

# Estrategia de planificación

<b>1. Introducción</b>	<b>2</b>
<b>2.Estrategia</b>	<b>3</b>
2.1. Necesidades del cliente	3
2.2. Reconocimiento del producto	3
2.1. Estudio de mercado	4
2.1.1. Análisis de la competencia directa	4
2.1.2. Análisis de la competencia indirecta	5
2.1.3. DAFO	6
2.2. Estrategia de marca	6
2.2.1. Logotipo	7
2.2.2. Identidad visual, colores y tipografía	7
<b>3. Especificaciones funcionales</b>	<b>10</b>
3.1. Necesidades del usuario: casos de uso	10
Usuario 1: joven de 16 años con mascota	10
Usuario 2: ciclista de 28 años con mascota	11
Usuario 3: abogado de 44 años con mascota	12
Usuario 4: mujer de 60 años con mascota	13
Usuario 5: funcionario del ayuntamiento de 33 años	14
<b>4. Conclusión</b>	<b>14</b>

# 1.Introducción

En la actualidad existen en España alrededor de 29 millones de mascotas, de los que 10 millones son perros y 6 millones gatos. A pesar de que estas cifras muestran la buena salud del sector, en 2022, según la fundación Affinity, hasta 285.000 perros y gatos fueron recogidos de la calle. Cuando llegan a los centros de acogida, pueden ser identificados satisfactoriamente mediante el microchip con el que deben contar todos los animales de compañía por el artículo 12 del Código de Protección y Bienestar Animal. Una vez localizada su ficha, es posible contactar con sus dueños y devolver la mascota a su hogar.

En el proceso descrito por el que las mascotas son localizadas y enviadas a un centro de acogida, el primer eslabón de la cadena es el punto que genera más dificultades. En España, la recogida y transporte de animales abandonados o perdidos es responsabilidad del ayuntamiento en cuyo municipio reside la mascota, que ha de estar registrada en el censo. No obstante, esta legislación no es de conocimiento general, por lo que las personas que encuentran a animales perdidos en la calle no saben a quién acudir.

En este contexto, el presente proyecto aborda la problemática de la localización de centros de acogida mediante la creación de la aplicación Pet Shelter. Se ha desarrollado para dispositivos Android e iOS de manera que todo aquel que se encuentre con una mascota perdida pueda contactar con el refugio más cercano y su diseño se ha centrado en la sencillez y facilidad de uso. Asimismo, esta aplicación ofrece la seguridad al usuario de que todos los centros de recogida inscritos en la aplicación se harán cargo del animal.

## 2.Estrategia

### 2.1. Necesidades del cliente

Se ha enmarcado el proyecto en el supuesto siguiente: la cadena de tiendas de animales Kiwoko ha pedido al grupo Mock Knights la creación de una aplicación para el rescate de mascotas. Sus necesidades se sintetizan en dos puntos:

- Mejorar su imagen para potenciar la relación entre la marca y el cuidado desinteresado de los animales.
- Aumentar la visibilidad de las tiendas para acceder a una mayor cantidad de compradores potenciales.

### 2.2. Reconocimiento del producto

El objetivo principal de la aplicación es ayudar a los usuarios a encontrar centros de recogida de animales cercanos a su ubicación. Para ello, la aplicación utiliza un sistema de geolocalización que muestra los diferentes puntos de recogida en un mapa, para que el usuario seleccione el centro que más le convenga. Además, permite distinguir entre los diferentes tipos de centros de recogida inscritos como particulares, veterinarios, ayuntamientos, centros de acogida y tiendas de Kiwoko. Mediante esta funcionalidad, los usuarios pueden localizar un centro de recogida que se adapte mejor a sus necesidades.

La inmediatez constituye el requisito de mayor peso: se entiende la aplicación como una herramienta que se utilizará en un contexto de urgencia, en el que es preciso hacerse cargo de un animal de comportamiento impredecible. Por ello, es imprescindible que el usuario contacte con el centro de recogida deseado mediante 3 gestos. Así pues, ha de contar con una función de contacto directo a través de llamada telefónica rápida y accesible.

