Equipo 3: Cosmos

Proyecto de Innovation Challenge

Wufmi Care

Quienes somos....



Sebastian Fonseca

Cod ORCID:
0000-0003-2437-6363
Código Alumno:
2017127411

Dirección y diseño gráfico



Nicole Barrial

Cod ORCID:
0000-0003-2619-5873
Código alumno:
131IN0013

Arquitectura de interiores

Publicidad y Marketing Digital

El aporte que realizamos en el proyecto de investigación fue en relación al análisis del mercado al que apuntábamos a dirigirnos, como también al consumidor, es así que pudimos hallar las necesidades de estos, como actúan y con ello, desarrollamos una planificación de una estrategia de marketing dirigida a los canales en los que íbamos a generar engagement y posicionamiento de marca.

Dirección y Diseño Gráfico

Mi aporte en el proyecto de investigación fue relacionado a la creación del branding de marca de la propuesta de valor y toda la línea gráfica de esta, diseño del logo, elección de tipografía, creación de la paleta de color y elementos gráficos que se aplicaron tanto para las presentaciones como en la maquetación, diagramacón y diseño del prototipo de la aplicación y elementos multimedia que sirvieron para dar soporte a nuestra presentación y explicación del mínimo viable

Arquitectura de Interiores

Mi aporte en el proyecto de investigación, debido a que actualmente me desenvuelvo en la gestión de proyectos, estuvo relacionado al desarrollo del servicio, identificando los procesos necesarios para llevar a cabo las funcionalidades de nuestra propuesta de valor, también desarrollé los presupuestos y la proyección de ingresos; asimismo por mis habilidades de diseño gráfico, participe en la diagramación del prototipo de la aplicación y desarrollé la adaptación de la misma al mínimo viable (elección de canales que nos permitieran operar a un bajo costo sin afectar las características ya definidas).

Para la elaboración y creación de este proyecto se dividió en **4 ETAPAS**.

ETAPA 1: INVESTIGAR

ELECCIÓN DE LA ODS

13 ACCIÓN POR EL CLIMA



- conciencia ambiental
- implementacion de modulos de reciclaje
- gases de efecto invernadero
- educación, sensibilización para reducir la huella ecológica
- Preparación ante un desastre natural
- Concientización del reciclaje y sus beneficios
- Implementación de productos ecológicos

14 VIDA SUBMARINA



- contaminación en el mar (erradicación de residuos tóxicos)
- la extinción de especies marítimas a causa de cambio climático
- Explotación pesquera (pesca ilegal)
- Implementación de tecnología marina
- Prevención y reducción de la basura plástica marina
- Reducir el uso de plástico
- Redes de pesca biodegradables

15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES



- la contaminación del aire en la ciudad
- plantación de arborización
- Detener la deforestación y aumentar la forestación
- pérdida de biodiversidad
- caza furtiva
- Reducción de la caza furtiva de especies
- Por cada árbol talado, 2 árboles plantados (Restauración de bosques)

16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS



- protección a los derechos de las mujeres que sufren violencia doméstica
- abuso autoridad
- prevención de la violencia hacia menores de edad y poblaciones vulnerables
- Trata de menores de edad
- Maltrato en niños y niñas
- Violencia hacia la mujer
- Acoso callejero
- Acoso sexual en redes sociales.
- Discriminación y violencia hacia la comunidad LGBT
- Violencia contra los animales
- Violencia contra los adultos mayores
- Contratación de practicantes y estudiantes con poca experiencia laboral
- Discriminación por clase social
- Explotación infantil
- Maltrato psicológico en adolescentes
- tenencia responsable de mascotas
- Discriminación por discapacidad
- Disminuir la tasa de corrupción en el país.
- Promover el liderazgo en adolescentes y mujeres jóvenes indígena

votaciones

La **ODS** elegida es la **16** relacionada a la **Paz Justicia e instituciones sólidas**, la cual tiene como **objetivo eliminar todo tipo de violencia** en las comunidades.

TEMA DEL PROYECTO

Metas asociadas a la ODS

Lo que me apasiona

Lo que sé hacer habilidades

La tenencia responsable de los perros y gatos en los hogares de Lima Metropolitana

poder participar en programas de rescate

Brindar una guía sobre el cuidado y lo importante que son los animales

Brindar información adecuada a los dueños de mascotas domésticas sobre sus cuidados.

Donar para que hayan esterilizacion es gratuitas

apadrinar y poder apoyar a ong y fundaciones

Ayudar a conseguirles un mejor hogar donde los traten con amor y cuidado

Erradicar el trabajar con productos hechos a base de piel animal.

Dar calidad de vida para las mascotas (alimentación de calidad, respetar su espacio personal)

crear un fan page el propósito de concientizar el cuidado a los animales

Creación de piezas gráficas fomentando la protección y adopción de los animales

Crear un podcast con especialistas donde se hablen temas especializado en las mascotas

Crear contenido gráfico e informativo (piezas, flyers)

Crear un blog digital sobre temas cotidianos y brindar tips/ recomendaciones

Contactar a proveedores para conseguir donaciones para albergues de mascotas

realizar una estrategia en redes sociales usando influencers con el objetivo de incentivar apadrinamiento de perros que sufren violencia

Crear foros donde las personas puedan brindar información, tips y cuidados de los animales

Fotografías profesionales y edición de videos para fomentar la adopción

Crear un personaje animado para crear un storytelling y poder fomentar la concientización

Coordinar y gestionar los procesos para la creación de campañas de cuidado, esterilización

Promover el liderazgo en adolescentes y mujeres jóvenes indígenas.

ver webinars sobre liderazgo

Oportunidad laboral a jóvenes con poca experiencia

Ayudar y promover el acceso de educación a zonas rurales

Empoderar con la palabra

Realizar charlas vocacionales

Reducir la tasa de casos de explotación de trabajo en niñas y niños en zonas vulnerables.

informarse y desaprender / deconstruir

Crear videos multimedia que los inspire y capacite

Realizar un programa con podcast de contenido relacionado y experiencias personales

Desarrollar alianzas para obtener cursos de formación / capacitación

Búsqueda y desarrollo de lugares aptos para talleres

Controlar la calidad de los espacios destinados a ser punto de encuentro para charlas y talleres

TEMA DEL PROYECTO

Metas asociadas a la ODS

Lo que me apasiona

Lo que sé hacer habilidades

educación, sensibilización para reducir la huella ecológica

- usar envases ecológicos biodegradables
- Enseñarles a los niños a reciclar y a reutilizar materiales
- Incentivar la participación para el reciclaje de residuos sólidos
- Alimentación saludable, con productos que contribuyen a las nuevas industrias sostenibles
- usar bolsas reusables para contribuir con el medio ambiente
- Enseñarle a las personas a que reciclaje impacta positivamente al ambiente
- Reducir la contaminación de plástico en las calles

- Crear piezas gráficas informativas sobre el buen uso del reciclaje,
- Diseñar casas empleando como acabados principales, opciones sostenibles, como la luz natural, que aporte además de estética, un valor comprometido con el medio ambiente (reducción del consumo eléctrico, reducción de aparatos para climatizar el hogar, etc)
- Realizar pequeños folletos informativos

la contaminación del aire en la ciudad

- andar en bicicleta
- Concientizar al uso de bicicletas en jóvenes
- Tomar acción para evitar quemar desechos en las calles
- Usar alternativas para evitar el medio de transporte tradicional
- comprar bombillas ecológicas biodegradables
- Concientizar sobre el uso de productos químicos usados en los suelos
- Depositar la basura en lugares donde la recolección es organizada y garantizan una gestión eficiente de los desechos

-

conciencia ambiental

- usar envases ecológicos biodegradables
- Reducción del uso de bolsas plásticas
- Concientizar el buen uso del reciclaje de papel en niños
- Incentivar a las personas al uso de productos biodegradables
- Dirigir talleres creativos dirigidos a niños para reutilizar ciertos productos.
- Apostar por proyectos de ciudades correctamente planificadas y sostenibles

- Crear una campaña de concientización al cuidado ambiental
- Crear diseños únicos para las bolsas reutilizables e incentivar a las personas el uso de estas con sus diseños favoritos

Para elegir el tema del proyecto se realizó un brainstorming de ideas de los temas que se relacionen a la ODS 16 elegida.

Como dato descubrimos que el 55% de hogares limeños cuentan con perros y gatos en casa.

Las mascotas hoy en día son parte de la **comunidad** en donde vivimos y son pieza fundamental en las familias, lo que conlleva una **tenencia responsable.**

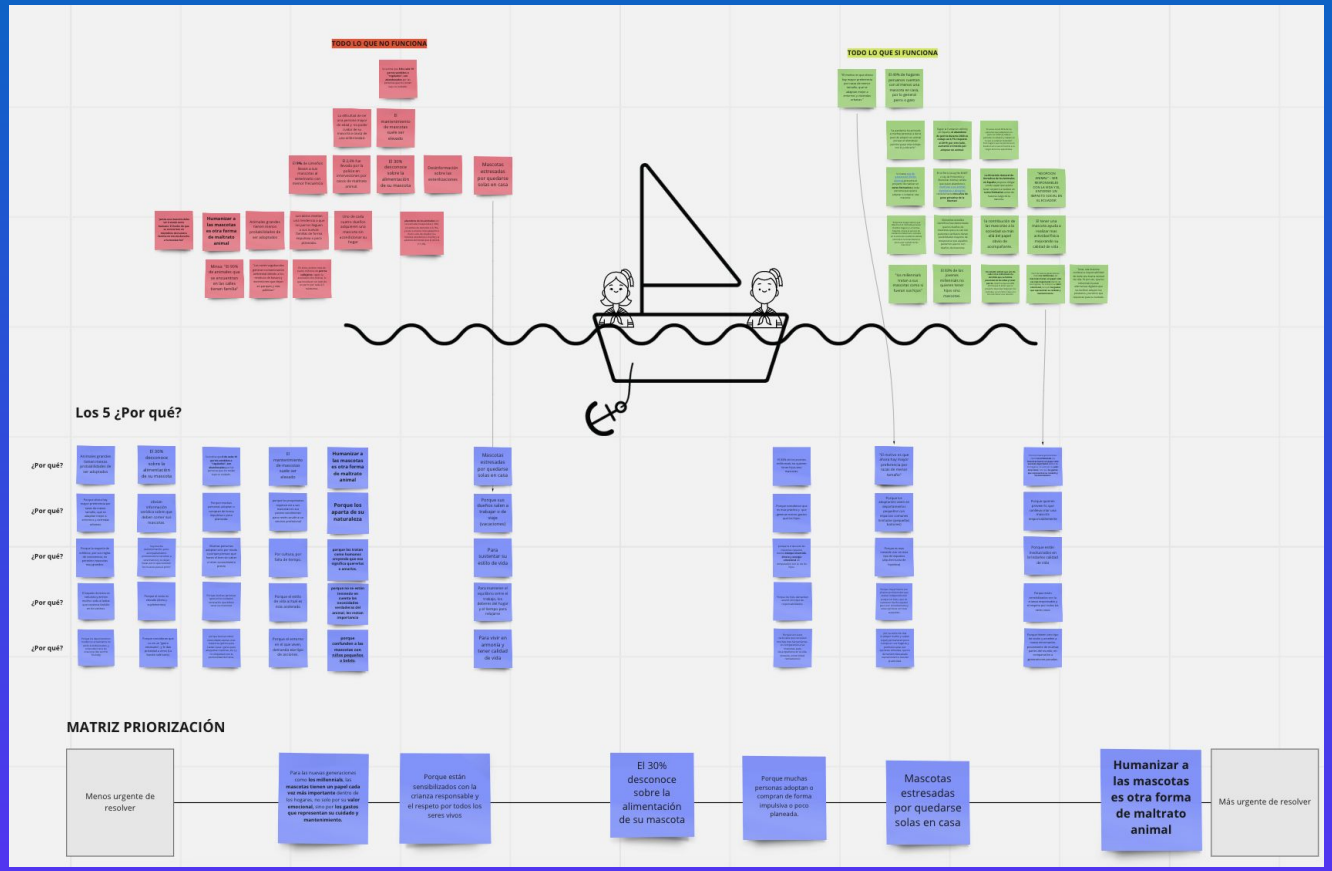




La **tenencia responsable** de los perros y gatos en los hogares de Lima Metropolitana

Tema

MAPA DEL PROBLEMA



En Mapa de Problema se realizó una recopilación de datos importantes con relación a la tenencia responsable de los perros y gatos dividiéndolos en los que SÍ funcionan y los que NO, pasando por un filtro de los 5 ¿Por qué?...

