer las necesidades de los usuarios, en relación con sus mascotas?

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

PROPUESTA DE CONCEPTO

Se desarrollará una plataforma digital móvil de servicios para mascotas llamada Tu Peludo. La compañía brindará a los clientes acceso directo mediante una página web diseñada para que los usuarios accedan de manera fácil y rápida a los servicios prestados por la compañía, que pretende ser una nueva alternativa en la contratación de servicios para mascotas y así convertirnos en una ayuda para dueños de mascotas y ser una fuente de trabajo.

Esta plataforma será útil para los clientes que posean mascotas y disponen de poco tiempo en el día para compartir con sus animales domésticos, Ofrecemos una alternativa de encontrar quien cuide, lleve a pasear o se encargue de su mascota durante un paseo o el tiempo que permanezcan fuera de casa. Queremos hacer que el salir de casa no resulte ser un dolor de cabeza, puesto que al utilizar los servicios prestados por Tu Peludo logren una total satisfacción de sus necesidades en relación con sus animales domésticos, al contar con una alternativa práctica a la hora contratar servicios para mascotas.

JUSTIFICACIÓN

Surge una necesidad de ayudar a los usuarios amantes de las mascotas desde la innovación en los servicios y es por esto que la investigación se fundamenta en conocer a fondo a este tipo usuario. Por otra parte, el campo de investigación de sistemas de recomendación, diseño de interfaces y experiencia de usuarios, nos proporciona herramientas que nos permiten obtener información del comportamiento de los usuarios y conocerlos detalladamente. Es aquí donde una intervención desde el Diseño de Medios Interactivos puede aportar una solución innovadora que integre servicios de mascotas para los usuarios que les interesa el completo bienestar de sus animales. Encontrar una solución para este problema puede ser de gran acogida, al no encontrar plataformas de servicios para mascotas, mediados por un dispositivo móvil en el mercado local, siendo pioneros en el mercado de mascotas.

CATEGORIAS DE ANÁLISIS

- Mercado de Mascotas
- Cloud Computing (Plataforma de Servicios)
- Sistemas de Recomendación
- Experiencia de Usuarios

Tu Peludo



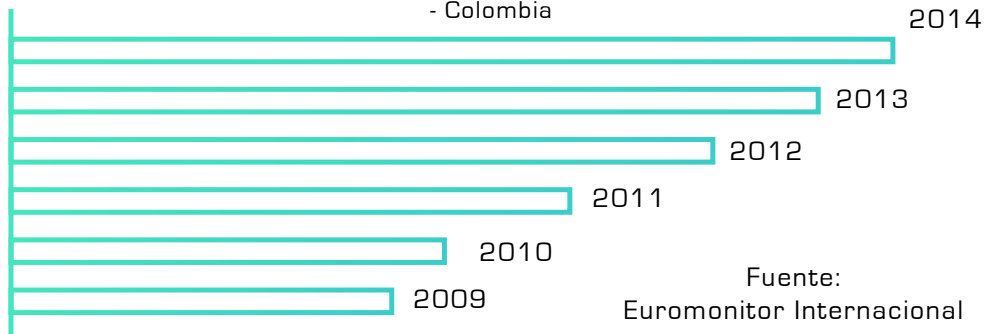
MARCO DE REFERENCIA

Mercado de Mascotas

Los estudios de mercado realizados a nivel mundial por parte de Gfk, han demostrado que el mercado de las mascotas y todos los servicios que derivan de este, están en pleno crecimiento mundial, con resultados que posicionan al continente Latinoamericano con alto potencial de participación en el consumo de servicios para mascotas, (Gfk, 2016) en donde la participación de Colombia también cuenta con un panorama próspero, según el reporte “Colombia’s Pet Food Demand to Grow as Income Rises” (Colon, M 2014) en el que se evidencia el constante incremento del mercado de las mascotas en Colombia.

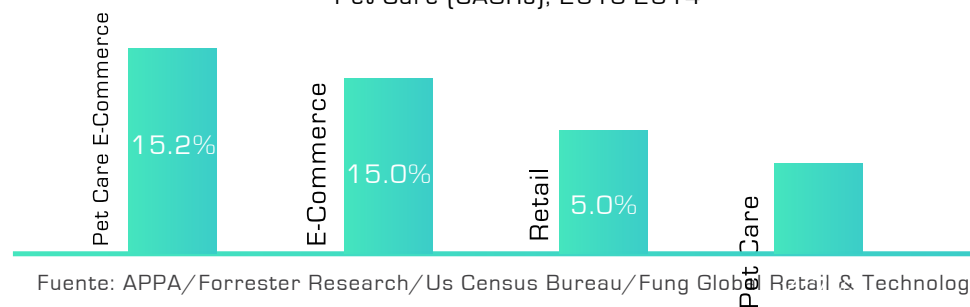
El aludido reporte revela el comportamiento del mercado de mascotas en Colombia en los últimos años, y de qué manera este ha venido presentando un alza sustancial, debido al crecimiento de la economía en el país y a la popularidad de tener una mascota. (Colon, M 2014).

Market Sizes - Historic - Retail Value - Us-Current Prices - Fixed 2014 - Rates - Colombia



Así pues, el consumo de servicios y productos para animales domésticos, está relacionado con el incremento del número de mascotas adoptadas por hogar, haciendo de esta una característica fundamental a tener en cuenta, dado que implica un gasto económico adicional en los hogares. Por ejemplo, el servicio principal para satisfacer las necesidades de las mascotas es el alimento, y de acuerdo con los estudios llevados a cabo por Euromonitor International, los servicios de comida para mascotas contratados por medio de una plataforma e-commerce, para el 2014 significaron el 4.4% de las ventas a nivel global (Weinswig, D. 2016).

Us: Pet Care E-commerce Sales vs Total E-commerce, Total Retail and Total Pet Care (CAGRs), 2010-2014

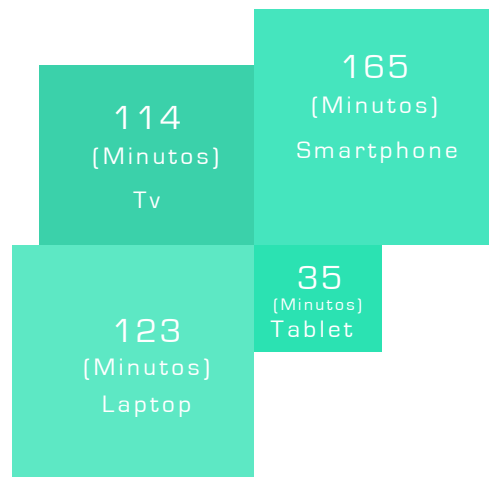


Esta información resulta importante para la investigación porque nos muestra el consumo y uso activo de plataformas con acceso rápido a través de Smartphones, comportamiento que ha venido aumentando en el mundo, concretamente, al situarnos en Colombia, encontramos que en promedio una persona usa su teléfono celular 165 minutos al día, 123 minutos los computadores portátiles y 35 minutos las tablet (AdReaction, 2014). Las cifras de uso de dispositivos en Colombia citadas anteriormente, son de



gran relevancia para esta investigación, pues nos permite ver cómo se está comportando el mercado, respecto al uso de teléfonos inteligentes y servicios prestados por internet, de lo cual es posible extraer una primera hipótesis, a saber, el servicio cuenta con el canal apropiado de distribución al ofrecerlo mediante una aplicación.

Uso de dispositivos para consumo de publicidad Fuente: AdReaction, 2014.



Muestra los minutos de consumo mínimo en el día de esos dispositivos

Cloud Computing

El Cloud computing al ser una de las principales herramientas que permite el comercio electrónico de productos, tiene participación en esta investigación gracias a que los servicios en la nube vienen en alza desde sus inicios en 2006, con los proveedores más importantes de internet, como Google, Amazon AWS, Microsoft, quienes desarrollaron una arquitectura virtual en la nube de recursos compartidos, estableciendo softwares y plataformas con características de infraestructura,

proveedor y de uso enfocado en la web, expuso George Gilder en su artículo “Las Fábricas de la Información”.

Los avances tecnológicos que ha tenido el cloud computing, han propiciado grandes cambios en los modelos de negocio actuales, al implementar plataformas de servicio (PaaS), Software como servicio (SaaS) e Infraestructura como servicio (IaaS). Estas funciones proporcionan todas las herramientas tecnológicas y ocasionan que sea constante la innovación de los negocios que las implementan (Patrizio, A 2015).

La computación en la nube ya ha alcanzado su madurez en el mundo empresarial, señala un estudio de la revista Harvard Business Review. Este sistema, está permitiendo establecer nuevos modelos de negocios como Airbnb, Spotify, Uber (Brand, W, 2016), porque facilita a los desarrolladores crear y ejecutar sus aplicaciones en la nube, en vez de ser ellos mismos los encargados de controlar todo. Logran ofrecer este servicio, mediante un centro de datos compartidos que permite acelerar los procesos de creación y disminuir los costos.

Tipos de Nube

El servicio Cloud Computing presenta diferentes tipos de nubes que atienden las solicitudes de las empresas, al modelo de servicio ofrecido. Dependiendo del lugar en que se van a alojar las aplicaciones y el tipo de cliente que las demanda, estas pueden pertenecer a las nubes públicas, privadas o híbridas.

Nubes Publicas

Son las nubes que presentan una alta capacidad de



procesamiento y almacenamiento sin instalar máquinas de manera local, por lo que no presentan la necesidad de una inversión inicial o gastos en mantenimiento, puesto que se paga por su uso. Esta nube presta la información a terceros y la seguridad de datos, asimismo, la accesibilidad de esta nube es responsabilidad del proveedor del software y hardware. Ella depende de los servicios en línea (necesita conexión a internet). El retorno de la inversión es rápido.

Nubes Privadas

Las nubes privadas, son una plataforma para únicamente obtener hardware, es decir, conseguir máquinas, almacenamiento e infraestructura de red. Son operadas por un solo cliente que se encarga de controlar las aplicaciones que debe correr y en donde. En este tipo de nube, los datos se encuentran alojados dentro de la misma empresa, lo que permite un mayor nivel de seguridad. Este modelo requiere una inversión en infraestructura física, ancho de banda y seguridad sin dejar de lado el gasto de mantenimiento y actualización. El retorno de la inversión es mucho más lento.

Nubes Híbridas

La infraestructura de la nube consiste en relacionar una serie de nubes de cualquier tipo, permitiendo que las aplicaciones sean migradas de una nube a otra. Esto puede ser una combinación de nubes públicas y privadas que buscan retener algunos datos en una organización, y la necesidad de ofrecer servicios en la nube.

Modelos de Servicio

Software como Servicio (SaaS)

Este modelo en la nube es la aplicación ofrecida por diferentes desarrolladores de software o proveedores de servicios, a través de internet para el uso propio o de sus clientes. En este modelo el fabricante es encargado del control de la privacidad de datos y de la personalización de los mismos.

Los servicios de cloud prestados en este modelo son de “pagar por lo que se desea consumir” . Los usuarios, de manera personalizada, escogen el paquete o arman los servicios (seguridad, almacenamiento, etc), según sus necesidades en pro del correcto funcionamiento de la aplicación.

Plataformas de Servicio (PaaS)

Las plataformas de servicio son un modelo del Cloud Computing, que ofrece una herramienta completa que facilita el desarrollo de aplicaciones. Comparado con el modelo anterior, el modelo SaaS, en el que se tienen las aplicaciones listas para ejecutar, el modelo PaaS propone un sistema para construir una aplicación personalizada, haciendo uso de la plataforma de desarrollo ofrecida.

Infraestructura como Servicio (IaaS)

Es la tercera categoría en el modelo de servicios Cloud Computing, que referencia a las plataformas que proporcionan infraestructuras virtuales de computación. Esta plataforma proporciona una escalabilidad simple, en la



Diseño de Interfaces y Experiencia de Usuarios

Diseño de Interfaces

La Interfaz de usuario, en adelante Ui, en una explicación breve, es el medio por el que una persona manipula un software o hardware. Hallamos su primera aplicación en 1981 en “The Xerox Star”, al introducir el primer software para oficinas que contó con el desarrollo interfaces (WDD Staff, 2009).

La creación y desarrollo de una interfaz, permite transmitir el aspecto y las sensaciones con las que los usuarios pueden llegar a interactuar. (Mani, Sukaviriya, Ramachandra, 2008). Sin embargo, el diseño de Ui no se basa netamente en el aspecto gráfico de la interfaz, sino que además, contiene mucha más información para resolver tareas, y dentro de diferentes secciones de pantalla permite la captura de datos (Mani, Sukaviriya, Ramachandra, 2008). Además, cuenta con una estructura secuencial de pantallas, mediante un flujo de navegación apropiado que les permita a los usuarios acceder y cumplir diferentes tareas.

En el desarrollo de Ui, se busca comunicar de manera simple y apropiada la información, con secciones que son modificables para los usuarios, junto a esto, los diseñadores trabajan en identificar todas las áreas o puntos de interacción dentro de la pantalla, buscando que cada interacción pueda ser interpretada por los usuarios de manera simple e inmediata, ofreciendo un aspecto más interactivo al implementar bases del hipertexto, que promovió un cambio importante en el manejo de la información, dejando atrás la tradicional (línea y jerarquía) por un manejo de la información más libre y afín al

razonamiento humano (Razquin, 1997 Pág. 108-109). A partir de esta información, las interfaces de usuario son el método y la herramienta más potente para que cualquier usuario, pueda interactuar con los desarrollos tecnológicos de software o hardware, por lo que las convierte en una de las herramientas más poderosas para desarrollar enriquecedoras experiencias de usuario.

