

# Recolección de datos

## Vetasoft

Se realizó una encuesta a 30 personas relacionadas a animales o interesadas en la adopción, se tuvo como objetivo recopilar información sobre las preferencias, necesidades y hábitos de los usuarios respecto a los servicios ofrecidos por veterinarias, con un enfoque en funcionalidades digitales como agendamiento web, historial clínico en línea, adopciones / apoyo a campañas y pagos virtuales.

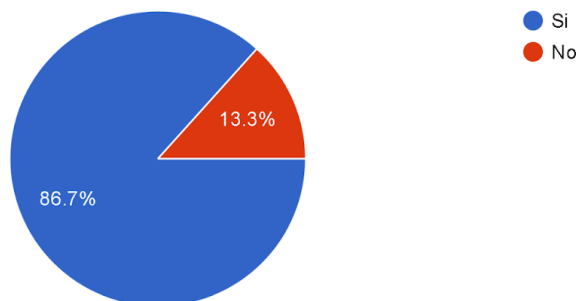
Se generaron 15 preguntas mayoritariamente cerradas de opción múltiple y selección única. Algunas preguntas incluyeron la opción "Otros" con campo de texto, lo que permitió captar casos particulares, como personas sin mascotas.

A continuación se abordarán de manera independiente el análisis y conclusión por pregunta, para por último generalizar hallazgos que permitan orientar el diseño funcional y visual del sistema web para una veterinaria:

### Pregunta 1:

¿Tienes mascotas actualmente?

30 respuestas



### Resultados:

- Sí: 86.7% (26 personas)
- No: 13.3% (4 personas)
- Total: 30

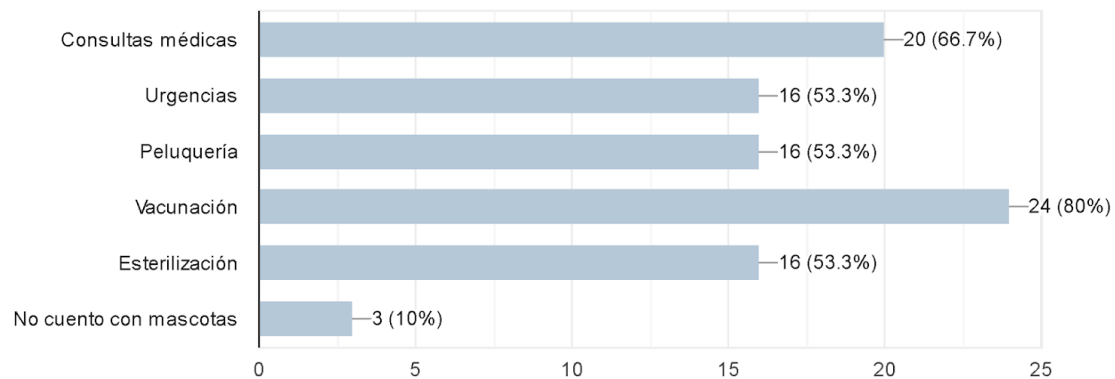
De acuerdo con los datos recolectados, se observa que la mayoría de los participantes en la encuesta (gran parte del público objetivo) son dueños de al menos una mascota. Este perfil demográfico es relevante, ya que cuentan con experiencia en el cuidado animal y están familiarizados con las necesidades de su mascota y los servicios que podrían requerir o facilitarse mediante una plataforma web.

El 13.3% que respondió “No” sigue siendo útil, ya que puede representar usuarios potenciales interesados en adopciones, que hayan tenido mascotas anteriormente o que planeen tener una en el futuro.

### Pregunta 2:

¿Qué servicios sueles utilizar en una veterinaria? (Marca los que apliquen)

30 respuestas



### Resultados:

- Vacunación: 24 respuestas (80%)
- Consultas médicas: 20 respuestas (66.7%)
- Urgencias: 16 respuestas (53.3%)
- Peluquería: 16 respuestas (53.3%)
- Esterilización: 16 respuestas (53.3%)
- No cuento con mascotas: 3 respuestas (10%)

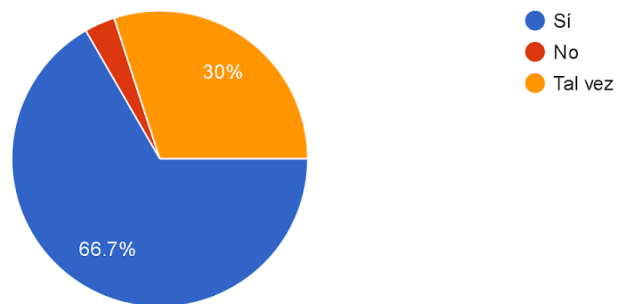
Los datos reflejan una alta demanda de servicios veterinarios básicos (vacunación y consultas), junto a necesidades puntuales como urgencias, esterilización y peluquería. Esto sugiere que la plataforma debe:

1. Priorizar agendamiento rápido para servicios frecuentes.
2. Incluir módulos accesibles para gestionar procedimientos menos frecuentes.