La tenencia de perros y gatos ha creado **dos extremos**, por un lado una **tenencia respetuosa de la naturaleza y los espacios que necesitan**, y por el otro, una **tendencia a humanizarlos**, esta le resta importancia a su esencia animal y trastoca su naturaleza, haciendo que pierdan su identidad, debido a que **se les da cualidades humanas.**

Llevándonos a preguntar

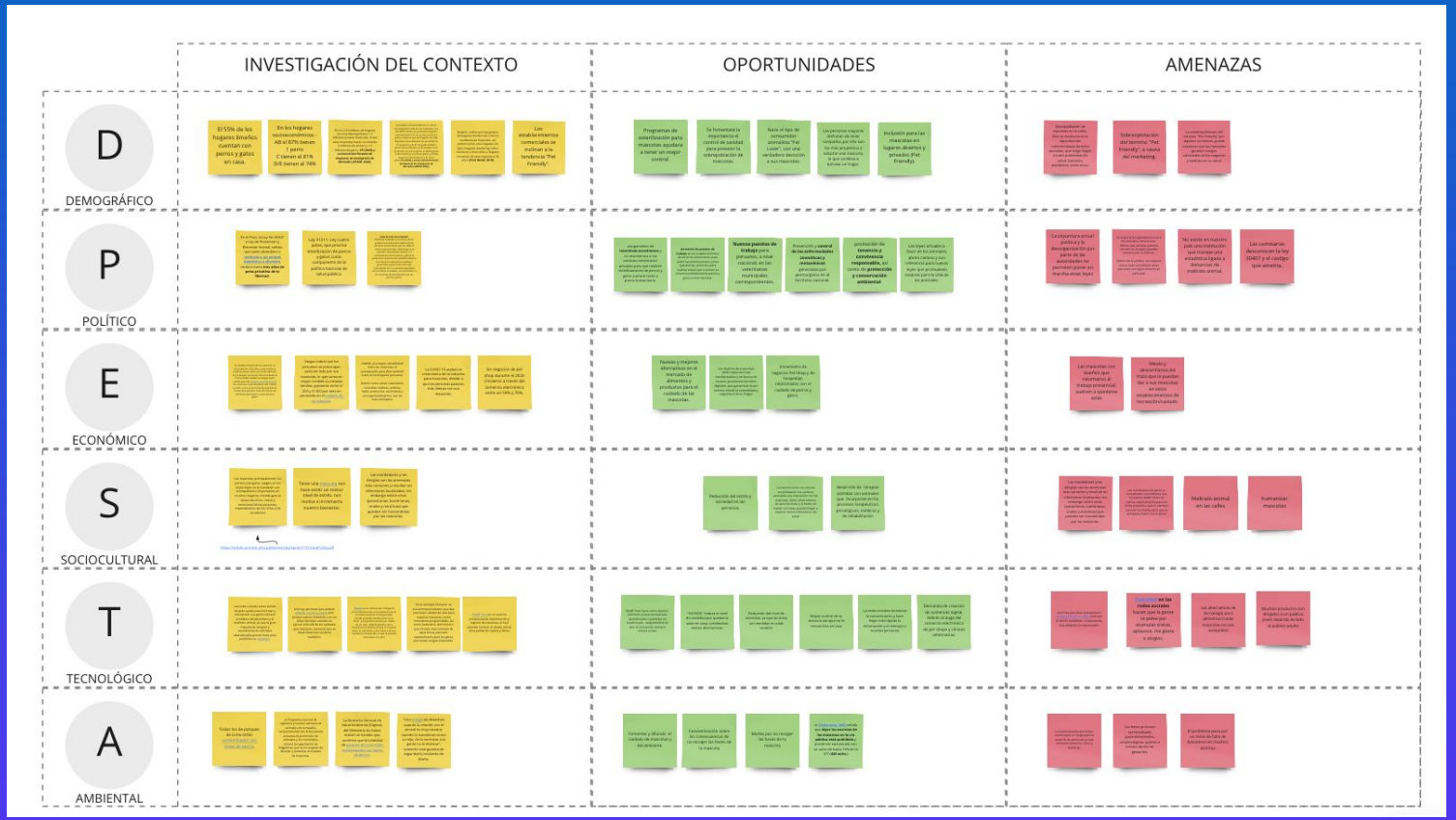
¿Hasta dónde podría llegar...



El **daño que genera la humanización en la salud física y mental de los perros y gatos** de los hogares de Lima Metropolitana

Problema

CONTEXTO DPESTA



Se utilizó el análisis DPESTA para identificar los factores que afecten nuestro problema, y así descubrir la posición de nuestro negocio a nivel Demográfico, Político, Económico, Sociocultural, Tecnológico y Ambiental

MAPA DE ACTORES

CENTRAL

Dueños de perros y gatos de 25 a 35 años que residen en Lima Metropolitana

DIRECTO

Wufmers (Nuestros propios groomers)

INDIRECTO

Clínicas Veterinarias

proveedores / Pet Shops

Se desarrolló un plan de investigación que mediante Encuestas, Observaciones y Entrevistas permitió recopilar datos importantes que ayudó a comprender el comportamiento emocional y conocimientos de los dueños y que acciones toman sobre sus mascotas.

PLAN DE INVESTIGACIÓN

PLAN DE INVESTIGACIÓN

Objetivo			
Pregunta de investigación	Método	muestra	características
¿Qué tan informados están los dueños sobre la crianza y cuidados que deben tener sus mascotas? cod. 001	Encuesta / Entrevista	25 personas que tengan mascotas / 3 personas que tengan mascotas	Personas entre 18 a 45 años, que viven en Lima y dueños de perros o gatos.
¿Qué tan importante es para los dueños estar pendientes de los cuidados primordiales que sus mascotas requieren? cod. 002	Encuesta / Entrevista	25 personas que tengan mascotas / 2 personas que tengan mascotas	Personas entre 18 a 45 años, que viven en Lima y dueños de perros o gatos.
¿Qué tan importante es para los dueños solicitar servicios de terceros para sus mascotas? cod. 003	Encuesta / Entrevista	10 personas que tengan mascotas / 3 persona que tengan mascotas	Personas entre 18 a 45 años, que viven en Lima y dueños de perros o gatos.
¿Cómo impacta el tiempo que le dedican los dueños a sus mascotas en su comportamiento? cod. 004	Encuesta / OBSERVACIÓN	20 personas que tengan mascotas / propietarios de perro y/o gato	Personas entre 18 a 45 años, que viven en Lima y dueños de perros o gatos y asistan a parques
¿De que manera los dueños involucran a sus mascotas en sus planes de tiempo libre? cod. 005	OBSERVACIÓN	Dueños de mascotas	Personas que asistan a lugares pethriendly con sus mascotas
¿Qué tan involucrados están los dueños con el cuidado y la calidad de vida de sus mascotas? cod. 006	OBSERVACIÓN	Dueños de mascotas	Evento enfocado en mascotas
¿Cómo se complementan a nivel psicológico las mascotas y sus dueños cod. 007	Entrevista	2 psicólogos	Psicólogos de Lima

Por ello, contamos con una planificación de preguntas abiertas y cerradas para conocer el tiempo de calidad de los dueños con sus mascotas, cómo llevan la información acerca de sus cuidados, de qué manera están informados, su conocimiento y apreciación con servicios especializados, y los gastos que realizan con sus mascotas. Así mismo, el objetivo con las entrevistas a especialistas (Psicólogos), fue para comprender cómo se complementan a nivel psicológico los dueños con sus mascotas, la representación fue la siguiente..

PLANTILLA GUIONES



En base a los resultados de la data obtenida de las encuestas, organizamos la información en porcentajes generales y lo acoplamos a una esquematización dinámica de cada tema de encuesta, este proceso nos ayudó a encontrar hallazgos importantes, el desarrollo fue el siguiente..

Muestra **24**

Encuesta COD 001

RESULTADOS

TEMA: ¿Qué tan informados están los dueños sobre la crianza y cuidados que deben tener sus mascotas?

En su mayoría el **56%** fueron mujeres

El **44%**

La mayoría de los encuestados tiene un rango de edad entre

18 y 24 años

El **72%** de los participantes indicó tener perro, solo el 8% gato y entre ambos el 20%

El **86%**

El **100%**

El **88%** de los encuestados indicó tener en cuenta su posición económica antes de adoptar o comprar una mascota

El **80%** de los encuestados indicó que la llegada de su mascota fue por adopción, mientras que el 16% por compra

El **80%** de los encuestados indicó que la llegada de su mascota fue por adopción, mientras que el 16% por compra

El **96%** de los encuestados indicó informarse mediante videos cortos , y el 52% en tutoriales

El **12%** de los encuestados no tiene en cuenta su posición económica antes de adoptar o comprar una mascota

El **56%** de los encuestados indicó NO CONOCER de alguna ley asociada a las mascota

Muestra **24**

Encuesta COD 002

RESULTADOS

TEMA: ¿Qué tan importante es para los dueños estar pendientes de los cuidados primordiales que sus mascotas requieren?



50%



50%



El **54,2 %** tienen entre 18 y 24 años



70,8% tiene perro
12,5% tiene gato
16,7% tiene ambos



El **66%**



El **100%**

El **54,2 %** de las personas encuestadas viven en departamento y un **45.8%** en casa

Las personas gastan un aproximado de entre **150-300 soles** en alimentación de sus mascotas

Un **8%** no lleva a sus mascotas a hacerle chequeos a menos que se encuentre grave

El **41%** de veterinarios atienden consultas por wsp mientras que un **20%** No lo hace

Un **20%** de dueños indican que sus mascotas hacen sus necesidades dentro del hogar

El **58.3 %** de las personas tienen más de 1 mascota

Muestra **16**

Encuesta COD 003

RESULTADOS

TEMA ¿:Qué tan importante es para los dueños solicitar el servicio de terceros?



56.3%



43.8%



El **56,3 %** tienen entre 18 y 24 años



81,3% tiene perro



El **81.3%**



El **100%**

El **81,3 %** busca no contratar a un tercero para que le de cuidados a su mascota.

La mayoría de respuestas frente a una **mala experiencia** se basa en el mal corte de pelo que le dan .

Al ser la mayoría de **hombres** encuestados no es prioritario para ellos invertir en gastos extras.

Identificamos que el presupuesto de **costo de los servicios influencia** en dejar a sus mascotas en servicios de terceros

Para los propietarios es importante la **experiencia** que les brindan a su mascota

La negligencia por parte de veterinarias ha originado **desconfianza** en nuestros encuestadores

Muestra **22**

Encuesta COD 004

RESULTADOS

TEMA: ¿Cómo impacta el tiempo que le dedican los dueños a sus mascotas en su comportamiento?



45.5%



54.5%



El **59.1%** tienen entre 18 y 24 años



68.2 % tiene perro
13,6% tiene gato



El **68.2%**



El **100%**

El **82%** de los participantes adoptó a su mascota

Suelen dejar **solas a sus mascotas** por motivos como ocio y vacaciones cortas.

Educan a sus mascotas para que tengan una buena actitud en casa

Tienen **conocimiento** de que el espacio en el que viven sus mascotas repercute en su comportamiento

Sus mascotas hacen travesuras en casa, **ocasionalmente**

Se preocupan por el tiempo que pasa puede pasar **sola su mascota en casa**

Todas las encuestas realizadas lo adjuntamos en los siguientes enlaces:

ENCUESTA 001 :
https://docs.google.com/forms/d/13_MuTEVgJzBWWqLAnkHMEGtOVBcgK908ogSzZ1a8gqk/edit

ENCUESTA 002:
https://docs.google.com/forms/d/1N5nzAKwFrvelEW6bX6AF7wy_1Xh_yPjwJTOWLjcwz6A/edit#setting

ENCUESTA 003:
https://docs.google.com/forms/d/1mRAgSIA8PridwDIo2q95CLvr3WpubCPDfcWYZKuwE9I/edit

ENCUESTA 004:
https://docs.google.com/forms/d/1odK15orq1P_Dld0-7mJegf_IgE3w4Lq4K-g-k4tUaNw/edit?usp=drive_web

Las entrevistas a dueños de mascotas se desarrollaron con el objetivo de conocer cómo es que llegaron éstas a sus vidas, y además, de qué tan importante es para ellos estar pendientes a los cuidados primordiales que sus mascotas requieren.

Datos de las

Entrevistas

GABRIEL FIESTAS

Entrevista vía Zoom
Dur. 40 minutos

PERFIL DE DUEÑO

Tiene 22 años de edad
Vive en Ate
Estudiante carrera Marketing
Prácticamente en el área comercial

PERFIL DE MASCOTA

Nombre de la mascota : blondie
Edad : 2 años
Mascota: perrita
Presupuesto: 200 soles

Para poder adoptar a su mascota , realizó una búsqueda por redes sociales (grupos de facebook) y veterinarios.

Mediante una página de facebook se puso en contacto con la persona responsable que se encontraba lejos (Ica), y pagó 200 soles para poder tener a Blondie

Acondicionó el espacio de su mascota antes de que llegara, menciona haber comprado cama, juguetes, comida especial, reserva de cita con el veterinario para sus vacunas,



LUIS GARCIA

Entrevista vía Zoom
Dur. 40 minutos

PERFIL DE DUEÑO

23 años
Vive en Villa el Salvador
Vive en departamento
Trabaja como ilustrador y diseñador freelance
tiene 4 gatos y 1 perro

PERFIL DE MASCOTA

Nombre de la mascota :
felix
Edad : 10 años
Mascota: gato
Adopción

Para adoptar a su perrita la amiga de su mamá tenía crías que no las cuidaba como se debe y decidieron adoptar a uno de los cachorros.

De sus gatos fueron encontrados en su propia casa y al no tener hogar los adoptaron, uno de ellos se encontraba preñada y al dar a luz solo 2 gatitos sobrevivieron al parto y el miedo de darlos a alguien que no le de los cuidados que merecen decidieron dárselos.

Ahora que tengo mascota mi relación mejoró con mi familia, no discutimos, salimos juntos a pasear con ellos y pasamos más tiempo en familia gracias a mis mascotas.

ALEJANDRO ALTAMIRANO

Entrevista vía meet
Dur. 40 minutos

PERFIL DE DUEÑA

Edad 30 años
Vlve en casa
La molina
Tiene un perro

PERFIL DE MASCOTA

Bulldog frances
Tiene 1 año
Macho
No está esterilizado
Adopción

Si decides adoptar a una mascota lo primero que debemos tener en cuenta es el espacio que le vas a dar.

Las mascotas merecen de atención, tiempo y compromiso

Una mascota de raza si emplea gastos y más cuidados



“He comprobado que tener una mascota en casa te alegra tu dia"

CESAR GARCIA

Entrevista vía Zoom
Dur. 40 minutos

PERFIL DE DUEÑO

Vive en San Borja
Estudia Marketing Digital
Asistente en ventas
Petlover
Tiene un pitbull de 4 años

PERFIL DE MASCOTA

Kush
Macho
Pitbull
Compra

Influyó su círculo social para tener a su mascota y que tenga la facilidades de tener.

Prefiere guiarse de la información de su veterinario de confianza, menciona que ve a su mascota desde muy pequeño.

"La primera experiencia que tuve con mi primera mascota Danger, no fue cercana ya que yo era pequeño (tenía entre 6 año) y le tenía cierto miedo y respeto por su tamaño, digamos que no tenía que cuidarlo a diferencia de Kush"

"La relación que tengo con mi mascota es de papá e hijo**"**

NATALIA ECHEGARAY

Entrevista vía meet
Dur. 40 minutos

PERFIL DE DUEÑA

Tiene 22 años
Tiene 2 gatos,2 perros,1 conejo
Estudiante
Vive en casa
Distrito San Juan MIraflores

PERFIL DE MASCOTA

Lola
Gata
Edad 5 años
Está esterilizada



Vio una publicación de redes sociales y al ver que nadie la quería adoptar por ser hembra decidió adoptarla.

Mis mascotas me brindan un apoyo incondicional al llegar a casa después de haber tenido un día ajetreado, ellos siempre suelen ser mi **apoyo**.

Nos indica que su mascota ama explorar diferentes puntos de su casa y caminar con libertad

“Para mi cada mascota es única y es una etapa nueva y me brinda nuevas experiencias"

CAROLINA APOLAYA

Entrevista vía Zoom
Dur. 40 minutos

PERFIL DE DUEÑO

Tiene 36 años
Vive en Surquillo
Profesión Arq. Interiores
Trabaja como docente

PERFIL DE MASCOTA

Tomas Apolaya
edad 11 años
Tiene 1 perro
Compra

Tienen una rutina establecida para la hora de dormir y todos los integrantes de la familia participan

Las esterilizaciones, además de prolongar la vida y preservar la salud de las mascotas, también generan que la conexión con los propietarios sea mucho más amena.