Experiencia de Usuarios

Se enfoca en el usuario y en la experiencia que se quiere lograr. El término experiencia de usuario, desde aquí Ux, lo que pretende es conocer la información que experimenta el usuario antes, durante y después de interactuar con el artefacto. Sin la presencia de los usuarios resulta imposible obtener sus experiencias. Es por esto que, en primer lugar para el profesor Giuseppe Getto existen cuatro etapas claves en el diseño de experiencia de usuario dentro del desarrollo de aplicaciones (2015). Etapas descritas en “Getting Started With Ux Design Process & Documentation” por UxPin (2015).

Investigación Preliminar

Contiene las acciones que se deben realizar para entender las necesidades y requerimientos del usuario en el contexto final en el que se usa el artefacto. En esta primera fase se deben definir el perfil de los usuarios de manera demográfica, el escenario de aplicación, es decir, (Usuarios + Tarea + Contexto) conforman el escenario final y además la navegación o User Flows. Que consiste en la representación de la ruta que deben tomar los usuarios para realizar tareas.



Prototipado

El paso siguiente después de recolectar la información y conocer a los usuarios y sus necesidades, es trabajar en ellos. Aquí, el principal propósito por el que se desarrolla un prototipo, es para medir o evaluar si el flujo de interacción del artefacto es consistente. Para conseguir una interacción consistente, se debe buscar correcta relación entre prototipo, interacción y los elementos presentes en la interfaz.

Pruebas de Usuario

Las pruebas con los usuarios permiten descubrir inconsistencias del artefacto no identificadas hasta ese momento. Estas se utilizan para probar la usabilidad de la aplicación, empleando métricas de evaluación que permitan medir que tan efectiva es, ayudando a los usuarios a completar tareas o alcanzar sus objetivos, que deben estar definidos desde la etapa de investigación.

Mantenimiento

Las pruebas de usuario se hacen para alcanzar la versión final del prototipo. Resulta complejo predecir el comportamiento que tendrán los usuarios finales con el prototipo, es por esto que es entendible encontrar problemas de usabilidad en la fase de testeo de la aplicación. Lo que corresponde es tomar la información que ofrecen las pruebas y realizar cambios, que también deben ser examinados mediante pruebas de usuario para garantizar la mejoría.

Estado del Arte



Referencia #1

Nombre del Proyecto: FETCHPETCARE ver site
Fecha: Creado en 2002

Autores: Paul Mann (CEO)

Lugar: United States

Objetivo: Ofrecer un mundo feliz y saludable para las mascotas

Descripción: Es una plataforma web para los amantes de los animales que ofrece alternativas al contratar servicios para mascotas. Ofrece la oportunidad de aplicar a un trabajo en la compañía como paseador de perros.

Metodología:

Ofrecer a los dueños de mascotas la oportunidad de poder llamar y encontrar profesionales en el tema, personas disponibles para cuidar animales junto a otros servicios para sus mascotas como dar un paseo o asistencia médica.

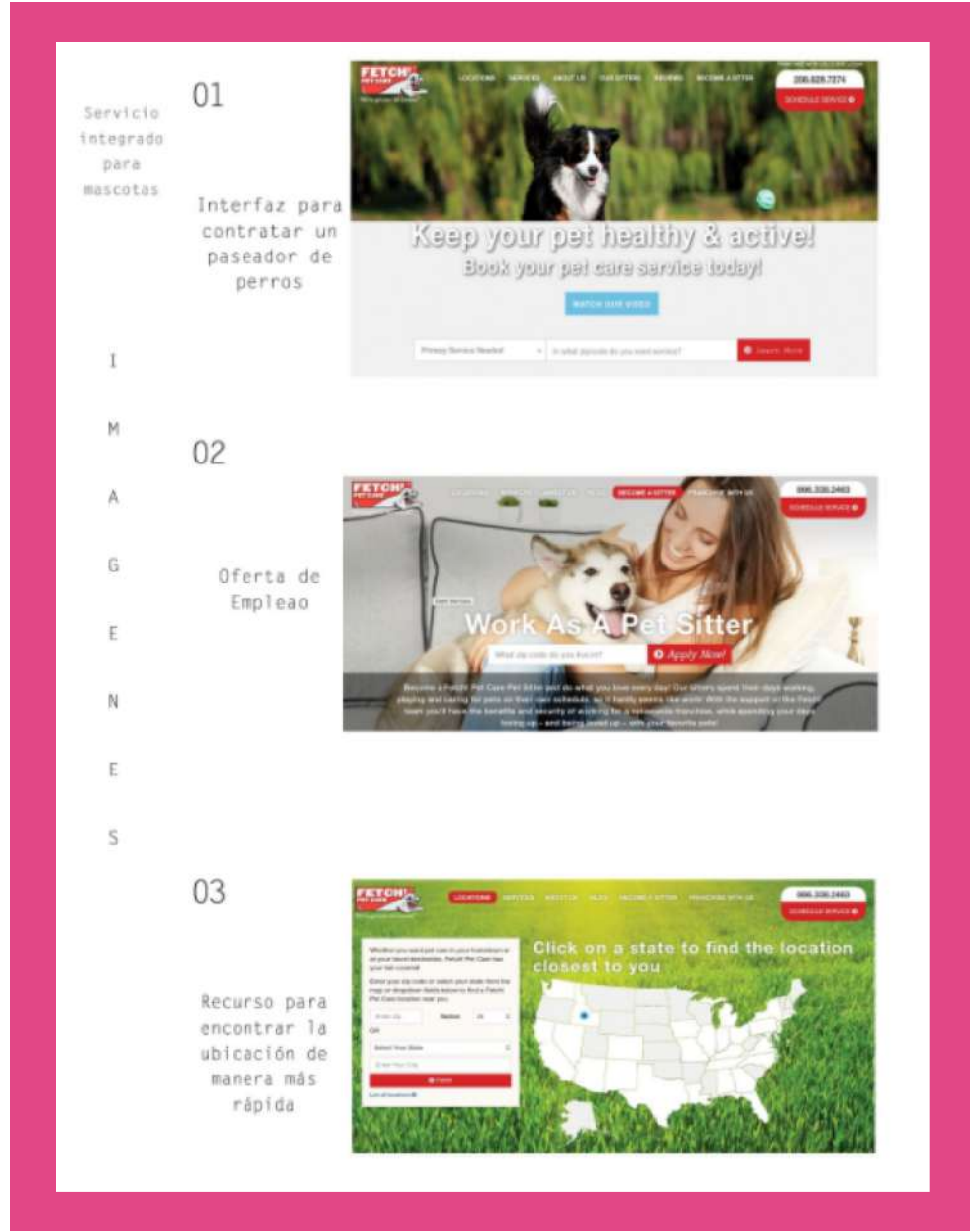
Características técnicas:

Sitio web / No app movil

Resultados: Presente en todos los Estados Unidos.

¿Cómo aporta a mi proyecto?

Este sistema de servicios permite la opción de generar empleo vinculando a personas dispuestas a trabajar en el cuidado de mascotas, algo similar a las guarderías. Aporta a mi proyecto el desarrollar un modelo que genere empleo a las personas que disponen de tiempo y son amantes de las mascotas



Referencia #2

Nombre del Proyecto: ROVER ver site
Fecha: Creado en 2011

Autores: Greg Gottesman (Founder) - Philip Kimmey (Co-Founder)
Lugar: Seattle , Washington

Objetivo: Establecer una comunidad donde la gente pueda encontrar y contratar servicios para sus mascotas.

Descripción:
En cualquier lugar vas a poder encontrar un cuidador, paseador o guardería para tu mascota. Rover.com es un sitio creado por y para amantes de los animales siendo un via de acceso a servicios.


Metodología:
Rover establece una conexión e-commerce entre los dueños de mascotas para que accedan a servicios de mascotas.

Características técnicas:
Implementa Geolocalización- Diseño de Interfaces y Usabilidad, Requiere Uso Wifi - Servicio de Datos


Resultados: Presente en más de 10,000 ciudades y cuenta con más de 40,000 afiliados.

¿Cómo aporta a mi proyecto?
Cuenta con una plataforma amigable para el usuario y diseño responsivo. Es una de las empresas líderes en el mercado de mascotas llenando de optimismo a esta investigación al observar las estadísticas que presenta la compañía en solicitudes del servicio. Implementa el desarrollo de interfaces de usuario.


01
Servicio para mascotas ubicado en casi todo United State
Interfaz para contratar un paseador de perros



02
Detalle de como contratar. Opcion de todos los servicios



03
Implementacion del Flat Design en sus interfaces



IMAGES



Referencia #3

Nombre del Proyecto: WagWalking! ver site

Fecha: Creado 2016

Autores: Joshua Viner (Co-Founder & CEO) - Philip Kimmey (Chief Dog Officer)Lugar: Los Angeles , California

Objetivo: facilitar la vida de los dueños de mascotas .

Descripción:

Si necesita alguien que cuide a su perro cuando está trabajando. Wag conecta a los dueños de mascotas con una comunidad amante de los perros. En esta comunidad se puede contratar paseadores, guarderías, o servicios para la mascota cualquier día de la semana.

Metodología:

Ofrecen el servicio de pasear al perro y lugares en donde los pueden cuidar. Junto a esto le dan un candado con clave que guarda llaves para que el paseador tenga acceso a la vivienda. Solicita datos acerca de tu ubicación (direccion, apto, zip code)

Características técnicas: Implementa Geolocalización

Diseño de Interfaces y Usabilidad, Pago a través de Tarjeta

Resultados: Presente en más de 10,000 ciudades y cuenta con más de 40,000 afiliados como prestadores de servicios en donde cada minuto de cada día atienden solicitudes.

¿Cómo aporta a mi proyecto?

Este sistema de servicios integrados cuenta con recaudos iniciales ofreciendo más por menos dinero. Además de un blog para aconsejar a los dueños de mascotas. Este servicio se podría implementar. Seguido de que en su última actualización, implementan un juego que permite a los dueños ganar puntos mientras su perro se encuentra de paseo. (Aporta en mi proyecto el implementar un juego, aplicación).

01 Interfaz para contratar un paseador de perros

02 Sección informativa sobre precios y compra de créditos.

03 Sistema de Pago

The image displays three screenshots of the Wag! mobile application interface, illustrating the user journey from booking to payment. The first screenshot shows the 'Book a Walk' screen with a map and a 'Book a Walk' button. The second screenshot shows the 'Pricing' screen with a table of services and their costs. The third screenshot shows the 'Add a Credit Card' screen with a form for entering credit card details.

Service	Price
Walk (30mins)	\$20
Deluxe Walk (1hr)	\$30
Add a Dog	\$5

Buy Credits	100	200	500
Cost	\$10	\$20	\$50
Savings	0%	5%	10%



Referencia #4

Nombre del Proyecto: Petnet ver site

Fecha: Creado en 2016

Autores: Carlos Herrera (CEO - Founder) - Frez Ferrino (Creative Director) - Juan Montes (Ux Designer) - Bryan Lo (Software Developer)

Lugar: Los Angeles , California

Objetivo: Alimentador Inteligente para Mascotas

Descripción: Es un artefacto que nace por el amor a los perros y la pasión por mejorar sus vidas permitiendo monitorear y controlar sus hábitos alimenticios.

Metodología: Alimentador Inteligente para Mascotas, que implementa un app móvil que proporciona a los dueños hora y cantidad en gr (porción). el servicio personalizado busca mantener felices y saludables a las mascotas.

Características técnicas:

Diseño de Interfaces y Usabilidad app

Artefacto Electronico

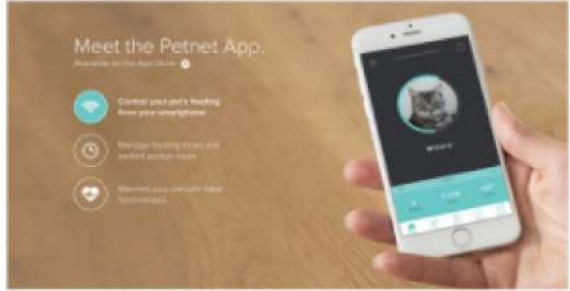
Resultados: Hoy día Petnet, ha establecido una alianza con líder de alimento personalizado para mascotas Petco. Con esta alianza el servicio personalizado desde cualquier parte busca mantener felices y saludables a las mascotas.

¿Cómo aporta a mi proyecto?

Esta aplicación conectada a un artefacto electrónico para servir la comida de manera remota muestra los alcances que puede llegar a tener PETCOMM COLOMBIA junto a los medios interactivos. La estética de la aplicación resulta muy amigable para los usuarios, siendo un potencial referente para el desarrollo de las interfaces.

01
Artefacto Interactivo controlado por medio de aplicación móvil

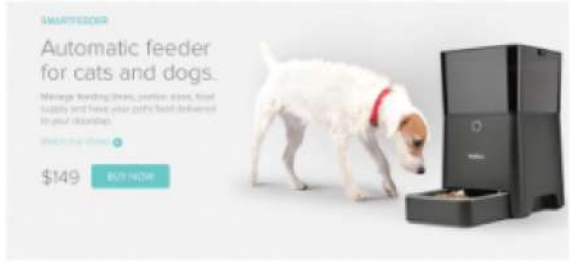
Instrucciones de Uso



02
Usuario interactuando con la aplicación



03
Control remoto mediante aplicación móvil



SMARTFEEDER
Automatic feeder for cats and dogs.
Manage feeding times, portion sizes, food quality and have your pet's food delivered to your doorstep.
\$149 BUY NOW



CONCLUSIONES MARCO TEÓRICO Y ESTADO DEL ARTE

El mercado de las mascotas en Colombia es un mercado potencial, ya que se encuentra poco intervenido por desarrollos tecnológicos y además los animales son considerados un miembro más de la familia.

