

Trabajo Final Sistemas de Información 2

APLICACIÓN PARA VETERINARIAS: COSMOS

- brandan.alvaro1@gmail.com - pablo_gijon_7@hotmail.com- jimejaime14@gmail.com -
leandropoliti.lp@gmail.com

Autores:

- JAIME MOLINERO, JIMENA ALEJANDRA– DNI: 39975349– jimejaime14@gmail.com

-BRANDAN, ALVARO– DNI:43204862– brandan.alvaro1@gmail.com

-POLITI, LEANDRO– DNI: 43227087– leandropoliti.lp@gmail.com

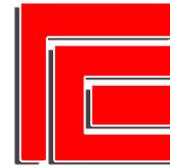
-GIJON, PABLO– DNI: 41182212 —pablo_gijon_7@hotmail.com

Resumen

En el siguiente trabajo nos enfocamos en el desarrollo e implementación de un software integral diseñado específicamente para clínicas y consultorios veterinarios. Surge como respuesta a la creciente demanda de soluciones tecnológicas que optimicen la gestión de los historiales médicos, citas, y brinden herramientas para mejorar la eficiencia en la atención médica de las mascotas. Todo esto basándonos en la aplicación de los conocimientos adquiridos a lo largo del cursado de la materia.

El problema identificado radica en la falta de sistemas especializados que satisfagan las necesidades únicas de las clínicas veterinarias, lo que resulta en una gestión ineficiente de registros, tiempo y recursos. Nuestro software tiene como objetivo principal abordar esta carencia.

Palabras Clave: SOFTWARE– VETERINARIAS– EFICIENCIA– APLICACIÓN– RECURSOS



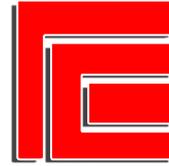
Introducción

En un mundo donde la tecnología se ha convertido en una parte fundamental de la vida cotidiana, el sector de la atención veterinaria no es la excepción. La relación entre los dueños de mascotas y las clínicas veterinarias es un vínculo valioso que se basa en la atención, el cuidado y el amor hacia los animales. Para fortalecer esta relación y mejorar la experiencia de los clientes, encontramos necesario y novedoso desarrollar un software enfocado en sus necesidades y expectativas.

Este proyecto tiene como propósito crear un software para veterinarias centrado en los clientes, diseñado para simplificar la gestión de la atención veterinaria y mejorar la satisfacción de los dueños de mascotas. A través de una interfaz de usuario intuitiva, comunicación efectiva, programación de citas en línea, acceso a registros médicos y una amplia gama de servicios, este software busca transformar la manera en que los clientes interactúan con las clínicas veterinarias y gestionan la salud de sus mascotas.

A lo largo de este proyecto, se explorarán recomendaciones y estrategias para lograr este objetivo y se buscará brindar una solución tecnológica que pueda verdaderamente cumplir con el propósito antes mencionado, incrementar la satisfacción del cliente, mejorar su experiencia y hacer más eficiente la gestión veterinaria.

Unidades a desarrollar:



- **Unidad 1: Estrategias y sistemas de información**

- a) Característica de la organización
- b) Impactos económicos y organizacionales
- c) Estrategias competitivas
- d) Cadena de Valor

- **Unidad 6: e-Commerce**

- a) Plataformas
- b) Desarrollo
- c) Modelo de negocios e ingresos

- **Unidad 7: Modelos de negocios en Internet**

- a) Business Model Canvas

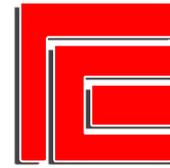
- **Unidad 9: Lean StartUp**

- a) Lean Startup: definición
- b) Hipótesis de Valor
- c) Hipótesis de crecimiento
- d) Producto Mínimo Viable

Situación Problemática

La falta de una aplicación para clientes de clínicas veterinarias y la necesidad de reducir las visitas presenciales para consultas que podrían resolverse de manera más eficiente por mensaje y de manera virtual a través de la aplicación..

