

DOCTOR PET

NAYI VANESSA TOVAR ORJUELA

LIZ FARITH GOZALEZ CARREÑO

DOCENTE

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL (CUN)

FACULTA DE INGENIERIA DE SISTEMAS

BOGOTA

2018

Contenido

INTRODUCCIÓN	3
1. JUSTIFICACION	3
2. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACION DE CLIENTES CUSTOMER DEVELOPMENT	4
2.1 Stake Holders	4
2.2 Identificación de las Necesidades del Stake Holders	4
2.3 Identificación de los Beneficios y expectativas	4
2.4 Identificación de las Soluciones Actuales	4
2.5 Análisis de las Limitaciones, inconformidades y frustraciones	4
2.6 Mercado	5
3.1 Formato Entrevista	5
3.2 Análisis de la información Resultados	6
3.3 Pentágono de Perfilación de Clientes	7
4.1 Descripción del Producto o servicio	7
4.2 Ficha técnica del Producto o servicio.	7
5.1 Identidad Estratégica	8
5.2 Futuro Preferido	8
5.3 Objetivos empresariales	9
5.4 Valores corporativos.	9
6.1 PESTEL	9
6.2 Cinco (5) Fuerzas de PORTER	10

INTRODUCCIÓN

En la actualidad existen diversos medios por los cuales podemos abordar una situación de riesgo de las mascotas que forman parte de ciertas familias en Bogotá, pero estos medios resultan poco eficientes, ya que las fuentes de información son bastantes reducidas en contenido, no cuentan con la descripción de cuáles son los servicios que prestan como, hospitalización, rayos x, calificación, opiniones, etc. Lo que en principio se convierte en una necesidad, ya que no se cuenta con el sitio o aplicación donde se realice una clara validación del servicio, lugar, calificación y demás que le facilite al usuario tener la plena certeza de que se lleva a la mascota al lugar idóneo para prestarle el servicio en particular que esta necesite, esto con el fin de reducir los tiempos de traslado y por consiguiente bajar en porcentaje el índice de mortandad, negligencias, entre otros.

Con el fin de mitigar este fenómeno nace “DOCTOR PET” lo que será un aplicativo, que en principio estará disponible en tiendas de aplicaciones como los son, PLAY STORE Y APPSTORE. Prestará el servicio de información de distancia de veterinarias, tipo de servicio que ofrece cada una de estas, dirección y teléfonos de contacto, calificación y opiniones, estas brindadas por demás usuarios.

1. JUSTIFICACION

DOCTOR PET surge de la necesidad de encontrar una veterinaria cercana que cumpla con los servicios que necesita una mascota de manera urgente, teniendo en cuenta que no existe una aplicación dedicada específicamente a prestar este tipo de servicio y partiendo de que actualmente las personas les prestan mucha atención a sus mascotas ya que estas hacen parte de su familia.

Esta aplicación busca facilitar y agilizar la búsqueda de veterinarias cercanas, acoplándose a la necesidad de cada usuario, sea cual sea el tipo de especie que requiera el servicio, informando distancia y servicios con los que cuenta cada veterinaria. Adicional mostrara calificación de servicios brindada por otros usuarios.

2. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACION DE CLIENTES CUSTOMER DEVELOPMENT

2.1 Stake Holders

Este servicio va dirigido a las familias que tienen como miembro de ella una mascota, sea gato, perro etc.

2.2 Identificación de las Necesidades del Stake Holders

La principal necesidad es la falta de información de veterinarias en Bogotá, desconocimiento de la calidad de estas y falta de información del portafolio de servicios de las mismas.

En ocasiones cuando las personas que poseen una mascota y éstas presentan deficiencias de salud o requieren un servicio específico y no saben con exactitud a donde dirigirse ya que no todas las veterinarias cuentan con servicios especiales como: hospitalización, especialistas y demás. adicional no se tiene el pleno conocimiento de la confiabilidad de las prestadoras del servicio.

2.3 Identificación de los Beneficios y expectativas

Esta aplicación ofrece ubicación de veterinarias más cercanas, servicios disponibles en esta (RX, hospitalización, vacunación, ecografía, odontología, cirugía, peluquería) dirección teléfonos, calificación brindada por otros usuarios (de 1 a 5 estrellas) y comentarios acerca del servicio.