Observamos el alto uso de teléfonos celulares, por lo que ofrecer este servicio en Colombia a través de una app nos permitirá ser pioneros en el mercado.

El desarrollo de las interfaces se debe hacer con base en el conocimiento de los usuarios potenciales (18 - 50 años), teniendo en cuenta que la aplicación debe ser fácil e intuitiva.

Las herramientas encontradas ofrecen ideas que pueden ser adaptadas en esta investigación, observamos que en Colombia no se encuentra tecnificado el mercado de las mascotas, por lo que al desarrollar nuestra propuesta, podemos incluir cosas de una o otra plataforma ya existente alrededor del mundo.

El alto desarrollo de productos para mascotas en el 2016 como lo evidencia en el estado del arte nos refleja que viene siendo una tendencia tecnificar el servicio para mascotas.

INSTRUMENTOS TRABAJO DE CAMPO

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

- Indagar sobre la presencia de mascotas en la población encuestada
- Reconocer las principales necesidades, la demanda y los servicios que utilizan los dueños en relación con sus mascotas.
- Demostrar el consumo de servicios por parte de los usuarios a través de plataformas digitales.

- Conocer la opinión de los servicios presentes en de los expertos respecto a necesidades de las mascotas y funcionamiento de las clínicas veterinarias de la ciudad de Cali

Método

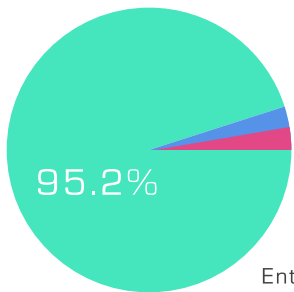
Para el desarrollo de esta investigación se utilizaron diferentes instrumentos para la recolección de datos como: entrevistas y encuestas a posibles usuarios y por otra parte entrevistas a expertos médicos veterinarios. Los instrumentos se aplicaron de diferentes maneras haciendo uso de herramientas tecnológicas o de manera presencial, a continuación se muestra el análisis y resultado de la información obtenida.



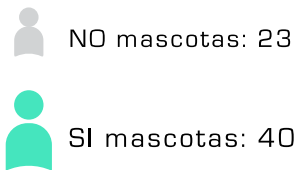
RESULTADOS TRABAJO DE CAMPO

Realizamos encuestas y entrevistas a personas entre 18 y 50 años. En primer lugar, se hizo una encuesta general para validar información acerca de cuáles plataformas de servicios conocían los participantes, además, si poseen mascotas y los servicios que demandan, si usaban teléfonos móviles y una apreciación sobre la propuesta a desarrollar. En segundo lugar, se realizó esta misma encuesta después de haber mejorado el instrumento y se buscaron personas que contarán con empleo y que fueran amantes de los animales. En tercer lugar se desarrolló una entrevista breve y rápida de cinco minutos para obtener información en caliente de las personas que encontrábamos en el día a día paseando a su mascota. Todo esto, fue en busca de recolectar toda la información suficiente y necesaria para el desarrollo de esta investigación, junto a lo anterior se entrevistaron a tres expertos para conocer su posición frente a los perros y conocer el funcionamiento y prestación de servicio de las clínicas veterinarias. Los expertos participantes fueron: Emir Murillo, Katherine Ocaña y Tomas Pantoja. Médicos veterinarios de la ciudad de Cali.

¿Qué edad tiene?

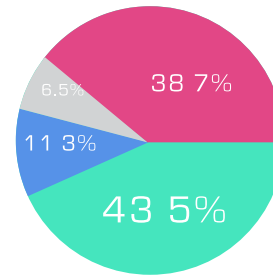


Total Participantes

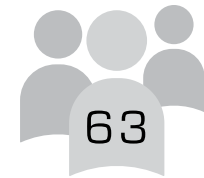


Entre 16 y 18 años estuvo la mayor cantidad de participantes

¿Posee animales domésticos? ¿Cual?

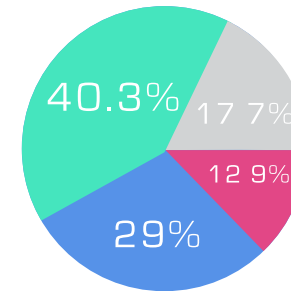


Total Participantes

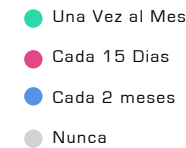
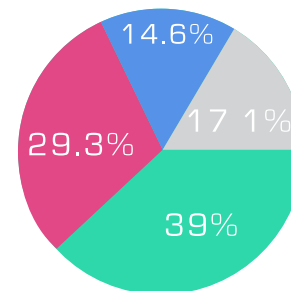


¿Cuántas horas al día pasa en promedio fuera de casa?

Total Participantes



¿Con que frecuencia contrata servicios para mascotas?



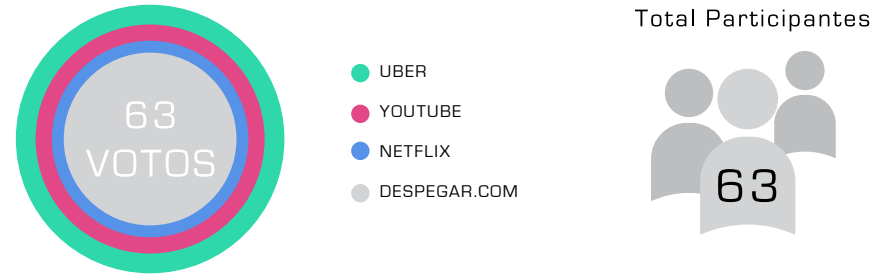
Total Participantes



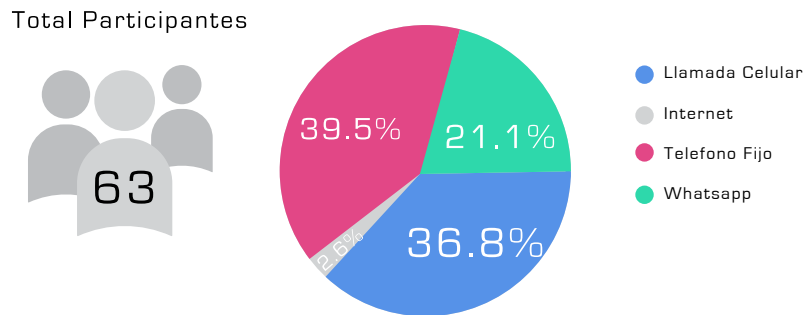
¿Cuales servicios contrata para su mascota?



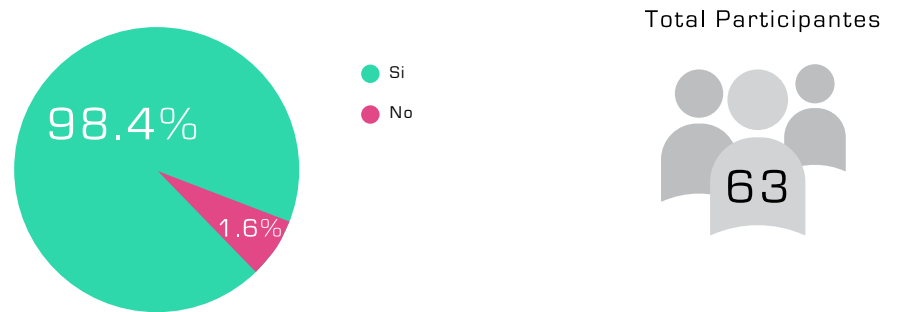
Cual de las siguientes plataformas de servicios digitales ha usado?



Qué medio utiliza para contratar los servicios de su mascota ?



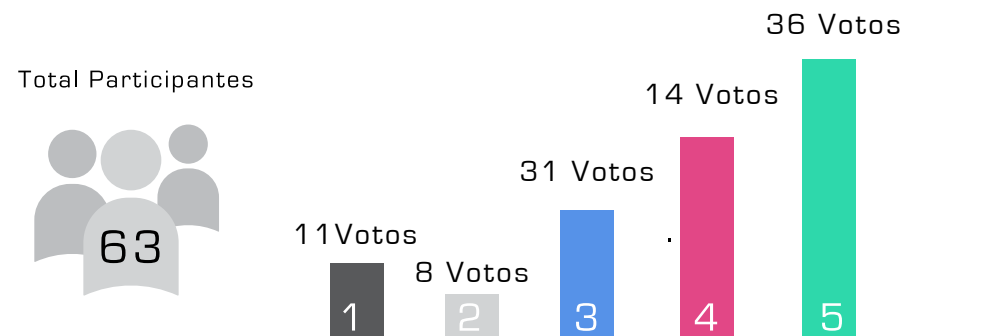
Tiene usted un dispositivo móvil?



Cuanto dinero gasta usted en promedio al mes en llas necesidades de su mascota ?



Una plataforma digital para contratar servicios para mascotas. Qué tan útil le parece siendo 5 la mayor calificación y 1 la más baja.



ANÁLISIS ENTREVISTAS EN CALIENTE

Las entrevistas en caliente se realizaron en diferentes partes de la ciudad, y además en el evento que tuvo acontecimiento en la ciudad de Cali el día tatatatata en el Parque del Perro. El propósito con este ejercicio era obtener información suficiente y necesaria sobre las necesidades de los dueños, en relación con sus mascotas, y conocer los principales dificultades para satisfacer esas necesidades. .

“En Caliente”

Esta fue la manera de nombrar este ejercicio, el cual consistía en ir recorriendo la ciudad y al observar una persona con una mascota dando un paseo, acercarnos a esta y pedirle su colaboración en una corta entrevista de 5 minutos.

Objetivo

Obtener la mayor información de problemas y necesidades de los usuarios de mascotas en la ciudad de cali.

Resultado:

La actividad se aplicó a veinte personas, de las cuales la mayoría se encontraron en el Parque del Perro, aprovechando el evento que habíamos seguido con anticipación. Las respuestas obtenidas se resumen a las relevantes y serán casi que escritas textualmente, en donde todos los participantes manifiestan pertenecer a estratos socioeconómico del cuatro al seis.

Las respuestas se irán contando de manera desarticulada en el siguiente párrafo:

Los participantes manifestaron que en ocasiones no tienen tiempo para sus mascotas durante los fines de semana por lo que pasan tiempo a solas y sin comer a tiempo;

Por otra parte, participantes manifiestan que sus mascotas son muy inquietas y que han pagado servicio de adiestramiento y que “el animal solo se porta bien con el entrenador y en casa hace todo lo contrario, manifestando que falta un servicio de adiestramiento calificado. En otra entrevista nos cuenta una dama que “ Los servicios de la peluquería, los hacen mal, hacen mal el servicio de cortar el pelo y no los banan bien”; Un participante, manifestó que nunca utilizaba los servicios de peluquería porque no sabía cómo eran tratados los animales, contaba que sabía de guarderías que dormían a los perros cuando las personas se iban de viaje y los dejaban en guarderías. En otra entrevista, el dueño de la mascota terry manifestó que en su casa en ocasiones discutían porque nadie quería ir a sacar el perro. En Otra entrevista, el dueño de la mascota comenta que hace falta un servicio para mascotas bien estructurado en donde las personas hablen bien del servicio. Manifiesta que hay muchas personas que no tienen tiempo para las mascotas. La respuesta más impactante fue la de José, este usuario de mascota nos conto que al dejar a su mascota en una veterinaria local para servicio de peluquería, mientras su perro se encontraba amarrado y apoyado en la mesa donde los peluquean, sonó el teléfono y el veterinario decide ir a contestar quitándole la atención a la mascota la cual se tiro y se ahorcó perdiendo la vida”.

TRABAJO DE CAMPO (PARTE 2)



Se decidió realizar entrevistas a expertos para las que se diseñará un guión de preguntas con la estructura pertinente, que permita una relación con las variables de análisis planteadas en el trabajo de campo.

Finalmente para este trabajo de campo busca recopilar información suficiente de los usuarios potenciales, al obtener información de todas las partes presentes de la investigación. Esto permitirá conocer a los usuarios, analizar cuales son las necesidades de las mascotas, el uso y conocimiento de plataformas digitales, identificar el tipo de navegación e iconografía de las plataformas más conocidas y analizar cuáles gestos o patrones de interacciones usan a la hora de contratar servicios.

ANALIS TRABAJO DE CAMPO PARTE DOS - ENTREVISTAS A EXPERTOS

Entrevista #1: Médico Veterinario

Nombre del entrevistado: Emir Murillo / 24 años
Perfil del entrevistado: Médico Veterinario General
Fecha de la entrevista: Sábado, 2 de Octubre del 2016
Duración de la entrevista: 17:20 minutos.
Lugar de la Entrevista: Clínica veterinaria Drs. Zamudio

Análisis de la entrevista:

Con la implementación de este instrumento se buscaba conocer acerca de las necesidades de los animales desde la perspectiva de un experto, además, indagar un poco más acerca de servicios para mascotas y de cómo adquiridos por parte de los usuarios. En primer lugar, el médico nos dejó en claro que las mascotas son tratadas como hijos y consideradas un miembro más de la familia, por lo que requieren de atención y cuidado, aunque destaca que las

mascotas están pasando tiempo a solas, por lo que considera viable la implementación de guarderías caninas. Explica, que las mascotas deben contar de acompañamiento y cuidados médicos, pues estos ayudan a prevenir enfermedades, a llevar un control apropiado del plan de vacunación y desparasitación, y a tener a la mano los mejores servicios. Precisa que la mascota debe acudir al médico veterinario por lo menos dos veces al año, una cada seis meses. Respecto a los servicios, con esta entrevista determinamos que el de peluquería es solicitado frecuentemente. Para terminar, nos dice que no sería posible realizar consultas veterinarias online, porque lo más recomendable para diagnosticar un paciente es a través de una observación física.

