

<b>Fecha de elaboración: 8/11/2021</b> [del RAI]			
<b>Tipo de documento</b>	TID:	Obra Creación:	Proyecto Investigación: X
<b>Título</b>	<b>Rolispet Aplicación Digital con Servicios de Paseos y Actividades para Mascotas</b>		
<b>Autor(es)</b>	<b>Luis Alejandro Pachón Yosa</b>		
<b>Tutor(es)</b>	<b>Luisa Betancourt – Anguley Isaza</b>		
<b>Fecha de finalización</b>	8 de noviembre de 2021		
<b>Temática</b>	<b>Diseño de contenidos digitales</b>		
<b>Tipo de investigación</b>	<b>Mixta Cualitativa – Cuantitativa</b>		
<b>Resumen</b>			
<p>Cada día es más frecuente ver mascotas como parte del núcleo familiar en hogares tradicionales y las personas que tienen perros o gatos conocen los beneficios como disfrutar de su compañía y las responsabilidades que traen como adquirir servicios fácilmente sin desplazamientos o por lo menos cerca. Existe un grupo de personas que muestra su interés en obtener bienestar para sus mascotas a través de paseos, caminatas o actividades los cuales benefician tanto a los animales como a sus dueños.</p>			
<b>Palabras clave</b>			
<p>Mascotas; perros; pet lover; Amantes de las mascotas; bienestar y salud de mascotas; paseos; actividades para mascotas; Cuidados adecuados para animales domesticados.</p>			
<b>Planteamiento del problema</b>			
<p>En las ciudades es frecuente ver a personas paseando mascotas en parques y zonas verdes, también existe un número de personas que, aunque desean el bienestar de sus mascotas no cuentan con el tiempo suficiente para brindar actividades a sus mascotas. La falta de tiempo para dedicar a las mascotas puede ser frecuente o eventual y afecta a las mascotas de diferentes maneras dependiendo de la especie, raza, edad y condición física. De otro lado, existe un grupo de personas que laboran en el creciente mercado de las mascotas y los animales de compañía que a raíz de las restricciones por la pandemia no han podido prestar estos servicios. Un factor adicional que se debe tener en cuenta son los cambios de hábito en la sociedad derivados de la pandemia por el Covid 19 lo que aceleró la adopción de herramientas digitales</p>			
<b>Pregunta</b>			
<p>¿Cómo mejorar el acceso a servicios para mascotas a través de la implementación de herramientas digitales?</p>			

<p><b>Objetivos</b></p>
<p>Enriquecer las opciones de caminatas para mascotas integrando diferentes servicios que complementen el entretenimiento y aporten a la salud de las mascotas por intermedio de una aplicación.</p> <p>Crear una aplicación web que permita seleccionar servicios para mascotas y pagarlos de manera segura.</p> <p>Brindar alternativas a los dueños de mascotas para ofrecer actividades de paseo o juego que entretengan y aporten a la salud física y mental de las mascotas.</p> <p>Ofrecer servicios para mascotas con necesidades especiales como mayores bajo condiciones médicas.</p> <p>Abrir posibilidades laborales para personas que trabajan en el mercado de mascotas para ofrecer el servicio de paseo de perros a través de una plataforma abierta en internet.</p>
<p><b>Marco teórico</b></p>
<p>Resuma únicamente los principales referentes teóricos o artísticos que siguió su trabajo. Señale los números de las páginas de su documento en los que se encuentra la información completa.</p>
<p>La densidad poblacional que se vive en Bogotá tiene beneficios y consecuencias, una de las consecuencias es la reducción de espacio público para mascotas y la baja calidad de vivienda en los hogares afectando a todos sus miembros incluyendo mascotas. Existen investigaciones que determinan que en Colombia 6 de cada 10 familias tiene mascota y este porcentaje aumenta si la vivienda es cerrada como en conjuntos residenciales. No hay un número exacto de animales en Bogotá, pero se estableció en 2018 un número aproximado de un millón cien mil mascotas que habitaron la ciudad. El mercado de mascotas está en crecimiento y es una gran oportunidad para empresas nacionales. La población de Millennials de 20 a 35 años es considerado el futuro de los consumidores por sus características de uso de la tecnología. EL barrio Castilla es uno de los barrios tradicionales en Bogotá por la cercanía con vías principales la alta oferta residencial y comercial además del creciente número de proyectos de vivienda cerrada lo cual permite un mejor control en el desarrollo de acciones para la creación de la aplicación propuesta. Existen alternativas de aplicaciones similares que se presentan en sitios web o aplicaciones nativas pero no se evidencia el uso de publicidad o comunicaciones de mercadeo que difundan las diferentes marcas.</p>
<p><b>Método</b></p>
<p>Resuma únicamente los principales elementos metodológicos que empleó en su investigación. Señale los números de las páginas de su documento en los que se encuentra la información completa.</p>
<p>La metodología usada en actual proyecto de investigación se apoyó en el estudio cualitativo por medio de una muestra no probabilística por conveniencia para identificar variables que permitan definir características generales que deban ser parte de la aplicación, también se tendrá en cuenta los resultados de una entrevista con un experto en medicina veterinaria que ofrece y conoce sobre servicios para mascotas.</p>

Se tendrá en cuenta a la hora de realizar el análisis categorías como mercado de mascotas, salud física y emocional de mascotas.

### **Resultados, hallazgos u obra realizada**

Presente el resumen de los principales resultados o hallazgos de su investigación o una sinopsis de la obra creada. Señale los números de las páginas de su documento en los que se encuentra la información completa.

En la ruta cualitativa se identificó el interés de los encuestados en realizar actividades con las mascotas en beneficio de la salud emocional de las mascotas, el número de veces que se realiza actividad con las mascotas es entre una y dos veces por día. 43% estarían dispuestos a adquirir un servicio de paseo o juego para las mascotas dos veces a la semana y 25% estaría dispuesto a adquirirlo diariamente. 68% estarían dispuestos a pagar entre 8 y 10 mil pesos y el 68% pagaría más por un servicio exclusivo para su mascota. En la ruta cualitativa se encontró los servicios más solicitados son los de baño y guardería. Se recomienda prestar atención a la raza, edad, tamaño y estado física de las mascotas para determinar las actividades adecuadas. Las actividades se recomiendan que se realicen diariamente con la seguridad deseada por parte de sus dueños.

### **Conclusiones**

Presente el resumen de las conclusiones a las que llegó. Señale los números de las páginas de su documento en los que se encuentra la información completa.

Crear una aplicación que ofrezca servicios para mascotas de manera segura que permita seleccionar la intensidad del servicio y dejar anotaciones o recomendaciones. En el caso del asociado o paseador se requiere crear flujos que le permitan publicar sus servicios con descripción y aceptar o rechazar los servicios solicitados por los usuarios. La aplicación será progresiva que permite acceder desde internet en cualquier dispositivo incluyendo celulares. El servicio de georreferenciación es una característica que debe tener la aplicación para conocer la ubicación de la mascota a la hora de consumir el servicio. Existirá una célula de desarrollo que creará la aplicación como un producto mínimo viable y posteriormente habrá una célula de operación que mantendrá y potencializará el producto a través de la metodología de Sprint Design. El presupuesto aproximado del desarrollo es de 44 millones de pesos. La estrategia de mercadeo será digital utilizando las redes sociales que tradicionalmente usan los Millennials con una ejecución escalonada en 3 etapas, etapa de captura de usuarios, etapa de promoción de servicios y etapa de seguimiento y fidelización.

## Productos derivados

Referencie los artículos, libros, capítulos de libro, ponencias, etc., que fueron resultado de su proceso investigativo.

Económico, O. d. (27 de 06 de 2019). Observatorio de Desarrollo Económico.

Obtenido de <https://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/comercio-al-por-menor-industria-servicios/la-economia-alrededor-de-las-mascotas-en-Bogotá>

Baquero, J. A. (27 de 06 de 2019). Observatorio de Desarrollo Económico de Bogotá. Obtenido de Observatorio de

Desarrollo Económico: <https://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/comercio-al-por-menor-industria-servicios/>

la-economía-alrededor-de-las-mascotas-en-Bogotá

Gabrica, N. (2019). Gabrica. Obtenido de Gabrica.co: <https://www.gabrica.co/noticiasesp/noticia-2-esp-destacada/>

Mesa, L. V. (17 de 06 de 2020). Agronegocios. Obtenido de Agronegocios.co:

<https://www.agronegocios.co/mascotas/>

el-mercado-de-mascotas-movera-aproximadamente-43-billones-en-el-curso-del-2020-3019013

Bolívar, P. (19 de agosto de 2020). El Tiempo. Obtenido de El Tiempo:

[https://www.eltiempo.com/vida/medio-](https://www.eltiempo.com/vida/medio-ambiente/asi-se-mueven-las-tendencias-en-el-mundo-de-los-peluditos-530828)

[ambiente/asi-se-mueven-las-tendencias-en-el-mundo-de-los-peluditos-530828](https://www.eltiempo.com/vida/medio-ambiente/asi-se-mueven-las-tendencias-en-el-mundo-de-los-peluditos-530828)

Yunda, J. G. (6 de Julio de 2018). El Tiempo. Obtenido de Eltiempo.com:

[https://www.eltiempo.com/bogota/bogota-](https://www.eltiempo.com/bogota/bogota-es-una-de-las-ciudades-con-mas-densidad-poblacional-del-mundo-240412)

[es-una-de-las-ciudades-con-mas-densidad-poblacional-del-mundo-240412](https://www.eltiempo.com/bogota/bogota-es-una-de-las-ciudades-con-mas-densidad-poblacional-del-mundo-240412)

Salud, S. D. (25 de mayo de 2015). Salud Capital. Obtenido de Salud Capital:

[http://saludcapital.gov.co/DSP/Coves%](http://saludcapital.gov.co/DSP/Coves%202014/2015/4.%20COVE%20Mayo/Presentaciones/2%20Programa%20Distrital%20Rabia.pdf)

[202014/2015/4.%20COVE%20Mayo/Presentaciones/2%20Programa%20Distrital%20Rabia.pdf](http://saludcapital.gov.co/DSP/Coves%202014/2015/4.%20COVE%20Mayo/Presentaciones/2%20Programa%20Distrital%20Rabia.pdf)

La Zaga de El Espectador. (3 de agosto de 2019). El Espectador. Obtenido de El Espectador:

[https://www.elespectador.](https://www.elespectador.com/bogota/en-bogota-hay-114000-perros-y-gatos-callejeros-que-hace-el-distrito-article-873460/)

[com/bogota/en-bogota-hay-114000-perros-y-gatos-callejeros-que-hace-el-distrito-article-873460/](https://www.elespectador.com/bogota/en-bogota-hay-114000-perros-y-gatos-callejeros-que-hace-el-distrito-article-873460/)