El contexto en el que se encuentra la situación problemática se refiere a la forma de operar de



las clínicas y consultorios veterinarios en la actualidad. A medida que el campo de la medicina veterinaria ha avanzado, la cantidad de datos y registros relacionados con las mascotas ha aumentado exponencialmente. Esto incluye historiales médicos, programación de citas, registros de tratamientos y otros datos relevantes. Sin embargo, muchas clínicas todavía dependen en gran medida de métodos manuales o sistemas de gestión obsoletos para manejar esta información.

Nuestra solución tiene el potencial de transformar la gestión en las clínicas veterinarias, optimizar la atención médica de las mascotas y mejorar la satisfacción de los clientes. La adopción de un software especializado es esencial para abordar la ineficiencia actual en la gestión y ofrecer una atención médica más efectiva en el campo de la veterinaria.

Preguntas de Investigación

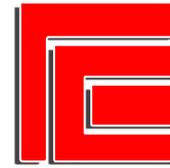
¿Cuáles son las principales preocupaciones o necesidades de los dueños de mascotas al interactuar con clínicas veterinarias?

¿Qué aspectos de la experiencia del cliente en una clínica veterinaria consideran más importantes? (por ejemplo, la comunicación, la facilidad de programar citas, la información sobre el estado de salud de sus mascotas, etc.)

¿Cuáles son los mayores desafíos o fricciones que los dueños de mascotas enfrentan al utilizar los servicios de una clínica veterinaria?

¿Qué características específicas o funcionalidades desearían ver en un software de gestión de clínicas veterinarias que mejoren su experiencia como clientes?

Objetivo General



El objetivo general es generar un software para veterinarias enfocado en los clientes para mejorar la satisfacción de los dueños de mascotas y optimizar la gestión de la atención veterinaria a través de una plataforma tecnológica.

Objetivos Específicos

- Desarrollar una interfaz de usuario amigable que permita a los dueños de mascotas programar citas, acceder a la información de salud de sus animales y comunicarse con la clínica de manera sencilla.
- Facilitar la gestión de citas y recordatorios, asegurando que los clientes reciban notificaciones sobre las citas programadas y las fechas de vacunación.
- Proporcionar a los clientes acceso en tiempo real a los registros médicos y diagnósticos de sus mascotas a través de la plataforma, promoviendo la transparencia y la toma de decisiones informadas.
- Facilitar la comunicación entre la clínica y los clientes a través de mensajes de texto, correos electrónicos o notificaciones en la aplicación móvil, proporcionando actualizaciones sobre el estado de salud de las mascotas y recordatorios de seguimiento.

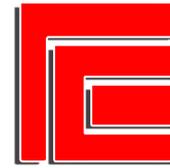
Marco Metodológico

No aplica

Marco Teórico

Características de las Organizaciones

Todas las organizaciones modernas tienen ciertas características. Estas reglas crean un sistema imparcial y universal de toma de decisiones. Las organizaciones tratan de contratar y promover



a los empleados con base en sus cualidades técnicas y profesionalismo. Para el desarrollo del trabajo tuvimos en cuenta principalmente las siguientes:

Rutinas y procesos de negocios: Las rutinas son reglas, procedimientos y prácticas precisas que se han desarrollado para enfrentarse con casi todas las situaciones esperadas. A medida que los empleados aprenden estas rutinas, se vuelven muy productivos y eficientes.

Cultura organizacional: Todas las organizaciones tienen suposiciones fundamentales, invulnerables e incuestionables que definen sus metas y productos. La cultura organizacional abarca este conjunto de suposiciones sobre los productos que debe elaborar la organización.

Modelos de estrategia competitiva de Porter

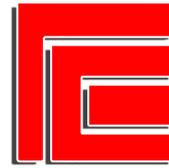
Este modelo proporciona una visión general de la empresa, sus competidores y el ambiente que la rodea. En este modelo hay cinco fuerzas competitivas que dan forma al destino de la empresa: Competidores tradicionales, Nuevos participantes en el mercado, Productos y servicios sustitutos, Clientes y Proveedores

¿Qué debe hacer una empresa al enfrentarse a todas estas fuerzas competitivas? Hay cuatro estrategias genéricas, cada una de las cuales se habilita a menudo con el uso de la tecnología y los sistemas de información: liderazgo de bajo costo, diferenciación de productos, enfoque en nichos de mercado y fortalecimiento de la intimidad con los clientes y los proveedores.