2.4 Identificación de las Soluciones Actuales

Actualmente existen búsquedas de veterinarias a través de google, referencias de servicios prestadas a otros usuarios, por medio de las páginas amarillas y por aplicaciones como cívico.

Todas estas búsquedas se pueden realizar de manera gratuita solamente contando con servicio de internet y descargando las aplicaciones pertinentes.

2.5 Análisis de las Limitaciones, inconformidades y frustraciones

La mayor limitación, inconformidad y frustración es que no se cuenta actualmente con la calificación brindada por usuarios, ni se tiene conocimiento de los servicios específicos prestados por cada veterinaria.

2.6 Mercado

La segmentación del mercado está dividida geográficamente en la ciudad de Bogotá, la edad para realizar la descarga y uso de esta aplicación es de 18 años en adelante, los ingresos se manejarán por comisión y por publicidad ofrecida en la aplicación, cualquier persona sea hombre o mujer puede hacer uso de esta, el ciclo de vida al cual va dirigida la aplicación es a cualquier persona siempre u cuenta tenga una mascota.

El principal beneficio es acortar los tiempos de atención a una urgencia y tener una pronta respuesta de un servicio en específico.

2.6.1 Identificación de TAM, SAM y TM

SOM: el propósito inicial para atacar el mercado establecido se escogió a partir de la cantidad de veterinarias vs la cantidad de mascotas alojadas en un barrio (castilla)

SAM: como segundo propósito ampliar le mercado a nivel de una localidad, realizando pruebas piloto y mirando el comportamiento de demanda en diferentes estratos (localidad 8 Kennedy)

TAM: para poder determinar con exactitud el mercado total al cual va direccionado el producto expuesto previamente, se tomaron los datos de mascotas alojadas en hogares de ciertas localidades de Bogotá; cabe aclarar que dicha ciudad es el nicho de estudio en este caso particular. La población a la cual a la cual le surge la necesidad de la aplicación es a 237.538 (gatos y perros). El mercado total será presentado en la ciudad de Bogotá.

3. VALIDACION DEL MERCADO

3.1 Formato Entrevista

El modelo de entrevista presentado es una encuesta, la cual cuenta con 12 preguntas las cuales fueron elaboradas teniendo en cuenta el producto, el precio, la plaza y la promoción.

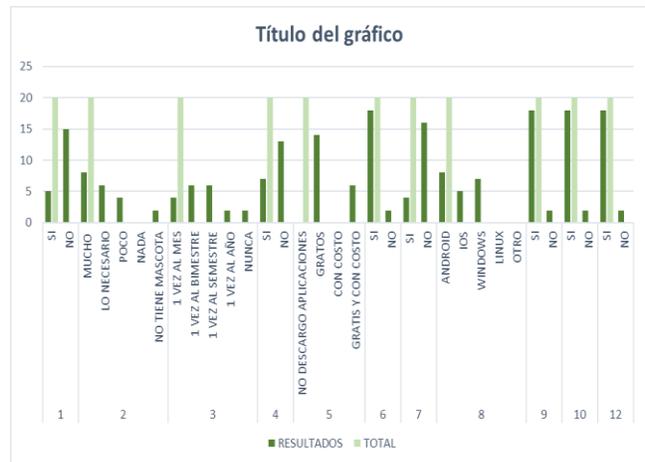
Esta encuesta cuenta con preguntas de respuesta múltiple, preguntas de respuesta si y no y preguntas de calificación.