Benavides, L. M. (18 de febrero de 2019). Diario La República. Obtenido de La República:  
[https://www.larepublica.co/  
consumo/seis-de-cada-10-hogares-del-pais-tienen-mascota-segun-brandstrat-2829114](https://www.larepublica.co/consumo/seis-de-cada-10-hogares-del-pais-tienen-mascota-segun-brandstrat-2829114)  
1001 experiencias. (22 de enero de 2017). 1001 experiencias La Actualidad en Latinoamérica. Obtenido  
de 1001  
Experiencias: <http://1001experiencias.com/las-ciudades-de-colombia-mas-amigables-para-los-perros/>  
Seguros Bolívar. (15 de marzo de 2017). Portal de Apoyo Comercial Seguros Bolívar. Obtenido de Portal  
de Apoyo  
Comercial: <https://segurosbolivarapoyocomercial.com/news-downloads/mascotas-presentacion.pdf>  
Prado, J. R. (11 de febrero de 2014). Diario La república. Obtenido de La República:  
[https://www.larepublica.co/  
archivo/cementerio-y-cremacion-de-perros-un-negocio-de-200-millones-al-mes-2101717](https://www.larepublica.co/archivo/cementerio-y-cremacion-de-perros-un-negocio-de-200-millones-al-mes-2101717)  
Galindo, W. G. (30 de abril de 2014). Catastro Bogotá. Obtenido de catastro Bogotá:  
[https://www.catastrobogota.  
gov.co/sites/default/files/archivos/kennedy.pdf](https://www.catastrobogota.gov.co/sites/default/files/archivos/kennedy.pdf)  
DANE. (26 de marzo de 2021). DANE. Obtenido de Dane:  
[https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/  
demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion/proyecciones-de-poblacion-bogota](https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion/proyecciones-de-poblacion-bogota)  
Sebastián Campuzano, M. R. (20 de enero de 2020). ISSUU. Obtenido de Issuu:  
[https://issuu.com/centrosurbanos/docs/  
atlas](https://issuu.com/centrosurbanos/docs/atlas)  
Gómez G. L. F., A. H. (22 de Julio de 2016). Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias. Obtenido de  
Universidad de  
Antioquia: <https://revistas.udea.edu.co/index.php/rccp/article/view/324155>  
Marisa Torres H, M. V. (25 de Julio de 2005). researchgate. Obtenido de researchgate:  
[https://www.researchgate.net/  
profile/Marisa-  
Hidalgo/publication/267691235\\_RECOMENDACIONES\\_PARA\\_EL\\_CUIDADO\\_Y\\_MANEJO\\_RESPO  
NSABLE\\_  
DE\\_MASCOTAS\\_Y\\_SU\\_IMPACTO\\_EN\\_SALUD\\_HUMANA/links/546caf4e0cf2a80cf2e0ed6d/  
RECOMENDACIONES-PARA-EL-CUIDADO-Y-MANEJO-RESPONSABLE-DE-](https://www.researchgate.net/profile/Marisa-Hidalgo/publication/267691235_RECOMENDACIONES_PARA_EL_CUIDADO_Y_MANEJO_RESPONSABLE_DE_MASCOTAS_Y_SU_IMPACTO_EN_SALUD_HUMANA/links/546caf4e0cf2a80cf2e0ed6d/RECOMENDACIONES-PARA-EL-CUIDADO-Y-MANEJO-RESPONSABLE-DE-)  
Hernández, R. F. (2014). Metodología de la Investigación. Mc Graw Hill.

Superintendencia de Industria y Comercio. (2012). Política de tratamiento y protección de datos personales. Obtenido de SIC: <https://rnbd.sic.gov.co/sisi/consultaTitulares/archivo/264531a5-b89b-4866-aef5-eb8556284ba5>

AZINOVIC, J. (8 de septiembre de 2016). Forbes. Obtenido de Forbes:

<https://forbes.es/empresas/9316/por-que-los-millennials-estan-sustituyendo-las-mascotas-por-los-bebes/>

Gutiérrez-Rubí, A. (22 de diciembre de 2014). Forbes México. Obtenido de Forbes México:

<https://www.forbes.com.mx/6-rasgos-clave-de-los-millennials-los-nuevos-consumidores/>

Rafael Menéndez, B. A. (8 de octubre de 2012). Departamento Informática y Sistemas. Universidad de Murcia. Obtenido de Universidad de Murcia:

<https://www.um.es/docencia/barzana/DIVULGACION/INFORMATICA/Historia-desarrollo-aplicaciones-web.html>

**Rolispet Aplicación Digital con Servicios de Paseos y Actividades para Mascotas**

**Luis Alejandro Pachón Yosa**

**Código 85212510**

**Corporación Universitaria Unitec**

**Escuela de Artes y Ciencias de la Comunicación**

**Especialización en Diseño de Contenidos Digitales**

**Bogotá, Distrito Capital**

**Octubre 26 de 2021**

**Rolispet Aplicación Digital con Servicios de Paseos y Actividades para  
Mascotas**

**Luis Alejandro Pachón Yosa  
Código 85212510**

**Luisa De Los Ángeles Betancourt Castro  
Leidy Anguley Isaza Urrego  
Corporación Universitaria Unitec**

**Corporación Universitaria Unitec  
Escuela de Artes y Ciencias de la Comunicación  
Especialización en Diseño de Contenidos Digitales**

**Bogotá, Distrito Capital  
Octubre 26 de 2021**

*A mis padres María Nancy Yosa y Julio Carlos Pachón  
que me acompañaron y apoyaron siempre. A ellos les debo todo.*

*Y a mi amada esposa Diana Carolina Vera que con su amor le da valor a mi vida.*

## Tabla de Contenidos

Justificación .....	2
Pregunta .....	3
Objetivo .....	4
Objetivos Específicos.....	4
Marco Teórico.....	5
Método.....	11
Ficha metodológica de investigación .....	11
Resultados y Hallazgos.....	13
Resultados encuesta a dueños de mascota.....	13
Conclusiones.....	21
Recomendaciones.....	31
Lista de referencias.....	32
Anexos .....	35

## Tabla de Figuras

Imagen 1 - Cantidad y área de unidades de uso Castilla. Años 2002 – 2012 .....	7
Imagen 2 – Distribución del área construida en Castilla. Años 2022 – 2012 .....	7
Imagen 3 - Captura de pantalla de sitio Paseaperros .....	9
Imagen 4 - Captura de pantalla de sitio Wakypet .....	9
Imagen 5 - ¿Que mascota tiene? .....	13
Imagen 6 - ¿Qué lo motiva a sacar a su mascota? .....	14
Imagen 7 - ¿Cuántas veces al día saca a su mascota? .....	14
Imagen 8 - ¿Dejaría que alguien como un paseador saque a su mascota? .....	15
Imagen 9 - ¿En qué tipo de servicio de paseo estaría interesado? .....	15
Imagen 10 - ¿Con qué frecuencia adquiriría el servicio de paseo para su mascota? .....	16
Imagen 11 - ¿Ha adquirido alguna vez servicios de paseo para su mascota? .....	16
Imagen 12 - ¿Cuánto está dispuesto a pagar por paseador? .....	17
Imagen 13 - ¿Estaría dispuesto a pagar un poco más si su mascota es la única? .....	17
Imagen 14 - ¿Que otros servicios considera importantes para su mascota? .....	18
Imagen 15 - ¿Por qué canal busca generalmente servicios para su mascota? .....	18
Imagen 16 – Captura de pantalla de flujo de compra de servicios en Rolispét .....	22
Imagen 17 – Captura de pantalla funcionalidad geolocalización Rolispét .....	23
Imagen 18 – Planeación de desarrollo de proyecto de creación de aplicación .....	24
Imagen 19 – Presupuesto desarrollo de proyecto de creación de aplicación .....	26
Imagen 20 – Código QR de acceso al prototipo Rolispét .....	26
Imagen 21 – Pieza de promoción en etapa de captura de usuarios .....	28
Imagen 22 – Pieza de difusión en etapa de promoción de beneficios .....	28
Imagen 23 – Pieza de promoción en etapa de seguimiento .....	29
Imagen 24 – Lamina publicitaria para uso exterior .....	30
Imagen 25 – Simulación de uso de lamina publicitaria en sitio .....	30
Imagen 26 - Paleta de color institucional Rolispét .....	35
Imagen 27 – Splash o imagen de carga para aplicación .....	35
Imagen 28 – Interfaz de usuario para adquirir servicios Rolispét .....	36

## **Resumen**

Cada día es más frecuente ver mascotas como parte del núcleo familiar en hogares tradicionales y las personas que tienen perros o gatos conocen los beneficios como disfrutar de su compañía y las responsabilidades que traen como adquirir servicios fácilmente sin desplazamientos o por lo menos cerca. Existe un grupo de personas que muestra su interés en obtener bienestar para sus mascotas a través de paseos, caminatas o actividades las cuales benefician tanto a los animales como a sus dueños.

## **Palabras Clave**

Mascotas; perros; pet lover; Amantes de las mascotas; bienestar y salud de mascotas; paseos; actividades para mascotas; Cuidados adecuados para animales domesticados.

## **Planteamiento del problema**

En grandes ciudades como Bogotá es cada vez más frecuente ver familias, parejas o a personas solas que conviven con mascotas en su mayoría caninos, dentro de esta población es común ver a las personas sacar a pasear a sus mascotas en las mañanas, en las tardes o en las noches con todos los beneficios que esto trae para sus perros, pero también hay un grupo de personas que no dispone del tiempo suficiente para poder brindar un paseo o un juego a su mascota como ellos quisieran hacerlo. La falta de tiempo para dedicar a las mascotas puede ser frecuente o eventual y afecta a las mascotas de diferentes maneras dependiendo de la especie, raza, edad y condición física.

De otro lado, existe un grupo de personas que laboran en el creciente mercado de las mascotas y los animales de compañía, entre estos están los que se hacen conocer como Paseadores, son personas que se dedican a acompañar a las mascotas a paseos programados mientras sus dueños realizan otras actividades. La labor del paseador no requiere amplios conocimientos en animales lo que lo hace una actividad ideal para personas con poca o nula experiencia laboral, sólo es necesario disponer de tiempo, conocer los parques, zonas verdes tener un gran amor por los animales y un buen estado físico.

Un factor adicional que se debe tener en cuenta son los cambios de hábito en la sociedad derivados de la pandemia por el COVID 19 lo que aceleró la adopción de herramientas digitales para encontrar productos y servicios lo cual juega en contra de los paseadores ya que no cuentan con agremiaciones que los apoyen u orienten en la adopción de nuevas tecnologías para poder prestar sus servicios.

## **Justificación**

Las mascotas han tomado un lugar destacado en los hogares que cada día es más visible incluso para las personas que no las tienen y esto se ve reflejado en un sector de la industria y la economía nacional que ha apostado por productos y servicios para mascotas principalmente en grandes ciudades que han ido adoptando a los animales como parte de la sociedad.