Business Model Canvas:

El Business Model Canvas es una herramienta visual y conceptual utilizada para describir, analizar y diseñar modelos de negocio de manera sistemática. Consiste en un mapa o lienzo dividido en nueve secciones clave que representan los componentes esenciales de un modelo de negocio:

Segmentos de Clientes: Identifica los grupos de personas o empresas a las que se dirige tu negocio. Pueden ser segmentos de mercado diferentes con necesidades y características distintas.



Propuesta de Valor: Describe qué valor o beneficios únicos ofrecerás a tus clientes. ¿Qué problemas resuelves o necesidades satisfacer?

Canales: Especifica cómo llegarás a tus clientes y cómo distribuirás tu propuesta de valor. Esto incluye canales de venta, marketing y entrega.

Relaciones con los Clientes: Define qué tipo de relación estableces con tus clientes. Pueden ser relaciones personales, automatizadas, comunitarias, etc.

Fuentes de Ingresos: Detalla las diferentes formas en que generarán ingresos. Esto puede incluir la venta de productos, tarifas de suscripción, publicidad, entre otros.

Recursos Clave: Enumera los activos y recursos esenciales que necesitas para operar tu negocio. Pueden ser recursos financieros, físicos, intelectuales, etc.

Actividades Clave: Identifica las actividades centrales que debes llevar a cabo para ofrecer tu propuesta de valor y generar ingresos. Estas actividades respaldan tu propuesta de valor y recursos clave.

Asociaciones Clave: Mencionar las colaboraciones estratégicas o alianzas que pueden ser cruciales para el éxito de tu negocio. Esto incluye socios, proveedores y otros actores clave.

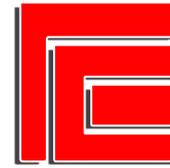
Estructura de Costos: Describe los costos necesarios para operar tu modelo de negocio. Esto abarca costos fijos, variables, de personal, tecnológicos, entre otros.

El Business Model Canvas es una herramienta versátil que ayuda a los emprendedores y empresas a visualizar y entender de manera holística cómo funciona su modelo de negocio. Permite tomar decisiones informadas, identificar áreas de mejora y comunicar eficazmente la estrategia empresarial a las partes interesadas.

e-commerce:

El comercio electrónico, abreviado como e-commerce, se refiere a la compra y venta de productos y servicios a través de internet. Es un modelo de negocio que permite a las empresas y a los consumidores realizar transacciones comerciales en línea, sin necesidad de una presencia física en la veterinaria. Algunos aspectos clave del comercio electrónico incluyen:

Transacciones en línea: Las transacciones de compraventa se realizan a través de sitios web, aplicaciones móviles u otras plataformas en línea. Los clientes pueden navegar por catálogos de productos, seleccionar artículos, realizar pagos y recibir entregas sin tener que visitar una tienda física.



Variedad de modelos de negocio: El comercio electrónico abarca una amplia gama de modelos de negocio, que van desde tiendas en línea minoristas que venden productos físicos, hasta plataformas de servicios digitales, mercados de terceros, suscripciones y más.

Pagos en línea: El comercio electrónico utiliza sistemas de pago en línea seguros para procesar transacciones, que incluyen tarjetas de crédito, transferencias bancarias, billeteras digitales y otros métodos de pago electrónicos.

Logística y entrega: Las empresas de comercio electrónico gestionan la logística y la entrega de productos a través de servicios de mensajería y empresas de envío. La logística eficiente es esencial para garantizar la satisfacción del cliente.

El comercio electrónico ha transformado la forma en que las personas compran y venden productos y servicios, brindando conveniencia, acceso a una amplia variedad de productos y oportunidades para el crecimiento de negocios en línea. Ha evolucionado con el tiempo y seguirá siendo una parte importante del panorama comercial en el futuro.