De la misma manera, es conveniente presentar la información sintetizada en una interfaz visual simple que no dé lugar a confusiones como un mapa. Dado el uso generalizado de aplicaciones como Google Maps, existe un conocimiento generalizado de cómo usar interfaces cartográficas. Asimismo, debe proporcionarse la posibilidad de iniciar una ruta hasta el punto de recogida elegido con los mismos requisitos de inmediatez expuestos para el contacto telefónico.

Finalmente, es importante destacar que la aplicación garantiza que los centros de recogida inscritos se harán cargo de los animales encontrados. Esta seguridad es esencial para los usuarios diana de la aplicación, que en su mayoría tienen mascotas y se preocupan por el bienestar de los animales.

## 2.1. Estudio de mercado

### 2.1.1. Análisis de la competencia directa

La competencia directa es la aplicación móvil de Google Maps, ya que ofrece unas funcionalidades similares a las propuestas:

- Está disponible para iOS y Android, con el fin de cubrir la mayor cuota de mercado.
- La interfaz gráfica básica es un mapa en el que se visualizan los puntos de interés.
- Ofrece la posibilidad de contactar por teléfono.
- Da indicaciones para llegar al destino seleccionado.

No obstante, Pet Shelter presenta unas características diferenciadoras esenciales para el usuario en el momento de encontrar centros de recogida que se contraponen con las opciones de Google Maps:

- La especificidad: Google Maps actúa como buscador general en el que se indexan todo tipo de resultados y no solamente centros de recogida de mascotas perdidas.
- La accesibilidad: para encontrar un centro de recogida con Google maps es necesario escribir un texto con la búsqueda y confirmarla. Con Pet Shelter solo es preciso pulsar un botón.
- La fiabilidad: todos los resultados que aparecen en el mapa de Pet Shelter son puntos de recogida certificados que aseguran la manutención y bienestar de la mascota.
- La inmediatez: las búsquedas de Google Maps pintan mucha información sobre los resultados mientras que Pet Shelter da un único resultado con la información estrictamente necesaria expresada de manera gráfica.

Google Maps se ha consolidado como la aplicación de mapas por excelencia y su uso está extendido tanto en dispositivos Android como iOS. Así, a la mayor parte de los usuarios les resulta familiar la interacción con este tipo de UI, de la que extraemos las siguientes ideas:

- La ventana modal inferior para presentar información.
- La interacción con los puntos de interés.
- La navegación centrada en la localización del usuario.
- La accesibilidad a la información importante en la parte inferior de la pantalla.
- La presentación de los datos de manera visual.