Se busca brindar una solución a la problemática de encontrar servicios para mascotas en un solo lugar sin necesidad de desplazamientos que ayuden a sus dueños a brindar entretenimiento saludable a sus mascotas para que puedan disfrutar de ellas más tiempo.

También se busca generar un espacio donde se encuentren los dueños de mascotas con personas que presten servicios especializados para mascotas.

### **Pregunta**

Teniendo la celeridad que se vive a diario dentro de una gran ciudad y las necesidades que puede llegar a requerir una mascota para llevar una vida saludable, se genera la siguiente pregunta: ¿Cómo mejorar el acceso a servicios para mascotas a través de la implementación de herramientas digitales?

## **Objetivo**

Enriquecer las opciones de caminatas para mascotas integrando diferentes servicios que complementen el entretenimiento y aporten a la salud de las mascotas por intermedio de una aplicación.

## **Objetivos Específicos**

Crear una aplicación web que permita seleccionar servicios para mascotas y pagarlos de manera segura.

Brindar alternativas a los dueños de mascotas para ofrecer actividades de paseo o juego que entretengan y aporten a la salud física y mental de las mascotas.

Ofrecer servicios para mascotas con necesidades especiales como mayores bajo condiciones médicas.

Abrir posibilidades laborales para personas que trabajan en el mercado de mascotas para ofrecer el servicio de paseo de perros a través de una plataforma abierta en internet.

## **Marco Teórico**

En las ciudades es fácil encontrar sobrepoblación en algunos sectores, esta es una de las razones para que Bogotá haya sido declarada una de las ciudades con más densidad de población en el mundo y “el proceso de densificación tiene impactos positivos y negativos” (Yunda, 2018) afectando la calidad de vida de los habitantes incluyendo humanos y mascotas ya que el proceso de densificación tiene como consecuencia la reducción del espacio y calidad de vivienda.

Estos cambios poblacionales tienen varias consecuencias como problemáticas de alta densidad poblacional humana y animal (Salud, 2015) los cuales han sido recopilados a través de varios años por la Secretaría Distrital de Salud dentro de su plan de prevención, vigilancia y control de la rabia o las problemáticas de perros que alguna vez fueron domésticos y por causa del abandono se convierten en animales ferales (La Zaga de El Espectador, 2019) donde se estimó solo para la ciudad de Bogotá más de un millón entre perros y gatos callejeros para el año 2018, sin embargo hay que resaltar que esta cifra puede ser mayor ya que no hay un censo o conteo oficial que permita determinar el número exacto de la población de perros y gatos sin hogar en Bogotá.

Enfocándonos en la conformación actual de los hogares es evidente que en los últimos años ha aumentado la tenencia de mascotas, basado en investigaciones como la de BrandSat donde se identificó que alrededor del 60% de los hogares en el país cuentan con una mascota con preferencia por los perros sobre los gatos, también vale la pena mencionar que este promedio puede aumentar a 82% en hogares cerrados como conjuntos residenciales (Benavides, 2019). Esta tendencia también se ve en diferentes regiones a parte del centro del país como Medellín o Barranquilla donde la población prefiere 83% a los perros como mascota, así como las personas que han pasado por un divorcio o que practican deporte (1001 Experiencias, 2017).

Ahora sobre la percepción de las mascotas en el interior de los hogares es evidente que ya no son vistas de la misma manera a como era en años anteriores, hoy en día las mascotas son vistas como miembros del hogar así como lo menciona el sitio de noticias Agronegocios donde se

identifica la relevancia de los animales de compañía o mascotas los cuales impulsaron el consumo productos exclusivamente para ellos hasta lograr incluirlos en la canasta familiar por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane) (Mesa, 2020).

Existen diferentes factores para considerar a las mascotas por encima por ejemplo de los bebés, es el caso de los denominados Millenias, habitantes jóvenes con edades entre 20 y 35 años que ya hacen parte de la población adulta que trabaja y genera ingresos para su manutención los cuales sustituyen las mascotas por los bebés por varias razones y una de ellas es el dinero (AZINOVIC, 2016). Este perfil de habitante es considerado la futura generación de consumidores con la característica de un alto uso de tecnología digital (Gutiérrez-Rubí, 2014)

La gran proyección que tiene la industria de las mascotas, por lo menos en Bogotá, según lo menciona el Observatorio de Desarrollo Económico de la Alcaldía de Bogotá “El mercado de las mascotas se ha diversificado principalmente en segmentos relacionados con alimentos, servicios y accesorios. El análisis de las proyecciones de crecimiento indica que el sector cuenta con un amplio campo para su desarrollo y puede ser fuente de oportunidades para las empresas nacionales.” (Baquero, 2019) puede interpretarse como una oportunidad en este mercado nicho también teniendo en cuenta un crecimiento aproximado al 10% en los últimos 10 años en el mercado de mascotas y una población en Bogotá de más de 5 millones de mascotas de los cuales el 70% son perros (Seguros Bolivar, 2017).

El mercado de las mascotas se mantiene y seguirá en crecimiento tanto que ha sido evidente encontrar nuevos servicios como los son el creciente negocio de la cremación de perros (Prado, 2014) o estudios de factibilidad para abrir espacios con beneficios para las mascotas como contar con juegos y entreteniendo en lugares donde hace unos años atrás era imposible considerar que estuvieran mascotas como centros comerciales.

Con las proyecciones del mercado de mascotas en Bogotá y el tamaño de la ciudad es posible considerar que ofrecer servicios en toda la ciudad es un proyecto muy grande con lo que se plantea como alternativa iniciar la aplicación de esta iniciativa en un lugar más pequeño que permita un mayor control de las acciones y establecer estrategias puntuales para un sector o barrio como puede ser Castilla en la localidad de Kennedy en la ciudad de Bogotá.

El barrio Castilla es uno de los barrios tradicionales de Bogotá principalmente de carácter residencial que ha ido expandiéndose convirtiéndolo en un lugar ideal para los hogares bogotanos por su amplia oferta comercial y un gran número de nuevas edificaciones de propiedad horizontal por su cercanía a vías principales como la Avenida Boyacá y la Calle 13. Con una dinámica de crecimiento en de vivienda en propiedad horizontal del 136% entre los

años 2002 y 2012 es uno de los usos de suelo más representativos dentro del barrio (Galindo, 2014) cabe recordar que el promedio de hogares con mascota en conjuntos residenciales como la propiedad horizontal es del 82% (Benavides, 2019).

Usos UPZ 46 - Castilla	Año 2002			Año 2012			Diferencia		% Variación de área en el uso
	Cantidad unidades de uso	Área uso m <sup>2</sup>	%	Cantidad unidades de uso	Área uso m <sup>2</sup>	%	Cantidad unidades de uso	Área uso m <sup>2</sup>	
a. Vivienda en NPH	9.553	1.201.342	55,86%	11.583	1.652.994	43,09%	2.030	451.652	37,60%
b. Vivienda en PH	9.736	615.442	28,62%	24.751	1.453.528	37,89%	15.015	838.086	136,18%
c. Comercio puntual	494	33.721	1,57%	496	34.371	0,90%	2	650	1,93%
d. Comercio en corredor comercial	478	39.962	1,86%	1.239	119.747	3,12%	761	79.785	199,65%
e. Centro comercial grande y mediano	0	0	0,00%	0	0	0,00%			
f. Grandes almacenes	2	2.257	0,10%	12	21.369	0,56%	10	19.112	846,95%
g. Oficinas NPH	163	35.080	1,63%	275	61.156	1,59%	112	26.076	74,33%
h. Oficinas PH	0	0	0,00%	24	1.445	0,04%	24	1.445	
i. Hoteles	0	0	0,00%	5	2.290	0,06%	5	2.290	
j. Moteles	6	1.291	0,06%	11	2.795	0,07%	5	1.504	116,47%
k. Colegios y universidades	17	14.790	0,69%	62	48.774	1,27%	45	33.983	229,76%
l. Clínicas, hospitales y centros médicos	0	0	0,00%	0	0	0,00%			
m. Iglesias	4	1.520	0,07%	11	3.915	0,10%	7	2.395	157,57%
n. Dotacional	51	11.008	0,51%	131	23.884	0,62%	80	12.875	116,96%
o. Actividad artesanal	81	8.131	0,38%	260	26.583	0,69%	179	18.452	226,91%
p. Industria	6	13.941	0,65%	8	62.571	1,63%	2	48.629	348,81%
q. Bodega y almacenamiento	734	134.749	6,27%	1.880	208.156	5,43%	1.146	73.407	54,48%
r. Parquadero	2.433	31.391	1,46%	7.720	107.160	2,79%	5.287	75.768	241,37%
s. Otros usos	72	5.994	0,28%	57	5.389	0,14%	-15	-605	-10,09%
Total general	23.830	2.150.620	100,00%	48.525	3.836.125	100,00%	24.695	1.685.505	78,37%

Imagen 1 - Cantidad y área de unidades de uso Castilla. Años 2002 - 2012

Fuente: Catastro Bogotá

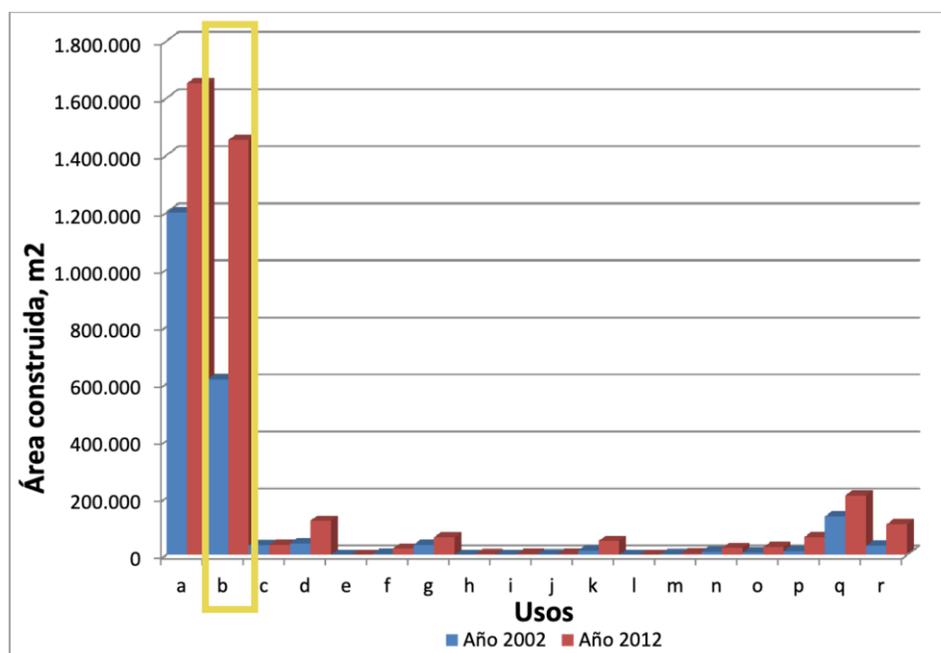


Imagen 2 - Distribución del área construida en Castilla. Años 2002 - 2012

Fuente: Catastro Bogotá

El número aproximado de hogares en Kennedy con base en la proyección de hogares por localidades (DANE, 2021) basado en el Censo Nacional de Población y Vivienda del año 2018 es

de 362.000 hogares para el 2021 y 368.000 para el 2022 en cuanto puntualmente al barrio Castilla se proyectan más de 51.000 hogares para el 2021 y por encima de los 52.000 para el 2022 lo cual puede ayudarnos a determinar el número aproximado de 30.000 mascotas en el año 2021 y más de 31.000 para el año 2022.