El método Lean Startup

El concepto de Lean Startup se basa en la filosofía de construir empresas de manera eficiente, minimizando el desperdicio y maximizando el aprendizaje a través de iteraciones. Su creador, Eric Ries, propone un enfoque empresarial que prioriza la experimentación, la retroalimentación constante y la adaptación ágil.

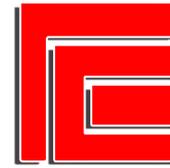
Los principios clave del Lean Startup incluyen:

Validación de ideas: En lugar de asumir que una idea de negocio es exitosa, se busca validarla mediante la creación de un Mínimo Producto Viable (MVP) y su lanzamiento para obtener retroalimentación real de los clientes.

Desarrollo iterativo: Se promueve la construcción de versiones iniciales del producto con la menor inversión de tiempo y recursos posible, para probar y aprender rápidamente.

Medición y aprendizaje: El enfoque se centra en la recopilación de datos y métricas clave para comprender el rendimiento del negocio y ajustar la estrategia en función de los resultados.

Pivotar o perseverar: Cuando se recopilan datos, se toma una decisión informada sobre si se debe cambiar la dirección del negocio (pivotar) o continuar con la estrategia actual (perseverar).



Construir-Medir-Aprender: Este ciclo constante de construcción de productos, medición de resultados y aprendizaje se repite hasta que se alcance un modelo de negocio exitoso.

El enfoque Lean Startup es especialmente relevante para emprendedores y startups, ya que les permite minimizar el riesgo de inversión inicial y aumentar las posibilidades de éxito al adaptar su estrategia a medida que obtienen información del mercado. También se aplica en empresas establecidas que buscan innovar y desarrollar nuevos productos o servicios de manera más eficiente.

Aplicación

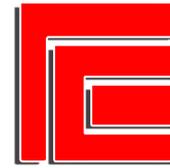
UNIDAD 1: Estrategia y Sistemas de Información

1) Impactos Económicos

- *Reducción de Costos Operativos*: La automatización de procesos administrativos, como la programación de citas, facturación y gestión de registros médicos, puede ayudar a reducir costos operativos al minimizar la necesidad de recursos humanos. Además es posible reducir el costo de algunos insumos como papel, etc.
- *Costos de implementación y mantenimiento*: al momento de contratar el software tenemos que invertir en la licencia, entrenamiento del chatbot, también consideramos los costos para mantener y actualizar el software.

2) Impactos del Comportamiento

Descentralización de la Organización: La introducción de un software para veterinarias puede ayudar a descentralizar algunas tareas como la registración de citas, permitiendo que el personal tenga más autonomía.



Resistencia Organizacional al Cambio: La resistencia al cambio es común, por lo que una capacitación adecuada y una comunicación clara sobre los beneficios del nuevo sistema son esenciales.

3) Modelo de Estrategia Competitiva de Porter

Los potenciales clientes que adopten el software pueden utilizar una estrategia competitiva enfocada en la **diferenciación de servicios**. Al ofrecer un sistema digital que facilita la gestión de citas, historiales médicos y la comunicación con los clientes, la veterinaria se destaca por proporcionar una experiencia más conveniente y eficiente. Esta diferenciación establece un punto único y atractivo en el mercado veterinario local.

4) Modelo de la Cadena de Valor de Negocios

COSMOS impacta en las actividades que refuerzan la ventaja competitiva de las veterinarias, tanto en las primarias como en las de apoyo.

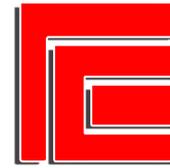
a) En cuanto a las **primarias**, lo hace en:

- **Operaciones:** Optimiza las operaciones al automatizar tareas administrativas, mejorando la eficiencia y reduciendo costos operativos.

- **Servicios:** Contribuye a un mejor servicio al cliente al facilitar la comunicación, proporcionar recordatorios automáticos y ofrecer acceso rápido a información relevante.

b) Y en cuanto a las **de apoyo**:

- **Infraestructura:** Mejorar la infraestructura tecnológica con la implementación y mantenimiento del software de gestión veterinaria.



UNIDAD 6: e-Commerce

Se optará por una plataforma SaaS (software como servicio), por su rapidez y bajos costes de desarrollo, que se ajuste perfectamente a nuestra aplicación y otorgue escalabilidad, integración y control total sobre el rendimiento del e-commerce.

