ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Héroes de cuatro patas que transforman vidas, Superpatas une a perros que buscan hogar con familias con niños pequeños.

PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN MARKETING ESTRATÉGICO E INNOVACIÓN

PRESENTADA POR

Xiomara Dayli Aranda Estrada
DNI: 73107024, Perú

ASESOR

Jefferson Rodolfo Samir Anaya Romero
DNI: 47552688, Perú

JURADO

Moisés David Zabalbeascoa Marroquín
Brigitte Madelein Pérez Ortiz
Alexis Rodolfo Lopez Pacheco

Lima, Agosto 2025

Xiomara Aranda - Proyecto de Innovaci%C3%B3n TLS %283%29.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:482552836

Submission Date
Aug 12, 2025, 11:40 PM GMT-5

Download Date
Aug 13, 2025, 12:02 AM GMT-5

File Name
Xiomara Aranda - Proyecto de Innovación TLS (3).pdf

File Size
3.4 MB

78 Pages

11,095 Words

59,690 Characters

30% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

3% Internet sources
0% Publications
29% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. Información general 7

1.1 Título del Proyecto de Innovación 7

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación 7

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación 8

II. Descripción de la innovación 9

Planteamiento del Problema 10

Población beneficiaria 11

Objetivo(s) del proyecto 11

Marco referencial 12

Proceso creativo y experimentos 15

2.1.1 Información sobre el usuario(s) 15

2.1.2 Información sobre el Mercado 15

2.1.3 Concepto y Propuesta de Valor 19

2.1.4 Diseño de producto/servicio 22

2.1.5 Modelo de Negocio 23

2.1.6 Resultados esperados 26

2.1.7 Prototipos desarrollados 27

2.1.8 Experimentos 48

2.1.9 Resumen del Proyecto de Innovación 50

III. Estimación de costos 50

Presupuesto 50

IV. Conclusiones y recomendaciones 55

4.1 Conclusiones 55

4.2 Recomendaciones 55

V. Referencias Bibliográficas 57

Anexos 58

6.1 Informe de Turnitin 58

58

6.2 Entrevistas 58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Competencia directa de Wuf 17

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Árbol del problema 10

Figura 2 Mapa de actores para el caso de adopción de perros 11

Figura 3 Imágenes de la experiencia digital Takee 13

Figura 4 Adopta con un clic - Pet adoption 14

Figura 5 Lienzo de propuesta de valor 21

Figura 6 Modelo de negocios Superpatas 24

Figura 7 Página de inicio de la web 28

Figura 8 Encuentra a tu Superpatas 29

Figura 9 Perfil en detalle del perro – Imagen 1 30

Figura 10 Perfil en detalle del perro – Imagen 2 31

Figura 11 Perfil en detalle del perro – Imagen 3 32

Figura 12 Perfil en detalle del perro – Imagen 4 33

Figura 13 Perfil en detalle del perro – Imagen 5 34

Figura 14 Perfil en detalle del perro - Información 35

Figura 15 Perfil en detalle del perro - Proceso 36

Figura 16 Perfil en detalle del perro – Responsabilidad 37

Figura 17 Perfil en detalle del perro – Seguimiento 38

Figura 18 Perfil en detalle del perro – Contribución 39

Figura 19 Inicio de conversación en el chatbot 40

Figura 20 Inicio de preguntas para filtrado de Superpatas 41

Figura 21 Preguntas de detalles de la dínamica familiar para filtrado de Superpatas 42

Figura 22 Detalle de preguntas físicas y de comportamiento 43

Figura 23 El chat bot te muestra tu Superpata Ideal 44

Figura 24 Acciones luego de saber tu Superpata Ideal – Ver perfil del perro al hacer click en la imagen 45

Figura 25 Proceso de adopción - etapa 1 46

Figura 26 Proceso de adopción - etapa 2 formulario 47

Figura 27 Costos de servicio 52

Figura 28 Gastos de Superpatas 52

Figura 29 Ingresos por Superpatas 53

Figura 30 Resultados de Superpatas 54

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

Héroes de cuatro patas que transforman vidas, Superpatas une a perros que buscan hogar con familias con niños pequeños.

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación Superpatas se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de salud y bienestar social y la actividad económica de actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas. Busca resolver la problemática del bajo índice de adopción responsable de perros en situación de abandono, especialmente en familias con niños pequeños, teniendo como población beneficiaria a padres de 30 a 45 años con hijos entre 3 y 10 años, que viven en zonas urbanas de Lima y buscan experiencias emocionales de impacto positivo en su hogar.

Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas con herramientas de Design Thinking, colocando al usuario como el centro, y de Lean Startup, para validar rápidamente la propuesta en el entorno real. Se utilizaron herramientas como el mapa de actores para reconocer el ecosistema, el canvas de propuesta de valor para definir la experiencia, y el canvas de modelo de negocio para asegurar viabilidad y sostenibilidad del servicio, además de entrevistas para ver la viabilidad del proyecto en el público objetivo.

La solución innovadora presentada consiste en un rediseño de la plataforma digital interactiva que conecta a familias con perros en adopción a través de un test tipo chatbot, presentando a los perros como “superhéroes emocionales”. Es un servicio accesible, emocionalmente cercano y diseñado con una narrativa infantil que genera impacto social

y bienestar emocional, mientras promueve la adopción como un acto de amor, compromiso y compañerismo.

Para la experimentación se diseñaron prototipos digitales de baja definición del home page y perfiles de perros. Estos fueron testeados con padres y madres reales para recoger reacciones, validar la usabilidad y evaluar el nivel de conexión emocional con la propuesta. Se obtuvo una validación positiva del concepto y sugerencias específicas para ajustes gráficos y de lenguaje. Se concluye que la solución propuesta facilita la adopción emocionalmente significativa de perros, y se recomienda escalar la campaña, desarrollar una aplicación móvil, para seguimiento y como método de fidelización post adopción y reforzar alianzas con refugios y marcas del rubro.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

Según Córdova-Cando et al., (2021) en su investigación lograron identificar que los perros influyen en gran medida en la conexión emocional de los niños, principalmente los niños eligieron como su mejor amigo por sus características y por afinidad a los canes, los datos de la investigación muestran más del 90% prefieren como mascota a los perros, éstos constituyen una fuente de apoyo emocional y contribuyen al desarrollo físico – emocional y social, logrando reducir miedos normales en la infancia permitiendo al niño gestionar emociones de una manera adecuada al observar en el can seguridad, amor y respeto, fortaleciendo sus sentimientos. De igual manera, se resalta que niños entre los 4 y 12 años, los que demuestran mayor responsabilidad con sus mascotas son a la edad de 9 y 10 años, sintiendo y demostrando mayor compromiso en el cuidado del can. (pp. 775)

Teniendo esto en cuenta la campaña Superpatas surge como una idea innovadora que establece una conexión emocional con padres e hijos al mostrar a los

perros en adopción como “superhéroes emocionales”, con características especiales que los convierten en compañeros perfectos, fortaleciendo el vínculo entre humanos y animales.

También al adoptar una mascota se ve potenciada otros aspectos significativos para el desarrollo optimo de una persona, sobre todo en etapas donde están aprendiendo a como desenvolverse con su entorno y las personas alrededor, como lo es la empatía. Un estudio en Chile analizó la adopción de mascotas desde un enfoque psicológico; explorando en cómo se desarrolla la biofilia, es decir, la conexión emocional y amor que sentimos por otros seres vivos. A través de entrevistas semiestructuradas a adoptantes de animales rescatados, encontraron que adoptar realmente potencia nuestra capacidad de sentir empatía y afecto, creando así un vínculo muy especial con esos animales. (Barría Beltrán y Orrego Barraza, como se cita en Enríquez Betancourt, et al., 2024)

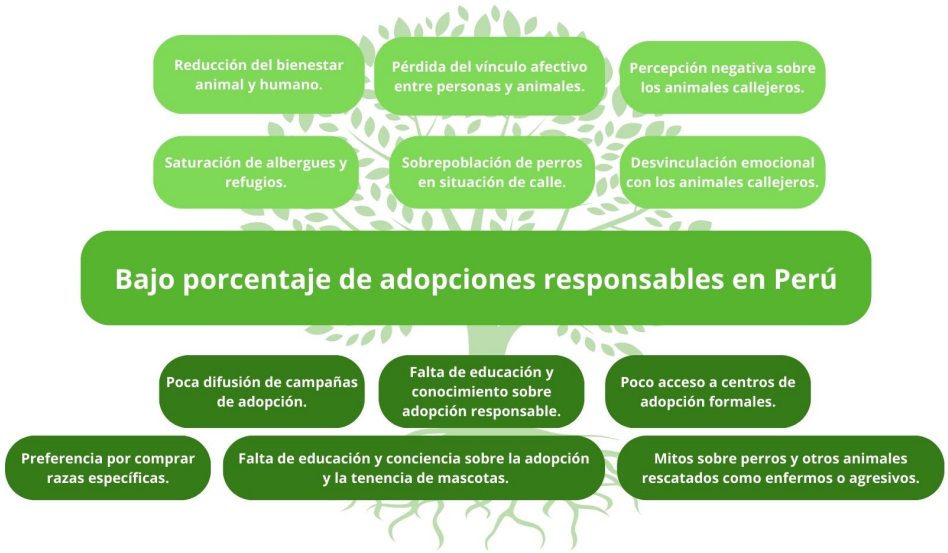
Esto no solo se ve reflejado directamente en la conexión con el animal, sino que es un aprendizaje que lleva consigo las personas y especialmente los niños para otros momentos de sus vidas, donde pueden actuar desde una visión más empática e idónea.

La solución se lleva a cabo en una página web interactiva, con un diseño visual y una historia amigable, emocional y divertido, adaptado al mundo digital de las familias que valoran la sencillez, la personalización y el lazo afectivo. A través de recursos visuales, un cuestionario tipo chatbot y narraciones cercanas, la campaña pretende facilitar adopciones conscientes y fortalecer el vínculo entre los niños y los animales.

II.Descripción de la innovación

Planteamiento del Problema

Figura 1
Árbol del problema



El 59.9% de los hogares en zonas urbanas del Perú cuenta con al menos una mascota, destacando que el 79% de estas son perros. Las formas por las cuales una mascota entra a ser parte de una familia son variadas: un 59% llega como obsequio, un 21.5% mediante compra, un 14.8% por adopción, y el 4.7% restante por otros medios (CPI, 2018, como es citado en Roca Rey, A.V, 2020).

En Perú hay una gran cantidad de perros en situación de abandono. La mayoría no accede a una segunda oportunidad debido a la falta de cultura de adopción responsable y prejuicios hacia ciertas razas y características de estos animales.

Aunque la adopción responsable ha tenido un auge en los últimos años sigue manteniendo un porcentaje bajo en comparativa a las otras formas que entra una nueva mascota a un hogar.

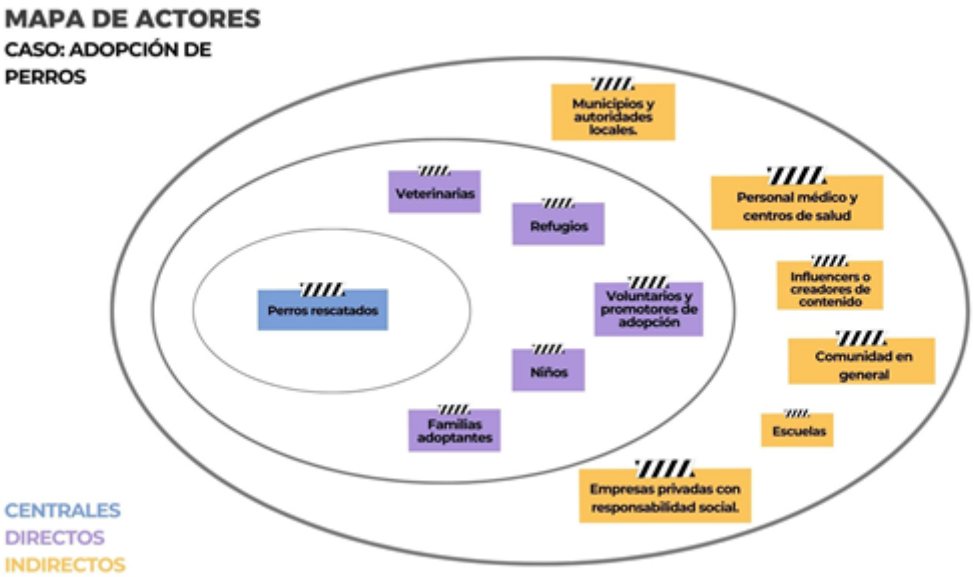
Impacto Ambiental (ODS):

- ODS 3 (Salud y bienestar) al destacar los beneficios emocionales que trae la adopción tanto para animales como para personas en temas relacionados a la salud mental.
- ODS 11 (Ciudades y comunidades sostenibles) al reducir el número de animales en las calles y mejorar la convivencia entre humanos y animales en la ciudad.

Población beneficiaria

Figura 2

Mapa de actores para el caso de adopción de perros



Objetivo(s) del proyecto

Objetivo principal

Incrementar la adopción responsable de perros en situación de abandono mediante una campaña creativa, emocional y que ayude a sensibilizar a niños y padres de familia sobre como una mascota es un compañero de vida, promoviendo el vínculo afectivo con los animales e incentivando el compromiso social.

Objetivos específicos

- Aumentar el número de solicitantes de adopción a través de la web de WUF a partir del lanzamiento de la campaña, primera revisión a los 2 meses de comenzada la campaña.
- Recolección de data de potenciales adoptantes mediante formularios digitales durante el periodo de campaña.
- Reforzar el mensaje de la adopción, destacando valores como la responsabilidad, empatía y conexión emocional entre mascotas y personas.

Marco referencial

En la ciudad de Lima hay un aproximado de cuatro millones de perros callejeros, y en total en todo el país alrededor de seis millones (La República, 2018, como es citado en Roca Rey, A.V, 2020).

Al momento de adoptar una mascota, no se tiene un estándar de comportamiento o como podría cambiar en apariencia y tamaña con el tiempo, así que llevarse a un perro de la calle es como jugar a la lotería; sin embargo en un refugio, esto puede ser estudiado más a fondo por los cuidadores que con el tiempo llegan a conocer más a fondo cómo es cada uno de los perros, tanto en apariencia como en su comportamiento, porque los conocen bien (Roca Rey, A.V, 2020).

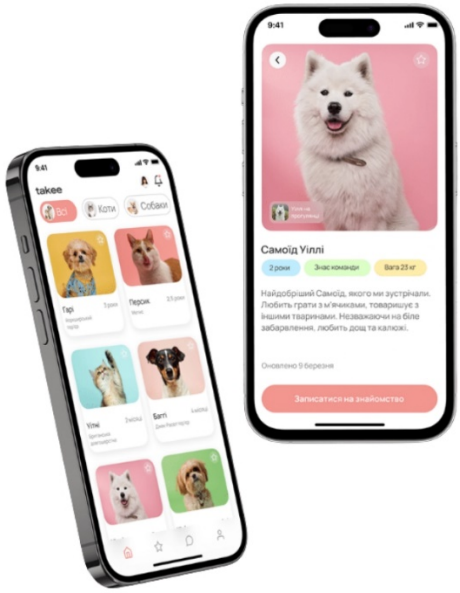
Para la campaña Super patas, comprender cómo otras plataformas digitales a nivel global han logrado facilitar este proceso es esencial. El análisis de estas plataformas digitales de adopción existentes permite identificar puntos importantes y enriquecedores para la planificación de la web de Super patas, ofreciendo lecciones para optimizar nuestra propia estrategia digital y asegurar que cada Super patas encuentre su hogar ideal.