Adicionalmente se ha determinado que la mayoría de la población en Castilla 65% es joven con un rango de edad de entre 0 y 39 años, el aumento poblacional esta entre el cinco por ciento y el nueve por ciento anualmente, los habitantes cuentan con 296 parques y el 69% de la función del espacio público está destinado para las mascotas (Sebastian Campuzano, 2020) lo que lo hace considerar como el entorno poblacional adecuado para la ejecución del proyecto.

Sobre los beneficios de tener mascota se ha determinado que los animales de compañía influyen de manera positiva en la salud y bienestar en diferentes aspectos como: terapéuticos, fisiológicos, sociológicos y psicosociales (Gómez G. L. F., 2016) estos aspectos pueden ser tenidos en cuenta para una comunicación asertiva de los beneficios de tener una mascota en el hogar motivando el interés en ofrecerles bienestar a través de juegos y paseos los cuales son consideradas medidas destinadas al bienestar del perro (Marisa Torres H, 2005).

Sobre el desarrollo de aplicaciones no es algo relativamente nuevo si se tiene en cuenta que ya existían lenguajes de programación desde antes de la masificación en internet hasta que en 1995 Rasmus Lerdorf puso a disposición el lenguaje PHP con lo que arranco el creciente entorno del desarrollo de aplicaciones Web. Hoy en día las aplicaciones ofrecen la oportunidad de facilitar el contacto entre usuarios y empresas (Rafael Menéndez, 2012).

En el entorno del mundo digital se identificaron diferentes opciones para adquirir el servicio de paseo para perros dentro de los cuales se destacan sitios como paseaperros.com el cual cuenta con un número considerable de paseadores registrados que se pueden contratar a través de la página web, los paseadores están registrados con foto, tarifa del servicio y una pequeña descripción, finalmente el sitio expone a los usuarios si ha “verificado” los datos registrados por el paseador.



¿Le estás dando a tu perro lo que realmente necesita?

El paseo diario es una actividad fundamental para la calidad de vida de tu perro

buscar paseador



Ejercicio



Sociabilización



Rutina

Imagen 3 – Captura de pantalla de sitio Paseaperros

Fuente: Internet <https://www.paseaperros.com.co/>

Dentro del ecosistema de aplicaciones se encuentra Wakypet que ofrece el servicio de paseo con el beneficio de estar protegidos por Sura y el seguimiento del recorrido a través del celular con un eje de acción centrado en el departamento de Antioquia específicamente en la ciudad de Medellín.

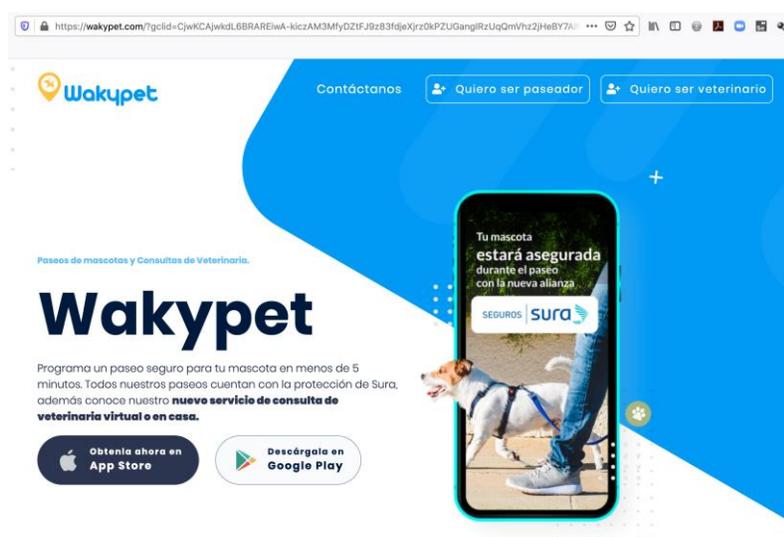


Imagen 4 – Captura de pantalla de sitio Wakypet

*Fuente: Internet <https://wakypet.com/>*

La oferta que se encuentra para adquirir el servicio de paseo de perros tanto en sitios web como en aplicaciones es reducida y no se encuentra evidencia del uso de publicidad o promoción para ninguna de las alternativas existentes lo cual los hace poco conocidos en la ciudad de Bogotá.

También existe un número considerable de aplicaciones que a través de la tecnología acompañan a los dueños de mascotas en otras actividades para que lleven una vida más sencilla, las aplicaciones tienen diferentes objetivos como lo son entretener a los gatos, reducir el fenómeno del abandono o programar paseos para perros, algunas de estas iniciativas se originan y desarrollan en Bogotá (El Tiempo, 2018).

## Método

La metodología usada en actual proyecto de investigación se apoyó en el estudio cualitativo por medio de una muestra no probabilística por conveniencia para identificar variables que permitan definir características generales que deban ser parte de la aplicación, también se tendrá en cuenta los resultados de una entrevista con un experto en medicina veterinaria que ofrece y conoce sobre servicios para mascotas. Se tendrá en cuenta a la hora de realizar el análisis categorías como mercado de mascotas, salud física y emocional de mascotas.

La recolección de la información se realizó a través de 16 encuestas realizadas de manera virtual en la herramienta de formularios de Google, las cuales estaban orientadas a dueños de mascotas que adicionalmente vivieran o frecuentaran la zona de influencia en el barrio Castilla con el fin de indagar si estuviesen dispuestos a adquirir un servicio de paseo o juego de mascotas y si pagaran más por un trato preferencial. Adicionalmente se realiza una entrevista semiestructurada con un experto en el tema de servicios para mascotas dónde nos compartirá información en cuanto al estado actual del mercado de servicios de las mascotas en Bogotá.

### Ficha metodológica de investigación

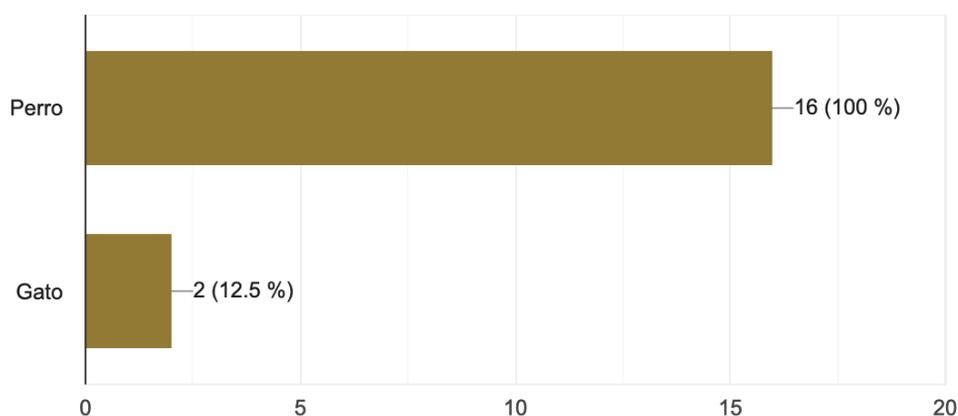
Enfoque	<p>Mixto</p> <p>Se crearán ideas que llevarán a la solución de problemáticas y el aporte de nuevo conocimiento estudiando el fenómeno desde un enfoque cuantitativo analizando la realidad subjetiva desde un enfoque cualitativo. Para el desarrollo de la investigación es necesario el acercamiento a realidades intersubjetivas y por esto se propone un enfoque mixto para su ejecución (Hernández, 2014).</p>
Alcance	Descriptivo

	Es necesario identificar y conocer los factores psicosociales desde la realidad intersubjetiva para comprender la razón de ser más allá de solo datos numéricos (Hernández, 2014).
Diseño	DITRIAC Diseño de triangulación concurrente Es el modelo más popular para corroborar o confirmar resultados realizando una validación cruzada de datos cualitativos como cuantitativos que se recolectan de manera simultánea, en la interpretación y discusión se realizan comparaciones incluyendo resultados de cada variable cuantitativa y segmentos cualitativos
Ruta Cualitativa Análisis cualitativo tipo Atlas. Ti.	Técnica: Entrevista a profesional en veterinaria prestador de servicios para mascotas Instrumento: Guion de entrevista con profesional en veterinaria Aplicado a: Médico veterinario que cuenta con más de 10 años prestando servicios veterinarios y de cirugía a mascotas domesticas
Ruta Cuantitativa	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario con respuestas cerradas y dicotómicas en formularios de Google Aplicación: Online

## Resultados y Hallazgos

### Resultados encuesta a dueños de mascota

La encuesta fue diligenciada por 16 personas que cuentan con una o más mascotas y residen o frecuentan parques y zonas verdes en el barrio Castilla.



*Imagen 5 - ¿Que mascota tiene?  
Fuente: Formularios de Google*

Sobre la pregunta de qué mascota tiene el 100% de los participantes confirmaron que tienen perro como mascota lo cual los identifica como público objetivo de nuestra aplicación lo que permite considerar sus respuestas de gran valor.

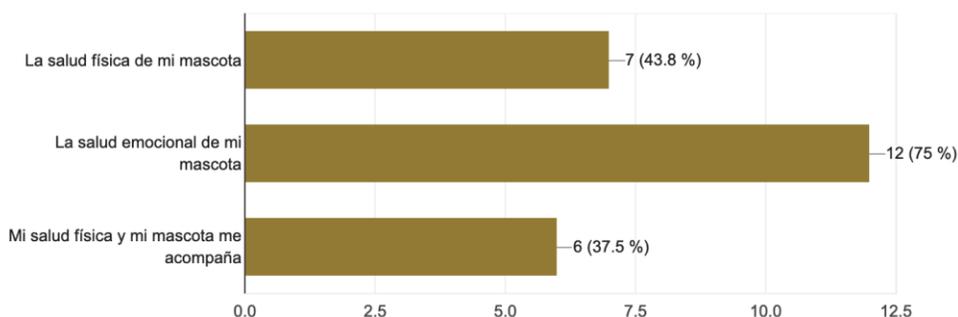


Imagen 6 – ¿Qué lo motiva a sacar a su mascota?