### 2.1.2. Análisis de la competencia indirecta

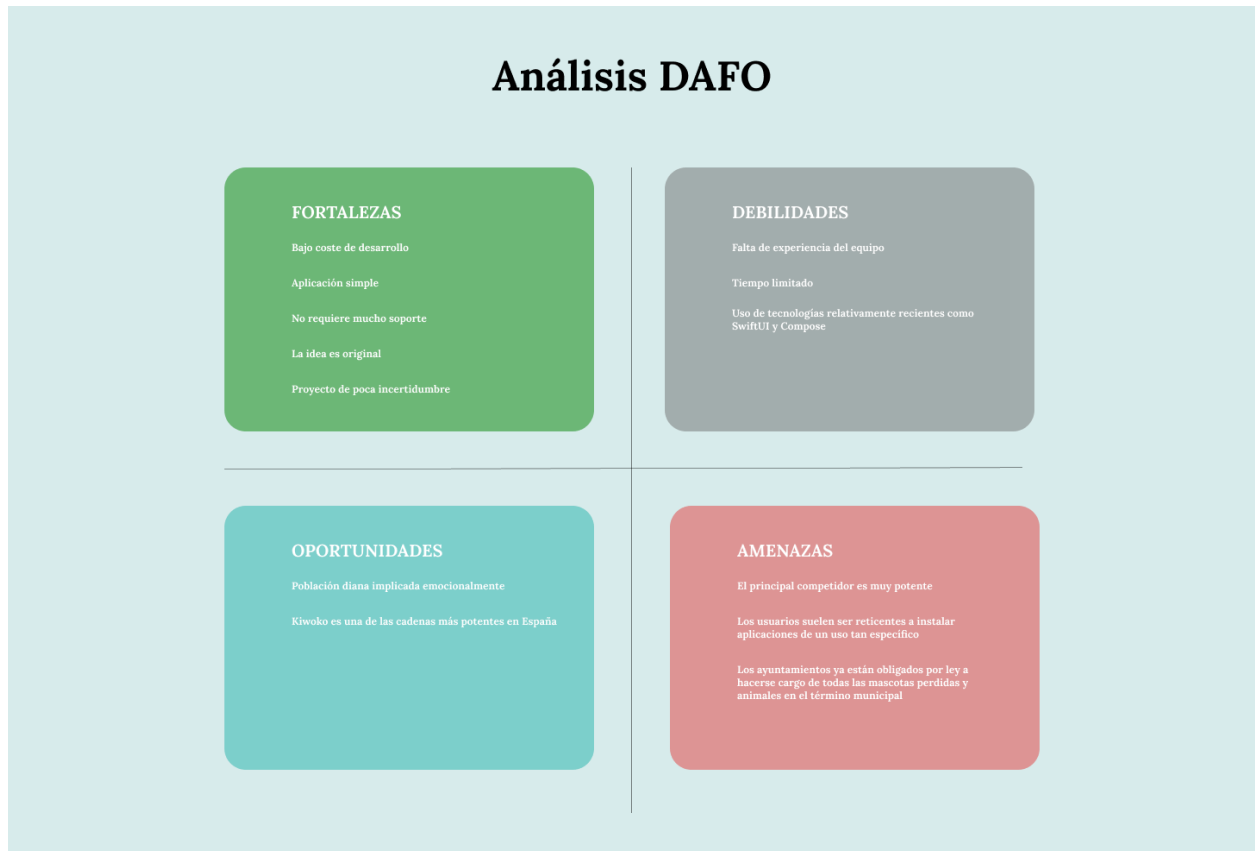
En la AppStore y en Google Play Store existen numerosas aplicaciones que facilitan el cuidado de las mascotas. Es posible dividir las en tres grupos:

- Aplicaciones sociales como ResqWalk y K9. Con la primera, los usuarios registran sus paseos, andando o en bici, y apoyan a una asociación de rescate de animales. Cada año, las asociaciones se reparten unos fondos dependiendo del volumen de apoyo recibido por los usuarios. Por su parte, K9 es una red social para eventos caninos en los que registrar a las mascotas.
- Aplicaciones para consultar con un profesional como FirstVet, que concierne consultas por vídeo con veterinarios. También son comunes las aplicaciones que acercan entrenadores de perros y dueños para mejorar la relación con sus mascotas.
- Por último, han proliferado las aplicaciones que facilitan la búsqueda de residencias vacacionales o puntuales para las mascotas. TrustedHouseSitters es una app que verifica a los cuidadores de animales para dejar a las mascotas con una persona o institución de confianza.

Por una parte, la idea de explotar el componente social supone un gran aliciente para el uso de la aplicación. En particular, Pet Shelter se basa en la solidaridad y en la devoción hacia los animales, factores que son señalados como virtudes en la sociedad. Es por esto por lo que se debe dejar la puerta abierta a añadir funcionalidades sociales que actúen como gancho para los usuarios. En esta misma línea, también podría considerarse la ludificación de la aplicación, a imagen de ResqWalk en la que los votos dependen del desempeño físico.

Por otra parte, tanto las aplicaciones que ponen en contacto a dueños de mascotas y profesionales como las de *petsitting*, comparten el factor de la fiabilidad, que ha de conformar uno de los pilares de Pet Shelter. En este contexto, la seguridad por parte del usuario de que la mascota rescatada va a recibir un trato adecuado constituye un requisito indispensable. Así pues, los refugios tienen que estar correctamente identificados mediante un indicador visual, directo e intuitivo.