Takee

La aplicación Takee, lanzada en 2022 en Estados Unidos, facilita la adopción de animales al conectar a usuarios con diversos animales disponibles para la adopción y ofrecer asesoramiento profesional durante el proceso de adopción y adaptación. Su diseño se caracteriza por una estructura bien pensada, visualmente atractiva y fácil de usar, con un estilo simple y lineal que incluye botones con esquinas redondeadas y una tipografía coherente. La jerarquización de la información, prioriza imágenes y textos, asegura una navegación intuitiva, y una paleta de colores alegre que capta la atención del usuario, a pesar de que algunos iconos pueden parecer planos (Córdova, (2023).

Figura 3

Imágenes de la experiencia digital Takee

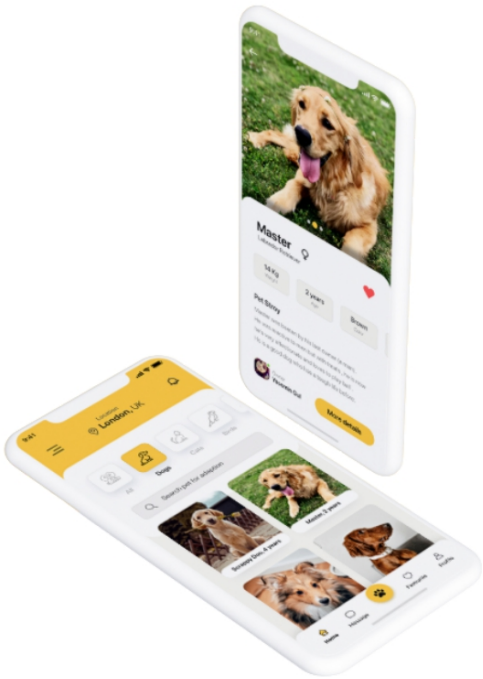


Nota. La imagen muestra cómo se ven dos páginas de la aplicación “Pet Adoption”. “Pet Adoption” Adaptado de Ksena Khrobatenko, 2023. https://www.behance.net/gallery/172253535/Takee-your-favorite-patting-zoo-

Pet adoption

La figura 3 muestra 2 páginas de la aplicación "Pet adoption", creada en Londres en 2021, funciona como un intermediario que conecta a adoptantes con personas que ofrecen animales en adopción. Su diseño se distingue por transmitir información a través de historias que evocan emoción en el usuario, y por una estética visual que fusiona fotografía e ilustración para crear un conjunto armonioso. La interfaz es dinámica y entretenida, con animaciones sutiles, botones con movimiento y un uso estratégico del color. La tecnología y el sistema gráfico están bien integrados, y aunque los iconos son rectos y planos, el uso de un color principal llamativo asegura una estética cohesiva y atractiva (Córdova, (2023).

Figura 4
Adopta con un clic - Pet adoption



Nota. La imagen muestra cómo se ven dos páginas de la aplicación “Pet Adoption”. Adaptada de Kerem Birgun 2021

Teniendo en base estos ejemplos de plataformas y sitios web en otros países como Pawsome en Lituania y Takee en los EE. UU., que han mostrado que una interfaz amigable, con una navegación intuitiva, contenido emocional y opciones de búsqueda a medida, puede hacer mucho más fácil y optimizar el proceso de adoptar un animal.

Todo esto nos dice que una herramienta digital que priorice la experiencia del usuario y que use un lenguaje emotivo apropiado puede ser un gran incentivo para promover la adopción responsable, sobre todo en hogares con niños pequeños en Lima, Perú.

Proceso creativo y experimentos

2.1.1 Información sobre el usuario(s)

Superpatas está pensado para familias peruanas, sobre todo papás y mamás de entre 30 y 45 años con niños pequeños (de 3 a 10 años), que quieren tener una mascota para ayudar al crecimiento emocional de sus hijos. Viven en ciudades, saben usar bien la tecnología y les gusta que las cosas sean a su medida, visuales y sencillas. Quieren sitios web que les den seguridad y donde el trámite sea transparente, cercano y con apoyo.

2.1.2 Información sobre el Mercado

Según Medrano (2023) en el Perú no hay un registro de perros y gatos en situación de calle, lo que sí existe son diversos estudios que dan números aproximados, en el 2019, un estudio realizado por especialistas de la Universidad Cayetano Heredia estimó una cifra superior a los 6 millones, de

esta cantidad, aproximadamente 4 millones estarían en la ciudad de Lima, este es un cálculo de 2018 del proyecto Voz Animal.

En el Perú, la realidad que afrontan miles de perros y gatos abandonados choca con la posibilidad de que millones de familias mejoren su calidad de vida al adoptar una mascota. Si a esto le añadimos que cada vez se valora más el bienestar emocional y se busca impulsar el crecimiento de los niños, se presenta una ocasión ideal: relacionar la adopción canina con ventajas reales para las familias, sobre todo aquellas con hijos pequeños.

Competidores

- Voz Animal - Inició operaciones el 8 de noviembre de 2008.
    - Es una entidad sin fines de lucro; su objetivo es disminuir el número de animales desamparados que hay en la ciudad.
- Fundación Rayito - Empezó su actividad en el año 2017.
    - Una asociación no lucrativa enfocada en la recuperación, el fomento de la adopción, la tenencia responsable y la esterilización animal.
- Refugio Ángeles con Patitas- Inició su misión en el año 2014.
    - Una entidad consagrada al rescate, la recuperación y la adopción de animales que han sido abandonados o maltratados.
- Matchcota – Arrancó sus operaciones en el año 2015.
    - Una plataforma de adopción que está transformando el modo en que hallamos a nuestros compañeros animales perfectos. Matchcota enfatiza el vínculo emocional entre la persona y el animal. Cuenta con el respaldo de Plaza Vea.

Tabla 1
Competencia directa de Wuf

Organización	***Sistema de Trabajo***	***Contacto***	***Alianzas Estratégicas***	***¿Quién es más conocida?***	***Oportunidades***
Wuf	Provee donaciones de comida, medicinas, mejora de infraestructuras, campañas de vacunación y atención veterinaria a 7 albergues afiliados y 21 casos sociales en Lima y provincia.	• Sitio Web • Facebook • Instagram	Alianzas con empresas para donaciones, campañas de vacunación, atención veterinaria, y marketing (branded merchandise, eventos).	Conocida en Perú, especialmente en círculos relacionados con la protección animal.	Expandir las alianzas estratégicas a nivel internacional, mejorar la visibilidad en redes sociales, y explorar nuevas áreas como la educación sobre la tenencia responsable de mascotas.
Voz Animal	Rescatan animales en situaciones críticas, los curan, esterilizan y dan en adopción. Organizan campañas de esterilización mensuales en zonas vulnerables.	• Sitio Web • Facebook • Instagram	No se mencionan alianzas específicas, pero trabajan con voluntarios y padrinos.	Conocida a nivel nacional, pero con presencia local en Lima y ciertas comunidades.	Formar alianzas con más empresas y organizaciones para expandir sus actividades de rescate y campañas de esterilización, y aumentar su visibilidad a través de campañas de concienciación en redes sociales.
Best Friend Animal Society	Una de las organizaciones más grandes en los EE. UU., se dedica al rescate de animales, la lucha contra la eutanasia, la adopción, y la educación sobre el bienestar animal.	• Sitio Web • Facebook • Instagram	Trabajan con una amplia red de refugios, empresas, y voluntarios en todo Estados Unidos.	Muy conocida en Estados Unidos y a nivel internacional.	Posibilidad de colaboración con ONGs en América Latina para compartir mejores prácticas y recursos, y expandir su misión globalmente.

Fundación Rayito	Promueven la adopción, esterilización, y la tenencia responsable. Organizan eventos como la "Patatón" para recaudar fondos y alimentos para los animales en su refugio.	• Facebook • Instagram • Whatsapp • X (antes Twitter) • Linkedin	Colaboran con tiendas y supermercados como Vega para eventos de recaudación y campañas de sensibilización.	Conocida localmente en Lima, pero con menos alcance que WUF o Best Friends.	Ampliar las colaboraciones con otras empresas e incrementar la participación en eventos más grandes para mejorar la visibilidad y el impacto en la comunidad.
Ángeles con Patitas	Desde 2014, ofrecen un refugio con instalaciones como zonas de agility, consultorio veterinario, hidroterapia, etc., para mejorar la calidad de vida de los animales rescatados.	• Sitio Web • Facebook • Instagram	No se especifican alianzas estratégicas.	Menos conocida, principalmente a nivel local en la comunidad de Lima.	Desarrollar alianzas estratégicas con empresas locales para mejorar las instalaciones del refugio y aumentar la capacidad de adopción.
Tu Matchota Ideal	Centralizan las oportunidades de adopción en un espacio virtual, trabajando en conjunto con una red de albergues. Ofrecen asesoría integral a los adoptantes.	• Sitio Web • Facebook • nstagram • Linkedin • Tiktok	Auspiciada por Plaza Vea. Trabajan en coordinación con una red de albergues en Lima.	Relativamente nueva, con un enfoque innovador en adopciones a través de tecnología.	Aprovechar la tecnología para expandirse a nivel nacional y colaborar con más empresas y albergues.

Nota. Esta tabla muestra la empresa Wuf y su competencia directa, junto a aspectos de mejora de las misma

Barreras de entrada:

- Estigmas negativos hacia perros rescatados.
- Desinformación sobre los beneficios reales de la adopción.
- Falta de programas dirigidos específicamente a familias con niños.
- Preferencia social por perros de raza o "de pedigree".
- Procesos burocráticos o poco amigables para adoptar.

2.1.3 Concepto y Propuesta de Valor

Idea central

La campaña "Superpatas" se entiende como un proyecto de marketing social que destaca la vivencia del usuario (UX) y el relato sentimental. Se inscribe dentro de los planes de tenencia responsable y protección animal y se pone en marcha teniendo en cuenta el mundo digital peruano. Busca ese lazo afectivo entre perros sin hogar y familias con niños que desean adoptar, usando un relato de animales rescatados con virtudes únicas como héroes para enlazar los valores de la amistad, el compañerismo y la evolución positiva.

Valor agregado

Superpatas brinda a los hogares jóvenes una vivencia de adopción diferente: emotiva, personal, digital y muy bien llevada a lo digital. No es solo dar un hogar a un perro, sino darle "poderes increíbles y un amigo incondicional". Lo que la hace distinta es que se centra en la experiencia (UX) y en las acciones: filtros que realmente importan al usuario; La plataforma enlaza a los usuarios con fichas de perros a través de cuentos animados y funciones que invitan a participar, promoviendo la adopción desde el primer

acercamiento en un sitio digital sencillo y cómodo de usar. Este enfoque es muy valioso para las familias que adoptan, que le dan mucha importancia a que el proceso sea algo que recuerden con cariño.

Figura 5

Lienzo de propuesta de valor



2.1.4 Diseño de producto/servicio

Superpatas es una iniciativa digital y de experiencia que une a perros listos para adopción con familias que tienen niños chicos, mostrando a cada can como un "héroe" con atributos únicos y que se ajustan al día a día familiar. Su estructura integra recursos digitales, material emotivo y citas en persona para cambiar la adopción en algo que vale la pena.

Explicación del producto (rediseño del sitio web page):

Se apoya en una web interactiva con perfiles de perros ordenados por "super poderes" (Súper Travieso, Súper Tierno, Súper Protector, etc.). Esta web ofrece varios medios para facilitar la adopción, el chatbot de la página web actúa como un test de compatibilidad para unir al perro ideal con el poder perfecto para cada familia e imágenes con historias de los perros como héroes que apoyan a niños. Para ayudar, se puede filtrar por el espacio disponible en el hogar y el estilo de vida de la familia.

Mecánica del servicio:

1. Entrar al portal web por buscadores o vía redes sociales.
2. La familia responde un test interactivo para ver qué perro va más con su perfil emocional y estilo de vida de la familia.
3. Se muestran perfiles animados de perros disponibles, con su "superpoder" destacado y una breve historia.
4. Al elegir un perro, se inicia el proceso de adopción desde la plataforma de WUF.
5. Se pide que la persona interesada llene un formulario de adopción.

6. Se coordina una videollamada para conocer mejor a la familia adoptante y ver que todo lo mencionado en el formulario sea correcto.
7. Finalizada la adopción, se entrega un certificado digital personalizado.
8. La familia se une a la familia WUF y recibe correos con información de valor referente a su Superpatas, recibiendo consejos por correo y redes sociales, aparte de rebajas en productos y servicios para perros al suscribirse (veterinario, juguetes, etc.).

De esta manera, Superpatas va más allá de una campaña para adoptar, es una vivencia total donde se prioriza el lazo emocional entre el niño y el perro.

2.1.5 Modelo de Negocio

En la figura 7 se muestra el detalle del modelo canvas para la propuesta de Superpatas.

Figura 6
Modelo de negocios Superpatas

<table>
<tr>
<td rowspan="2">SOCIOS CLAVE

-WUF y sus albergues aliados (proveen los perros y los conocen bien)
-Veterinarias, tiendas de mascotas y marcas aliadas (beneficios y difusión)
-Plataformas de pago y automatización (formulario, agendamiento, suscripciones)
-Productores audiovisuales y desarrolladores freelance (campaña y mantenimiento digital)</td>
<td>ACTIVIDADES CLAVE

-Desarrollo y mantenimiento web
-Producción audiovisual de los perros
-Creación de perfiles emocionales
-Gestión de adopciones y entrevistas
-Comunicación y seguimiento a usuarios</td>
<td rowspan="2">PROPUESTA DE VALOR

Adopciones emocionales, seguras y personalizadas para familias con niños, conectando con perros únicos desde una web interactiva.</td>
<td>RELACIONES CON CLIENTES

-Personalizada (chatbot + test)
-Asesoría en adopción vía videollamada
-Seguimiento postadopción
-Certificados digitales y comunidad online
-Programas de fidelización por suscripción</td>
<td rowspan="2">SEGMENTOS DE CLIENTES

Padres y madres de 30 a 45 años, con hijos de 3 a 10, residentes en Lima urbana, interesados en adopción responsable y activos en plataformas y espacios digitales.</td>
</tr>
<tr>
<td>RECURSOS CLAVE

-Web interactiva + chatbot personalizado
-Base de datos de perros y usuarios
-Equipo de producción y diseño UX
-Voluntarios y staff de adopción
-Certificados digitales y materiales promocionales</td>
<td>CANALES

-Sitio web
-Google Ads y Display
-Redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok)
-Newsletter y correo automatizado
-Eventos presenciales y aliados</td>
</tr>
<tr>
<td colspan="3">ESTRUCTURA DE COSTOS

• Desarrollo web y chatbot (freelance)
• Producción audiovisual inicial
• Publicidad digital progresiva (Google + Meta)
• Entrega logística de perros adoptados
• Diseño gráfico, certificados, contenido emocional</td>
<td colspan="3">FUENTES DE INGRESOS

• Aporte por adopción: S/190
• Suscripciones solidarias mensuales:
◦ Plan Chihuahua: S/9.90
◦ Plan Labrador: S/24.90
• Potenciales alianzas con marcas (descuentos y beneficios)</td>
</tr>
</table>

Superpatas ha creado un modelo de negocio donde el impacto social va de la mano con la viabilidad económica. Se quiere que adoptar un perro sea una experiencia digital y emocionalmente inolvidable para las familias. Lo que buscan es cambiar la manera tradicional de adoptar, haciendo que sea un proceso más cercano e interactivo, poniendo el foco en la conexión entre los niños y sus futuras mascotas.