Fuente: Formularios de Google

El 75% de los encuestados respondieron que una de las razones que los motiva a sacar a sus mascotas a realizar alguna actividad física también tiene que ver con la salud emocional de la mascota lo que nos permite interpretar el valor que perciben los dueños de mascotas sobre actividades como salir a caminar o jugar. Otro resultado que llama la atención es que un 37% considera su salud personal como el principal motivo para realizar actividades físicas lo que se puede interpretar como que realizan algún deporte.

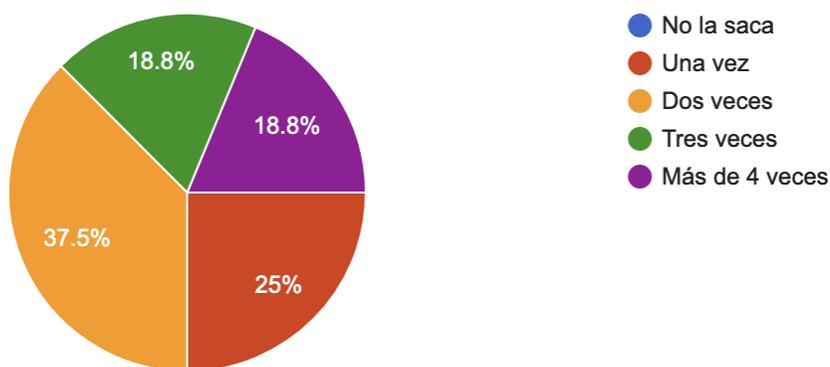
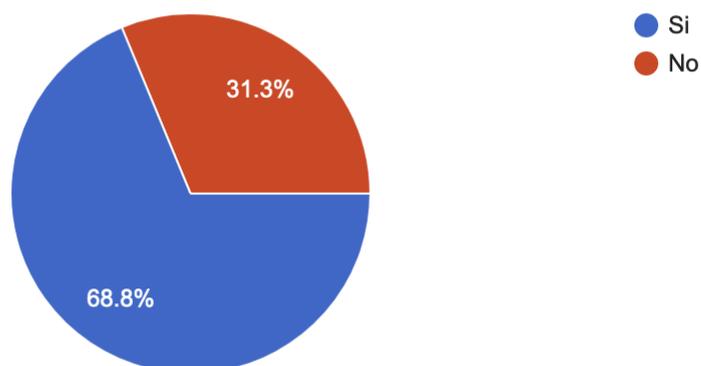


Imagen 7 – ¿Cuántas veces al día saca a su mascota?

Fuente: Formularios de Google

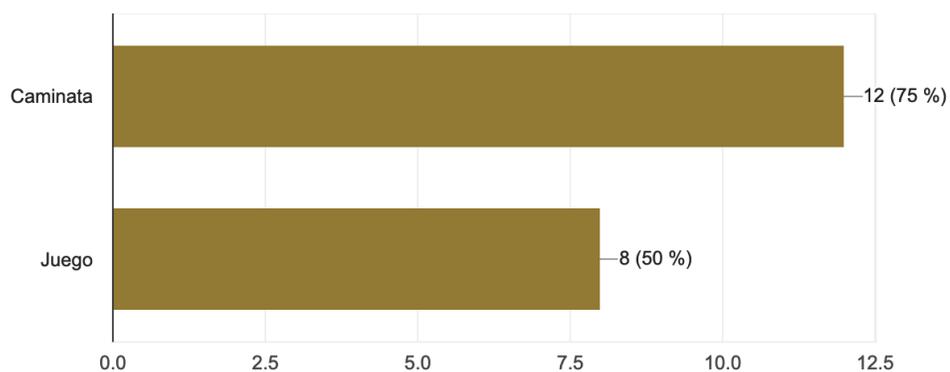
El 37% de los encuestados realiza alguna actividad física con su mascota dos veces al día lo que es una gran oportunidad para la aplicación ya que entre más alta sea la frecuencia de salida de las mascotas la aplicación tiene la oportunidad de complementar esas actividades y ayudar a los dueños de mascota con esta tarea.



*Imagen 8 – ¿Dejaría que alguien como un paseador saque a su mascota?*

*Fuente: Formularios de Google*

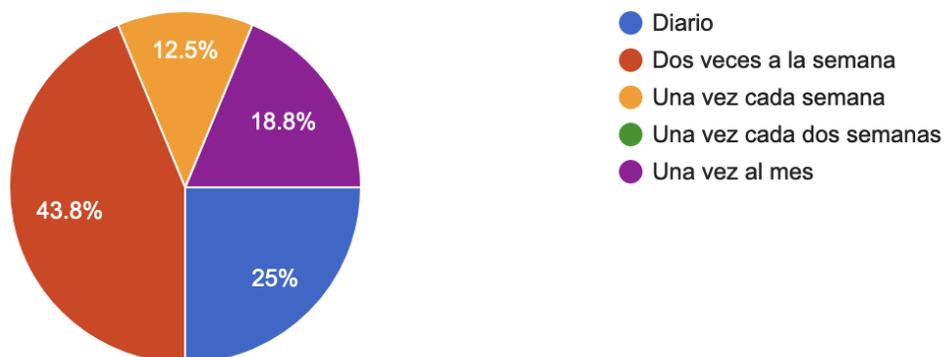
El 68% consideraría que alguien más realice actividades físicas con sus mascotas lo cual se puede considerar positivo ya que es un alto porcentaje de usuarios los que podrían buscar y adquirir este tipo de servicio.



*Imagen 9 – ¿En qué tipo de servicio de paseo estaría interesado?*

*Fuente: Formularios de Google*

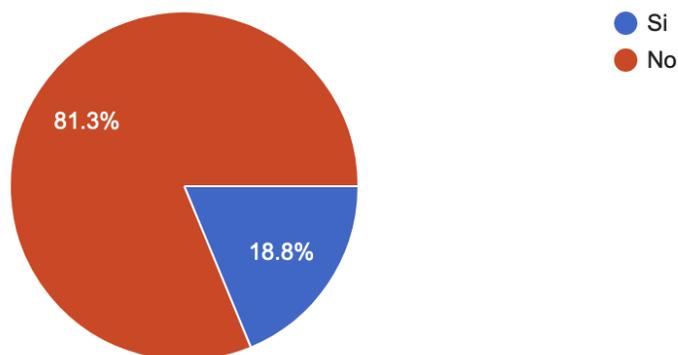
En cuanto a las principales actividades propuestas de caminata (pasiva) y juego (activa) el 75% considera la caminata como el servicio que probablemente adquiriría. También identificamos un alto porcentaje 50% de interés en el servicio de paseo con más intensidad o actividades más exigentes.



*Imagen 10 – ¿Con qué frecuencia adquiriría el servicio de paseo para su mascota?*

*Fuente: Formularios de Google*

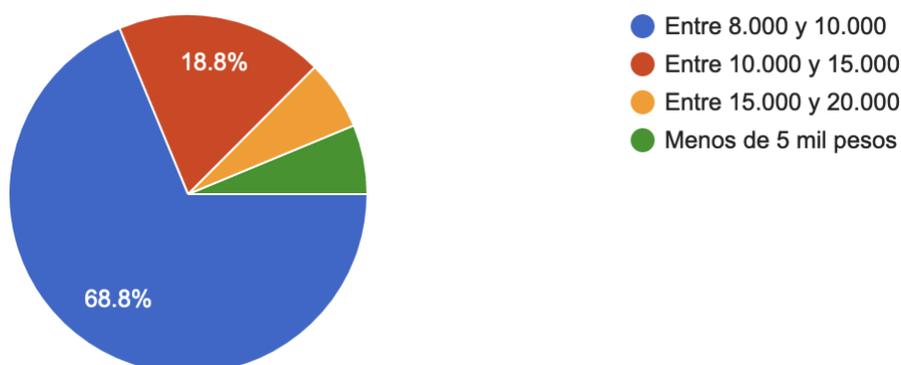
La intensidad en la que los encuestados estarían dispuestos a adquirir servicios para sus mascotas está orientado a dos veces a la semana 43% y a diario 25% lo cual permite identificar que las opciones de programar actividades frecuentemente puede ser una funcionalidad que le interese a nuestro grupo objetivo.



*Imagen 11 – ¿Ha adquirido alguna vez servicios de paseo para su mascota?*

*Fuente: Formularios de Google*

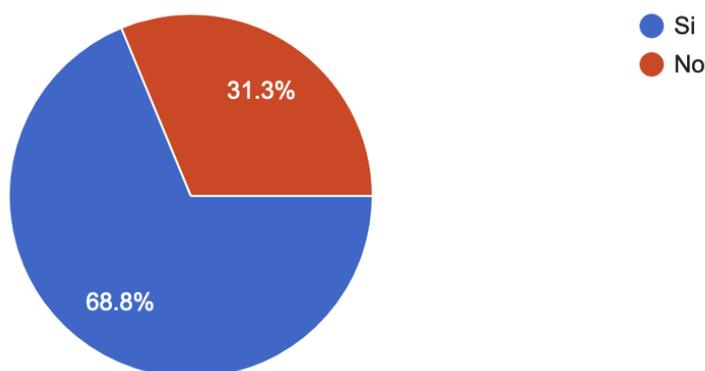
Solo el 18% ha adquirido el servicio de paseo para su mascota lo cual es una gran oportunidad para aumentar ese porcentaje dando a conocer el servicio y promocionando la adquisición del primer servicio.



*Imagen 12 – ¿Cuánto está dispuesto a pagar por paseador?*

*Fuente: Formularios de Google*

En cuanto al rango de precios sobre el cual estarían dispuestos los encuestados a adquirir este servicio el 69% considera una tarifa baja lo cual puede ser una barrera para lograr llegar a los usuarios lo que plantea planificar una estrategia adecuada de comunicación para que el precio del servicio sea atractivo.



*Imagen 13 – ¿Estaría dispuesto a pagar un poco más si su mascota es la única?*

*Fuente: Formularios de Google*

El 68% dijo estar de acuerdo con pagar una tarifa más alta por recibir un servicio especial lo cual confirma que existe una gran posibilidad de ofrecer servicios exclusivos a precios preferenciales lo cual puede ser un factor diferenciador frente a otras alternativas.