La estructura del sistema debe optimizarse en función de estos flujos de atención, asegurando usabilidad para ambos tipos de necesidades.

### Pregunta 3:

¿Te gustaría poder agendar citas veterinarias desde una página web, sin necesidad de llamar?  
30 respuestas



### Resultados:

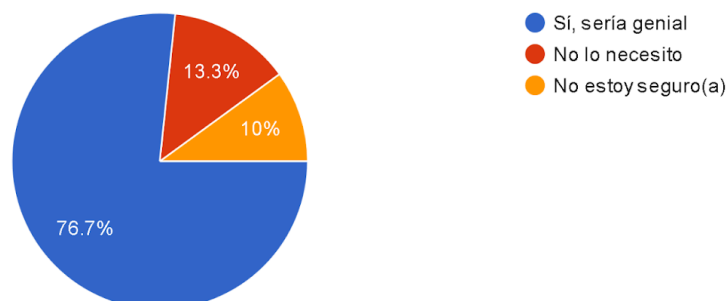
- Sí: 66.7% (20 personas)
- Tal vez: 30% (9 personas)
- No: 3.3% (1 persona)

De acuerdo a los resultados se confirma que el agendamiento digital es una funcionalidad esencial para los usuarios, por lo que debe ser el núcleo del sistema.

El análisis revela un segmento de usuarios reacios al agendamiento digital, principalmente por desconfianza hacia plataformas en línea o preferencia por métodos tradicionales. Esto exige que el módulo de citas combine simplicidad extrema (con flujos intuitivos y guías visuales) con soporte accesible, garantizando transición gradual sin excluir a quienes necesitan mayor acompañamiento en su adopción tecnológica.

### Pregunta 4:

¿Te parecería útil tener un perfil en línea donde puedas ver la información y el historial médico de tus mascotas?  
30 respuestas



### Resultados:

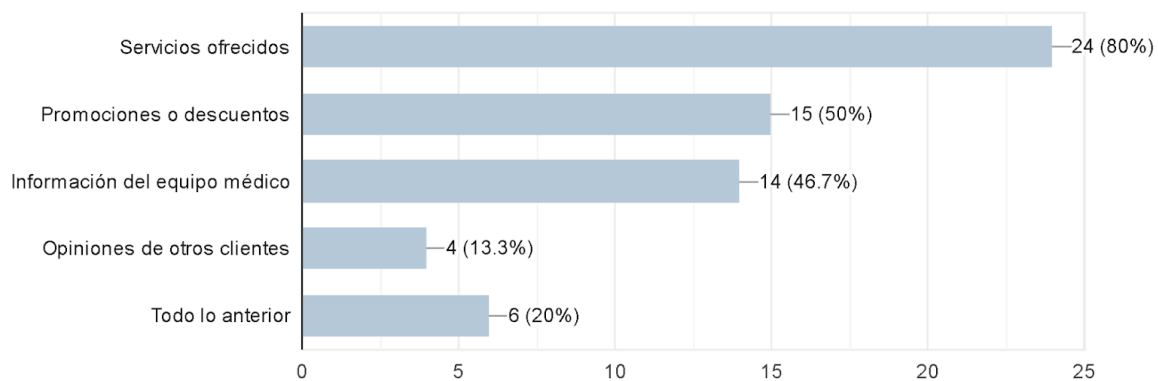
- Sí, sería genial: 76.7% (23 personas)
- No lo necesito: 13.3% (4 personas)
- No estoy seguro(a): 10% (3 personas)

Los resultados demuestran una fuerte demanda por acceder digitalmente al historial médico de las mascotas, convirtiendo esta funcionalidad en prioridad estratégica. Su implementación mejorará la experiencia de usuario y facilitará el seguimiento veterinario continuo.

### Pregunta 5:

¿Qué información te gustaría ver al ingresar a la página web de una veterinaria?

