ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Loopet: Plataforma web de conexión entre refugios verificados de mascotas y adoptantes para reducir la desconfianza e informalidad en Lima Metropolitana

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

PRESENTADA POR

Duanet Milenka Casas Alanoca
DNI: 70896310, Perú

Alondra Del Carmen Mego Aragon
DNI: 72193675, Perú

ASESOR

Brigitte Madelein Pérez Ortiz
DNI: 72440572, Perú
ORCID: 0009-0002-4183-6886

JURADO

Brigitte Madelein Perez Ortiz
Diego Enrique Gonzales Maltese
Juan Miguel Chunga Chunga

Lima, septiembre 2026

Informe-0000024497-0000028044-MEGO-CASAS.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:614120824

Fecha de entrega
13 ago 2026, 1:30 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
13 ago 2026, 1:34 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
Informe-0000024497-0000028044-MEGO-CASAS.pdf

Tamaño del archivo
22.8 MB

152 páginas

23.635 palabras

139.351 caracteres

14% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

7% Fuentes de Internet
1% Publicaciones
12% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. Información general..... 1
1.1 Título del proyecto de innovación..... 1
1.2 Resumen del proyecto de innovación..... 1
1.3 Contextualización del proyecto de innovación..... 3
II. Descripción de la innovación..... 5
2.1 Planteamiento del problema..... 5
2.2 Población beneficiaria..... 8
2.3 Objetivo(s) del proyecto..... 11
2.3.1 Objetivo general..... 11
2.3.2 Objetivos específicos..... 11
2.4 Marco referencial..... 11
2.4.1 Antecedentes..... 11
2.4.1.1 Antecedentes nacionales..... 11
2.4.1.2 Antecedentes internacionales..... 14
2.4.2 Concepto teórico..... 16
2.4.2.1 Variable independiente: Innovación digital social..... 16
2.4.2.2 Variable dependiente: Proceso de adopción animal..... 18
2.4.3 Casos de éxito..... 21
2.5 Proceso creativo y experimentos..... 23
2.5.1 Información sobre el usuario(s)..... 23
2.5.2 Información sobre el mercado..... 33
2.5.2.1 Oportunidad de mercado..... 33
2.5.2.2 Análisis de la competencia..... 34
2.5.2.3 Barreras de entrada..... 36
2.5.2.4 Mercado objetivo..... 36
2.5.2.5 Demanda potencial..... 36
2.5.3 Concepto y propuesta de valor..... 37
2.5.3.1 Concepto planteado..... 37
2.5.3.2 Propuesta de valor..... 38
2.5.4 Diseño de producto/servicio..... 41
2.5.4.1 Experiencia de uso o funcionamiento..... 41
2.5.4.2 Triple balance..... 43
2.5.5 Modelo de negocio..... 44
2.5.6 Resultados esperados..... 46
2.5.6.1 Escenario de éxito..... 46
2.5.7 Prototipos desarrollados..... 49
2.5.7.1 Sketch exploratorio..... 49
2.5.7.2 Prototipo de baja fidelidad..... 52
2.5.7.3 Prototipo de media fidelidad..... 59

2.5.7.4 Prototipo de alta fidelidad..... 68
2.5.8 Experimentos.....79
2.5.8.1 Validación del sketch.....80
2.5.8.2 Validación del prototipo de baja fidelidad.....82
2.5.8.3 Validación del prototipo de media fidelidad.....84
2.5.8.4 Validación del prototipo de alta fidelidad.....86
III. Estimación de costos.....92
3.1 Presupuesto.....92
IV. Conclusiones y recomendaciones..... 101
4.1 Conclusiones..... 101
4.2 Recomendaciones.....103
V. Referencias bibliográficas..... 104
VI. Anexos.....109
6.1 Anexo 1 - Hallazgos previos de la percepción del usuario..... 109
6.1.1 Guión del focus group.....109
6.1.2 Guión de entrevista a profundidad..... 113
6.1.3 Cuestionario Online.....117
6.2 Anexo 2 - Evidencias del Experimento 1.....123
6.3 Anexo 3 - Evidencias del Experimento 2.....130
6.4 Anexo 4 - Evidencias del Experimento 3.....136
6.5 Anexo 5 - Evidencias del Experimento 4.....142
6.6 Anexo 6 - Modelo financiero..... 147
6.7 Anexo 7 - Prototipo de alta fidelidad (Figma)..... 147

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Análisis comparativo de competidores directos e indirectos..... 35
Tabla 2. Presupuesto de inversión inicial de Loopet (USD)..... 92
Tabla 3. Balance general de apertura - Mes 0 (USD).....94
Tabla 4. Proyección de ingresos anuales por fuente – Años 1 al 5 (USD).....95
Tabla 5. Estado de ganancias y pérdidas proyectado - Años 1 al 5 (USD).....96
Tabla 6. Flujo de caja proyectado – Años 0 al 5 (USD).....98
Tabla 7. Indicadores de viabilidad financiera.....98
Tabla 8. Ratios de rentabilidad y punto de equilibrio – Año 3.....99
Tabla 9. Análisis de sensibilidad por escenarios - Año 5 (USD)..... 100

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Herramienta árbol de análisis de problemas..... 7
Figura 2. Mapa de actores..... 10
Figura 3. Benchmarking de la competencia..... 21
Figura 4. Arquetipo de usuario..... 24
Figura 5. Mapa de empatía..... 25
Figura 6. Ruta de conceptualización de Loopet..... 40
Figura 7. Propuesta de valor..... 41
Figura 8. Flujo de experiencia y funcionamiento del servicio Loopet..... 43
Figura 9. Business model canvas de Loopet..... 45
Figura 10. Sketch exploratorio: Flujo de interacción principal de Loopet..... 51
Figura 11. Checklist del sketch..... 52
Figura 12. Prototipo de baja fidelidad: Página principal, catálogo de mascotas y foro comunitario..... 55
Figura 13. Prototipo de baja fidelidad: Formulario de reporte y avistamiento y búsqueda geolocalizada de mascotas..... 56
Figura 14. Prototipo de baja fidelidad: Donaciones, inicio de sesión, bienvenida y perfil de usuario..... 57
Figura 15. Checklist del prototipo de baja fidelidad..... 58
Figura 16. Prototipo de media fidelidad: Página principal de la plataforma..... 61
Figura 17. Prototipo de media fidelidad: Catálogo de adopción..... 62
Figura 18. Prototipo de media fidelidad: Perfil detallado de mascota..... 63
Figura 19. Prototipo de media fidelidad: Seguimiento de reportes de mascotas perdidas y avistamientos..... 64
Figura 20. Prototipo de media fidelidad: Formularios de reporte y avistamiento y filtro de búsqueda geolocalizada..... 65
Figura 21. Prototipo de media fidelidad: Información de donaciones y beneficios..... 66
Figura 22. Prototipo de media fidelidad: Registro, inicio de sesión y perfil de usuario..... 67
Figura 23. Checklist del prototipo de media fidelidad..... 68
Figura 24. Prototipo de alta fidelidad: Página principal de Loopet..... 71
Figura 25. Prototipo de alta fidelidad: Catálogo general y test de mascota ideal..... 72
Figura 26. Prototipo de alta fidelidad: Filtros por especie y perfil detallado de la mascota.... 73
Figura 27. Prototipo de alta fidelidad: Club de beneficios, planes de apoyo y marcas aliadas 74
Figura 28. Prototipo de alta fidelidad: Foro - Reportes de mascotas perdidas y avistamientos... 75
Figura 29. Prototipo de alta fidelidad: Foro - Historias de éxito y flujo de publicación..... 76
Figura 30. Prototipo de alta fidelidad: Registro, inicio de sesión y pantalla de bienvenida.... 77
Figura 31. Prototipo de alta fidelidad: Perfil del usuario..... 78
Figura 32. Checklist del prototipo de alta fidelidad..... 79
Figura 33. Experimentación ágil..... 91

I. Información general

1.1 Título del proyecto de innovación

Loopet: Plataforma web de conexión entre refugios verificados de mascotas y adoptantes para reducir la desconfianza e informalidad en Lima Metropolitana.

1.2 Resumen del proyecto de innovación

El proyecto de innovación "Loopet: Plataforma web de conexión entre refugios verificados de mascotas y adoptantes para reducir la desconfianza e informalidad en Lima Metropolitana", se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Salud y bienestar social y la actividad económica de Información y comunicaciones, y busca resolver la problemática del abandono animal y la baja tasa de adopción en Lima Metropolitana, generada por la dispersión de información, la falta de verificación de los refugios y la ausencia de herramientas digitales especializadas que acompañen al usuario durante todo el proceso. La población beneficiaria principal son los potenciales adoptantes de entre 25 y 45 años, con afinidad hacia los animales y familiaridad con entornos digitales, pertenecientes a los niveles socioeconómicos B y C. Como beneficiarios secundarios se identifican los refugios verificados, los donantes y aliados estratégicos, y de manera indirecta, los animales en situación de abandono.

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, el 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 una plataforma web de intermediación que conecta refugios verificados con personas interesadas en adoptar mascotas de manera responsable, se trata de un servicio digital de acceso libre desde cualquier navegador, sin necesidad de descarga, disponible las 24 horas del día, que centraliza información validada sobre mascotas disponibles para adopción e integra la verificación legal mediante el registro RENIAN. Desde el triple balance, la propuesta genera valor económico a través de un modelo mixto de suscripciones, auspicios publicitarios y servicios de registro; valor social al reducir la incertidumbre del adoptante, visibilizar a los refugios y promover la tenencia responsable; y valor ambiental al digitalizar un proceso que tradicionalmente depende de materiales físicos y contribuir a la reducción de animales en situación de calle.

Para la experimentación se diseñaron prototipos de fidelidad progresiva: un sketch exploratorio, un prototipo de baja fidelidad, uno de media fidelidad y uno de alta fidelidad, cada uno validado con usuarios reales. Las pruebas incluyeron cuestionarios online, focus groups y entrevistas a profundidad, con una participación acumulada de más de 100 usuarios a lo largo de los cuatro experimentos.Entre los hallazgos más relevantes se identificó que el 94.9% de los encuestados considera importante o muy importante que el proceso sea seguro, confiable y transparente. Asimismo, el prototipo de alta fidelidad obtuvo una calificación unánime de 5 sobre 5 en facilidad, claridad e intuición, y el 100%

de los entrevistados declaró que preferiría usar Loopet frente a las alternativas informales disponibles actualmente.

Se concluye que la solución propuesta responde de manera directa a las barreras identificadas en el proceso de adopción, demostrando viabilidad técnica, social y financiera, con un punto de equilibrio operativo estructural de aproximadamente 1,195 usuarios equivalentes anuales, un Valor Actual Neto positivo de USD 45,660.85 y una Tasa Interna de Retorno de 24.14%, superior al costo de oportunidad del 15%. Se recomienda iniciar el desarrollo técnico del MVP priorizando el catálogo verificado y la integración con RENIAN, buscar financiamiento semilla ante inversionistas y programas de innovación social, implementar un sistema de monitoreo de indicadores clave desde el primer mes de operación y, una vez consolidada la operación en Lima Metropolitana, evaluar la expansión del servicio hacia otras ciudades del país con problemáticas similares de abandono animal.

1.3 Contextualización del proyecto de innovación

En el Perú, especialmente en las zonas urbanas, la convivencia con mascotas se ha vuelto cada vez más habitual y representa un elemento importante del entorno familiar. Se estima que alrededor del 58% de los hogares peruanos cuenta con al menos una mascota, reflejando la relevancia que han adquirido en la sociedad actual (Ipsos, 2023). Estas relaciones contribuyen al bienestar emocional y fortalecen las relaciones sociales, además de promover valores como la responsabilidad y la empatía (Aguirre & León, 2017).

Sin embargo, este contexto coexiste con la problemática del abandono animal. En ciudades como Lima Metropolitana, los perros callejeros deambulan libremente en

espacios públicos, lo que demuestra una falta de tenencia responsable y mecanismos de control poblacional (Cáceda et al., 2021).

Esta situación afecta directamente a los animales abandonados, así como a las organizaciones protectoras y autoridades locales responsables de su gestión. De igual manera, factores como las bajas tasas de adopción y la opción de comprar mascotas limitan las posibilidades de que estos animales consigan un hogar (Briceño, 2024).

En cuanto a las características ambientales, muchas municipalidades no cuentan con planes estructurados ni con los recursos necesarios para abordar esta problemática. Más de la mitad de los distritos carece de un plan oficial de control y presenta limitaciones de presupuesto e infraestructura, lo que dificulta la implementación de estrategias efectivas (Cáceda et al., 2021). Del mismo modo, los procesos de adopción suelen ser poco accesibles y presentan escasa visibilidad, lo que limita la conexión entre albergues y potenciales adoptantes (Atachagua & Ramos, 2025).

Al analizar la experiencia de los usuarios, se evidencia que el problema no es sólo la falta de herramientas de gestión o tecnológicas, sino también la gran incertidumbre que enfrentan los potenciales usuarios durante el proceso. Las dificultades para acceder a información clara, confiable y centralizada, así como la falta de orientación durante el procedimiento, generan desconfianza y reducen la intención de adoptar.

Por lo tanto, surge una oportunidad para desarrollar una solución innovadora que no solo optimice los procesos existentes, sino que también genere confianza a través de una experiencia digital intuitiva, transparente y orientada al usuario, facilitando una

conexión efectiva entre los animales abandonados y las personas interesadas en darles un hogar.

II. Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del problema

El abandono de animales y la sobrepoblación en Perú constituyen un problema constante, especialmente en las zonas urbanas donde un gran número de perros y gatos viven en las calles o son trasladados a refugios. Se estima que existen más de siete millones de perros y gatos en estado de abandono a nivel nacional, lo que demuestra la magnitud de esta situación en el Perú (Briceño, 2024).

Este problema afecta principalmente a los animales abandonados, quienes presentan condiciones de vida inadecuadas, como falta de alimento, atención veterinaria y espacios adecuados. Asimismo, los albergues se ven sobrecargados debido al cuidado de una gran cantidad de animales con recursos limitados, lo que dificulta garantizar su bienestar (Atachagua & Ramos, 2025).

Además, la presencia de animales callejeros tiene un impacto negativo en la salud pública y la sociedad debido a la transmisión zoonótica, los accidentes por mordeduras y la contaminación ambiental en los espacios públicos (Cáceda et al., 2021).

El problema surge por diversos factores estructurales. En primer lugar, la reproducción incontrolada de animales domésticos, provocada por programas de esterilización inadecuados, contribuye a un aumento constante de animales abandonados.

A ello se suma la baja tasa de adopción y la preferencia por la compra de mascotas, lo que reduce las posibilidades de que los animales en los refugios encuentren hogar (Briceño, 2024).

Asimismo, existe una falta de mecanismos efectivos que faciliten el proceso de adopción y conecten a los refugios con posibles adoptantes. En muchos casos, estos procesos se realizan de forma manual, con poca visibilidad y dificultad para acceder a información clara sobre las mascotas disponibles, lo que desincentiva la adopción y prolonga la estancia de los animales en los refugios (Atachagua & Ramos, 2025).

Esta situación también se ve agravada por la escasa aplicación de políticas públicas. Aunque el gobierno de Perú ha implementado normativas, como la Ley N.° 31311, que fomenta la esterilización de gatos y perros en el marco de la política nacional de salud pública, su ejecución depende en gran parte de los gobiernos locales, lo cual provoca una administración deficiente e inadecuada para controlar la población animal (Ley N.° 31311, Decreto Supremo N.° 003-2023-SA, 2023).

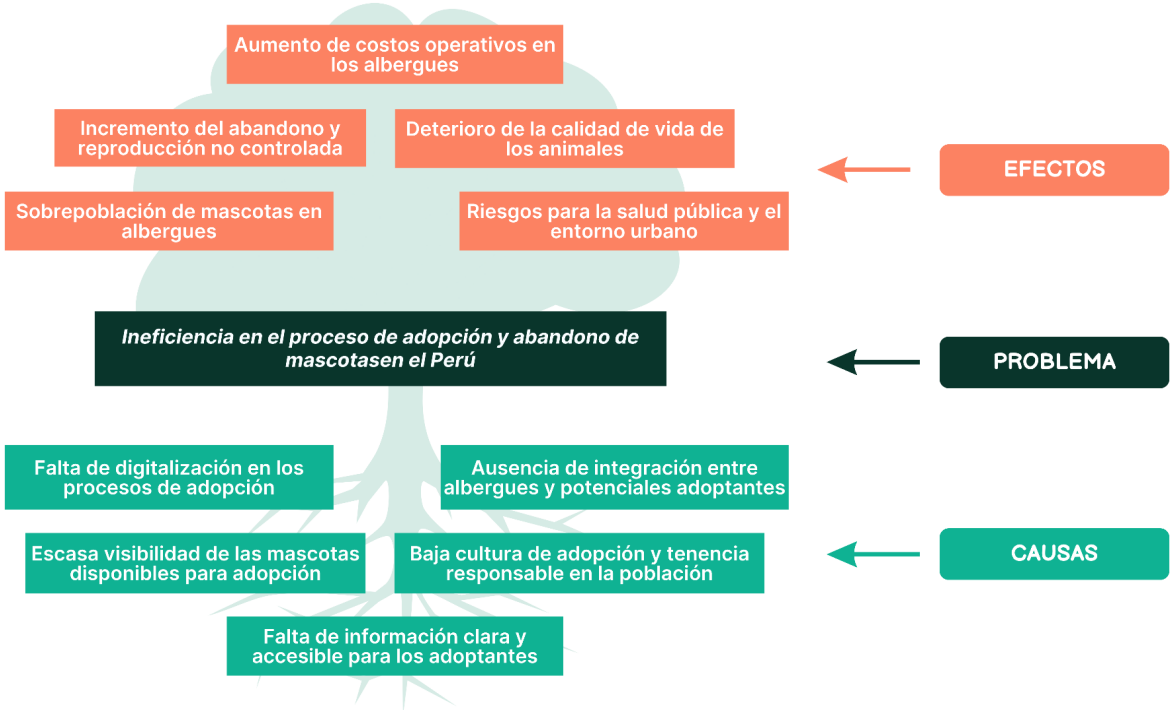
En tales circunstancias, la fragmentación de la información y la falta de herramientas estructuradas dificultan el acceso a datos relevantes, así como la identificación y evaluación de alternativas de adopción. Esto genera un proceso más lento e ineficiente, reduciendo las adopciones concretadas y aumentando la carga sobre los albergues.

Ante esto, resulta evidente la necesidad de introducir soluciones innovadoras que no solo optimicen los procesos de adopción y mejoren la gestión de los albergues, sino que

también faciliten el acceso a información clara y fiable, promoviendo una toma de decisiones más eficaz por parte de los residentes.

En relación con los objetivos propuestos por la Organización de las Naciones Unidas, esta problemática se vincula principalmente con el ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos, específicamente con la meta 17.17, que fomenta la articulación entre instituciones públicas, empresas privadas y la sociedad civil. En este sentido, el proyecto Loopet propone la creación de una red colaborativa entre albergues, ciudadanos y organizaciones, permitiendo abordar el problema del abandono animal de manera conjunta y sostenible.

Figura 1. Herramienta árbol de análisis de problemas



La Figura 1 ilustra cómo la desarticulación operativa y la carencia de herramientas tecnológicas especializadas generan un proceso de adopción deficiente en Lima Metropolitana. La dependencia de procedimientos manuales, junto con la limitada visibilidad de la información disponible, incrementa la carga administrativa y dificulta el desarrollo eficiente de las adopciones (Luján Quezada et al., 2023). Como resultado, se reduce la capacidad de respuesta de los albergues y se ralentiza el flujo de adopciones.

En consecuencia, esta problemática deriva en una saturación crítica de los albergues, afectando no solo la calidad de vida de los animales y la sostenibilidad financiera de los centros, sino también la salud pública y el entorno urbano.

2.2 Población beneficiaria

La población beneficiaria de Loopet incluye a los diversos actores involucrados en el rescate, cuidado y adopción de animales en el Área Metropolitana de Lima. La propuesta busca solucionar la desconexión entre los refugios y la ciudadanía, proporcionando herramientas de interacción y profesionalizando la gestión del bienestar animal. Su impacto se estructura según las necesidades particulares de cada grupo involucrado.

En primer lugar, se encuentran los potenciales adoptantes, conformados por ciudadanos de entre 25 y 45 años residentes en Lima con interés en la tenencia responsable. Este grupo se ve afectado por la fragmentación de la información y la lentitud de los trámites actuales, lo que suele derivar en frustración. En este sentido, necesitan una experiencia digital clara e intuitiva que les permita acceder a información confiable y tomar decisiones con mayor certeza.

Su inclusión como población prioritaria se justifica por la necesidad de ofrecerles una herramienta que centralice información confiable sobre mascotas y refugios verificados, facilitando la búsqueda y la toma de decisiones durante el proceso de adopción; como la consideración de las características, necesidades y estilo de vida de los adoptantes contribuye a promover adopciones más informadas, responsables y sostenibles en el tiempo (Jagtap, 2025).

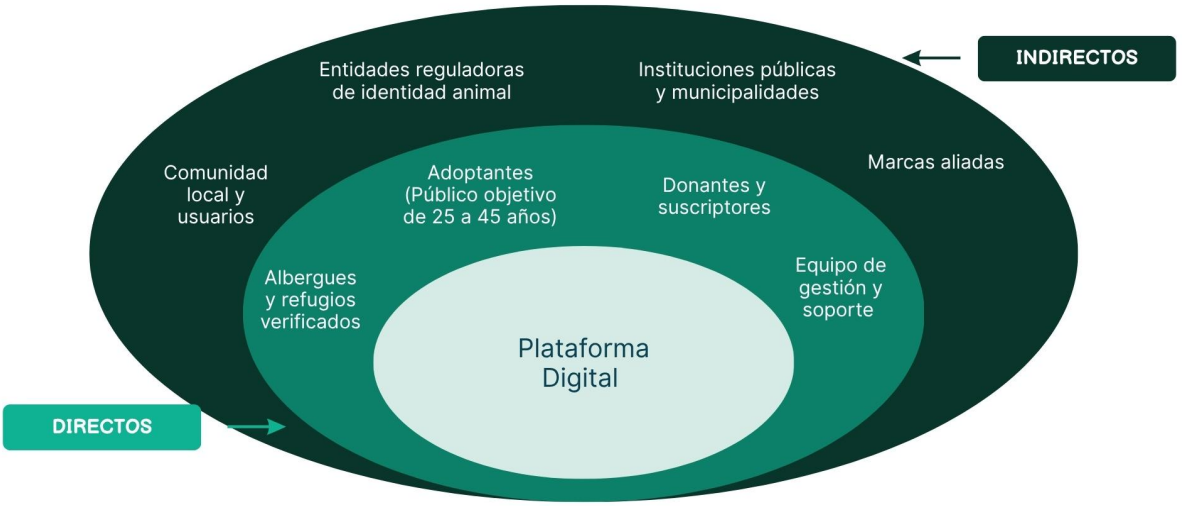
Asimismo, los refugios verificados constituyen un pilar fundamental de los beneficiarios. Estas organizaciones operan habitualmente en condiciones de saturación crítica y carecen de sistemas digitales para gestionar historiales médicos o seguimientos de sus rescatados. Al integrar a este grupo, el proyecto busca aliviar su carga administrativa mediante la automatización de tareas y brindarles una mayor visibilidad estratégica. Esta intervención es relevante porque permite optimizar los limitados recursos disponibles en los refugios y aumentar la capacidad de rotación de los animales hacia hogares definitivos.

Por otro lado, el proyecto beneficia a los donantes y aliados estratégicos, incluyendo tanto a ciudadanos particulares como a empresas interesadas en responsabilidad social. Su principal barrera de participación es la desconfianza generada por la falta de transparencia en las donaciones informales. Por ello, es crucial brindarles una plataforma con sistemas de pago integrados y reportes de impacto, permitiendo que sus contribuciones se transformen en beneficios tangibles que fortalezcan la sostenibilidad del ecosistema (Jagtap, 2025).

Finalmente, los animales en situación de abandono constituyen la población beneficiaria indirecta. La profesionalización de la gestión en los albergues y la difusión optimizada de sus perfiles facilitan que los adoptantes tomen decisiones más rápidas y

seguras. De esta manera, se agiliza su traslado a entornos responsables, reduciendo el tiempo de permanencia en los refugios y mejorando su calidad de vida (Atachagua & Ramos, 2025)

Figura 2. Mapa de actores



En la figura 2 se ilustra la red de actores del proyecto, lo que permite comprender la interacción entre los grupos que conforman el ecosistema. El diagrama presenta una estructura organizada según el nivel de cercanía con la operación: los actores directos como adoptantes, albergues y donantes, se ubican en el núcleo por ser quienes participan directamente en el proceso de adopción y financiamiento; mientras que los actores indirectos como el sector público, privado y aliados actúan como el soporte externo que garantiza el respaldo legal, los beneficios comerciales y la difusión necesaria para que el sistema funcione.

A través de esta herramienta, se identifican las funciones de cada participante con el fin de conocer su relevancia en el modelo y con ello establecer canales de comunicación eficientes. De esta manera, el mapa asegura que todos los grupos trabajen de forma coordinada para transformar la gestión de adopciones y donaciones en un sistema sostenible, asegurando la transparencia operativa y el respaldo legal necesario para todos los participantes.

2.3 Objetivo(s) del proyecto

2.3.1 Objetivo general

Desarrollar una plataforma digital que optimice el proceso de adopción de mascotas en Lima Metropolitana mediante una experiencia de usuario intuitiva, capaz de generar confianza y facilitar la toma de decisiones.

2.3.2 Objetivos específicos

- ➢ Identificar las principales dificultades y percepciones de los potenciales adoptantes en el proceso de adopción de animales en refugios de Lima Metropolitana.
- ➢ Diseñar un prototipo de plataforma digital que centralice y organice la información de las mascotas aptas para adopción, facilitando su búsqueda y evaluación.
- ➢ Evaluar la percepción de valor, confianza y disposición de adopción generada por el prototipo en usuarios potenciales.

2.4 Marco referencial

2.4.1 Antecedentes

2.4.1.1 Antecedentes nacionales

Atachagua y Ramos (2025)

En su tesis, “Implementación de un aplicativo web para la mejora del proceso de adopción de mascotas en la asociación Patitas Abandonadas”, las autoras se plantearon como objetivo mejorar la gestión de las adopciones mediante la digitalización de procesos en un albergue de Lima. La investigación utilizó un enfoque tecnológico para resolver la falta de control en los registros médicos y el seguimiento de los animales rescatados. Los resultados indican que la implementación de un sistema web no solo agiliza el flujo de información interna, sino que permite que el usuario final acceda a datos verificados, aumentando la eficiencia operativa del refugio y validando que una interfaz fácil de usar es fundamental para fortalecer la experiencia del usuario y aumentar la confianza en el proceso de adopción.

Este antecedente es de utilidad para el presente proyecto, ya que confirma que la tecnología es una herramienta clave para formalizar los procesos de adopción en el contexto local. Además, aporta una base técnica sobre la necesidad de disponer de paneles administrativos que faciliten la labor de los voluntarios y mejoren la transparencia hacia el adoptante.

Luján, Cabrera y Cieza (2023)

En su artículo, “Aplicación móvil multiplataforma para mejorar el proceso de adopción de animales sin hogar: Un estudio de caso en la Asociación Arca Trujillo-Perú”, los autores tuvieron como objetivo general mejorar el proceso de adopción a través del uso de una aplicación móvil multiplataforma. La investigación utilizó la metodología Mobile-D y evaluó el impacto en una asociación rescatista. Los resultados obtenidos

demostraron una disminución de 2 días en el tiempo promedio del proceso de adopción, un aumento del 27% en las adopciones concretadas y una reducción del 27% en la falta de documentación necesaria.

Este antecedente guarda relación con el presente estudio ya que demuestra cuantitativamente cómo una solución digital reduce los tiempos de espera y profesionaliza la gestión documental. De esta manera, se tiene en cuenta que la eficiencia en el proceso digital impacta directamente en la cantidad de animales que logran encontrar un hogar, al facilitar una experiencia más ágil y confiable para el usuario.

Roca Rey (2020)

En su trabajo de investigación, “Aporte de las plataformas digitales de adopción de mascotas en la decisión final del consumidor", la autora planteó como objetivo analizar cómo las plataformas digitales impactan en la percepción y decisión de los adoptantes en Lima. El estudio se centró en la comunicación e imagen empresarial de estas plataformas, tomando como referencia casos locales como WUF. Los resultados señalan que el valor agregado de estas herramientas digitales radica en la capacidad de generar confianza a través de información detallada y una imagen profesional de los animales, lo cual es determinante para que el usuario tome la decisión final de adoptar frente a otras opciones informales.

Este antecedente es relevante para Loopet, ya que aborda el factor de la "percepción del consumidor" y la generación de confianza. Informa la importancia de que la plataforma no sea solo un catálogo, sino un espacio que trabaje la imagen y la

credibilidad de los refugios para motivar a los ciudadanos a completar el proceso de adopción responsable.

2.4.1.2 Antecedentes internacionales

Jagtap (2025)

En su estudio, "Shelter Soul: Bridging Shelters and Adopters Through Technology", el autor se planteó como objetivo desarrollar una solución web integral mediante el uso del stack MERN, un conjunto de cuatro tecnologías de programación que facilitan la construcción de sistemas escalables, eficientes y capaces de gestionar múltiples usuarios simultáneamente. La investigación se centró en optimizar el proceso de adopción en refugios de la India, mejorando la precisión del emparejamiento entre mascotas y adoptantes mediante módulos de gestión administrativa y donaciones seguras. Los resultados de las pruebas del prototipo indicaron un éxito de transacciones del 99.2% y una alta valoración en la usabilidad de la interfaz (4.5/5), demostrando que la centralización de datos reduce significativamente las ineficiencias operativas de los albergues.

Este antecedente es de utilidad para el presente proyecto, ya que valida el uso de una infraestructura tecnológica robusta y profesional. Al confirmar que el stack MERN permite que la plataforma sea escalable, se asegura que la automatización de la gestión en Loopet es una solución técnica viable para manejar el flujo de adopciones, reportes y donaciones de manera eficiente en el contexto de Lima Metropolitana.

Sánchez & Cataño (2024)

En su tesis, “Desarrollo de una aplicación web para el fomento de la adopción responsable y mejora del bienestar animal en Medellín", los autores tuvieron como objetivo diseñar una herramienta digital que facilitará la conexión entre rescatistas y ciudadanos en Colombia. La investigación implicó un estudio de los factores de abandono locales y el desarrollo de un sistema que permite el seguimiento post-adopción. Los resultados señalan que el uso de plataformas web especializadas fomenta la responsabilidad del adoptante al proporcionar información clara sobre el bienestar animal y simplificar los formularios de solicitud, eliminando barreras burocráticas innecesarias.

Este antecedente guarda relación con el presente estudio debido a su enfoque en la "adopción responsable". Aporta una perspectiva valiosa sobre cómo el diseño de la interfaz puede educar al usuario durante el proceso, asegurando que la conexión no sea solo rápida, sino que genere confianza y promueva decisiones responsables en el usuario.

Hidalgo y Usiña (2025)

En su trabajo de integración curricular, “Sistema web de gestión para adopción y recuperación de mascotas extraviadas para la Fundación Fauna Urbana Ibarra en Ecuador”, los autores se propusieron crear un sistema que no solo gestionara adopciones, sino que incluyera una funcionalidad específica para la recuperación de animales perdidos. A través de la implementación de bases de datos relacionales y un entorno web interactivo, la investigación logró centralizar los reportes de extravío de la comunidad. Los resultados demostraron que la integración de una red comunitaria dentro de una plataforma de adopción aumenta el valor social del servicio y fortalece el sentido de pertenencia de los usuarios hacia la plataforma.

Este antecedente es de utilidad para Loopet, ya que fundamenta directamente la inclusión de nuestro "Foro de Mascotas Perdidas". Confirma que ofrecer herramientas de auxilio comunitario, además de las adopciones, es una estrategia efectiva para generar confianza y participación activa de los ciudadanos, fortaleciendo la confianza y el sentido de comunidad dentro de la plataforma.

2.4.2 Concepto teórico

2.4.2.1 Variable independiente: Innovación digital social

La innovación social digital consiste en la aplicación de tecnologías destinadas a resolver problemas sociales mediante enfoques más eficientes, sostenibles e inclusivos. En este sentido, Pata et al. (2024) señalan que este enfoque permite la integración de herramientas tecnológicas con fines sociales para mejorar el bienestar animal y fomentar la sostenibilidad, superando las limitaciones de los métodos tradicionales de administración. Este tipo de innovación resulta relevante en entornos donde los procesos se encuentran fragmentados, ya que permite articular información y actores dentro de un mismo entorno digital, generando soluciones centradas en las necesidades del usuario.

A. Experiencia de usuario

La experiencia de usuario comprende el conjunto de percepciones y respuestas emocionales que surgen al interactuar con un sistema digital. Al respecto, Del Rincón García (2021) destaca que la usabilidad debe considerarse un requisito no funcional esencial, ya que garantiza una interfaz intuitiva y simplifica la gestión de procesos complejos. Un diseño centrado en el usuario permite optimizar la interacción, disminuir la carga cognitiva y propiciar una navegación fluida, elementos necesarios para facilitar la

toma de decisiones dentro de plataformas de gestión social, influyendo directamente en la sensación de seguridad y confianza durante el proceso.