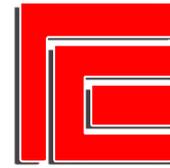
Su implementación en las veterinarias ofrecerá mayor eficiencia operativa, reducción de errores y costos operativos más bajos. También impulsa la innovación tecnológica por parte de las veterinarias, brindando a sus clientes una mejor experiencia en cuanto a pago, logística y seguridad.

En cuanto a los medios de integración de pago se optará por un Agregador debido a la sencillez en su implementación y los numerosos medios de pago y promociones que puede ofrecer, además el agregador será el encargado de la seguridad de los pagos electrónicos, tercerizando así este servicio. Si bien tiene un costo más alto que los servicios de tipo Gateway de pago, creemos que, teniendo en cuenta el modelo Lean Startup que se aplicará, es sumamente importante que la aplicación se pueda dar de alta lo más rápido posible por lo que valoramos más el tiempo que los costos variables que pueda llegar a tener cada transacción de venta de las veterinarias.

La logística se llevará a cabo mediante un servicio de cadetería tercerizado o retiro en el local.

Funciones que se ofrecen además de la venta de productos mediante la aplicación:

- Permitir a los clientes solicitar medicamentos recetados para sus mascotas. Los veterinarios pueden aprobar las recetas y los productos se pueden recoger en la clínica o enviados a domicilio mediante un servicio de cadetería tercerizado o el que la veterinaria elija.



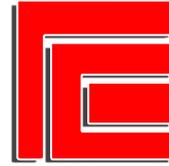
- Que los dueños de mascotas puedan suscribirse a planes de atención que incluyan servicios regulares, como vacunaciones, desparasitaciones y revisiones de rutina. Los pagos periódicos se gestionan a través de la aplicación.
- Por otro lado, ofrecemos la opción de comprar y mantener registros médicos y de salud de las mascotas. Los dueños acceden a estos registros en línea, lo que facilita el seguimiento de la salud de sus mascotas.
- Facilitar la comunicación entre clientes y veterinarios para aclarar dudas sobre productos, tratamientos o servicios en venta.
- Implementar un programa de recompensas donde los clientes acumulen puntos o descuentos por compras y citas. Esto incentiva la lealtad del cliente y fomenta compras recurrentes.

Business Model Canvas:

1) MODELO DE NEGOCIO

Se caracteriza por ser un software que se les ofrece a las clínicas veterinarias de la provincia, con el objetivo de que las veterinarias puedan brindarle una cobertura más completa a sus clientes a través de la aplicación digitalizando tareas que el día de hoy continúan siendo manuales y poco eficientes.

Segmento de mercado:



-¿Quiénes son nuestros clientes más importantes ? El segmento de clientes al que ofrecemos nuestro software son las veterinarias de la provincia de Tucuman, tanto las afianzadas con el rubro como así también a las que están iniciando sus actividades.

-¿A qué segmento de mercado atenderemos? atenderemos segmentación de mercado geográfica es decir a las veterinarias de la provincia de Tucuman.

-¿Quiénes no serán nuestros clientes? los rubros que son distintos a las clínicas veterinarias.

Propuesta de valor:

¿Qué problemas de nuestros clientes ayudamos a solucionar? ayudamos a las veterinarias a simplificar tareas manuales para así disminuir el margen de error, tener una base de datos controlada de cada mascota y así recordarles a sus usuarios cuando le toca la vacuna, recordar de una cita/turno.

las veterinarias carecen de este sistema es por eso que planteamos la idea.

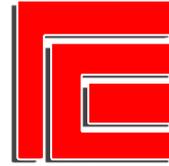
¿Qué necesidades de los clientes satisfacemos? satisfacemos la necesidad de poder brindarle el software para que las veterinarias puedan trabajar de forma más automatizada.

Canales de distribución:

Nos enfocamos en un canal propio directo basado en servicios automaticos donde tiene una relacion en linea donde el proveedor se comunica con el cliente para brindarle información de cómo funciona el sistema, como utilizarlo que contiene. a través de videollamada, meet, zoom.