3.2 Análisis de la información Resultados.

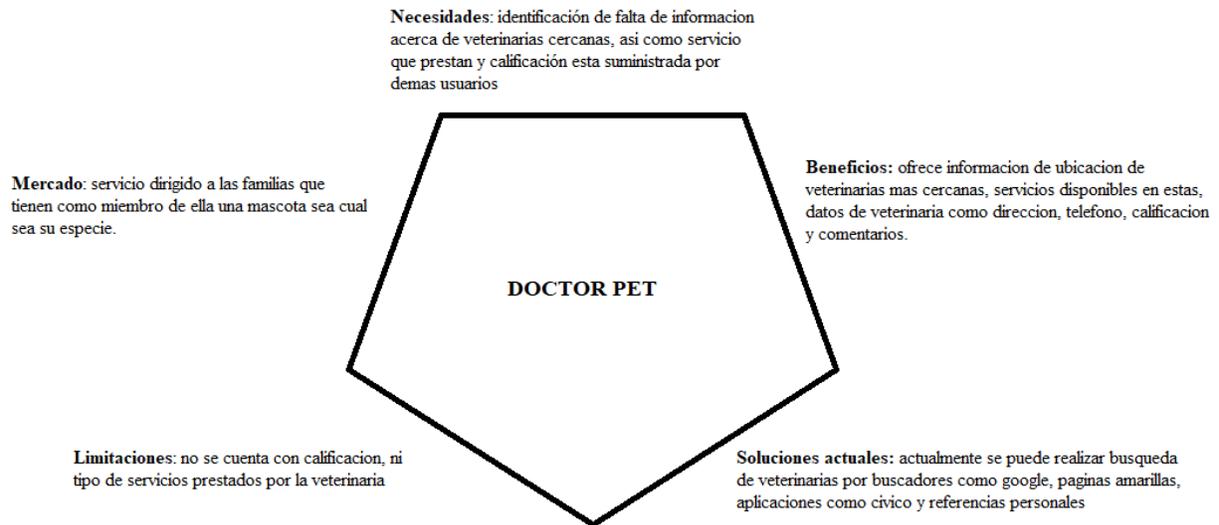
Los resultados obtenidos con las encuestas realizadas son:

Encuesta Doctor Pet			
1. estaría interesado en tener información de veterinarias a un solo click	SI		
	NO		
2. que tan pendiente esta usted de su mascota	MUCHO	LO NECESARIO	POCO
	NADA	NO TIENE MASCOTA	
3. con que frecuencia lleva a su mascota al veterinario (sea por chequeo, baño, vacunación etc.)	1 VEZ AL MES	1 VEZ AL BIMESTRE	1 VEZ AL SEMESTRE
	1 VEZ AL AÑO	NUNCA	
4. estaría dispuesto a pagar por un aplicativo de veterinarias	SI		
	NO		
5. suele descargar aplicaciones gratis o con algun costo	NO DESCARGO APLICACIONES	GRATIS	CON COSTO
	GRATIS Y CON COSTO		
6. si tuviera algun tipo de emergencia con su mascota, le gustaria por medioa de una aplicación saber con exactitud a donde acudir	SI		
	NO		
7. estaría dispuesto a pagar por una membresia mensual de una aplicación en su celular y con esto reducir tiempos en cual si su mascota sufre un accidente o una deficiencia de salud, pueda dirigirse en le menor tiempo posible a el lugar indicado.	SI		
	NO		
8. que sistemas operativo maneja su celular	ANDROID	IOS	WINDOWS
	LINUX	OTRO	
9. le gustaria recibir atencion medico veterinaria a domicilio	SI		
	NO		
10. si existiera una aplicación que birnde la posibilidad de mirar la ubicación exacta de la veterinaria cercana, calificacion servicio que presta comentarios de usuarios etc. Estaría usted interesado en adquirirla	SI		
	NO		
11. de 1 a 10 que tanto utiliza aplicaciones en su día a día (siendo 1 poco y 10 mucho)			
12. si se le ofrecen incentivos como cupones de descuento, bonos servicios entre otros para descragar una aplicación usted la descargaria	SI		
	NO		

PREGUNTAS	RESPUESTAS	RESULTADOS	TOTAL
1	SI	5	20
	NO	15	
2	MUCHO	8	20
	LO NECESARIO	6	
	POCO	4	
	NADA	0	
	NO TIENE MASCOTA	2	
3	1 VEZ AL MES	4	20
	1 VEZ AL BIMESTRE	6	
	1 VEZ AL SEMESTRE	6	
	1 VEZ AL AÑO	2	
	NUNCA	2	
4	SI	7	20
	NO	13	
5	NO DESCARGO APLICACIONES	0	20
	GRATOS	14	
	CON COSTO	0	
	GRATIS Y CON COSTO	6	
6	SI	18	20
	NO	2	
7	SI	4	20
	NO	16	
8	ANDROID	8	20
	IOS	5	
	WINDOWS	7	
	LINUX	0	
	OTRO	0	
9	SI	18	20
	NO	2	
10	SI	18	20
	NO	2	
12	SI	18	20
	NO	2	



3.3 Pentágono de Perfilación de Clientes



4. Prototipo

4.1 Descripción del Producto o servicio

Aplicación diseñada para encontrar la veterinaria más cercana.