Entrevista #2: Médico Veterinario

Nombre del entrevistado: Katherine Ocaña / 27 años
Perfil del entrevistado: Médico Veterinario
Fecha de la entrevista: Sábado, 2 de Octubre del 2016
Duración de la entrevista: 14:08 minutos.
Lugar de la Entrevista: Clínica veterinaria (Calle 14 con 70)

Análisis de la entrevista:

La entrevista realizada a la médica Ocaña se aplicó sin previo aviso y en jornada laboral. Decidió atenderemos de esta manera, porque quiere aportar de forma efectiva en la investigación. Sobre las mascotas las definió como animales de compañía que necesitan atención y amor. Son para ella un miembro más de la familia, nos contó que por ello, eligió ser dueña de dos perros y no tener hijos. Al preguntarle sobre las necesidades dijo que, como los seres humanos, las mascotas necesitan tiempo y afecto, hacer



ejercicio y compartir con otros animales. Hay que prestar atención a sus necesidades sanitarias, de buena alimentación, médicas y realizar consultas preventivas, no esperar que la mascota se enferme para acudir a los centros veterinarios. En la sección de preguntas acerca del estrés en los animales, nos dijo que sí existe en las mascotas que pasan demasiado tiempo a solas, afirmando que el estrés es la causa de todas las enfermedades. Acerca de las nuevas tecnologías, ve interesante y apropiada la implementación de servicio interactivo, manifiesta que iría en la onda de la tecnología. En los servicios para mascotas nos dijo lo que debíamos incluir: nos dejó saber que lo más demandado en servicios veterinarios son la vacunación, desparasitación, profilaxis y atención; y a manera de negocio, los servicios de peluquería y consultas. Los temas más frecuentes de las consultas son gastroenterología y dermatología. Esta fue una entrevista muy completa, toda vez que fue realizada en función de hacer un acercamiento a los servicios que se puede incluir en nuestra investigación, y asimismo, porque se obtuvo información sobre los servicios más solicitados por las clínicas veterinarias y las consultas de los expertos.

Entrevista #3: Médico Veterinario

Nombre del entrevistado: Tomas Pantoja / 32 años

Perfil del entrevistado: Médico Veterinario & Zootecnista / U.San Martín - Bogotá

Fecha de la entrevista: Lunes, 3 de Octubre del 2016

Duración de la entrevista: 11:40 minutos.

Lugar de la Entrevista: Clínica veterinaria (Calle 13 con 66)

Análisis de la entrevista:

El doctor Pantoja coincide con las respuestas de las entrevistas anteriores, cuando dice que los animales son un miembro más de las familias y comenta que el estilo de vida ahora ha demostrado que las nuevas parejas prefieren adoptar una mascota que tener hijos. Es conocedor de presencia de estrés y depresión en los animales domésticos y dice que las necesidades más importantes son la alimentación y sobretodo la compañía. Respecto a la demanda de servicios en la clínica, dice que los clientes le han preguntado por sistemas gps para encontrar la mascota, se demanda la limpieza dental y peluquería, enfermedades en los oídos y consultas por hemoparásitos, una enfermedad transmitida por las garrapatas. Le comentamos de la iniciativa de esta investigación y nos afirma que ve potencial en Cali y en todo Colombia, al incluir este servicio de manera organizada porque el cree que la relación del internet y las nuevas aplicaciones pueden facilitar la vida. Manifiesta que una consulta veterinaria siempre se debe hacer manera presencial.

CONCLUSIONES TRABAJO DE CAMPO

Demostramos la oportunidad de negocio que existe en el mercado de mascotas en Colombia y se evidencia la presencia de las mismas en la familia.

Los participantes contratan servicios para sus mascotas por lo menos una vez al mes o según su necesidad.



Usuarios demuestran ser activos en las plataformas digitales mediante el uso de teléfonos inteligentes y se caracterizan por ser consumidores potenciales en comercio electrónico de transporte, música y películas.

No existe una compañía estructurada y seria que preste servicios de acompañamiento canino en la ciudad, que transmita confianza a los clientes. Hay inconformidad en los servicios actuales del mercado.

Los participantes ven con buenos ojos y creen en el desarrollo de la plataforma.

El desarrollo debe implementar sistemas que permitan a la comunidad participar activamente en la calificación del servicio de los servicios.

DETERMINANTES DE DISEÑO

Como continuidad al trabajo de campo, los datos recopilados se exponen a nuevo análisis, que permita caracterizar la información más relevante en pro de convertirlos en determinantes claves para la investigación. Las determinantes están divididas y categorizadas en los cinco grupos siguientes:

Determinantes Técnicas:

El desarrollo debe implementar acceso a internet, sea mediante el uso de wi-fi o servicio de datos. Esta es una determinante, implementarse el desarrollo en un teléfono móvil que hace uso de servicios de geolocalización y requiere el uso de internet, para contratar los servicios de manera remota y eficiente a disposición del cliente.

La navegación debe ser intuitiva y considerar todo el proceso de desarrollo de interfaces y experiencia de usuarios. Se logra evidenciar a través del trabajo de campo, que los usuarios demandan plataformas de servicio nuevas con aspectos amigables en diseño e interacción.

La propuesta debe implementar bases de datos y permitir solicitudes de servicio. El trabajo de campo muestra la posibilidad de hacer real este proyecto, por lo que hacer uso de bases de datos para el control de la información nos ayudaría a establecer una base de datos que nos permita llegar y fidelizar nuevos clientes.

Determinantes Legales:

Las consultas médicas no se pueden hacer de manera virtual. Esto se concluye del trabajo de campo con los expertos, de donde surge la idea de implementar un servicio innovador que no se encuentra presente en ninguna clínica local, consistente en prestar la consulta veterinaria en la casa de los dueños de las mascotas..



Determinantes de Contexto del Servicio:

Los aplicación actúa como mediador entre usuarios, servicios y en un futuro clínicas veterinarias. El desarrollo debe buscar implementar alianzas con clínicas veterinarias, sirviendo como plataforma que acerca a los clientes a servicios ofrecidos en estas clínicas. Esto nace como resultado del trabajo de campo, al observar que los usuarios prefieren usar los servicios para su mascota en la clínica veterinaria que han venido usando frecuentemente, se deben tener en cuenta los horarios de atención.

Lista de Servicios: Gracias al trabajo de campo definimos los servicios más demandados y los de mayor proyección para el desarrollo de esta investigación, se llega a la conclusión que los usuarios prefieren adquirir paquetes de servicio, por lo que este desarrollo debe ofrecer alternativas en servicios que serán descritas aquí.

Lista de Servicios Empresariales:

Acompañamiento Canino (Paseo de Perros , Viviendas Temporales) , Servicio de peluquería y venta de productos (Alimento)

Lista de Servicios Veterinarios: (Mediante Alianzas)
Vacunación y Control de Citas
Desparasitación y Limpieza Dental

Lista de Servicios Independientes:
Consulta veterinaria a domicilio en casa

Determinantes Teóricas:

La propuesta se debe desarrollar implementando servicios web. Es una herramienta que permite el desarrollo rápido de las aplicaciones y atiende a las demandas de escalabilidad. Esto se hace pensando a futuro, en busca de consolidar el servicio a nivel nacional.

Los servicios se deben enfocar en la generación millennials haciendo énfasis en las mujeres. Esta determinante nace del marco conceptual en donde identificamos que los jóvenes millennials son considerados la generación que adopta mascotas. Siendo ellos el público objetivo, principalmente mujeres, puesto que apoyados en el trabajo de campo, son las mujeres las que presentan mayor disposición a pagar por los servicios para animales domésticos.

Los animales domésticos están presentando y sufriendo de estrés y necesitan compañía. Esta determinante se obtiene de las entrevistas a expertos, quienes dejaron en evidencia que los animales domésticos si sufren de estrés, lo que nos permitió definir el primer servicio y estrategia a incluir en la propuesta. Servicio de paseo.

Determinantes de Usabilidad:

Diseño de Interfaces y Experiencia de usuarios. El desarrollo del prototipo debe implementar estos conocimientos en busca de conocer el perfil del usuario y su comportamiento, para diseñar una propuesta acorde a sus necesidades que le permita de manera intuitiva acceder a los servicios y satisfacer sus necesidades.



La interfaz gráfica debe ser clara, llamativa con gráficos y colores, Call to Action Acceso a Servicios. La interfaz se debe desarrollar con base en los servicios, es decir, la arquitectura de la información va a dar prioridad al acceso de lo servicios.

Tener opción de llamada. Esta determinante es parte del resultado del trabajo de campo, en el que los usuarios presentan la costumbre de contactar las clínicas y servicios para mascotas por medio de una llamada. Se incluye como una alternativa a contratar el servicio.

PROPUESTAS DE DISEÑO

IDEA UNO

Collar Interactivo

Esta propuesta de diseño está basada en incluir un dispositivo en las dos partes participantes de esta investigación, dueños de mascotas y sus animales. Un collar interactivo que permita en primera instancia identificar a los animales domésticos, acceder a servicios para mascotas y ubicarlos fácilmente. Se busca que cuente con salida de audio.

El collar se construye haciendo uso de la electrónica e instalando un código escaneable para obtener acceso a los servicios,. Esto se hace mediante el uso de una aplicación móvil que escanea el código y conecta directamente al usuario con los servicios.Esta idea se basa en un localizador que permite el acceso a servicios de mascotas y permita a los usuarios enviar notas de voz al collar, para interactuar a distancia con sus animales.

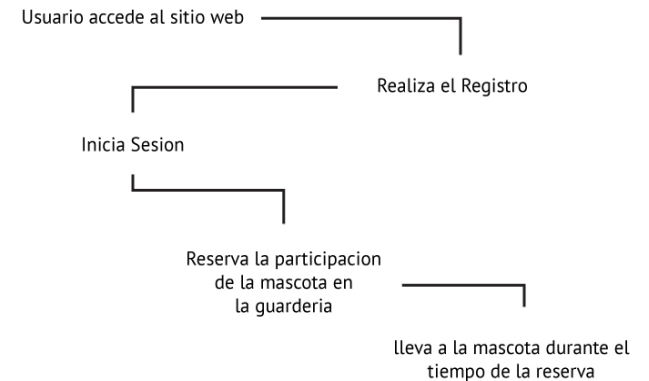
Propuesta No 2: Guardería Canina



Sede Guardería



Sede Guardería



IDEA DOS

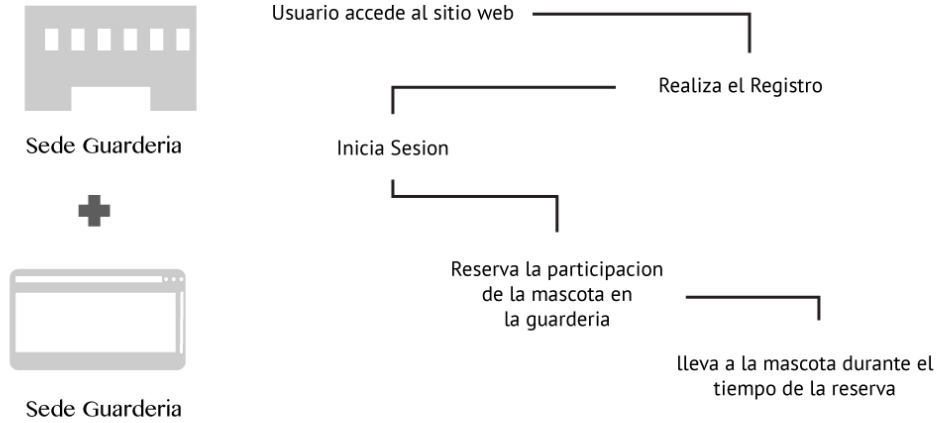
Sitio Web + Guardería

Una de las respuestas más escuchadas en el trabajo de campo. Es que las mascotas pasan tiempo a solas y los usuarios manifiestan que no cuentan con tiempo en ocasiones para atender todas sus necesidades.

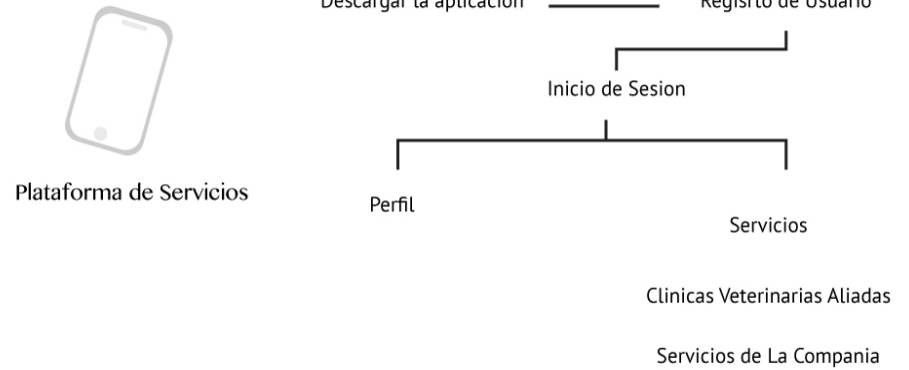
En esta propuesta de diseño se busca crear y establecer un servicio web que permita a los usuarios encontrar en un solo lugar todo lo que corresponde a las necesidades de su mascota. Lo que se busca es establecer un sitio web de servicios caninos que implemente bases de datos y se acomode a las necesidades de las personas q



Propuesta No 2: Guardería Canina



Propuesta No 3 : Aplicacion Movil



**IDEA TRES
APP**

Esta propuesta busca crear y facilitar la actividad de contratar servicios y comprar productos para los animales domésticos, permitiendo que los dueños de mascotas puedan acceder a los servicios de la aplicación y a los de diferentes veterinarias desde su teléfono móvil.