Esta plataforma está pensada para padres con hijos pequeños que viven en Lima y que buscan servicios digitales fáciles de usar, seguros y hechos a su medida. Superpatas, mediante un sitio web que incluye un test emocional, perfiles de perros presentados como "superhéroes" y asesoramiento personalizado, quiere ayudar a tomar decisiones bien pensadas y con un objetivo claro.

La mayor parte de sus ingresos viene de las donaciones por adopción y de suscripciones mensuales de apoyo. Con este dinero no solo mantienen la operación y la logística, sino que también refuerzan su colaboración con refugios y marcas que comparten sus valores. Estas suscripciones también ofrecen ventajas exclusivas, como descuentos en veterinarias o tiendas de mascotas, lo que refuerza la idea de comunidad.

Las actividades, los recursos y los colaboradores están perfectamente coordinados: desde el diseño de la página web y la creación de contenido emotivo, hasta la coordinación con los refugios y los socios educativos. Gracias a todo esto, Superpatas no solo fomenta la adopción responsable, sino que también crea una red emocional y digital que une a familias con un mismo propósito.

Indicadores clave:

- Visitas a la página web rediseñada
- Porcentaje y número de personas que completaron el test de compatibilidad
- Cantidad de personas que envían el formulario de adopción
- Número de adopciones concretadas
- Grado de satisfacción tras la adopción
- Tasa de adopción por segunda o tercera vez, o participación en la comunidad

Ventaja competitiva:

Superpatas va más allá de una simple campaña; se trata de una experiencia emocional y se adapta a cada persona, a cada familia. Una experiencia de usuario interactiva y un planteamiento didáctico para niños, lo cual crea un sentido de pertenencia, estimula un vínculo afectivo y consolida a WUF como líder innovador en el ámbito del cuidado animal. A diferencia de otras propuestas, esta no solo fomenta la adopción, sino que también afianza la lealtad, instruye y mejora existencias desde el inicio.

2.1.6 Resultados esperados

La propuesta espera lograr una mayor tasa de adopciones responsables en un entorno digital centrado en la experiencia y vínculo emocional entre personas que quieren adoptar y los perros en adopción. Se proyecta que, con una inversión mínima y segmentación adecuada en la publicidad pagada, se logren

aproximadamente 1500 adopciones en el primer año, el registro de usuarios en una base de datos activa y la fidelización mediante una comunidad digital.

Se espera que los adoptantes repitan el proceso, recomienden el servicio y participen en campañas de donación o apadrinamiento de forma continua. A mediano plazo, esto no solo ayudará a reducir el número de perros en albergues, sino también a posicionar la adopción como una opción deseable, accesible y emocionalmente enriquecedora para las familias peruanas.

Objetivos:

- Conseguir que como mínimo el 25% de las personas que hagan el test de afinidad interactivo faciliten su información de contacto, dentro del primer mes desde el lanzamiento de la campaña.
- Llegar a un mínimo de 50 adopciones llevadas a cabo mediante el proceso digital completo (test, formulario, cita y entrega) en los primeros 30 días, confirmando así la eficacia del nuevo sistema de vinculación emocional.

2.1.7 Prototipos desarrollados

Baja definición:

Versión navegable de la web con funcionalidad parcial o limitada, con simulación de chatbot y perfiles activos, presentación de un ejemplo de un superpatas, test de compatibilidad tipo chatbot y proceso de adopción.

En la figura 7 y 8 se ve la vista de dos páginas de la web, donde se ve una portada que tiene un call to action para usar el chatbot y así poder ver cuál es tu Superpata Ideal, luego el catálogo de Superpatas esperando la adopción.

Figura 7
Página de inicio de la web

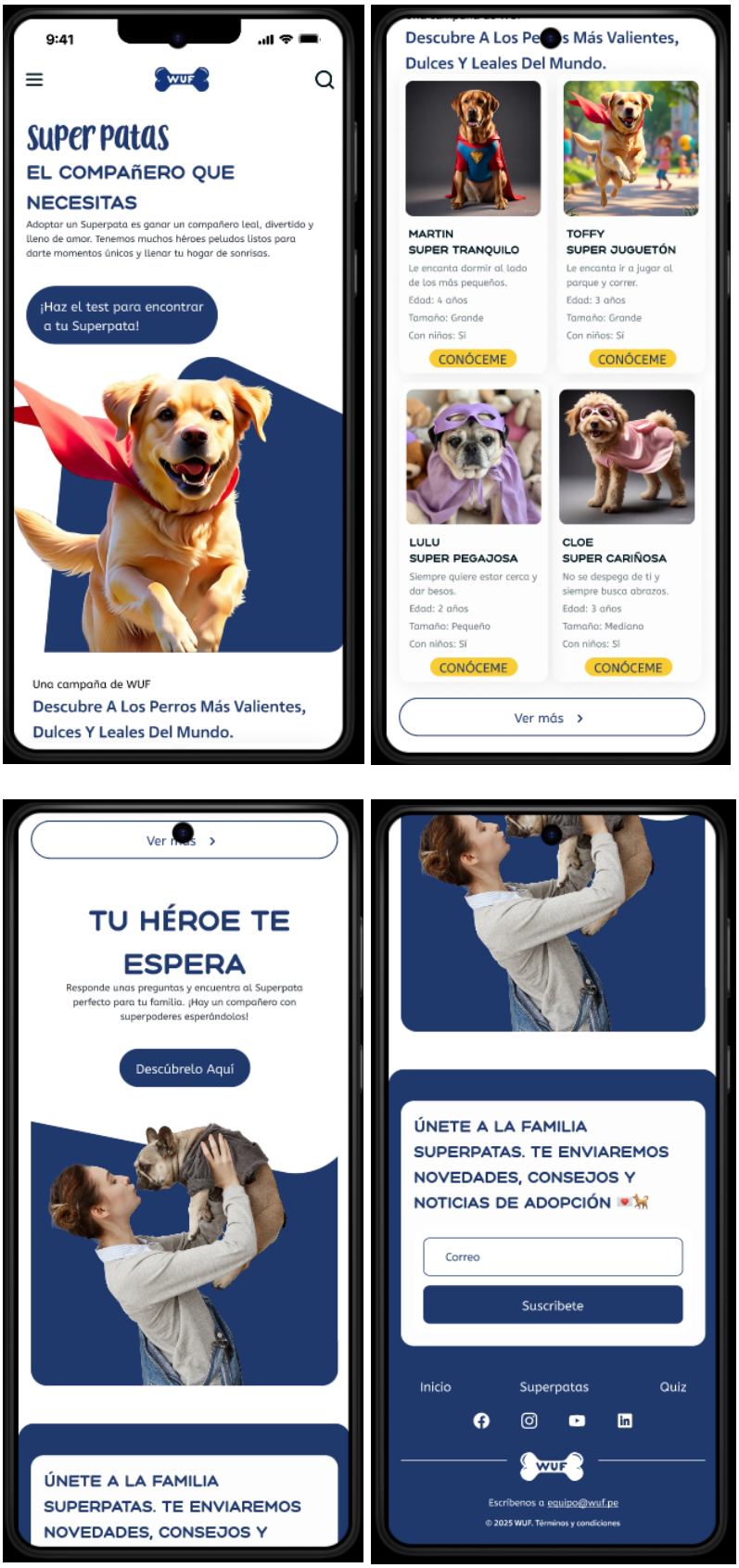
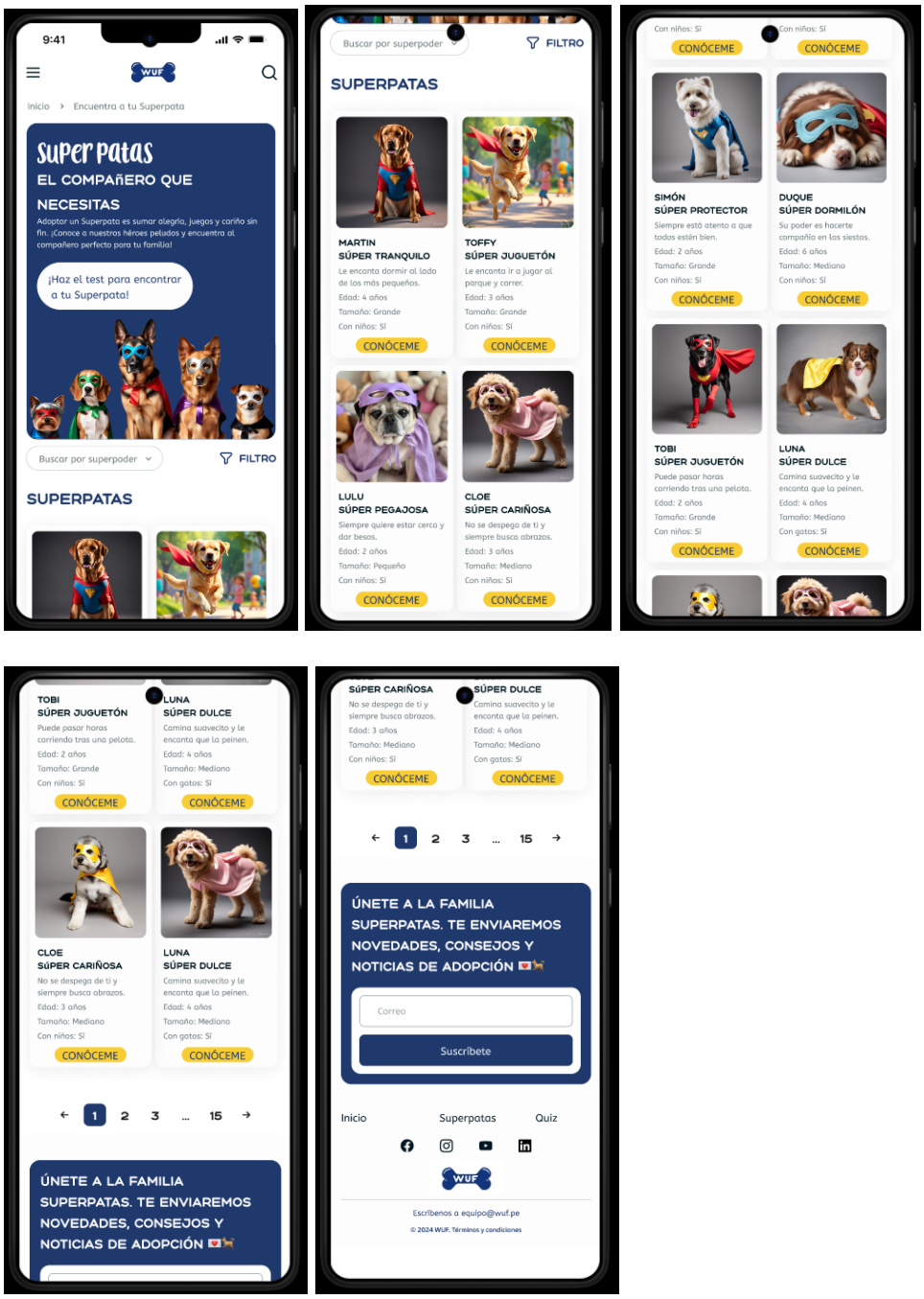


Figura 8

Encuentra a tu Superpatas



En las figuras 9, 10, 11, 12, 13 se ve las nuevas imágenes al detalle de como se comporta el Superpata en diferentes entornos como con niños, otros animales, etc.

