

**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADA  
TOULOUSE LAUTREC**



**DOG HEART**

Proyecto de innovación para obtener el grado de Bachiller en  
Dirección y Diseño Gráfico

**AUTORES:**

**Alessandra García Plaza**  
(ORCID: 0000-0001-8555-7809)

**Mayra Lucía Paiva Alfaro**  
(ORCID: 0000-0002-8412-8911)

Lima – Perú

**2021**

## Resumen

El proyecto de innovación DOG HEART se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Salud y seguridad social y la actividad económica de otras actividades de servicios, y busca resolver el problema de perros callejeros, apoyando a los albergues de animales a recibir un aporte monetario por la adopción de animales y con bajo riesgo de rebote. Se busca reducir, a través un test, la entrega de animales en adopción a personas irresponsables, verificando sus condiciones que ofrecen al animalito.

Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas con herramientas de Design Thinking para tomar como centro al usuario y Lean Startup para impulsar la implementación de los resultados, estas herramientas contemplan la colaboración y el pensamiento visual, como la técnica persona para plantear arquetipos y validar usuarios, mapa de actores para reconocer el contexto y mercado, mapa de trayectoria, para delinear la mecánica de la propuesta, canvas de propuesta de valor, para consolidar el concepto innovador, canvas de modelo de negocio que permita observar la sostenibilidad de la propuesta, entre otras, que son presentadas en detalle en el documento a continuación.

La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en Beneficiar al albergue de perros con un aporte monetario al momento de dar en adopción, así mismo, contribuir a la solución de peros con dueños irresponsables y beneficiar a largo plazo, a la comunidad, teniendo menos perros en las calles.

El segmento de clientes está constituido por empresas o instituciones que realicen procesos de adopción y requieran charlas de concientización sobre la vida animal.

Los canales de comunicación serán los digitales, específicamente, redes sociales. Este proyecto se basa en que los procesos de adopción sean 100% transparentes y eficientes, generando confiabilidad entre el albergue y el adoptante. Tiene como aliados clave a voluntarios, municipalidades y marcas de productos para perros.

El proceso para acceder a esta propuesta es el siguiente:

**Paso 1: Solicitud de servicio**

**Paso 2: Propuesta y firma de contrato de servicio simple.**

**Paso 3: Evento de adopción**

**Paso 4: Entrega de documentación de adopciones realizadas**

**Paso 5: Distribución de ganancia (en caso sea albergue)**

Para la experimentación se diseñaron prototipo(s) y se realizó la validación con albergues y simulaciones de la propuesta web. Se realizó la validación del journey map, en toda la experiencia y se comprobó que la propuesta presentada se ajusta a las necesidades e interés del mapa de actores. El PMV, el porcentaje de ganancia para el albergue es del 20% del ingreso y para el proyecto deja una utilidad de casi 58%.

Se concluye que la solución propuesta DOG HEART genera valor a la sociedad, disminuyendo la afluencia de perros callejeros, estimula la adopción responsable y beneficia a las instituciones que se dedican a esta noble labor de atender a los perros abandonados, además de generar utilidad por esta vinculación entre los actores.