B. Centralización de información

La integración de servicios alude a la capacidad de una plataforma para concentrar múltiples funcionalidades en un único entorno, abarcando desde la gestión de datos hasta la interacción entre usuarios. Según Varelas y Castro (2025), esta centralización resulta fundamental para optimizar la eficiencia operativa, reducir la dispersión de datos y favorecer una comunicación fluida entre los distintos participantes de un ecosistema. La unificación de recursos desde catálogos informativos hasta soporte legal, mejora significativamente la experiencia del servicio y fundamenta procesos de decisión más informados, reduciendo la incertidumbre y fortaleciendo la credibilidad del sistema.

C. Algoritmo de emparejamiento

Vilaña Tipán (2025) explica que los algoritmos de emparejamiento son herramientas computacionales diseñadas para analizar grandes volúmenes de datos y establecer conexiones entre perfiles utilizando criterios de selección específicos. Estos procesos optimizan la gestión de información en la implementación de sistemas de control, permitiendo generar recomendaciones personalizadas y mejorar la precisión del vínculo entre usuarios y recursos. La aplicación de estos algoritmos es clave para vincular perfiles con características de compatibilidad biológica y conductual, promoviendo resultados basados en evidencia y favoreciendo una experiencia satisfactoria durante el proceso de adopción.

D. Sistema de seguimiento

El sistema de seguimiento implica el monitoreo constante de los procesos posteriores a una acción principal, facilitando la evaluación de resultados y el cumplimiento de metas a largo plazo. Arias Pareja et al. (2024) afirman que el uso de la ingeniería de sistemas en entornos de bienestar animal promueve el acompañamiento mediante instrumentos digitales que aseguran la sostenibilidad del impacto social. Bajo este enfoque, un seguimiento estructurado posibilita el control de la adaptación en nuevos entornos y garantiza el compromiso de los actores involucrados, transformando procesos transaccionales en relaciones de acompañamiento continuo que generan seguridad a lo largo del tiempo.

2.4.2.2 Variable dependiente: Proceso de adopción animal

La adopción responsable puede entenderse como un compromiso ético y legal mediante el cual una persona asume el compromiso permanente de garantizar el bienestar integral de un animal. Según Lapo-Bonilla et al. (2025), este concepto requiere un enfoque armónico entre el ser humano y la mascota, priorizando cuidados preventivos, alimentación adecuada y un entorno afectivo que asegure la calidad de vida del animal. Bajo esta perspectiva, el éxito de la adopción responsable como resultado del proceso se encuentra condicionado por la eficiencia de las herramientas tecnológicas utilizadas y la transparencia de la información, elementos que influyen directamente en la confianza y en la decisión final del adoptante.

A. Transparencia en la información

La transparencia informativa en los procedimientos de protección animal consiste en ofrecer información clara, accesible y verificada sobre el estado de salud, el

comportamiento y la historia de los animales en adopción. Al respecto, Carroll et al. (2024) sostienen que la disponibilidad de datos confiables es un factor decisivo para reducir la incertidumbre del adoptante y minimizar el riesgo de devolución del animal al refugio. Una gestión transparente no solo permite la toma de decisiones informadas, sino que también fortalece la credibilidad de las organizaciones y la seguridad percibida durante el proceso.

B. Eficiencia del proceso

La eficiencia del procedimiento alude a la optimización de las fases esenciales requeridas para completar una acción, con el objetivo de disminuir tiempos de respuesta y eliminar obstáculos administrativos innecesarios. La implementación de soluciones tecnológicas en los refugios permite digitalizar la gestión de adopciones, lo cual mejora la operatividad de las instituciones y facilita la participación de los usuarios (Cortez y Ocares, 2020). Desde esta perspectiva, la eficiencia aumenta las posibilidades de que los animales sean integrados en hogares permanentes de manera fluida y ordenada.

C. Tasa de adopción

La tasa de adopción es un indicador de impacto que mide la proporción de animales que logran integrarse a un hogar frente a la población total disponible en un periodo determinado. Según Atachagua y Ramos (2025), el desarrollo de sistemas web optimiza este indicador al agilizar el flujo de información entre albergues y usuarios, logrando una mejora significativa en el proceso de colocación. Asimismo, Giraldo y Valencia (2021) señalan que factores como la calidad de los datos y el manejo de la

imagen inciden directamente en la velocidad y probabilidad de éxito, al influir en la percepción y decisión del usuario.

D. Satisfacción del adoptante

Se define la satisfacción del adoptante como el éxito en la compatibilidad lograda entre las expectativas de la familia y las necesidades del animal, lo cual disminuye la frustración durante el proceso de búsqueda. El uso de modelos de recomendación basados en ciencia de datos resulta esencial para optimizar la experiencia del usuario, ya que permite generar predicciones más acertadas sobre qué mascota se ajusta mejor a cada entorno (Suárez Castañeda, 2024). Esta satisfacción constituye una señal de la correcta operación del sistema y de la efectividad de la experiencia diseñada.

2.4.3 Casos de éxito

Figura 3. Benchmarking de la competencia

PIATAFORMA	ENFOQUE PRINCIPAL	VALOR PARA EL USUARIO	POR TIPO DE MASCOTA	MONETIZACIÓN E INGRESOS
loopet	Prevención del abandono, adopción responsable y gestión exclusiva de refugios verificados	Donaciones con impacto transparente, proceso con RENIAN y red de seguridad comunitaria con el Foro de Mascotas Perdidas	Perros y gatos	Obtiene ingresos de donaciones, colaboradores, auspicios y publicidad
WUF	ONG: bienestar animal, adopción y recaudación de fondos	Adopción segura, kit inicial, sensación de causa social y Beneficios exclusivos para miembros mediante el Club WUF	Perros y gatos	Suscripciones premium (Club WUF), donaciones, venta de productos y costo de adopción
PetMatch	Conectar refugios con adoptantes	Match con la mascota ideal basado en filtros de compatibilidad y estilo de vida	Perros y gatos	Alianzas estratégicas con marcas veterinarias y gestión de productos
mascotas 365	Tienda virtual de productos y servicios para mascotas, con conexión a albergues para adopción.	Acceso a servicios de salud especializados y acompañamiento en toda la vida del animal	Perros y gatos	Genera ingresos por productos, servicios y seguros para mascotas

Como primer caso de éxito, tenemos a WUF Perú. Esta organización se destaca por haber profesionalizado la gestión de adopciones mediante una plataforma que funciona como un sello de garantía. Su propuesta se basa en una identidad visual sólida y en el desarrollo de servicios como el “Club WUF”, un programa de beneficios con suscripción que ofrece descuentos en establecimientos afiliados.

En términos de sostenibilidad, se financia a través de suscripciones, donaciones y venta de productos propios, logrando transformar las donaciones tradicionales en un modelo de fidelización con beneficios para los usuarios.

El segundo caso es Petmatch, de Chile, una aplicación que utiliza tecnología para mejorar la compatibilidad entre mascotas y adoptantes mediante un cuestionario detallado. Su monetización se basa en alianzas estratégicas y en la comercialización de productos especializados, lo que permite optimizar el proceso de adopción y reducir decisiones basadas únicamente en la apariencia.

Como tercer caso, Mascotas 365 Perú ha desarrollado un ecosistema orientado al bienestar animal que integra productos, seguros y servicios veterinarios. Al incluir la adopción dentro de su plataforma, logra captar usuarios desde la búsqueda inicial y mantenerlos en su sistema, generando ingresos sostenibles.

A partir de estos ejemplos, se identifica que el éxito radica en la transparencia para fortalecer la confianza del usuario, el uso de tecnología para optimizar los procesos y el desarrollo de modelos autosostenibles.

Con base en lo analizado, Loopet se diferencia al trabajar exclusivamente con refugios verificados y al formalizar cada adopción mediante su vinculación con el registro legal de RENIAN, lo que brinda respaldo, trazabilidad y facilita la toma de decisiones de los potenciales adoptantes.

En cuanto a su monetización, Loopet incorpora planes mensuales de suscripción que brindan beneficios, descuentos y promociones de marcas aliadas, complementados con auspicios, publicidad y servicios asociados al proceso de adopción. Además, incluye un Foro de Mascotas Perdidas que permite reportar animales extraviados, promoviendo la participación de la comunidad y fortaleciendo el vínculo con la plataforma.

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

Para desarrollar este proyecto, se realizó un estudio de métodos mixtos que incluyó focus group, entrevistas a profundidad y encuestas para comprender las percepciones, necesidades y barreras de adopción de mascotas en Lima metropolitana. A partir de estos resultados, se encontró que uno de los principales problemas es la falta de confianza en los albergues y la falta de información clara y centralizada, lo que dificulta la toma de decisiones de los usuarios.

Los principales usuarios del proyecto son los potenciales adoptantes, entre 25 y 45 años que están conectados con los animales y familiarizados con el entorno digital. Este grupo busca la adopción como una forma de crear una conexión emocional significativa; sin embargo, perciben el proceso actual como confuso, opaco y burocrático, lo que genera inseguridad y desmotivación. Ante esta situación, expresan la necesidad de contar con una plataforma confiable, simple e intuitiva que facilite el proceso de adopción.

Asimismo, los refugios y rescatistas se identifican como usuarios secundarios que luchan por gestionar la adopción, la visibilidad de los animales y la aprobación de los adoptantes. De igual manera, los donantes forman parte del ecosistema que muestra interés en contribuir al bienestar animal, pero condicionados por la necesidad de contar con procesos transparentes y seguros que garanticen el impacto de sus aportes.

A partir de la información obtenida, se identificaron patrones comunes de comportamiento, motivaciones y frustraciones en los usuarios, lo que permitió construir un arquetipo representativo del adoptante, así como su respectivo mapa de empatía que

refleja su experiencia durante el proceso de adopción. El perfil personificado permite identificar a una mujer profesional del sector educación y perteneciente al nivel socioeconómico B, quien representa al segmento con alta afinidad digital y sensibilidad social analizado en el estudio.

Más que una mascota, busca una experiencia alineada con un estilo de vida ágil y transparente, basándose principalmente en la confianza que proyecte la plataforma para superar el miedo al fraude o a la carencia de información, tal como se muestra a continuación:

Figura 4. Arquetipo de usuario



El gráfico detalla la caracterización del Buyer Persona representativo del segmento objetivo en Lima Metropolitana. En este se desglosan sus datos demográficos, metas personales, rasgos de personalidad y frustraciones principales respecto al entorno actual de los albergues. Asimismo, identifica sus canales digitales preferidos y hábitos

tecnológicos, sirviendo como base metodológica para estructurar la experiencia de navegación, las funciones de asistencia y el tono de comunicación de la plataforma web. Esta identidad se profundiza en el mapa de empatía, donde se analizan las dimensiones cognitivas y del entorno de este público.

El análisis revela que, si bien existe un contacto constante con contenido motivacional y un fuerte lazo emocional hacia los animales, dicho impulso se ve frenado por referencias externas sobre procesos poco claros o la falta de verificación en los refugios actuales. Esta situación explica los puntos de dolor detectados en las entrevistas y encuestas: la inseguridad y la desmotivación ante la informalidad del sector. El detalle de este entorno psicológico y sensorial se organiza en el siguiente gráfico:

Figura 5. Mapa de empatía



En esta figura se profundiza el entorno sensorial y cognitivo de la usuaria, organizando los hallazgos cualitativos en torno a lo que piensa, siente, ve, oye, dice y

hace en su vida cotidiana respecto al bienestar animal. El esquema permite contrastar los estímulos positivos que recibe frente a las barreras reales del entorno, delimitando los esfuerzos y dolores clave que la propuesta tecnológica busca aliviar mediante la seguridad jurídica y la centralización de datos.

En conjunto, ambas herramientas evidencian que la solución no debe limitarse a ser un catálogo, sino que debe actuar como un facilitador que reduzca las complicaciones y los trámites excesivos. Al centralizar la información y validar a los albergues mediante procesos seguros, el proyecto busca favorecer la transición desde la incertidumbre hacia una decisión de adopción más responsable, sencilla y acompañada.

2.5.1.1 Hallazgos e insights clave

Con base en la información obtenida mediante un enfoque de métodos mixtos, que incluyó un cuestionario online, un focus group y una entrevista a profundidad, se identificaron patrones consistentes en el comportamiento, las percepciones y las experiencias de los usuarios frente al proceso de adopción de mascotas.

Cada herramienta aportó una perspectiva complementaria: el cuestionario permitió identificar tendencias y validar cuantitativamente las principales barreras; el focus group profundizó en la dimensión emocional y en la forma en que los usuarios perciben y experimentan el proceso; mientras que la entrevista a profundidad brindó una visión más detallada de la experiencia individual, centrada en las decisiones adoptadas y el nivel de compromiso asumido.

La integración de estos tres enfoques facilitó construir una visión más completa del usuario, identificando no solo qué piensa, sino también cómo se siente y cómo actúa

frente a la adopción. A continuación, se presentan los resultados organizados por herramienta:

A. Cuestionario online

Con el propósito de comprender mejor el comportamiento y las percepciones de los usuarios frente al proceso de adopción, se realizó un cuestionario en línea distribuido a través de distintos canales digitales, mediante el cual se recopilaron 150 respuestas válidas de personas residentes en Lima Metropolitana. El cuestionario permitió identificar el grado de vínculo que las personas desarrollan con las mascotas, así como su percepción actual del proceso de adopción, el nivel de confianza que este les genera y los factores que influyen en su decisión de adoptar.

Al analizar los resultados se evidenció, en primer lugar, una alta conexión emocional con las mascotas, ya que 9 de cada 10 encuestados afirmó haber tenido o tener una actualmente. Esto demuestra que existe una base sólida de interés y afinidad hacia la adopción. Sin embargo, esta intención se ve condicionada por la percepción del proceso. Un 49.3% de los encuestados mantiene una percepción neutral respecto a la facilidad del proceso de adopción, mientras que un 25.4% lo considera difícil y un 20.3% lo considera fácil, lo que evidencia que todavía existe incertidumbre respecto a como se desarrolla actualmente el proceso. En cuanto a la confianza en los refugios, el 44.9% señala tener algo de confianza, el 39.1% mantiene una posición neutral y el 14.5% manifiesta poca confianza, evidenciando que la confianza aún no se encuentra plenamente consolidada. Frente a esta situación, se observa una necesidad clara, ya que un 94.9% considera importante o muy importante que el proceso sea seguro, confiable y transparente, confirmando que la confianza es un factor determinante en la adopción.

Asimismo, el 94.9% de los participantes considera atractiva o muy atractiva la idea de una plataforma como Loopet, lo que evidencia una alta aceptación inicial de la propuesta entre los usuarios evaluados.

En conjunto, estos resultados permiten entender que la principal barrera no radica en la falta de interés, sino en la incertidumbre generada por la organización del proceso y la necesidad de contar con mecanismos que fortalezcan la confianza del usuario.

B. Focus group

Con el fin de profundizar en la experiencia de las personas frente a la adopción de mascotas, se realizó un focus group con 3 participantes jóvenes de 25 años, estudiantes de las carreras de Marketing Estratégico e Innovación y Comunicación Audiovisual. La dinámica se llevó a cabo en un ambiente cercano y participativo, favoreciendo que los asistentes compartieran de manera natural sus vivencias, opiniones y puntos de vista sobre la adopción. A lo largo de la sesión, se abordaron temas relacionados con su relación con los animales, las dificultades que han observado en el proceso y sus expectativas sobre cómo debería funcionar una alternativa digital.

Desde el inicio, se identificó que todos los participantes mantienen un fuerte vínculo con los animales, incluso aquellos que actualmente no tienen mascotas. Al hablar de adopción, las ideas que surgieron con mayor frecuencia estuvieron relacionadas con el amor, la alegría y la nostalgia, lo que evidencia que este proceso tiene un significado emocional importante. En este sentido, la adopción no es percibida únicamente como una acción puntual, sino como una experiencia transformadora tanto para el animal como para la persona.

No obstante, al analizar el proceso actual, surgieron diversas dificultades. Los participantes señalaron que suele ser largo, poco organizado y complicado de entender, lo que genera desmotivación. Aunque prefieren recurrir a refugios conocidos o redes sociales confiables, consideran que la información disponible no siempre es suficiente ni transparente. Esto evidencia que los usuarios buscan una experiencia más simple, ordenada y segura, donde puedan tomar decisiones con mayor claridad.

Al imaginar una plataforma ideal, coincidieron en que debería ser dinámica, cercana y con historias reales que permitan conectar con las mascotas. Además, resaltaron la importancia de incluir testimonios y contenido visual que haga el proceso más humano y accesible. También destacaron que valoran la practicidad, por lo que prefieren soluciones digitales fáciles de usar. En ese sentido, consideran importante incorporar elementos que generen seguridad, como la validación de refugios y procesos más claros.

En conjunto, estos resultados muestran que las personas no solo buscan adoptar, sino sentirse acompañadas durante todo el proceso, reduciendo la incertidumbre al momento de tomar la decisión.

C. Entrevista a profundidad

Con el objetivo de comprender de manera más detallada la experiencia individual frente a la tenencia y adopción de mascotas, se realizó una entrevista a profundidad a un joven de 22 años, estudiante universitario, residente en Lima.

A diferencia del focus group, esta herramienta permitió analizar el proceso desde una perspectiva más personal y concreta, centrada en la experiencia real, las decisiones relacionadas con la adopción y la responsabilidad asociada a la tenencia de una mascota.

La conversación se desarrolló de manera abierta, lo que facilitó conocer no solo su historia, sino también las dificultades que identificó al momento de informarse sobre adopciones.

Del análisis de la entrevista, se identificó que el vínculo con la mascota surge de una experiencia directa de cuidado y responsabilidad. En este caso, el entrevistado recibió un perro en condiciones de salud delicadas, lo que implicó un proceso de adaptación y aprendizaje constante.

Esta experiencia le permitió comprender que tener una mascota va más allá del afecto, ya que requiere tiempo, compromiso y constancia. La experiencia estuvo marcada por el esfuerzo de cuidar y mejorar la calidad de vida del animal, generando un vínculo más fuerte con el tiempo. Al momento de informarse sobre adopciones, identificó varias limitaciones en el proceso. Señaló que la información disponible no siempre es clara, especialmente respecto al estado de salud de los animales, y que no existen suficientes mecanismos que permitan asegurar que los adoptantes estén preparados para asumir esta responsabilidad.

Asimismo, percibe que el sistema actual carece de organización y de espacios digitales confiables, lo que dificulta tomar decisiones con seguridad. Esta falta de estructura genera dudas tanto sobre el proceso como sobre las personas involucradas.

En base a su experiencia, considera importante que exista un sistema que permita filtrar mejor a los adoptantes y que brinde mayor transparencia durante todo el proceso. También valora la existencia de espacios que generen confianza y faciliten la interacción entre usuarios.

En conjunto, esta entrevista evidencia que la adopción no solo implica una decisión emocional, sino también una evaluación racional donde la confianza, la información y la claridad del proceso juegan un rol clave.

Insights clave

En cuanto a la información recopilada mediante el cuestionario en línea, el focus group y la entrevista a profundidad, se identificaron patrones consistentes en la manera en que las personas afrontan el proceso de adopción de mascotas. Los resultados permiten comprender no solo las dificultades que encuentran durante este proceso, sino también los elementos que influyen en su decisión final de adoptar. En los siguientes apartados se presentan los hallazgos más relevantes de la investigación y la forma en que cada necesidad detectada se traduce en funcionalidades específicas dentro de la propuesta de plataforma.

Insight 1: “La intención de adoptar existe, pero se detiene cuando el proceso no genera seguridad.”

Los participantes manifestaron una disposición positiva hacia la adopción; sin embargo, esta motivación suele verse afectada por la incertidumbre respecto a la legitimidad de los albergues y organizaciones involucradas. La falta de mecanismos de validación genera dudas que pueden retrasar o impedir la decisión de adoptar. En respuesta a esta necesidad, la propuesta incorpora un sistema de verificación de refugios que permita identificar organizaciones previamente validadas, brindando mayor confianza y seguridad durante el proceso.

Insight 2: “La desconfianza es la principal barrera en la decisión de adopción.”

Los usuarios expresaron preocupación por posibles estafas, información incompleta sobre el estado de salud de las mascotas y procedimientos poco transparentes. Esta percepción de riesgo representa una de las principales barreras para concretar una adopción. Para responder a esta problemática, la propuesta contempla mecanismos de respaldo legal y sanitario, incluyendo la integración con RENIAN y el acceso a información médica validada, con el fin de ofrecer mayor transparencia y trazabilidad.

Insight 3: “El proceso actual es confuso y está desorganizado.”

Uno de los problemas más recurrentes que señalaron es que gran parte de la información relacionada con adopciones se encuentra distribuida en diferentes redes sociales y canales digitales, muchas veces con publicaciones desactualizadas o escasa capacidad de respuesta. Esta situación genera frustración y aumenta el tiempo requerido para encontrar una mascota adecuada. Considerando estos hallazgos, se plantea un catálogo centralizado que reúna la información de adopción en un único entorno digital actualizado, facilitando la búsqueda y comparación de alternativas disponibles para adopción en Lima Metropolitana. Esto facilitará la búsqueda de mascotas según criterios como edad, tamaño, estado de salud o compatibilidad con el estilo de vida del adoptante.

Insight 4: “Los usuarios necesitan un proceso simple, claro y guiado.”

La investigación evidenció que los procedimientos extensos, repetitivos o poco claros afectan negativamente la experiencia de adopción. Los participantes valoran procesos ágiles, con requisitos comprensibles y etapas claramente definidas. En respuesta a esta necesidad, la propuesta incorpora herramientas orientadas a simplificar la

postulación y facilitar el seguimiento del proceso, permitiendo una experiencia más ordenada y accesible para los usuarios.

En términos generales, los hallazgos demuestran que la principal dificultad no se encuentra en la falta de interés por adoptar, sino en las condiciones bajo las cuales se desarrolla la experiencia. La reducción de la incertidumbre, la centralización de la información y la generación de confianza mediante herramientas tecnológicas específicas se presentan como factores fundamentales para facilitar la toma de decisiones y promover procesos de adopción más responsables y efectivos.

2.5.2 Información sobre el mercado

En Lima Metropolitana, el mercado de adopción de mascotas se caracteriza por una alta afinidad de la población hacia los animales, sin embargo la oferta digital continúa siendo fragmentada y poco estructurada. Esta situación pone de manifiesto una brecha entre el interés por adoptar y las condiciones actuales del proceso, lo que evidencia la necesidad de desarrollar soluciones digitales que centralicen la información, mejoren el proceso de adopción y fortalezcan la confianza de los usuarios.

2.5.2.1 Oportunidad de mercado

Según Ipsos, el 58% de los hogares peruanos convive con al menos una mascota; sin embargo, solo el 14.8% accede a ellas mediante adopción, mientras que la mayoría lo hace por compra o regalo. Esta diferencia refleja que los mecanismos actuales no logran conectar de manera eficiente a las personas interesadas en adoptar con los animales que buscan un hogar.

En este contexto, surge la posibilidad de implementar una plataforma que centralice la información, reduzca la desconfianza y facilite el proceso de adopción de manera simple y segura.

2.5.2.2 Análisis de la competencia

Competidores directos

WUF Perú ha logrado posicionarse mediante campañas y programas propios, aunque su alcance se limita a su red. PetMatch (Chile) destaca por su enfoque en compatibilidad entre adoptantes y mascotas, pero no opera en el mercado peruano. Mascotas 365 Perú ofrece servicios para mascotas, aunque la adopción no es su enfoque principal.

Competidores indirectos.

Las redes sociales concentran gran parte de las adopciones, pero carecen de validación y organización. Por su parte, los albergues municipales presentan limitaciones en digitalización y alcance. Ninguna de estas alternativas integra en una sola solución la verificación de refugios, la organización del proceso y el acompañamiento al usuario, lo que representa el principal diferencial de la propuesta.

A continuación se presenta un análisis comparativo entre Loopet y sus principales competidores directos e indirectos, evaluando los componentes más relevantes para el proceso de adopción responsable en Lima Metropolitana:

Tabla 1. Análisis comparativo de competidores directos e indirectos

Plataforma	Refugio verificado	Seguimiento post adopción	Foro comunitario	Donaciones
Loopet	✓	✓	✓	✓
WUF Perú	✓/ X	✓	X	✓
PetMatch	X	X	X	X
Mascotas 365	X	X	X	✓
Redes sociales	X	X	✓/ X	X

Nota. *✓ = funcionalidad disponible; X = funcionalidad no disponible; ✓/X = funcionalidad disponible de manera parcial o limitada.*

Como se observa en la Tabla 1, Loopet es la única propuesta que integra de manera conjunta la verificación de refugios, el seguimiento postadopción, los espacios de interacción comunitaria y un sistema de donaciones dentro de una misma plataforma. Si bien WUF Perú incorpora programas de adopción y colaboración con refugios, la presencia de publicaciones provenientes tanto de organizaciones como de personas independientes limita la validación uniforme de todos los perfiles. Por su parte, Mascotas 365 ofrece servicios orientados al bienestar animal y cuenta con mecanismos de apoyo económico; sin embargo, la adopción no constituye el eje central de su propuesta. En el caso de las redes sociales, estas facilitan la interacción entre usuarios y la difusión de mascotas en adopción, pero la información suele encontrarse dispersa y carece de una estructura diseñada específicamente para gestionar el proceso de adopción. En este contexto, Loopet se diferencia al reunir herramientas orientadas a fortalecer la confianza,

la organización de la información y el acompañamiento al usuario dentro de una misma solución digital.

2.5.2.3 Barreras de entrada

A nivel tecnológico, el desarrollo de la plataforma requiere inversión inicial, aunque es viable con herramientas actuales. En el ámbito legal, es necesario cumplir con normativas de protección animal, lo que a su vez fortalece la credibilidad del servicio. Finalmente, a nivel social, existe desconfianza hacia procesos digitales de adopción, lo que representa un reto que puede convertirse en una oportunidad mediante estrategias de transparencia.

2.5.2.4 Mercado objetivo

El mercado objetivo está conformado por jóvenes adultos entre 25 y 45 años residentes en Lima Metropolitana, con afinidad hacia los animales y familiaridad con entornos digitales. Según la Encuesta Permanente de Empleo Nacional (EPEN 2024), el 49% de la población ocupada de Lima pertenece a este grupo etario, equivalente a aproximadamente 2,4 millones de personas dentro del segmento de interés (INEI, 2025). Asimismo, el 78,2% de los hogares limeños dispone de acceso a internet, confirmando las condiciones tecnológicas necesarias para interactuar con una plataforma digital (INEI, 2026).

2.5.2.5 Demanda potencial

Según las proyecciones del INEI al 30 de junio de 2025, Lima Metropolitana alcanza una población de 10 millones 432 mil habitantes (INEI, 2025). Aplicando el

porcentaje correspondiente al segmento objetivo de 25 a 45 años, se estima un universo aproximado de 3,2 millones de personas.

Tomando como referencia que el 58% de los hogares peruanos cuenta con mascotas (Ipsos, 2023), se identifica una demanda potencial cercana a 1,8 millones de personas con afinidad directa hacia el bienestar animal.

Sin embargo, solo el 14,8% accede a una mascota mediante adopción (Infobae Perú, 2024), lo que evidencia una brecha significativa entre el interés existente y la conversión efectiva, representando una oportunidad concreta para Loopet.

2.5.3 Concepto y propuesta de valor

2.5.3.1 Concepto planteado

La propuesta consiste en un servicio web de intermediación diseñado para mejorar la experiencia de adopción de mascotas en Lima Metropolitana. Su nombre, **Loopet**, surge de la combinación de *Loop* (ciclo) y *Pet* (mascota), reflejando la idea de una conexión continua entre los animales, las personas y la comunidad incluso después de concretarse la adopción. El proyecto busca conectar refugios verificados con personas interesadas en adoptar de manera responsable.

Como Producto Mínimo Viable (MVP), la solución contempla un catálogo de animales registrados por refugios validados, donde se podrá visualizar información sobre sus características, estado de salud e historial básico. Además, incorpora filtros de búsqueda por ubicación, un sistema de contacto con los refugios, un foro comunitario para reportar mascotas perdidas o encontradas y un espacio destinado a donaciones.

Asimismo, contempla funcionalidades orientadas a fortalecer la experiencia del usuario durante la búsqueda y el proceso de adopción. Estas serán desarrolladas y ajustadas progresivamente a partir de las etapas de prototipado y validación con usuarios, permitiendo incorporar mejoras sustentadas en evidencia y retroalimentación directa.

Entre sus principales beneficios, la plataforma busca brindar mayor organización y accesibilidad, reduciendo la desinformación presente en redes sociales y otros canales no especializados. También, incorpora la vinculación con el registro legal de RENIAN para formalizar cada adopción y ofrecer una mayor trazabilidad. La propuesta se desarrolla dentro del contexto urbano de Lima Metropolitana, donde existe una creciente necesidad de contar con procesos de adopción más accesibles, transparentes y estructurados.

2.5.3.2 Propuesta de valor

La solución busca facilitar la adopción responsable mediante una experiencia más clara y organizada, reduciendo la desinformación presente en los canales tradicionales. Además de optimizar el proceso de búsqueda y contacto, incorpora funciones orientadas a mejorar la experiencia de adopción mediante una mayor organización de la información y el acceso a datos validados sobre las mascotas y los refugios. Para ello, se desarrolla a partir de tres pilares principales:

Transparencia y formalización

La plataforma trabaja exclusivamente con refugios verificados e incorpora la vinculación con el registro legal de RENIAN, permitiendo formalizar cada adopción y brindar mayor

trazabilidad durante el proceso. Esto contribuye a generar una experiencia más clara, confiable y ordenada para las personas interesadas en adoptar.

Conexión con la comunidad

El servicio incorpora un foro comunitario donde las personas pueden reportar mascotas perdidas o encontradas según su ubicación. Esta funcionalidad busca fortalecer la participación ciudadana y generar una red de apoyo entre vecinos, adoptantes y colaboradores, promoviendo una mayor interacción dentro del ecosistema de bienestar animal.

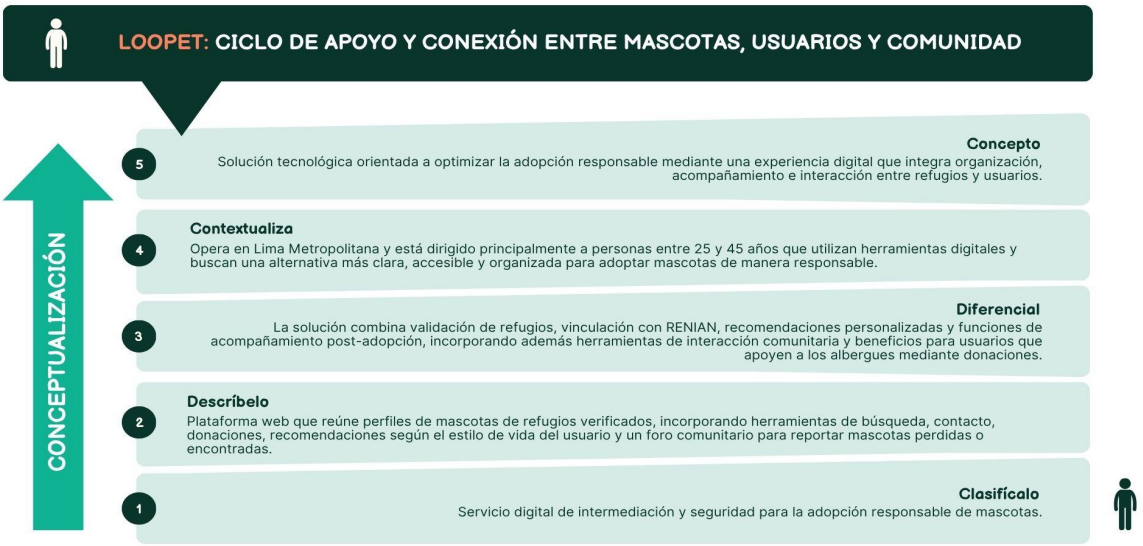
Apoyo y colaboración

La plataforma integra un sistema de donaciones destinado a apoyar a los refugios afiliados. Además, contempla alianzas con marcas y servicios relacionados con mascotas para ofrecer beneficios a los usuarios que colaboren con donaciones, incentivando una mayor participación y compromiso con la causa.

En conjunto, estos elementos permiten diferenciar la solución de otras alternativas centradas únicamente en la publicación de mascotas disponibles para adopción, al integrar mecanismos de formalización, acceso a información validada, interacción comunitaria y herramientas de apoyo dentro de una misma plataforma.

Con el fin de sintetizar los componentes que conforman la propuesta y visualizar de manera estructurada el proceso de conceptualización de la solución, se desarrolló la siguiente ruta conceptual:

Figura 6. Ruta de conceptualización de Loopet



La figura presenta el proceso utilizado para definir la solución, integrando su clasificación, características principales, elementos diferenciales y contexto de uso. Este recorrido permite sintetizar la propuesta como una plataforma orientada a optimizar la adopción responsable mediante herramientas digitales, organización de información e interacción comunitaria.

Asimismo, para identificar la relación entre las necesidades detectadas en los usuarios y los beneficios desarrollados en la propuesta, se elaboró una herramienta de propuesta de valor que resume los principales aportes funcionales y perceptivos de la solución.