### 2.1.3. DAFO



## 2.2. Estrategia de marca

Pet Shelter no pretende ocultar la relación entre la aplicación y la marca de Kiwoko. Sin embargo, aparte del logo, en el que se indica con lenguaje explícito que la aplicación pertenece a esta cadena de tiendas de productos para animales, el resto de los elementos son implícitos.

### 2.2.1. Logotipo

El logotipo de la aplicación consiste en una mascota que está siendo rescatada. El globo terráqueo con marcadores de posición situado delante del carrito representa el sistema de localización que conforma la interfaz de la aplicación.



El logotipo que se muestra cuando el usuario ha encontrado una mascota perdida es un mapa con un localizador que indica la ubicación del animal. Esta distinción temática atiende a la escalabilidad de la aplicación y al potencial de adoptar módulos con funcionalidades diferentes al rescate.



### 2.2.2. Identidad visual, colores y tipografía

Los colores utilizados son los facilitados por la empresa de marketing a la que Kiwoko ha acudido para realizar su página web:



El rojo es el color de identidad de la marca, que la representa y llama a la acción. Por ello, es el color que se usa para las acciones. Un ejemplo de ello se halla en el propio logo, en el que Kiwoko, bajo el símbolo del carrito, rescata a la mascota. Otros ejemplos son los botones de la aplicación, cuyo texto es blanco para contrastar con el rojo:

Llamar 

Crear cuenta

Entrar

Refugio más cercano

Guardar cambios

He encontrado una  
mascota





El color base que se utiliza como apoyo en cuadros de texto, sombreado, *placeholders* y otros elementos secundarios es el gris. Este gris crea formas sobre el fondo blanco, que normalmente sirven de estructura para situar la información principal en negro. El resto de los colores se pueden observar en el logo y en el *welcome screen*.

El *welcome screen* ejemplifica la cadena de rescate de una mascota perdida: un animal que se encuentra sobre el botón “He encontrado una mascota”, que representa al usuario, se dirige hacia el punto de recogida, materializado en el botón “Puedo acoger una mascota”. Por tanto, es posible considerar a esta pantalla como una extensión del logo expuesto en el *splash screen* de la aplicación.

Por último, la tipografía que se implementa en todos los textos de la aplicación es la Moderat. Se aplica la negrita para informaciones principales o acciones que no están embebidas en un botón o elemento resaltado, a excepción de los botones para llamar e ir del modal. El resto de la tipografía será Moderat Medium. En cuanto al tamaño de la fuente, el estándar es de 18 puntos para el texto normal, 14 para las etiquetas, 22 para la información principal y las acciones y 24 para el texto del botón principal del mapa.

### 3. Especificaciones funcionales

#### 3.1. Necesidades del usuario: casos de uso

Usuario 1: joven de 16 años con mascota			
<b>Datos personales</b>			
Edad	16	Sexo	Mujer
Trabajo	Estudiante	Estudios	Secundaria
Horario	Mañanas	Estado civil	Soltera
Hijos y número	0	Mascotas	Perro
<b>Grado de digitalización</b>			
Dispositivo principal	iPhone 11	Software más usado	Instagram
Tiempo de uso de internet	3 horas	Dispositivo de acceso a internet	iPhone 11
<b>Motivación e intereses</b>			
Razón de uso	Ayudar a mascotas perdidas	Método de acceso al producto	QR en parques de perros
<b>Casos de uso</b>			
Llamar a un veterinario para que cuide del animal que me he encontrado			
Acceder utilizar mi iPhone para usar la aplicación			
Usar la aplicación sin pagar			
Ver las fotos de perritos rescatados			
Llamar a alguien que vaya a mi localización cuando encuentro una mascota perdida			

## Usuario 2: ciclista de 28 años con mascota

### Datos personales

Edad	28	Sexo	Hombre
Trabajo	Entrenador de gimnasio	Estudios	TAFAD
Horario	Tardes	Estado civil	Casado
Hijos y número	2	Mascotas	Perro

### Grado de digitalización

Dispositivo principal	Samsung Galaxy A12	Software más usado	Strava
Tiempo de uso de internet	2 horas	Dispositivo de acceso a internet	Samsung Galaxy A12