La doctora aloja a Tomás en su casa, porque conoce a Tomas desde siempre.

DIEGO MENDOZA

Entrevista vía Zoom
Dur. 40 minutos

PERFIL DE DUEÑO

Tiene 22 años
Vive en Surco
Estudia Ingenieria
de sistemas e informatica
Diseño Gráfico
Tiene 1 perro

PERFIL DE MASCOTA

Fanta Herrera
Edad : 1 año y medio
Mascota : Perro
Adopción

Mi hermano recato a mi mascota de la calle y le dimos un hogar

No suelo sacarlo mucho debido a que ya tiene 15 años y por su vejez duerme todo el día

Dolla es parte de mi familia, es alguien que me acompañó casi toda mi vida

ALFONSO HERRERA

Entrevista vía Zoom
Dur. 40 minutos

PERFIL DE DUEÑO

Tiene 28 años
Vive en surco
Trabaja en el área de operaciones de una empresa

PERFIL DE MASCOTA

Dollar
Edad : 1 año
Mascota : Perro
Adopción

Buscaban una mascota, pero la adopción de "Fanta" fue inesperada

La responsabilidad de criar a su mascota es diferente por la edad que tiene, anteriormente la dedicación no era la misma, porque la tenencia era compartida

Su mascota si suele quedarse sola y siempre esta a la expectativa de que regrese su dueño

Datos de las

Entrevistas a psicólogos

ADRIANA

Entrevista vía Zoom
Dur. 40 minutos

Psicóloga
Llevó su maestría en Venezuela
Vive hace 4 años en Perú
Cuenta con colegiatura



Las mascotas si bien son de ayuda, no son proveedoras del bienestar emocional en su totalidad

Las mascotas sirven para integrar aspectos emocionales y conductuales en cualquier grupo familiar

Aporta beneficios emocionales le crea un sentido de pertenencia

Las personas que deciden tener un perro tienen mayor vínculo afectivo a diferencia de los que tienen gato

YENY

Entrevista vía Zoom
Dur. 40 minutos

20 años experiencia de
Magíster en psicología educativa
Catedrática de la Universidad
Peruana de la Unión



Una mascota puede ser el mismo que el dolor de la pérdida de un familiar, todo depende del vínculo de la persona.

-Las mascotas son seres importantes en la familia, son parte esencial de nuestro desarrollo emocional y se ve reflejado también en las redes sociales.

Nosotros los psicólogos estudiamos a los animales mediante sus comportamientos.

Humanizar a nuestras mascotas es contraproducente para ellos

Todas las entrevistas se adjuntan en los siguientes enlaces:

Carpeta de Entrevistas:

https://drive.google.com/drive/folders/102KMOMyHZmJhEdxLddfKQUyTITivDd0W?usp=share_link

Por otro lado, tenemos las

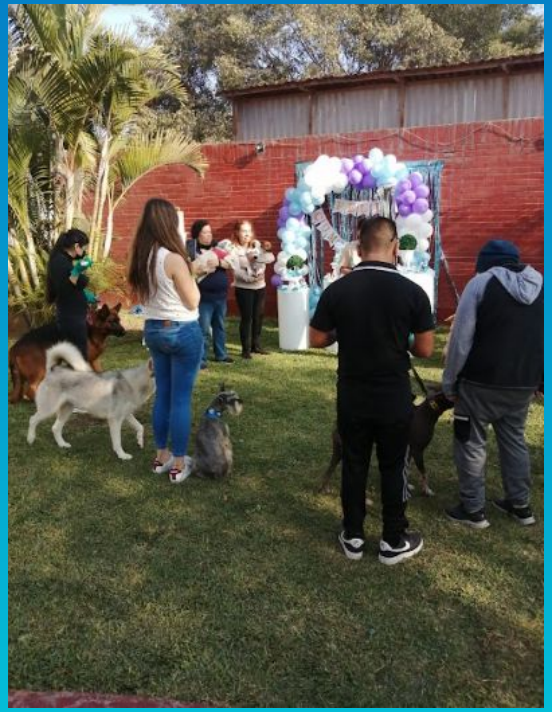
Observaciones

Se comprendió en este método de investigación que los dueños de exageran en la atención que les brindan a su mascota, suelen llamarlos con calificativos **“bebé”, “hij@” o “princesa”,** y en espacios abiertos tienen a su mascota cohibida en cochecitos, cargados o con correa, por el miedo a que les suceda algo, llegando al extremo de no dejarlos relacionarse con los de su especie.

Ellos por lo general quieren capturar cada momento con fotografías y videos, y las mascotas reflejan que ya no están muy cómodas.

Cumpleaños Perruno (Parque)







Latin Pet Show
(ExpoPet Jockey Club)







Cafetería
Pet Friendly
(Armónica Café)







Todas las Fotografías y evidencias de las Observaciones se adjuntan en los siguientes enlaces:

Cumpleaños Perruno (Parque) :
https://drive.google.com/drive/folders/1oBUuAl8lvaLImyH1FSl2b2y0xI-F7I6u?usp=share_link

Latin Pet Show (Expo Jockey Club) :
https://drive.google.com/drive/folders/1WN5Vx9_Kx_p1EXSxFa_B9sICFoOYm-jC?usp=share_link

Cafetería Pet Friendly:
https://drive.google.com/drive/folders/1gv0hn-QVQe7zvXZJ1eZ88mq68QOsTjSj

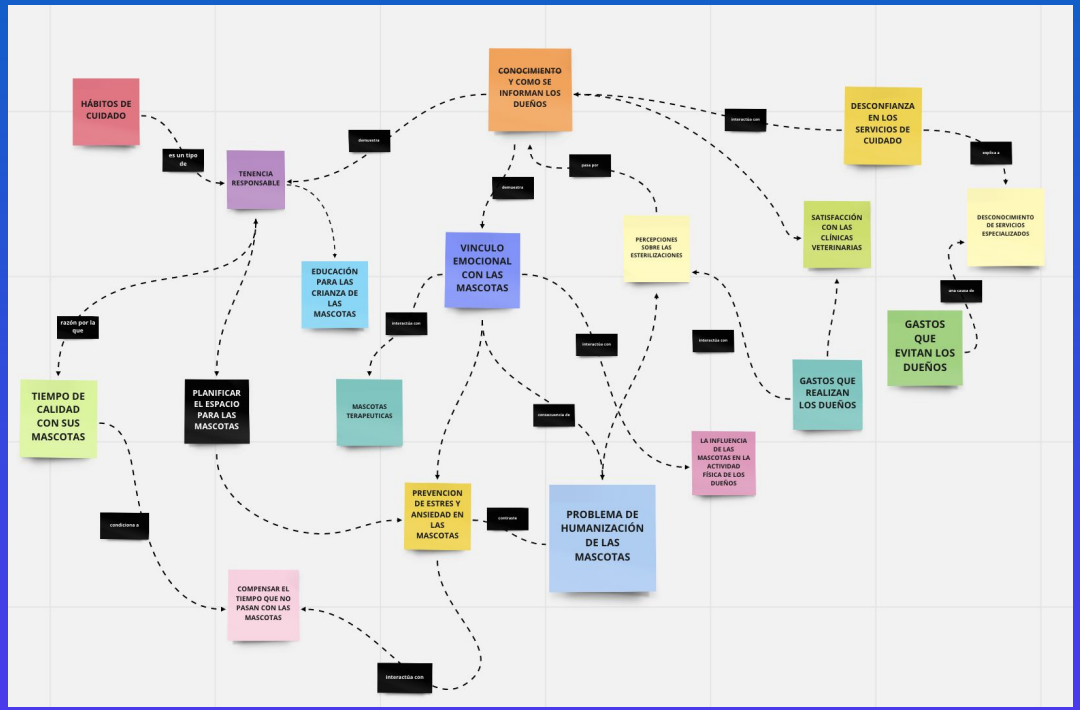
Organizamos la información de datos obtenidos de las entrevistas y encuestas por medio de **patrones,** y construimos categorías según nombres otorgados a cada grupo de aspectos relacionados a la crianza y cuidados de los dueños a sus mascotas.

ORGANIZACIÓN DE DATOS



Realizamos un mapa mental con relación a estas categorías con la finalidad de determinar posibles **hallazgos**.

MAPA MENTAL


CONOCIMIENTO Y COMO SE INFORMAN LOS DUEÑOS
HÁBITOS DE CUIDADO
es un tipo de
TENENCIA RESPONSABLE
domestica
DESCONFIANZA EN LOS SERVICIOS DE CUIDADO
interactúa con
implica a
DESCONOCIMIENTO DE SERVICIOS ESPECIALIZADOS
una causa de
domestica
pasa por
PERCEPCIONES SOBRE LAS ESTERILIZACIONES
SATISFACCIÓN CON LAS CLÍNICAS VETERINARIAS
VINCULO EMOCIONAL CON LAS MASCOTAS
EDUCACIÓN PARA LAS CRIANZA DE LAS MASCOTAS
interactúa con
interactúa con
interactúa con
GASTOS QUE EVITAN LOS DUEÑOS
GASTOS QUE REALIZAN LOS DUEÑOS
razón por la que
TIEMPO DE CALIDAD CON SUS MASCOTAS
PLANIFICAR EL ESPACIO PARA LAS MASCOTAS
MASCOTAS TERAPEUTICAS
consecuencia de
LA INFLUENCIA DE LAS MASCOTAS EN LA ACTIVIDAD FÍSICA DE LOS DUEÑOS
condiciona a
PREVENCION DE ESTRES Y ANSIEDAD EN LAS MASCOTAS
contrario
PROBLEMA DE HUMANIZACIÓN DE LAS MASCOTAS
COMPENSAR EL TIEMPO QUE NO PASAN CON LAS MASCOTAS
interactúa con

Entonces analizamos que el comportamiento y la forma de pensar de la muestra tenía una razón particular, y mediante un ejercicio práctico, que ayudó al proceso de trabajo, se pudo definir los principales **Insights.**

INSIGHTS

TIEMPO DE CALIDAD CON SUS MASCOTAS

Pasar tiempo con mi mascota me hace sentir feliz y que soy responsable. Sin embargo, cuando me separo de mi mascota siento mucha preocupación y ansiedad

porque no está preparada para quedarse sola.

Cuando veo a mi mascota feliz, saludable, con buen ánimo, concluyo que le doy la calidad de vida que merece.

Quisiera que siempre esté acompañado, sin descuidar mis responsabilidades

PROBLEMA DE HUMANIZACIÓN DE LAS MASCOTAS

Me encanta comprarle ropa a mi perro, pero mi entorno cuestiona estas acciones porque creen que exagero. Cuando veo a mi mascota con sus botitas y su ropita me derrito de amor.

Quisiera que mi mascota disfrute de lo que hago por él

PROBLEMA DE HUMANIZACIÓN DE LAS MASCOTAS

Compartir momentos con mi mascota en redes sociales me hace sentir que demuestro cuanto amo a mi mascota ver y conectar con otras personas que se identifican con lo que comparto porque me gusta que vean como vive mi mascota y como lo mantengo cuidado me hace sentir qué hay mas personas compartiendo mi mismo rol padre/madre. Me gustaría llegar a más personas con el contenido que creo con mi mascota, poder inspirar a otras personas a criar a sus mascotas con responsabilidad y amor.

VÍNCULO EMOCIONAL CON LAS MASCOTAS

Me encanta compartir viajes con mi mascota, estos momentos de desconexión y descanso me hacen sentir relajado y siento que mi mascota tambien se relaja y desestreza, porque reconozco cuando quiere pasar tiempo conmigo y también cuando necesita su propio espacio.Observar y respetar sus necesidades hace que nuestro vinculo sea mas fuerte y saludable.

quisiera que todas las personas pudieran entender que las necesidades de nuestras mascotas son diferentes a la de las personas.

Estos **insights** fueron adaptados a la forma en la que serían expresados.

Insights

“Quisiera que mi mascota siempre esté acompañad@, sin descuidar mis responsabilidades”

“Cuando veo a mi mascota con sus botitas y su ropita me derrito de amor, quisiera que disfrute lo que hago por él/ella”



Insights

“Inspirar a otros con mis experiencias y cuidado que le doy a mi mascota para fomentar una mejor crianza de ellos”

“Compartir momentos relajantes con mi mascota y respetar su espacio y necesidades genera un vínculo más fuerte y saludable”



Trabajamos en una representación de nuestros usuarios para así conocer sus necesidades, emociones, dolores, deseos y expectativas, y así nacieron nuestros **Arquetipos** .

ARQUETIPOS

ARQUETIPO 1 - NATALIA "LA VIAJERA"

Persona (Nombre)

¿Quién es tu arquetipo? ¿Cómo se ve? ¿Qué hace?



Comportamientos

¿Cómo vive tu arquetipo el problema? ¿Qué es importante saber sobre sus comportamientos? ¿Cómo tu arquetipo ve el mundo?

Natalia es una persona independiente desde hace un par de años, trabaja mucho y le gusta viajar. Se preocupa por el tiempo que pasa sola su mascota y quisiera estar al lado de su mascota todo el tiempo sin descuidar sus responsabilidades o sus vacaciones. Su mascota para ella es mas que un miembro de su familia.

Pains y Gains

¿Qué le duele/molesta? (Pains)

- Dejar sola a su mascota
- No poder disfrutar al 100% que ella quisiera a su mascota
- Que mascota tenga cambios en su comportamiento debido a su ausencia en casa.
- Percibir a su mascota triste cuando sale
- No poder hacer sus labores por estar pensando en su mascota

¿Qué quiere o necesita? (Gains)

- Cuidado y compañía para su mascota en todo momento
- Necesita asegurarse de que su mascota estará bien durante el tiempo que pase sola
- Sentir tranquilidad sabe que sale y deja sola a su mascota

¿Qué dice o piensa?



ARQUETIPO 2 - **LIAM "EL PROTECTOR"**

Persona (Nombre)

¿Quién es tu arquetipo? ¿Cómo se ve? ¿Qué hace?



Comportamientos

¿Cómo vive tu arquetipo el problema? ¿Qué es importante saber sobre sus comportamientos? ¿Cómo tu arquetipo ve el mundo?