Figura 7. Propuesta de valor



La figura 7 presenta la relación entre las necesidades y expectativas de los usuarios frente a los elementos desarrollados por la solución. El esquema permite identificar cómo la plataforma responde a las principales dificultades detectadas durante el proceso de adopción, incorporando funciones orientadas a mejorar la organización, accesibilidad y experiencia del usuario.

De esta manera, tanto la ruta de conceptualización como la herramienta de propuesta de valor permiten consolidar visualmente los componentes principales de Loopet, evidenciando la relación entre la problemática analizada, las necesidades detectadas del usuario y las funciones planteadas dentro de la solución digital.

2.5.4 Diseño de producto/servicio

2.5.4.1 Experiencia de uso o funcionamiento

Loopet es una plataforma web de acceso virtual disponible desde cualquier navegador con conexión a internet, sin necesidad de descarga ni instalación. Su funcionamiento es continuo y bajo demanda, permitiendo el acceso a los usuarios las 24 horas del día.

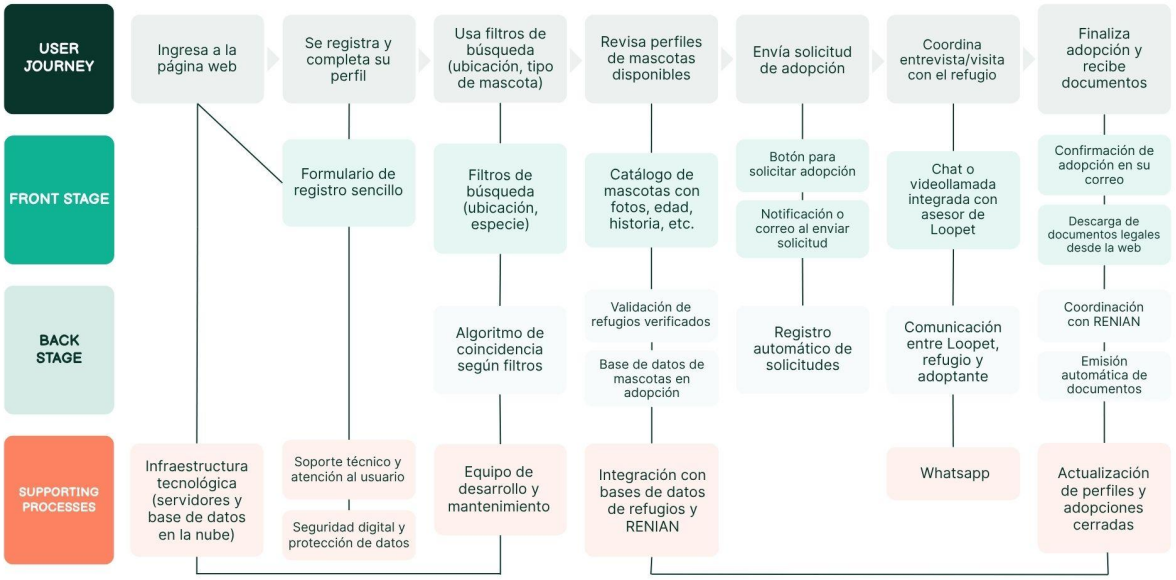
La experiencia de uso se desarrolla en distintas etapas. Inicialmente, el usuario puede explorar libremente el contenido general de la plataforma. Sin embargo, para iniciar una adopción, realizar una donación o participar en el foro comunitario, se requiere un registro gratuito.

Una vez registrado, el usuario accede al catálogo de mascotas mediante filtros personalizados y puede visualizar el perfil detallado de cada animal antes de iniciar la solicitud de adopción, la cual permite establecer contacto con el refugio responsable. Asimismo, la plataforma incorpora un espacio destinado a donaciones, donde los usuarios pueden seleccionar un plan de apoyo y completar el proceso de manera digital.

Por otro lado, el foro comunitario permite reportar mascotas perdidas o encontradas, así como visualizar publicaciones recientes según ubicación geográfica. Aunque la experiencia se desarrolla principalmente en un entorno digital, la adopción final requiere coordinación presencial con el refugio correspondiente, configurando así una modalidad híbrida entre interacción virtual y contacto físico.

Con el objetivo de visualizar de manera más clara el recorrido del usuario y los procesos involucrados dentro de la plataforma, se desarrolló el siguiente esquema de funcionamiento del servicio.

Figura 8. Flujo de experiencia y funcionamiento del servicio Loopet



La ilustración muestra el recorrido principal del usuario dentro de la plataforma, así como los procesos de gestión, validación y soporte que intervienen durante la experiencia de adopción responsable.

De esta manera, el esquema permite comprender cómo se articula el servicio digital propuesto por Loopet.

2.5.4.2 Triple balance

Desde el punto de vista económico, Loopet genera sostenibilidad financiera a través de un modelo mixto que combina planes de suscripción del club de beneficios, auspicios de marcas afiliadas del sector (como Purina, Bravecto y SuperPet), espacios publicitarios dentro de la plataforma y adopciones con registro opcional en RENIAN.

Asimismo, al digitalizar el proceso de adopción, reduce los costos operativos de los refugios asociados a la gestión manual de registros y comunicaciones.

En cuanto al impacto social, la plataforma beneficia directamente a los potenciales adoptantes al ofrecerles una experiencia clara y guiada que reduce la incertidumbre. Los refugios verificados ganan visibilidad y herramientas de gestión que optimizan su operación. De manera indirecta, los animales en situación de abandono son los principales beneficiarios al aumentar sus posibilidades de encontrar un hogar responsable. El foro comunitario, además, fortalece la participación ciudadana en torno al bienestar animal.

Respecto al impacto ambiental, al ser una solución íntegramente digital, Loopet elimina el uso de materiales físicos como formularios y documentación impresa propios de los procesos tradicionales. Asimismo, al contribuir a la reducción de animales en situación de calle, colabora indirectamente con la disminución del impacto sanitario y ambiental que genera la sobrepoblación animal en espacios urbanos.

2.5.5 Modelo de negocio

Con el propósito de visualizar la estructura y funcionamiento de la propuesta, se desarrolló el Business Model Canvas de Loopet. Esta herramienta permite representar de manera integrada los principales componentes del modelo de negocio, identificando cómo la plataforma genera valor para sus usuarios y los elementos necesarios para garantizar su operación y sostenibilidad:

Figura 9. Business model canvas de Loopet



La figura 9 presenta los principales componentes que conforman el modelo de negocio de Loopet, evidenciando la relación entre la propuesta de valor, los actores involucrados, los recursos estratégicos y los mecanismos que permiten la sostenibilidad de la plataforma.

El modelo de negocio de Loopet se basa en reunir dentro de una misma plataforma digital a personas interesadas en adoptar mascotas, refugios verificados, donantes y aliados estratégicos vinculados al bienestar animal. La propuesta busca facilitar el proceso de adopción mediante la centralización de información confiable, la conexión entre los distintos participantes y la incorporación de mecanismos que aporten mayor transparencia y seguridad. De esta manera, responde a problemáticas identificadas durante la investigación, como la desconfianza en los procesos de adopción, la dispersión de información y la limitada visibilidad de los refugios.

La interacción con los usuarios se desarrolla principalmente a través de la plataforma web, complementada por redes sociales, alianzas institucionales y acciones de difusión orientadas a ampliar el alcance de la iniciativa. Asimismo, se promueve una experiencia más clara y accesible mediante el acceso a información validada, espacios de participación comunitaria y herramientas que facilitan el contacto entre adoptantes y refugios.

En términos de sostenibilidad, el modelo contempla fuentes de ingresos provenientes de los planes mensuales del Club de Beneficios, auspicios de empresas relacionadas con el sector de mascotas, espacios publicitarios y servicios asociados al registro RENIAN. Estos recursos permiten financiar actividades esenciales para la operación del servicio, entre ellas el mantenimiento tecnológico, la gestión de refugios afiliados, el desarrollo de mejoras continuas y las acciones de promoción necesarias para incrementar su alcance.

Por otro lado, el funcionamiento de la propuesta requiere recursos tecnológicos, bases de datos actualizadas y la participación de actores clave como refugios afiliados, entidades públicas, organizaciones vinculadas al bienestar animal y empresas del sector. La colaboración entre estos actores contribuye a fortalecer la continuidad del servicio y a consolidar una propuesta orientada a promover adopciones responsables en Lima Metropolitana.

2.5.6 Resultados esperados

2.5.6.1 Escenario de éxito

Con la implementación de Loopet, se espera que la adopción de mascotas en Lima Metropolitana evolucione hacia una experiencia digital más organizada, accesible y confiable durante su primer año de funcionamiento. A través de la plataforma, los usuarios podrán acceder a perfiles de mascotas con información validada sobre su estado de salud, características y datos del refugio responsable, facilitando así una toma de decisiones más informada.

Uno de los principales resultados previstos es la integración del registro en RENIAN dentro del flujo de adopción, lo que facilitaría la gestión de la documentación de manera más práctica y ordenada. Esto contribuiría a que los adoptantes cuenten con mayor claridad sobre el estado legal y médico de la mascota desde el inicio del proceso.

Impactos cuantitativos

- Reducción de tiempos de validación: Se proyecta reducir en un 45% el tiempo destinado a verificar información relacionada con refugios y mascotas, al centralizar los datos dentro de una sola plataforma.
- Formalización de adopciones: Se prevé que el 60% de las adopciones realizadas mediante la plataforma completen satisfactoriamente el registro en RENIAN durante el primer año.
- Alcance del servicio: Se proyecta concretar aproximadamente 250 adopciones mediante alianzas con, al menos, 10 refugios verificados durante los primeros doce meses de funcionamiento.
- Optimización del proceso de búsqueda: Se estima reducir en un 20% las adopciones fallidas gracias al acceso a perfiles más detallados sobre salud, comportamiento e historial de las mascotas.

Impactos cualitativos

- ➢ Fortalecimiento de la participación comunitaria: Se proyecta una participación activa de los usuarios dentro del foro comunitario para reportar mascotas perdidas o encontradas, promoviendo la colaboración entre vecinos y adoptantes.
- ➢ Mayor percepción de seguridad y organización: La plataforma busca disminuir la incertidumbre presente en los procesos informales de adopción mediante información más clara y validada, favoreciendo una experiencia más organizada para los usuarios.
- ➢ Promoción de la adopción responsable: La incorporación de procesos más estructurados y herramientas digitales contribuiría a reforzar una cultura de adopción más organizada y comprometida con el bienestar animal.
- ➢ Acompañamiento en la experiencia de adopción: Las funciones de orientación, seguimiento y organización del proceso permitirían que los usuarios perciban la adopción como una experiencia más guiada y accesible, reduciendo la frustración asociada a procesos poco claros o desordenados.

Coherencia con el problema identificado

Los resultados esperados responden directamente a la problemática identificada durante la investigación, relacionada con la desinformación, desconfianza y falta de organización presentes en los procesos de adopción en Lima Metropolitana. En este contexto, la propuesta plantea una plataforma que centraliza información validada, facilita la conexión entre refugios y adoptantes e incorpora herramientas orientadas a mejorar la experiencia de los usuarios.

En consecuencia, los impactos proyectados mantienen coherencia con el objetivo general del proyecto, orientado a optimizar el proceso de adopción responsable mediante una solución digital más clara, accesible y organizada.

2.5.7 Prototipos desarrollados

El desarrollo de Loopet siguió un proceso iterativo de creación de prototipos estructurado en cuatro niveles de fidelidad progresiva: sketch exploratorio, prototipo de baja fidelidad, media fidelidad y alta fidelidad. Cada versión fue evaluada utilizando el Checklist de Prototipado de la metodología Toulouse Thinking y validada con usuarios reales, favoreciendo la incorporación de mejoras continuas tanto en la experiencia de uso como en la estructura funcional de la plataforma.

En este apartado se presentan los prototipos elaborados en cada etapa. La evolución entre diferentes versiones, así como las decisiones tomadas con base en los resultados obtenidos durante las validaciones, se describen en la sección 2.5.8.

2.5.7.1 Sketch exploratorio

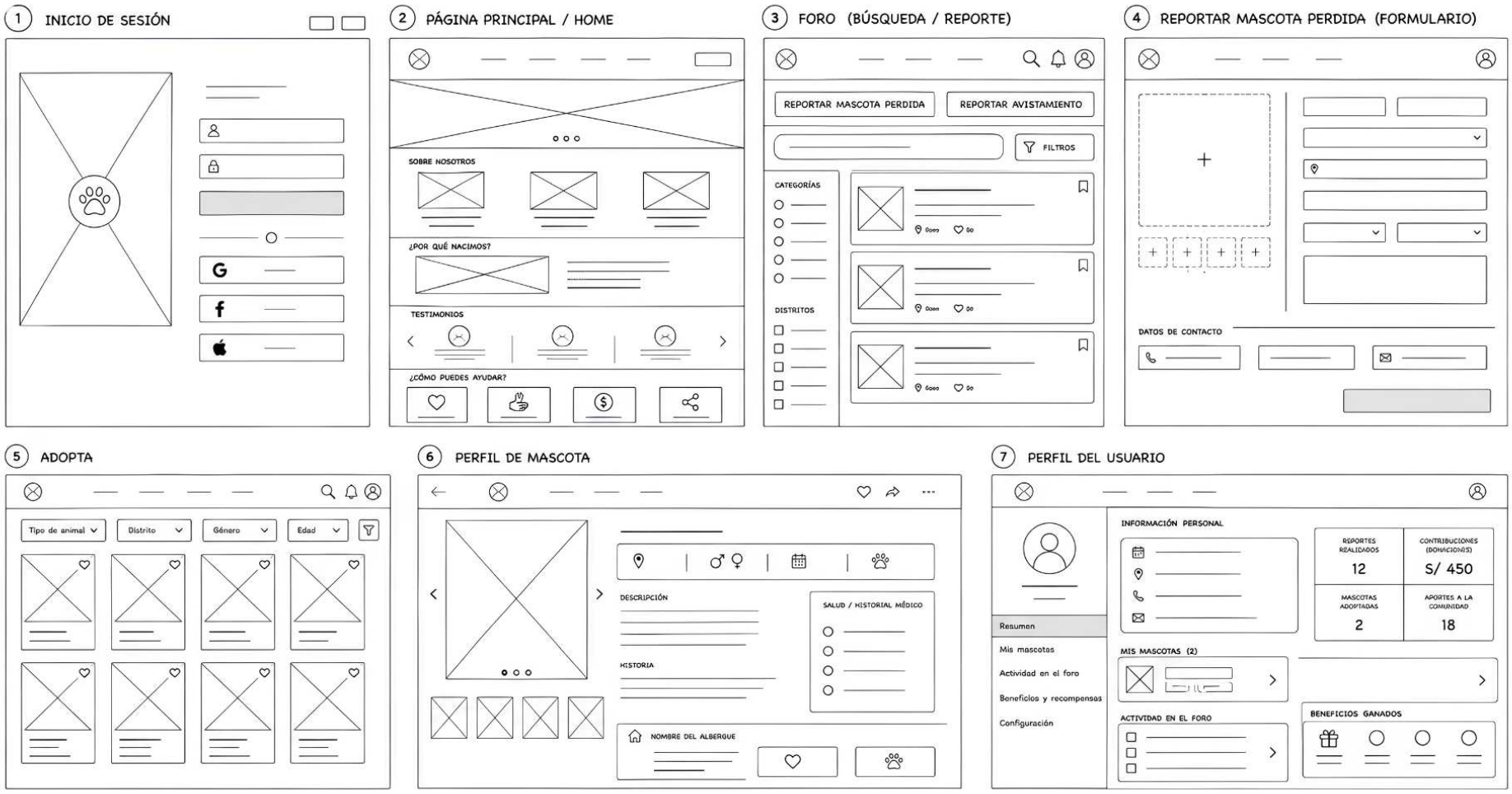
El Prototipo 1 corresponde a un boceto de baja fidelidad desarrollado como una primera aproximación visual de la plataforma Loopet. Esta versión se creó utilizando líneas simples, estructuras básicas y representaciones esquemáticas de las pantallas principales para definir la organización inicial del contenido y el flujo de navegación entre secciones.

Este nivel de prototipado permite visualizar rápidamente la estructura general de la plataforma y validar la lógica de navegación en una etapa temprana antes de pasar a versiones con un mayor nivel de detalle visual y funcional.

El boceto incluía las siguientes pantallas principales:

- Inicio de sesión y registro de usuario.
- Pantalla de bienvenida y página de inicio principal.
- Perfil de usuario.
- Catálogo de mascotas con filtros de búsqueda.
- Perfil detallado de la mascota.
- Foro comunitario para reportes de mascotas perdidas y avistamientos.
- Mapa de búsqueda de geolocalización.
- Página de donaciones y apoyo.

Figura 10. Sketch exploratorio: Flujo de interacción principal de Loopet



Se decidió desarrollar un boceto exploratorio en escala de grises para priorizar la estructura de la plataforma y validar la navegación antes de trabajar en los aspectos visuales más complejos. El uso de representaciones simples permitió obtener comentarios centrados en la comprensión de las funciones y el recorrido del usuario, lo que también permite cambios rápidos en las primeras etapas de diseño.

A continuación se presenta la evaluación del Prototipo 1 según los criterios del Checklist de prototipado de la metodología Toulouse Thinking:

Figura 11. Checklist del sketch



El prototipo 1 cumple 8 de 10 criterios de la lista de verificación. Si bien, por tratarse de un boceto exploratorio, no incorpora una interacción real, fue útil para validar la estructura general de la plataforma y recopilar comentarios iniciales sobre la claridad del flujo de navegación.

2.5.7.2 Prototipo de baja fidelidad

El Prototipo 2 corresponde a una versión de baja resolución desarrollada a partir de los hallazgos obtenidos durante la validación del sketch exploratorio. Esta versión incluye una estructura visual más organizada, componentes mejor definidos y una jerarquía de información más clara, manteniendo una representación en escala de grises y sin una identidad visual definitiva.

Los hallazgos del Experimento 1 permitieron identificar aprendizajes concretos que orientaron esta transición. Uno de los principales aspectos identificados fue la fricción originada por la exigencia de iniciar sesión como pantalla inicial, ya que los usuarios percibían que debían registrarse antes de poder explorar la propuesta. Como respuesta, se habilitó la navegación libre antes del registro para que el usuario tuviera la oportunidad de identificar el valor de la plataforma previamente a la creación de una cuenta.

Asimismo, se descubrió que los participantes confundían los reportes de mascotas perdidas con los avistamientos y que las secciones del foro no eran percibidas con claridad. Esto demostró que era crucial distinguir visualmente entre tipos de contenido para entender el flujo, lo que llevó a una separación más clara de las subsecciones de "avistamientos" y "reportes".

Otro aspecto relevante fue el perfil detallado de la mascota. Aunque fue señalado como el elemento más relevante para generar confianza, en el sketch carecía de la jerarquía visual necesaria para cumplir ese rol. Por ello, en el Prototipo 2 se fortaleció con información sobre el estado de salud, historial, datos del refugio y un sistema de recomendación basado en el estilo de vida del adoptante, consolidando así una versión con navegación más clara y un recorrido más intuitivo para el usuario.

El prototipo 2 incluía las siguientes pantallas y funciones clave:

- ➢ Página principal con información sobre la iniciativa, anuncios y llamadas a la acción.
- ➢ Catálogo de mascotas con filtros de búsqueda y sistema de recomendación de estilo de vida.
- ➢ Ficha detallada de mascotas con información general, estado de salud, historial e información de refugio.
- ➢ Foro de mascotas perdidas con secciones separadas para informes y avistamientos.
- ➢ Mapa geolocalizado para buscar informes por zona.
- ➢ Página de donaciones con planes de soporte y beneficios.
- ➢ Pantalla de inicio de sesión y bienvenida para usuarios registrados.
- ➢ Perfil de usuario con historial de actividad e inversión.

Figura 12. Prototipo de baja fidelidad: Página principal, catálogo de mascotas y foro comunitario

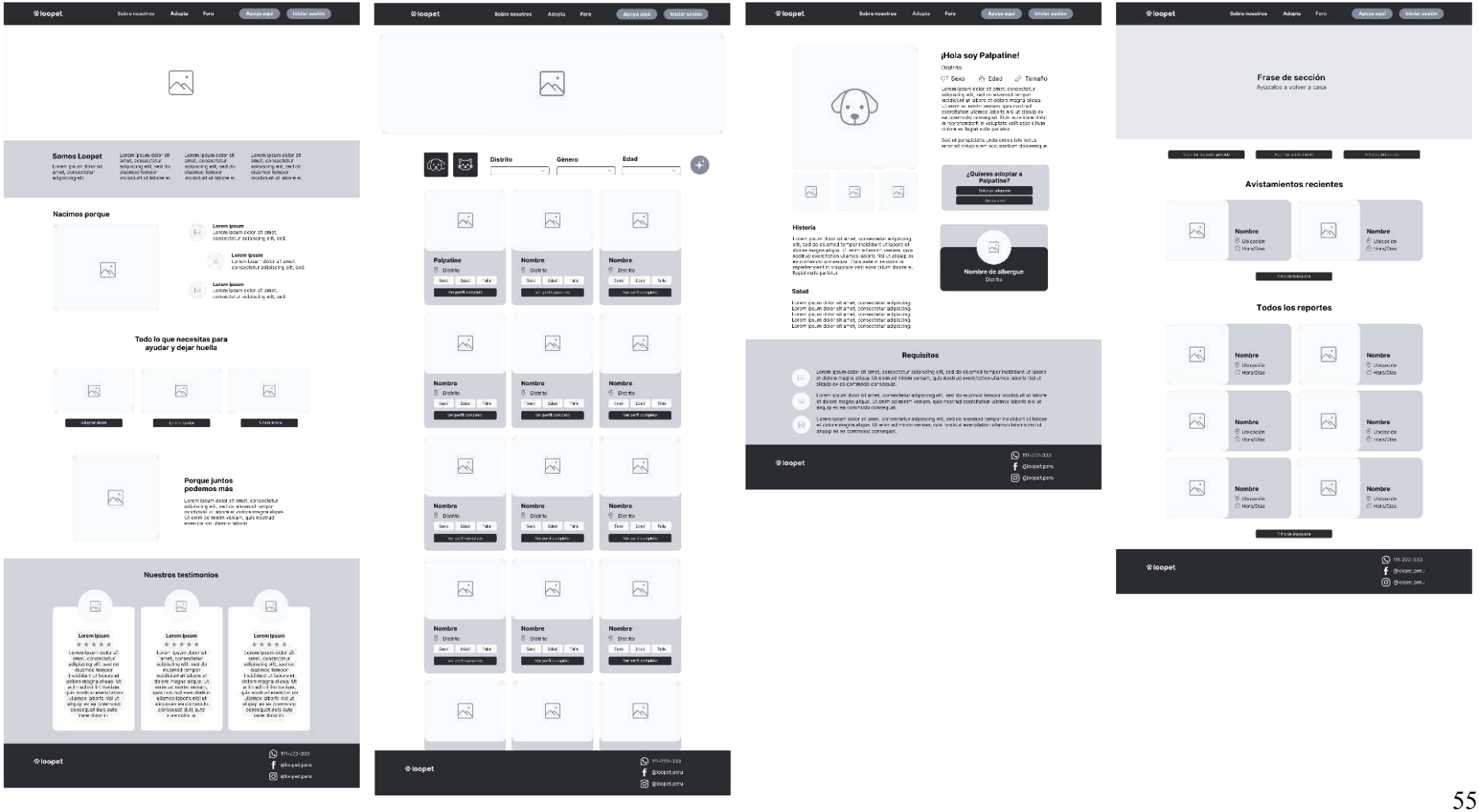


Figura 13. Prototipo de baja fidelidad: Formulario de reporte y avistamiento y búsqueda geolocalizada de mascotas

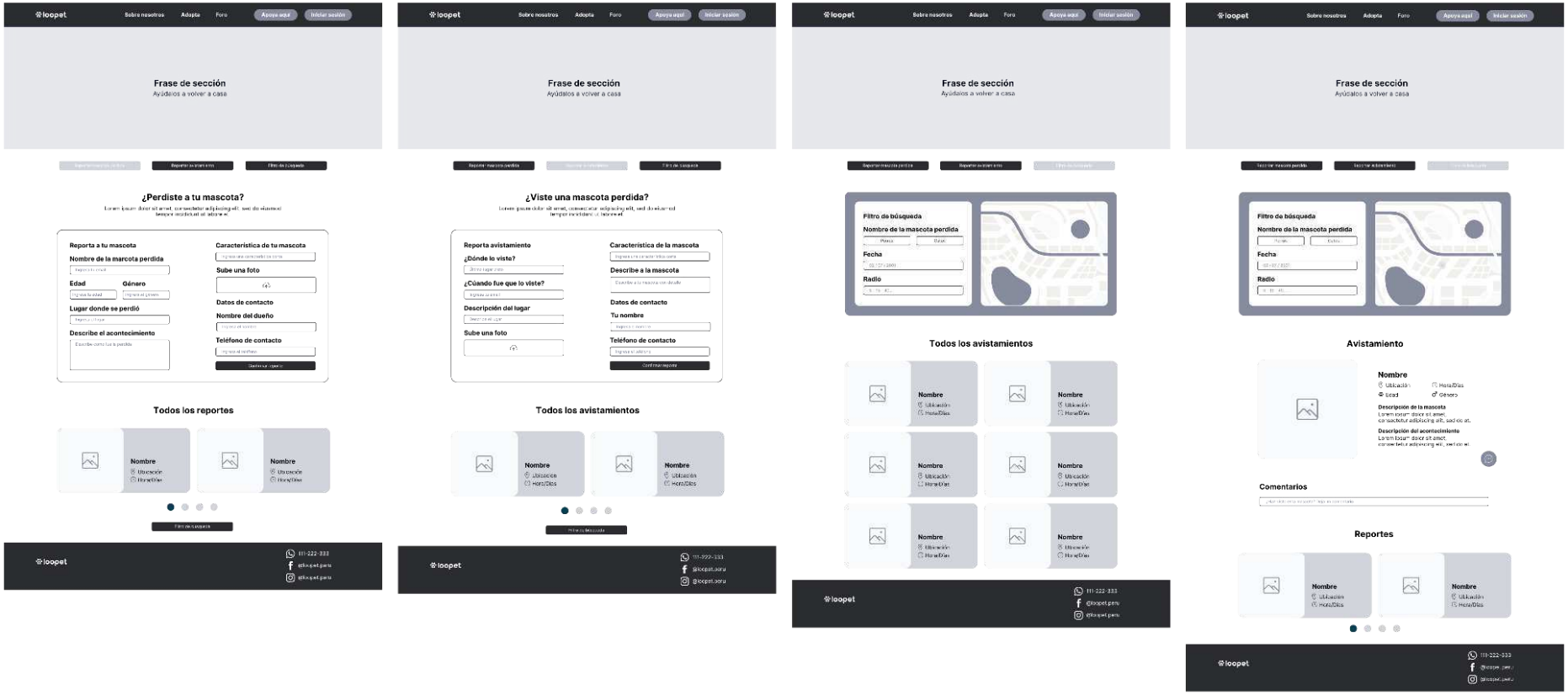
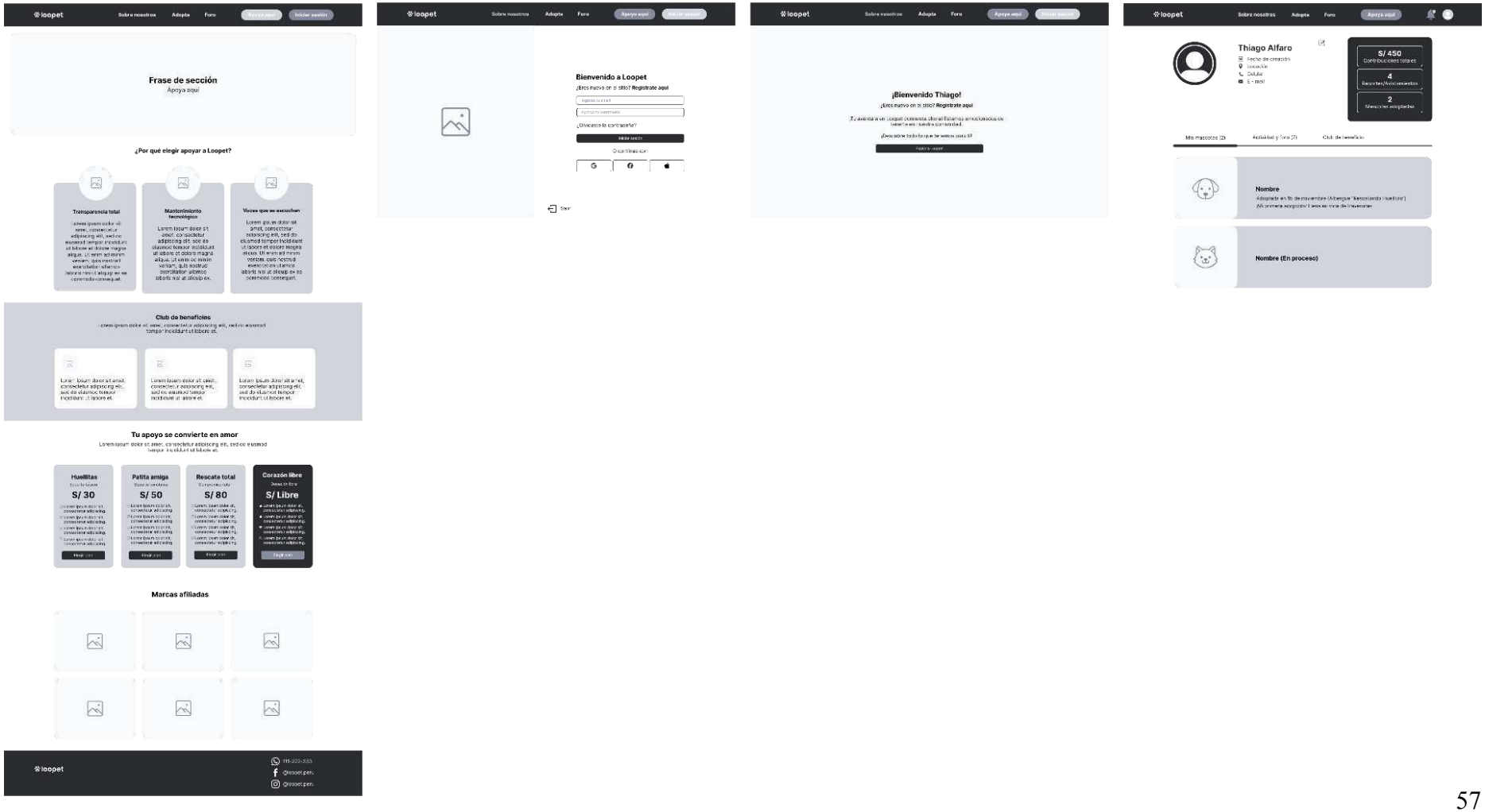


Figura 14. Prototipo de baja fidelidad: Donaciones, inicio de sesión, bienvenida y perfil de usuario



Las figuras 12, 13 y 14 ilustran las mejoras implementadas a partir de los hallazgos obtenidos durante la validación del boceto, dando como resultado una propuesta con una organización más clara a la vista, con secciones mejor definidas y una navegación más intuitiva.

A continuación se presenta la evaluación del Prototipo 2 según los criterios del Checklist de prototipado de la metodología Toulouse Thinking:

Figura 15. Checklist del prototipo de baja fidelidad



El Prototipo 2 cumple los 10 criterios de la lista de verificación y muestra una mejora con respecto al sketch exploratorio. El mayor nivel de detalle y definición del flujo de navegación permitió comunicar la propuesta con mayor claridad y obtener comentarios más precisos por parte de los usuarios.

2.5.7.3 Prototipo de media fidelidad

El Prototipo 3 corresponde a una versión de media fidelidad elaborada a partir de los requerimientos y observaciones de usabilidad recopilados durante la validación del prototipo anterior. En esta etapa se transitó desde una representación esquemática en escala de grises hacia una propuesta con identidad visual definida, integrando una paleta de colores, tipografías, botones y fotografías reales de las mascotas. Este incremento en el nivel de fidelidad visual permite que la interfaz simule el comportamiento de la plataforma final de manera más cercana, facilitando que el usuario evalúe la organización del contenido con mayor realismo antes de pasar al desarrollo técnico final.

Los hallazgos del Experimento 2 orientaron ajustes en la distribución de los elementos para optimizar la navegación. Se reemplazó el carrusel del foro por una cuadrícula fija con botones de acceso directo a las secciones “Ver reportes” y Ver avistamientos". Asimismo, en la ficha de la mascota, se incorporaron descripciones reales de personalidad e indicadores visuales que validan el estado de salud, como vacunas, esterilización y desparasitación para resolver la desconfianza del usuario. Finalmente, el perfil del usuario incorporó un historial de actividades recientes para permitir un seguimiento cronológico del impacto del usuario dentro de la plataforma.

El prototipo 3 incluía las siguientes pantallas y funciones clave:

- Página principal con información sobre la iniciativa, anuncios y llamadas a la acción. Presenta banners orientados a la adopción junto con cifras generales de impacto de la red y un módulo de testimonios con calificaciones por estrellas para generar credibilidad desde el ingreso.