Relación con el cliente: basada en una relación de asistencia personal virtual o a través de llamada hacia el cliente, sacando las dudas surgidas por el mismo.

Fuentes de ingresos:



Se adoptará un modelo de ingreso por Suscripción, en el cual se ofrecen funcionalidades de acuerdo a la versión elegida por la veterinaria. Existirán 3 modelos de suscripción: Suscripción base, la cual incluye entre otras funciones la del acceso a información clínica por parte del paciente, una Suscripción Estándar, la cual incluye todas las funciones de la versión base y se agregaría la funcionalidad de registro de citas y agenda de turnos. Por último se establecería una suscripción premium en la que se incluyen todas las funciones anteriores y se agrega la integración al sistema de la plataforma de tienda online e-commerce

Recursos claves:

- Humanos: un buen grupo de humanos es la clave en cualquier organización que exista, por lo tanto nuestros vendedores y desarrolladores se caracterizan por su buena predisposición y amabilidad con el cliente, para lograr el resultado que busca de la mejor manera posible.

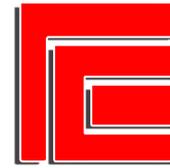
Actividades claves:

Como actividades claves consideramos imprescindible la atención post-venta y el soporte constante del software ofrecido, como así también el proceso de retroalimentación obtenido por parte los usuarios.

Asociaciones Clave:

Nuestro principal socio en este proyecto es un equipo de desarrolladores bien preparados y capacitados tanto para el desarrollo del software en sí, como para la resolución de problemas y adaptación de mejoras posteriores. Consideramos que en este aspecto es indispensable una excelente asociación del tipo cliente-proveedor

Estructura de Costes



El principal costo de nuestro modelo de negocio viene dado por el sostenimiento del software para un buen desempeño y todo lo que ello conlleva, así aparecen con gran impacto los costos de Infraestructura de servicio necesarios para sostener el proyecto como así también el costo del equipo de desarrollo y mantenimiento del software. Otros costos no menores son los costos comerciales, que son todos los relacionados a comisiones de vendedores, etc.

Lean Startup

Aplicamos el modelo de Lean Startup al desarrollo de el software para veterinarias enfocado en los clientes de la siguiente manera:

Visión:

Nos enfocamos en solucionar el problema que poseen las clínicas veterinarias creando un software de gestión en el mercado que transforme la forma en que las clínicas veterinarias administran sus operaciones, mejorando su eficiencia.

Misión

Proporcionar un software completo y fácil de usar optimizando las operaciones de las veterinarias y mejorando la calidad de atención:

Hipótesis:

Investigamos el mercado y encontramos un vacío operativo en el rubro de las clínicas veterinarias, principalmente en la falta de un software de gestión de dichas clínicas enfocado en la satisfacción de los clientes y la eficiencia de la gestión veterinaria en general.

Descubrimiento y validación de clientes:

Identificamos el segmento de clientes al que se dirige nuestro software, en este caso clínicas veterinarias, corroborando que nuestra hipótesis encaja con el cliente hacia el que va dirigido. Decidimos actuar rápidamente sobre este segmento valioso que logramos identificar para así evaluar nuestra hipótesis y tener el feedback de los clientes acerca del software. Esto último es sumamente importante a la hora del desarrollo final del software, lo que nos permite



adecuarlo perfectamente a las necesidades de los distintos clientes, poniendo el punto de mira en ellos.

Desarrollo del MVP (Mínimo Producto Viable):

Consideramos como características esenciales y diferenciadoras que tiene que tener el software para salir al mercado en sus primeras versiones las siguientes: **GESTIÓN DE CITAS** y **ACCESO A REGISTROS MÉDICOS**.

Estas 2 funcionalidades son las que marcarían la diferencia entre la veterinaria que utilice el software y aquellas que no lo hagan. Los clientes encontrarán en estas funcionalidades un verdadero motivo por el cual utilizar la aplicación.

La gestión de citas es una función que le permite al usuario poder elegir con total libertad cuando llevar a su mascota a la veterinaria, contemplando todos los días y horarios que se encuentren disponibles.