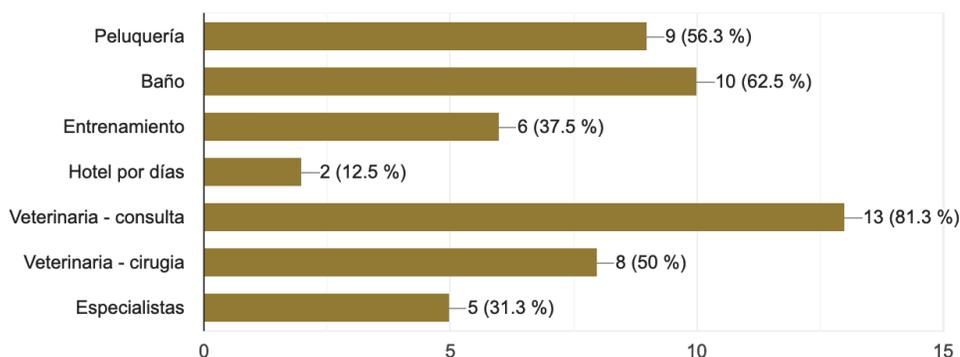


Imagen 14 - ¿Que otros servicios considera importantes para su mascota?

Fuente: Formularios de Google

En cuanto a otros servicios que pueden estar interesados los dueños de mascotas en adquirir está principalmente el de consultas veterinarias 81%, baño 62% y peluquería 56% lo cual da luces sobre otros servicios muy demandados en el sector de las mascotas.

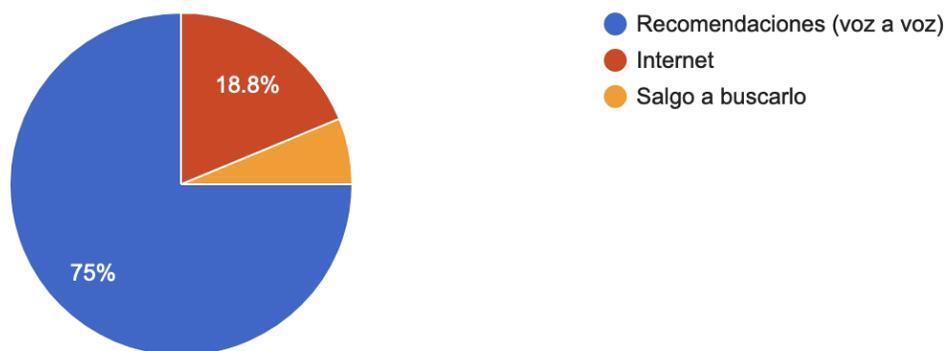


Imagen 15 - ¿Por qué canal busca generalmente servicios para su mascota?

Fuente: Formularios de Google

Acerca del uso de internet a la hora buscar servicios para mascotas se identificó no es la principal herramienta para esta tarea 19%, ya que los encuestados prefieren recomendaciones en un 75% lo cual propone el reto de ser aliados estratégicos en el ecosistema de las mascotas en el barrio Castilla para que la aplicación sea promovida y se dé a conocer a través de recomendaciones.

## Resultados entrevista a profesional

La entrevista se realizó el 23 de octubre de 2021 de manera telefónica a Milton Acosta médico veterinario por 20 años quien actualmente es veterinario de consulta y cirugía en una de las cadenas veterinarias más destacada de la ciudad de Bogotá.

Con la entrevista semiestructurada realizada al médico veterinario se puede evidenciar los siguientes aspectos:

- Para el doctor Milton los servicios más solicitados para mascotas son los de baño y peluquería por ser una actividad rutinaria el aseo de las mascotas, le siguen los servicios de paseo o tenencia como se denomina a la guardería por días de las mascotas, por último, el adiestramiento o colegios como es conocido por los dueños de mascota, enfatiza el profesional que todos los servicios son muy consumidos en Bogotá.
- Los servicios de paseos tienen horarios establecidos los cuales son los que rigen el consumo y demanda de este servicio, así puede haber horarios donde aumente la demanda de estos servicios. También hay actividades por días con valores más elevados pero que garantizan diferentes actividades para la mascota. El valor promedio para el servicio de paseo está entre 8 y 15.000 pesos, pero existen servicios Premium que pueden llegar a 85.000 pesos o actividades planificadas todo el día por hasta 250.000 pesos el día.
- Hay recomendaciones que se deben tener en cuenta para realizar actividades con las mascotas porque cada una es diferente, el profesional en este caso recomienda tener en cuenta el tamaño, el estado físico, la raza y edad para determinar las actividades y la intensidad más adecuada para cada caso.
- En cuanto a la frecuencia con la que se deben realizar actividades físicas el profesional recomienda que sea a diario para mantener un estado de salud físico y mental óptimo.
- La seguridad es importante para los dueños de mascotas y es un punto que es determinante para adquirir servicios esto ya que son vistos como miembros de la familia.
- Sobre cómo lo buscan y contactan para servicios el profesional nos comparte que internet es una alternativa por donde los contactan, pero la principal fuente son las recomendaciones.

Con la entrevista semiestructurada al médico veterinario se determinó que el servicio de paseo es uno de los más buscados y solicitados donde se debe garantizar la seguridad de la mascota. También es importante determinar claramente el plan de comunicación y mercadeo para lograr tener la penetración necesaria en el mercado a través de las recomendaciones. Otro factor que se debe tener en cuenta al ser un diferenciador es poder capacitar a los asociados en actividades puntuales para diferentes razas y diferentes edades, así como establecer unas recomendaciones para ser entregada a los dueños de mascota y ofrecer un servicio personalizado.

## **Conclusiones**

La aplicación Rolispét facilitará el acceso a servicios inicialmente de paseos y juegos para mascotas de manera segura, esto incluye el manejo de la información personal que deben ser tratada bajo los actuales estándares legales para este fin creados por la Superintendencia de Industria y Comercio (Superintendencia de Industria y Comercio, 2012) lo cual requiere garantizar la infraestructura que alberga la aplicación.

Iniciará la creación de los flujos de usuario en los diferentes escenarios más representativos, así se desarrolla un flujo que se puede determinar cómo flujo de compra dónde será necesario un registro para almacenar y relacionar la información a cada usuario, posteriormente se explora y seleccionan la opción de servicio de manera general para finalmente agregar la información específica por si llega ser necesario y finalizar con un proceso de pago seguro. Para el flujo de compra existirán opciones adicionales que se irán agregando paulatinamente para presentar un producto mínimo viable el cual se ira nutriendo con el paso del tiempo basado en la información de los usuarios, estas funcionalidades son la programación de varios servicios y la adquisición de servicios adicionales como de guardería o entrenamiento.



Imagen 16 - Captura de pantalla de flujo de compra de servicios en Rolispét  
Fuente: Creación propia

En cuanto al Asociado es necesario crear el flujo para publicar servicios, aceptar o rechazar solicitudes de servicios que previamente ha seleccionado en el listado de servicios disponibles, en este caso se espera agregar funcionalidades futuras que faciliten el manejo del tiempo y recaudos que se hayan adquirido a través de la aplicación. También teniendo en cuenta el valor para los usuarios de la seguridad de los animales es recomendable establecer un plan de capacitaciones sobre el cuidado físico y emocional de mascotas donde se puedan adquirir conocimientos que permita ofrecer mejores servicios y actividades.

La funcionalidad de geolocalización será una de las características particulares de la aplicación para el servicio de paseo, este servicio será consumido por el Dueño de la mascota quien podrá ver la ubicación del paseador que lleva a su mascota en tiempo real, en el mismo

sentido mismo el asociado compartirá su ubicación a través de herramientas que encontrará en su teléfono celular.



*Imagen 17 - Captura de pantalla funcionalidad geolocalización Rolispet  
Fuente: Creación propia*

Teniendo en cuenta el tamaño del mercado en la zona seleccionada se determina la creación de una aplicación web progresiva (PWA) la cual permitirá la creación de las funcionalidades iniciales y la proyección necesaria para mejorar el producto en el futuro con un menor costo de creación y manutención permitiendo su uso en computadores de escritorio, tabletas y teléfonos inteligentes, en este último se contará con la ventaja de tener una aplicación web progresiva que a vista del usuario se comporta como una aplicación nativa en el celular. El mayor beneficio de la PWA es la operatividad reducida que requiere ya que solo se administra una aplicativo que se puede consumir por los usuarios en computador y en teléfonos inteligentes.

La célula de desarrollo necesaria para la creación de la primera versión de la aplicación consta de: a) Gerente de proyecto. b) Diseñador de interfaces y experiencia de usuario. c) Desarrollador. d) Ingeniero de infraestructura y seguridad informática. Con este pequeño grupo se encargará de crear el producto mínimo viable con las funcionalidades esenciales para poder salir al mercado. Una vez aprobada y en producción la primera versión del producto se plantea un grupo de trabajo para la operación de Rolispel que consta de: a) Gerente de producto. b) Desarrollador. c) Diseñador de interfaces y experiencia de usuario. d) Mercadeo digital. Se espera que con equipos de trabajo reducido se pueda plantear un plan austero desde el inicio del proyecto optimizando el consumo de recursos.

Planteando una metodología de trabajo ágil se organizará una célula de trabajo con todas las áreas involucradas en el desarrollo de las funcionalidades esenciales de la aplicación en ciclos de 10 hábiles donde al finalizar este periodo se realizarán entregas parciales al proyecto hasta completar la funcionalidad esperada. A lo largo de 4 ciclos se desarrollarán las funcionalidades de ingreso y registro de usuarios, la publicación de los servicios que se expondrán, el flujo de adquisición de servicios, el proceso de pago seguro y el seguimiento de alguna actividad a través de georreferenciación. Posteriormente y con información de uso tanto de los asociados como de los usuarios será posible a través de Sprint Design<sup>1</sup> potencializar el producto encontrando soluciones rápidas para problemas de uso de la aplicación.

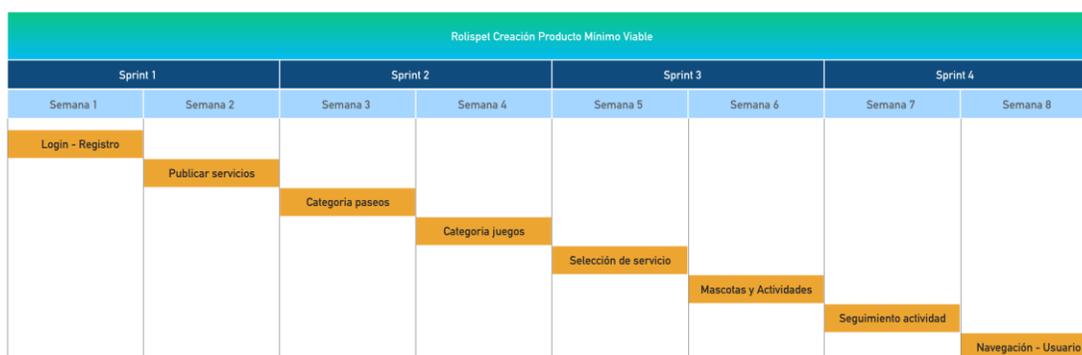


Imagen 18 - Planeación de desarrollo de proyecto de creación de aplicación

<sup>1</sup> Sprint Design es una metodología Creada por Jake Knapp, John Zeratsky y Braden Kowitz, ex trabajadores de Google el cual se aplica en 5 días para solventar problemas empresariales y conseguir la viabilidad de un proyecto.