- Catálogo de mascotas con filtros de búsqueda y sistema de recomendación de estilo de vida. Muestra la cuadrícula de adopciones con filtros por distrito, género y edad, incluyendo la foto real del animal y etiquetas directas con sus características básicas.
- Ficha detallada de mascotas con información general, estado de salud, historial e información de refugio. Incorpora el perfil del perro o gato con fotos secundarias, descripción de personalidad, checks médicos de validación legal y una sección inferior de requisitos para adoptantes primerizos.
- Muro del foro comunitario con secciones independientes para reportes y avistamientos. Centraliza la interacción mediante una cuadrícula fija de casos recientes con imágenes legibles, datos de ubicación geográfica y botones de acceso directo para ingresar al detalle.
- Formularios de reporte de pérdida y avistamiento con campos divididos. Permite la recopilación de datos separando las casillas por subtítulos de datos de contacto y características de la mascota, añadiendo un botón interactivo para la carga de imágenes.
- Página de donaciones con planes de soporte y beneficios. Expone los planes de apoyo económico mensual vinculados directamente con los logotipos de las marcas del sector que ofrecen descuentos como incentivo de conversión.
- Perfil de usuario con historial de actividad reciente e impacto. Centraliza la cuenta mostrando los datos personales, estadísticas de apoyo y la sección de actividad reciente para el seguimiento cronológico de las interacciones.

Figura 16. Prototipo de media fidelidad: Página principal de la plataforma



Figura 17. Prototipo de media fidelidad: Catálogo de adopción

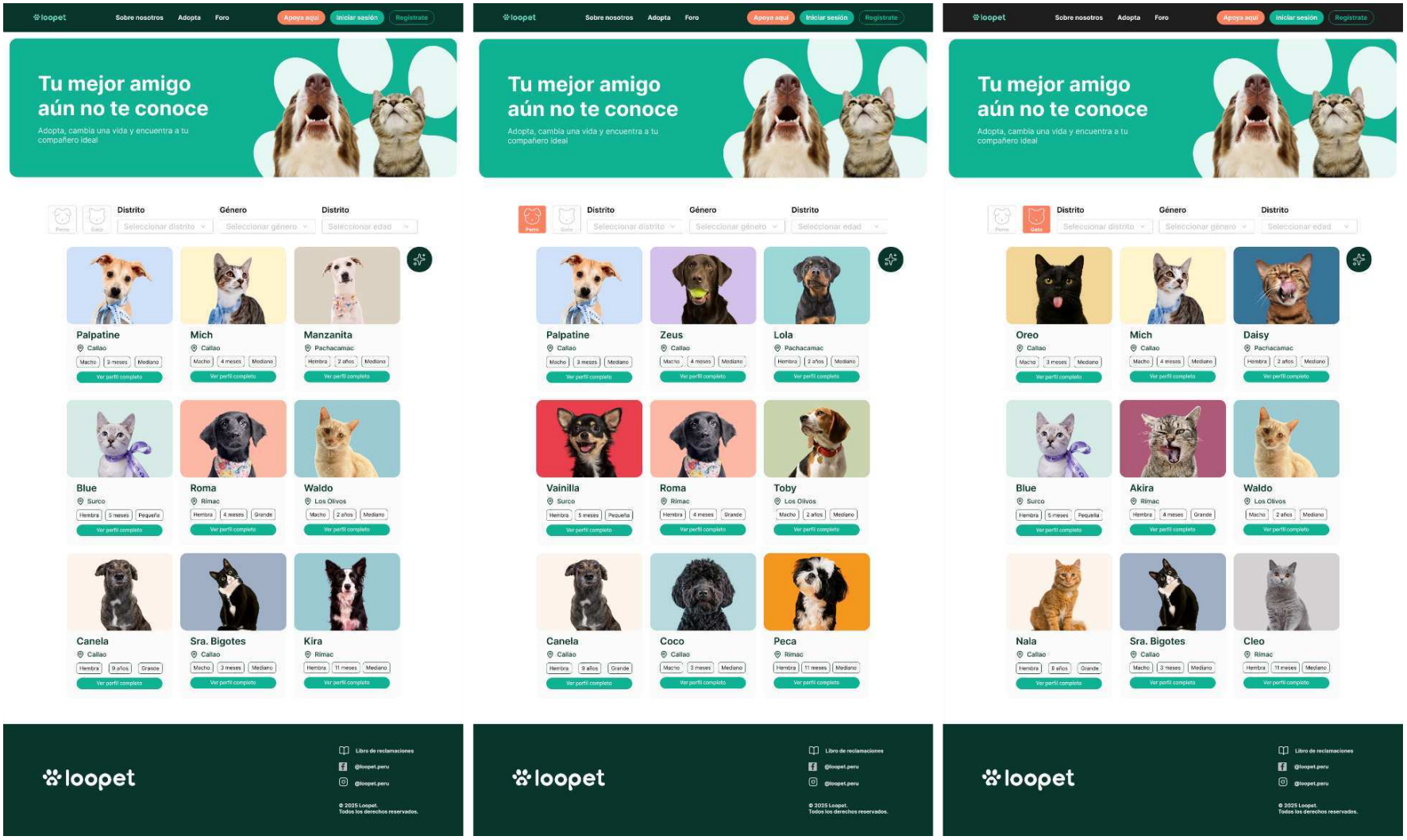


Figura 18. Prototipo de media fidelidad: Perfil detallado de mascota

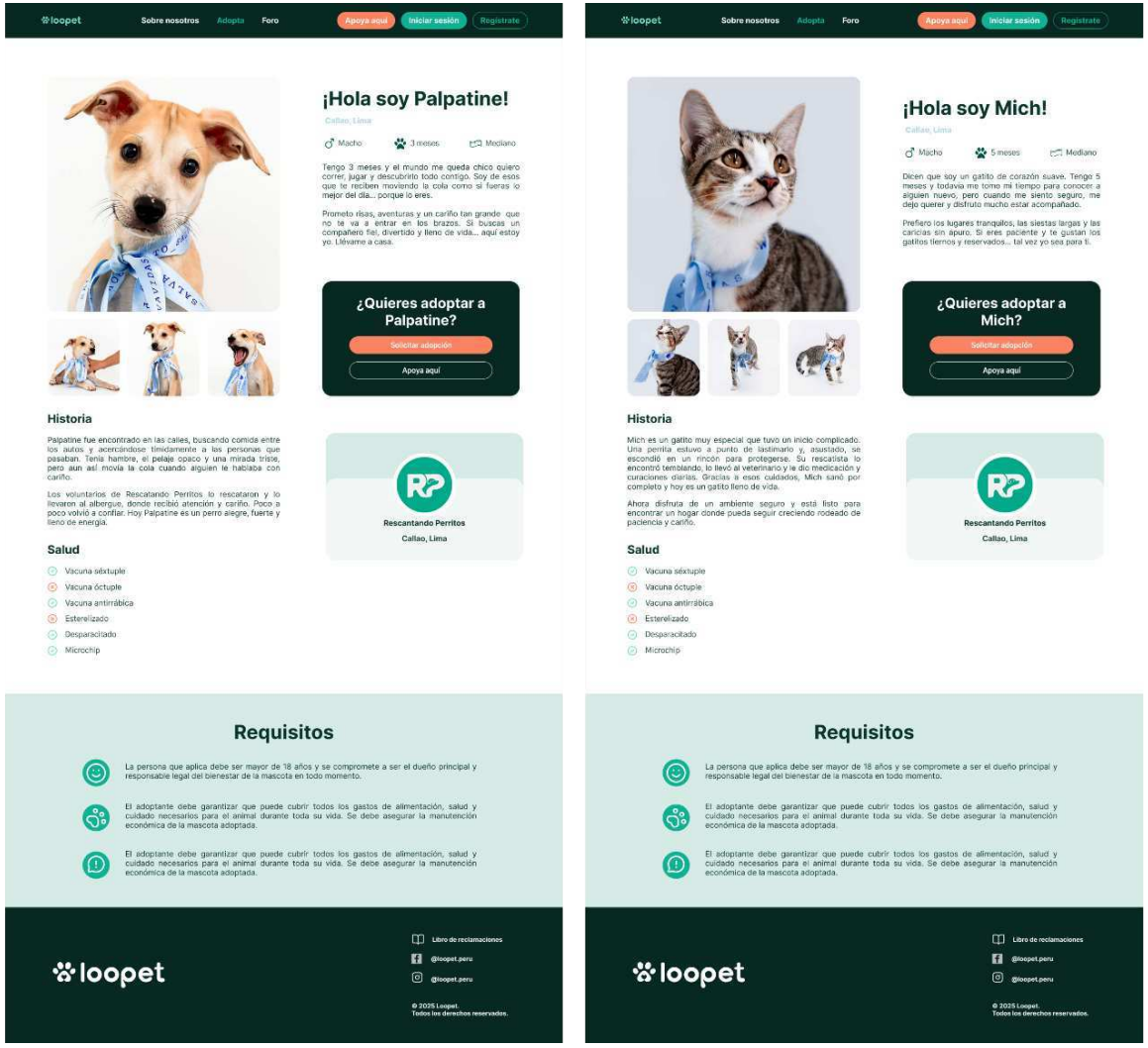


Figura 19. Prototipo de media fidelidad: Seguimiento de reportes de mascotas perdidas y avistamientos

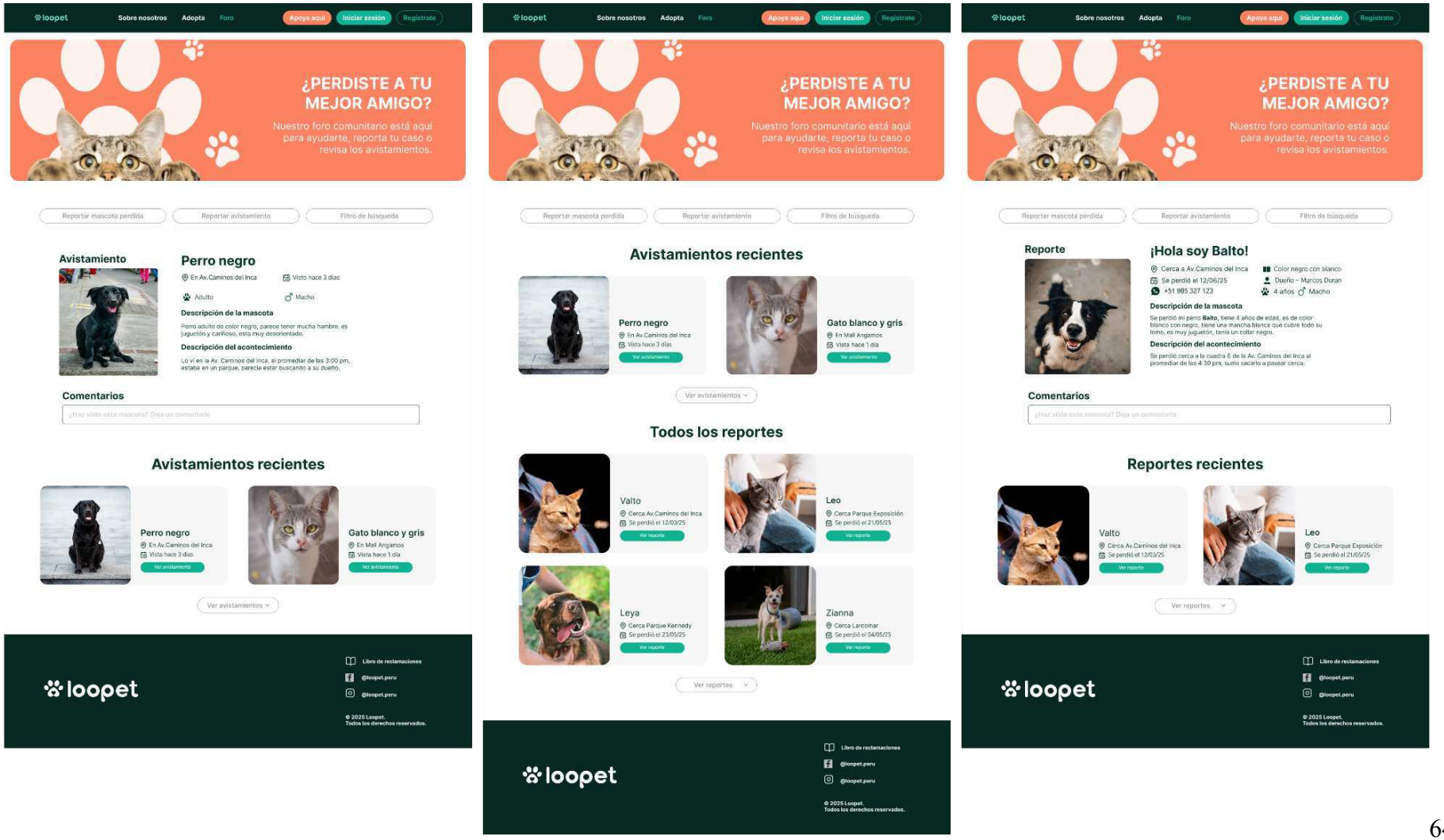


Figura 20. Prototipo de media fidelidad: Formularios de reporte y avistamiento y filtro de búsqueda geolocalizada

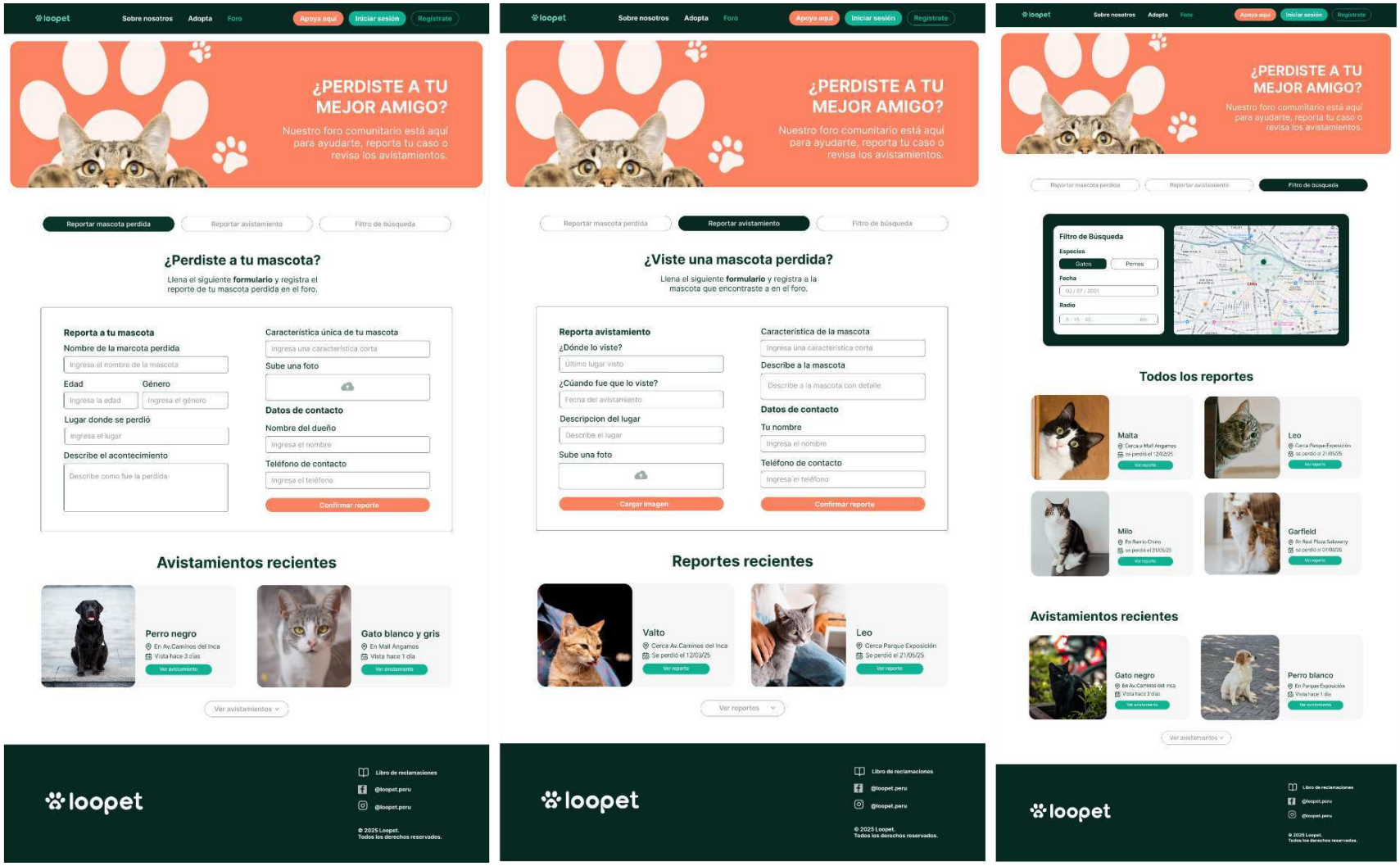
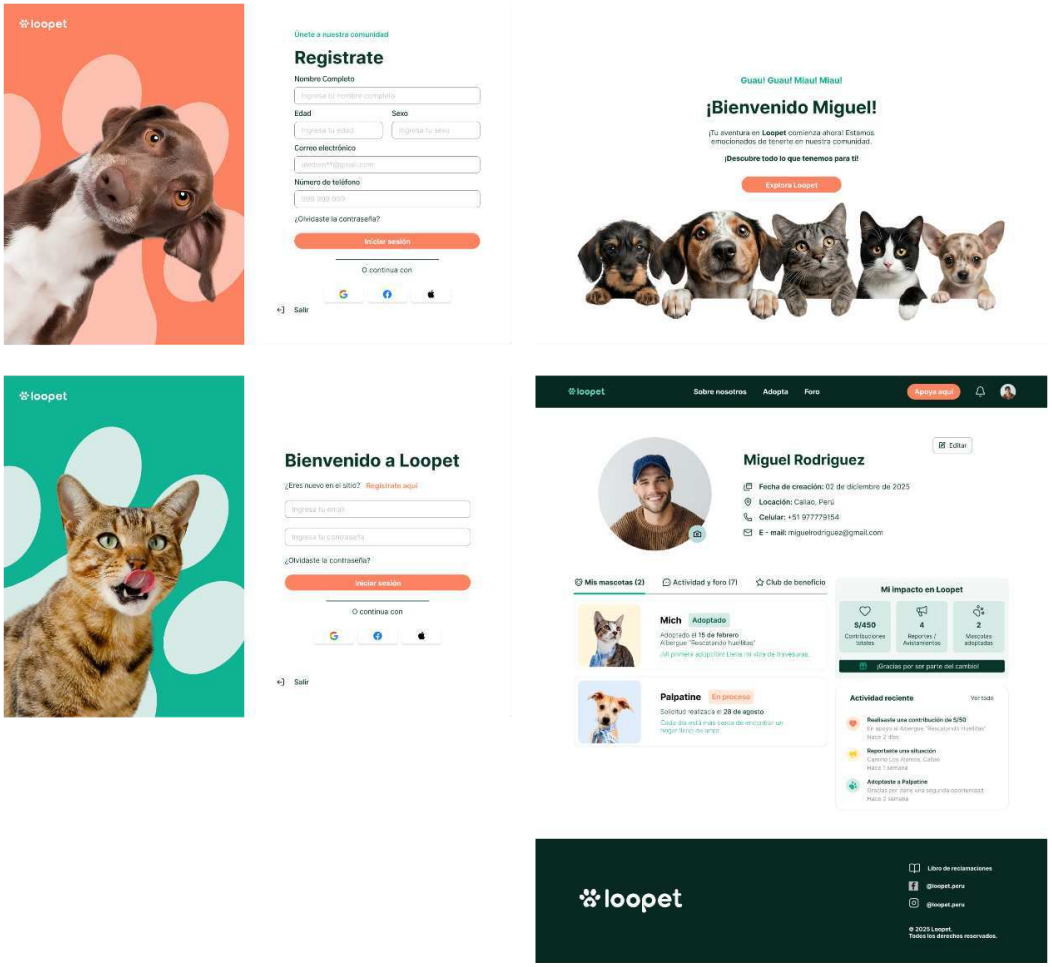


Figura 21. Prototipo de media fidelidad: Información de donaciones y beneficios



Figura 22. Prototipo de media fidelidad: Registro, inicio de sesión y perfil de usuario



Las figuras 16, 17, 18, 19, 20, 21 y 22 presentan las mejoras llevadas a cabo en esta etapa como hallazgos obtenidos durante la validación del prototipo de baja fidelidad. La incorporación de color, contenido real y una estructura más definida mejoró la experiencia de navegación y facilitó comprender cada una de las funcionalidades.

A continuación se presenta la evaluación del Prototipo 3 según los criterios del Checklist de Prototipado de la metodología Toulouse Thinking:

Figura 23. Checklist del prototipo de media fidelidad



El Prototipo 3 cumple con los 10 criterios de la lista de verificación. La incorporación de la identidad visual definida, el contenido real y los botones interactivos permitió comunicar la propuesta con total claridad, reduciendo la incertidumbre y preparando la plataforma para las validaciones funcionales más completas.

2.5.7.4 Prototipo de alta fidelidad

El prototipo 4 corresponde a la versión de alta fidelidad de Loopet y representa la propuesta final de la interfaz. Su evolución se basó en las evidencias reunidas a través del Experimento 3, junto con un proceso de mejora visual dirigido a establecer una experiencia de usuario más fácil de entender, coherente y profesional.

En esta fase, se estableció la identidad visual de la plataforma a través de la mejora de la interfaz. Se eligió una gama de colores coherente, empleando el verde institucional para evocar confianza y el coral para acentuar las acciones principales. Además, se introdujeron bordes redondeados y una iconografía estandarizada para

proporcionar una apariencia más acogedora y facilitar la identificación de las funciones. Por último, los elementos fijos se sustituyeron por componentes dinámicos e interactivos, como botones en diferentes estados, ventanas emergentes y flujos guiados, con el objetivo de ofrecer una navegación más intuitiva y fluida.

El prototipo de alta fidelidad incluía las siguientes pantallas y funciones clave:

- Página principal con narrativa de marca y accesos directos de conversión. Presenta la propuesta de valor mediante banners dinámicos, contadores de métricas sociales reales, marcas aliadas y testimonios calificados con estrellas.
- Catálogo de adopción de mascotas segmentado por especie y sistema de filtrado avanzado. Despliega interfaces independientes para perros y gatos que agilizan la búsqueda a través de filtros por distrito, edad y género sobre tarjetas estandarizadas y limpias.
- Asistente interactivo de emparejamiento inteligente guiado por inteligencia artificial. Implementa el flujo secuencial completo de cinco etapas con preguntas gráficas sobre estilo de vida, energía, espacio y convivencia antes de arrojar los resultados de compatibilidad.
- Perfil de la mascota unificado con ficha médica y bloques de concientización. Muestra una estructura homóloga para perros y gatos que expone su historia, la validación visual de vacunas y esterilización con checks gráficos, y los requisitos legales de tenencia responsable.
- Muro comunitario del foro con opciones de publicación y mapa integrado. Organiza las alertas en pestañas para mascotas perdidas, avistamientos e

historias de éxito, acompañadas de un mapa de calor geolocalizado para rastrear casos por zonas distritales.

- ➢ Formularios de publicación guiados por pasos secuenciales para la comunidad. Desarrolla el entorno interno para registrar alertas, dividiendo el proceso en la selección del tipo de caso, el llenado de datos con referencias de ubicación y una vista previa final.
- ➢ Ecosistema de donaciones con pasarelas de pago integradas por plan. Despliega las interfaces de soporte económico y los modales de finalización de pago para los planes Huellitas, Patita Amiga, Rescate Total y Corazón Libre con métodos Visa, Yape y Plin.
- ➢ Flujo de acceso e interfaces de inicio de sesión y registro de comunidad. Diseña los formularios de ingreso y creación de cuenta con validaciones de campos obligatorios y pantallas de bienvenida personalizadas que celebran la incorporación del usuario.
- ➢ Cuenta personal de usuario con panel de control y seguimiento de impacto. Centraliza la experiencia del usuario registrado mediante estadísticas de apoyo social, botones de acciones rápidas para la navegación interna y un feed cronológico de actividad reciente.

Figura 24. Prototipo de alta fidelidad: Página principal de Loopet

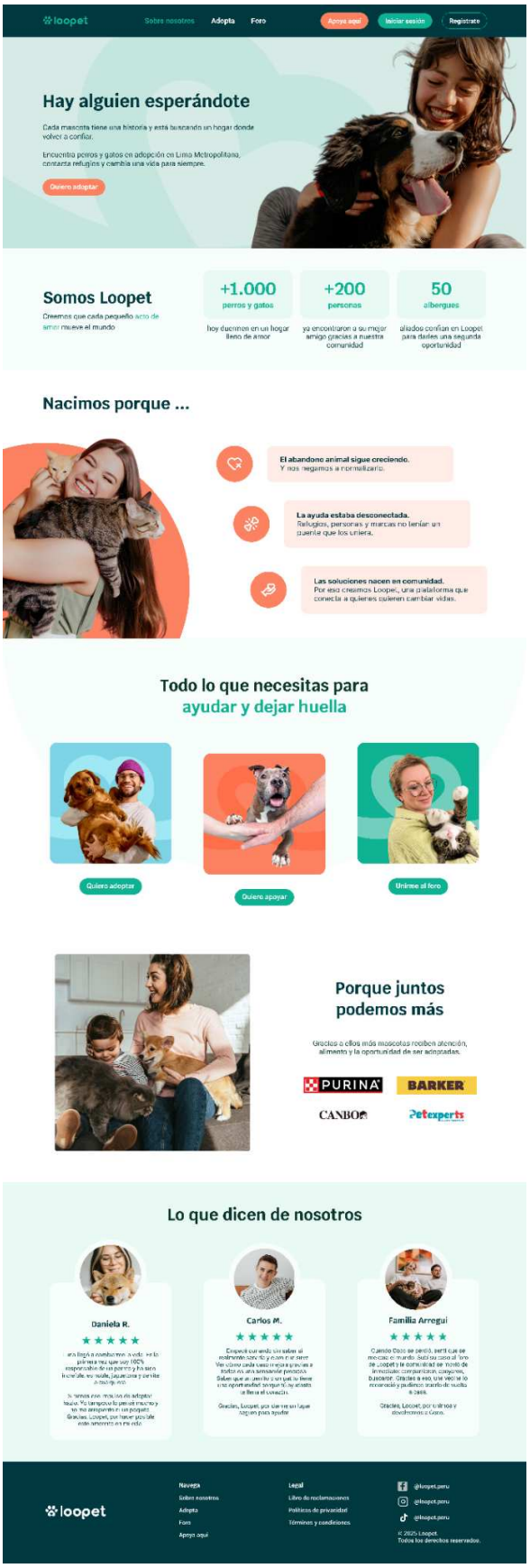


Figura 25. Prototipo de alta fidelidad: Catálogo general y test de mascota ideal

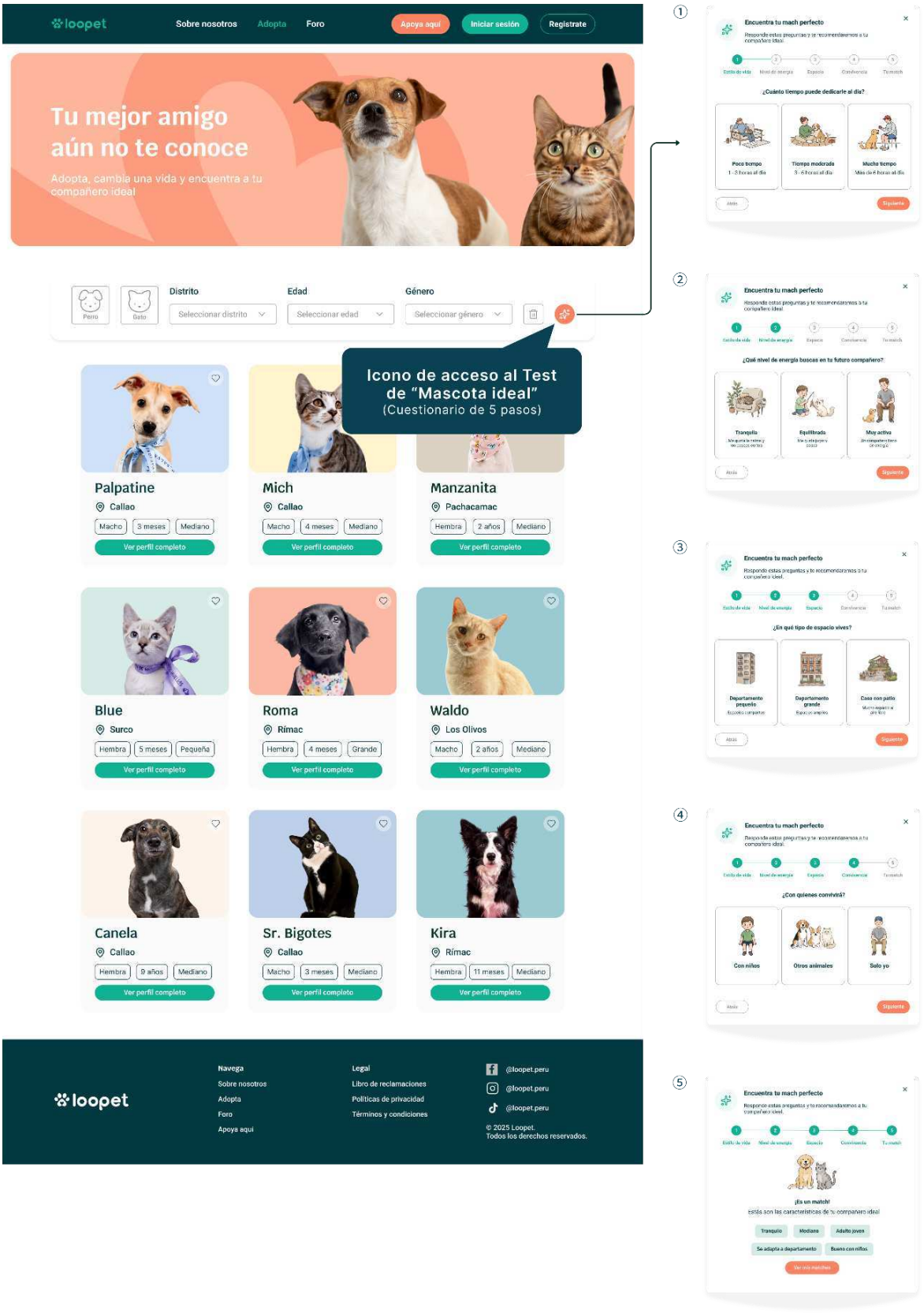


Figura 26. Prototipo de alta fidelidad: Filtros por especie y perfil detallado de la mascota

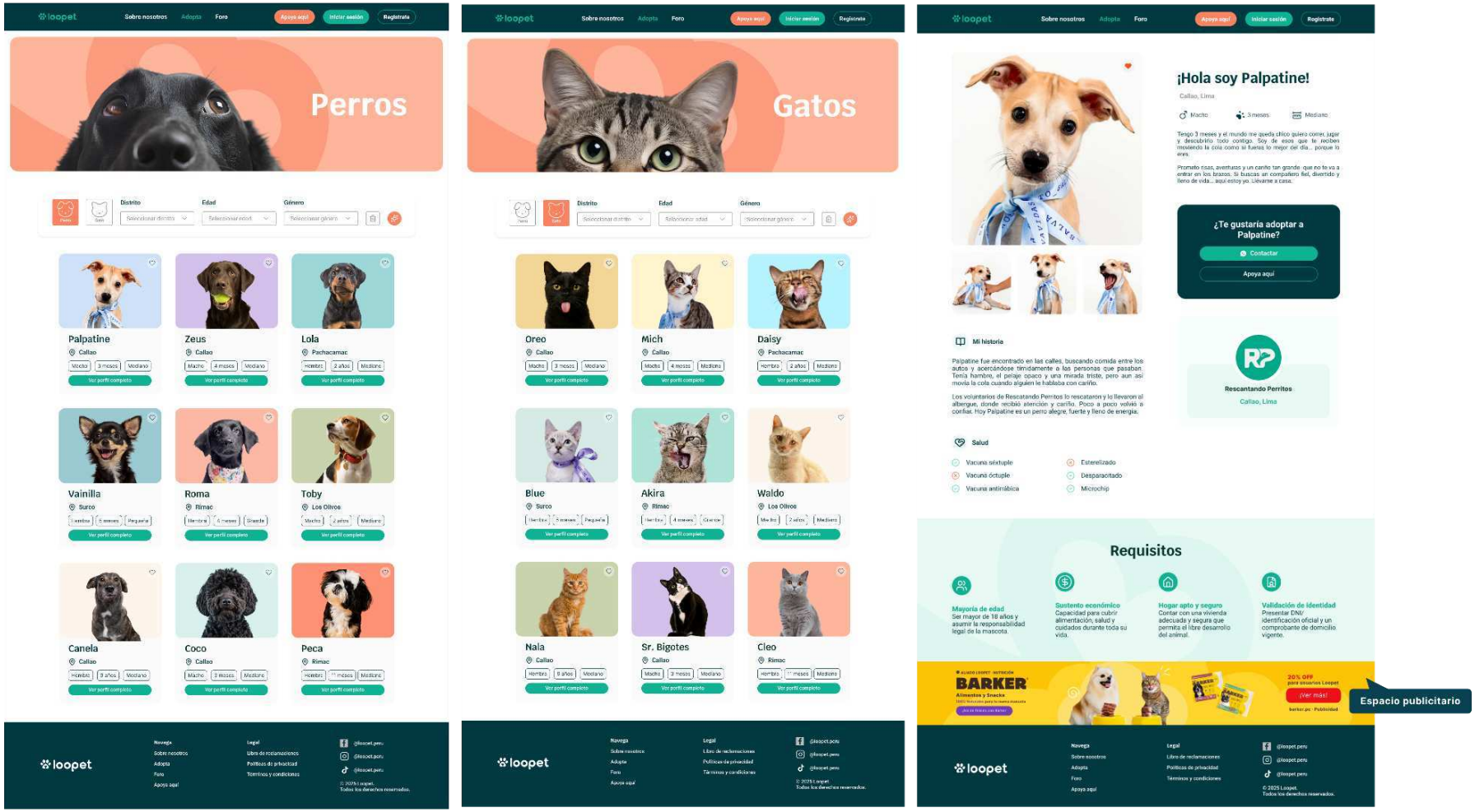


Figura 27. Prototipo de alta fidelidad: Club de beneficios, planes de apoyo y marcas aliadas