Figura 9
Perfil en detalle del perro – Imagen 1

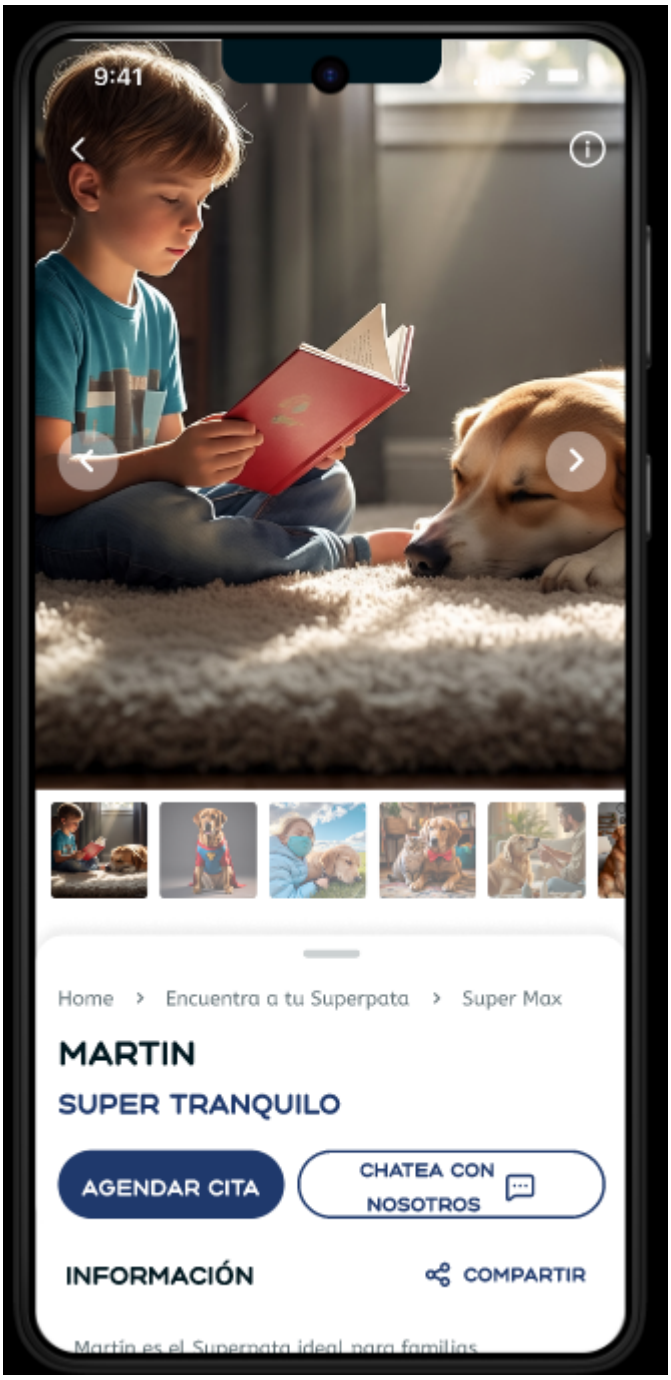


Figura 10
Perfil en detalle del perro – Imagen 2



Figura 11

Perfil en detalle del perro – Imagen 3

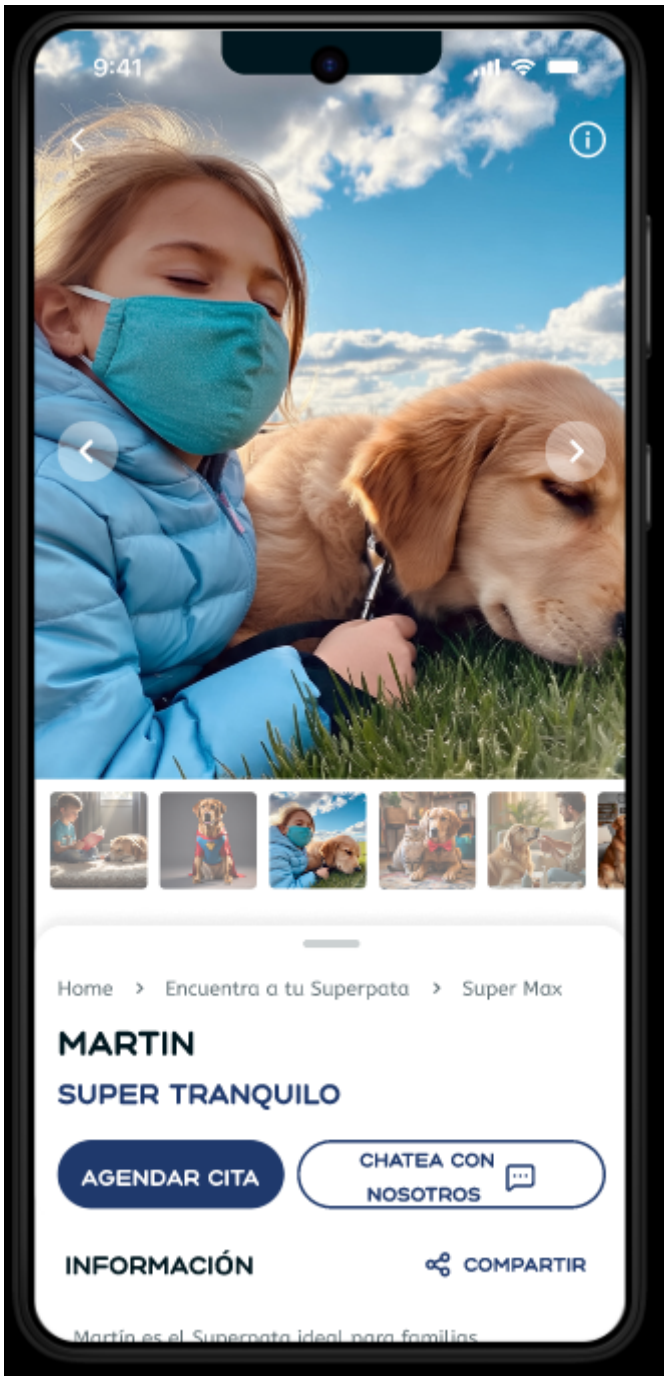


Figura 12

Perfil en detalle del perro – Imagen 4

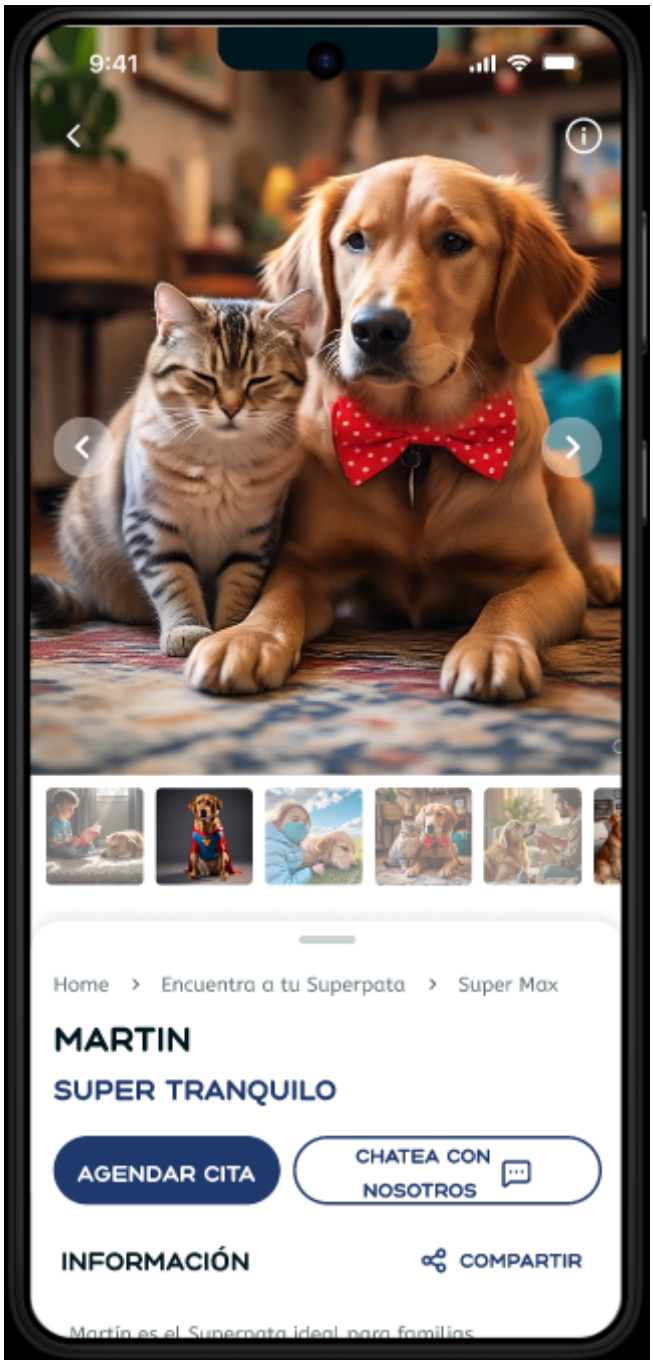
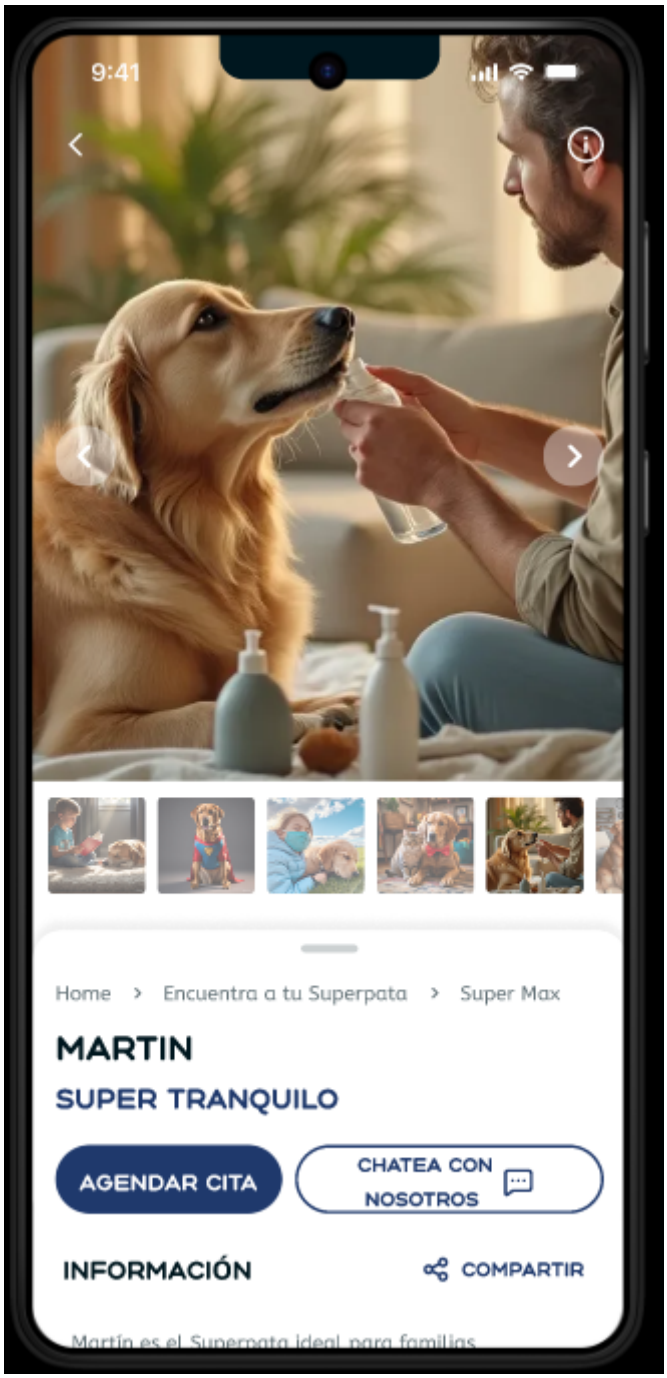
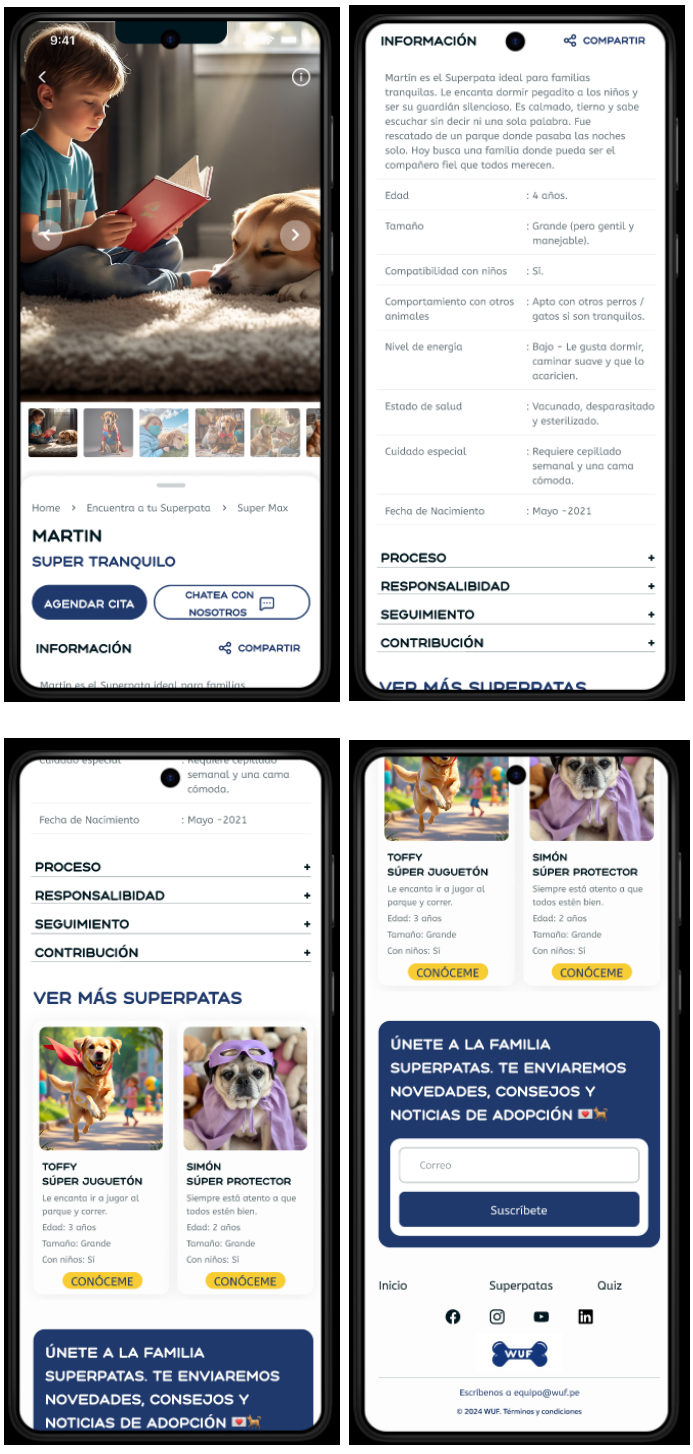


Figura 13
Perfil en detalle del perro – Imagen 5



Luego se ve como es la figura 14, donde se ve el largo completo de la página de detalle del perro, junto con su información basada en la información previa de la página de WUF.

Figura 14
Perfil en detalle del perro - Información



Luego se puede ver más a fondo ciertas partes del proceso de adopción, la responsabilidad que tiene el adoptante con el perro, luego las especificaciones de seguimiento que hace la marca luego de la adopción

y lo último es referente a la contribución que se hace como parte del proceso de adopción, todo esto en las figuras 15, 16,17 y 18.

Figura 15
Perfil en detalle del perro - Proceso



Figura 16

Perfil en detalle del perro – Responsabilidad



Figura 17
Perfil en detalle del perro – Seguimiento



Figura 18
Perfil en detalle del perro – Contribución



Las figuras siguientes son del conjunto de la perspectiva del usuario al ingresa interacción que haría el usuario al entrar a la página web al buscar a su Superpata ideal y la conversación con el chatbot para ver cuál es el perro ideal para la familia.