### Motivación e intereses

Razón de uso	Evitar que la mascota sea atropellada	Método de acceso al producto	QR en producto de Kiwoko
--------------	---------------------------------------	------------------------------	--------------------------

### Casos de uso

Evitar que la mascota sufra daños mientras está perdida

Evitar que la mascota pueda atacar a alguien porque está asustada o se cruce en el camino de algún otro ciclista

Crear una ruta hasta el punto de recogida más cercano

Acceder con su dispositivo Android a la aplicación

Asegurarse de no tener problemas legales por rescatar a una mascota perdida

Usar la aplicación con los guantes de ciclismo

### Usuario 3: abogado de 44 años con mascota

#### Datos personales

Edad	28	Sexo	Hombre
Trabajo	Abogado	Estudios	Grado de Derecho
Horario	Mañanas	Estado civil	Casado
Hijos y número	3	Mascotas	Perro

#### Grado de digitalización

Dispositivo principal	iPhone 14	Software más usado	Google Chrome
Tiempo de uso de internet	5 horas	Dispositivo de acceso a internet	Macbook pro m2

#### Motivación e intereses

Razón de uso	Evitar que la mascota encontrada perturbe el paseo	Método de acceso al producto	Publicidad en ayuntamiento de su pueblo
--------------	--	------------------------------	---

#### Casos de uso

Quiero recibir algún tipo de retribución en cuanto a prestigio social cuando rescate a la mascota

Ver bien la aplicación y sus componentes cuando la utilice con la pantalla antiespías

Acceder al número del ayuntamiento para que se encarguen ellos de la mascota perdida

## Usuario 4: mujer de 60 años con mascota

### Datos personales

Edad	60	Sexo	Mujer
Trabajo	Prejubilada	Estudios	Administración
Horario		Estado civil	Divorciada
Hijos y número	0	Mascotas	Perro y gatos

### Grado de digitalización

Dispositivo principal	Xiaomi Redmi	Software más usado	Whatsapp
Tiempo de uso de internet	1 hora	Dispositivo de acceso a internet	Xiaomi Redmi

### Motivación e intereses

Razón de uso	Rescatar a la mascota perdida	Método de acceso al producto	Consejo de dependiente de Kiwoko
--------------	-------------------------------	------------------------------	----------------------------------

### Casos de uso

Quiero que los botones de la aplicación y las letras sean grandes para verlos mejor

Estar segura de que a quien llame puede cuidar de la mascota

Asegurarme de que a quien llame puede leer el microchip y llamar a los dueños

Evitar que la mascota vaya a un centro de acogida de animales

Que el centro de recogida que se me aconseje esté disponible para recoger al animal

Usuario 5: funcionario del ayuntamiento de 33 años			
<b>Datos personales</b>			
Edad	3	Sexo	Hombre
Trabajo	Funcionario	Estudios	Oposición de administración
Horario	Mañanas	Estado civil	Casado
Hijos y número	1	Mascotas	No
<b>Grado de digitalización</b>			
Dispositivo principal	Huawei P Smart S	Software más usado	Facebook
Tiempo de uso de internet	2 horas	Dispositivo de acceso a internet	Compaq HP Presario V6430es
<b>Motivación e intereses</b>			
Razón de uso	Recoger animales perdidos del pueblo	Método de acceso al producto	Herramienta promocionada por el ayuntamiento
<b>Casos de uso</b>			
Quiero poder ocultar la contraseña cuando esté haciendo el login			
Entrar en la aplicación sin tener que introducir la contraseña constantemente			
Acceder al número de veterinarios cercanos para asistir a mascotas heridas			
Que sea una aplicación simple y fácil de usar			

## 4. Conclusión

Este documento no pretende ser un entregable finalizado sobre la estrategia de planificación del proyecto: únicamente da pequeñas pinceladas sobre el diseño y las razones que han llevado a la aplicación a su forma final. Este pequeño informe ha de comprenderse en el marco de las restricciones temporales en las que se ha trabajado y debe considerarse una versión básica inicial.