4.2 Ficha técnica del Producto o servicio.

- Muestra con exactitud lugar de ubicación de la veterinaria y distancia en kms.
- Informa tipos de servicios prestados por la veterinaria (urgencias, rx, ecografías, hospitalización etc.)
- Ofrece dirección y teléfonos de contacto
- Suministra calificación brindada por otros usuarios de 1 a 5 estrellas, a su vez ofrece comentarios del servicio prestado.
- Compatible con dispositivos Android, IOS y Microsoft
- Almacenamiento en disco duro 40MB
- Contiene anuncios y compras integradas
- Versión 1.5.8

4.2.1 Planos



5. Planeación Estratégica Generativa

5.1 Identidad Estratégica.

Establecer un prototipo funcional de la aplicación “DOCTORPET” la cual va dirigida al sector de la población que tiene una mascota en la ciudad de Bogotá y con esto dar por cumplido los objetivos trazados inicialmente.

5.2 Futuro Preferido

Realizar a gran escala la aplicación “DOCTORPET”, expandir la cobertura y funcionalidad de la aplicación a las principales ciudades de Colombia; realizar pruebas piloto de la acogida y la manejabilidad el usuario final, para así, poder ubicarla en tiendas reconocidas de descargas como,

app store (IOS), Play Store (ANDROID) y Windows Mobile (MICROSOFT); así poder posicionar la aplicación, como la de mayor recaudación.

5.3 Objetivos empresariales

5.3.1 Objetivo General

Diseñar e implementar la aplicación “DOCTORPET” de tal forma que pueda prestar satisfactoriamente el servicio de ayuda a la población de Bogotá que tiene como integrante familiar una mascota y a su vez garantizar la facilidad de interacción con la misma.

5.3.2 Objetivo específicos

Constituir la arquitectura de la aplicación, con sus diversos componentes e hipervínculos para así garantizar un manejo práctico y fácil para cualquier tipo de usuario.

Realizar pruebas piloto con el fin de detectar posibles fallas de fluidez y con esto optimizar la aplicación.

5.4 Valores corporativos.

- Respeto
- Responsabilidad
- Trabajo en equipo
- Disciplina
- Pro actividad
- Aprendizaje
- Disponibilidad al cambio

6. Análisis del Macro entorno

6.1 PESTEL

Político: al realizar una aplicación móvil es importante tener en cuenta los aspectos legales, de esta manera evitar sanciones y poder proteger la aplicación, para manejar la funcionalidad es necesario tener en cuenta medios lícitos, es importante contar las licencias correspondientes para cada aspecto que se maneje en la aplicación como librerías bases de datos gráficos etc., así mismo proteger el contenido para que este no sea plagiado. Es importante establecer los parámetros de descarga entre los cuales están la restricción de edad, en este caso mayor de 18 años. Las licencias de uso y condiciones son indispensables para que el usuario pueda aceptar el uso de la app, frente

a las condiciones legales, se realiza adecuaciones a la normatividad., también en necesario tener en cuenta información y permisos, markets de aplicaciones móviles, política de cookies, información al usuario y publicidad. (yeePLY, 2014)