Figura 19
Inicio de conversación en el chatbot



Figura 20

Inicio de preguntas para filtrado de Superpatas

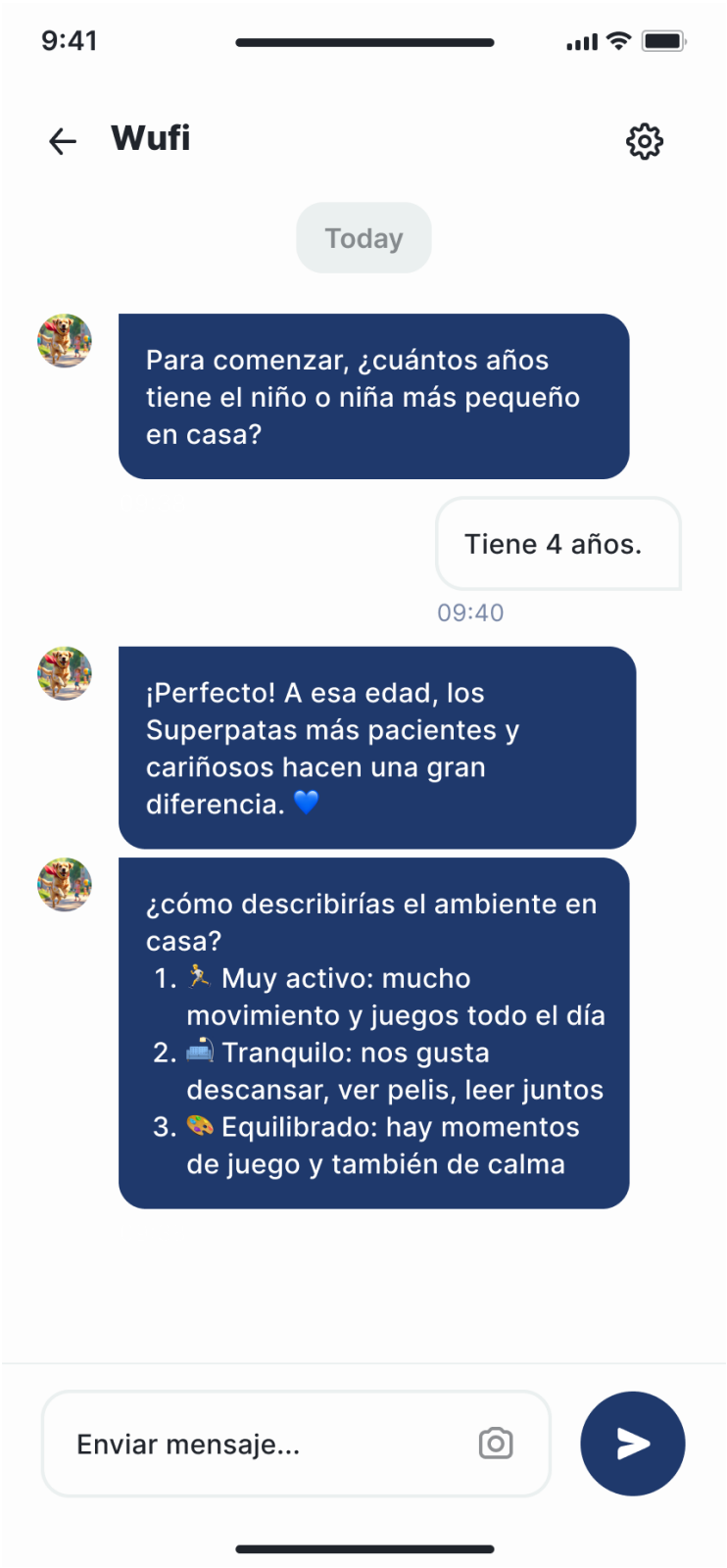


Figura 21

Preguntas de detalles de la dinamica familiar para filtrado de Superpatas

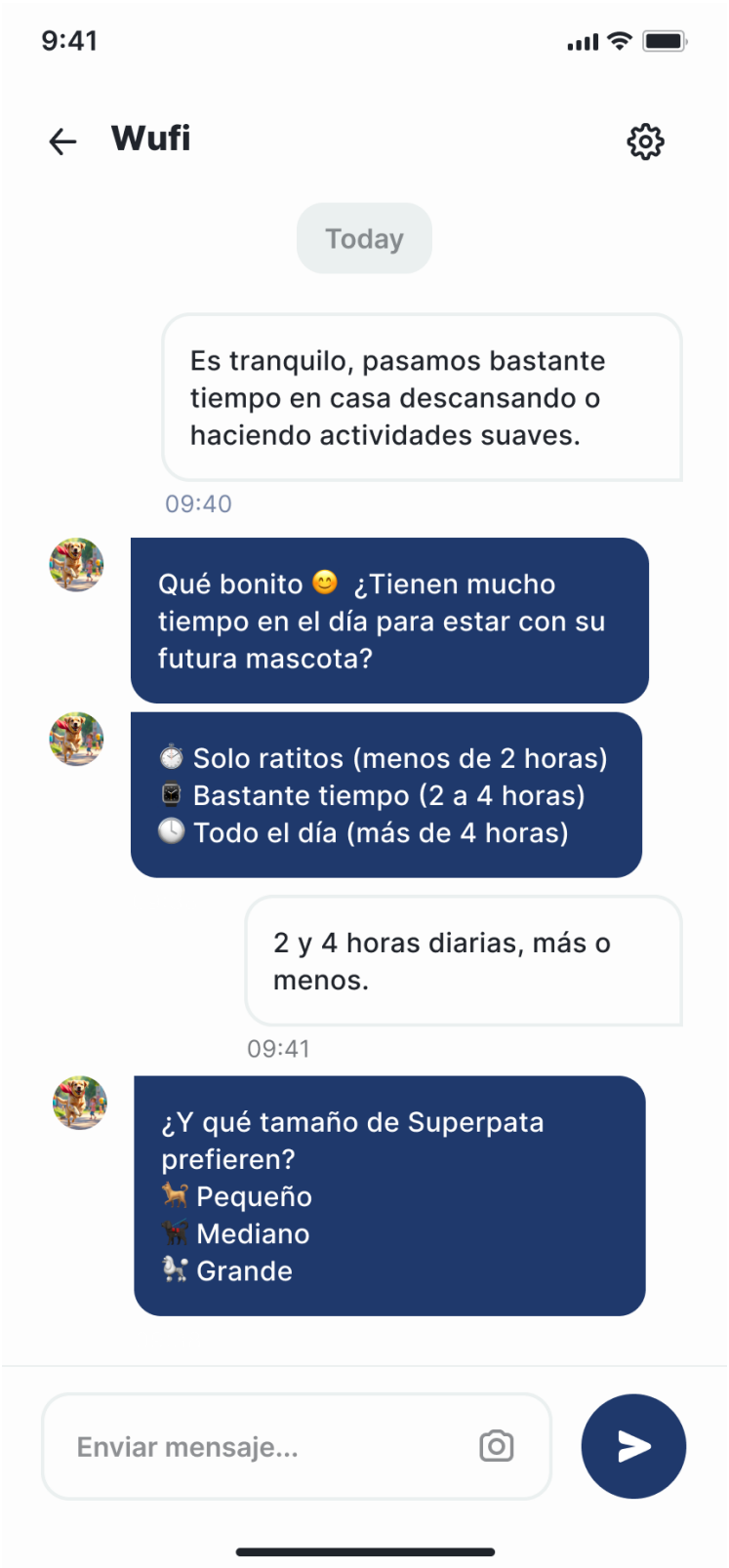


Figura 22

Detalle de preguntas físicas y de comportamiento

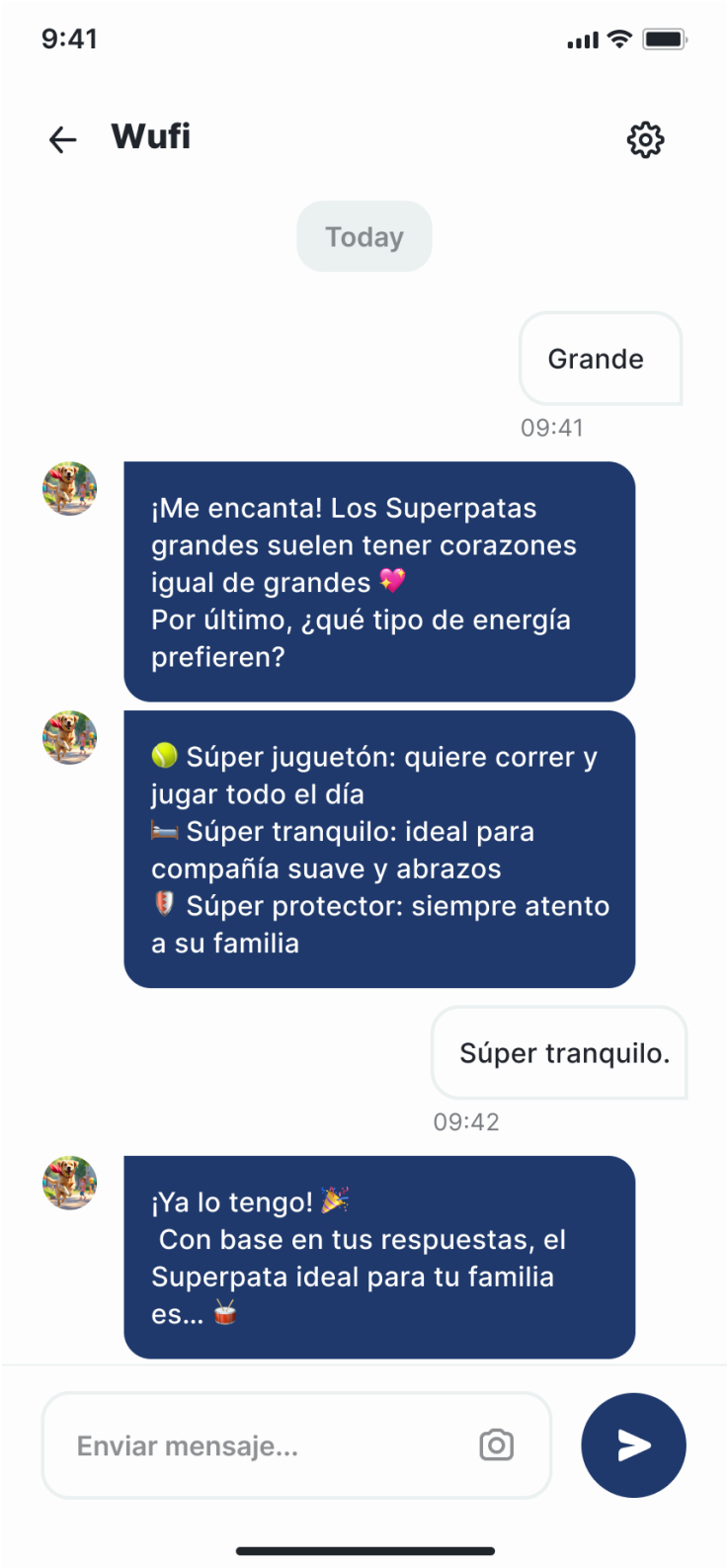


Figura 23
El chat bot te muestra tu Superpata Ideal

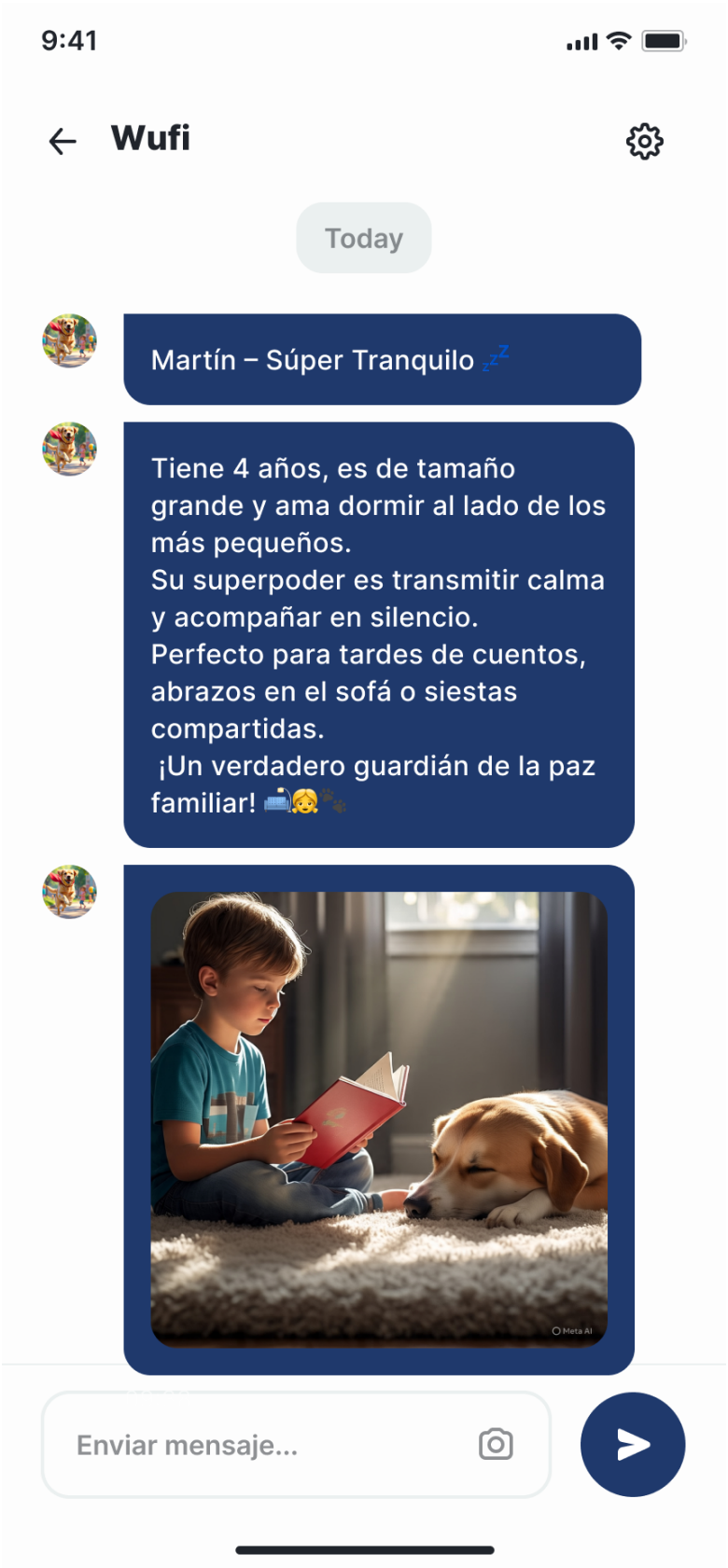


Figura 24

Acciones luego de saber tu Superpata Ideal – Ver perfil del perro al hacer click en la imagen



Figura 25

Proceso de adopción - etapa 1

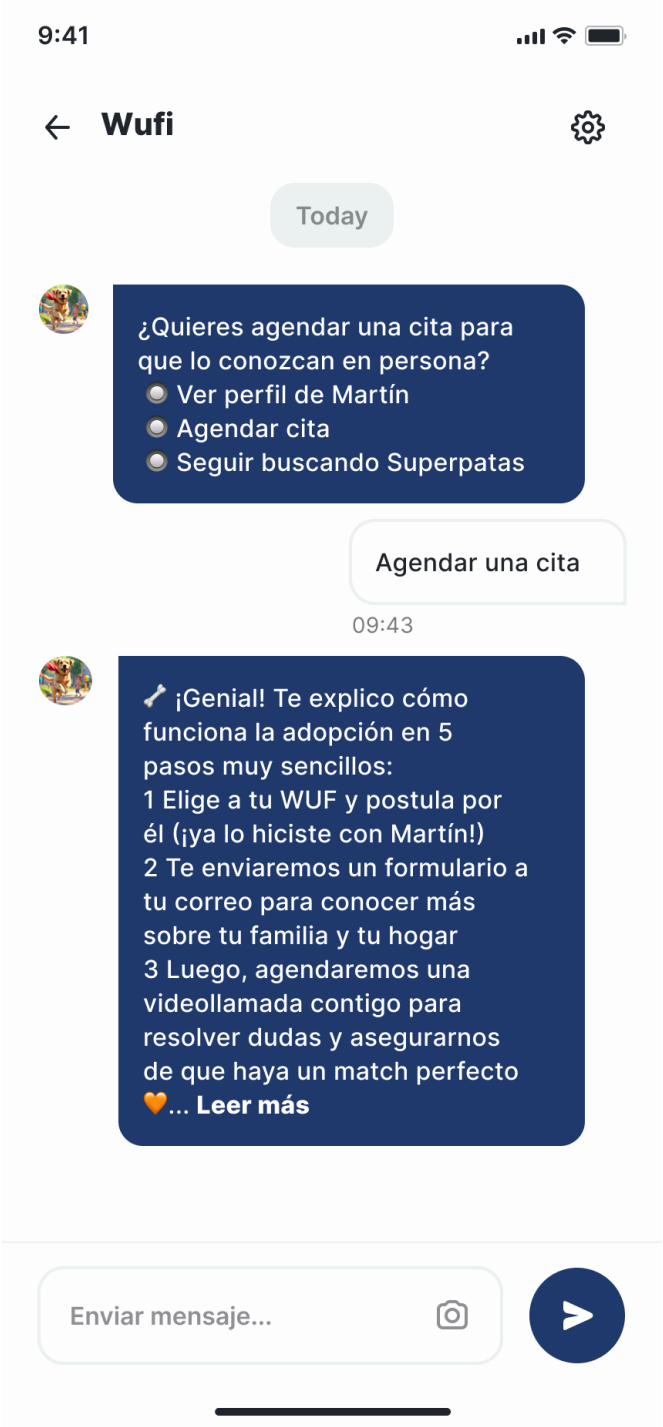
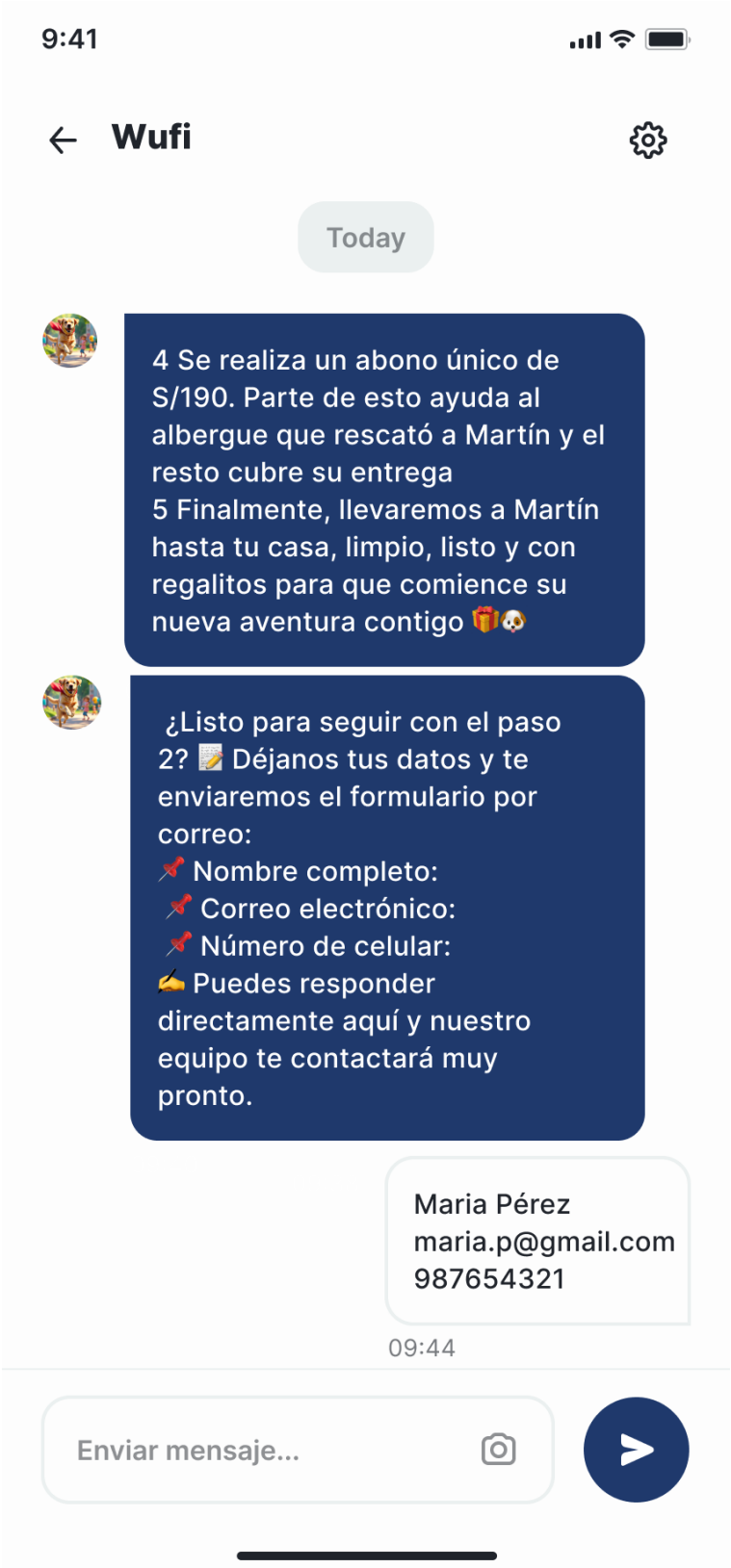