Liam es una persona sensible con los animales, creativo e inspirador , invierte la mayor parte de su tiempo en su gata y su perro. El no suele salir mucho ya que es muy dependiente de sus mascotas por el miedo a que les pase algo o necesiten algo mientras no está en casa, por esto prefiere pasar el tiempo en su hogar.

La encarna comparte a sus mascotas rigidez y aprende cada que cada vez y tiene la oportunidad de hacerlo, considera a sus mascotas como miembros importantes en su familia.

Pains y Gains

¿Qué le duele/molesta? (Pains)

- La malteria el multirazo animal
- Le duele dejar a sus mascotas solas

¿Qué quiere o necesita? (Gains)

¿Qué dice o piensa?



ARQUETIPO 3 - Andrea "LA PETFLUENCER"

Persona (Nombre)

¿Quién es tu arquetipo? ¿Cómo se ve? ¿Qué hace?



- Le gusta las redes sociales
- Es muy sociable y responsable
- Ama tomar fotografías a su mascota
- Se considera pellover

Comportamientos

¿Cómo vive tu arquetipo el problema? ¿Qué es importante saber sobre sus comportamientos? ¿Cómo tu arquetipo ve el mundo?

Andrea tiene 25 años vive con su familia y su mascota Bami, se considera **petlover** ama acompartir momentos con su mascota a traves de las redes sociales. Ella es muy apasionada con lo que hace y busca aportar una visión diferente para las personas que tienen el cuidado a una mascota en casa. Ella comparte diferentes actividades como viajar en auto junto a su mascota, hacer deporte entre otros

Pains y Gains

¿Qué le duele/molesta? (Pains)

- Que las personas vean descuidadas de sus mascotas
- Que no comparten momentos a lado de la Mascota
- Que las personas piensen que tu mascota no debe tener tanto cuidado
- Que no le tomen el tiempo para educar a sus mascotas
- Que opinen sobre el cuidado que le da a su mascota
- Que piensen que le den una atención excesiva a las mascota

¿Qué quiere o necesita? (Gains)

- Conocer a mas personas que les encantan compartir con su mascota
- Generar mayor concientización sobre el cuidado de las mascotas
- Hacer crecer su red social de su mascota
- Influenciar sobre la importancia de tener a la mascota a las personas que le siguen en su redes sociales
- Ser una dueña responsable con las actividades de su mascota
- inspirar a mas personas

¿Qué dice o piensa?



ARQUETIPO 4 - MAURICE " EL CONSEJERO"

Persona (Nombre)

¿Quién es tu arquetipo? ¿Cómo se ve? ¿Qué hace?



Comportamientos

¿Cómo vive tu arquetipo el problema? ¿Qué es importante saber sobre sus comportamientos? ¿Cómo tu arquetipo ve el mundo?

Pains y Gains

¿Qué le duele/molesta? (Pains)

¿Qué quiere o necesita? (Gains)

¿Qué dice o piensa?



Perfiles de nuestros

Arquetipos



NATALIA DE BERNARDO

Publicista

Soy Natalia, tengo 25 años, vivo en un departamento con mi gato Pelusa de 2 años, me gusta viajar pero me preocupa dejar solo a mi Pelusa, por eso siempre planifico mis viajes teniendo en cuenta a mi gato.

Pains : “Me molesta no poder dedicarle el tiempo que quisiera a mi mascota”.

Gains : “Quiero recompensar a mi mascota por el tiempo que pasa fuera de casa”.

“LA VIAJERA”

Comprometida	Responsable	Competitiva
100%	95%	80%

“Mis mascotas se ven hermosas cuando llevan su ropita puesta"

LIAM MENDOZA

Broker de Seguros



Soy Liam tengo 26 años, vivo independientemente con mis mascotas Sasha de 4 años (perro) y Bigotes de 1 año (gato), por mi trabajo a veces suelo dejar sola a mis mascotas en casa. Últimamente por la demanda laboral me está costando manejar la crianza y el cuidado de mi perrita y gatito.

Pains : “Me molesta que siempre me critiquen por los cuidados que le doy a mis mascotas”.

Gains: “ Quiero recompensar a mis mascotas con todo el amor que le doy”.

“EL PROTECTOR”

Responsable	Empático	Sociable
90%	100%	70%

“Mi perro, no es mascota, es familia”



ANDREA BERROSPI

Estudiante de Derecho

Soy Andrea, tengo 25 años , vivo con mi mascota Berni, me encanta compartir los momentos con mi mascota en mis redes sociales, como hacer deporte, viajar en auto, entre otros, porque siento que con ello puedo aportar una visión diferente a las personas que tienen al cuidado a una mascota en casa.

Pains : “Me molesta que piensen que le doy una atención excesiva a mi mascota”.

Gains: : “Me gustaría ser un ejemplo en redes sociales con el cuidado y amor que le doy a mi mascota”.

“LA PETFLUENCER”

Sincera 100%

Sociable 90%

Afectuosa 95%

“ Si te metes con mi mascota , te metes conmigo

MAURICE RÍOS

Psicólogo



Soy Maurice, trabajo como psicólogo independiente brindando asesorías online mediante mis redes sociales donde expongo mi trabajo diario y un poco de mí, como psicólogo considero que es importante establecer un vínculo fuerte con mis pacientes, ya que estoy comprometido con la labor que tengo en mi día a día.
Me gusta viajar y conocer nuevos lugares, salir de la rutina y compartir mucho con la naturaleza y mi mascota.

Pains : “Me molesta observar que una mascota no pueda moverse con libertad por estar a la "moda".

Gains : “Me gustaría que exista una tenencia responsable con las mascotas y no tratarlos como "bebés" o "niños pequeños"

“EL CONSEJERO”

Responsable	Empático	Sociable
90%	100%	70%

"No se debe llevar al extremo de criar a nuestras mascotas como humanos"

En base a las necesidades de los Arquetipos nos planteamos una pregunta...

¿Cómo podríamos proponer una solución a sus necesidades?

Ejercicio de

Divergencia

¿CÓMO PODRÍAMOS?

¿CÓMO PODRÍAMOS?

El reto de diseño de plantea utilizando la pregunta ¿Cómo podríamos...? En base a las necesidades del usuario y a los insights nos planteamos una pregunta que va a abrir espacio para proponer una solución. Este es un ejercicio de DIVERGENCIA, es decir se deben proponer varios retos

Usuario - Arquetipo	Dolor o necesidad	Insight	¿Cómo podríamos.....
¿Quién es el usuario? ¿Con cuál arquetipo voy a trabajar?	¿Qué dolor tiene? o ¿Cuál es su necesidad?	¿Qué motiva o esta detrás de ese comportamiento, dolor o necesidad?	Escribe el reto de diseño, toma en cuenta al usuario, su necesidad o dolor y el por qué

Natalia
Dueña de gato

Es joven, tiene 25 años

Vive en un departamento de espacio moderado

Trabaja en una agencia de publicidad

Se despierta **muy temprano** para atender a su gato

Su mascota llegó a su vida mediante la **adopción**

El cuidado de su gato está a cargo únicamente de ella

planifica sus viajes teniendo en cuenta a su mascota

Dejar sola a su mascota

No poder dedicarle el tiempo que ella quisiera a su mascota

Percibir a su mascota triste cuando sale

Que su mascota tenga cambios en su comportamiento debido a no la ausencia en casa.

Cuidado y compañía para su mascota en todo momento

Sentir tranquilidad cada que sale y deja sola a su mascota

Pasar tiempo con mi mascota me hace sentir feliz y que soy responsable. Sin embargo, cuando no siguiro de mi mascota siento mucha preocupación y ansiedad porque no está preparada para quedarse sola. Cuando veo a mi mascota feliz, saludable, con buen ánimo, concluyo que le doy la calidad de vida que merece.
Quisiera que siempre esté acompañado, sin descuidar mis responsabilidades

- Como podríamos brindar cuidados y compañía a una mascota que no quede sola en casa.
- **Como podríamos generar tranquilidad al dueño cuando se encuentra fuera de casa.**
- Como podríamos educar a las mascotas que se encuentran en casa solas, para que no tengan cambios en su comportamiento.
- **Como podríamos preparar a las mascotas y a sus dueños cuando tienen que pasar tiempo separados.**

¿CÓMO PODRÍAMOS?

El reto de diseño de plantea utilizando la pregunta ¿Cómo podríamos...? En base a las necesidades del usuario y a los insights nos planteamos una pregunta que va a abrir espacio para proponer una solución. Este es un ejercicio de DIVERGENCIA, es decir se deben proponer varios retos

Usuario - Arquetipo	Dolor o necesidad	Insight	¿Cómo podríamos.....
¿Quién es el usuario? ¿Con cuál arquetipo voy a trabajar?	¿Qué dolor tiene? o ¿Cuál es su necesidad?	¿Qué motiva o esta detrás de ese comportamiento, dolor o necesidad?	Escribe el reto de diseño, toma en cuenta al usuario, su necesidad o dolor y el por qué

Liam Mendoza Torres
"Dueño Mixto"
Es joven, tiene 26 años

Es joven Tiene 26 años

Vive en departamento con espacio simple ambientado para sus mascotas

Tarde | gatos y perro | **solucion:** Trabaja en casa para estar con su mascota

Se molesta el maltrato animal

Se halla y siempre tiene tiempo para sus mascotas por su trabajo.

Se preocupa mucho por la alimentación de sus mascotas

Si cada con sus amigos planifica viajes donde sus mascotas también son familiares

Me encanta comparar ropa a mi mascota, pero mi entorno cuestiona estas acciones porque creen que exagero. Cuando veo a mi mascota con sus bottitas y su ropita me dentro de amor.
Quisiera que mi mascota disfrute de lo que hago por él

- Como podríamos concientizar a los dueños que las mascotas no son accesorios.
- Como podríamos concientizar que las personas se interesen más en la necesidad y comodidad de sus mascotas que la de ellos mismos.
- **Como podríamos cubrir los gustos de los dueños sin restarle importancia a las necesidades y comodidades de sus mascotas**

¿CÓMO PODRÍAMOS?

El reto de diseño de plantea utilizando la pregunta ¿Cómo podríamos...? En base a las necesidades del usuario y a los insights nos planteamos una pregunta que va a abrir espacio para proponer una solución. Este es un ejercicio de DIVERGENCIA, es decir se deben proponer varios retos

Usuario - Arquetipo	Dolor o necesidad	Insight	¿Cómo podríamos.....
¿Quién es el usuario? ¿Con cuál arquetipo voy a trabajar?	¿Qué dolor tiene? o ¿Cuál es su necesidad?	¿Qué motiva o esta detrás de ese comportamiento, dolor o necesidad?	Escribe el reto de diseño, toma en cuenta al usuario, su necesidad o dolor y el por qué

Dueña de perro

Andrea Berrospi
25 años
Estudiante derecho
Distrito San Miguel
vive en departamento
Tiene una mascota de 5 años (pastor alemán)

Conocer a más personas que les encantan las mascotas

Generar mayor concientización sobre el cuidado de las mascotas

Influenciar sobre la alimentación sana y la rutina a la hora de salir en su mascota

Ser una dueña responsable con las actividades de su mascota

Compartir momentos con mi mascota en redes sociales me hace sentir que demuestro cuanto ama a mi mascota ver y conectar con otras personas que se identifican con lo que comparte me motiva a seguir haciéndolo. Además, me encanta que mi entorno cuando me hace venir que hay mas personas compartiendo mi mismo mi padecimiento. Me gustaría llegar a más personas con el contenido que creo con mi mascota, poder inspirar a otras personas a criar a sus mascotas con responsabilidad y amor.

- Cómo podríamos influenciar sobre el cuidado que le damos a nuestras mascotas.
- Cómo podríamos inspirar a que más dueños de mascotas puedan compartir su experiencia en redes sociales.
- Cómo podríamos influenciar sobre la educación que le brindamos a nuestras mascotas en las redes sociales.
- Cómo podríamos conectar con otros usuarios en las redes sociales que tengan mascotas pet.friendly.

Cómo podríamos generar un impacto positivo en la relación entre mascota/dueño a través de las redes sociales

¿CÓMO PODRÍAMOS?

El reto de diseño de plantea utilizando la pregunta ¿Cómo podríamos...? En base a las necesidades del usuario y a los insights nos planteamos una pregunta que va a abrir espacio para proponer una solución. Este es un ejercicio de DIVERGENCIA, es decir se deben proponer varios retos

Usuario - Arquetipo		Insight	¿Cómo podríamos.....
¿Quién es el usuario? ¿Con cuál arquetipo voy a trabajar?	¿Qué dolor tiene? o ¿Cuál es su necesidad?	¿Qué motiva o esta detrás de ese comportamiento, dolor o necesidad?	Escribe el reto de diseño, toma en cuenta al usuario, su necesidad o dolor y el por qué

Maurice Rios
-Tiene 32 años
vive en Santiago de Surco.
- Trabaja como Psicólogo (independiente)

Vive en un duplex y tiene una perrita "Lana", su ambiente está acondicionado a su pequeña mascota

PERSONALIDAD
Confiado
Amable
Responsable
Es extra
Empático
Sabe escuchar sin mucha crítica

Organiza su tiempo de trabajo y no descuida la rutina diaria de su mascota. le gusta sorpresa a pasear a los parques que tiene alrededor

Que las personas vistan de ropa a sus mascotas (accesorios de humanos)

Observar que una mascotas no puede ser tratada como un ser humano

Que la persona no tenga en cuenta las necesidades y bienestar de su mascota

Que la persona no tenga en cuenta las necesidades y bienestar de su mascota solo por obtener fin lucrativo (moda del momento)

Necesita que alguien le ayude a entender a su mascota y que le brinde información y comprender "las palabras"

Necesita que las personas respeten el espacio natural de las mascotas, no todas son tan cuidadosas

Me encanta comparar ropa con mi mascota, estos momentos se reconocen y disfrutan, ya que estar integrada y participando en estas actividades me hace sentir que estoy haciendo algo bien, cuando quiere pasar tiempo contigo y cuando cuando comparte su propio espacio. Observo la reacción, las necesidades hace que mi mascota se sienta cómoda y feliz. Quisiera que mi mascota quiera que estén las personas pudieran entender que las necesidades de nuestras mascotas son diferentes a la de las personas.

1. Cómo podríamos concientizar a las personas a tener en cuenta el material adecuado para vestir a sus mascotas
2. Cómo podríamos lograr que las personas no tuvieran a sus mascotas con accesorios de humanos o de tendencia.
3. Cómo podríamos garantizar el bienestar de las mascotas y respetar su espacio natural
4. Cómo podríamos concientizar a las personas que las mascotas tienen otras necesidades físicas y psicológicas.