Aquí los usuarios podrán crear un perfil y navegar en la aplicación por sus diferentes interacciones. Esta aplicación quiere promover el uso de la misma, implementando alguna forma o manera que genere tráfico en la plataforma y para esto buscamos implementar incentivos que permita a los usuarios ganar tokens que se puedan cambiar por servicios o regalos en la aplicación. Esto buscando generar un mayor uso de la plataforma, no solo al momento de necesitar algún servicio. Estos tokens también pueden ser adquiridos con dinero.



MATRIZ DE CRUCE PROPUESTAS VS DETERMINANTES

DETERMINANTES	Collar Interactivo	Web	App
Acceso a Internet de Manera Remota	✘	○	○
Desarrollo de Interfaces	○	○	○
Experiencia de Usuario	○	○	○
Implementar bases de datos	✘	○	○
Tener Opcion de Llamada	✘	○	○
Orientado al Movil	✘	○	○
Call to Action a Servicios	✘	○	○
Navegacion Intuitiva	✘	○	○



PROPUESTA FINAL



INTRODUCCIÓN

Al analizar las determinante obtenidas en el trabajo de campo y el estado del arte se propone esta idea final. Uno de los datos más relevantes del trabajo de campo es la alta presencia de mascotas en los hogares del país. En Colombia 6 de cada 10 familias cuentan con la presencia de animales domésticos. Junto a esto, en Colombia existe un alto uso de dispositivos móviles y una buena disposición a pagar por servicios que cuentan con modelos de negocios implantados en plataformas digitales de servicios como lo son los ya conocidos Airbnb o Uber..

DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Después de analizar profundamente todos los hallazgos, es importante definir el primer servicio que se va a ofrecer y el canal de distribución a implementar, cosa que permita a los dueños de mascotas contratar servicios.

Al evaluar las alternativas de desarrollo, se tomó la decisión de ofrecer el servicio de paseo canino a través de una plataforma web, siendo este el primer avance de desarrollo tecnológico para la propuesta de negocio de Tu Peludo S.A.S. La plataforma debe estar orientada hacia el dispositivo móvil.

El desarrollo de esta plataforma permitirá tener un primer acercamiento real con clientes altamente potenciales en adquirir el servicio y así nosotros dar a conocer la compañía. A través de la plataforma los usuarios podrán realizar la personalización de paquetes de paseo canino y solicitar la compra proporcionando información suficiente para posteriormente ser contactados por la compañía.

Cabe destacar que este desarrollo en materia de proyecto de grado contará únicamente con la prestación de un servicio (paseo canino) y no implementa sistemas de pagos online. El paso posterior a esta idea inicial es incluir diferentes servicios para mascotas desde hospedaje, entrenamiento, alianzas con clínicas veterinarias, hasta ventas de productos, dejando en evidencia que existe un amplio mercado. Este proyecto cuenta con desarrollo en tecnologías de la información (TIC) y además busca tener una participación social que permita mejorar el bienestar de los dueños y los animales en la ciudad de Cali.



HERRAMIENTAS DE DESARROLLO

En esta etapa encontramos que son múltiples las opciones existentes para el desarrollo de esta iniciativa. El desarrollo de un primer prototipo se piensa desarrollar como una plataforma que nos permita tener lo mínimo viable para operar y lograr medir el interés del público sobre este servicio.

Como primera medida para llegar a el publico, se desarrollo de una plataforma digital web orientada hacia el móvil y de escritorio siendo el minimo viable para comenzar la promoción del servicio y dar a conocer la compañía. Para la ejecución de este proyecto se requiere un Software de desarrollo web y otros de diseño para el desarrollo de experiencia de usuario e interfaces. Además de esto se requiere un Hosting para el sitio web, FrameWorks para el manejo de bases de datos y dispositivos Smartphone para realizar pruebas de usuario y usabilidad.

HERRAMIENTAS

Adobe Illustrator	Dominio Web
Adobe Photoshop	Hosting
Adobe After Effects	HTML 5
Axure (Prototipado)	MySQL
CSS 3	Sublimetext 3.0

FACTORES DE INNOVACIÓN

En el mercado actual de las mascotas en Colombia, encontramos que este no se encuentra aun muy tecnificado pero si se esta avanzando constantemente hacia nuevas propuestas tecnológicas, siendo esto una clara oportunidad para el desarrollo y posicionamiento de Tu Peludo S.A.S

La propuesta a desarrollar es pionera en este nicho de mercado del paseo de perros y cuenta con factores de innovación que junto al diseño de medios interactivos favorecen la iniciativa por el hecho de la propuesta contar con un diseño centrado en el usuario, pruebas de usabilidad y una arquitectura de la información amigable orientada hacia el dispositivo móvil.

Esta plataforma de paseadores de perros que propone Tu Peludo S.A.S permite a los usuarios personalizar y crear solicitudes para adquirir un servicio. **Esta herramienta digital de servicios para mascotas cuenta con una gran escalabilidad por la alta presencia de mascotas a nivel nacional** aunado que se pueden ir agregando diferentes servicios o productos que satisfagan completamente todas las necesidades de los dueños de animales domésticos.

IDENTIDAD CORPORATIVA



Concepto



Tu Peludo

La compañía busca conectar a las personas amantes de los animales con servicios para mascotas. Nuestra metáfora de conexión amo - servicios y el deseo de transmitir confianza en nuestra empresa mediante un símbolo, nos ha llevado a crear una figura representativa fácil de recordar con la que las personas se logren identificar. Escogimos un perro Bulldog Francés fusionado con un humano en forma de antena wifi en la nariz.



Información Marca

Símbolo

La primera impresión que queremos ofrecer de Tu Peludo, es con nuestro símbolo. Es la vía más clara con la que queremos dar a

Área de Seguridad

En busca de conservar la integridad de nuestro símbolo. Es importante que otros logos, fuentes o elementos graficos no estén presentes en el espacio. El área de seguridad al rededor del símbolo

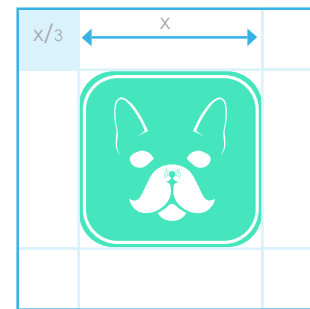
Tamaño Mínimo

El tamaño mínimo para el símbolo usado para las aplicaciones impresas es de 3 cm de ancho y en aplicaciones digitales es 45 px.

Símbolo



Área de Seguridad



Tamaño mínimo impresión
3.5 cm

Tamaño Mínimo



Tamaño mínimo digital
45 píxeles



Información Marca

Logotipo

La segunda impresión que queremos ofrecer de Tu Peludo, es con nuestro Logotipo. Con este queremos transmitir diversión y hacerlo participe en la identidad visual de la compañía

Área de Seguridad

En busca de conservar la integridad de nuestro Logotipo. Nada debe diferente a lemas de la compañía pueden ubicarse dentro de ese lugar

Tamaño Mínimo

Para el logotipo en formato digital es de 90px. Este sera el tamaño implementado en redes sociales y material PoP.

Área de Seguridad



Tamaño Máximo



Tamaño Mínimo

Tu Peludo

Tamaño Mínimo Digital
H: 16px W: 90 px



Información Marca

Colores

El color principal escogido para la identidad es el Verde.

El Color blanco es valido para las aplicaciones digitales del logotipo

Fuente Tipográfica

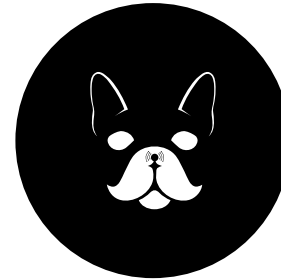
Buscamos transmitir Diversión, frescura, elegancia y seriedad. Esos fueron las características para escoger la fuente de nuestro Logotipo

Nombre Fuente

StreetWear



Full Color
Fondo Verde



Monocromía
Fondo Negro



Monocromía
Fondo Blanco

#45e5be

c 57% m 0% y 39% k 0%
r 69 g 29 b 190

#414042

c 75% m 68% y 67% k 90%
r 0 g 0 b 0

#e6e7e8

c 8% m 6% y 6% k 0%
r 230 g 231 b 232

Tu Peludo

Tu Peludo

Tu Peludo

Aplicaciones de Marca

Template Móvil

El tamaño de las secciones corresponde al 60 % de la pantalla. Así se logra un uso apropiado para las dimensiones de la pantalla facilitando la lectura de la información

Template Web

El tamaño de las secciones corresponde al 60 % de la pantalla. Así se logra un uso apropiado para las dimensiones de la pantalla facilitando la lectura de la información

Template Movil



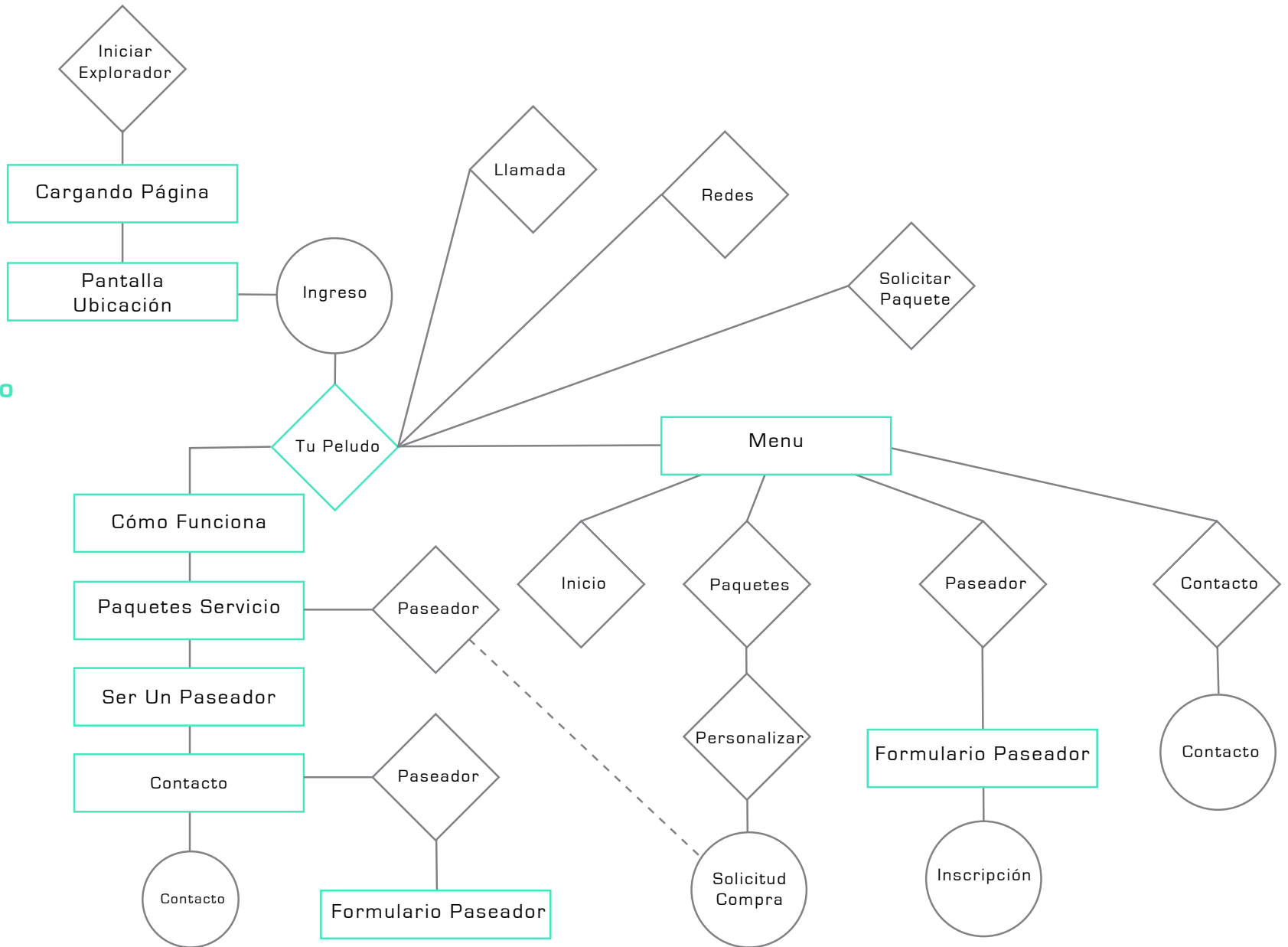
Pantalla al 100 %

Fuentes:
Days One
Century Gothic

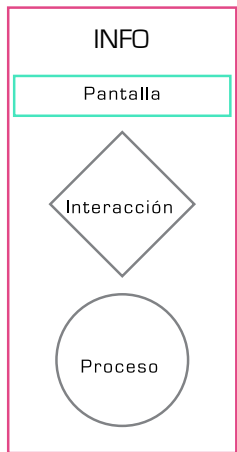
Template Web



FLOW CHART



Secuencia de uso



PRUEBAS DE USUARIO

Objetivo

Identificar inconsistencias del prototipo a nivel de usabilidad e interfaces de usuario

Metodología

Basado en un protocolo de experimentación haremos estudios de las interfaces con usuarios finales. Los participantes son personas mayores 20 años de edad y tienen mascota en sus hogares. El análisis de datos obtenidos nos permitirá sacar conclusiones para mejorar el prototipo y construir una nueva versión

Procedimiento:

El propósito de las pruebas de usuario, en primer lugar es interrogar que tan amigable resulta la interfaz para los usuarios al interactuar. En segundo lugar, si logra reconocer los iconos presentes en la pantalla y final mente si puede completar las tareas de manera correcta e intuitiva, para así encontrar las inconsistencias en términos de usabilidad de la plataforma.