Figura 26

Proceso de adopción - etapa 2 formulario



Link para ver el prototipo:

- https://www.figma.com/proto/WRTIu6pc6q9XDYnDaZuhbj/SUPERPATAS?node-id=1-4&t=9N5X4YfODR8EWmMC-1

2.1.8 Experimentos

Público entrevistado

Superpatas se enfoca en hogares peruanos con peques de 3 a 10 años, sobre todo papás y mamás de 30 a 45 años, que viven en zonas urbanas como Lima Moderna y Lima Top. Este grupo aprecia los lazos de cariño, busca actividades que nutran el desarrollo emocional de sus hijos y ve en un animalito una fuente de compañía y alegría para la familia.

Viven sobre todo en departamentos con patios o terrazas, se manejan bien en internet y prefieren opciones rápidas, visuales y fáciles de entender. Aunque ya tengan mascotas, no dudarían en adoptar otra vez si sienten una conexión especial, si refuerza los lazos familiares y si el proceso es sencillo y cercano.

Herramientas

Mostrar el prototipo de la página web en baja definición en Figma, con orientación sobre su forma de uso y asistencia en la navegación de la web.

Objetivo de las entrevistas

Verificar si la experiencia del usuario en la página web es clara, despierta interés, cumple con el propósito y es comprensible, clara, despierta interés y cumple su propósito.

Preguntas:

1. ¿Qué fue lo primero que pensaste al ver este sitio web?
2. ¿Te parece clara la idea de que estos perros son “Superpatas” con habilidades especiales?
3. ¿Te generó curiosidad el test para encontrar al perro ideal?
4. ¿La información de cada perro te parece suficiente para tomar una decisión?
5. ¿Qué sección de la página te pareció más útil o interesante? descubre tu mascota ideal,
6. ¿Qué parte del proceso de adopción te pareció más clara? ¿Cuál menos?
7. ¿Qué opinas del estilo visual? ¿Te parece atractivo para ti y para tu hijo/a o hijos?
8. ¿Te sentirías cómodo dejando tus datos en esta web?
9. ¿Qué mejorarías o agregarías para que esta experiencia fuera más emocionante o clara para ti y tu hijo/a o hijos?
10. ¿Adoptarías un perro después de interactuar con una plataforma como esta? ¿Por qué sí o por qué no?
11. ¿Crees que esta página está pensada para familias como la tuya? ¿Por qué sí o por qué no?

12. ¿Qué crees que pensaría tu hijo/a o hijos sobre esta campaña?

2.1.9 Resumen del Proyecto de Innovación

La idea de Superpatas fue bien recibo por los entrevistados. Los usuarios conectaron con la parte emocional y les pareció útil el test como guía. Presentar a los perros como héroes fue visto como algo original y entretenido. Se notó que conocer al perro antes (ir a visitarlo) es clave para que la adopción se haga realidad, lo que hace aún más importante añadir ese paso al proceso.

Ideas claves

- La idea de que tienen "superpoderes" hace que la gente se encariñe al instante: le da una personalidad propia a cada perro.
- Ver la historia del perro da más confianza: cómo llego al albergue, proceso de recuperación, como es su personalidad, etc.
- Ir a visitarlo es importantísimo: si no interactúan con el perro en persona, muchas familias no se animan a adoptar.
- Las fotos y vídeos realistas importan más que las fotos perfectas, los usuarios desconfían de las imágenes hechas con inteligencia artificial.
- Tener una buena experiencia en la web ayuda a decidirse, pero el proceso tiene que parecer real y cercano.

III.Estimación de costos

Presupuesto

La iniciativa requiere una inversión gradual y supervisada a lo largo de un año, destinando la mayor parte a modernizar el sitio web de adopción y a llevar a cabo una campaña digital que abarque todos los frentes. Para gestionar mejor los fondos, se ha optado por contratar profesionales independientes y a tiempo parcial, teniendo en cuenta que la financiación depende sobre todo de las donaciones y de colaboraciones clave. Esto se ve en las figuras 28 y 29

Figura 27

Costos de servicio

COSTOS DE SERVICIO

	MATERIALES		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
	Certificados y Materiales digitales	Único	500	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Total de Materiales		**500**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
	MANO DE OBRA		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
	Desarrollador Web/Chatbot	Honorarios Freelance	1500	1500	1500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
	Productor Audiovisual	Honorarios Freelance	800	800	800	400	400	400	400	400	400	400	400	400
CÁLCULO 1	Diseñador Gráfico	Honorarios Freelance	1000	100	1000	300	300	300	300	300	300	300	300	300
	Community Manager	Part time	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600
	Total de mano de obra		**3900**	**3000**	**3900**	**1800**	**1800**	**1800**	**1800**	**1800**	**1800**	**1800**	**1800**	**1800**
	GASTOS GENERALES		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
	Hosting, dominio, herramientas web		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Total de gastos generales		**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**
	TOTAL COSTOS SERVICIOS		4500	3100	4000	1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900

Figura 28

Gastos de Superpatas

	Gastos Administrativos		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
	Pauta digital (Meta Ads)		400	500	600	700	800	900	1000	1100	1200	1300	1400	1500
	Pauta digital (Google Ads)		400	500	600	700	800	900	1000	1100	1200	1300	1400	1500
	Total de Gastos Administrativos		**800**	**1000**	**1200**	**1400**	**1600**	**1800**	**2000**	**2200**	**2400**	**2600**	**2800**	**3000**
CÁLCULO 2	**Gastos de Venta**		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
	Logística y Materiales por Adopción	Gasto de S/. 60 por adopción	3000	3480	3960	4560	5220	6060	6960	7980	9180	10560	12120	13980
	Total de Gastos de Venta		**3000**	**3480**	**3960**	**4560**	**5220**	**6060**	**6960**	**7980**	**9180**	**10560**	**12120**	**13980**
	TOTAL DE GASTOS		6000	6960	7920	9120	10440	12120	13920	15960	18360	21120	24240	27960

Figura 29

Ingresos por Superpatas

	VENTAS		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
	Unidades a vender (servicios)		50,00	58,00	66,00	76,00	87,00	101,00	116,00	133,00	153,00	176,00	202,00	233,00
	Precio Unitario sin IGV		155,80	155,80	155,80	155,80	155,80	155,80	155,80	155,80	155,80	155,80	155,80	155,80
	Ingreso por adopciones		**7.790,00**	**9.036,40**	**10.282,80**	**11.840,80**	**13.554,60**	**15.735,80**	**18.072,80**	**20.721,40**	**23.837,40**	**27.420,80**	**31.471,60**	**36.301,40**
CÁLCULO 3	Plan de suscripción Chihuahua	15% de adoptantes	8,00	9,00	10,00	12,00	13,00	15,00	17,00	20,00	23,00	26,00	30,00	35,00
	Precio Unitario sin IGV		8,12	8,12	8,12	8,12	8,12	8,12	8,12	8,12	8,12	8,12	8,12	8,12
	Ingreso por suscripción Chihuahua		**64,94**	**73,06**	**81,18**	**97,42**	**105,53**	**121,77**	**138,01**	**162,36**	**186,71**	**211,07**	**243,54**	**284,13**
	Plan de suscripción Labrador	10% de adoptantes	5,00	6,00	7,00	8,00	9,00	10,00	12,00	13,00	15,00	18,00	20,00	23,00
	Precio Unitario sin IGV		8,12	8,12	8,12	8,12	8,12	8,12	8,12	8,12	8,12	8,12	8,12	8,12
	Ingreso por suscripción Chihuahua		**40,59**	**48,71**	**56,83**	**64,94**	**73,06**	**81,18**	**97,42**	**105,53**	**121,77**	**146,12**	**162,36**	**186,71**
	Ingreso por suscripción Labrador		**7.895,53**	**9.158,17**	**10.420,81**	**12.003,16**	**13.733,20**	**15.938,75**	**18.308,22**	**20.989,29**	**24.145,88**	**27.777,99**	**31.877,50**	**36.772,24**

Aporte por adopción: S/190

Suscripción mensual:

- Plan Chihuahua: S/9.90
- Plan Labrador: S/24.90

Se estima que el número de adopciones parte siendo 50 adopciones el primer mes y tiene un crecimiento sostenido de 15% mensual.

Proyectamos que el 15% de adoptantes elige el Plan Chihuahua y 10% el Plan Labrador.

Figura 30

Resultados de Superpatas

		RESULTADOS											
		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
CÁLCULO 4	Valor de Ventas sin IGV	7.895,53	9.158,17	10.420,81	12.003,16	13.733,20	15.938,75	18.308,22	20.989,29	24.145,88	27.777,99	31.877,50	36.772,24
	Total de Costos	4.500,00	3.100,00	4.000,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00
	Total de Gastos	6000	6960	7920	9120	10440	12120	13920	15960	18360	21120	24240	27960
	Utilidad	**-S/ 2.604,47**	**-S/ 901,83**	**-S/ 1.499,19**	**S/ 983,16**	**S/ 1.393,20**	**S/ 1.918,75**	**S/ 2.488,22**	**S/ 3.129,29**	**S/ 3.885,88**	**S/ 4.757,99**	**S/ 5.737,50**	**S/ 6.912,24**
	Margen	**-33%**	**-10%**	**-14%**	**8%**	**10%**	**12%**	**14%**	**15%**	**16%**	**17%**	**18%**	**19%**

IV. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

Al desarrollar la propuesta de Superpatas, se vio una oportunidad única para cambiar el panorama de la adopción canina en Lima. Concluimos que, al integrar herramientas digitales, historias que vinculen al público objetivo con los perros en adopción y estrategias centradas en el usuario (tanto padres como niños), podemos lograr una experiencia de adopción más cercana, empática y eficaz.

Una adopción consciente no solo atiende un problema social, como el abandono de animales, sino que también impulsa el bienestar emocional de las familias, sobre todo de los más pequeños. Este enfoque cargado de emoción, respaldado por un proceso simple, visual y adaptado a cada persona, fortalece el vínculo entre adoptantes y perros, así como el nivel de participación e interés.

El modelo de negocio se presenta viable a mediano y largo plazo gracias a su diseño sencillo, alianzas estratégicas y la inclusión de un sistema de suscripción que asegura la sostenibilidad económica básica sin necesidad de grandes inversiones iniciales.

4.2 Recomendaciones

Durante el proyecto Superpatas, hablamos y afinamos ideas con familias reales, especialmente padres con niños pequeños. Esto nos permitió ver cómo mejorar la experiencia en línea y todo el proceso de adopción. Algo clave es hacer más claro el camino de la adopción; algunos no terminaron de entender bien el proceso completo, qué pasa después de elegir al perro. Sugerimos especificar que, al completar el test y

el formulario, se programa una reunión virtual con la familia, luego una visita en persona para conocer al perro, resolver dudas y ver si la familia y el can se adaptan bien. Solo después de esta cita, si todo va bien, se paga un aporte de S/190 y se coordina la llegada del perro a casa, junto con regalos de Wuf.

Además, aconsejamos seguir mejorando la experiencia digital. El test tipo chatbot gusta, pero podría ser más dinámico y personalizado, con preguntas más informales y visuales, para que los niños disfruten más. Añadir ilustraciones o pequeñas interacciones haría el proceso más atractivo para ellos y más comprensible para los padres.

Otra sugerencia es mantener el lado emocional, pero añadiendo datos útiles y consejos para el cuidado de las mascotas. A la gente le gusta el trato cercano y a la vez busca orientación y apoyo. Sería genial incluir más adelante una sección que explique cómo cuidar al perro, su adaptación y cómo explicarlo a los niños. Por último, crear una comunidad digital post-adopción, donde las familias compartan cómo les va con su Superpata, reciban ayuda y sigan conectadas con la idea. Esto reforzará el compromiso, motivará a adoptar más y hará que Superpatas se vea como algo nuevo, sensible y que perdura.