30 respuestas



### Resultados:

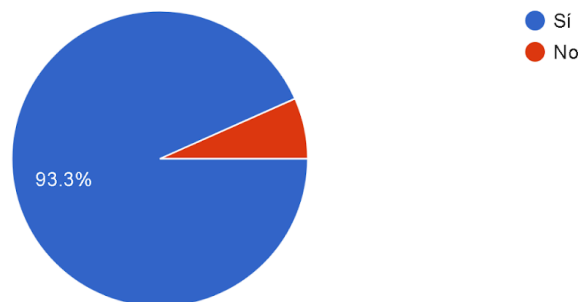
- Servicios ofrecidos: 24 respuestas (80%)
- Promociones o descuentos: 15 respuestas (50%)
- Información del equipo médico: 14 respuestas (46.7%)
- Todo lo anterior: 6 respuestas (20%)
- Opiniones de otros clientes: 4 respuestas (13.3%)

Los usuarios priorizan un acceso rápido y visible a los servicios veterinarios, pero también valoran contenido adicional como promociones e información sobre el equipo médico, lo que indica que la web debe equilibrar funcionalidad práctica con elementos que generen confianza, al igual integrar secciones complementarias que humanicen la experiencia y fidelicen al cliente, todo con una interfaz intuitiva.

### Pregunta 6:

¿Te gustaría tener acceso a fichas con información básica de mascotas en adopción?

30 respuestas



## Resultados

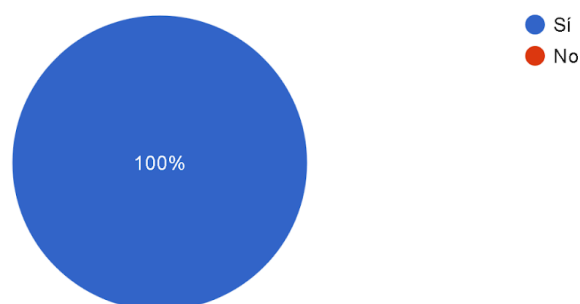
- Sí: 93.3% (28 personas)
- No: 6.7% (2 personas)

Los resultados destacan que la incorporación de fichas de adopción es una función muy demandada por los usuarios, siendo percibida como un valor añadido que trasciende el ámbito clínico. Esta funcionalidad no solo enriquece la propuesta de valor del sitio web, sino que también potencia su dimensión social al facilitar el proceso de adopción responsable, por lo que su implementación se justifica tanto por el interés de los usuarios como por el impacto positivo que genera en la comunidad.

## Pregunta 7:

¿Te interesaría que la web tenga un espacio para apoyar rescate animal?

30 respuestas



## Resultados:

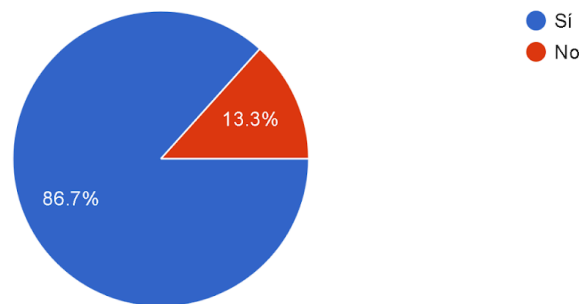
- Sí: 100% (30 personas)
- No: 0%

El respaldo unánime al rescate animal justifica la creación de un módulo destacado en la plataforma, dedicado específicamente a gestionar donaciones, visibilizar casos urgentes y establecer alianzas con organizaciones protectoras. Esta función no sólo respondería a la demanda explícita de los usuarios, sino que consolidará el posicionamiento ético del proyecto, transformando el compromiso social en acciones concretas mediante herramientas digitales accesibles.

#### Pregunta 8:

¿Te gustaría recibir recordatorios sobre citas y vacunas de tu mascota?

30 respuestas



#### Resultados

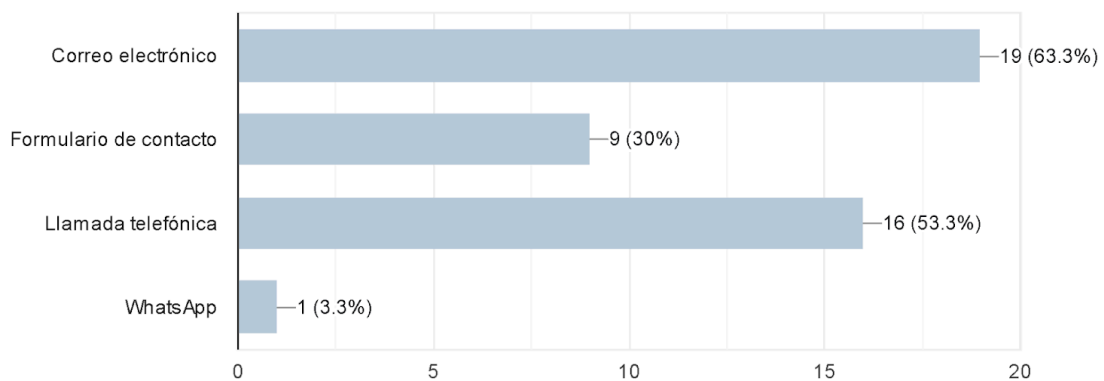
- Sí: 86.7% (26 personas)
- No: 13.3% (4 personas)