El acceso rápido a registros médicos le permite al usuario además de conocer el historial de su mascota, saber cuándo le corresponden próximas desparasitaciones, vacunaciones o controles médicos si correspondiera.

Validación de la idea:

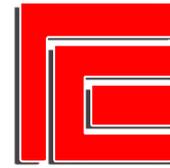
Lanzamos el MVP a un grupo de clínicas veterinarias (early adopters) y dueños de mascotas piloto, lo introducimos en un entorno real y recopilamos todas las iteraciones. Se realiza un análisis acerca de cómo reaccionan ambas partes ante el software, como así también con qué funcionalidades están satisfechos y cuáles podrían continuar desarrollándose para un mejor funcionamiento o adaptabilidad.

Medición y Aprendizaje:

Utilizamos indicadores clave como punto de partida para hacer mensurable la experiencia de los usuarios y tener datos reales sobre los cuales se tomarán decisiones. Planteamos esta medición a través de **métricas clave** como por ejemplo: a) la **tasa de adopción** que consiste en conocer el porcentaje de usuarios que han comenzado a utilizar el software; b) **la retención de usuarios**, que muestra el porcentaje de usuarios que continúan utilizando el software después de la primera interacción, lo que denota la capacidad del software para retener usuarios a largo plazo; c) **tiempo promedio de resolución de problemas**, que impactan en la satisfacción del usuario y la eficiencia operativa, evaluando el rendimiento del MVP.

Aprendiendo de los datos recopilados y la retroalimentación de los usuarios.

Pivotar o perseverar:



- Basado en los resultados del MVP, decidimos si debemos realizar cambios significativos en la dirección del software (pivotar) o si podemos continuar con la estrategia actual (perseverar). Esto puede implicar ajustes en la funcionalidad, el enfoque del mercado o la estrategia de precios.

Repetición del ciclo:

- Lanzamos iteraciones sucesivas del software, cada una con mejoras basadas en la retroalimentación y el aprendizaje de las versiones anteriores. Continuando recopilando datos y ajustando el producto.

Escalabilidad:

- Una vez que hayamos refinado el software y tengamos una base de usuarios satisfechos, consideraremos cómo podemos ampliar su alcance a más clínicas veterinarias y dueños de mascotas, explorando estrategias de marketing y expansión.

Monitoreo continuo:

- Todo esto manteniendo siempre un monitoreo constante de las métricas clave, como la satisfacción del cliente, la retención de clientes y la eficiencia operativa, asegurándonos de que el software siga cumpliendo con su objetivo de mejorar la experiencia de los clientes y la gestión de las clínicas veterinarias.

Al aplicar el modelo de Lean Startup a este proyecto de software para veterinarias, buscamos desarrollar una solución más eficiente y centrada en las necesidades de los clientes, minimizando el riesgo y maximizando el aprendizaje a lo largo del proceso de desarrollo y lanzamiento.

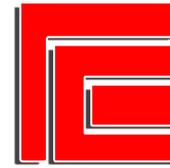
Recomendaciones

Investigación de Mercado:

Realizar una investigación del mercado para comprender las necesidades y desafíos específicos de las veterinarias y los dueños de mascotas. Identificando a competidores y analizando sus fortalezas y debilidades.

Colaboración con Veterinarios y Dueños de Mascotas:

Involucramos a veterinarios y dueños de mascotas en el proceso de desarrollo, realizando encuestas, entrevistas y pruebas para obtener sus opiniones y asegurarnos de que el software realmente aborde sus necesidades.



Cumplimientos de normas de seguridad

Asegurarse de que el sistema cumpla con las principales normativas sobre privacidad de los datos del cliente y la seguridad de la información

Conclusiones

En conclusión, el desarrollo de un software para veterinarias enfocado en los clientes es un proyecto estratégico que busca transformar la manera en que los dueños de mascotas interactúan con las clínicas veterinarias y gestionan la salud de sus animales. Este tipo de software tiene como objetivo principal mejorar la experiencia del cliente al proporcionar herramientas y servicios que faciliten la comunicación, la programación de citas, el acceso a información de salud de las mascotas y la transparencia en los costos.