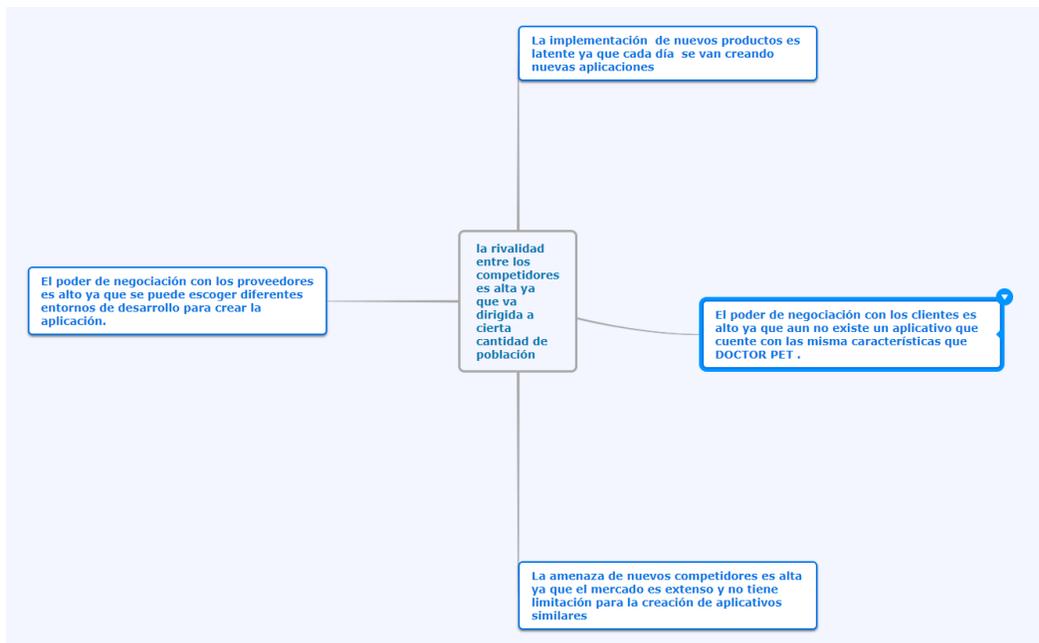
Económico: las plataformas digitales deben pagar IVA por prestar sus servicios en Colombia, esto regido de acuerdo al decreto 1412 del 2017 (gomez y gomez abogados en impuestos, s.f.)

Social: según estudios realizados el 71 % de los jóvenes(millennials) aceptarían cobrar menos a cambio de poder llevar su mascota al trabajo, esta generación ha logrado un gran impacto en cómo se ve a los animales de compañía. el diario estadounidense *The Washington Post* publicó que el número de jóvenes que adquieren casas, coches, o tienen hijos ha descendido. Pero el porcentaje de millennials que deciden tener animales de compañía no para de aumentar. (CIFUENTES, 2018) Partiendo de esto se desea que el crecimiento en el uso de la aplicación medido en cantidad de descargas se incremente.

Tecnológico: Al aplicativo se le irán realizando modificaciones con respecto a las opiniones de uso de los usuarios, se optimizará con el fin de abreviar los pasos y así agilizar lo deseado por el usuario y con esto garantizar estar a la vanguardia en el más alto nivel de aplicaciones.

6.2 Cinco (5) Fuerzas de PORTER

Realice el respectivo análisis de Porter desglosando cada uno de sus cinco componentes.



7. Conclusiones

se identificó que el sector de la población al cual va dirigido el aplicativo, es tanto, estratos bajos, medios y altos, entre estos el de menor recaudación será en los estratos bajos, ya que no se cuenta con una cobertura por parte de las veterinarias en estas localidades, por lo cual la prueba piloto se realizará en un estrado medio, el cual será en Kennedy de forma inicial.

El aplicativo no tendrá ningún costo, debido a que si se realizara no sería una prioridad para los usuarios, debido a que las mascotas no siempre tienen complicaciones de salud, o por lo contrario necesitaran algún servicio en específico.

Como se explicó previamente se desea optimizar el aplicativo para tener mayor adaptabilidad y una buena interacción entre la interfaz y el usuario.

Por medio de la publicidad se obtendrán fondos los cuales serán destinados, al desarrollo del software; pero se limitarán para que no se convierta en un aplicativo que resulte incómodo y que el usuario se sienta saciado por la misma, esto con el fin de garantizar la empatía entre el aplicativo y el usuario final.

Inicialmente se realizará la prueba piloto, esto seguido por, una interacción con la ciudad completa(Bogotá), esto con fines netamente educativos, que dependiendo de los indicadores se llevará la visión un paso mas adelante.

8. Bibliografía

(yeeply, 2014) <https://www.yeeply.com/blog/decalogo-de-buenas-practicas-aspectos-legales-de-las-aplicaciones-moviles/>

(gomez y gomez abogados en impuestos, s.f.) <https://www.abogadosenimpuestos.com/iva-en-el-desarrollo-de-aplicaciones-moviles/>

(CIFUENTES, 2018) <https://www.eltiempo.com/vida/medio-ambiente/los-millennials-no-quieren-tener-hijos-sino-mascotas-259884>