Los resultados confirman que los recordatorios automáticos son una funcionalidad esencial para el sistema, ya que optimizan el cuidado preventivo de las mascotas al mantener a los dueños informados sobre vacunas, desparasitaciones y controles periódicos. Su implementación no solo mejoraría la adherencia a los tratamientos, sino que también fortalecería la relación entre la clínica y los clientes mediante un seguimiento proactivo, lo que la convierte en una herramienta clave tanto para la salud animal como para la fidelización de usuarios.

#### Pregunta 9:

### ¿Qué medios de contacto prefieres en una página web?

30 respuestas



#### Resultados:

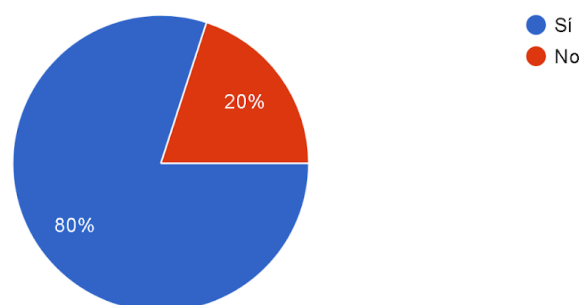
- Correo electrónico: 63.3% (19 personas)
- Llamada telefónica: 53.3% (16 personas)
- Formulario de contacto: 30% (9 personas)
- WhatsApp: 3.3% (1 persona)

Los usuarios priorizan el correo electrónico y el teléfono como canales principales para comunicarse con la clínica, por lo que el sitio web debe destacar estos medios de forma visible y accesible. El formulario de contacto puede conservarse como alternativa secundaria, mientras que herramientas como WhatsApp —aunque útiles— no son demandadas como opción central por esta audiencia en particular. Esta estructura asegurará una experiencia alineada con las expectativas reales de los clientes, optimizando la eficiencia en la atención.

#### Pregunta 10:

### ¿Sueles seguir o revisar redes sociales de veterinarias (Instagram, Facebook, etc.)?

30 respuestas



#### Resultados

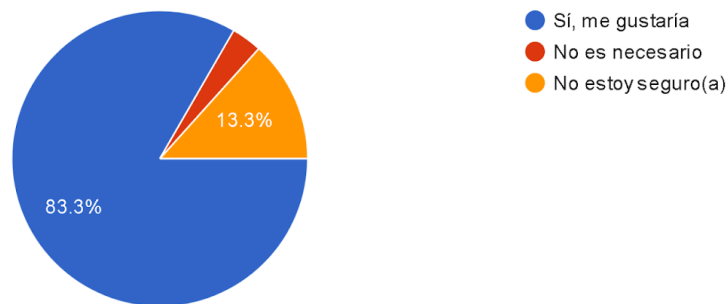
- Sí: 80% (24 personas)
- No: 20% (6 personas)

Los resultados muestran que el 80% de los usuarios consulta redes sociales de veterinarias, lo que indica la necesidad de integrar este contenido directamente en la página web mediante un módulo unificado. VetaSoft puede optimizar esta demanda mostrando publicaciones relevantes (promociones, consejos) y permitiendo la visualización general sin salir del sitio, ofreciendo así una experiencia centralizada donde los usuarios encuentren toda la información clínica y social en un mismo lugar, reforzando tanto la utilidad como el engagement.

#### Pregunta 11:

¿Preferirías consultar la información clínica de tu mascota sin tener que ir físicamente a la veterinaria?

30 respuestas



#### Resultados

- Sí, me gustaría: 83.3% (25 personas)
- No es necesario: 3.3% (1 persona)
- No estoy seguro(a): 13.3% (4 personas)

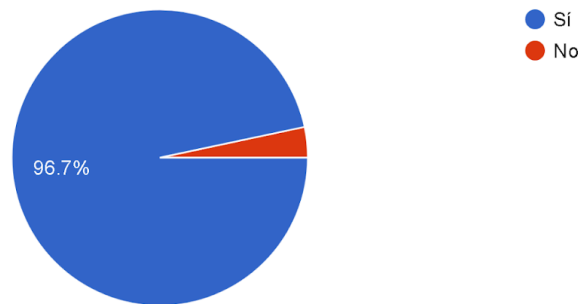
El acceso remoto al historial clínico debe ser eje del sistema, pues responde a la demanda de usuarios por información inmediata y segura, mejorando tanto la experiencia como la eficiencia en el cuidado veterinario.