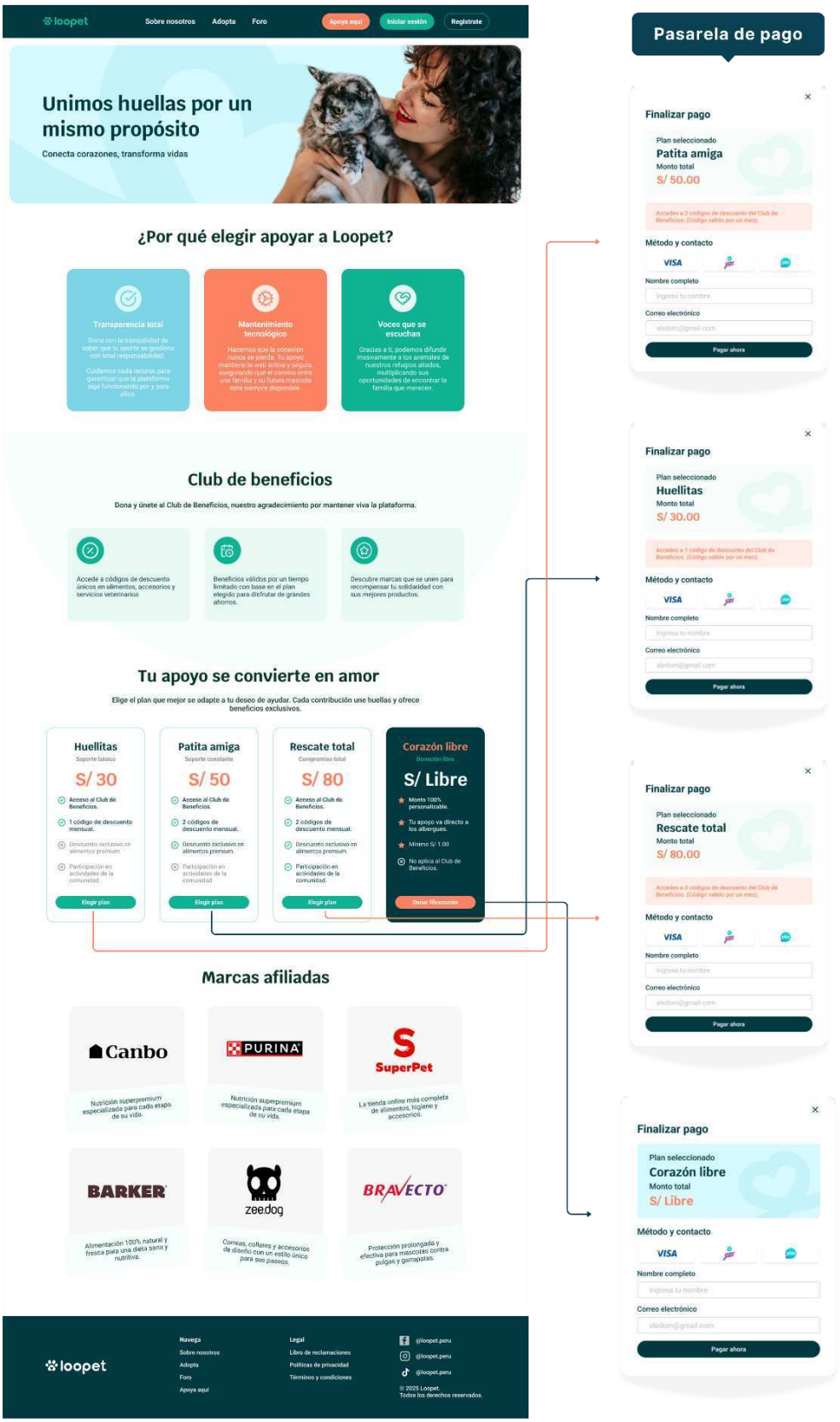


Figura 28. Prototipo de alta fidelidad: Foro - Reportes de mascotas perdidas y avistamientos

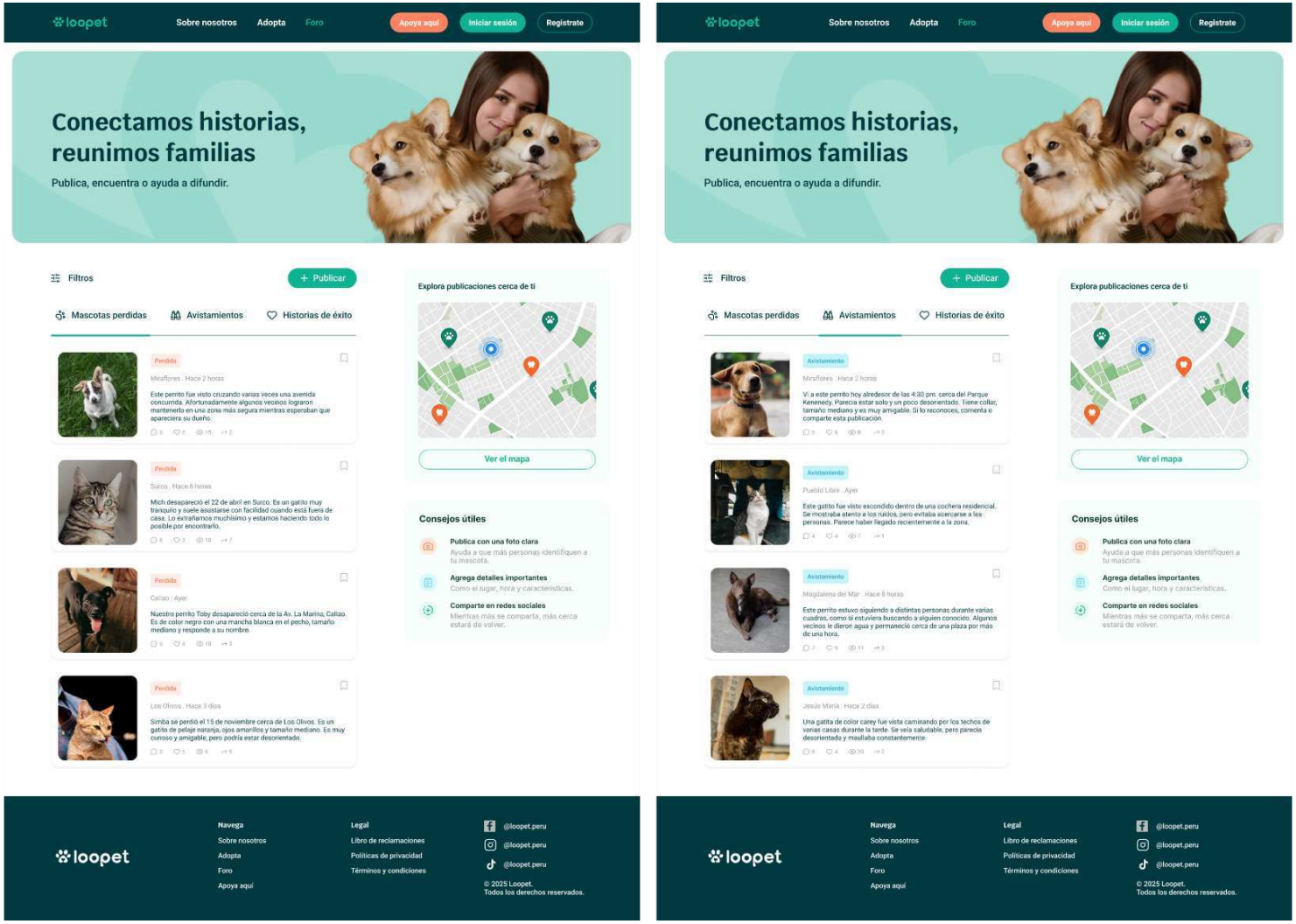


Figura 29. Prototipo de alta fidelidad: Foro - Historias de éxito y flujo de publicación

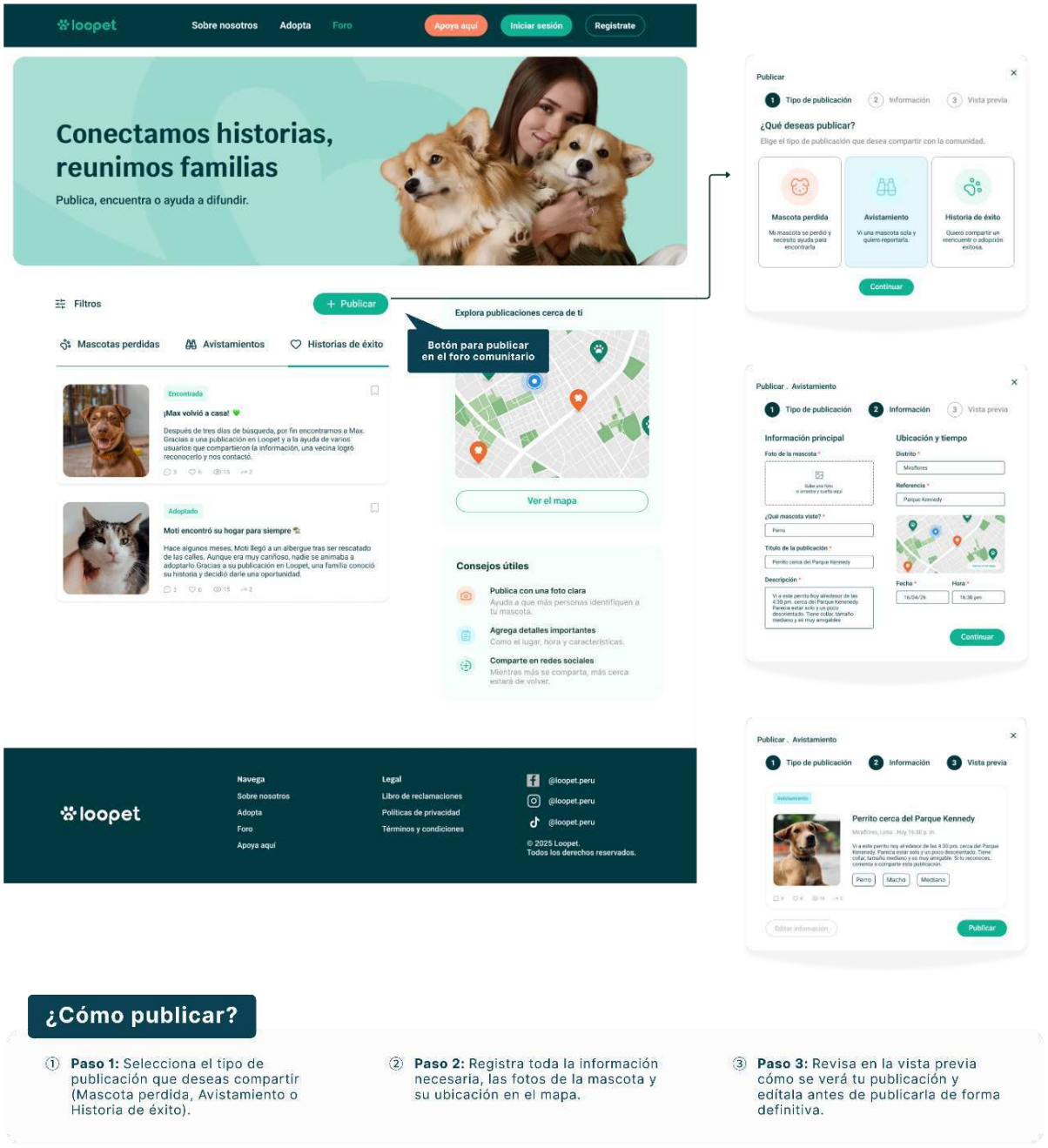


Figura 30. Prototipo de alta fidelidad: Registro, inicio de sesión y pantalla de bienvenida

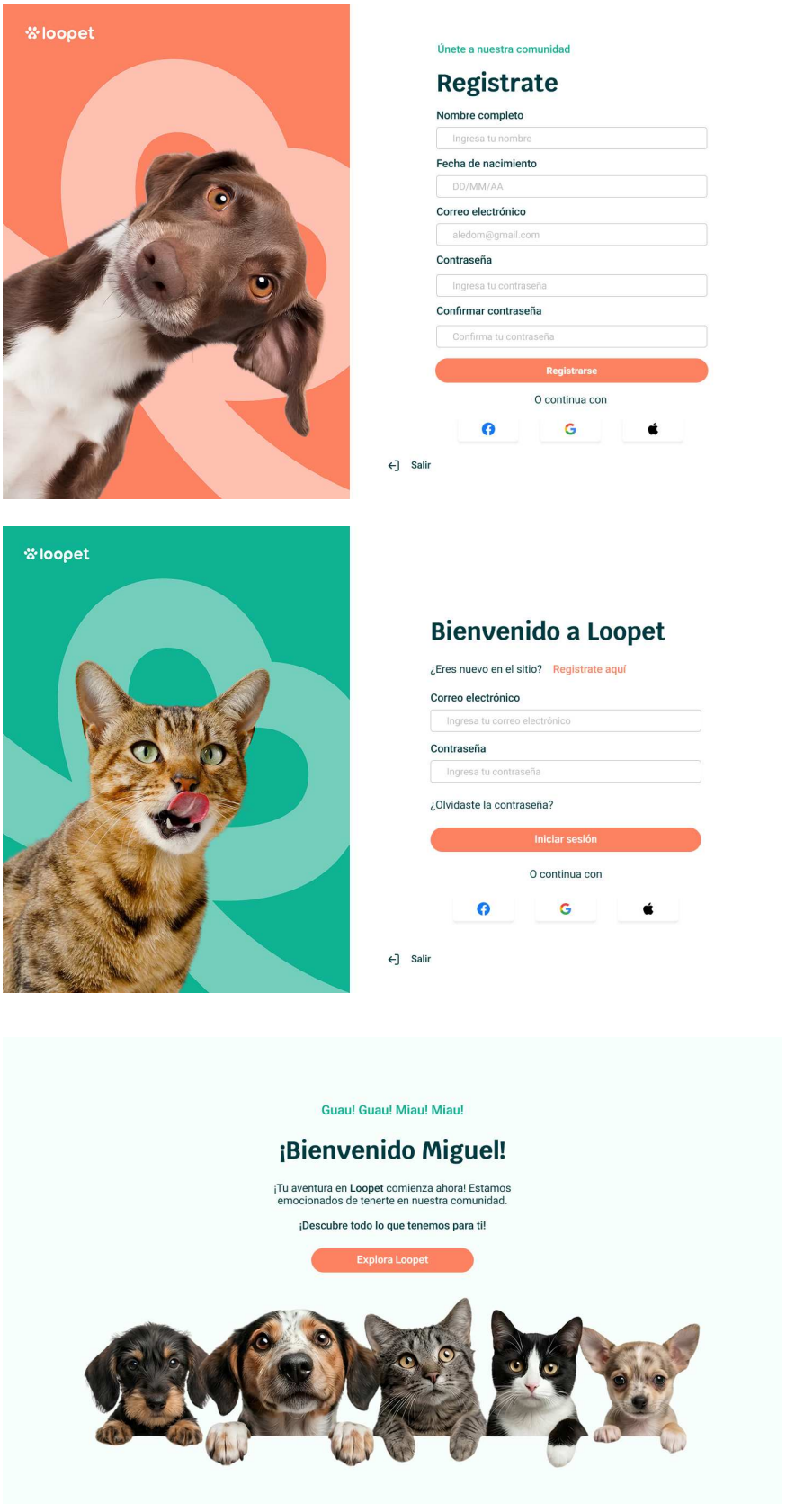
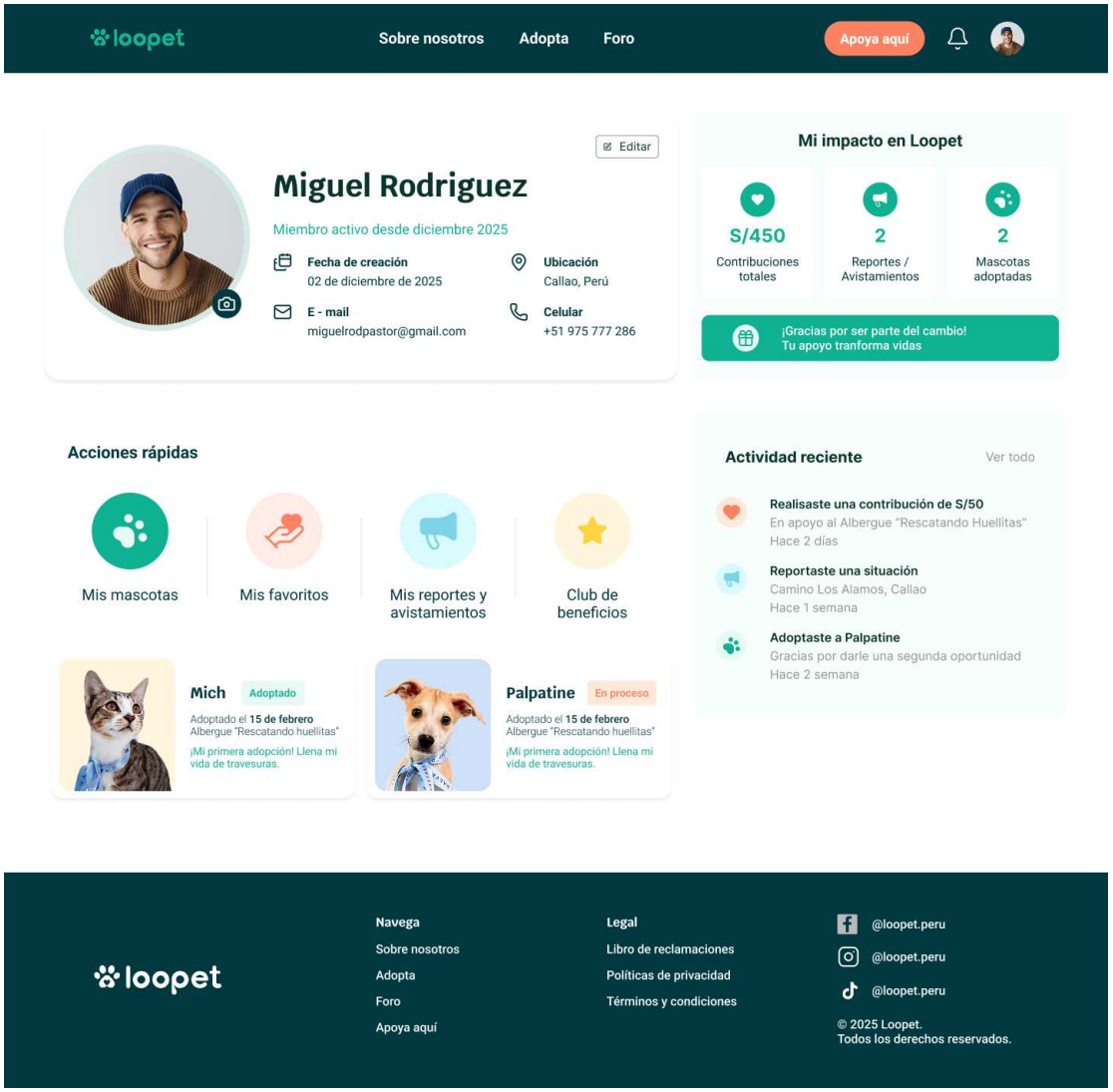


Figura 31. Prototipo de alta fidelidad: Perfil del usuario



Las figuras 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30 y 31 muestran de qué manera el prototipo de alta fidelidad consolidó la evolución del servicio digital de Loopet. La integración de las mejoras funcionales derivadas del testeo de media fidelidad con un diseño de interfaz más consistente e interactivo, dio como resultado una plataforma intuitiva que elimina las fricciones de uso y maximiza la confianza para la adopción y el apoyo social.

A continuación se presenta la evaluación del Prototipo 4 según los criterios del Checklist de prototipado de la metodología Toulouse Thinking:

Figura 32. Checklist del prototipo de alta fidelidad



El Prototipo 4 cumple de manera óptima con los 10 criterios de la lista de verificación. Al tratarse de una versión de alta fidelidad, no solo hace tangible el concepto, sino que permite una simulación idéntica a la experiencia de un producto real en el mercado, sirviendo como pieza final de validación para el cierre del proyecto y su posterior desarrollo técnico.

2.5.8 Experimentos

La experimentación de Loopet se desarrolló de manera paralela e iterativa al prototipado. Cada versión del prototipo fue sometida a un experimento específico con usuarios reales, con el objetivo de contrastar las hipótesis del equipo con la percepción real de los potenciales adoptantes, identificar oportunidades de mejora y justificar las decisiones de diseño tomadas en cada iteración. Los experimentos permiten documentar no solo lo que

funcionó, sino también lo que requirió ajuste, garantizando que el desarrollo de la propuesta esté basado en evidencia y no únicamente en supuestos del equipo.

2.5.8.1 Validación del sketch

Objetivo de la validación

El primer experimento se centró en evaluar la comprensión de la estructura visual inicial de la plataforma, la claridad de la navegación entre las secciones principales, el nivel de confianza que transmite el diseño frente a las redes sociales y la intención de uso por parte del público objetivo.

Población evaluada

La validación contó con un total de 13 participantes residentes en Lima Metropolitana, todos con experiencia previa o interés en la adopción de mascotas. De este grupo, 10 personas participaron en la fase cuantitativa y 3 jóvenes de entre 25 y 28 años formaron parte de la fase cualitativa. Esta muestra resulta pertinente, ya que se alinea directamente con las características de nuestro arquetipo de usuario.

Técnica aplicada

Se utilizaron dos técnicas de investigación de manera complementaria. En primer lugar, se aplicó un cuestionario online para obtener datos cuantitativos sobre la claridad de las pantallas. En segundo lugar, se realizó un focus group virtual para profundizar en las percepciones, dudas y expectativas de los usuarios al interactuar con el boceto por primera vez.

Resultados y hallazgos

- El 100% de los encuestados indicó que la estructura propuesta facilita el proceso de adopción y que la información del perfil genera confianza.
- El 90% percibió a Loopet como una opción diferente a las redes sociales, destacando que es una herramienta organizada y amigable.
- En las sesiones del focus group se identificó que exigir el inicio de sesión como pantalla de acceso principal generaba fricción en los usuarios.
- Se detectó que los participantes confundían la función de reportar mascota perdida con la de avistamientos dentro del foro comunitario.
- Aunque el perfil de la mascota fue la sección más valorada por los participantes con un 50%, sugirieron dar mayor peso visual a los datos de salud para decidir con seguridad.

Mejoras realizadas

En base a los resultados obtenidos en este primer testeo, se implementaron los siguientes cambios para el desarrollo del prototipo de baja fidelidad:

Navegación libre: Se eliminó la obligación de iniciar sesión como primera pantalla, permitiendo explorar el catálogo antes del registro.

Organización del foro: Se separaron visualmente las funciones de reportar pérdida y reportar avistamiento mediante secciones independientes para evitar confusiones.

Perfil de mascota reforzado: Se reestructuró la jerarquía visual de la ficha de la mascota, incluyendo secciones claras para el historial médico, datos del albergue verificado y el sistema de recomendación por estilo de vida.

2.5.8.2 Validación del prototipo de baja fidelidad

Objetivo de la validación

Este segundo experimento tuvo como propósito evaluar la usabilidad y la percepción de valor de las funciones planteadas en el prototipo de baja fidelidad, enfocándose en la efectividad del catálogo con filtros, la claridad del formulario de reportes, la comprensión del mapa geolocalizado y la aceptación de la estructura de planes de donación.

Población evaluada

La validación se realizó con una muestra de 51 participantes residentes en Lima Metropolitana. El 98% de los evaluados indicó tener o haber tenido una mascota, y el grupo estuvo compuesto principalmente por jóvenes de entre 18 y 31 años (35.3% de 18 a 24 años y 49% de 25 a 31 años), consolidando una muestra pertinente para el segmento de interés.

Técnica aplicada

Se aplicó la técnica de prueba de usabilidad acompañada de un cuestionario de validación sobre el prototipo de baja fidelidad. Los usuarios interactuaron con el flujo de pantallas y posteriormente respondieron preguntas estructuradas para medir la facilidad de uso y el nivel de confianza generado por la organización de las funciones.

Resultados y hallazgos

- ➢ El 82.4% de los participantes consideró que los filtros de distrito, género y edad integrados en el catálogo son suficientes para realizar la búsqueda de las mascotas.

- El 90.2% afirmó que incluir el nombre, historia, estado de salud e información del albergue verificado dentro de la ficha de la mascota genera la confianza necesaria para iniciar el proceso.
- El 78.4% de los usuarios validó de forma positiva que los bloques de información y comentarios de los casos eran suficientes para ayudar a localizar mascotas perdidas.
- Las respuestas abiertas evidenciaron que el sistema de navegación por carrusel dificultaba revisar varios casos de forma ágil, sugiriendo una visualización directa para ingresar a los reportes.
- El 84.3% consideró útil la organización del perfil del usuario, pero un 13.7% indicó que se podía agregar una sección complementaria para registrar el seguimiento de las acciones que realiza la persona.

Mejoras realizadas

A partir de las alertas de usabilidad y los requerimientos de confianza recopilados en base a las 51 respuestas del formulario de baja fidelidad, se implementaron tres mejoras estructurales y de contenido para el desarrollo de la versión de media fidelidad:

Reestructuración de foro: Se eliminó el sistema de navegación por carrusel del prototipo anterior para reorganizar el espacio en un muro fijo con cuadrícula directa. Esta modificación facilitó la visualización de los casos y permitió añadir los botones de acción específicos Ver reportes y Ver avistamientos para guiar al usuario.

Implementación de checks de validación médica: Atendiendo a la solicitud del 90.2% de los usuarios de conocer claramente el estado de salud, la ficha de la mascota dejó de usar texto simulado para incorporar una lista estructurada con checks gráficos de

validación médica sobre vacunas, esterilización y desparasitación. Esto otorga la transparencia necesaria para reducir la desconfianza general.

Inclusión de actividades recientes en el perfil del usuario: Para responder a la necesidad detectada en el 13.7% de los usuarios de optimizar el seguimiento de sus acciones, se rediseñó la cuenta agregando la sección Actividad reciente dentro del panel de impacto. Este bloque detalla cronológicamente las adopciones, reportes y contribuciones realizadas, explicando de forma clara el impacto del usuario.

2.5.8.3 Validación del prototipo de media fidelidad

Objetivo de la validación

Este tercer experimento se diseñó con el fin de evaluar la usabilidad, la consistencia de la línea gráfica a color y la percepción de confianza de las funciones optimizadas en el prototipo de media fidelidad, enfocándose especialmente en el impacto del nuevo diseño del catálogo con datos directos, la organización fija del foro comunitario y el valor percibido del emparejamiento asistido por inteligencia artificial.

Población evaluada

La validación se realizó con una muestra de 34 participantes residentes en Lima Metropolitana. El grupo estuvo compuesto principalmente por jóvenes y adultos de entre 18 y 31 años, donde el 44.1% pertenece al rango de 25 a 31 años y el 38.2% al rango de 18 a 24 años. Asimismo, el 73.5% de los evaluados indicó que actualmente posee una mascota, consolidando un público objetivo altamente familiarizado con las dinámicas de cuidado animal.

Técnica aplicada

Se aplicó la técnica de prueba de usabilidad mediante la interacción directa con el prototipo a color, complementada con un cuestionario de validación digital de 20 preguntas. Los usuarios evaluaron la navegación, la claridad del mensaje institucional, la distribución visual de las secciones y el nivel de seguridad transmitido por la estructura formal de los perfiles.

Resultados y hallazgos principales

- El 97.1% de los encuestados comprendió de manera clara y rápida el propósito social de la plataforma desde su navegación en la página principal gracias al uso de banners y métricas de impacto visibles.
- El 100% de los usuarios validó positivamente los filtros implementados en el catálogo de mascotas, clasificándolos como herramientas muy útiles y útiles para optimizar los procesos de búsqueda y selección.
- El 91.2% de los participantes logró identificar y comprender con facilidad la función de emparejamiento con inteligencia artificial directamente desde la cuadrícula del catálogo general.
- El 100% de los evaluados confirmó que la estructura del perfil individual de la mascota, al incorporar la historia real acompañada de los checks de validación médica, genera un alto nivel de confianza para iniciar una adopción.
- El 97.1% de las personas afirmó que la nueva organización fija del foro comunitario les permitió asimilar de forma directa las diferencias entre las opciones de reportes de pérdida, avistamientos y el uso del mapa geolocalizado.

Mejoras realizadas

A partir de las sugerencias y alertas de usabilidad recopiladas en base a las 34 respuestas del formulario de media fidelidad, se determinaron tres optimizaciones clave para el desarrollo de la versión final de alta fidelidad:

Diseño interactivo del emparejamiento con inteligencia artificial: Atendiendo a las dudas del 8.8% de los usuarios que expresaron curiosidad o dificultad para imaginar el funcionamiento del emparejamiento inteligente al ver solo el acceso directo, se desarrollará el flujo completo de pantallas del test interactivo por etapas (estilo de vida, nivel de energía, espacio y convivencia) para hacer tangible el recorrido de la IA.

Reorganización de los componentes del perfil de usuario: En respuesta al feedback de los participantes que sugirieron optimizar el orden interno de la cuenta personal, se reestructurará la interfaz agregando un módulo exclusivo para accesos rápidos independientes (Mis mascotas, Mis favoritos, Mis reportes y avistamientos, Club de beneficios) y se separará el feed cronológico de actividad reciente para una lectura más limpia.

Optimización del flujo de publicaciones dentro del foro comunitario: Atendiendo a las recomendaciones para hacer el foro aún más intuitivo sobre cómo interactuar, se implementará un formulario de publicación guiado por pasos secuenciales que divida claramente la selección del tipo de caso (Mascota perdida, avistamiento o historia de éxito) antes de solicitar el llenado de los campos obligatorios.

2.5.8.4 Validación del prototipo de alta fidelidad

Objetivo de la validación

El objetivo de este experimento fue validar la experiencia de usuario final, la interfaz estética y la usabilidad del ecosistema interactivo de Loopet en su versión de alta fidelidad. A través de sesiones individuales, se buscó medir el nivel de confianza que transmiten los elementos visuales reales como las fotografías y las acreditaciones médicas, y evaluar el nivel de descubrimiento ciego de las funciones complejas, como el test de emparejamiento con inteligencia artificial y el foro comunitario.

Población evaluada

La validación se realizó mediante entrevistas a profundidad individuales con una muestra de 6 participantes residentes en Lima Metropolitana pertenecientes al público objetivo de trabajadores y estudiantes de entre 18 y 45 años, con un interés explícito en la adopción responsable de perros o gatos, o en el apoyo a albergues.

Técnica aplicada

Se aplicó la técnica de prueba de usabilidad mediante exploración libre con la metodología de "pensamiento en voz alta", seguida de una entrevista semiestructurada guiada sección por sección. El participante interactuó directamente con el prototipo final en Figma para registrar sus reacciones intuitivas, y posteriormente el moderador guió un repaso explicativo para profundizar en la propuesta de valor de cada módulo.

Resultados y hallazgos principales

Impresión visual y landing page: El 100% de los usuarios destacó que la paleta de colores verdes y corales, junto con las imágenes reales de las personas con sus mascotas,

transmite una sensación inmediata de "cercanía", "calidez" y, sobre todo, "mucha confianza". Entendieron desde el primer vistazo que el propósito de Loopet es conectar a animales abandonados con familias responsables. Además, valoraron positivamente la inclusión visual de las marcas patrocinadoras en el inicio y el dinamismo de la sección que explica el motivo de la creación de la plataforma.

Catálogo y test con IA: Durante la navegación libre, los usuarios interactuaron de forma fluida con las pestañas segmentadas de perros y gatos, resaltando que los filtros por distrito, edad, género y tamaño son sumamente útiles y facilitan la búsqueda. Al activar la función de IA ("Encuentra tu match perfecto"), expresaron que es una herramienta muy innovadora, útil y precisa. Los entrevistados manifestaron que el flujo de preguntas por etapas (tiempo dedicado, energía, espacio, convivencia) es el ideal, ya que permite que el sistema filtre un animal que se adecúe realmente a su rutina diaria, ayudando a generar un vínculo desde el primer momento.

Fichas de mascotas: Esta sección fue una de las más valoradas por el nivel de seguridad legal y la transparencia que transmite. Los usuarios confirmaron que ver las historias reales de las mascotas, los datos explícitos del albergue y los "checks médicos gráficos" (vacunas al día, desparasitación, esterilización y microchip) les otorga la "máxima confianza" para iniciar un trámite de adopción real a través de la web, sintiendo que el proceso está totalmente verificado y respaldado.