RETO DE DISEÑO

RETO DE DISEÑO

Escribir el reto de diseño con el formato "How might we?" nos permite diseñar soluciones centradas en las personas. Es la herramienta que usamos para presentar el reto de diseño para asegurarnos de que nuestra solución responda a la pregunta correcta. Usaremos el reto de diseño como guía par idear la solución, por eso es importante que esté muy bien definido.

ARQUETIPO | le duele/necesita | DOLOR/NECESIDAD | por que | INSIGHT



¿Cómo podríamos **Como podríamos preparar a las mascotas y a sus dueños cuando tienen que pasar tiempo separados**

acción o intención

Natalia (dueña de gato)

arquetipo

Generar tranquilidad y confianza en los dueños para dejar a sus mascotas en casa y brindando cuidado a las mascotas

efecto deseado

RETO DE DISEÑO

Escribir el reto de diseño con el formato "How might we?" nos permite diseñar soluciones centradas en las personas. Es la herramienta que usamos para presentar el reto de diseño para asegurarnos de que nuestra solución responda a la pregunta correcta. Usaremos el reto de diseño como guía par idear la solución, por eso es importante que esté muy bien definido.

ARQUETIPO | le duele/necesita | DOLOR/NECESIDAD | por que | INSIGHT



¿Cómo podríamos **cubrir los gustos de los dueños sin restarle importancia a las necesidades y comodidades de sus mascotas**

acción o intención

Liam Mendoza Torres "Dueño Mixto"

arquetipo

Mejorar la información que manejan los dueños de lo que su mascota necesita.

efecto deseado

RETO DE DISEÑO

Escribir el reto de diseño con el formato "How might we?" nos permite diseñar soluciones centradas en las personas. Es la herramienta que usamos para presentar el reto de diseño para asegurarnos de que nuestra solución responda a la pregunta correcta. Usaremos el reto de diseño como guía par idear la solución, por eso es importante que esté muy bien definido.

ARQUETIPO | le duele/necesita | DOLOR/NECESIDAD | por que | INSIGHT



¿Cómo podríamos **generar un impacto positivo en la relación entre mascota/dueño a través de las redes sociales**

acción o intención

Andrea Berrospi (dueña de un perro)

arquetipo

Influenciar relaciones sanas entre mascotas y dueños, basada en el respeto por el espacio y las necesidades de ambos.

efecto deseado

RETO DE DISEÑO

Escribir el reto de diseño con el formato "How might we?" nos permite diseñar soluciones centradas en las personas. Es la herramienta que usamos para presentar el reto de diseño para asegurarnos de que nuestra solución responda a la pregunta correcta. Usaremos el reto de diseño como guía par idear la solución, por eso es importante que esté muy bien definido.

ARQUETIPO | le duele/necesita | DOLOR/NECESIDAD | por que | INSIGHT



¿Cómo podríamos **Garantizar el bienestar de las mascotas sin invadir su espacio natural.**

acción o intención

Maurice Rios "Psicologo"

arquetipo

Mejorar el estilo de vida de las mascotas, concientizando a las personas que las mascotas tienen necesidades físicas y psicológicas diferentes a las de los humanos

efecto deseado

Con esta información

Nos planteamos un reto

Reto de Diseño

¿Cómo podríamos garantizar el bienestar de las mascotas, respetar su naturaleza y concientizar a las personas de que las mascotas tienen necesidades físicas y psicológicas diferentes a las de los humanos?

1. **Instruyendo** a los dueños a ser "mejores padres" y brindándoles confianza para el cuidado de sus mascotas.

2. Promoviendo que se **involucren** en las actividades físicas que deben realizar sus mascotas.





3. **Asesorandolos**, generar tranquilidad al dueño cuando sale y deja sola a su mascota en casa

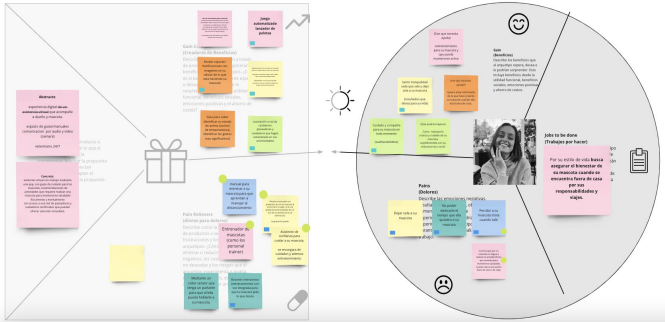
4. **Brindando** un espacio donde los dueños puedan expresar sus experiencias y encontrar personas que están criando a sus mascotas y se interesan por aprender sobre la tenencia responsable.

ETAPA 2: IDEAR

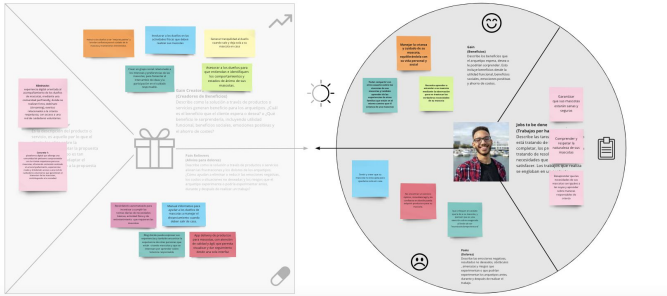
Alineamos las necesidades de nuestros arquetipos con algunas características del servicio que pensamos ofrecer, lo que nos ayudó a definir los aspectos fundamentales dentro de el modelo de negocio mediante el **Lienzo Propuesta de Valor**

PROPUESTA DE VALOR

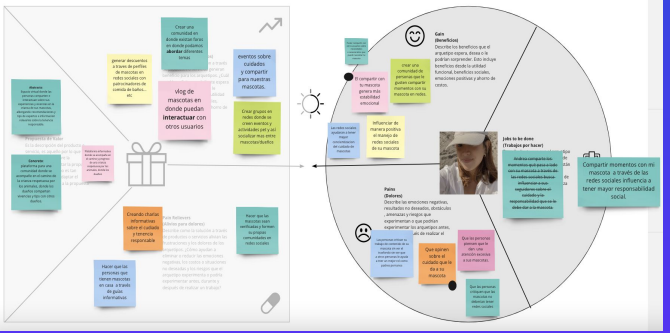
LIENZO DE PROPUESTA DE VALOR



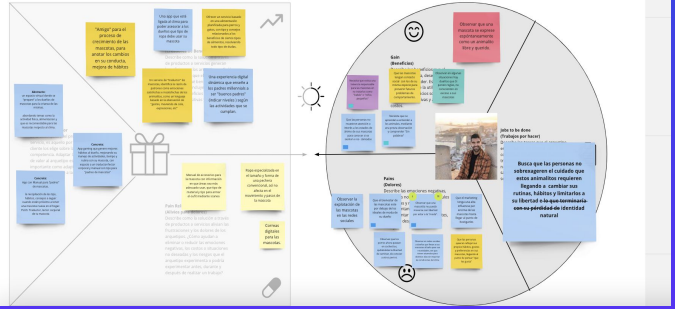
LIENZO DE PROPUESTA DE VALOR



LIENZO DE PROPUESTA DE VALOR



LIENZO DE PROPUESTA DE VALOR



Relacionamos estas necesidades entre sí para concluir en una propuesta de valor final en base a los Jobs to be Done los cuales son:

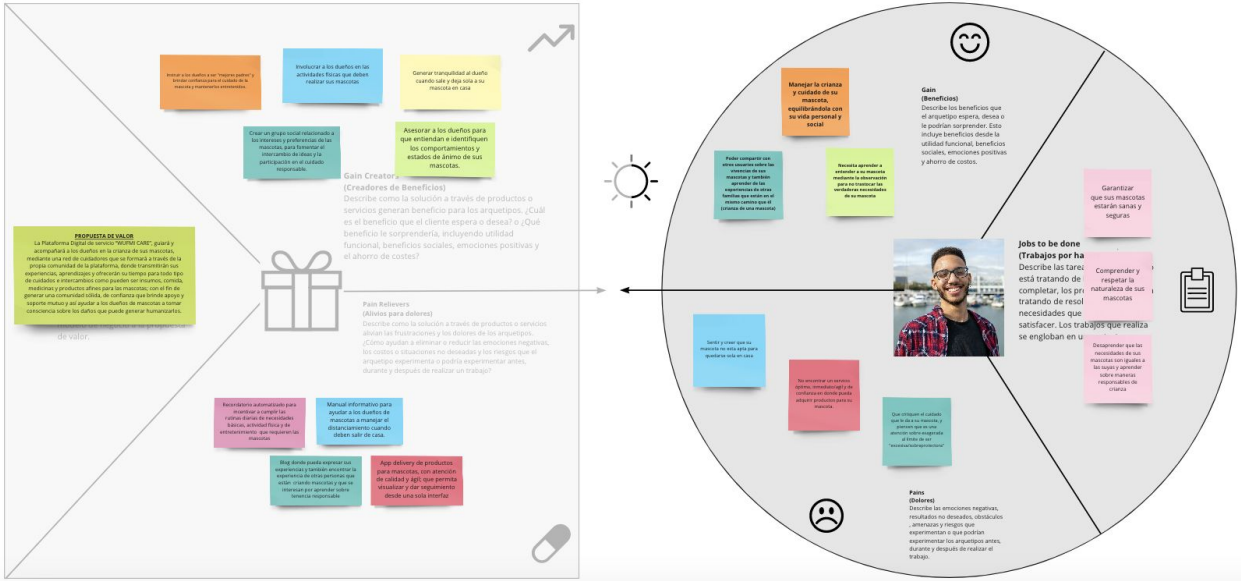
-Comprender y respetar la naturaleza de sus mascotas.

-Desaprender que las necesidades de sus mascotas son iguales a las suyas y aprender maneras responsables de crianza.

-Garantizar que sus mascotas estén sanas y seguras.

PROPUESTA DE VALOR FINAL

LIENZO DE PROPUESTA DE VALOR



Concluyendo en las siguientes características para la **Propuesta de Valor:**

1. Brindar un espacio para intercambiar opiniones, información y experiencias.
2. Concientizar al cuidado y tenencia responsable con charlas y foros hechos por expertos.
3. Guiar en el proceso de crianza y educación de la mascota.

Frente a esto se buscó una solución tentadora para resolver estos jobs to be done del Arquetipo y hallando **la propuesta de valor definitiva**, así surge...



WUFMI CARE

La Plataforma Digital de servicio **“WUFMI CARE”**, guiará y acompañará a los dueños en la crianza de sus mascotas, mediante una red de cuidadores que se formará a través de la propia comunidad de la plataforma, donde transmitirán sus experiencias, aprendizajes y ofrecerán su tiempo para todo tipo de cuidados e intercambios como pueden ser insumos, comida, medicinas y productos afines para las mascotas; con el fin de generar una comunidad sólida, de confianza que brinde apoyo y soporte mutuo y así ayudar a los dueños de mascotas a tomar consciencia sobre los daños que puede generar humanizarlos.

IDEACIÓN PASO 1

IDEACIÓN PASO 1

¿Quien es el encargado de llevar el tiempo?
1. Lluvia de ideas: 20 minutos
2. Agrupar y nombrar categorías: 20 minutos
3. Priorizar: 10 minutos

RETO DE DISEÑO:



Con la propuesta de Valor definida, pasamos al lienzo “Ideación” , el cuál está distribuido por **3 pasos**.

PASO 1: Realizamos un brainstorming de ideas creativas sobre las posibles funciones o servicios para dar solución a las necesidades de nuestros Arquetipos en relación a fomentar una tenencia responsable con sus mascotas, en esta fase el pensamiento es **totalmente libre.**

IDEACIÓN PASO 2

IDEACIÓN PASO 2

¿Quien es el encargado de llevar el tiempo?
1. Lluvia de ideas: 20 minutos
2. Agrupar y nombrar categorías: 20 minutos
3. Priorizar: 10 minutos

RETO DE DISEÑO:



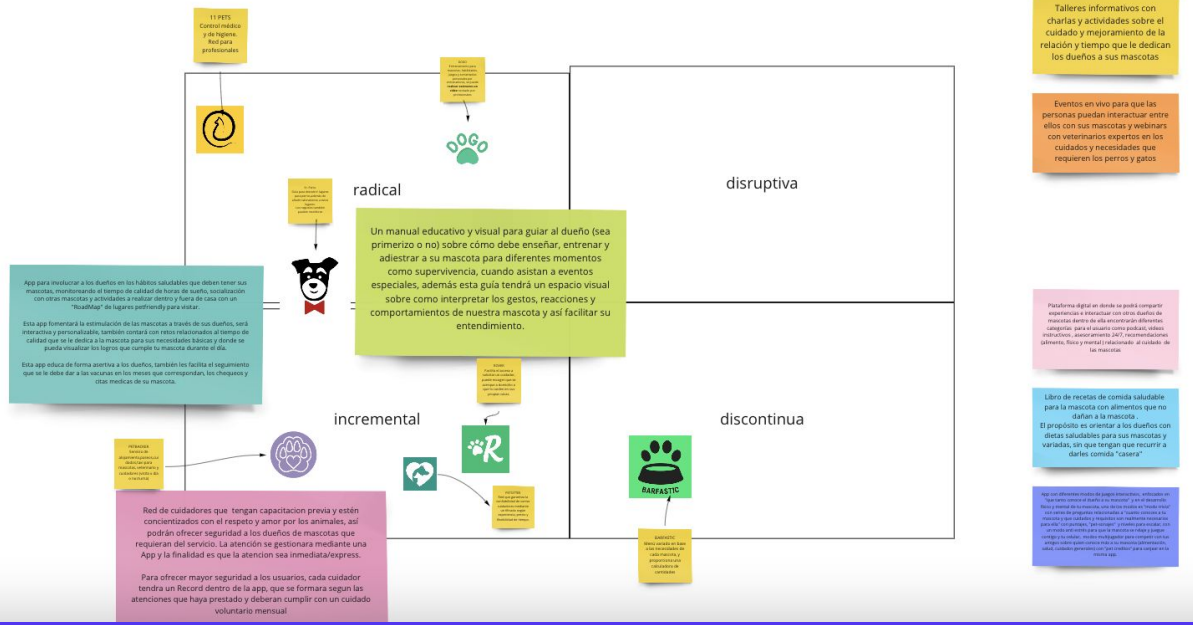
Paso 2: Una vez concluido el brainstorming se inicia el **filtro y la clasificación** de las mejores ideas por categorías.