Experimento Interfaz Tu Peludo

La interfaz a evaluar, será la versión 1.0 de la plataforma de servicios de Tu Peludo , siendo este una versión mínima viable que permite un acercamiento con clientes reales

Participantes

Para un mejor resultado de estas pruebas, la plataforma se encuentra de manera online. El target de usuarios deben poseer un smartphone y contar con mascotas. La idea con este grupo es realizar pruebas con posibles usuarios finales para identificar cómo se siente al interactuar con la interfaz. Por otra parte, queremos que los resultados sean los más cercanos a los que puedan experimentar los clientes finales.

Interfaz versión 1.0 Tu Peludo (Prototipo)

Datos a Validar

- 1) Paleta de Color
- 2) Interacciones
- 3) Necesidades
- 4) Inconsistencias de Interacción
- 5) Navegación Intuitiva
- 6) Arquitectura Información



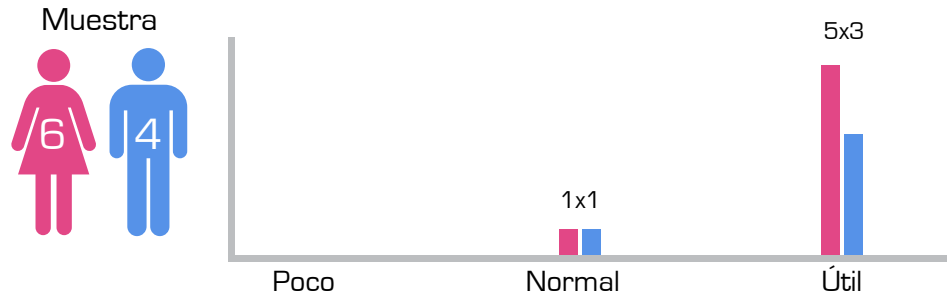
PRUEBAS DE USUARIO

Interfaz Versión 1.0 [Prototipo]

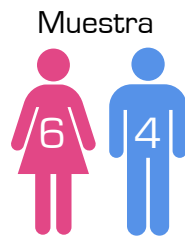
Participantes: 10

Esta versión de prototipo fue probada y utilizada por diez usuarios mayores a los 20 años y que tenían mascota. Esta versión buscaba validar la mayor cantidad de información sobre las interacciones y necesidades.

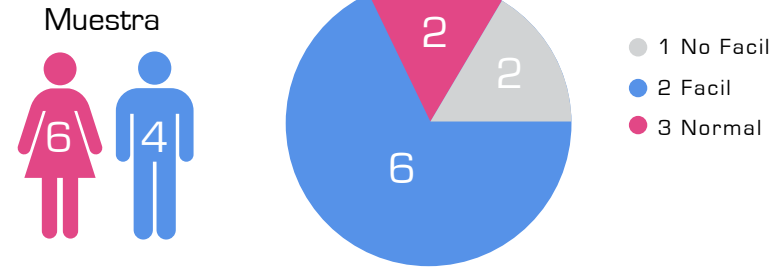
1) Siendo 1 poco útil, 3 Normal y 5 Muy útil. Que piensa usted acerca de contratar servicios para mascota a través de una plataforma de servicios



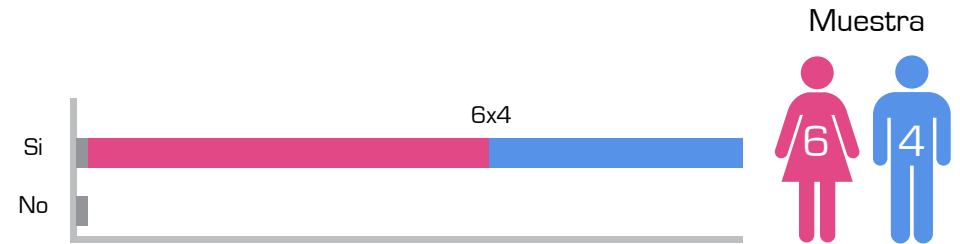
2) De los colores presentes en la interfaz. Cúal cree usted debería ser el color principal de la plataforma ?



3) En una escala de 1 a 3 que tal fácil fue solicitar un servicio de paseo para tu mascota ?



4) Recomendaría la plataforma de servicios para mascotas a algún conocido, amigo o familiar ?



ANÁLISIS DE DATOS

Los resultados obtenidos en la primera versión del prototipo permitieron identificar las inconsistencias presentes en esta primera etapa. Cabe destacar que este primer acercamiento de la plataforma con clientes potenciales significo una nueva reestructuración de la plataforma en busca de alcanzar nuestro servicio mínimo viable para comenzar a medir el interés de las personas por el servicio.



ANÁLISIS DE DATOS

Interfaz Versión 1.0 (Prototipo)

Muestra: 10

Los participantes se mostraron entusiasmados y alegres al conocer la iniciativa de esta plataforma. Junto a esto, es gratificante encontrar que recomendarían la plataforma de servicios para mascotas en un 100%.

Durante la prueba y el análisis se identificaron hallazgos y recomendaciones importantes para construir una nueva versión de la plataforma.

Aspectos a Mejorar:

- Utilizar máximo 2 Fuentes Tipográficas
- Generar Identidad (Paleta de Color)
- La Plataforma debe estar orientada hacia el Móvil
- El Usuario debe poder Personalizar sus Servicios
- Usuario realizar Solicitudes de Compra (Base de Datos)
- Crear Formulario Registro Paseador
- Formulario de Contacto
- Llamada Directa
- Enlaces a Redes Sociales

PRUEBAS DE USUARIO 2.0

Objetivo

Identificar inconsistencias del prototipo y medir el interés del mercado de mascotas en la ciudad de Cali.

Metodología

Se piensa desarrollar los primeros canales de contacto con los clientes. En primer lugar se desarrollara la nueva versión del prototipo Interfaz Versión 2.0.

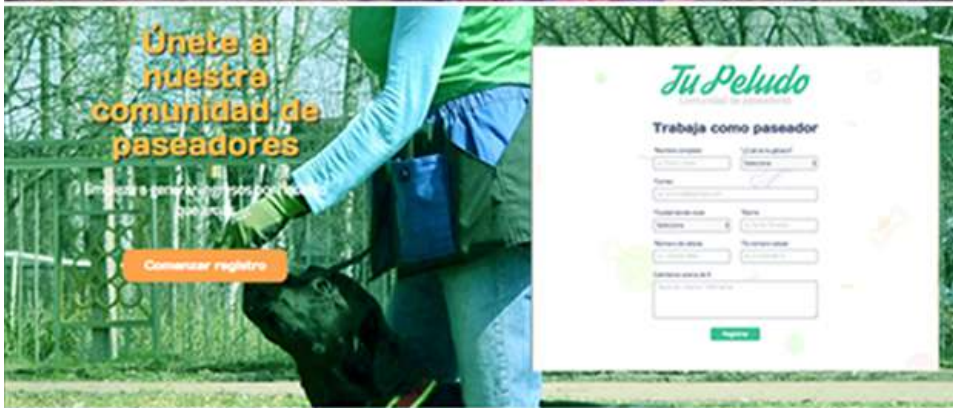
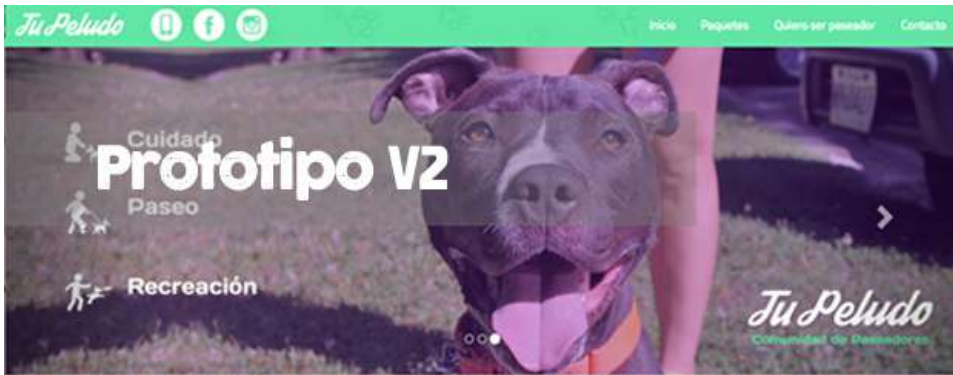
Procedimiento:

El propósito de estas pruebas de usuario, en primer lugar consiste en someter el prototipo a un nuevo test de usabilidad con pro de seguir mejorando las inconsistencias. Como segunda medida se van a establecer las redes sociales oficiales de la compañía Tu Peludo S.A.S

Paso a Paso:

- 1) Crear Redes Sociales (1 Día)
- 2) Desarrollar Nuevo Prototipo (2 Semanas)
- 3) Crear contenido y Trafico en las Redes Sociales
- 4) Realizar pago de Publicidad para conectar con Clientes



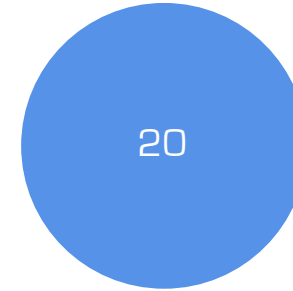


Interfaz Versión 2.0 (Prototipo)

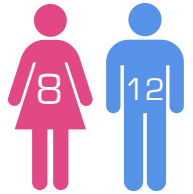
Participantes: 20

1) Acceda a la página www.tupeludoapp.com y cree una solicitud compra de paquete de paseo

- Completo la Tarea
- No Completo la Tarea

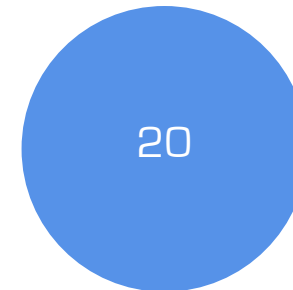
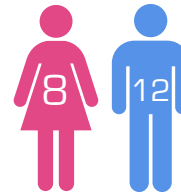


Muestra



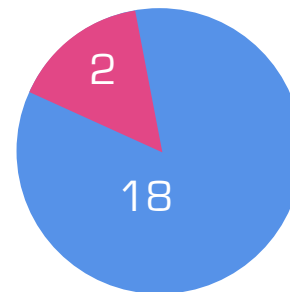
2) Realice el Registro de solicitud Ser Paseador

Muestra



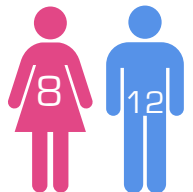
- Completo la Tarea
- No Completo la Tarea

3) Que tan intuitiva le parece la interfaz gráfica ?



- Muy Intuitiva
- Normal
- Bajo

Muestra



ANÁLISIS DE DATOS

Interfaz Versión 2.0 (Prototipo)

Muestra: 20

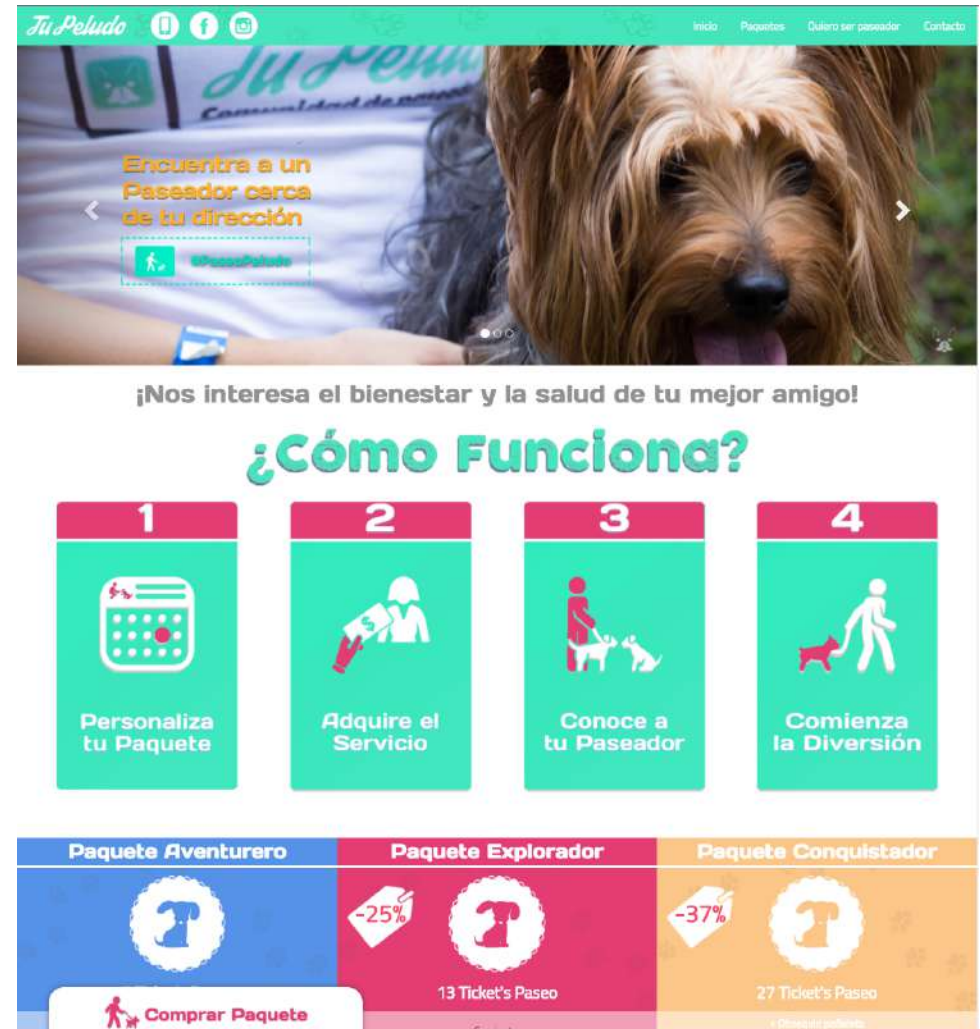
El segundo grupo para las prueba de usuario tuvo un excelente desempeño. Esta prueba tenía como fin dar a conocer la compañía y encontrar inconsistencias de interacción, errores en el diseño adaptativo de la interfaz y en el manejo de bases de datos.