Foro comunitario y mapa: Los participantes diferenciaron sin problemas la pestaña de "Mascotas perdidas" (para búsquedas activas de dueños) de la de "Avistamientos" (para reportar animales de la calle que parecen perdidos o tienen collar). La integración del mapa geolocalizado fue catalogada como "muy útil", "estratégica" y "óptima", indicando

que les permitiría orientarse y apoyar de forma rápida a los vecinos de su propio distrito si se reporta una pérdida o avistamiento en su zona.

Donaciones y Club de Beneficios: Los usuarios calificaron la pasarela de pago como "sencilla y transparente" al solicitar datos básicos. Consideraron que el Club de Beneficios es una estrategia "ganar-ganar" muy inteligente, ya que el obtener códigos de descuento para comida o veterinarias a cambio de su donación mensual por Yape o Plin incentiva por completo su intención de apoyar económicamente a los albergues.

Perfil de usuario: El panel de "Mi impacto en Loopet" y el feed de actividad reciente fueron evaluados positivamente por su dinamismo y organización. A los usuarios les pareció excelente poder ver de forma centralizada y cronológica el historial de sus donaciones, alertas, favoritos y adopciones en trámite, ya que les permite hacer un seguimiento de sus propios movimientos y ser conscientes de la ayuda real que están aportando, logrando una mayor conexión con la aplicación.

Oportunidades de mejora futuras detectadas

A pesar de la alta aceptación, las pruebas de usabilidad e interacciones directas con el prototipo permitieron identificar puntos clave para optimizar la plataforma en versiones futuras:

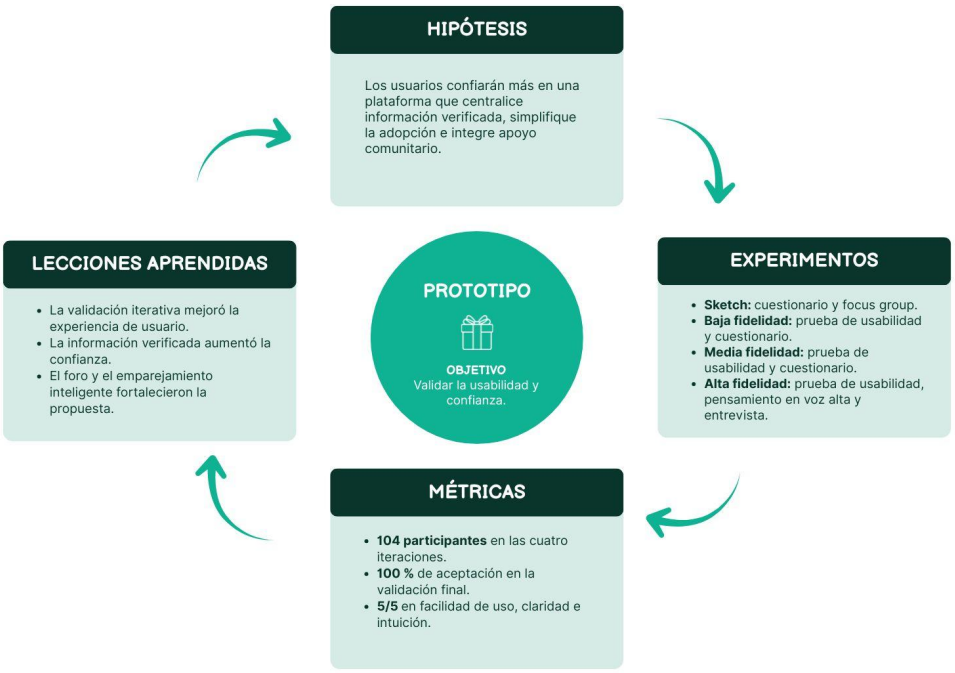
Dinamismo y videos en la landing page: Se recomendó incorporar un video interactivo o cronológico en la sección principal donde aparezcan cachorros o casos reales en albergues, con el fin de generar una conexión emocional inmediata, reduciendo el predominio de fondos planos.

Contraste en el diseño: Los usuarios sugieren potenciar el contraste visual en ciertas secciones de la interfaz para que sea más llamativa y con mayor energía, incrementando el uso de colores en lugar de celdas y fondos neutrales. Esto incluye dar mayor relieve visual a los botones de acción dentro de los test y los bloques de marcas afiliadas.

Ampliación de pasarelas y diversidad: Se propuso expandir el catálogo de opciones de pago rápido dentro de la ventana de donaciones, agregando alternativas adicionales a las tres principales y evaluar a futuro la inclusión de otras especies de animales en el catálogo secundario, respondiendo a demandas puntuales de los usuarios.

Con el propósito de sintetizar el proceso de experimentación desarrollado durante el diseño de Loopet, la siguiente figura resume la hipótesis planteada, los experimentos realizados, las métricas empleadas para evaluar la solución y los principales aprendizajes obtenidos a partir de las sucesivas iteraciones del prototipo.

Figura 33. Experimentación ágil



La figura presenta el ciclo de experimentación desarrollado durante el proceso de diseño de Loopet, integrando las hipótesis planteadas, los experimentos realizados, las métricas obtenidas y los principales aprendizajes. Este proceso permitió validar y fortalecer la propuesta mediante la retroalimentación obtenida en cada iteración.

En conclusión, el prototipo de alta fidelidad de Loopet fue calificado unánimemente con una puntuación de 5/5 en facilidad, claridad e intuición. Los usuarios manifestaron que el diseño final luce completamente profesional, seguro y amigable. Al comparar la plataforma con las alternativas tradicionales como los grupos informales de Facebook o Instagram, el 100% de los entrevistados declaró que preferiría usar Loopet debido a la estructura organizada de la información, el respaldo de albergues verificados y las herramientas tecnológicas integradas, evidenciando una alta aceptación y confirmando la viabilidad de la propuesta.

III. Estimación de costos

Para el cálculo del gasto total del proyecto, se creó un presupuesto inicial fundamentado en las necesidades específicas para la puesta en marcha de Loopet como una plataforma web que promueve la adopción responsable de mascotas en Lima Metropolitana. Las cifras presentadas son estimaciones orientativas basadas en las tarifas actuales del mercado peruano de desarrollo de software y servicios tecnológicos vigentes para el año 2026, expresadas en dólares estadounidenses con un tipo de cambio referencial de 3.75 soles por dólar.

La evaluación financiera integra ocho tablas que detallan el modelo económico: el presupuesto de inversión inicial, el balance de inicio, la proyección de ingresos, el estado de resultados, el flujo de efectivo, los indicadores de viabilidad (VAN y TIR), los ratios de rentabilidad y un análisis de sensibilidad. Estos componentes permiten determinar la viabilidad operativa y el potencial de generación de valor del proyecto.

3.1 Presupuesto

El presupuesto se organizó en cinco bloques lógicos que reflejan el desarrollo del proyecto: investigación y diseño, desarrollo tecnológico, equipamiento, lanzamiento y capital de trabajo. Ninguno de los montos fue asignado al azar, sino que provienen de cotizaciones de mercado actualizadas.

Tabla 2. Presupuesto de inversión inicial de Loopet (USD)

Categoría	Concepto	Total (USD)
A. Investigación y diseño	Investigación de usuario y validación	1,500
	Diseño UX/UI	3,000

	Sistema de diseño	1,000
	Identidad de marca y branding	2,000
	Subtotal A	**7,500**
B. Desarrollo de la plataforma	Desarrollo frontend web	10,000
	Desarrollo backend y base de datos	13,000
	Panel de gestión y analítica de datos	5,000
	Módulo de donaciones	2,500
	Foro comunitario	2,000
	Integración pasarela de pagos (Culqi)	2,000
	Integración verificación RENIAN	2,000
	Integración API WhatsApp Business	1,000
	QA y control de calidad	2,500
	Auditoría de seguridad	2,500
	Subtotal B	**42,500**
C. Equipamiento	Laptops para equipo técnico (3 unidades)	2,400
	Infraestructura y conectividad	1,100
	Subtotal C	**3,500**
D. Gastos de lanzamiento	Campaña de marketing digital	4,200
	Constitución societaria	1,100
	Subtotal D	**5,300**
E. Capital de trabajo	Reserva de liquidez operativa	36,000
	Subtotal E	**36,000**
Total de inversión requerida		94,800

La inversión total requerida para la puesta en marcha de Loopet asciende a USD 94,800. El principal componente del presupuesto corresponde al desarrollo de la plataforma, con una inversión de USD 42,500, debido a que concentra las funcionalidades tecnológicas necesarias para el funcionamiento del servicio, como el desarrollo frontend y backend, la gestión de datos, el módulo de donaciones, el foro comunitario y las integraciones con RENIAN y la pasarela de pagos.

La reserva de liquidez operativa asciende a USD 36,000 y está destinada a respaldar las necesidades operativas durante la etapa inicial del proyecto. Este capital de trabajo permite contar con recursos disponibles para sostener las actividades necesarias durante la puesta en marcha y el proceso inicial de posicionamiento en el mercado.

En conjunto, la estructura presupuestal responde a las características de Loopet como un negocio de base digital, donde la mayor proporción de la inversión se concentra en el desarrollo tecnológico y en los recursos necesarios para garantizar la continuidad de la operación. Al tratarse de una plataforma web, la inversión en activos físicos es limitada y se priorizan los recursos tecnológicos, el desarrollo del software y la disponibilidad de capital para la etapa inicial.

Tabla 3. Balance general de apertura - Mes 0 (USD)

Activo	USD	Pasivo y Patrimonio	USD
Activo corriente		**Pasivo corriente**	
Caja y bancos	36,000	Proveedores	0
Cuentas por cobrar	0	Préstamos a corto plazo	0
Total activo corriente	**36,000**	Total pasivo corriente	0
Activo no corriente		**Pasivo no corriente**	
Equipo de cómputo	3,500	Deudas a largo plazo	0
Intangibles (software y marca)	55,300	**Total pasivo no corriente**	**0**
Total activo no corriente	**58,800**	**Patrimonio**	**USD**
		Capital social	94,800
		Utilidades acumuladas	0
		Total patrimonio	**94,800**
Total activos	**94,800**	**Total pasivo + patrimonio**	**94,800**

El balance de apertura detalla la situación inicial del proyecto. Se observa una concentración mayoritaria de activos en el rubro no corriente, representado por el software y

la marca, lo cual es coherente con el modelo de negocio digital. Al no requerir activos físicos de gran escala, el valor reside principalmente en la propiedad intelectual y el desarrollo tecnológico.

En cuanto a los activos corrientes, se dispone de la reserva de liquidez necesaria para el arranque. Es importante destacar la ausencia total de pasivos en el mes cero, debido a un modelo de financiamiento enfocado en inversión externa o capital semilla, lo que permite una mayor flexibilidad operativa en la etapa temprana.

Tabla 4. Proyección de ingresos anuales por fuente – Años 1 al 5 (USD)

Fuente de ingreso	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Auspicios de marcas	22,000	45,000	75,000	110,000	140,000
Espacios publicitarios	12,000	25,000	48,000	75,000	90,000
Club Loopet – Plan S/ 30	10,560	37,920	72,000	134,400	180,000
Club Loopet – Plan S/ 50	8,480	32,000	68,000	114,880	150,000
Club Loopet – Plan S/ 80	4,608	21,760	56,832	107,520	140,000
Tasas de registro RENIAN	3,000	6,000	10,800	16,800	22,800
Total ingresos	**60,648**	**167,680**	**330,632**	**558,600**	**722,800**

El sustento de las proyecciones radica en un modelo de monetización de tres vías, cuyas estimaciones crecen año a año. La primera línea corresponde a los auspicios y la publicidad. Durante el primer año, conocido como fase de introducción, se tiene previsto concretar alianzas con dos marcas importantes, cada una aportando 11,000 dólares anuales. A esto se suma la venta trimestral de espacios publicitarios, calculada en cuatro banners para pet shops a 750 dólares cada uno. A medida que la plataforma gane reconocimiento nacional, esta fuente de ingresos aumentará, proyectándose un alza del 27% en las tarifas base para el quinto año gracias a la alta demanda.

La segunda fuente son las membresías del Club Loopet. Los ingresos proyectados nacen de multiplicar la cantidad de usuarios recurrentes estimados por el precio de los tres planes vigentes (básico de 30 soles, estándar de 50 soles y premium de 80 soles), pasando luego esas cifras a dólares. En el año 1, la estimación de captación es de 110, 53 y 18 usuarios por plan respectivamente. Con la consolidación y posterior expansión a otras provincias, la base de suscriptores para el quinto año escalaría a 1875 usuarios en el plan básico, 937 en el estándar y 546 en la categoría premium.

El último ingreso proviene de la gestión de registros formales en RENIAN. Para no sobreestimar ingresos, se adoptó una postura conservadora: se calcula que solo el 60% de las personas que adopten mediante la plataforma pagarán la tarifa de 20 dólares por realizar este trámite. Así, de las 250 adopciones proyectadas para el primer año, 150 generarían ingresos por este concepto. Es importante resaltar que, a partir del tercer año, los ingresos fijos por suscripciones terminarían desplazando a la publicidad como principal motor económico, dando mayor estabilidad a la empresa.

Tabla 5. Estado de ganancias y pérdidas proyectado - Años 1 al 5 (USD)

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas netas	**60,648**	**167,680**	**330,632**	**558,600**	**722,800**
(−) Costo de ventas RENIAN	1,260	2,520	6,480	10,080	13,000
(−) Costo de ventas pasarelas	2,998	6,580	7,200	9,800	12,000
(=) Utilidad bruta	**56,390**	**158,580**	**316,952**	**538,720**	**697,800**
(−) Planilla fija	48,000	88,000	145,000	215,000	260,000
(−) Licencias e IA	8,644	15,000	25,000	35,000	45,000
(−) WhatsApp API	1,260	3,000	4,500	6,000	8,000
(−) Verificadores por caso	700	2,500	5,000	8,000	12,000
(−) Publicidad y marketing digital	20,000	40,000	70,000	95,000	110,000

(=) Utilidad operativa (EBITDA)	**-22,214**	**10,080**	**67,452**	**179,720**	**262,800**
(−) Gastos de oficina	8,232	15,000	18,000	20,000	25,000
(=) Utilidad antes de impuestos	**-30,446**	**-4,920**	**49,452**	**159,720**	**237,800**
(−) Impuesto a la renta (29.5%)	0	0	14,588	47,117	70,151
(=) Utilidad neta	**-30,446**	**-4,920**	**34,864**	**112,603**	**167,649**

Al construir el estado de ganancias y pérdidas, se realizó una separación de los costos operativos para medir la rentabilidad real. En la parte superior figuran los costos de ventas, que tienen un comportamiento netamente variable, pues dependen de cuántas transacciones se procesen. Dentro de este grupo se encuentra el pago exigido por RENIAN por cada registro de microchip, así como las comisiones descontadas por la pasarela de pagos al momento de la suscripción. Restando estas salidas al volumen de ingresos, se llega a la utilidad bruta.

Posteriormente, el estado financiero detalla los gastos operativos proyectados para cada año. Dentro de ellos se consideran costos fijos estructurales, como la planilla del equipo, las licencias de software, WhatsApp API y los gastos de oficina; costos variables, como las tasas asociadas a RENIAN, las comisiones de pasarelas de pago y los verificadores por caso; y el presupuesto de publicidad y marketing digital, destinado principalmente a impulsar el crecimiento y adquisición de usuarios. Durante el primer y segundo año, el conjunto de estos gastos supera los ingresos generados, produciendo resultados netos negativos propios de una etapa inicial de lanzamiento y crecimiento de una plataforma digital. Sin embargo, las proyecciones indican que para el tercer año los ingresos superan el punto de equilibrio operativo estructural y el proyecto comienza a generar una utilidad neta positiva. De mantenerse esta evolución, el quinto año cerraría con una utilidad neta de USD 167,649, monto que ya incorpora la respectiva deducción tributaria.

Tabla 6. Flujo de caja proyectado – Años 0 al 5 (USD)

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) Ingresos por operación	0	60,648	167,680	330,632	558,600	722,800
(−) Egresos operativos y fijos	0	91,094	172,600	295,768	445,997	555,151
(−) Inversión inicial	-94,800	0	0	0	0	0
(=) Flujo neto de efectivo	**-94,800**	**-30,446**	**-4,920**	**34,864**	**112,603**	**167,649**

El análisis del flujo de caja proyectado permite rastrear cómo se moverá el dinero a lo largo del tiempo. Las cifras confirman que Loopet recién empezará a acumular liquidez positiva en su tercer año de actividad. Toda la inversión fuerte se desembolsa en el año cero, antes de salir al mercado. En cuanto a los flujos negativos que arrojan los años 1 y 2, estos no representan un riesgo operativo, dado que serán cubiertos con total normalidad utilizando la reserva de liquidez que se apartó estratégicamente en el presupuesto inicial.

Tabla 7. Indicadores de viabilidad financiera

Indicador	Valor
Tasa de descuento (WACC)	15.00%
VAN (al 15%)	**USD 45,660.85**
TIR	**24.14%**

La revisión de los indicadores financieros confirma que la ejecución del proyecto tiene sentido comercial. El Valor Actual Neto arroja un resultado positivo de 45,660.85 dólares. Este dato se obtuvo trayendo todos los flujos futuros al valor del dinero presente, lo que demuestra que la inversión inicial no solo se recupera, sino que deja un excedente. Por su parte, la Tasa Interna de Retorno alcanza el 24.14%, una cifra que logra superar el 15% exigido como costo de oportunidad para validar la inversión.

Tabla 8. Ratios de rentabilidad y punto de equilibrio – Año 3

Indicador	Resultado
Margen neto	10.54%
Margen EBITDA	20.40%
ROI Año 3	36.78%
ROI Año 5	176.84%
Punto de equilibrio operativo estructural	1,195 usuarios equivalentes
Punto de equilibrio operativo estructural (ingresos)	USD 204,027
Meta proyectada - Año 3	**1,937 unidades de actividad**

El punto de equilibrio operativo estructural representa el nivel de actividad necesario para que la plataforma cubra sus costos variables y los costos fijos indispensables para mantener su operación, sin considerar el presupuesto destinado a publicidad y marketing de crecimiento. Para el Año 3, los costos fijos estructurales ascienden a USD 192,500 y están conformados por la planilla fija (USD 145,000), licencias e inteligencia artificial (USD 25,000), WhatsApp API (USD 4,500) y gastos de oficina (USD 18,000).

Por su parte, los costos variables del Año 3 ascienden a USD 18,680 e incluyen los costos asociados al registro RENIAN (USD 6,480), las comisiones de pasarelas y soporte (USD 7,200) y los verificadores por caso (USD 5,000), debido a que estos últimos varían según el volumen de verificaciones y adopciones gestionadas. A partir de estos valores, el proyecto alcanza su punto de equilibrio operativo estructural con aproximadamente 1,195 usuarios equivalentes anuales, lo que representa una facturación cercana a USD 204,027. Dado que la meta proyectada para el tercer año es de 1,937 unidades de actividad, el proyecto presenta un margen de seguridad aproximado de 38.29%. El presupuesto de publicidad y

marketing del Año 3, ascendente a USD 70,000, no forma parte de este cálculo por tratarse de un presupuesto comercial orientado al crecimiento; sin embargo, permanece incluido en el Estado de Resultados, los flujos de caja y los indicadores de rentabilidad del proyecto.

La salud financiera del proyecto se corrobora mediante tres indicadores clave. En primer lugar, el Valor Actual Neto positivo de USD 45,660.85 confirma que el proyecto no solo recupera la inversión inicial de USD 94,800, sino que genera valor adicional por encima de la tasa de descuento exigida del 15%. En segundo lugar, se obtuvo una Tasa Interna de Retorno del 24.14%, superando la rentabilidad mínima esperada y posicionando al proyecto como una alternativa atractiva. Finalmente, el retorno de inversión para el tercer año es del 36.78% y para el quinto año asciende al 176.84%. Este crecimiento refleja la escalabilidad del modelo, ya que, al mantener una estructura de costos controlada, el aumento de la actividad de la plataforma contribuye al incremento de la utilidad neta. Asimismo, el margen EBITDA del 20.40% evidencia una adecuada capacidad de generación operativa y refuerza el potencial de expansión.

Tabla 9. Análisis de sensibilidad por escenarios - Año 5 (USD)

Concepto	Escenario pesimista (−10%)	Escenario base	Escenario optimista (+10%)
Ventas totales	**650,520**	**722,800**	**795,080**
(−) Costos variables	33,300	37,000	40,700
(−) Gastos operativos presupuestados	448,000	448,000	448,000
(=) Utilidad antes de impuestos	**169,220**	**237,800**	**306,380**
(−) Impuesto a la renta (29.5%)	49,920	70,151	90,382
(=) Utilidad neta	**119,300**	**167,649**	**215,998**
VAN (15%)	**-30,875**	**45,661**	**119,812**

TIR	**8.17%**	**24.14%**	**37.16%**

Como último paso en el estudio de viabilidad, se elaboró un análisis de sensibilidad para simular el comportamiento del proyecto en su quinto año frente a posibles alteraciones del mercado. La prueba consistió en ajustar las ventas un 10 % tanto al alza como a la baja sin modificar los gastos operativos presupuestados.

En el escenario pesimista, que proyecta una caída del 10% en los ingresos, el Valor Actual Neto se torna negativo, alcanzando -USD 30,874.69, mientras que la Tasa Interna de Retorno disminuye a 8.17%. Esta alerta subraya que la supervivencia del negocio depende directamente de retener a los clientes, por lo que las estrategias de fidelización para adoptantes y marcas deben ser una prioridad operativa desde el inicio.

El escenario base, por el contrario, ratifica la viabilidad y salud del negocio, alcanzando un VAN de USD 45,660.85 y una TIR de 24.14%. Finalmente, el escenario optimista revela el gran potencial de escalabilidad del proyecto: al lograr apenas un 10% más en ventas, el VAN asciende a USD 119,812.29 y la TIR a 37.16%. Esto reafirma la ventaja de una plataforma digital frente a negocios tradicionales, donde los ingresos adicionales sobre costos estables impactan con fuerza en el beneficio neto.

IV. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

Desde el inicio del proyecto, se ha podido confirmar que la mayor dificultad para la adopción de mascotas en Lima Metropolitana se encuentra en la falta de interés por parte de los ciudadanos, sino en la desconfianza provocada por la falta de formalidad y la

dispersión de información dentro del proceso actual. Esta afirmación se apoya en los hallazgos de la encuesta en línea, donde el 44.9% de los participantes señaló tener solo algo de confianza en los refugios y el 39.1% mantuvo una posición neutral, mientras que un 94.9% considera importante o muy importante que el proceso sea seguro, confiable y transparente.

Luego de realizar el análisis, se concluye que una plataforma digital especializada, destinada a reunir información válida y a certificar a los refugios involucrados, se presenta como una solución efectiva y adecuada para esta situación. El proceso continuo de prototipado ayudó a identificar los obstáculos del proceso actual y a resolverlos progresivamente, fundamentando cada elección de diseño en pruebas directas de los usuarios. Como resultado, el prototipo de alta fidelidad recibió una calificación perfecta de 5 sobre 5 en cuanto a facilidad de uso, claridad e intuición por parte de todos los participantes en la validación final, quienes también expresaron que preferirían usar Loopet en lugar de las opciones informales actuales.

Dado lo anterior, se lograron los tres objetivos específicos del proyecto. Se reconocieron las principales barreras enfrentadas por los adoptantes potenciales, se creó un prototipo que concentra la información de mascotas disponibles con respaldo médico y legal, y se validó una sólida percepción de confianza y disposición hacia la adopción entre los usuarios que participaron en la evaluación. Por otra parte, el análisis financiero indica que el proyecto alcanzará su punto de equilibrio operativo estructural con aproximadamente 1,195 usuarios equivalentes anuales, generando un Valor Actual Neto positivo de USD 45,660.85, junto con una Tasa Interna de Retorno del 24.14%, que supera el costo de oportunidad establecido del 15%.

En resumen, Loopet demuestra que es factible convertir un proceso fragmentado e informal en una experiencia digital estructurada, confiable y sostenible, con un impacto directo en la tasa de adopción responsable en Lima Metropolitana.

4.2 Recomendaciones

Como medidas siguientes para hacer realidad el proyecto, se aconseja comenzar con el desarrollo técnico de una primera versión piloto (MVP), enfocándose en las características que recibieron mayor aprobación durante la fase de validación, tales como el listado de mascotas con perfiles comprobados y la conexión con RENIAN. Adicionalmente, se propone buscar financiación a través de fondos semilla, incubadoras de innovación o colaboraciones estratégicas que ayuden a cubrir la inversión inicial aproximada de US $94,800, asegurando la implementación de la plataforma.

Para garantizar el monitoreo y seguimiento del proyecto, se sugiere establecer un tablero de indicadores que permita evaluar de manera periódica el rendimiento de la plataforma. Algunos de los indicadores clave incluyen el número de adopciones exitosas, la tasa de retención de usuarios donantes del Club Loopet, la interacción en el foro comunitario y la cantidad de refugios afiliados. El análisis constante de esta información posibilitará detectar áreas de mejora, optimizar las tácticas de comunicación y tomar decisiones informadas basadas en el comportamiento de los usuarios.

Respecto a la escalabilidad, una vez que el funcionamiento de la plataforma esté consolidado en Lima Metropolitana, se sugiere una expansión gradual del servicio hacia otras áreas del país que presenten necesidades similares en relación a la adopción responsable. Para ello, será indispensable fortalecer la infraestructura tecnológica,

aumentar la capacidad de los servicios en la nube y establecer nuevas colaboraciones con refugios, clínicas veterinarias y organizaciones dedicadas al bienestar animal, asegurando que el modelo permanezca sostenible a medida que crezca la cantidad de usuarios.

V. Referencias bibliográficas

Aguirre Campos, M. L., & León Rocha, J. B. (2017). *Seguro para mascotas en Lima Metropolitana, Perú.* [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC. http://hdl.handle.net/10757/622763

Arias Pareja, A. P., Camino Durango, G., & Flórez Peláez, M. Á. (2024). Aplicación de la ingeniería de sistemas en la búsqueda y adopción de mascotas: una revisión de literatura. Cuaderno Activa, 16, 63-77. https://ojs.tdea.edu.co/index.php/cuadernoactiva/article/view/1560/2030

Atachagua Reyes, N. B., & Ramos Mayorga, E. F. Y. (2025). *Implementación de un aplicativo web para la mejora del proceso de adopción de mascotas en la asociación "Patitas abandonadas".* [Tesis de licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio USIL. https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/58daae31-b305-4299-8837-10ff790c3dd7

Briceño, M. (2024). *Más de 7 millones de perros y gatos abandonados y la oportunidad de volver a casa.* Convoca.

https://convoca.pe/convive/mas-de-7-millones-de-perros-y-gatos-abandonados-y-la-oportunidad-de-volver-casa

Cáceda, S., León, D., & Falcón, N. (2021). *La problemática de los canes vagabundos y los planes de control a nivel de gobiernos locales en Lima - Perú*. Revista De Investigaciones Veterinarias Del Perú, 32(3), e20393. https://doi.org/10.15381/rivep.v32i3.20393

Carroll, G. A., Reeve, C., & Torjussen, A. (2024). *Companion animal adoption and relinquishment during the COVID-19 pandemic: The experiences of animal rescue staff and volunteers.* Animal Welfare, 33, e12. https://doi.org/10.1017/awf.2024.15

Ccahuin, S. (2023). *Tenencia responsable de mascotas*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/674202

Cortez Parra, A., & Ocares Hermosa, C. B. (2020). *Mejorar el proceso de adopción en las mascotas de los albergues de Lima mediante una aplicación web.* [Tesis de título profesional, Universidad Ricardo Palma]. Repositorio Institucional URP. https://repositorio.urp.edu.pe/handle/20.500.12705/2397

Decreto Supremo que aprueba el Reglamento de la Ley N.° 31311, Ley que prioriza la esterilización de perros y gatos como componente de la política nacional de salud pública. (2023). *Diario Oficial El Peruano.* https://busquedas.elperuano.pe/dispositivo/NL/2207971-7

Del Rincón García, M. (2021). *Desarrollo de un sistema de información para la gestión de una academia de formación.* [Trabajo de Fin de Grado, Universidad Politécnica de

Madrid]. Archivo Digital UPM. https://oa.upm.es/71163/1/TFG_MARIO_DEL_RINCON_GARCIA.pdf

Díaz Sánchez, N., & Restrepo Cataño, J. A. (2024). *Desarrollo de una aplicación web para el fomento de la adopción responsable y mejora del bienestar animal en Medellín.* [Trabajo de grado, Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria]. Repositorio Institucional. https://dspace.tdea.edu.co/server/api/core/bitstreams/f756931c-24e2-4e2d-b9d2-d2e8bb1f13e3/content

Fundación IO. (2023, octubre 24). *Rabia y perros callejeros en Perú.* https://fundacionio.com/rabia-y-perros-callejeros-en-peru/

Giraldo Plaza, M. F., & Valencia Morales, C. Y. (2021). *Predicción de la velocidad de adopción de perros y gatos a partir de modelos clásicos de machine learning y deep learning con imágenes y textos.* [Monografía de especialización, Universidad de Antioquia]. Biblioteca Digital UdeA. https://bibliotecadigital.udea.edu.co/handle/10495/24430

Hidalgo Jácome, J. P., & Usiña Follaran, A. I. (2025). *Sistema web de gestión para adopción y recuperación de mascotas extraviadas para la Fundación Fauna Urbana Ibarra.* [Trabajo de integración curricular, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/66dbe117-0533-49d6-beed-01f8ea2b407e/content

Infobae Perú. (2024, agosto 8). *Día del gato: ¿los hogares peruanos tienen felinos por adopción, regalo o compra?*

https://www.infobae.com/peru/2024/08/08/dia-del-gato-los-hogares-peruanos-tienen-felinos-por-adopcion-regalo-o-compra/

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2025, 17 de enero). *Lima supera los 10 millones 400 mil habitantes*. Plataforma del Estado Peruano. https://www.gob.pe/institucion/inei/noticias/1092367-lima-supera-los-10-millones-400-mil-habitantes

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2025, enero 18). *INEI: ¿Cuántos habitantes tiene Lima en su 490 aniversario de fundación?* Agencia Andina. https://andina.pe/agencia/noticia-inei-cuantos-habitantes-tiene-lima-su-490-aniversario-fundacion-1015318.aspx

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2026, marzo). *Estadísticas de las tecnologías de información y comunicación en los hogares: IV Trimestre 2025* (Informe Técnico N.° 01). https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin-tic-oct_dic2025.pdf

Ipsos Perú. (2023). *Entre patas*. https://www.ipsos.com/es-pe/entre-patas

Jagtap, Y. D. (2025). *Shelter Soul: Bridging Shelters and Adopters Through Technology.* arXiv. https://arxiv.org/abs/2506.12739

Lapo-Bonilla, A., Zambrano-Estrella, N., Amón-Loor, N., & González-Puetate, I. (2025). Bienestar animal y tenencia responsable de mascotas: un enfoque integral para la convivencia humano–animal en Ecuador. Pentaciencias, 7(4), 157-164. https://www.editorialalema.org/index.php/pentaciencias/article/view/1572/2073

Luján-Quezada, M. R., Cabrera-Hilario, W. J., & Cieza-Mostacero, S. E. (2023). *Aplicación Móvil Multiplataforma para Mejorar el Proceso de Adopción de Animales Sin Hogar: Un Estudio de Caso en la Asociación Arca Trujillo-Perú.* https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9993078

Pata, P., Benites, L., Cuenca, Ch., Nazareno, I., & Sacón, H. (2024). *Mejorando el bienestar animal y promoviendo la sostenibilidad a través de la tecnología: desarrollo de una aplicación móvil para la adopción de mascotas.* Revista Gnerando, 5(1). https://revista.gnerando.org/revista/index.php/RCMG/article/view/220/203

Roca Rey, A. V. (2020). *Aporte de las plataformas digitales de adopción de mascotas en la decisión final del consumidor* [Trabajo de investigación de bachillerato, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/653890/Roca_RA.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Varelas Lozano, M. C., & Castro Bedoya, K. J. (2025). *Desarrollo de un sistema web para la gestión de información de la fundación adopta Club Púrpura de la ciudad de dosquebradas (Rescata por amor)*. [Trabajo de Grado, Universidad Católica de Pereira]. Repositorio Institucional UCP. https://repositorio.ucp.edu.co/server/api/core/bitstreams/0629d4b5-073b-4c3a-a1e3-6d4b2d331fd7/content

Vilaña Tipán, M. S. (2025). *Desarrollo de un aplicativo web y móvil de apoyo a la administración del Club de Bienestar Animal de la EPN: Aplicación web de control y seguimiento de adopciones (Front End).* [Trabajo de Integración Curricular, Escuela

Politécnica Nacional]. Repositorio Digital EPN. https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/26497/1/CD%2014994.pdf

VI. Anexos

6.1 Anexo 1 - Hallazgos previos de la percepción del usuario

6.1.1 Guión del focus group

1) Bienvenida e introducción

Hola, buenas tardes, mi nombre es Duanet y seré la moderadora. Antes que nada, quiero agradecerles por su tiempo para participar.