IDEACIÓN PASO 3

IDEACIÓN PASO 3

¿Quien es el encargado de llevar el tiempo?
1. Lluvia de ideas: 20 minutos
2. Agrupar y nombrar categorías: 20 minutos
3. Priorizar: 10 minutos

RETO DE DISEÑO:



Paso 3: Elegimos **5 ideas finales**, acoplarlas entre sí para que puedan funcionar, posterior a ello, realizamos un estudio de mercado.

Benchmarking

Analizamos y evaluamos a nuestros **competidores** para así poder mejorar nuestra estrategia y tener una mayor diferenciación. Los datos que encontramos fueron los siguientes:

Servicio de alojamiento,paseos, cuidados,taxi para mascotas, veterinario y cuidadores (visita x día o nocturna

Cuidador	No realizan cuidados personalizados
Alojamiento	No podemos ver el filtro que pasan los cuidadores.
Paseo de Perros	Tiene un catálogo abierto de personas paseadores y no se puede ver a detalle información del paseador.
Guardería	Tienen muchas restricciones y no hay muchas alternativas en el mercado
Taxi	No tienen mucha cobertura de movilización (muchas restricciones para aceptar mascotas)

Mediante el uso de una herramienta visual, logramos representar mejor la idea para plasmar la identidad de marca y paleta de colores, así definimos el **Moodboard.**

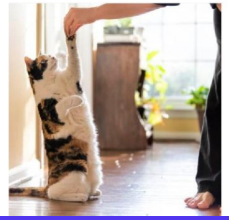
MOODBOARD

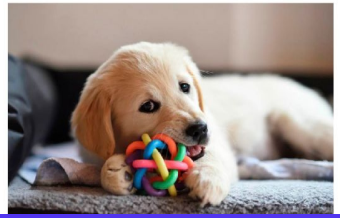
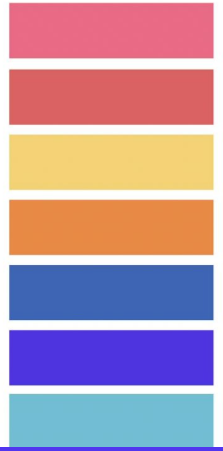
MOODBOARD









¿Y qué nos diferencia de las otras plataformas ?

Los WUFmers

Nuestra comunidad

=



Red de cuidadores WUFMER

Los Wufmers nacen a partir de un concepto de educarse y acompañar a otros en el proceso, la idea de poder encontrar a colaboradores para **WUFMI CARE** dentro de nuestra propia comunidad, garantiza que los servicios brindados se centren en el bienestar de las mascotas, debido a que estos integrantes, según los datos recopilados en nuestra investigación, son personas conocedoras de los cuidados de las mascotas y tienen mucha dedicación por ellas.

Con los pilares de **WUFMI CARE (educar/guíar, involucrar/interactuar y brindar apoyo)** transformaremos las conductas de humanización en acciones que contribuyan a una tenencia responsable.

¿Qué caracteriza a los WUFmers?

Garantía para la preparación de los cuidadores



Servicio de Red de cuidadores certificado con sello propio.

Actualizaciones constantes



El sello tiene “upgrades” según la experiencia que ganen los cuidadores.

Monitoreo en tiempo real.



Monitoreo, garantizando la seguridad de la mascota y la tranquilidad del dueño.

Cuidadores “Petlovers” de la propia comunidad



basándonos en un concepto de voluntariado, es requisito fundamental brindar un servicio gratuito al mes.

Así funciona ...


12:29
4G
WUFMI CARE
Proceso de calificación - WUFmer
BY WUFMI CARE
Iniciar sesión en Google para guardar lo que llevas hecho. Más información
*Obligatorio
NOMBRES Y APELLIDOS *
Liam Mendoza
FECHA DE NACIMIENTO
DD MM AAAA
AA
docs.google.com

WUFriend

En esta fase del mínimo viable, los intercambios serán voluntarios y se comunicarán por las redes sociales de WUFMI CARE

Los WUFriends podrán informar que quieren entregar algún producto determinado y WUFMI CARE se encargará de la difusión, así como de pactar la entrega

Los intercambios o donativos permiten que los usuarios acumulen stickers en su tarjeta de fidelización virtual y así cada determinada cantidad de stickers podrán acceder a un servicio gratuito!



WUFmer

Requisito indispensable: poder brindar un servicio gratuito al mes (concepto voluntariado)

Se llevará el control en una tarjeta virtual de “fidelización”, a medida que vayan completando días de cuidados gratuitos podrán obtener insignias virtuales.



Servicios

Cuidado en casa de WUFMER

- El dueño debe enviar el alimento de la mascota
- Previamente se recibe información de la mascota a través de la “ficha del WUFPET”

costo por día

S/50

Cuidado en casa de DUEÑO

- Previamente se recibe información de la mascota a través de la “ficha del WUFPET”

costo por día

S/50



Paseos

- El punto de recojo se coordina previamente
- Se comparte ubicación en tiempo real a través de Whatsapp

costo por hora

S/21

Movilidad para mascotas

- Se coordina previamente el punto de recojo y llegada.
- Se confirmará previamente si la mascota viajará sola o acompañada.

costo por viaje

S/30



Envíos

Compras de comida o insumos para mascotas

- Se comparte ubicación en tiempo real
- El pago es contra entrega

costo por viaje

S/12



Ficha del WUFPET



WUFMI CARE enviará el link para el llenado de la ficha de la mascota.

El Wufmer a cargo revisa la ficha previa a la atención.

Distritos de cobertura



Barranco
Miraflores
San Isidro
Magdalena del Mar
Pueblo libre
Lince
Surco
San Borja

ETAPA 3: DESARROLLAR

MODELO DE NEGOCIO

Mínimo Viable

LIENZO MODELO DE NEGOCIO

0. Visión Utópica: ¿Cuál es el propósito de tu modelo de negocio? ¿Para qué sirve tu proyecto?

8. Aliados clave

2. Servicios y marcas de terceros (generar posicionamiento de marca y credibilidad).

7. Actividades Clave

- Bot personalizado
- Link en formas de botón (redes sociales)
- Videos interactivos(ejemplo como usar la app en 3 pasos)
- Encuesta NPS

6. Recursos clave

- Desarrollo de una estrategia de Marketing Digital.
- Material informativo (diseño gráfico y audiovisual).

2. Propuesta de valor

PROPUESTA DE VALOR

La Plataforma Digital de servicios "WUFMI CARE", guiará y acompañará a los dueños en la crianza de sus mascotas, mediante una red de cuidadores que se formará a través de la propia comunidad de la plataforma, donde transmitirán sus experiencias, aprendizajes y ofrecerán su tiempo para todo tipo de cuidados e intercambios como pueden ser insumos, comida, medicinas y productos afines para las mascotas; con el fin de generar una comunidad sólida, de confianza que brinde apoyo y soporte mutuo y así ayudar a los dueños de mascotas a tomar consciencia sobre los daños que puede generar humanizarlos.

4. Relación con los clientes

1.Cercanía y confianza por el espacio adecuado (comunidad)

2.Relación de enseñanza y/o aprendizaje

3. Canales

-Instagram (visual, consejos, tips)
link tree
- whatsapp (business y comunities)
-Whatsapp comunidad

1. Segmento de clientes: Arquetipos

CENTRALES:
Dueños de perros y gatos de 25 a 35 años que residen en Lima Metropolitana

Directos:
Wufmers

Indirectos:
-Pet Shops
/Proveedores
-clínicas veterinarias

9. Presupuestos

1. Programador - 2500.00 soles
2. diseñador de contenido 2000 soles
3. publicidad en redes sociales S/1500.00
4. salarios personal administrativo S/ 2000 c/u

5. Fuentes de ingreso

- Cobro a los usuarios por el tipo de servicio usado
- comisión para la red de cuidadores (tarifa)
- espacio de Publicidad (ser intermediario para servicios o marcas que deseen darse a conocer)
- suscripciones para lo usuarios (planes premium) que brindaran un servicio adicional a lo que la plataforma brinda con el plan gratuito.

Business Model Canvas

ALIADOS CLAVES



Servicios y marcas de terceros (generar posicionamiento de marca y credibilidad)

ACTIVIDADES CLAVES



1.Capacitar a nuestros cuidadores para brindar un servicio profesional y confiable.
2. Realizar una estrategia de Marketing para atraer usuarios.
3. Hacer uso de plataformas gratuitas para la comunicación con nuestros usuarios
Crear un espacio de comunidad para los usuarios (dinámico, transparente e interactivo).

RECURSOS CLAVES



1.Desarrollo de una estrategia de Marketing Digital.

2.Material informativo (diseño gráfico y audiovisual).

Business Model Canvas

RELACIÓN CON LOS CLIENTES



1.Cercanía y confianza por el espacio adecuado (comunidad)

2.Relación de enseñanza y/o aprendizaje.

CANALES



1.Instagram (reels, post, lives)

2.Whatsapp (Business/ community)

SEGMENTO DE CLIENTES



1. Dueños de perros y gatos de 25 a 35 años que residen en Lima Metropolitana
2.Wufmers
3.Pet Shops /Proveedores
4.clínicas veterinarias

MODELO DE NEGOCIO
Aplicación Escalable



Business Model Canvas

ALIADOS CLAVES



1.Consultor veterinario
2. Influencers
3. Consultor adiestradores

ACTIVIDADES CLAVES



-Desarrollo de contenido relevante y especializado para el bienestar de las mascotas (hábitos,entrenamientos, cuidado, educación).
- Gestión de plan de calidad y licencia de sello (marca).
- Crear una comunidad de "petlovers" y crear una red de cuidadores con nuestra comunidad
- Capacitación y/o filtrado de cuidadores
- Marketing para atraer usuarios.

RECURSOS CLAVES



1.Una experiencia de acompañamiento.
2. Seguridad por el servicio en casa.
3.Relación de enseñanza y/o aprendizaje.
4.Cercanía y confianza en un espacio adecuado para ellos (comunidad).
5.Comunicación amical.

Business Model Canvas

RELACIÓN CON LOS CLIENTES



-Programación de la web y app.
- Capacitación a personal (cuidadores de mascotas).
-Mantenimiento de la app.
-Diseño Gráfico.
- Diseño de producción audiovisual.
-Desarrollo de un planeamiento de Marketing Digital.
- UX desing / UX writer

CANALES



1.Redes Sociales
2. Publicidad
3. Boca a boca
4.Petfluencers
5. BTL (Activaciones)

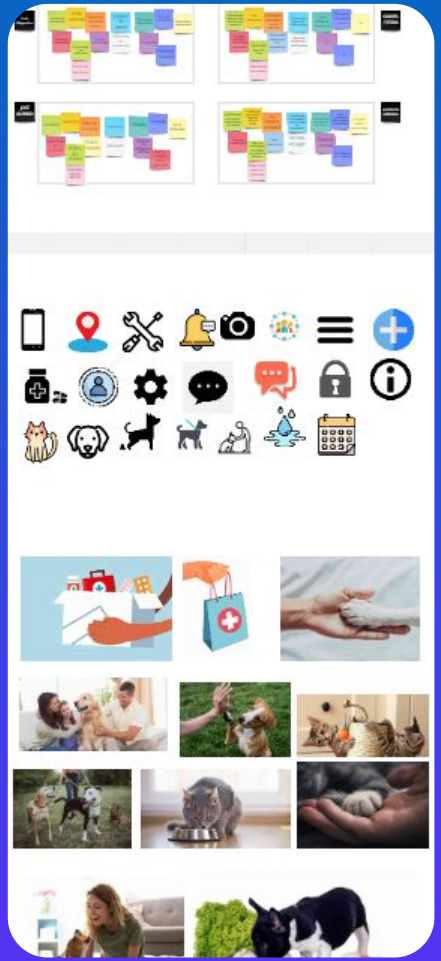
SEGMENTO DE CLIENTES



1. Dueños de perros y gatos de 25 a 35 años que residen en Lima Metropolitana
2.Wufmers
3.Pet Shops /Proveedores
4.clínicas veterinarias

taller generativo

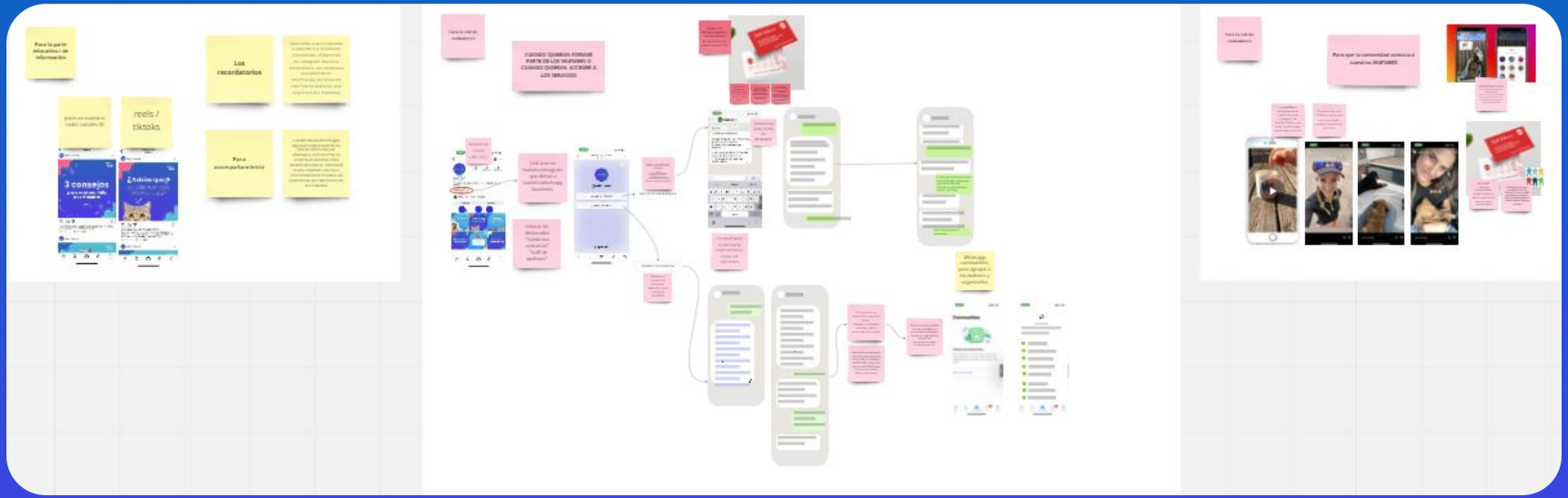
Prototipo desarrollado



Dinámica
que permitió que los participantes describieran con sus propias palabras las funciones/servicios de WUFMI CARE