*Fuente: Creación propia*

El presupuesto para poder lograr la creación de la aplicación requiere una inversión aproximada de \$44 millones de pesos que se invertirían en los 4 ciclos de un mes en pagos de capital humanos e infraestructura y herramientas de tecnología necesaria para el desarrollo del proyecto.

Rolispes Presupuesto de Creación Producto Mínimo Viable				
Cargo	Valor mes 1	Valor mes 2	Valor mes 3	Valor mes 4
Servicios de tecnología	\$4.000.000			
Gerente proyecto	\$3.000.000	\$3.000.000	\$3.000.000	\$3.000.000
Diseñador de interfaces y experiencia de usuario	\$2.000.000	\$2.000.000	\$2.000.000	\$2.000.000
Desarrollador	\$2.500.000	\$2.500.000	\$2.500.000	\$2.500.000
Ingeniero de infraestructura y seguridad informática	\$2.500.000	\$2.500.000	\$2.500.000	\$2.500.000

*Imagen 19 - Presupuesto desarrollo de proyecto de creación de aplicación*

*Fuente: Creación propia*

A continuación, se puede acceder al primer prototipo de Rolispes en el flujo de compra de servicio para paseo de la mascota incluida la pantalla de georreferenciación con la ubicación de la mascota mientras se realiza la actividad física. En el prototipo se pueden adquirir inicialmente servicios de caminatas o juegos las cuales se pueden programar para ser aprovechadas de manera individual o colectiva, la forma individual tendrá un costo mayor por considerarse un servicio superior.



*Imagen 20 - Código QR de acceso al prototipo Rolispes*

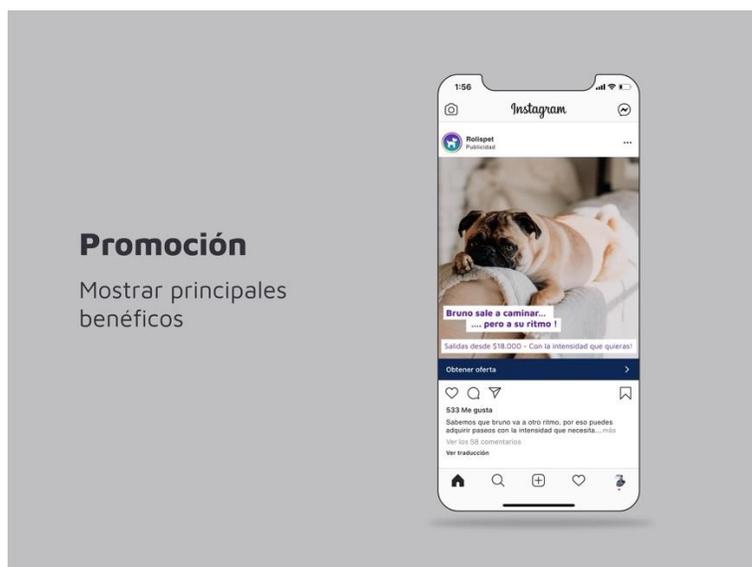
<https://xd.adobe.com/view/6b79d84d-4c4c-4262-bd58-7f3b616011f7-3e2a/?fullscreen>

Para la promoción de la aplicación se plantea un plan de comunicación con las redes sociales y los medios digitales como eje central donde se tiene la ventaja de segmentar el público objetivo por la ubicación, esto facilitara llegar únicamente a usuarios que se encuentren dentro del área de influencia del proyecto. También se tendrá en cuenta que el usuario cuente con mascota para lograr ser más asertivos en la comunicación y así mejorar la efectividad de la pauta publicitaria digital. Las redes sociales que se plantean para uso promocional son Instagram, Facebook, Tiktok, YouTube y Twitter las cuales son altamente consumidas por millennials (Aguilar Mier, 2016).

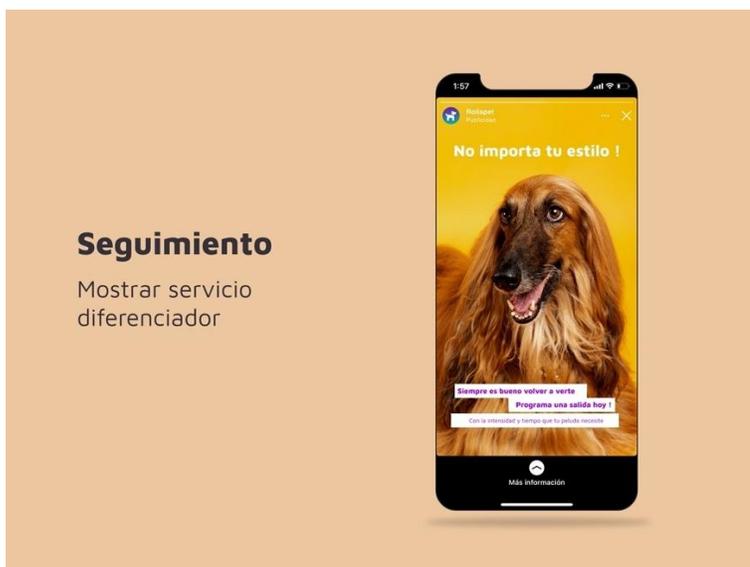
En cuanto a la estrategia de comunicación se plantea que se haga con tres tipos diferentes enfoque. Enfoque de captura en el cual se espera aumentar el número de los primeros servicios adquiridos por nuevos usuarios, esta comunicación se apoyará en el uso del nombre de la zona de influencia dentro de la pauta para mostrar cercanía con el usuario y se crearan diferentes escenarios que apoyen el factor diferenciador que son actividades especiales como juegos para cachorros. Enfoque de promoción hace parte a la motivación de los usuarios a adquirir el servicio a través de la difusión de los beneficios de las actividades físicas en las mascotas, esta comunicación se apoyará con imágenes de mascotas disfrutando o compartiendo el beneficio del ejercicio. El enfoque de seguimiento se plantea hacerlo de manera individual comunicándose directamente con personas que hayan adquirido el servicio anteriormente a través de Whatsapp, esto con el objetivo de mostrar la cercanía necesaria para generar la confianza en la recompra del servicio.



*Imagen 21 – Pieza de promoción en etapa de captura de usuarios*  
*Fuente: Creación propia*



*Imagen 22 – Pieza de difusión en etapa de promoción de beneficios*  
*Fuente: Creación propia*



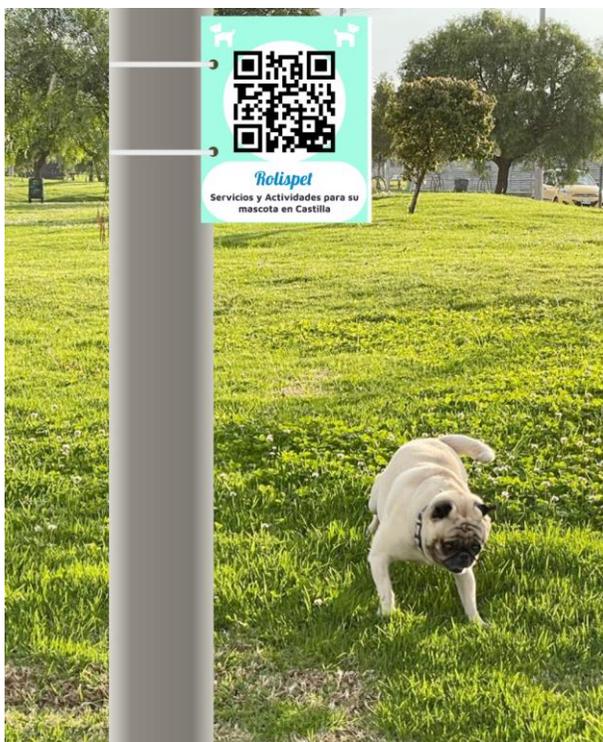
*Imagen 23 - Pieza de promoción en etapa de seguimiento*

*Fuente: Creación propia*

También se considera importante tener presencia de la marca promocionando la aplicación en lugares físicos como parques y zonas verdes, para lograr esta presencia se crearan letreros de colores llamativos los cuales solo tendrán un código QR que facilitara el acceso a la aplicación a través de cualquier dispositivo que tenga acceso a internet, adicionalmente se difundirán frases cortas que hablen de los beneficios de las actividades físicas sobre las mascotas o la promoción de servicios puntuales si así se llega a considerar adecuado. Complementando la presencia y alineados a mejorar las recomendaciones entre usuarios potenciales se crearán eventos para mascotas que se presentaran en parques los cuales con utensilios como juegos se desarrollaran actividades físicas para diferentes razas y edades destacando este factor diferenciador a los visitantes.



*Imagen 24 - Lámina publicitaria para uso exterior*  
*Fuente: Creación propia*



*Imagen 25 - Simulación de uso de lámina publicitaria en sitio*  
*Fuente: Creación propia*

## **Recomendaciones**

Sí es posible mejorar el acceso a servicios para mascotas con la ayuda de la tecnología sin descuidar los métodos tradicionales de las recomendaciones personales que se suelen tener en cuenta a la hora de adquirir servicios para mascotas y estableciendo un plan de promoción altamente segmentado que permita una conversación más asertiva con los dueños de mascotas que puedan estar interesados en este tipo de servicios.

La comunicación sigue siendo esencial para hablar directamente a el grupo objetivo, así que identificando características particulares de cada mascota es posible brindar y sugerir servicios personalizados que pueden ser entregados de manera preferencial por un valor adicional.

Hay un número creciente de servicios para mascotas no solo para caninos, hay una nueva tendencia de mascotas poco tradicionales como son las gallinas o los mini cerdos los cuales poseen la misma percepción por parte de sus dueños de verlos y tratarlos de manera familiar lo cual los hace susceptibles de adquirir productos y servicios de uso exclusivo para ese tipo de animales. La alimentación y los paseos no son los únicos servicios que requiere una mascota, adicional a las consultas veterinarias hay nuevas alternativas como la creación de espacios con condiciones particulares o la alimentación especial.

A raíz de la pandemia por el COVID 19 el uso de la tecnología ha aumentado para adquirir servicios o productos que antes se adquirían de otra manera, este auge permite que se creen espacios virtuales para ofrecer servicios y productos a nichos específicos de usuarios.