Somos alumnos del curso Taller de Desarrollo de Producto en la carrera de Marketing Estratégico e Innovación de la Escuela Superior Toulouse Lautrec , y el propósito de esta reunión es obtener sus opiniones para nuestro proyecto. Les aseguro que todo lo que compartan será confidencial y la información se usará únicamente con fines académicos.

Para analizar los detalles, grabaremos la sesión solo para uso interno. ¿Están de acuerdo con la grabación? (Esperamos respuestas y damos inicio con la grabación si todos aceptan)

Perfecto, la idea es que esta sea una conversación relajada, que puedan opinar con total

libertad. No hay respuestas buenas ni malas, lo que más nos interesa es escuchar sus experiencias y percepciones. ¿Listos? Empecemos.

2) Icebreaker

Para empezar, me gustaría que cada uno se presente: díganme su nombre, a qué se dedican y algo que les guste mucho en su día a día o que les haya ocurrido hoy antes de venir. (Después de que todos hablen, se puede añadir algo ligero)

Genial. Quisiera saber si ¿Tienen alguna mascota actualmente?

Si no, ¿les gustaría tener una? ¿Cuál sería?

(Si es necesario, hacer preguntas cortas de seguimiento, como '¿qué nombre tiene tu mascota?', '¿cómo llegó a ti?')

3) Exploración principal

Ahora vamos a conversar sobre algunos temas más relacionados al proyecto.Quiero escuchar sus opiniones en torno al proceso de adopción de mascotas y cómo lo imaginan.

Preguntas guía:

¿Qué ideas, sentimientos o experiencias les vienen cuando piensan en adoptar una

mascota?

¿Han vivido de cerca un proceso de adopción, propio o de alguien cercano? ¿Cómo fue?

Si ustedes quisieran adoptar, ¿qué canal usarían? (redes sociales, conocidos, refugios, páginas web, apps, etc.)

Imaginen una página web para adoptar. ¿Qué características sí o sí debería tener para que ustedes la usen?

¿Qué aspecto te impide o te hace desconfiar de una adopción por medio de una página web?

Cuando piensan en una página confiable y cálida sobre adopción, ¿qué colores, estilos o elementos visuales se imaginan?

4) Presentación del proyecto y profundización

Gracias por sus comentarios. Ahora quiero contarles un poco más sobre nuestro proyecto para que entiendan mejor de qué se trata.

El proyecto se llama Loopet. Es una plataforma web que conecta de forma segura a personas que quieren adoptar con refugios de animales que han sido previamente

verificados. Además de la adopción, la página tiene un foro comunitario donde la gente puede publicar si perdió o encontró una mascota, y también un botón de donaciones, que ofrece beneficios y descuentos en productos para las mascotas de las personas que donaron.

5) Cierre

Antes de culminar la sesión, ¿hay algo que quieran agregar o que no hayamos tocado y que para ustedes sea importante? (Dar espacio a comentarios finales)

Perfecto, muchas gracias a todos por su tiempo y por compartir sus opiniones con tanta sinceridad. Todo lo que dijeron hoy nos va a ayudar un montón a mejorar el proyecto.

Recuerden que esta información se usará únicamente con fines académicos para nuestro curso.

De parte de todo el equipo, les agradecemos nuevamente y que tengan un excelente día

Preguntas de profundización

Después de escuchar esto, ¿qué opinan en general de la idea?

¿Lo usarían? ¿Por qué sí o por qué no?

¿Qué es lo que más les atrae de la propuesta?

Ahora que conocen Loopet, ¿creen que funcionaría mejor como una página web o como una aplicación móvil para su celular? ¿Por qué?

¿Qué dudas o desconfianzas les generaría?

¿Qué funcionalidades extra creen que deberíamos incluir para que sea realmente útil para ustedes?

6.1.2 Guión de entrevista a profundidad

1) Introducción

Hola, buenas noches. Mi nombre es Giamil y voy a estar a cargo de esta entrevista. Antes que nada, quiero agradecerte por darte el tiempo de conversar conmigo hoy.

El propósito de esta entrevista es conocer tus opiniones y experiencias sobre un proyecto en el que estamos trabajando. Somos alumnos del curso Taller de Desarrollo de Producto en la carrera de Marketing Estratégico e Innovación de la Escuela Superior Toulouse Lautrec, y toda la información que recojamos será usada únicamente con fines académicos.

Quiero aclarar también que lo que compartas aquí será confidencial, no se asociará a tu

nombre y solamente lo revisará nuestro equipo y nuestro profesor. Además, esta entrevista será grabada únicamente para poder repasar los detalles más adelante, pero no saldrá de nuestro grupo de trabajo.

¿Estás de acuerdo con que grabemos la sesión?

(Esperar respuesta y activar grabación si acepta)

Perfecto, la idea es que esta sea una conversación relajada. No hay respuestas correctas ni incorrectas; lo que más nos interesa es escuchar tu perspectiva y tus experiencias.

¿Listo? Empezamos.

2) Icebreaker

Para comenzar, me gustaría conocerte un poco más:

¿Podrías contarme acerca de ti, cómo te llamas?

¿A qué te dedicas actualmente?

¿Cómo es un día típico para ti?

Por cierto, ¿eres de los que tienen o han tenido mascotas, o todavía no te animas?

3) Exploración principal

Ahora sí, pasemos al tema central.

Preguntas amplias

¿Qué es lo primero que piensas cuando escuchas el término adopción de mascotas?

¿Has tenido alguna experiencia cercana con adopciones, tuyas o de alguien que conozcas?

¿Cómo fue?

En tu opinión, ¿qué es lo más importante en un proceso de adopción para que se sienta seguro y confiable?

¿Qué dificultades o problemas crees que existen hoy en día para quienes quieren adoptar una mascota?

Preguntas de profundización

¿Por qué piensas eso?

¿Qué fue lo que más te gustó / molestó / sorprendió en esa experiencia?

¿Cómo te sentiste en ese momento?

Si pudieras mejorar el proceso actual, ¿qué cambiarías?

4) Presentación del proyecto y profundización

Quiero contarte un poco de nuestro proyecto para escuchar tu opinión.

Se llama Loopet y es una plataforma web que conecta refugios de animales verificados con personas interesadas en adoptar. Todo el proceso es oficial y legal, incluso con el trámite de registro en RENIAN ya incluido, lo que asegura que la mascota tenga sus documentos en regla.

Además, Loopet cuenta con un foro comunitario donde las personas pueden publicar si perdieron o encontraron una mascota, y un espacio de donaciones que da acceso a un club con descuentos y beneficios en productos y servicios para mascotas.

Me gustaría saber qué opinas sobre esto:

Qué te parece en general la idea?

Si estuviera disponible, ¿la usarías? ¿Por qué sí o por qué no?

¿Qué parte de la propuesta te resulta más interesante o atractiva?

¿Qué dudas o desconfianzas te genera?

Pensando en una plataforma como Loopet, ¿qué formato te sería más cómodo usar: una página web o una aplicación móvil? ¿Por qué?

¿Qué funcionalidad adicional te gustaría que tuviera Loopet?

(Si hay mostrar un prototipo visual y recoger impresiones sobre el diseño, los colores y la facilidad de uso.)

5) Cierre

Para ir cerrando, quisiera preguntarte

¿Hay algo más que quieras agregar o que no hayamos tocado y que para ti sea importante?

(Esperar respuesta)

Perfecto. Muchísimas gracias por tu tiempo y por compartir tu experiencia y opiniones.

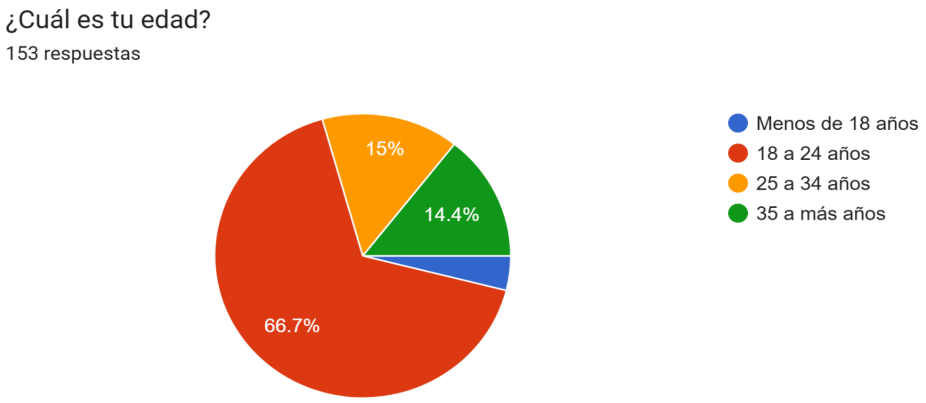
Todo lo que nos has contado es muy valioso para el proyecto y recuerda que se usará

únicamente con fines académicos para nuestro curso Taller de Desarrollo de Producto.

De parte de todo el equipo, gracias nuevamente. Ahora te vamos a entregar el incentivo

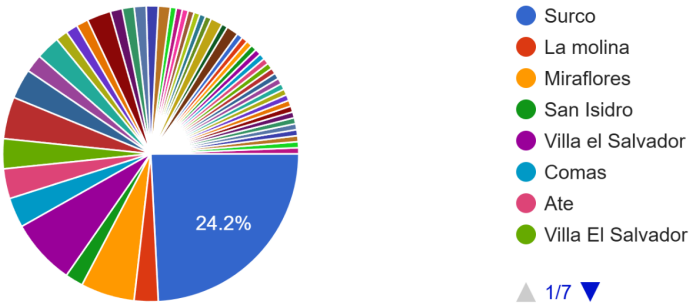
que habíamos mencionado. ¡Ha sido un gusto conversar contigo!

6.1.3 Cuestionario Online



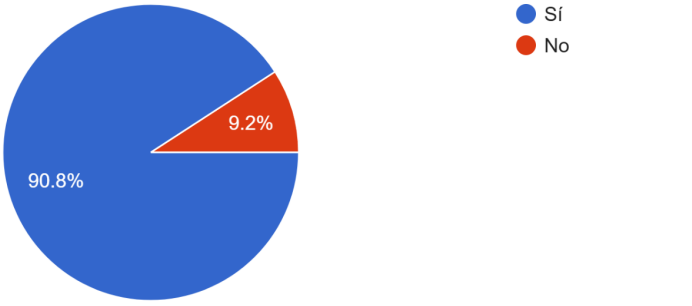
¿De qué distrito eres?

153 respuestas



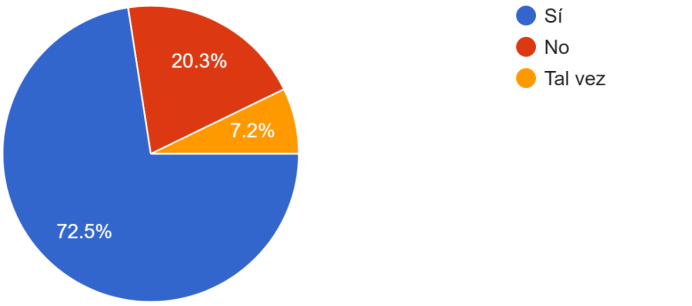
¿Actualmente tienes o has tenido una mascota?

153 respuestas

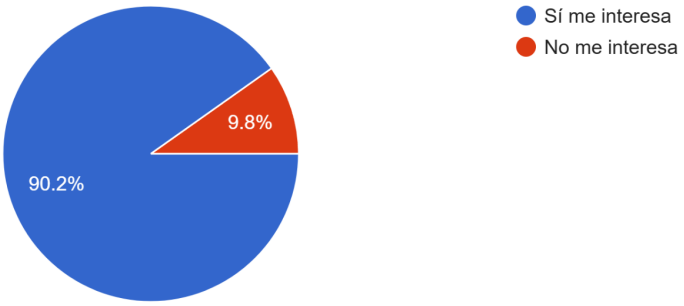


¿Alguna vez adoptaste o intentaste adoptar una mascota?

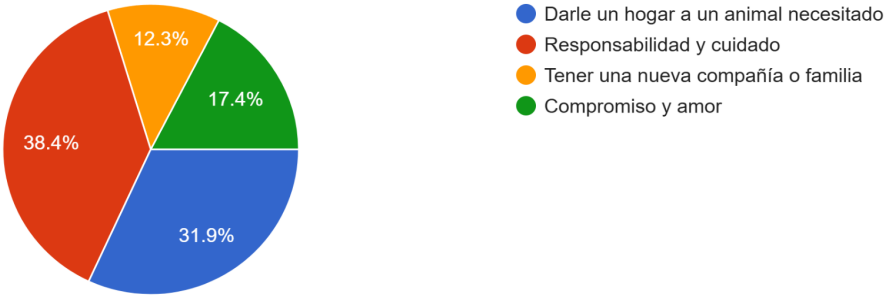
153 respuestas



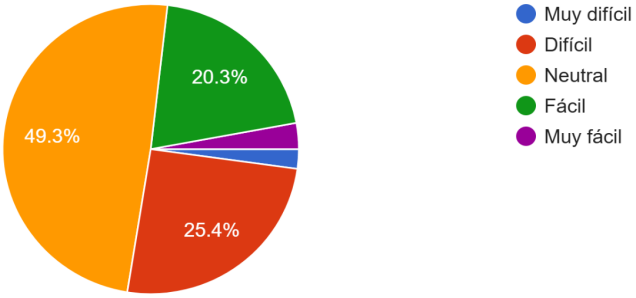
¿Te interesa la adopción de mascotas y/o apoyar la búsqueda de animales perdidos?
153 respuestas



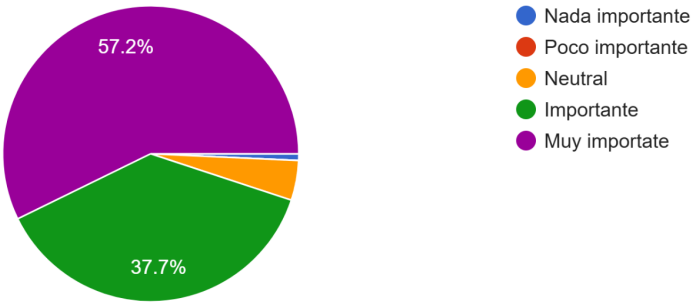
Cuando piensas en la adopción de mascotas, ¿qué es lo primero que se te viene a la mente?
138 respuestas



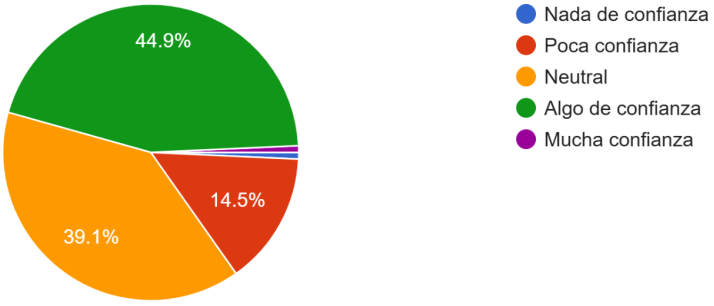
En tu experiencia o percepción, ¿qué tan fácil consideras que es actualmente adoptar una mascota en tu ciudad?
138 respuestas



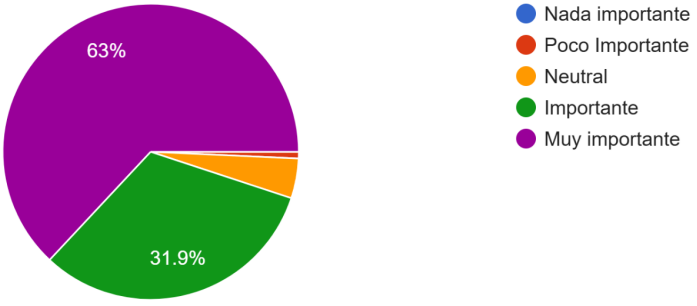
¿Qué tan importante consideras el uso de redes sociales para promover la adopción de mascotas?
138 respuestas



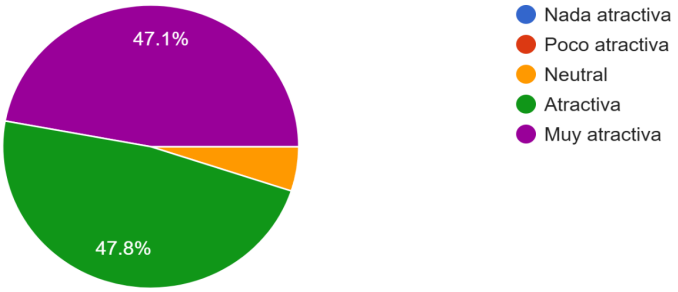
¿Qué nivel de confianza te generan los refugios de animales en general?
138 respuestas



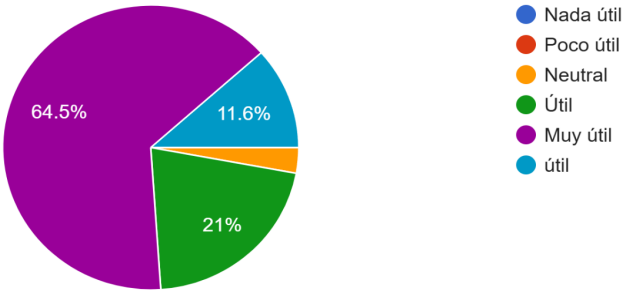
¿Qué tan importante consideras que sea un proceso de adopción seguro, confiable y transparente?
138 respuestas



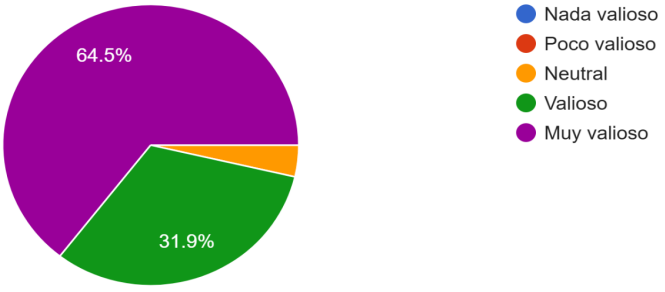
¿Qué tan atractiva te resulta la idea de una plataforma como Loopet?
138 respuestas



¿Qué tan útil te parece que la plataforma incluya directamente todos los trámites legales del proceso de adopción?
138 respuestas

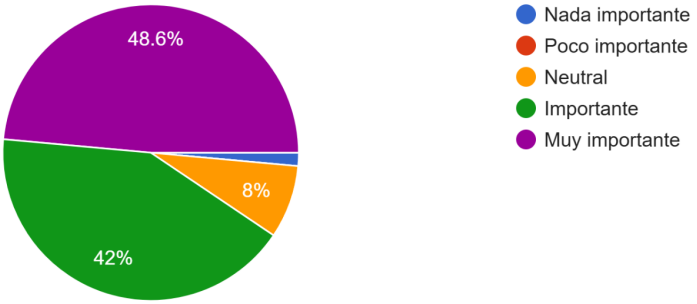


¿Qué tan importante te parece que la plataforma incluya un foro donde las personas puedan ayudar a encontrar mascotas perdidas o reportar las que hayan encontrado?
138 respuestas



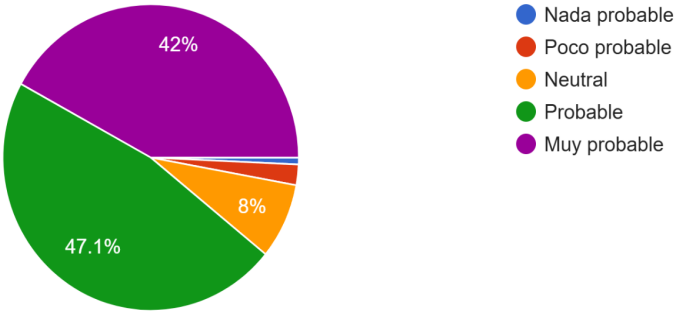
¿Qué tan importante te parece el beneficio de descuentos en productos/servicios para mascotas al realizar una donación?

138 respuestas



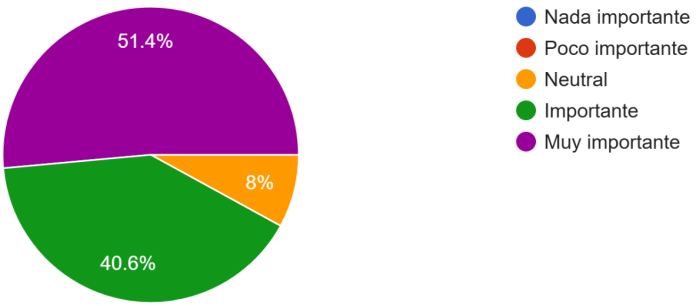
Si Loopet existiera hoy, ¿qué tan probable sería que la uses?

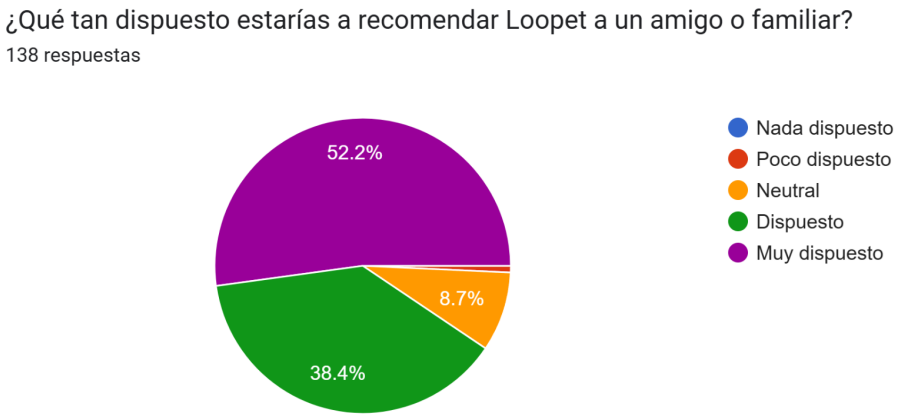
138 respuestas



¿Qué tan importante consideras que es tener una comunidad en Loopet?

138 respuestas





6.2 Anexo 2 - Evidencias del Experimento 1

Link de entrevista

https://drive.google.com/file/d/1pX96FcSH-r46Dabh0QK_6A2xxTL_u3G-/view?usp=sharing

Guión de Entrevista de Validación del Sketch

Hola, buenas tardes. Mi nombre es Alondra Mego y seré la moderadora de esta sesión. Antes que nada, muchas gracias por participar y brindarnos parte de su tiempo.
Somos estudiantes de la carrera de Marketing Estratégico e Innovación de la Escuela Superior Toulouse Lautrec y actualmente estamos desarrollando un proyecto académico relacionado con la adopción responsable de mascotas. El objetivo de esta entrevista es conocer sus opiniones sobre una propuesta visual de plataforma digital orientada a mejorar el proceso de adopción de mascotas en Lima Metropolitana.
Toda la información compartida será utilizada únicamente con fines académicos y de manera confidencial.

Asimismo, la sesión será grabada únicamente para facilitar el análisis posterior de las respuestas. ¿Están de acuerdo con ello?

(Esperar confirmación)

Perfecto. La idea es que esta sea una conversación abierta y relajada. No existen respuestas correctas o incorrectas; lo importante es conocer sus opiniones sinceras sobre la propuesta.

Para comenzar, me gustaría que cada uno se presente brevemente: su nombre, a qué se dedica y si actualmente tiene alguna mascota o le gustaría adoptar una en algún momento.

Primera observación del sketch

(Mostrar el sketch sin explicación)

Ahora les mostraremos una primera propuesta visual de una plataforma digital. En esta primera parte no les explicaremos todavía las funciones; queremos conocer primero qué entienden únicamente observando la estructura

Preguntas iniciales

1. Al observar estas pantallas, ¿qué creen que se puede hacer dentro de esta plataforma?
2. ¿Qué pantalla o sección les llama más la atención a primera vista?
3. ¿Hubo alguna pantalla o sección que les resultara confusa o difícil de entender?
4. Viendo únicamente esta propuesta visual, ¿sienten que ofrece algo diferente a buscar mascotas mediante redes sociales? ¿Por qué?
5. ¿Qué sensación general les transmite la plataforma al verla por primera vez?

Explicación del funcionamiento

(Después de escuchar las respuestas)

Muchas gracias. Ahora les explicaremos brevemente cómo funcionaría la propuesta.
La primera pantalla corresponde al inicio de sesión, donde los usuarios podrán ingresar mediante correo electrónico o cuentas vinculadas como Google, Facebook o Apple.
La segunda pantalla representa el home principal de la plataforma, donde se incluye información sobre la iniciativa, testimonios y accesos rápidos a las principales funciones.
La tercera y cuarta pantalla corresponden al foro comunitario, un espacio donde los usuarios podrán reportar mascotas perdidas o registrar avistamientos de animales encontrados en la calle mediante formularios simples.
La quinta pantalla muestra la sección de adopción, donde se visualizará el catálogo de mascotas disponibles junto con filtros por tipo de animal, distrito, género y edad.
La sexta pantalla corresponde al perfil detallado de la mascota, donde se podrá visualizar información como nombre, edad, género, tamaño, descripción, historia, estado de salud, historial médico y datos del refugio responsable.
Finalmente, la séptima pantalla representa el perfil del usuario, donde se visualizarán datos personales, actividad dentro de la plataforma, mascotas adoptadas, reportes realizados, contribuciones o donaciones y beneficios obtenidos por colaborar con la comunidad.

Preguntas posteriores a la explicación

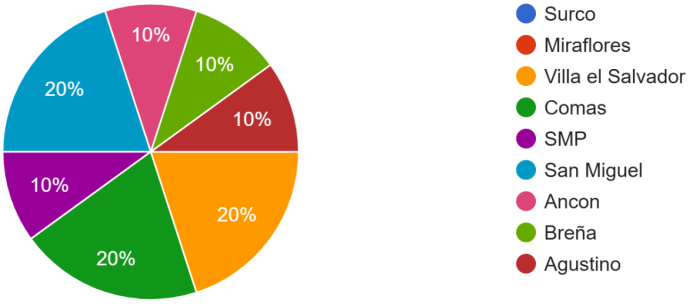
1. Después de conocer cómo funcionaría la plataforma, ¿qué función consideran más útil dentro del proceso de adopción?
2. ¿La información incluida en el perfil de cada mascota les brindaría mayor confianza al momento de adoptar? ¿Por qué?
3. ¿Qué opinan sobre incluir un foro para reportar mascotas perdidas o encontradas dentro de la misma plataforma?
4. ¿Les parece útil que el usuario pueda visualizar sus adopciones, reportes y contribuciones dentro de su perfil? ¿Por qué?
5. ¿Qué tan organizada y clara les parece la distribución de las secciones dentro de la plataforma? ¿Cambiarían algo del recorrido o navegación?

Muchas gracias por participar y compartir sus opiniones. Sus respuestas serán de gran ayuda para continuar desarrollando y mejorando la propuesta.

Cuestionario online de Validación del sketch de Loopet

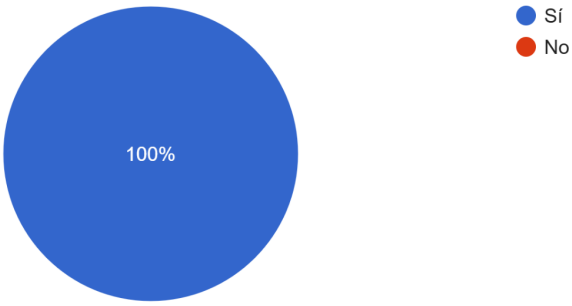
¿De qué distrito eres?

10 respuestas



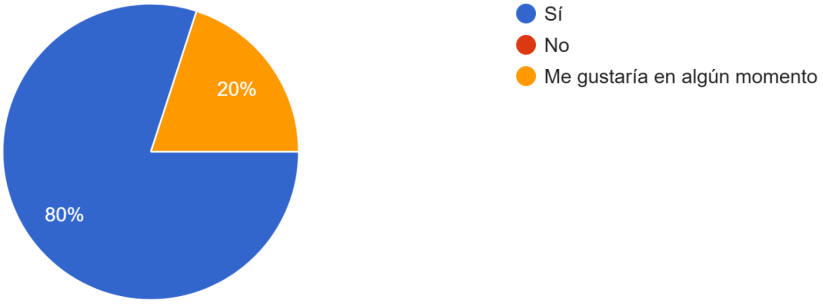
¿Actualmente tienes o has tenido una mascota?

10 respuestas



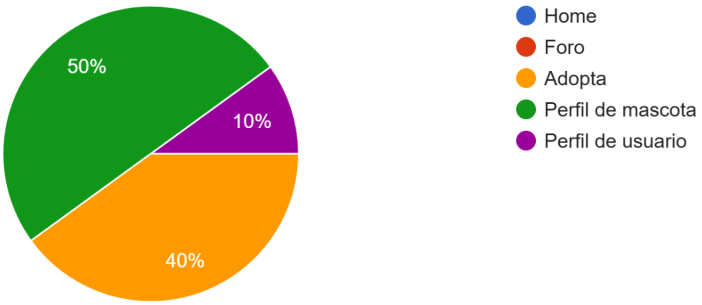
¿Alguna vez adoptaste o te interesó adoptar una mascota?

10 respuestas



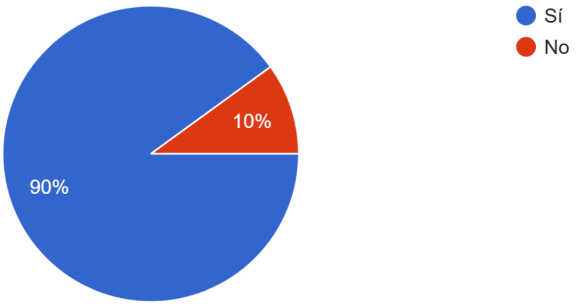
¿Qué sección te llamó más la atención?

10 respuestas



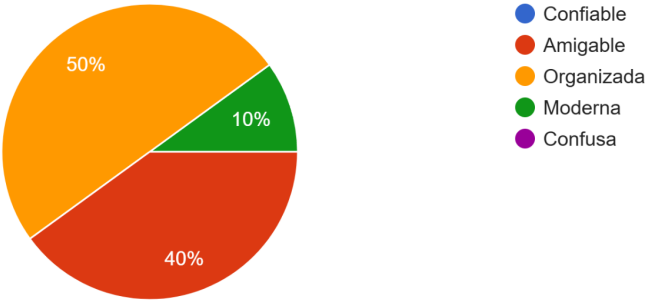
¿La plataforma te parece diferente a buscar mascotas por redes sociales?

10 respuestas



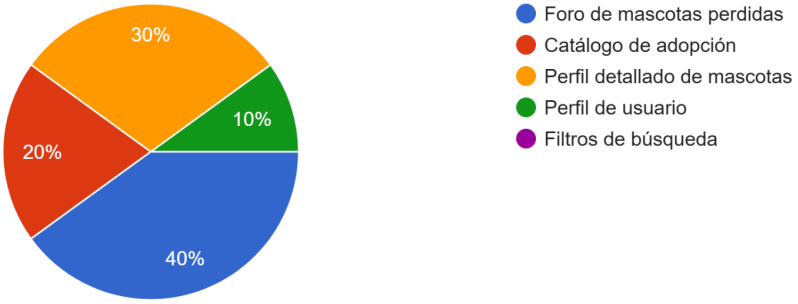
¿Qué sensación te transmite la plataforma?

10 respuestas



Después de conocer el funcionamiento, ¿qué función te parece más útil?

10 respuestas



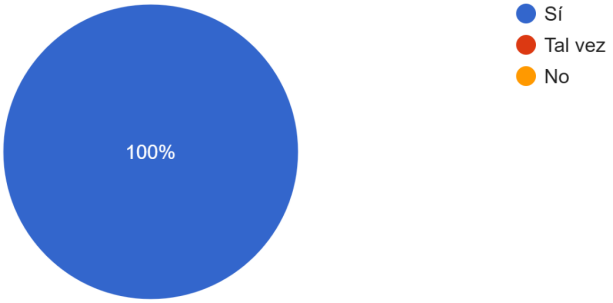
¿Consideras que la estructura de la plataforma facilita el proceso de adopción?

10 respuestas



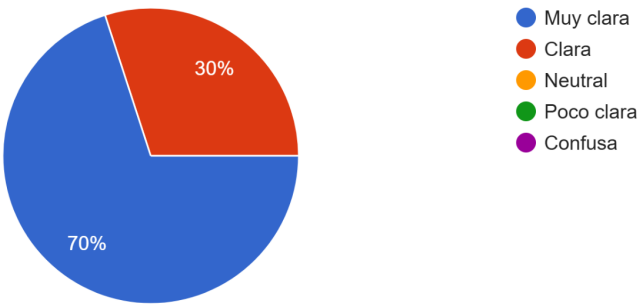
¿La información del perfil de la mascota te generaría mayor confianza para adoptar?

10 respuestas

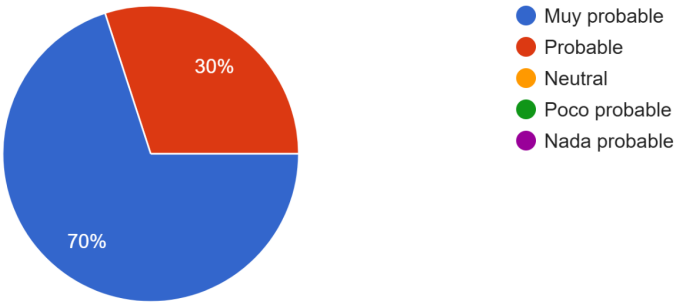


¿Qué tan organizada y clara te parece la plataforma?