#### Pregunta 12:



¿Te gustaría que la página web muestre un apartado informativo sobre la veterinaria en donde se indiquen datos importantes y ubicación?

30 respuestas



## Resultados

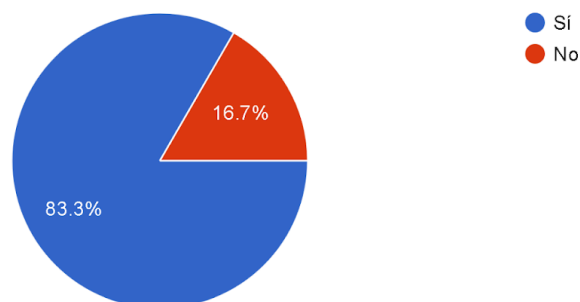
- Sí: 96.7% (29 personas)
- No: 3.3% (1 persona)

Es esencial que el sitio web cuente con una sección clara y completa sobre la veterinaria, pues esta funcionalidad es esperada por prácticamente todos los usuarios y mejora significativamente la confianza y navegabilidad.

## Pregunta 13:

¿Te parecería cómodo poder pagar los servicios en línea?

30 respuestas



## Resultados

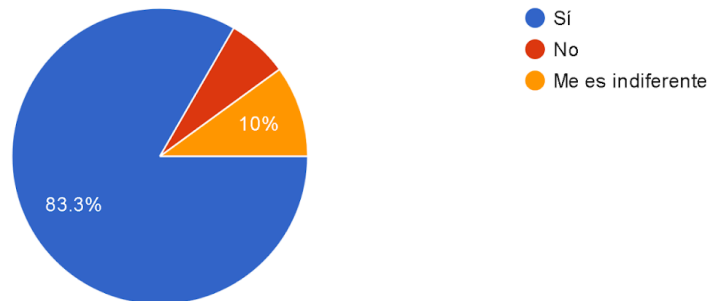
- Sí: 83.3% (25 personas)
- No: 16.7% (5 personas)

La inclusión de pagos en línea como función optativa y segura, elevaría la competitividad del servicio, siempre que se mantengan alternativas tradicionales. Esto equilibra innovación con accesibilidad, respondiendo a las preferencias diversas detectadas en la encuesta.

#### Pregunta 14:

¿Te importa que la página web tenga un diseño visual atractivo, con imágenes y colores amigables?

30 respuestas



#### Resultados

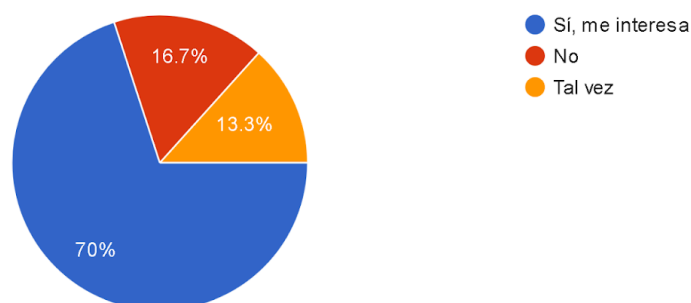
- Sí: 83.3% (25 personas)
- No: 6.7% (2 personas)
- Me es indiferente: 10% (3 personas)

El diseño de la plataforma debe priorizar una estética limpia, moderna y accesible que refuerce la confianza del usuario y refleje la calidad del servicio veterinario, pues mejora la percepción de valor y diferenciación, especialmente al integrar imágenes reales de la clínica, mascotas atendidas y equipo médico. Esta estrategia no solo atrae a usuarios sensibles al aspecto visual, sino que eleva la usabilidad general del sistema.

#### Pregunta 15:

¿Te gustaría poder agendar servicios como baño o peluquería desde la página web?

30 respuestas



#### Resultados

- Sí, me interesa: 70% (21 personas)
- Tal vez: 13.3% (4 personas)

- No: 16.7% (5 personas)

El agendamiento en línea de servicios como baño o peluquería representa una funcionalidad deseada por la mayoría y debe contemplarse en el diseño del sistema. Aunque no sea universalmente adoptada, su inclusión mejoraría la experiencia de los usuarios que buscan eficiencia y flexibilidad al programar cuidados regulares para sus mascotas.