## Lista de referencias

- Económico, O. d. (27 de 06 de 2019). *Observatorio de Desarrollo Económico*. Obtenido de <https://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/comercio-al-por-menor-industria-servicios/la-economia-alrededor-de-las-mascotas-en-bogota>
- Baquero, J. A. (27 de 06 de 2019). *Observatorio de Desarrollo Económico de Bogotá*. Obtenido de Observatorio de Desarrollo Económico: <https://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/comercio-al-por-menor-industria-servicios/la-economia-alrededor-de-las-mascotas-en-bogota>
- Gabrica, N. (2019). *Gabrica*. Obtenido de Gabrica.co: <https://www.gabrica.co/noticiasesp/noticia-2-esp-destacada/>
- Mesa, L. V. (17 de 06 de 2020). *Agronegocios*. Obtenido de Agronegocios.co: <https://www.agronegocios.co/mascotas/el-mercado-de-mascotas-movera-aproximadamente-43-billones-en-el-curso-del-2020-3019013>
- Bolívar, P. (19 de Agosto de 2020). *El Tiempo*. Obtenido de El Tiempo: <https://www.eltiempo.com/vida/medio-ambiente/asi-se-mueven-las-tendencias-en-el-mundo-de-los-peluditos-530828>
- Yunda, J. G. (6 de Julio de 2018). *El Tiempo*. Obtenido de Eltiempo.com: <https://www.eltiempo.com/bogota/bogota-es-una-de-las-ciudades-con-mas-densidad-poblacional-del-mundo-240412>
- Salud, S. D. (25 de Mayo de 2015). *Salud Capital*. Obtenido de Salud Capital: <http://saludcapital.gov.co/DSP/Coves%202014/2015/4.%20COVE%20Mayo/Presentaciones/2%20Programa%20Distrital%20Rabia.pdf>
- La Zaga de El Espectador. (3 de Agosto de 2019). *El Espectador*. Obtenido de El Espectador: <https://www.elespectador.com/bogota/en-bogota-hay-114000-perros-y-gatos-callejeros-que-hace-el-distrito-article-873460/>
- Benavides, L. M. (18 de febrero de 2019). *Diario La Republica*. Obtenido de La Republica: <https://www.larepublica.co/consumo/seis-de-cada-10-hogares-del-pais-tienen-mascota-segun-brandstrat-2829114>
- 1001 Experiencias. (22 de Enero de 2017). *1001 Experiencias La Actualidad en Latinoamerica* . Obtenido de 1001 Experiencias: <http://1001experiencias.com/las-ciudades-de-colombia-mas-amigables-para-los-perros/>

- Seguros Bolivar. (15 de Marzo de 2017). *Portal de Apoyo Comercial Seguros Bolivar*. Obtenido de Portal de Apoyo Comercial: <https://segurosbolivarapoyocomercial.com/news-downloads/mascotas-presentacion.pdf>
- Prado, J. R. (11 de Febrero de 2014). *Diario La republica*. Obtenido de La Republica: <https://www.larepublica.co/archivo/cementerio-y-cremacion-de-perros-un-negocio-de-200-millones-al-mes-2101717>
- Galindo, W. G. (30 de Abril de 2014). *Catastro Bogotá*. Obtenido de catastro Bogotá: <https://www.catastrobogota.gov.co/sites/default/files/archivos/kennedy.pdf>
- DANE. (26 de Marzo de 2021). *DANE*. Obtenido de Dane: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion/proyecciones-de-poblacion-bogota>
- Sebastian Campuzano, M. R. (20 de Enero de 2020). *ISSUU*. Obtenido de Issuu: <https://issuu.com/centrosurbanos/docs/atlas>
- Gómez G. L. F., A. H. (22 de Julio de 2016). *Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias*. Obtenido de Universidad de Antioquia: <https://revistas.udea.edu.co/index.php/rccp/article/view/324155>
- Marisa Torres H, M. V. (25 de Julio de 2005). *researchgate*. Obtenido de researchgate: [https://www.researchgate.net/profile/Marisa-Hidalgo/publication/267691235\\_RECOMENDACIONES\\_PARA\\_EL\\_CUIDADO\\_Y\\_MANEJO\\_RESPONSABLE\\_DE\\_MASCOTAS\\_Y\\_SU\\_IMPACTO\\_EN\\_SALUD\\_HUMANA/links/546caf4e0cf2a80cf2e0ed6d/RECOMENDACIONES-PARA-EL-CUIDADO-Y-MANEJO-RESPONSABLE-DE-](https://www.researchgate.net/profile/Marisa-Hidalgo/publication/267691235_RECOMENDACIONES_PARA_EL_CUIDADO_Y_MANEJO_RESPONSABLE_DE_MASCOTAS_Y_SU_IMPACTO_EN_SALUD_HUMANA/links/546caf4e0cf2a80cf2e0ed6d/RECOMENDACIONES-PARA-EL-CUIDADO-Y-MANEJO-RESPONSABLE-DE-)
- Hernández, R. F. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mc Graw Hill.
- Superintendencia de Industria y Comercio. (2012). *Política de tratamiento y protección de datos personales*. Obtenido de SIC: <https://rnbd.sic.gov.co/sisi/consultaTitulares/archivo/264531a5-b89b-4866-aef5-eb8556284ba5>
- AZINOVIC, J. (8 de Septiembre de 2016). *Forbes*. Obtenido de Forbes: <https://forbes.es/empresas/9316/por-que-los-millennials-estan-sustituyendo-las-mascotas-por-los-bebes/>
- Gutiérrez-Rubí, A. (22 de Diciembre de 2014). *Forbes México*. Obtenido de Forbes México: <https://www.forbes.com.mx/6-rasgos-clave-de-los-millennials-los-nuevos-consumidores/>

Rafael Menéndez, B. A. (8 de Octubre de 2012). *Departamento Informática y Sistemas.*

*Universidad de Murcia.* Obtenido de Universidad de Murcia:

<https://www.um.es/docencia/barzana/DIVULGACION/INFORMATICA/Historia-desarrollo-aplicaciones-web.html>

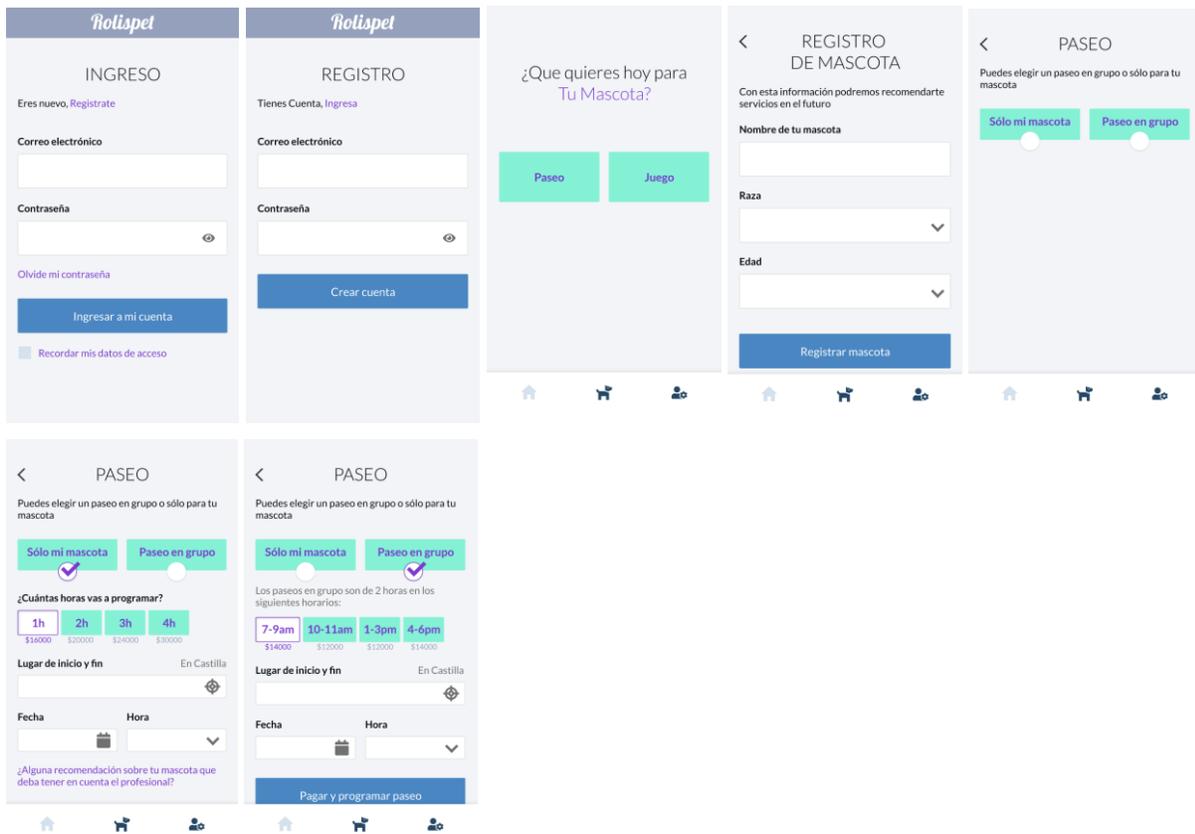
## Anexos



*Imagen 26 – Paleta de color institucional Rolispet  
Fuente: Creación propia*



*Imagen 27 – Splash o imagen de carga para aplicación  
Fuente: Creación propia*



*Imagen 28 - Interfaz de usuario para adquirir servicios Rolispet  
Fuente: Creación propia*

Por intermedio del presente documento en mi calidad de autor o titular de los derechos de propiedad intelectual de la obra que adjunto, titulada **Rolispet Aplicación Digital con Servicios de Paseos y Actividades para Mascotas**, autorizo a la Corporación universitaria Unitec para que utilice en todas sus formas, los derechos patrimoniales de reproducción, comunicación pública, transformación y distribución (alquiler, préstamo público e importación) que me corresponden como creador o titular de la obra objeto del presente documento.

La presente autorización se da sin restricción de tiempo, ni territorio y de manera gratuita. Entiendo que puedo solicitar a la Corporación universitaria Unitec retirar mi obra en cualquier momento tanto de los repositorios como del catálogo si así lo decido.

La presente autorización se otorga de manera no exclusiva, y la misma no implica transferencia de mis derechos patrimoniales en favor de la Corporación universitaria Unitec, por lo que podré utilizar y explotar la obra de la manera que mejor considere. La presente autorización no implica la cesión de los derechos morales y la Corporación universitaria Unitec los reconocerá y velará por el respeto a los mismos.

La presente autorización se hace extensiva no sólo a las facultades y derechos de uso sobre la obra en formato o soporte material, sino también para formato electrónico, y en general para cualquier formato conocido o por conocer. Manifiesto que la obra objeto de la presente autorización es original y la realicé sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es de mi exclusiva autoría o tengo la titularidad sobre la misma. En caso de presentarse cualquier reclamación o por acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en cuestión asumiré toda la responsabilidad, y saldré en defensa de los derechos aquí autorizados para todos los efectos la Corporación universitaria Unitec actúa como un tercero de buena fe. La sesión otorgada se ajusta a lo que establece la ley 23 de 1982.

Para constancia de lo expresado anteriormente firmo, como aparece a continuación.

Firma



Nombre Luis Alejandro Pachón Yosa  
CC. 79.965.905 de Bogotá