V.Referencias Bibliográficas

Córdova-Cando, D. J., Gaona-Cueva, L. A., Vivanco-Luzuriaga, F. F., & Cando-Jiménez, D. H. (2021). Los canes y la conexión emocional en la infancia. *Polo Del Conocimiento*, *6*(6), 763–776. https://www.polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/2786/5927

Córdova Paredes, C. (2023). *Diseño de una web con concepto de e-market para promover la adopción animal*. http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/13564

Kerem Birgun. (2021, March 21). Pet Adoption App 🐶. Behance. https://www.behance.net/gallery/116578531/Pet-Adoption-App-

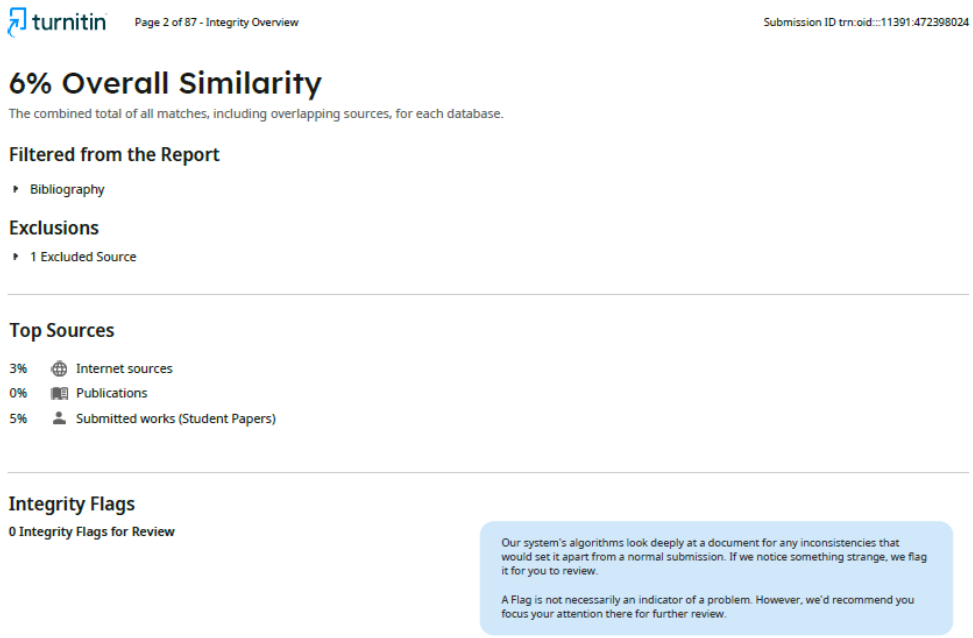
Khrobatenko, Ksena (Abril, 2023). Takee - your favorite patting zoo!. Behance. https://www.behance.net/gallery/172253535/Takee-your-favorite-patting-zoo-

Larriva Calle, F. D., & Córdova Paredes, F. C. (2023). *Diseño de una web con concepto de e-market para promover la adopción animal*. http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/13564

Lujan-Quezada, M. R. (s. f.). Aplicación Móvil Multiplataforma para Mejorar el Proceso de Adopción de Animales Sin Hogar: Un Estudio de Caso en la Asociación Arca Trujillo-Perú - ProQuest. https://www.proquest.com/openview/98a36d76985580a72144731a6870e627/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393

Anexos

6.1 Informe de Turnitin


turnitin Page 2 of 87 - Integrity Overview Submission ID trn:oid:::11391:472398024

6% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

Bibliography

Exclusions

1 Excluded Source

Top Sources

3% Internet sources

0% Publications

5% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

6.2 Entrevistas

Karem Cordova

Nombre del hijo/a menor: Haruki

Edad del hijo/a menor: 8 años

Distrito donde vive: Surco

Tipo de vivienda: Departamento (1er piso)

¿Tienes espacio para una mascota?: Sí

Respuestas

1. Lo primero que pensé, que lindos perros.

2. Si, si leo las reseñas sí y con los nombres se enfatiza más.

3. Sí, porque igual me califica a que perro me podría corresponder.

4. Sí, me parece suficiente, faltaría agregar la raza.

5. La información donde esta toda la información del perrito, descripción general.

6. La comunicación vía whatsapp (test).

7. Sí me parece atractivo y es muy visual.

8. Sí, porque veo que la página es confiable si lo podría dejar.

9. Si pudieran poner videos de los perritos para poder conocerlos por ahí también y de repente me puede agradar uno.

10. ¿Adoptaría? Ahorita no, pero en un futuro podría ser, conociendo a los perritos a través de las fotos, las descripciones podría ser, podría animarme, pero ahorita por el momento no.

11. Sí está pensado para familias como la mía es didáctica, interactiva, me da la información que necesito.

12. La verdad yo se que Haruki (nombre de su hijo) se emocionaría, me diría “mira mamá los perritos” y buscaría en la página por curiosidad.

Michelle Shishido

Nombre del hijo/a menor: Marifer

Edad del hijo/a menor: 10 años

Distrito donde vive: Surco

Tipo de vivienda: Departamento (1er piso)

¿Tienes espacio para una mascota?: Sí

Respuestas

1. Bueno, en primer lugar me encanto, te dice todo sobre el perro que quieres adoptar, si es un perro tranquilo, si quieres que sea más juguetón siento que me indica todas las características al momento de yo buscar adoptar a una mascota.
2. Sí.
3. Sí, me encantó eso, parece bastante emocionante y también bastante curioso. ¿Por qué? Porque mientras yo voy diciendo qué características voy buscando en una mascota, dependiendo a mis necesidades, me va indicando, me va diciendo qué mascota se puede adecuar a mi hogar, mejor dicho.
4. Sí, me parece suficiente porque te dicen las características, te mencionas si está vacunado, mencionas también de dónde viene la mascota, el tipo de personalidad que tiene la mascota y eso son características importantes en tomarlo en cuenta al momento de escoger la mascota para mi domicilio.
5. Me gustó la parte que hablas con la IA y te va diciendo, te va preguntando que tipo de mascota buscas y tú le vas explicando más o menos que sea tranquilo, que sea tal temperamento, característica, que sea pequeño, que sea grande la mascota. Y te va diciendo que mascota sería ideal para ti.
6. La más clara fue que te piden tus datos, para que puedas llenar el formulario y así se pueden comunicar contigo. Y la menos clara, yo creo que todo está claro en sí, bueno, para mí, porque te indica todo.Te indica todo lo de la

mascota, te indica qué procesos tienes que seguir, luego qué formulado tienes que continuar a hacer, y luego me imagino que luego se podrá contactar contigo para ya adoptar la supermascota,

7. Sí, me parece súper atractivo. Podríamos incluir un poquito de más colores, se podría decir, al momento de la portada. Pero después las imágenes son súper realistas, súper lindas, llaman bastante la atención. Yo creo que si mi pequeña lo vería, ya, o sea, lo vería y le encantaría porque las imágenes de los parritas llaman un montón la atención.

8. Sí, sí me sentiría cómoda. ¿Por qué? Porque sé que, o sea, viendo la página, viendo cómo se hace el proceso, la página en sí, me va a ayudar a encontrar la mascota idea. Así que sí dejaría los datos. Porque no son datos tan personales, solo son nombres completos, teléfono y correo electrónico.

9. Podría ser que luego de terminar el formulario, podría ir a algún lugar para poder conocer a las mascotas.

10. Sí, sí adoptaría una mascota porque como te mencioné me dice todas las características y de lo que estoy buscando.

11. Sí, sí, estaba pensado para mi familia, bueno yo tengo una pequeña de 10 años y nosotros tenemos una mascotita que también ha sido adoptada entonces al momento de ver perritos que tengan superpoderes y con todas esas características que hemos visto en la página llama bastante la atención para poder adoptar a un perrito capaz un hermanito de mi perrito a futuro. Porque merecen un hogar, además las características que tiene la página y los perritos que tienen para adoptar llama bastante la atención.

12. Mi pequeña, bueno, mi pequeña pensaría que sí, a mi pequeña le encantan los animales más que todos los perritos. Al momento de tener esta página y poder ver en sí a los perritos en las imágenes, ver que características es grande o pequeño, le llamaría bastante y tomaría ya la elección de poder adoptar algún de estos perritos porque te brindan toda la información en esta página.

Cherry Huerta

Nombre del hijo/a menor: Miguel Angel, además tiene otros 2 hijos varones.

Edad del hijo/a menor: 10 años, sus otros 2 hijos tienen 14 y 16 años

Distrito donde vive: Lurín

Tipo de vivienda: Casa

¿Tienes espacio para una mascota?: Sí

Respuestas

1. Lo primero que pensé es que tengo ganas de seguir indagando, las imágenes que pude ver , que son amigables, tiernas, despiertan en mí el apego y el gusto que tengo por los animalitos que en mi caso que soy mamá que no es algo tan prioritario como puede ser para gente soltera, por ejemplo, que los perros o los gatos ocupan un lugar muy importante en sus vidas. Para una mamá no lo es tanto porque tiene hijos. Y por eso precisamente es mucho más importante que una página sea amigable para una madre de familia, para un padre de familia, y

que tengamos ganas de seguir indagando y averiguando por nuestros hijos, ¿me entiendes?

2. Sí totalmente yo tengo un pequeño de 8 años con habilidades especiales es invidente y autista y en la casa tenemos una perrita adoptada, una bulldog inglés que nos dieron en adopción, que nos dieron en adopción que es como su mejor amiga pasan tiempo juntos, interactúan y el bebé puede tener otras experiencias sensoriales además de las que tiene con humanos y es súper importante para su desarrollo.

3. Sí, totalmente y lo voy a hacer para ver si de repente la raza con la que interactua mi hijo es la correcta o podría haber una más idónea, entonces creo que el test es una herramienta de fácil uso y que nos puede ayudar un montón.

4. Me gusto mucho el tema del test porque como te digo saber, de repente muchas veces adquirimos o adoptamos mascotas para nuestros hijos sin saber si realmente es el animal, la raza, el tamaño, las características idóneas y siento que este test nos ayuda mucho como un filtro, ¿no?

5. Me parecio super importante pero definitivamente tendría que verlo en persona, ósea el feeling o el contacto físico en mi caso es importante por mi niño con discapacidad. Pero si yo quisiese adoptar un perrito para mí, que no tengo una discapacidad, digámoslo, me parece que sí está suficiente y bien explicadita y te permite además hacerte una idea clara de cómo es el perrito.

6. Creería que la parte menos clara es la parte de la interacción, si habría una interacción previa entre el adoptante y el adoptado.

7. Bastante, me parece bastante fácil, que haya mucho blanco y azul hacen que visualmente no se sature, las imágenes que he podido ver de los

perritos son sumamente tiernas y llamativas y digo me dan ganas de seguir viendo más perritos y seguir en la página solamente por verlos.

8. Yo creo que sí, sobre todo mi correo electrónico, para el contacto, no sé si un teléfono o algo así, pero mi correo electrónico o una red social donde podamos estar en contacto, sin duda.

9. Agregaría las experiencias de adoptantes anteriores, ósea los casos de éxito que ya han tenido porque nada motiva más que un caso de éxito.

10. Definitivamente sí. En primer lugar, porque creo en la adopción como una única opción de parar con el maltrato animal y con la sobrepoblación animal. Creo que la adopción junto con la esterilización son las únicas alternativas. Entonces, en definitiva sí, para mí es muy valioso y no solamente es una herramienta que ayuda a una familia a conseguir un perro adoptado, sino que además contribuye con la sociedad.

11. Me ha caído a pelo, yo soy una mamá no tan chapada a la antigua, entonces tengo acceso y uso a redes, a tecnología. Por lo tanto, esta herramienta virtual me es súper útil. Y a mis hijos también, se me hace muy amigable. Mi hijo de 13 años, 14 años la puede usar y él también puede ver por sus propios ojos cuál sería el perrito que más le gusta o con el que más se identifica.

12. Yo creo que ahora todos los chicos, la nueva generación esta mucho más involucrada con el tema del respeto y cuidado animal que las otras generaciones, creo que para esta generación es mucho más importante, entonces cualquier cosa que sume a la protección, al cuidado de los animales, para ellos es valiosa, es una herramienta valiosa y creo que además se debe seguir fomentando.

Sergio Díaz

Nombre del hijo/a menor: Dominic André Sergio Díaz Soto

Edad del hijo/a menor: 10 años

Distrito donde vive: Surco (con su mamá) / La Victoria (fines de semana con papá)

Tipo de vivienda: Departamento (ambas residencias)

¿Tienes espacio para una mascota?: Sí, ya cuenta con un perro de 2 años.

Respuestas

1. Pensé en el maravilloso corazón que tienen estas personas que cuidan a los perritos, además de tener la gran idea de generar la web para que las personas adopten a los perritos.
2. Si.
3. Bueno, más que curiosidad, si está super bueno que tenga un filtro para poder conocer información y características.
4. Por supuesto, está detallado.
5. El perfil de cada perro
6. En realidad todo me pareció claro.
7. Pues imágenes (referenciales) claras, super detalladas. Me parece que sí es muy atractivo para mi hijo.
8. Mis nombres por ahí y teléfono, más no.
9. Un video informando sobre la misión y visión del albergue, un video explicando quizás por ahí como sería el proceso de manera sencilla para adoptar.

10. Si, pero me gustaría también tener una cita previa según el perfil para ver si la interacción con mi hijo es la que se vió en la pág. web.

11. Pues, en realidad según el presupuesto creería que sí, porque se dedican al cuidado de ellos en su alimentación y salud, eso no es gratis, por lo tanto, si me parece bien.

12. Pues, si lo vió y se enamoró al ver las imágenes, le encantan los perritos y pues la campaña tiene un contenido super amigable.

Milagros Cardenas

Nombre del hijo/a o hijos: Adrían y Rafaela
Edad del hijo/a menor: Adrían 10 años y Rafaela 13
Distrito donde vive: Chorrillos
Tipo de vivienda: Departamento
¿Tienes espacio para una mascota?Sí, pero no me permiten tener una mascota en el departamento que alquilo actualmente.

Respuestas:

1. Me parece una muy buena iniciativa. De hecho, la tendencia actual de los muchachos está más orientada al cuidado también de los animales en casa. Entonces, me parece súper divertido, amigable la página web. Y te acerca de una manera distinta al cachorro que puede ser adoptado.

2. Sí, de hecho, el concepto de superhéroes se deja ver muy bien. Me parece descriptiva también lo que vas mencionando de cada una de las características que tiene el cachorro.

3. Sí, me parece importante saber qué perfil tiene la persona que va adoptar para hacerle la sugerencia, más allá de cómo se puede, cómo pretende la persona que fuese físicamente el cachorro es más importante el temperamento del cachorro para poder hacer match.

4. Creo que como informativo sí, siempre y cuando ya tengas definida la alternativa de adoptar. Si tu propuesta de adopción desde un inicio es lo que estás buscando para eso, entra sí porque es bastante descriptiva. Pero para el que todavía lo está pensando quizá podría ayudar que le pongas ¿cómo se vería?, ¿cómo se sentiría al adoptar? Para el que ya ha tenido cachorros, que ya sabe cómo son o qué implica el adoptar o el tener un cachorro en casa es más fácil hacerse la idea y me parece súper que la página pueda ser así de descriptiva, pero para el que todavía no ha tenido un cachorro, para el que todavía no sabe lo que involucra todo esto. Quizás algunos ejemplos, algunas frases que te ayuden a vivir la experiencia de tener un cachorro. Por ejemplo, en vez de solamente detallar que es un cachorro tranquilo, se lleva bien con los niños, ideal para niños de tres, cuatro años, podría ser para una mamá que es quien toma la decisión finalmente, te imaginas ver a tu hijo jugando o imagínate ya no ver a tu hijo jugando solo, imagínatelo siempre sentirse acompañado, qué mejor de hacerlo al lado de su hermano de cuatro patas o de un perro que es protector, sea un poco haciéndole entender qué cosa es lo que pasaría si en caso tiene un cachorro. Como que los beneficios o de qué manera estaría ayudando, un poco así para alguien que no ha tenido antes un cachorro y está pensando en adoptar.