10 respuestas



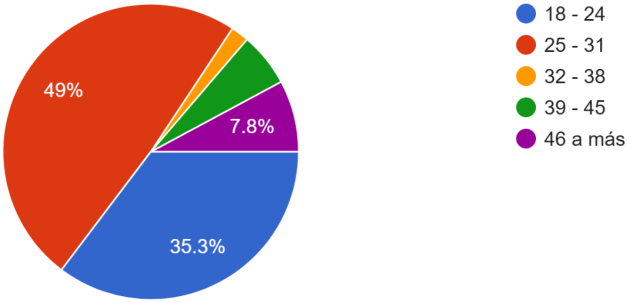
Si Loopet existiera hoy, ¿qué tan probable sería que la uses?
10 respuestas



6.3 Anexo 3 - Evidencias del Experimento 2

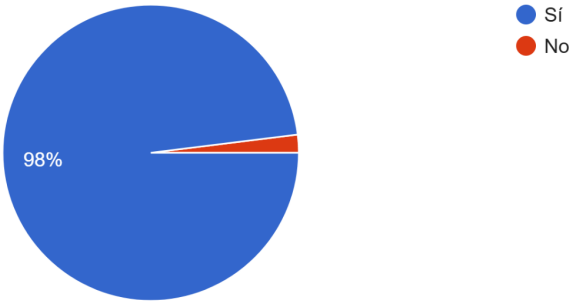
Cuestionario online de Validación del prototipo de baja fidelidad de Loopet

¿Cuál es tu edad?
51 respuestas



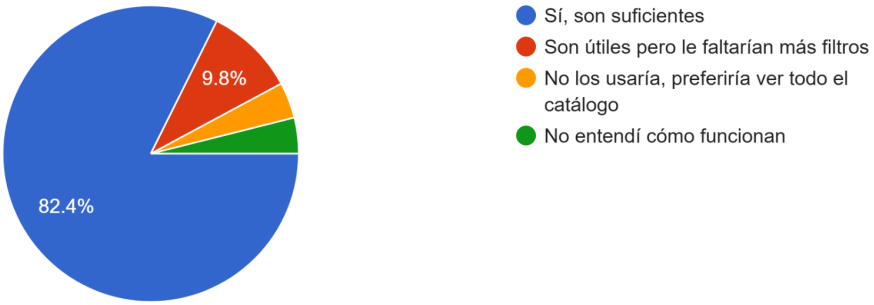
¿Actualmente tienes o has tenido una mascota?

51 respuestas



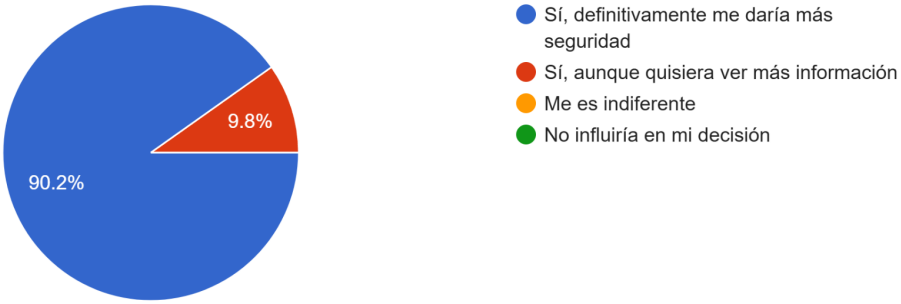
Al ver el catálogo de mascotas, ¿los filtros de Distrito, Género y Edad te parecen suficientes para encontrar la mascota que buscas?

51 respuestas



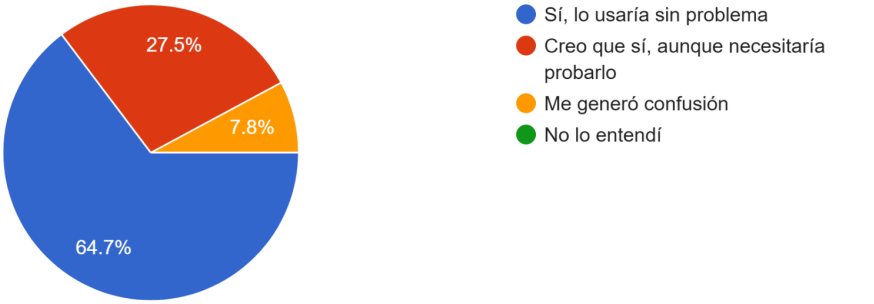
La ficha de cada mascota muestra su nombre, historia, estado de salud e información del albergue verificado. ¿Esto te generaría mayor confianza para iniciar el proceso de adopción?

51 respuestas



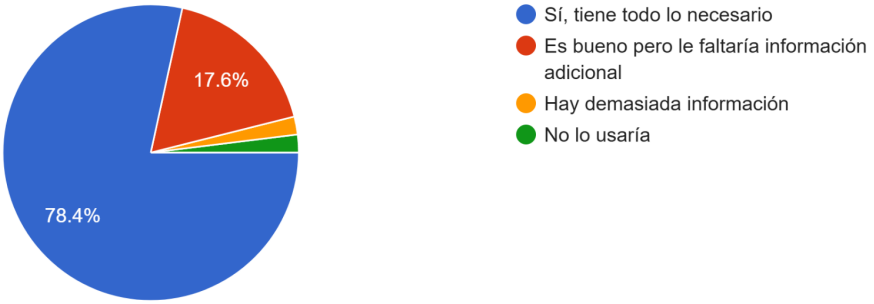
Al ver el mapa de búsqueda para avistamientos, ¿entiendes cómo usarlo para encontrar reportes cercanos a tu zona?

51 respuestas



El detalle de cada avistamiento incluye descripción de la mascota, hora, lugar y una sección de comentarios. ¿Esto te parece suficiente para ayudar a localizar una mascota perdida?

51 respuestas



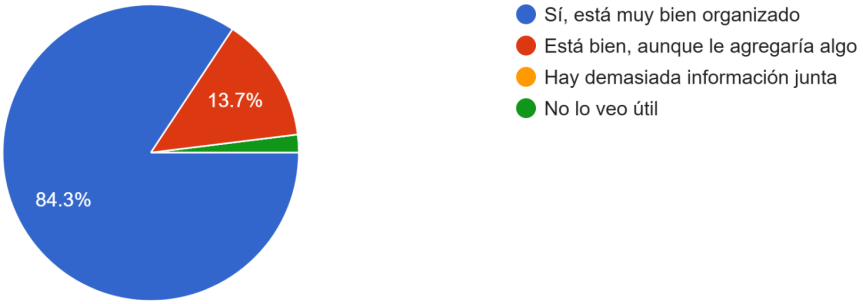
Los planes de donación (S/30, S/50, S/80 o monto libre) dirigidos a albergues, ¿te parecen accesibles y bien estructurados?

51 respuestas



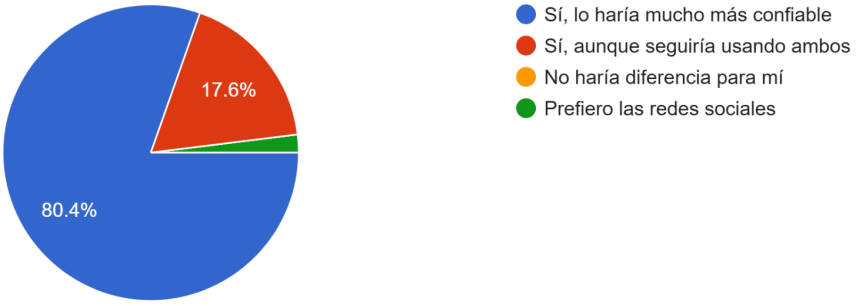
Al revisar el perfil de usuario con el historial de mascotas adoptadas y contribuciones, ¿la información presentada te parece útil y bien organizada?

51 respuestas



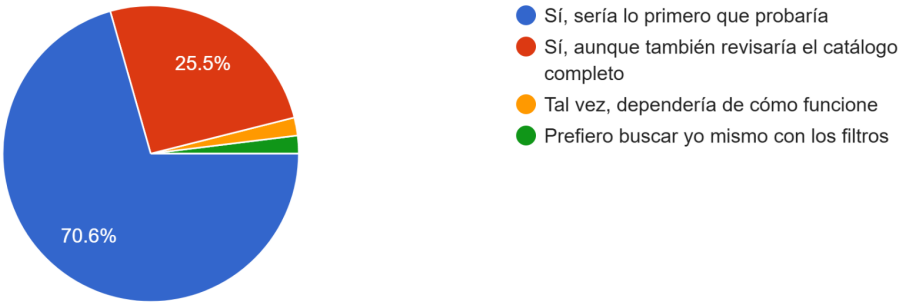
Saber que los albergues están verificados dentro de Loopet, ¿cambiaría tu percepción frente a buscar mascotas en redes sociales?

51 respuestas



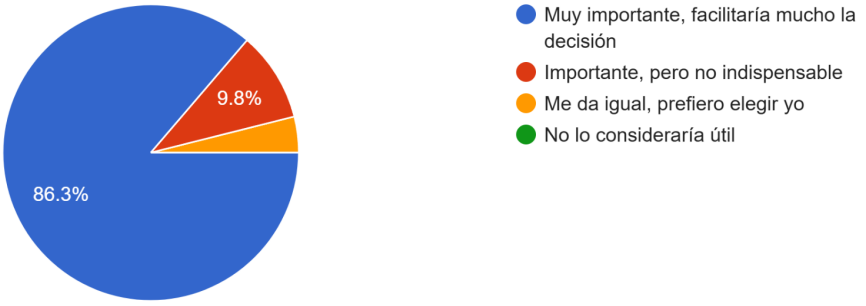
En el catálogo de mascotas hay un botón que te permite encontrar una mascota que se ajuste a tu estilo de vida de forma rápida. ¿Utilizarías esta función para iniciar tu búsqueda?

51 respuestas



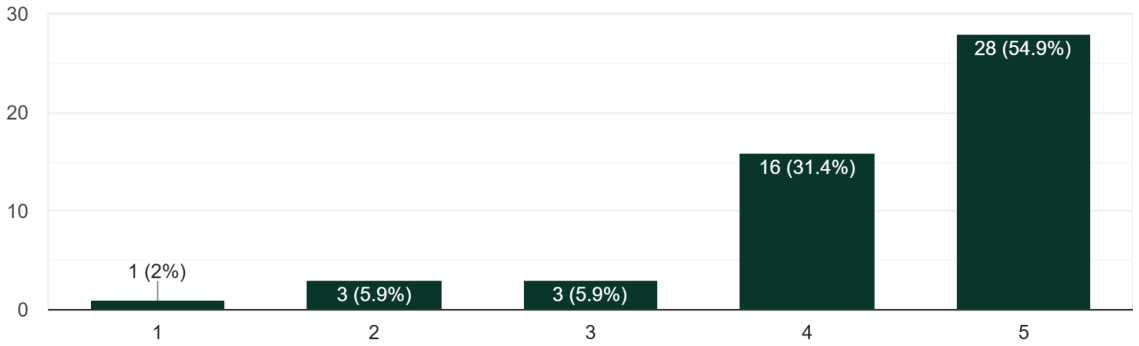
¿Qué tan importante consideras que una plataforma de adopción te sugiera una mascota compatible con tu estilo de vida, en lugar de solo mostrarte un catálogo?

51 respuestas



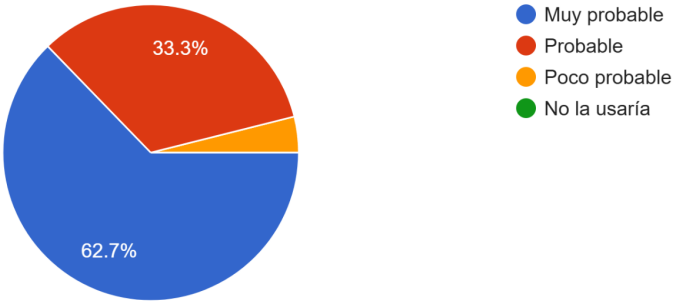
Del 1 al 5, ¿qué tan fácil de usar te parece esta plataforma comparada con lo que esperabas?

51 respuestas



Si Loopet estuviera disponible hoy, ¿qué tan probable es que la uses para adoptar o apoyar a un refugio?

51 respuestas

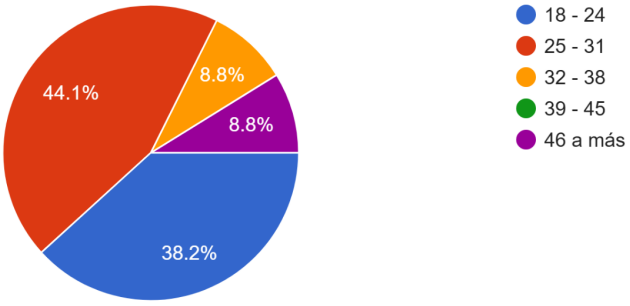


6.4 Anexo 4 - Evidencias del Experimento 3

Cuestionario online de Validación del prototipo de media fidelidad de Loopet

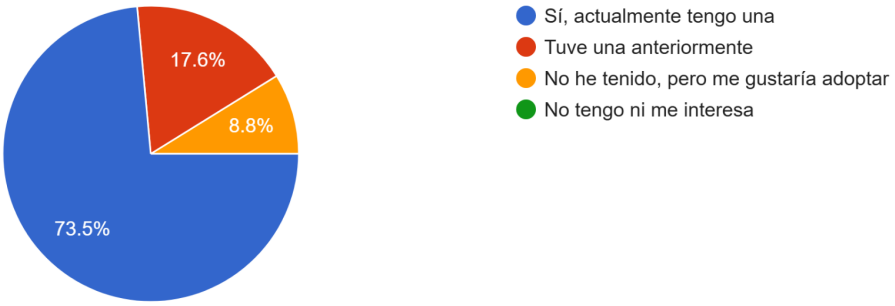
¿Cuál es tu edad?

34 respuestas



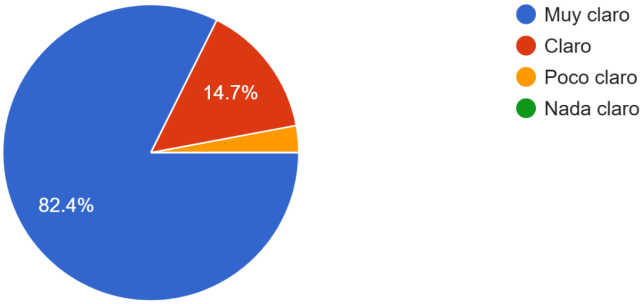
¿Actualmente tienes o has tenido una mascota?

34 respuestas



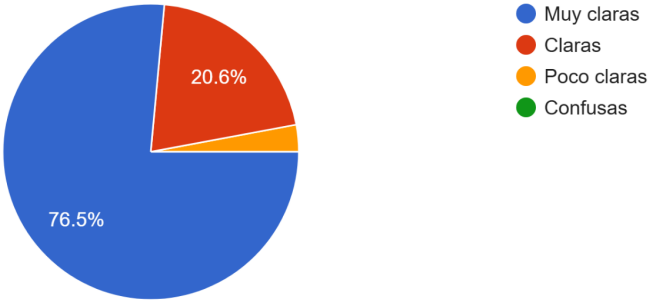
Después de observar la página principal, ¿comprendiste rápidamente cuál es el propósito de Loopet?

34 respuestas



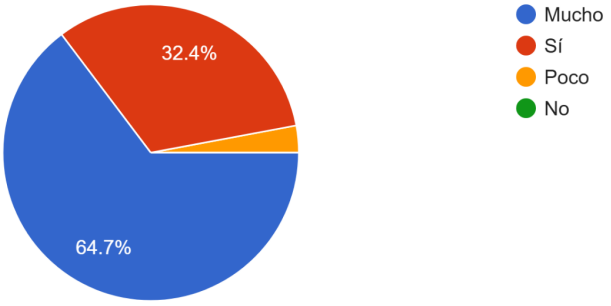
¿La organización y distribución de la página principal te parecieron claras y fáciles de entender?

34 respuestas



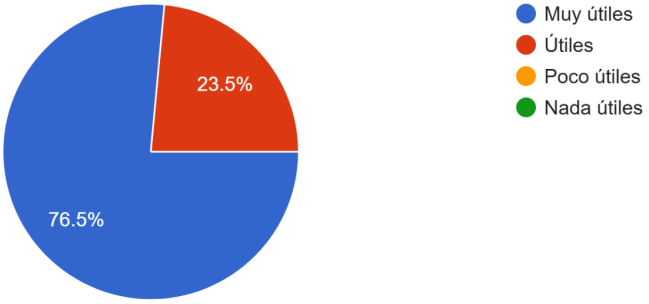
La información presentada en la sección "Sobre nosotros" (¿Por qué nacimos?, aliados y testimonios), ¿te ayudó a comprender la propuesta de Loopet?

34 respuestas



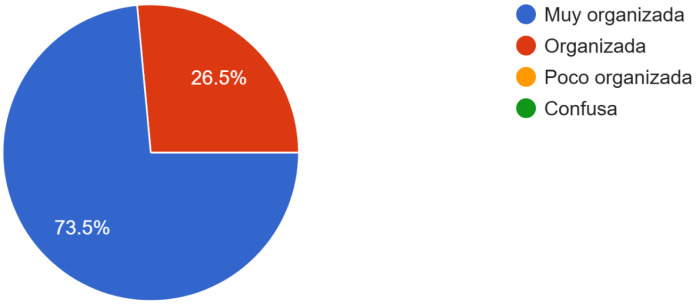
¿Los filtros del catálogo de mascotas te parecen útiles para facilitar la búsqueda de una mascota?

34 respuestas



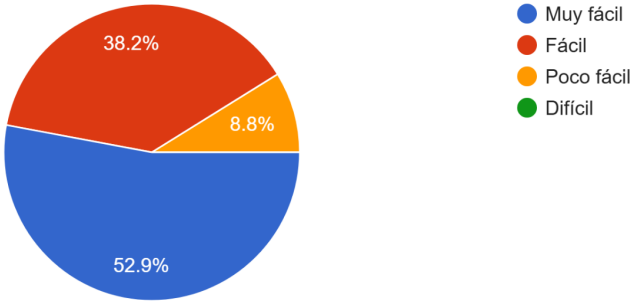
¿La forma en que se presentan las mascotas dentro del catálogo te parece organizada y fácil de entender?

34 respuestas



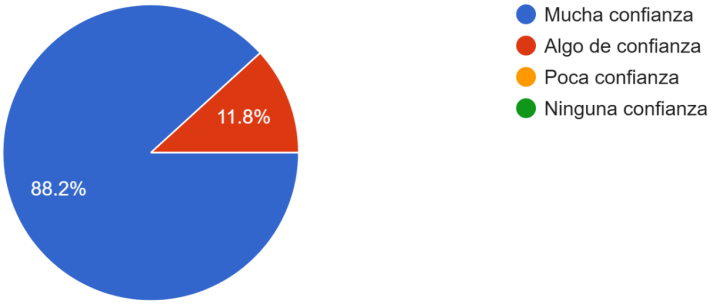
¿La función de emparejamiento con IA te parece fácil de identificar y comprender dentro del catálogo de mascotas?

34 respuestas



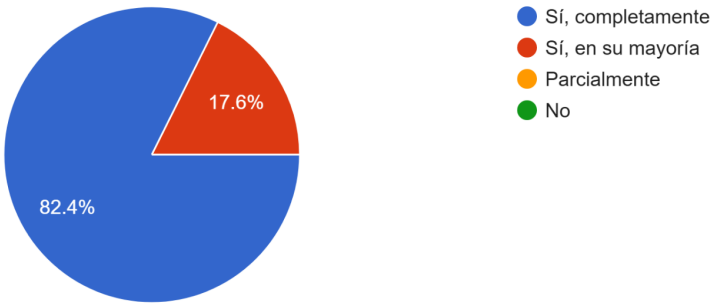
La información mostrada en el perfil de cada mascota (historia, salud, fotografías y datos del refugio), ¿te generaría confianza para iniciar una adopción?

34 respuestas



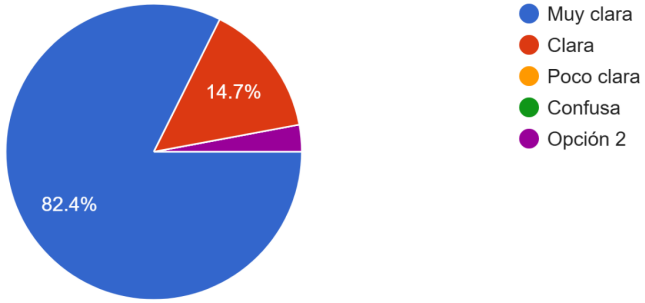
¿La información presentada en el perfil de la mascota te parece suficiente para conocerla antes de iniciar una adopción?

34 respuestas



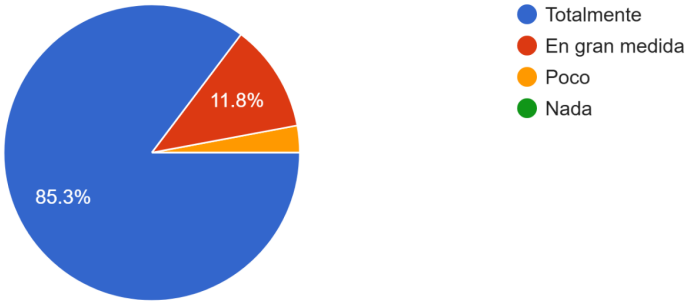
¿La organización de la información dentro del perfil de la mascota te parece clara y fácil de seguir?

34 respuestas



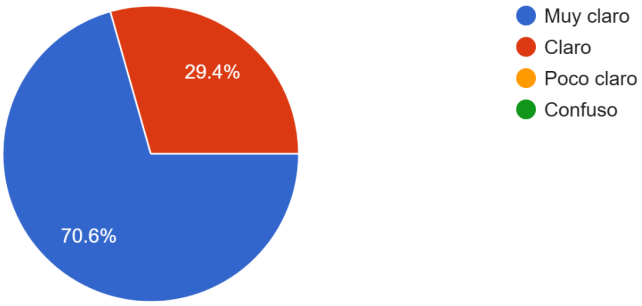
¿La organización general de la sección Foro te permitió comprender fácilmente las diferentes opciones disponibles (reportes, avistamientos y mapa)?

34 respuestas



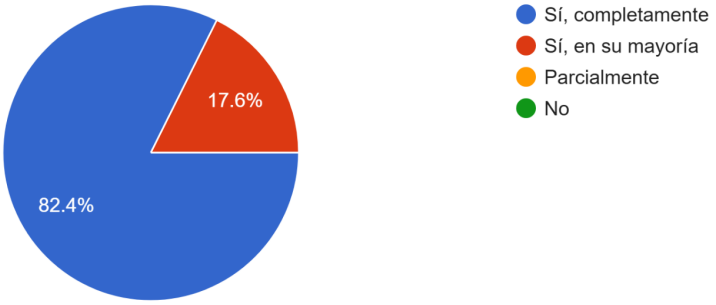
¿El formulario para reportar una mascota perdida te parece claro y fácil de comprender?

34 respuestas



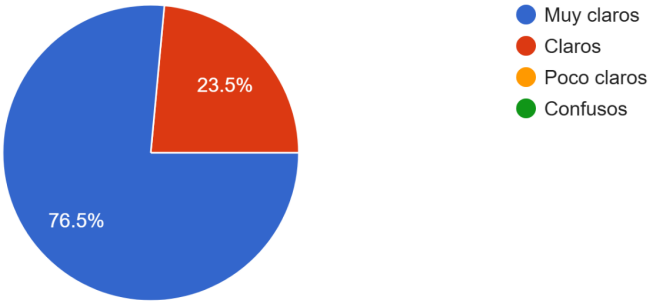
¿La información mostrada en los reportes y avistamientos te parece suficiente para comprender cada caso?

34 respuestas



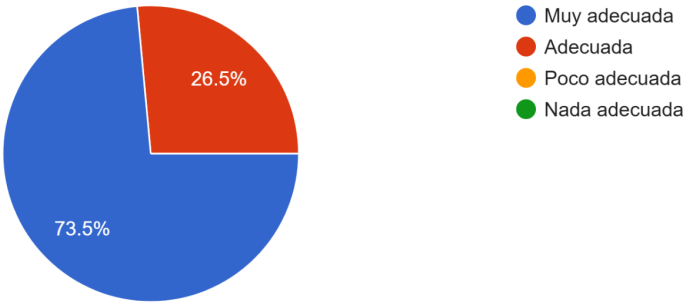
¿El mapa y los filtros del foro te parecen claros para visualizar los reportes y avistamientos?

34 respuestas



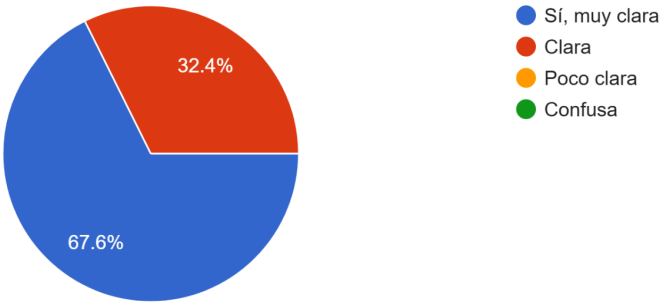
¿La sección de comentarios dentro de los reportes te parece una forma adecuada de compartir información entre los usuarios?

34 respuestas



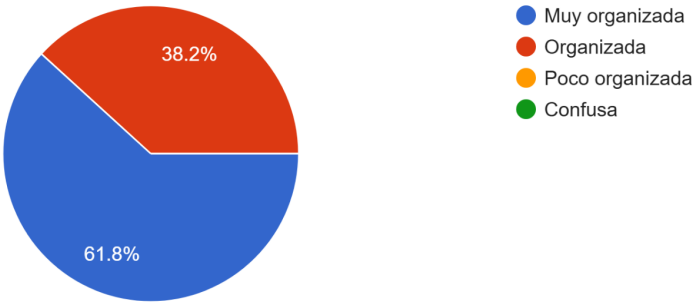
¿La organización de la sección "Apoya aquí" te parece clara para comprender los diferentes planes de apoyo disponibles?

34 respuestas



¿El perfil de usuario te parece una forma organizada de visualizar tus adopciones, reportes y contribuciones?

34 respuestas



6.5 Anexo 5 - Evidencias del Experimento 4

Link de las entrevistas

https://drive.google.com/drive/folders/1YTdvdtH9HZ4_4FRDB9JSlkOmSt1YKkK9?usp=sharing

Guión de Entrevista de Validación del Prototipo de alta Fidelidad

Hola, buenas tardes. Mi nombre es Alondra Mego y seré la moderadora de esta sesión. Antes que nada, muchas gracias por participar y brindarnos parte de su tiempo

Somos estudiantes de la carrera de Marketing Estratégico e Innovación de la Escuela Superior Toulouse Lautrec y actualmente estamos desarrollando un proyecto académico relacionado con la adopción responsable de mascotas. El objetivo de esta entrevista es conocer sus opiniones sobre la propuesta visual y funcional definitiva de nuestra plataforma digital, orientada a mejorar el proceso de adopción de mascotas en Lima Metropolitana.

Toda la información compartida será utilizada únicamente con fines académicos y de manera confidencial.

Asimismo, la sesión será grabada únicamente para facilitar el análisis posterior de las respuestas. ¿Están de acuerdo con ello?

(Esperar confirmación)

Perfecto. La idea es que esta sea una conversación abierta y relajada. No existen respuestas correctas o incorrectas; lo importante es conocer sus opiniones sinceras sobre la propuesta.

Para comenzar, me gustaría que te presentes brevemente: tu nombre, a qué te dedicas y si actualmente tienes alguna mascota o te gustaría adoptar una en algún momento.

Primera observación del prototipo

(Mostrar el prototipo en Figma sin explicación)

Ahora te mostraremos la propuesta visual definitiva de la plataforma digital. En esta primera parte no te explicaremos todavía las funciones; queremos conocer primero qué entiendes únicamente observando la estructura de la pantalla de inicio.

Preguntas iniciales

1. Al observar esta primera pantalla, ¿qué crees que se puede hacer dentro de esta plataforma?
2. ¿Qué elementos o secciones te llaman más la atención a primera vista?
3. ¿Hay algo en esta estructura inicial que te resulte confuso o difícil de entender?
4. Viendo únicamente esta propuesta, ¿sientes que ofrece una experiencia diferente a buscar mascotas mediante redes sociales tradicionales? ¿Por qué?
5. ¿Qué sensación general y nivel de confianza te transmite la plataforma al verla por primera vez?

Exploración libre e interacción

(Pedir al usuario que navegue y dé clicks libremente por todo el prototipo en Figma)

Ahora te daré el control de la pantalla. Te pido que navegues e interactúes con total libertad por las secciones del sitio web que te llamen la atención. El único favor es que pienses en voz alta: ve contándome qué estás viendo en cada pantalla, qué entiendes de lo que aparece y qué esperas que pase cuando das un clic.

Yo me quedaré en silencio observando tu recorrido natural y tomando notas. Puedes avisarme cuando sientas que ya terminaste de explorar.

(El moderador observa en silencio y toma notas mientras el usuario interactúa libremente con el Catálogo, el Test de IA, las Fichas de las mascotas, el Foro, las Donaciones y el Perfil de usuario)

Explicación del funcionamiento y validación por secciones

(Después de observar la navegación libre, el moderador toma la palabra para guiar el repaso interactivo de las secciones)

Muchas gracias por realizar el recorrido libre. Ahora te explicaremos brevemente cómo funciona cada una de las secciones clave para conocer tu opinión mientras las vemos en pantalla.

Sección: Catálogo y Test con IA

(Mostrar la pantalla del catálogo y el flujo del test interactivo)

En la sección de adopción, además del catálogo general de perros y gatos, contamos con un asistente interactivo que te hace preguntas sobre tu estilo de vida, espacio disponible y energía para emparejarte de forma automática con tu mascota ideal mediante inteligencia artificial.

➢ ¿Lograste notar esta función del test durante tu recorrido libre? ¿Te parece claro el flujo de preguntas o consideras que este buscador con IA debería resaltar más en el diseño?

Sección: Fichas de mascotas

(Mostrar el perfil detallado de una mascota)

Al ingresar al perfil de cada perro o gato, se muestra su historia y una lista con checks médicos gráficos visibles que validan su estado de salud (vacunas, esterilización, desparasitación) respaldados por el albergue responsable.

➢ Al ver esta información y los checks de salud, ¿sientes que te genera la confianza suficiente para iniciar un trámite de adopción real a través de la web? ¿Por qué?

Sección: Foro Comunitario

(Mostrar el muro del foro y el mapa)

El foro está dividido en pestañas para que la comunidad publique alertas de mascotas perdidas o avistamientos de animales encontrados en la calle. Además, incluye un mapa geolocalizado para rastrear visualmente los casos que ocurren dentro de cada distrito.

➢ ¿Te resulta sencillo entender la diferencia entre publicar un reporte de pérdida y un avistamiento rápido? ¿Qué opinas de la utilidad del mapa para ver los casos de tu zona?

Sección: Donaciones y Club de beneficios

(Mostrar la sección de apoyo y los planes de pago)

Aquí se presentan diferentes planes mensuales de soporte económico para los albergues que se pueden pagar directo con Yape o Plin. Al colaborar, la plataforma te otorga códigos de descuento en tiendas de comida y veterinarias asociadas a través de nuestro Club de beneficios.

➢ ¿Qué opinas de esta propuesta? El hecho de recibir descuentos comerciales tangibles a cambio de tu apoyo económico, ¿incentivaría tu intención de donar?

Sección: Perfil de usuario

(Mostrar la pantalla de la cuenta personal)

En la cuenta personal del usuario se incluye un panel dinámico que resume el impacto de tus acciones y una sección de "Actividad reciente" para hacerle un seguimiento cronológico a tus donaciones, alertas publicadas o adopciones en trámite.

➢ ¿Te parece clara la organización de esta pantalla? ¿Consideras útil poder ver tu historial y tu ayuda social centralizada en este perfil?

Preguntas posteriores a la explicación

Para terminar, cuéntame tu experiencia general sobre todo el sitio web:

1. Del 1 al 5, ¿qué tan fácil e intuitivo te pareció navegar por la plataforma?

2. Evaluando la estética visual (colores verdes y corales, botones redondeados, fotos reales), ¿sientes que luce como un espacio profesional y seguro? ¿Cambiarías algo del diseño?
3. Si Loopet estuviera disponible hoy en el mercado, ¿la preferirías por encima de los grupos convencionales de Facebook o Instagram para buscar, adoptar o reportar mascotas? ¿Por qué?
4. ¿Qué mejora final o detalle le agregarías para que la experiencia sea perfecta?

Muchas gracias por tu apoyo y por compartir tus opiniones. Sus respuestas serán de gran ayuda para cerrar nuestro proyecto de investigación de la escuela. ¡Que tengas una excelente tarde!

6.6 Anexo 6 - Modelo financiero

Link de Excel

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1gN6xb4rvO6kKf4F_hmdpA5QFSQzPiHYB/edit?usp=sharing&ouid=114691770818732984920&rtpof=true&sd=true

6.7 Anexo 7 - Prototipo de alta fidelidad (Figma)

Link de Figma

https://www.figma.com/proto/0BKhpwUiFZuUc8uKGqWdsf/Loopet-Prototipo-3?node-id=2242-431&starting-point-node-id=2242%3A431&t=uNWrb1H4offpWdz3-1