¿Cómo lo hicimos?
Pusimos en el tablero de Miro imágenes e iconos relacionados a todas nuestras características, les dimos post its y dejamos la imaginación volar

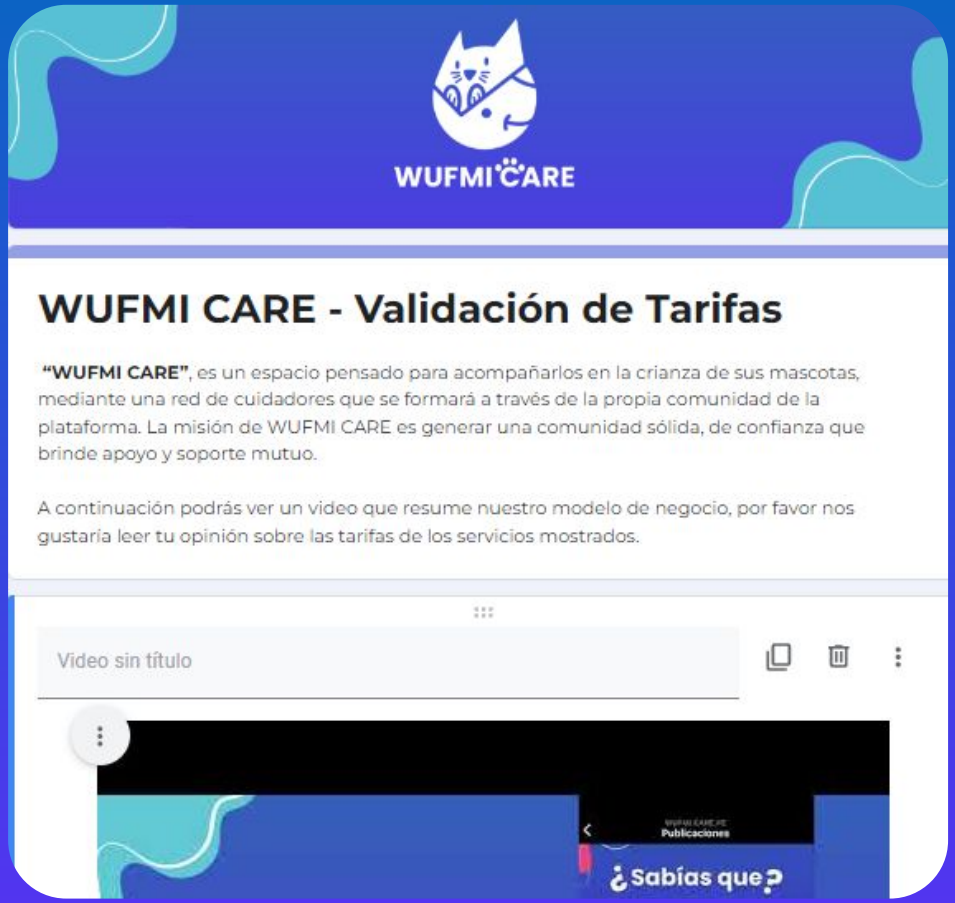
Propósito
Con esto pudimos afinar nuestras características, pulir los términos o denominaciones que estábamos usando y también reservar las nuevas ideas (funciones) para una próxima fase de nuestro servicio.



Dinámica
para mostrar el modelo de negocio de WUFMI CARE, donde explicamos todas las características de nuestro mínimo viable

¿Cómo lo hicimos?
Dejamos esta dinámica para el final, para que no interfiera con la dinámica de “describir características en base a imágenes”. Mostramos nuestro prototipo a través de la plataforma miro.

Propósito
Recibir feedback de usuarios que ya estaban familiarizados con “funciones” o “características” por la dinámica anterior.



Dinámica
Para mostrar nuestras tarifas

¿Cómo lo hicimos?
Posterior al taller generativo, enviamos una breve encuesta a los participantes del mismo taller y también a potenciales usuarios.

Propósito
Validar que exista la disposición de pagar por nuestros servicios, escuchar feeback sobre los montos

Resultados
encuesta de tarifa

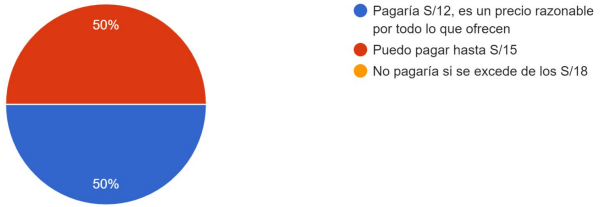
En un rango de S/21 a S/28 soles por hora, ¿Cuánto pagarías por el servicio de paseo para tu mascota?

12 respuestas



En un rango de S/12 a S/18 soles, ¿Cuánto pagarías por el servicio de envíos/compra de pedidos de productos para mascotas?

12 respuestas



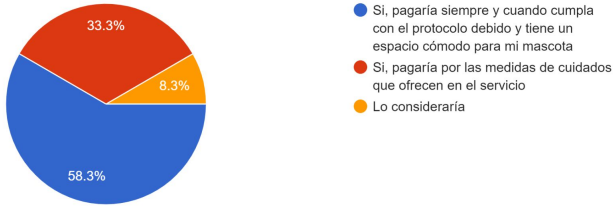
TARIFA PARA CUIDADOS EN CASA DEL DUEÑO: S/50 por día

12 respuestas



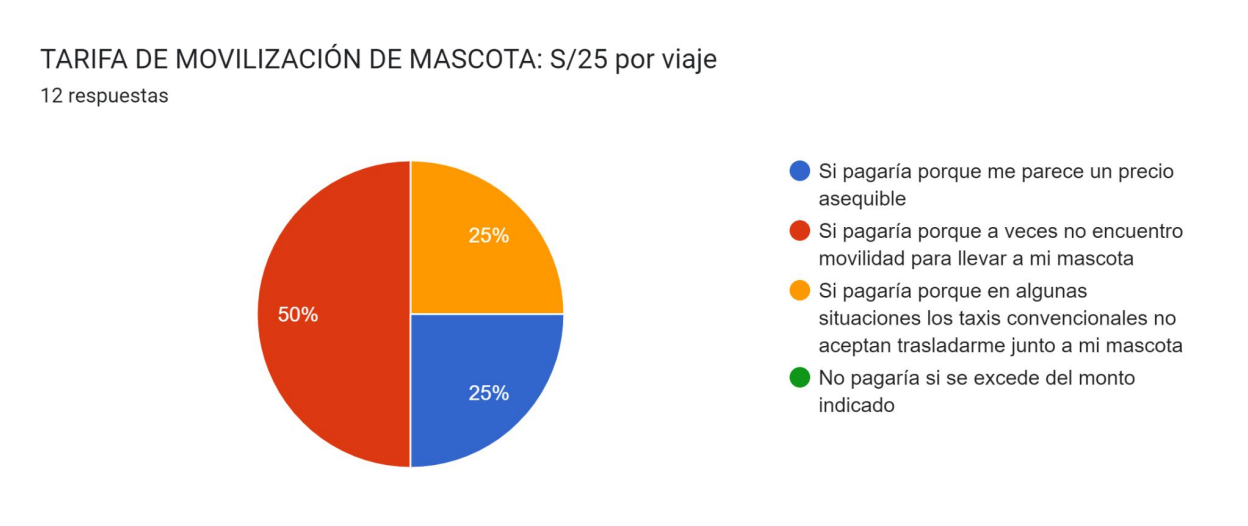
TARIFA PARA CUIDADOS EN CASA DE UN WUFMER S/50 por día

12 respuestas



Link encuesta: https://forms.gle/RQBcgz6tqVaUSYZ58

Resultados
encuesta de tarifa



Link encuesta: https://forms.gle/RQBcgz6tqVaUSYZ58

Resultados
Taller Generativo

Lo que opinaron nuestros participantes

Siento que mi mascota y yo tenemos una conexión muy grande, siento que la puedo entender con tan solo cuando me observa.

Mi mascota es imperativa en exceso, tiene comportamientos muy radicales, es parecido a un canguro, es la forma de botar su hiperactividad .

Me pareció un buen taller porque la plataforma fue dinámica, la información también fue concisa y directa, y se puede entender el objetivo.

La idea es muy buena, me gusto el poder interactuar con otros dueños y tener el control con nuestras mascotas.

Hay ejercicios muy dinámicos y considero que será de valor, el proyecto está bueno, no había pensado en estas alternativas para el cuidado de mi mascota.

Hay mucha información de valor, las herramientas van de acorde a nuestras necesidades y resuelven estas.

Participantes: 9 personas

Hallazgos
Taller Generativo

Se refleja el compromiso/la entrega que tienen para con sus mascotas.
Si bien el acto de humanizarlas es producto de un cariño muy profundo, acompañado de desinformación, se evidencia que todo lo que respecta a sus mascotas es de su entero interés y tienen toda la disposición por aprender más.

También podemos evidenciar que se sienten acompañados con esta propuesta de valor, ya que las opciones más conocidas en el rubro, están enfocadas en adopciones y no en mascotas que están dentro de un hogar y mucho menos en acompañar a los dueños en este largo camino de la crianza.

Ebo si se llega a concretar yo quiero ser parte esque amo, todo es bien determinado, ame totalmente el logo es súper interactivo me encanta! Si tienes más reus así me avisas me encantan

👏

Nathaly Echegaray
23 años



Las evidencias de los Talleres Generativos se adjunta en el siguiente enlace:

Carpeta Talleres Generativos :

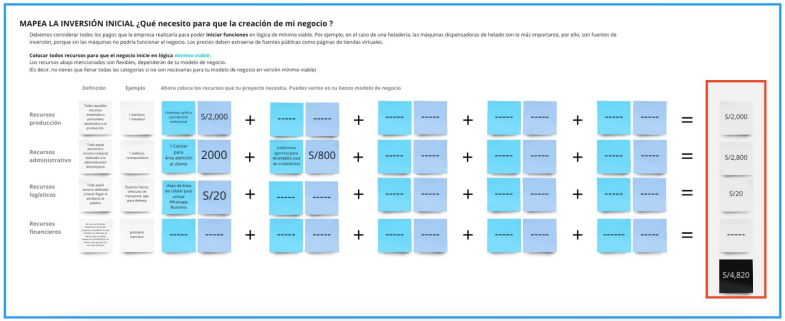
https://drive.google.com/drive/folders/1zlnS9qnKR3Vp9H3O2TmKZLN7b3RgiI_W?usp=share_link

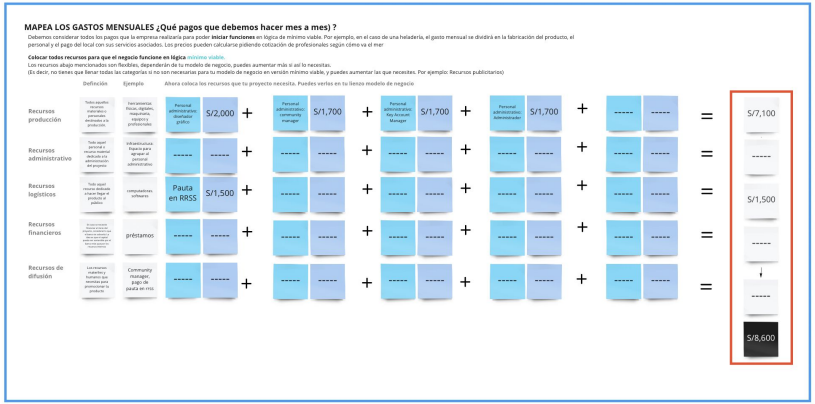
Estimación de costos

LIENZO PRESUPUESTO

LIENZO DE PRESUPUESTOS

El lienzo de presupuestos nos ayuda a tener una visión más clara de todas aquellas fuentes de desembolso que nuestro negocio enfrentará, es decir, son todos los pagos que tendremos que hacer sin excepción alguna. Un ejemplo básico de estos desembolsos son las fuentes de inversión, es decir, todas aquellas compras que se necesitan hacer para que la empresa pueda comenzar a funcionar, como maquinarias o vehículos, mientras que las fuentes de gastos son también desembolsos que la empresa debe hacer pero estos son más frecuentes como los salarios de la planilla, los gastos de alquiler, la publicidad, etc.





Inversión inicial

mínimo viable

Categoría	Descripción	Cant.	UM	Costo unitario	Importe
Recursos producción	Diseñador gráfico y producción audiovisual	1	UND	S/2,000	S/2,000
Recursos administrativo	Celular	1	UND	S/2,000	S/2,000
Recursos administrativo	Uniformes (gorros) para WUFMERS (red de cuidadores)	1	GL	S/800	S/800
Recursos logísticos	chips de línea de celular para activar Whatsapp Business	2	UND	S/10	S/20
				Total	**S/4,820**

G. mensuales

mínimo viable

Categoría	Descripción	Cant.	UM	Costo unitario	Importe
Recursos producción	Personal administrativo: diseñador gráfico	1	UND	S/1,700	S/1,700
Recursos producción	Personal administrativo: community manager	1	UND	S/1,700	S/1,700
Recursos producción	Personal administrativo: Key Account Manager	1	GL	S/1,700	S/1,700
Recursos producción	Personal administrativo: Administrador	2	UND	S/1,700	S/1,700
Recursos logísticos	Pauta en redes sociales	2	UND	S/1,500	S/1,700
				Total	**S/8,600**

Total de ingresos estimados (trimestrales)

S/34,692

-

Total de inversión

S/4,820

-

Total de gastos (trimestrales)

S/25,800

=

utilidad

S/4,072

LIENZO INGRESOS

LIENZO DE INGRESOS

El lienzo de Ingresos nos ayuda a tener una visión sobre los ingresos totales del negocio y permite saber si éste será rentable o no. Este lienzo responde a la pregunta ¿debo invertir en este negocio? ¿realmente obtendré ganancias? Un ejemplo básico de estos ingresos son los pagos que obtenemos por la venta de mercadería o por la venta de un servicio.

MAPEA TUS POSIBLES INGRESOS.