Al adoptar un enfoque metodológico ágil, se puede adaptar el software a medida que se obtienen retroalimentaciones de los usuarios y se identifican oportunidades de mejora. La recopilación y análisis de datos desempeñan un papel crucial en la toma de decisiones informadas y en la evolución continua del software para satisfacer las necesidades cambiantes de los clientes.

En última instancia, un software de este tipo tiene el potencial de fortalecer la relación entre las clínicas veterinarias y sus clientes al proporcionar una experiencia más conveniente y personalizada. Además, contribuye a la gestión eficiente de la atención veterinaria y a la fidelización de los clientes, lo que a su vez mejora el bienestar de las mascotas y el éxito del negocio veterinario. En un mundo cada vez más digital, la implementación de software



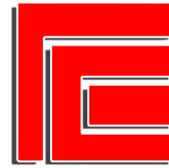
centrado en el cliente es un paso importante hacia la modernización de las prácticas veterinarias.

En el proyecto elaborado se busca agilizar el trabajo de las veterinarias creando un contacto con los clientes de cada software contratado, ofreciendo una base de datos organizada y segura para los pacientes y su historial clínico, pudiendo determinar a través de una alerta cuando le hace falta alguna inyección o cuando le toca su baño, usando recordatorios, también podemos encontrar venta online ya sea para la compra de los alimentos, vestimenta.

Apéndice

Podemos describir el contenido que puede brindar cada veterinaria de la siguiente manera organizando su base de datos y lo que pueden brindar

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
001	Paciente, que representará a la mascota debe incluir: -Nombre -Especie -Fecha de nacimiento -Raza -Color -Sexo -Peso
002	Persona, que representará a los humanos debe incluir: -DNI -Nombres -Apellidos -Celular -Sexo -Fecha de nacimiento -Dirección



003	Debe existir una relación entre paciente y persona
004	Las personas que adquieran un servicio serán propietarios
005	Atributo de la especie del modelo del paciente: -Perro -Gato -Hamster -Loro -Conejo -Otro
006	Los tipos de servicio pueden ser: -Ventas -Consultas -Tratamientos -Vacunación -Desparasitación -Cirugía -Baño -Peluquería
007	Detallar los servicios de tipo de venta como ser: -Tipo de producto -Monto de la venta -Descripción
008	Los tipos de productos pueden ser: -Medicamentos -Accesorios -Ropa -Alimento

Anexo

Se requiere construir una gestión de aplicación web para veterinarias.

El software funciona de la siguiente manera:

*Asistente: Es el empleado con cargo auxiliar veterinario. Es el encargado de registrar la mascota y clientes, solicitudes de turnos, organizar los turnos y cancelaciones.

*ADMINISTRADOR: Empleado con cargo de gerente. Es el encargado de seleccionar y agregar a los empleados, agregar tipo y razas de mascotas y generar reportes estadísticos.



*MEDICO VETERINARIO: es el encargado de listar las citas por atender asignadas por su nombre, atender la cita asignada con su nombre, consultar la historia clínica de la mascota a través del software y hacer el reporte de la historia clínica.

Referencias

- Lean Startup, Documento de la Comisión de Apoyo a Emprendedores y Empresarios, EXECyL, 2014.
- El método Lean Startup, Eric Ries, 2011, CAPÍTULOS 5, 6, 7 Y 8.
- Sistemas de Información Gerencial, 14º Edición, Laudon y Laudon, CAPÍTULO 3.
- Cloud Computing: tecnología y negocio, 1º Edición, Marta Beltrán Pardo y Fernando Sevillano Jaén, Ediciones Paraninfo, España, 2013 - CAPITULO 1.
- Sistemas de Información en la Empresa, 1º Edición, Luis Joyanes Aguilar, Alfaomega Grupo Editor, México, 2015 - CAPÍTULO 7.
- Sistemas de Información Gerencial, 14º Edición, Laudon y Laudon, CAPÍTULO 10.
- E-commerce 2013. Negocios, tecnología, sociedad, 9º Edición, Kenneth C. Laudon y Carol Guercio Traver, CAPÍTULO 2.