5. La que te asesora un poco, creo que tienes una opción ahí donde te dice qué cosas es lo que se necesita y cómo asesora, porque después sí menciona ahí la característica también del cachorro, eso también me parece importante y acompañado de las fotos es mucho más amigable

6. Creo que es claro que ustedes, los que están dedicándose al cuidado de los perros están preocupados también porque llegue a un buen hogar, significa que también hay una responsabilidad sobre el cuidado que actualmente tienen los cachorros, que no está tan claro de repente el tiempo que puede pasar por ese proceso de adopción. Que no parezca tan engorroso porque tú les estás diciendo bueno, tienes que hacer una videollamada, tienes que entregar tales documentos, estas son sus vacunas. Entonces creo que más allá de enumerarlas decirles que esto es fácil de conseguir, que los documentos, que la llamada no toma más de tantos minutos, si son los candidatos perfectos, algo más alineado a en cuanto a cómo se ofrezca.

7. Sí, me encantó. Super agradable la idea de que son superhéroes porque eso se identifican mucho, es un super héroe para los niños sino desde el hecho que de ser rescatado viene con un superpoder que es que te cambia la vida.

8. Sí.

9. ¿Qué le mejoraría? De repente fotos más reales en distintos momentos de los cachorros porque actualmente es como que una sola foto por cachorro pero quizás un vídeo podría ayudar, un vídeo de los cachorros en su hábitat natural, cuando están jugando, cómo se comportan, sí un vídeo.

10. Adoptaría a un perro sí, sí estaría mis posibilidades lo harían. No lo determina la plataforma, pero si yo tuviese las posibilidades de adoptar y llega a mí la plataforma definitivamente sería un campo para poder adoptar.

11. Bueno, sí porque es amigable, es fácil de entender también para mis hijos, o sea, los niños también lo pueden ver y es amigable la interfaz. ¿Y por qué no? ¿Por qué no adopto a pesar que quiero actualmente?Es porque yo vivo en una casa alquilada y uno de los requisitos es que no puedes tener cachorros. Lamentablemente aquí en el Perú hay muchas restricciones para este tipo de opciones, ¿no? Porque no te aceptan con hijos pequeños, pero ya no te aceptan con mascota y a veces es raro porque ya hay más tendencia a que hayan más mascotas adoptadas, ¿no? Entonces ya tienen otros cuidados, quizás eso pueda aperturar un poco y sensibilizar para que más gente pueda adoptar. Por ahora es como que una de las restricciones que yo tengo, por ejemplo, para poder adoptar.

12. Van a querer, de hecho van a querer adoptar, si es algo que nosotros estábamos pensando, pero ahorita no puedo, entonces ellos entienden que ya cuando se pueda más adelante, de todas maneras nosotros si hemos adoptado en otras ocasiones cachorros, pero cuando yo vivía en una casa que si me permitía y luego ya se quedaron con mis papás los cachorros, creo que esa experiencia de la adopción si es súper interesante porque de todas maneras como te digo te cambia la vida, ¿no? Salvar un cachorrito.

Rafael Hidalgo

Nombre del hijo/a o hijos: Rafaela y Salvador

Edad del hijo/a menor: Rafaela 2 años y Salvador 7 años

Distrito donde vive: San Isidro

Tipo de vivienda: Departamento

¿Tienes espacio para una mascota?: Sí

Respuestas:

1. La idea tiene ahí una fortaleza, el superlativo al protagonista, destacar lo como un atributo especial, es gordito duerme todo el día, llega a mimetizarse con la familia, El feeling de la web, conecta, te da los atributos de forma refrescada.
2. Lo segundo, la idea es muy buena, el interfaz, las características mucho más visual, más iconográfica estándar para detalles bota pelo, poco pelo, super protector, es cariñoso, es una escala de valoración, como un semáforo o del 1 al 10, sea algo más digerible.
3. Si claro, eso está vinculado al punto anterior información rápida y fácil de comparar.
4. No, definitivamente no, más que la foto hermosa de inteligencia artificial, imágenes más reales de la mascota, para comenzar eso, como si fuera su curriculum. Los niños se dan cuenta rápido si son imágenes con ia, es su día a día.
5. El test pero debería hablar más a detalle.
6. Si el perro lo agarras medio joven aun, tipo 7 años que el perro va a vivir, es como 2 vidas en una familia, los hijos crecieron, terminaron la secundaria, etc. La raza, puede tener una característica son de botar pelito, son sensibles a la exposición al sol, le salen ronchitas, se bañan 1 vez a la semana, uno no sabe si el perro en adopción es antojo de la hijita y luego lo mandan al techo, que el perro tenga una vida bajo las condiciones mínimas.

7. El atractivo visual, le va a parecer cute, lindo pero tiene que ser foto real, el niño quiere las cosas directas, porque es su día día el uso de ia (inteligencia artificial), el concepto que se lleva al perro, la referencia del tamaño si puede ser imagen referencial bonita cool.

8. No lo sé, no por la web sino por exposición a N personas, eso es siempre un poco delicado, es respecto a la información personal.

9. Algún juego interactivo, alguna gamificación.

10. Si, adoptaría, pero necesito que sí o sí, que puedas hacer una visita guiada, programo mi vista con mi hijo en vivo y en directo y en base a eso tomo mi decisión.

11. Si, porque, una sugerencia que haría, los niños, interactuar con esta web, para que los niños vean la página sería un juego interactivo, para que se enganchen e interactúen de esa forma.

12. Conociendo a mi hijo sobretodo, que le facilita mucho saber un poco más de las opciones, una cosa es que el departamento es un 1er piso qué vivo, pero en otros pisos, por ejemplo uno de mis vecinos qué su mascota es un toy, acá en san isidro todo el mundo tiene un toy, que es muy común.

Comentario extra: Contemplar que cuando uno construye este tipo de web, la audiencia en este caso se parte en dos de una manera muy clara y hay que saber distinguir, en un momento creo que en las primeras clases de que existe un shopper, un customer y un consumer. Particularmente el consumer sería el hijo o hija, el menor de edad que se sentirá cautivado, engreido con la idea de tener una mascota, porque no es que haya espero a ir a la tienda, al lugar o local en el que ustedes los tengan, que la haya visto virtualmente es un gran avance, lo importante

es que haya un mecanismo de captación de la atención de estos niños, para que pueda darles muchísima más luz de que cosa es lo que quiere, que es lo que busca, y ¿cómo logras eso? voy a hablar una roca, una cosa muy primitiva, vamos a vestir a tu perro con la ropa ideal como más quieras, pero para eso ayúdanos a encontrar a tu perro ideal, ¿Quieres que tenga manchas, como un dálmata? ¿Quieres que tenga un ojo de pirata? ¿Quieres que sea pequeñito, mediano o grande? ¿Qué le gusta la comida casera o el pedigrí? ¿Quieres que duerma en una casita o que duerma en tu cama? Hacer muchas preguntas cómo diseñar al perro de sus sueños, este es el perro de Salvador y ¿cómo quieres que se llame tu perro? No sé Chocolate. Sale el diseño del perro y tú inmediatamente tienes forma de hacerle match con algo que le pueda dar vida en carne propia, para que sepan que en Superpatas hay super perritos que se alinean al perrito que el diseño, eso te da años luz de ventaja, para saber que sepan cual es el diseño de la propuesta que has construido en base a la información que le niño o la niña da, que a veces no sabe ni comunicar a los padres, eso es un poquito del feeling que podrían transmitir.

Además lo ideal sería que tengan acceso a una comunidad, un espacio en común donde ellos puedan compartir sus experiencias pet friendly o pet lovers, van a jugar a cierto parque donde hay circuito para perros, van y tienen descuentos en estas tiendas SuperPet creo que se llaman, les das ciertos descuentos o beneficios, eso a la gente le encanta sesión de fotos, baños, etc. Actualmente el tema de la mascota está super valorado y sensibilizado, entonces encontrar una oportunidad ahí es maravilloso porque se ha humanizado la calidad de la atención que va dirigida a los perritos.

Christian Vega

Nombre del hijo/a o hijos: Nicolas

Edad del hijo/a menor: 8 años

Distrito donde vive: Magdalena

Tipo de vivienda: Departamento

¿Tienes espacio para una mascota?: Sí.

Respuestas:

Comentario inicial antes de las preguntas:

Añadir la historia del perro, como llego al albergue, y si ustedes por ejemplo, yo tengo una amiga que es veterinaria que ella rescata perritos los cura y todo, recien los da en adopción, te va contando la historia, cuando lo rescato, ahora ya su patita está sana, ya la gente, ya se comió la historia, todo el storytelling y si cada vez que veo que pone en adopción lo adoptan rápido y podría ser una estrategia no tan a detalle, pero sí cómo llego a ustedes Martin, no sé como llego a ustedes Pepito, el nombre del perro que llegué, o si los mismos albergues le ponen nombre, datos curiosos, la historia, no sé si llenar tanta información acá tampoco (referencia al detalle de los perros) pero si en algún lugar.

1. Era como, las personas que entran a la web van a saber para qué están entrando, entonces sí digamos que yo estoy buscando una mascota y

entró a la web, me gusta el nombre de super patas porque se que voy a encontrar a mi pata ideal y esto de super de jugar con el tema de los poderes, yo diría que al verlo, me causaría o me causa curiosidad, el poder ver todas las mascotas que superpoder puedan tener para convertirse en mi mascota, eso es básicamente lo que me llama la atención de la idea.

2. Sí.

3. Que sí, obviamente si doy características muy puntuales, mientras más específico pueda ser, más acotado digamos puedan ser las mascotas que yo estoy buscando, no es que yo estoy eligiendo al azar, que por inteligencia artificial o que se yo me va abortar lo que yo estoy buscando y no solo porque me parecio lindo el perro.

4. Como te comenté si me hubiera gustado conocer un poco más de la historia de cada perrito, pero lo demás sí.

5. La información de los perritos es básicamente lo que las personas buscan.

6. La más clara, bueno mediante el chatbot toda la data que me bota y la menos clara creo que no me lo menciona o no leí bien si tengo algunos papeles por presentar.

7. Sí, me parece divertido, me parece que conectaría con mi hijo, porque, por ejemplo los niños son muy visuales, si mi hijo ve a un perrito disfrazado de Sonic y a él le gusta Sonic me va a decir quiero ese, o no sé si ve a un perrito de color de Stich y a mi hijo le gusta Stich va a querer ese perrito, entonces si me parece interesante que se conecte al perrito con ese tema del super héroe, del personaje.

8. Sí.

9. Sí me gustaría de repente que previamente a lo que mencionas de dejar los datos y todo, que pueda tener una experiencia e ir a visitar al perro antes de generar toda la documentación y todo eso. Por ejemplo, encontramos a Martín, es tu perro ideal, es tu super pata ideal, por ejemplo.ven, conócelo y es lo que me gustaría que me digan. Ven, conocelo, generate una cita para que lo conozca. sea, no una cita para... A ver, eso sí entendí, o no se entendió que cuando dicen que se generó una cita es como, lo siento muy frío, ¿no? Como que... que genero una cita para venir a comprar tu carro o tu casa, ¿no? Y no estás comprando algo muy material, digamos, entonces si de repente no ponerle cita, sino ponerle tu visita, tu experiencia con Martín, ven y conocelo o agenda un encuentro, genera un encuentro con Martín y decide, no sé, algo así. Entonces sí me gustaría que de repente, si está dentro del proceso ir a conocer a la mascota previamente, que se comunique eso.

10. Si solamente por la plataforma no. ¿Por qué? Necesitas ver al perro. Si claro, obviamente. Necesito verlo, necesito verlo. Osea, por ejemplo, si está ligado a un tema con niños, si llevaría a mi hijo que interactúe con el perro, ¿no? Porque digamos un albergue puede poner lo que quiera poner con tal de que adopten al perrito también entonces pero si lo que pone el albergue yo voy y realmente el perro es como que lo describen ahí o sea a ojos cerrados lo adoptó, es como que cuando tú estás buscando en Airbnb y las fotos son maravillosas y ya se ve el Airbnb y es una basura entonces me estafaron, no debería pasar lo mismo, si lo que

describen a la mascota es tal cual y la persona va y realmente recibe lo mismo, lo más probable es que lo adopten en ese mismo instante. Entonces sí, no adoptaría al perro solamente por lo que pone en la web. Sí me gustaría ir a conocerlo.

11. Sí, yo creo que sí, con los ajustes que se puedan hacer, como te digo, en temas básicamente de forma, más que de fondo, que faltan algunos ajustes de forma, yo creo que sí.

12. Creo que sí lo vería divertido por el tema de ver a los perritos así medio disfrazados. Y si estaría como que diciendo a papá, si quisiera un perrito Pikachu o papá, ahora ya habrá un perrito Pikachu. No, hay, ya la próxima semana me estará diciendo, papá, ¿ya habrá un perrito Pikachu? O yo creo que sí darle ese estilo lúdico a la adopción me parece interesante.

Marilu Díaz

Nombre del hijo/a o hijos: Mathias

Edad del hijo/a menor: 7 años

Distrito donde vive: Miraflores

Tipo de vivienda: Departamento

¿Tienes espacio para una mascota?: Sí.

Respuestas:

1. Bueno la primera impresión fue ver a las mascotitas super lindas, super presentadas, super interesantes.

2. Sí, en el perfil cuando ingresas a ver el tipo de mascota ideal.

3. Sí, me genera curiosidad porque, por lo mismo, te ayuda a identificar a la mascotita como uno lo busca, si es tranquilo, juguetón o no, más dinámico, grande o pequeño.

4. De lo que he visto sí, no se si ahí lo contempla pero es importante la edad, me imagino que está ahí, ¿no? el tamaño, las vacunas, el acompañamiento, si me parece completo, con la información que uno necesita como para saber el estado de la mascotita y como está.

5. Eso de descubrir tu mascota ideal, porque de cara a cuando entrás ves todas las mascotitas, como super bien presentadas, pero el hecho de saber el perfil de cada, la cualidad única de cada uno me parece interesante.

6. La parte de conocer a la mascota y la cualidad es lo más claro, lo más atractivo y lo otro creo que sería conocer más lo que implica los cuidados. Sobre todo si es un una familia nueva, como yo, que no tiene mascota, entonces la parte de la alimentación cuando hay niños es importante porque el niño tiende a compartir la comida de humano, el tema de las vacunas,de los baños de repente, sobre todo las vacuna, qué hacer si se ve algún síntoma de que el perrito no está bien, esas cosas.

7. Sí, sí, me parece súper atractivo.

8. Yo creo que sí, o sea, cualquier persona que tenga interés en tener una mascotita en casa, sí, yo sí.

9. De repente compartir algún tiempo, una visita, un paseo con la mascotita, conocer la mascota.

10. Yo sí, sí adaptaría si le sumamos de conocer, o sea de conocerlo antes de hacer el proceso de documentación y no, si es que no lo conozco, no puedo adoptar algo sin verlo directamente, sin interactuar directamente.

11. En realidad sí, sobre todo para las familias que tenemos niños, es importante ver cómo también el niño interactúa, o sea antes de ir a un lugar físico conoce a la mascota y como que identifica, tiene la información previa. Me parece que ayuda muchísimo esto de tener la información en la página.

12. Le encantaría, a mi hijo le encantaría ama a las mascotas.

6.3 Presentación

https://youtu.be/vjZVp9Jkjpo