1. Detalla cada tipo de ingreso, asociado a cada uno de los productos o servicios. Si tienes diferentes tipos o categorías, mapéalos todos.
2. Haz un estimado de la cantidad de servicios y/o productos que se esperan vender durante los 3 primeros meses.
3. Calcula los ingresos a recibir por la venta de esos productos y/o servicios

Categoría	Ejemplo	Costo unitario	Estimado del total de unidades vendidas al mes	Ingreso estimado mensual	Ingreso estimado trimenstral
ingreso por **cuidado en casa de WUFMER**	Pago por uso de servicio y Peer to peer	s/11.00	224	S/2,464	S/7,392
ingreso por **Cuidado en casa de dueño**	Pago por uso de servicio Peer to peer	s/11.00	280	S/3,080	S/9,240
ingreso por **Paseos**	Pago por uso de servicio y Peer to peer	S/7.00	196	S/1,372	S/4,116
Ingreso por **movilidad (traslado de mascotas)**	Pago por uso de servicio Peer to peer	S/9.00	252	S/2,268	S/6,804
Ingreso por **Envíos - pedidos - compras**	Pago por uso de servicio Peer to peer	S/5.00	476	S/2,380	S/7,140
					S/34,692

Total de ingresos estimados (trimestrales)		**Total de inversión**		**Total de gastos** (trimestrales)		**Utilidad / Pérdida**	
S/34,692	-	S/4,820	-	S/25,800	=	Este resultado permite evaluar si el negocio generaría Ganancias o pérdidas, cuando el resultado es positivo, el negocio es rentable y por ende, combiene llevarlo a cabo, sin embargo, si existe	UTILIDAD S/4,072

Fuente de ingreso

Pago por uso de servicio - Peer to peer

Cuidado en casa de WUFMER

Costo: S/50 (por día)

De los cuales:
S/11 para WUFMI CARE
S/39 para WUFMER

Cuidado en casa de DUEÑO

Costo: S/50 (por día)

De los cuales:
S/11 para WUFMI CARE
S/39 para WUFMER

Paseos

Costo: S/21 (por hora)

De los cuales:
S/7 para WUFMI CARE
S/14 para WUFMER

Movilidad (traslado de mascotas)

Costo: S/30 (por viaje)

De los cuales:
S/9 para WUFMI CARE
S/21 para WUFMER

Envíos

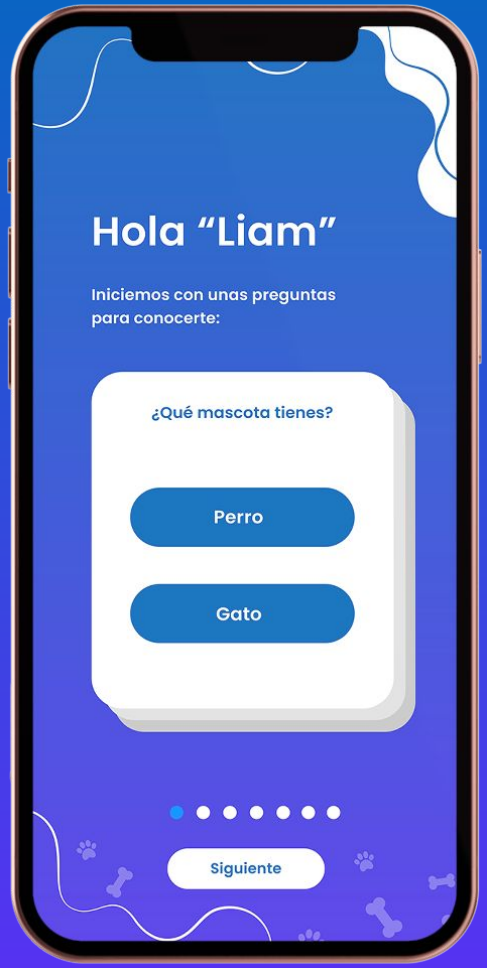
Costo: S/12 (por viaje)

De los cuales:
S/5 para WUFMI CARE
S/7 para WUFMER

Ingresos
mínimo viable

Descripción de servicio	Costo unitario	Estimado total de unidades vendidas por mes	Ingreso estimado mensual	Ingreso estimado trimestral
ingreso por cuidado en casa de WUFMER	S/11	224	S/2,464	S/7,392
ingreso por Cuidado en casa de DUEÑO	S/11	280	S/3,080	S/9,240
ingreso por Paseos	S/7	196	S/1,372	S/4,116
Ingreso por movilidad (traslado de mascotas)	S/9	252	S/2,268	S/6,804
Ingreso por Envíos	S/5	476	S/2,380	S/7,140
			Total	**S/34,692**

Escalabilidad



Regístrate y completa unas preguntas para crear el perfil de tu Wufpet y tu perfil de Wufriend!!

BIENVENIDO A

WUFMI CARE

Iniciar sesión con Facebook

Iniciar sesión con Google

Iniciar sesión con Apple

Iniciar sesión

¿Aún no tienes cuenta? Regístrate aquí

Hola “Liam”

Iniciemos con unas preguntas para conocerte:

¿Qué mascota tienes?

Perro

Gato

Siguiente

Hola “Liam”

Iniciemos con unas preguntas para conocerte:

¿Cuál es el nombre de tu mascota?

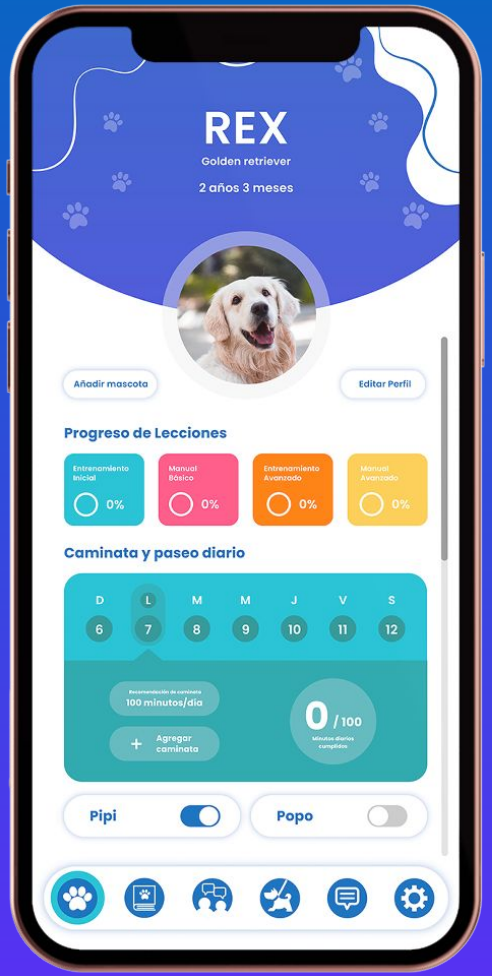
REX



Anterior

Siguiente

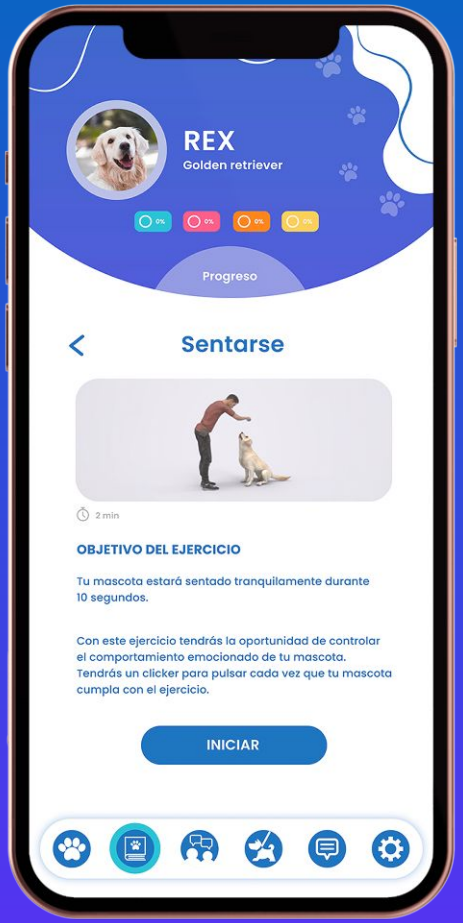
Controla el progreso de tu mascota desde su perfíl personalizado

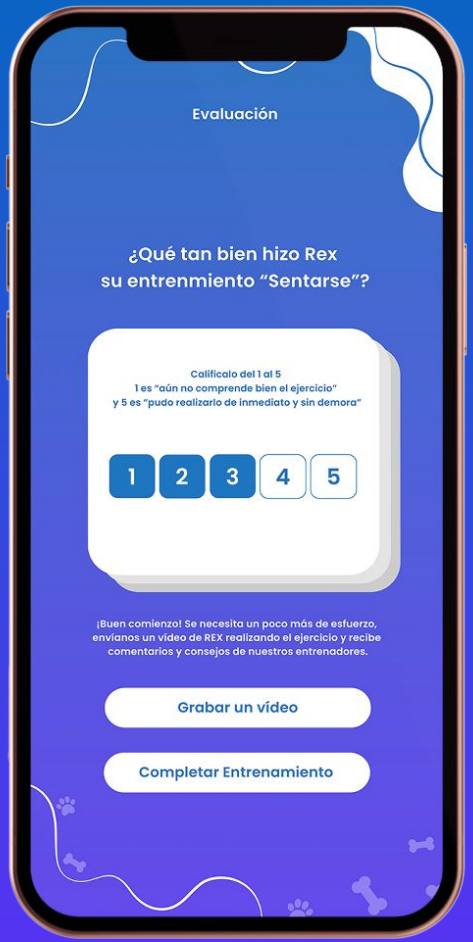


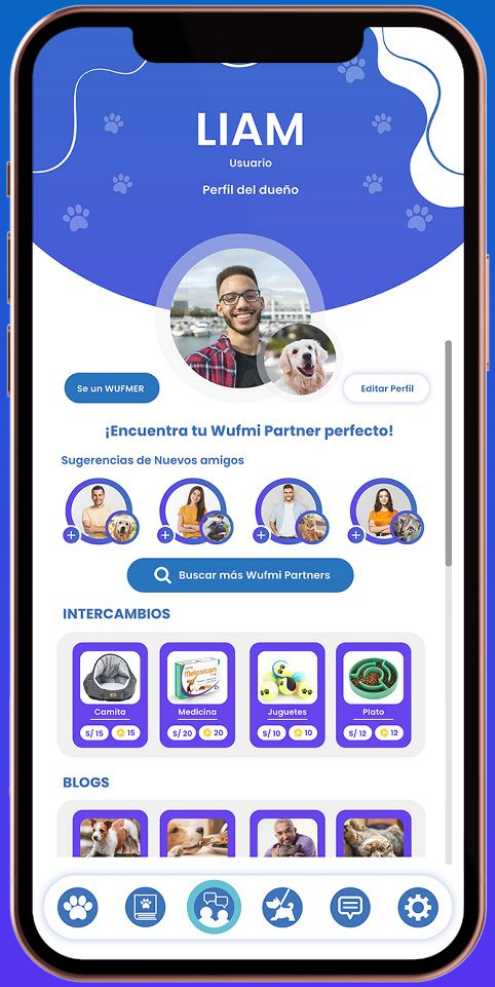


Lleva las lecciones y ejercicios de tu mascota a otro nivel!!


REX
Golden retriever
0%
0%
0%
0%
Progreso
Entrenamiento Inicial
¡Diviértete entrenando a tu mascota!
Sentarse
Quieto
Abajo
Arriba
No
Dar la Pata


REX
Golden retriever
0%
0%
0%
0%
Progreso
Sentarse
2 min
OBJETIVO DEL EJERCICIO
Tu mascota estará sentado tranquilamente durante 10 segundos.
Con este ejercicio tendrás la oportunidad de controlar el comportamiento emocionado de tu mascota. Tendrás un clicker para pulsar cada vez que tu mascota cumpla con el ejercicio.
INICIAR


Evaluación
¿Qué tan bien hizo Rex su entrenmiento "Sentarse"?
Califícalo del 1 al 5
1 es "aún no comprende bien el ejercicio"
y 5 es "pudo realizarlo de inmediato y sin demora"
1
2
3
4
5
¡Buen comienzo! Se necesita un poco más de esfuerzo, envíanos un vídeo de REX realizando el ejercicio y recibe comentarios y consejos de nuestros entrenadores.
Grabar un vídeo
Completar Entrenamiento

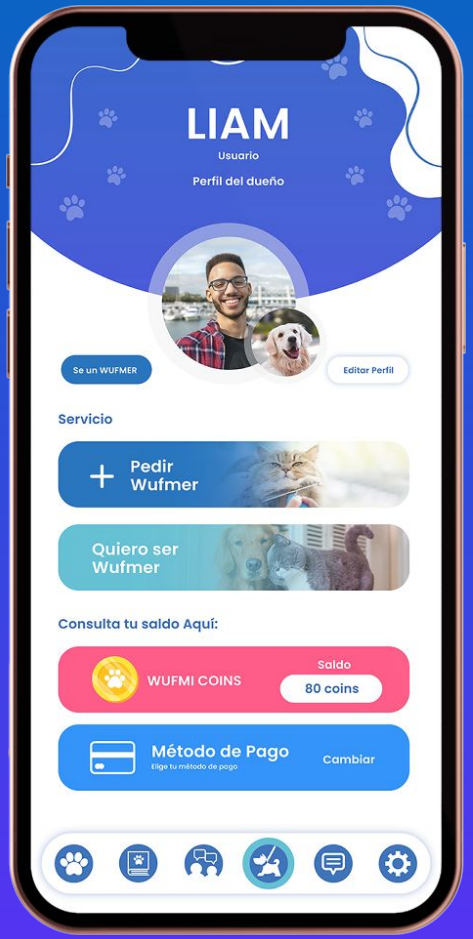


Únete a la comunidad

e interactúa con más Wufriends!!

Píde tu Wufmer o

conviertete en uno de nuestros Wufmers!!!



¿Cuál es nuestra siguiente meta empresarial?

- Escalar a una versión web y posteriormente App responsive (adaptado a una correcta visualización en distintos dispositivos)

- Sacar planes premium (suscripciones)

- Añadir una nueva alternativa para aumentar los ingresos en un 10% en un rango de 4 meses: publicidad de aliados (clínicas veterinarias, productos o insumos para mascotas que sean de calidad y que podamos brindar como una recomendación con garantía)

“Este **proyecto** nace del amor y respeto que sentimos por las mascotas, sin embargo mientras pasaban los días, nos encaminamos más y más a la propuesta de valor que se definió, nos dimos cuenta que superamos por mucho las expectativas que teníamos, nos desenvolvimos cada uno en las habilidades en las que somos buenos y destacamos más, formando con cada conocimiento que tenemos, con trabajo en equipo y apoyo entre nosotros un proyecto que puede escalar a algo grande, ayudando así a las personas y salvaguardando el bienestar de las mascotas”.



Gracias