Durante la prueba encontramos que se requiere conocer datos de los visitantes y de que ciudad están visitando el sitio para conocer a fondo la demanda e ir creando nuestra base de datos.

Aspectos a Mejorar:

- Paquetes Deben tener (Tamaño de Perro, Veces de Paseo por Día y añadir segundo perro)
- Utilizar Imágenes reales
- Implementar botones Call to Action para comprar
- Generar Mail de auto respuesta al Registrarse un Paseador o Comprar paquetes
- Agregar Sección de Como se Usa
- Añadir Sistemas de Pago Online

INTERFAZ FINAL



Cabe destacar que en materia del Proyecto de Grado, Este prototipo no va a contar con Pago Online por tiempos y requerimientos de payU.



ANÁLISIS DEL SERVICIO

Registro de Personas Interesadas o con curiosidad en el Servicio

<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	1	ho.michelle31@gmail.com	Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	2	jessicagrain51@gmail.com	Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	3		Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	7	lamaru36@hotmail.com	Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	10	ingridsantacruz04@gmail.com	Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	11	sergioolivarez@hotmail.com	Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	12	sergioolivarez@hotmail.com	Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	13	sergioolivarez@hotmail.com	Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	14	juansignares@hotmail.com	Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	15	vale3d03@hotmail.com	Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	16	valego94.vgp@gmail.com	Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	17	valego94.vgp@gmail.com	Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	18	isabelldelgado18@gmail.com	Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	19	jsorozcosa@gmail.com	Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	20	lalaguerrero1976@gmail.com	Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	21	lasaba_4@hotmail.com	Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	23	efaydavid@hotmail.com	Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	24	juan@hotmail.com	Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	25	angievillarrealgaviria@gmail.com	Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	26	andersonsm46@hotmail.com	Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	28	jacobogiraldonieto@gmail.com	Cali

<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	35		Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	36	danileonrubio@gmail.com	Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	37	danileonrubio@gmail.com	Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	38	danileonrubio@gmail.com	Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	39	danileonrubio@gmail.com	Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	40	danileonrubio@gmail.com	Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	41	leidychat2009@hotmail.com	Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	42	nati-garcia@live.com	Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	43	stefysa08@gmail.com	Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	44	mariajoserc99@hotmail.com	Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	45	verovm05@hotmail.com	Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	46	valentinaramos97@hotmail.com	Medellín
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	47	peludo@peludo.com	Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	48	valentinitaguduman@gmail.com	Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	49	alejita-17@hotmail.com	Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	50	valentinitaguduman@gmail.com	Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	51	jsebastianidrobo@gmail.com	Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	52	carito_echeverri@hotmail.com	Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	53	montoyacamila57@gmail.com	Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	54	juanm23b@gmail.com	Cali
<input type="checkbox"/>		Edit		Copy		Delete	55	gfernanda_1998@hotmail.com	Cali

Se agrego esta interacción de Inicio de Sesión con mail y ciudad para determinar si existía interés por parte de los habitantes de la ciudad en adquirir servicios para su mascota. Encontramos mas de 40 Registros de personas reales, que dejaron su información y que Tu Peludo S.A.S puede llegar a fidelizar como clientes lo que refleja que siay interés.

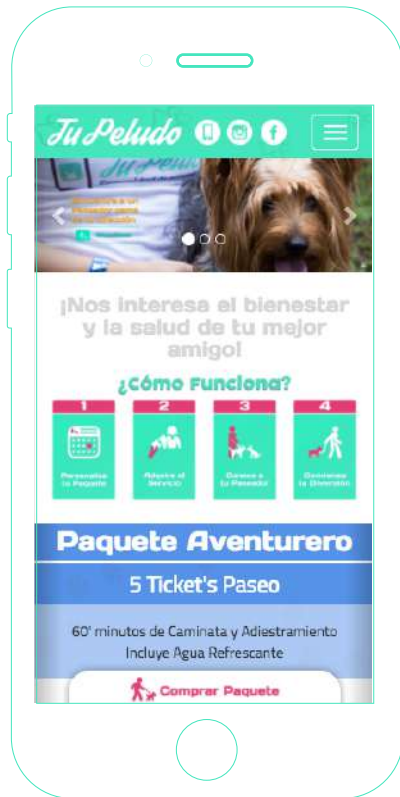


INTERFACES DE USUARIO



Inicio de Sesión

Diseño 100% Responsive



Home



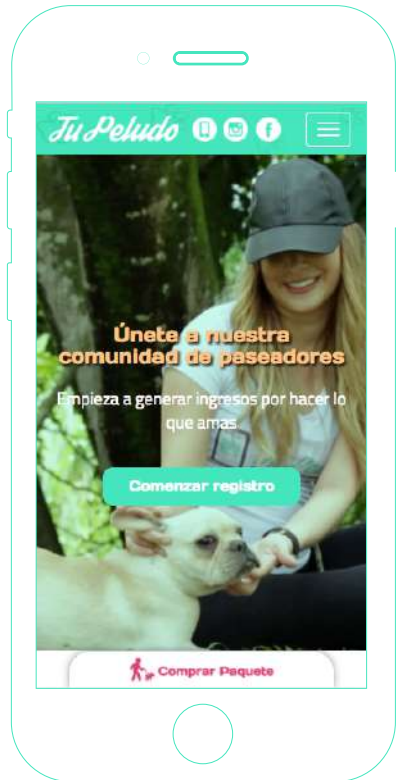
Paquetes



Contacto

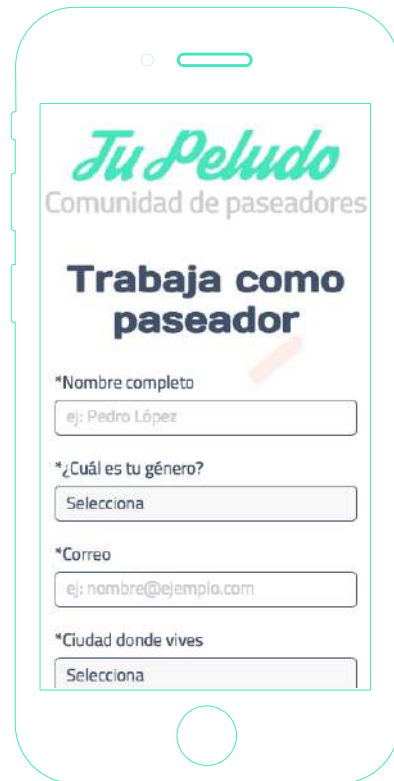


INTERFACES DE USUARIO

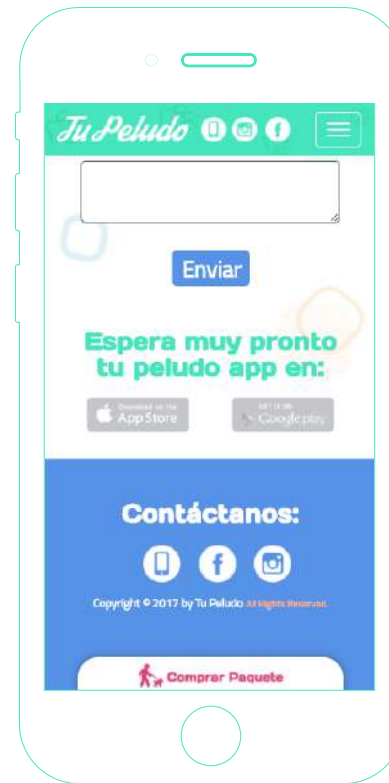


Ser Paseador

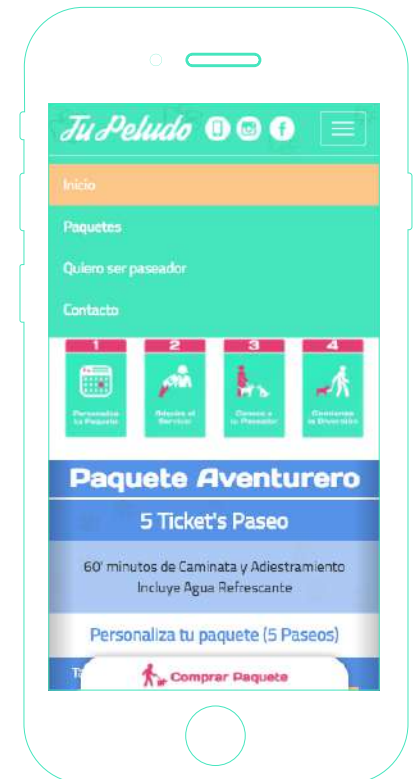
Diseño 100% Responsive



Registro Paseador



Redes Sociales
Llamada Directa



Menú Global



VIABILIDAD

Viabilidad Técnica

La propuesta desarrollada requiere que los usuarios cuenten con un conexión a internet sea mediante wifi o datos. El acceso a la plataforma esta dado en versión escritorio y móvil. Tu peludo S.A.S debe asignar un dominio y alojar en un hosting la plataforma web. Permitiendo que el acceso sea remoto

Viabilidad Económica

Tu Peludo S.A.S es una plataforma de servicios para mascota. El hecho de ser una Plataforma de Servicio (Pas) online hace que no se requiera inversión en infraestructura y nos permite una rápida escalabilidad a nivel nacional. Los ingresos de esta plataforma se pueden hacer mediante ventas de servicios, productos y publicidad. La publicidad es una alternativa de ingresos una vez que haya suficiente trafico en la pagina.

Costos

Por medio de la siguiente tabla evidenciamos el total de los costos para el desarrollo de esta propuesta. Dicha tabla contiene desde inversiones en activos hasta la partes de desarrollo de la plataforma. Debido a que la plataforma debe estar cuanto antes empezar a promocionarla.

ESTRUCTURA DE COSTOS

Esta estructura corresponde a lo mínimo que se necesita para dar inicio a las operaciones.

TU PELUDO S.A.S			
ITEM	UNIDADES	\$ UNIDAD	TOTAL
Dominio	1	\$ 60.000 (anual)	\$ 60.000 (anual)
Hosting	1	\$187.900 (anual)	\$187.900 (anual)
Publicidad	3	\$ 300.000	\$ 900.000
Datos Moviles	1	\$ 69.900 (Mes)	\$ 838.000
Celular	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Computador	1	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000
Ui - Ux	1	\$ 4.500.000	\$ 3.500.000
Programacion	1	\$ 7.200.000	\$ 5.200.000
Panoletas	83	\$ 2.518	\$ 208.518
Uniformes	2	\$ 50.000	\$ 100.000
Pelota	10	\$ 6.900	\$ 60.900
TOTAL			\$ 13.750.900



ESTRATEGIA DE PRECIOS

Para determinar el precio de nuestros servicios nos basamos las tarifas utilizadas en el mercado actual por las personas que se desempeñan como cuidadores o entrenadores de perros.

Tu Peludo S.A.S propone una valera con tiquetes de paseo que los clientes gastan a su manera. El servicio se ofrece de lunes a sábado. Queremos validar el uso de valera para evitar que la gente se sienta disgustada al contratar servicios de manera mensual y no recibir el servicio los días domingo.

PASEO AVENTURERO

5
TIQUETES

PEQUENO
\$ 37.500

GRANDE
\$ 57.500

PASEO EXPLORADOR

13
TIQUETES

PEQUENO
\$ 87.000

GRANDE
\$ 105.000

PASEO CONQUISTADOR

27
TIQUETES

PEQUENO
\$ 147.000

GRANDE
\$ 178.500

MODELO DE NEGOCIO

Actividades Clave

Programación y Diseño

Comprende todas las actividades del desarrollo de la plataforma. Front End - Back End

Publicidad

Establecer las redes oficiales de la compañía y comenzar a generar trafico. Esto servira como canales alternos a la plataforma online

Estrategia de Lanzamiento

Son todas las actividades a desarrollar para el lanzamiento oficial de la plataforma. Premios, Concursos, Regalos para el dar a conocer el servicio al publico objetivo con el fin de fidelizar clientes

Eventos

Realizar eventos que promuevan la integración de las familias y sus mascotas. Un espacio para compartir



Modelo Canvas



Tu Peludo

ALIADOS	ACTIVIDADES CLAVES	PROPUESTAS DE VALOR	RELACION CON CLIENTES	SEGMENTO DE MERCADO
<ul style="list-style-type: none"> - Clínicas Veterinarias - Desarrolladores de Software - Residencias Hotel Canino - Guarderías - Entrenadores Caninos - Domiciliarios - Proveedores - Aseguradora 	<ul style="list-style-type: none"> - Publicidad - Contenido de Redes Sociales - Promociones - Pruebas de Usuario - Actividad de Lanzamiento - Gestión de Proyectos 	<p>Cuidamos a tu mascota mientras trabajas.</p> <p>Recreamos y Educamos a tu mejor amigo</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Incentivos por recomendar el servicio - Tarjetas de Regalo - Voz a Voz - Souvenir - Tips / redes sociales 	<p>Amantes de los Animales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jóvenes (22 - 30 años) Millenials Empleados Horario de Oficina - Adultos (30 - 60) Empleados Horario de Oficina Independientes
	<p>RECURSOS CLAVES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Celular - Desarrollo - Personal 		<p>CANALES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Redes Sociales - Publicidad Offline - Pagina Web - Eventos - Carpa en Parques - Restaurantes Pet Friendly 	
ESTRUCTURA DE COSTOS		FORMAS DE INGRESO		
<ul style="list-style-type: none"> - Computador - Hosting y Dominio - Desarrollo Plataforma - Registro de Marca - Uniformes e Implementos 		<ul style="list-style-type: none"> - Celular - Plan de Datos - Coordinador de Pedidos (Empleado) - Publicidad - Ventas Servicio - Linea de Mascotas : Productos - Entrenamiento - Eventos Familiares - Gamificación - Hospedaje 		



PLAN DE EMPRESA

Estructura Mínima Viable

Proyección de Ventas

Ano	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
2018	15	21	26	35	40	46	52	62	69	75	85	96	622
2019	96	103	110	117	124	131	138	145	152	159	166	173	1.614

Total de Ventas

PP: Paquete Pequeño - PG: Paquete Grande

Ano	PP1	PP2	PP3	PG1	PG2	PG3
2018	95	125	101	97	100	103
2019	282	246	276	282	246	282
Total Sin IVA	\$ 75.931.800			\$ 193.463.712		
Total Ventas	\$ 90.358.842			\$ 230.221.817		

Costo del Servicio

Ganancia del 25% por cada paquete vendido

Precio a Pagar al Paseador

75% del Precio

Gastos

- Publicidad
- Mantenimiento
- Hosting
- Admin Pedidos
- Mantenimiento

Punto de Equilibrio

Operaciones bajo comisión del 25%

Costo	2018	2019	2020
Gastos Fijos	25,913,112	25,437,636	26,399,142
Variables	61,724,690	151,318,38	181,582,06
Total Paseos	622	1,614	1,937
Equilibrio	1,135	975	1,011
Utilidad	-11.706.002	16.707.689	24.175.249
% Equilibrio	55%	166%	192%



VIABILIDAD PLAN DE EMPRESA

Evaluación

Se realiza evaluación de la proyección con los precios de hoy

Periodo de Pago Descontado	4.86
Tasa Interna de Retorno	25.22%
Valor Presente Neto	13,573,983
Tasa Minima de Retorno	16%

La evaluación pronostica que el retorno es mayor en casi 10% a lo mínimo esperado. Generando 0,2522 pesos por cada peso invertido

Incremento en Ventas 20%

Evaluación 20% + Ventas

Se realiza evaluación de la proyección con aumento de ventas

Periodo de Pago Descontado	3.59
Tasa Interna de Retorno	39.72%
Valor Presente Neto	37,469,141
Tasa Minima de Retorno	16%

ANÁLISIS DE MERCADO

Se evidencia una alta tendencia a tener mascotas por parte de la generaciones de jóvenes millenials, acompañada de cifras del Dane que manifiestan son 6 de cada 10 las familias que cuenta con una mascota en Colombia.

Estudios realizados por la empresa alemana líder en Marketing Gfk posiciona a latino america, estados unidos y Rusia como los lugares con mayor índice de dueños de mascotas. En Cali encontramos que son mas de 5 las empresas que están prestando el servicio de acompañamiento canino ldejando en evidencia que existe una demanda real del servicio.

TAMAÑO DE MERCADO

En Cali encontramos que al rededor de todo el departamento, habría un total de 292.766 perros según un censo de las autoridades de Salud locales.

A nivel nacional encontramos que según cifras del Dane para el 2005 en Colombia había acerca de 10 Millones de perros en donde cabe resaltar que durante los últimos 4 anos los gatos han tenido un alza del 15% anual en adopciones precisa fenalco.



ESTRATEGIA DE MERCADEO

En primer lugar se buscara dar a conocer la compañía mediante la plataforma web, redes sociales y publicidad offline. Las personas que se muestren interesadas en el servicio recibirán a manera obsequio un paseo para su mascota totalmente gratis.

Redes Sociales

Establecer las redes sociales de la compañía como alternativa a la pagina web. Encontramos que los usuarios potenciales pasan gran cantidad de tiempo en redes sociales por lo que potencializar este canal y generar trafico seria de mucho valor para la compañía. Estableciendo así un nuevo canal de atención.

Fidelizar Clientes

El mayor gasto de esfuerzo que se debe tener en la compañía es la adquisición de nuevos clientes y mantenerlos activos en el servicio. Es por esto que debemos conocer muy bien a los clientes para generar contenido de su interés y mantenerlos suscritos.

Alianzas

Contemplamos establecer alianzas que representen un beneficio mutuo para ambas partes. Es por esto que queremos promover los sitios amigables con las mascotas. Que existan mas lugares que permitan la entrada de mascotas y sus amos.

CONCLUSIONES

La alta presencia de mascotas en Colombia evidencia que existen personas interesadas en el bienestar de sus animales, siendo esto un panorama óptimo para la ejecución de esta idea. Tu Peludo S.A.S propone ser una nueva alternativa a la hora de contratar servicios para mascotas en la ciudad de Cali y junto a esto ser una opción de empleo para los verdaderos amantes de los animales y protectores sus derechos.

La alta inversión en proyectos tecnológicos por parte del Gobierno de nuestro país ha incentivado a miles de emprendedores a crear compañías en base tecnológica. Encontramos que el mercado de las mascotas se encuentra muy poco tecnificado pero que ya existen otras compañías trabajando por posicionarse o innovar en este mercado.

Tu Peludo permite que haciendo uso de la tecnología los dueños de mascotas adquieran y personalicen servicios para sus mascotas de manera remota y segura desde su móvil. La plataforma de servicios se encuentra activa desde el mes de Marzo y ha venido siendo mejorada gracias a las pruebas de usuario realizadas. La proyección económica es alentadora al evidenciar que podemos comenzar a generar utilidades a partir del segundo año. Durante el periodo en que la plataforma ha esta en prueba, abierta al pulico, la compañía adquirio un total de 6 servicios evidenciando que existe una oportunidad a desarrollar.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Fenalco [2015]; Mercado de las mascotas. En fenalco, Recuperado el 09 de Agosto 2016 en <http://www.fenalco.com.co/contenido/5868>

Bradshaw John, [2003] "The assessment of shelter dog to predict separation-related behaviour and the validation of advice to reduce its incidence post-homing" Recuperado el 12 de Agosto, <https://www.rspca.org.uk/ImageLocator/LocateAsset?asset=document&assetId=1232713012896&mode=prd>

Taylor, Sienna; Madden, Joah. 2016. "The Effect of Pet Remedy on the Behaviour of the Domestic Dog [Canis familiaris]." *Animals* 6, no. 11: 64.

Friedmann, E. [2000]. *The Animal-Human bond: Health and wellness*. En A. Fine (Ed.), *Handbook on animal-assisted therapy* (pp. 41-58). San Diego: Academic Press. Recuperado el 13 de Agosto.

Von Arcken, B. C. [2011], " Interaccion Entre humanos y Animales" Recuperado el 15 de Agosto 2016 en <http://revistas.lasalle.edu.co/index.php/ls/article/view/987>

Irvine, Leslie. 2008. "Animals and Sociology." *Sociology Compass*. Recuperado el 16 de Agosto 2016 en https://www.academia.edu/3811482/Animals_and_Sociology Irvine, Leslie. 2008. "Animals and Sociology." *Sociology Compass*

R.J. Sargisson, "Canine separation anxiety: Strategies for treatment and management", Recuperado Septiembre 1, 2016, <https://dx.doi.org/10.2147/VMRR.S60424>

Serpell, J. [1996], "In the Company of Animals: A Study of Human-Animal Relationships", Cambridge University Press, Cambridge. Recuperado Septiembre 02, 2016, <http://web.media.mit.edu/~bruce/Site01.data/rover@home.pdf>.

Beck, A.M., 2003. *The Human - Dog Relationship: a tale of two species*. Recuperado el 16 Agosto 2016 en https://habricentral.org/resources/767/download/CABI_dogszones_beck.pdf

GfK [Nurember , 24/05/2015]; Global Study: pet ownership. En www.gfl.com /Recuperado Agosto 18 2016 ver

Gunter, B. [2002]. *Animales domésticos: psicología de sus dueños*. Barcelona: Paidós Recuperado: 28 ,Agosto ,2016 <http://revistas.lasalle.edu.co/index.php/ls/article/viewFile/987/894>

R.J. Sargisson, "Canine separation anxiety: Strategies for treatment and management", Recuperado Septiembre 1, 2016, <https://dx.doi.org/10.2147/VMRR.S60424>

B.I. Resener, "Rover@Home: Computer Mediated Remote Interaction for Dogs", Recuperado Septiembre 02, 2016, <http://web.media.mit.edu/~bruce/Site01.data/rover@home.pdf>.

F. Ricci et al. (eds.), *Recommender Systems Handbook*, 1 DOI 10.1007/978-0-387-85820-3_1, © Springer Science+Business Media, LLC 2011

Kim, Rawashdeh, Sddik[2013] Tailoring Recommendations To Groups of Users: Recuperado el: 3 de Octubre en: *Lecturas Clase HCI - Universidad Icesi*

Alcaldia Santiago de Cali [2004]. *Tenencia de Mascotas*, Recuperado 03 Septiembre de : <http://www.cali.gov.co/publico2/documentos/varios/tenenciamascotas.pdf>

MillwardBrown [2014] " Time Spent Daily on Screen" Recuperado el 03 de Septiembre en <https://www.millwardbrown.com/AdReaction/2014/#/main-content>



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Gass, Oliver (2014) PaaS Characteristics for Productive Software Development” recuperado el 27 de Septiembre 2016 en IEEE Computer Society 1089-7801/\$31/00

International Telecommunication Union (2009) Distributed Computing: Utilities, Grids & Clouds, Recuperado el 29 en http://www.itu.int/dms_pub/itu-t/oth/23/01/T23010000090001PDFE.pdf

Oracle Solutions (2015) Oracle Cloud : The next generation public cloud that adapts to you organization, recuperado el 1 de Octubre de 2016 en <http://www.oracle.com/us/solutions/cloud/oracle-cloud-brief-2565474.pdf>

Gilder Geroge (2006) The Information Factories , Recuperado el 1 de Octubre de 2016 en <https://www.wired.com/2006/10/cloudware/>

UxPin. User Experience Design is not what you think. Recuperado el 3 de Octubre 2016 en <https://www.uxpin.com/studio/blog/user-experience-design-is-not-what-you-think-boag/>

Dialogic (2010). Introduction to Cloud Computing recuperado el 3 de Octubre en <https://www.dialogic.com/~media/products/docs/whitepapers/12023-cloud-computing-wp.pdf>

Kantor, P. B., Rokach, L., Ricci, F., & Shapira, B. (2011). Recommender systems handbook. Springer.

Alcocer, Aberto (2011). Cloud Computing y Tipos de Nube. Recuperado el 29 de Septiembre 2016 en <http://www.societic.com/2010/06/cloud-computing-tipos-de-nubes-de-aplicaciones/>

Weinswig, Deborah (2016) “ Global Pet E-commerce: A dynamic channel in a growing market. Recuperado el 4 de Octubre en https://www.fbicgroup.com/sites/default/files/Pet%20eCom%20Report%20by%20Fung%20Global%20Retail%20Tech%20May%2025%202016_0.pdf

Pet Ownership. Global GfK https://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/country_one_pager/NL/documents/Global-GfK-survey_Pet-Ownership_2016.pdf

Colon (2014) “Colombia’s Pets Food Demand to Grow as Income Rises, 2015, USDA Foreign Agricultural Service en <http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Colombia%20%E2%80%99s%20Pet%20Food%20Demand%20to%20Grow%20as%20Income%20>

American Pet Products Association http://www.americanpetproducts.org/press_industrytrends.aspx <http://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/pet-wearable-market>

Pet Wearable Market Size To Reach \$2.36 Billion by 2022. Febrero 2016. www.grandviewresearch.com AdReaction Marketing and Multiscreen. 2014. www.millwardbrown.com

Lin Sun, WenZheng (2015) “ E-commerce personalization recommendation system based on web mining technology design and implementation p.2-3 Recuperado el 1 de Octubre 2016 <https://nebulosa.icesi.edu.co:2258/cSDL/proceedings/icitbs/2015/0464/00/0464a347.pdf>

Sarwar, Karypis, Konstan, Riedl (2001) “ Item-Based Collaborative Filtering Recommendation Algorithms” recuperado el 2 de Octubre en <http://www.www10.org/cdrom/papers/pdf/p519.pdf>

Operating System Interface Design Between 1981-2009. 11 Marzo



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Mani, Sinha, Sukaviriya (2008), "Using User Interface Design to enhance Service Identificacion, p1-5 Recuperado el 28 de Septiembre
e n
<https://nebulosa.icesi.edu.co:2258/csd/ proceedings/icws/2008/3310/00/3310a078.pdf>

The Different Bwetween Ui an UX. 2016. [www. codeviews.com](http://www.codeviews.com)

Leslie Irvine, (2004),"Pampered or enslaved? the moral dilemmas of pets", International Journal of Sociology and Social Policy, Vol. 24 Iss 9 pp. 5 - 17; Recuperado Agosto 31, 2016.

B.I. Resener, "Rover@Home: Computer Mediated Remote Interaction for Dogs", Recuperado Septiembre 02, 2016, <http://web.media.mit.edu/~bruce/Site01.data/rover@home.pdf>.



Tu Peludo

