

En conjunto, estas fuentes de ingresos permiten a CuidaPet construir un modelo económico sostenible, alineado con su propuesta de valor y basado en la confianza entre usuarios, profesionales y servicios asociados.

6.- Canales

1. Canales de distribución

El principal canal de distribución de CuidaPet es la **propia aplicación móvil**, disponible en plataformas como **App Store y Google Play**. A través de este canal, los usuarios acceden directamente al servicio, a sus funcionalidades y a la red de profesionales asociados.

Se trata de un **canal directo y propio**, ya que no existen intermediarios entre CuidaPet y el usuario final, lo que permite un mayor control de la experiencia y de la relación con el cliente.

2. Canales de comunicación

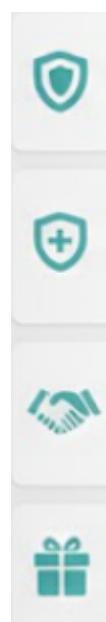
CuidaPet utiliza distintos canales de comunicación para dar a conocer su propuesta de valor y generar confianza con su público objetivo:

- **Redes sociales** (Instagram, TikTok, etc.), para conectar con una comunidad que comparte el vínculo emocional con las mascotas.
- **Marketing de contenidos** (blogs, guías, consejos), enfocado a aportar valor y posicionar la aplicación como una fuente fiable.
- **Colaboraciones con influencers y profesionales del sector animal**, que actúan como canales de comunicación indirectos y asociados, reforzando la credibilidad del proyecto.

Estos canales permiten trabajar las fases de **percepción y evaluación**, ayudando a que los usuarios conozcan CuidaPet y comprendan su utilidad antes de descargar la app.

3. Canales de venta

La venta de servicios y productos se realiza principalmente **dentro de la propia aplicación**, lo que convierte a CuidaPet en un canal de venta



directo. A través de la app, los usuarios pueden contratar servicios, acceder a recomendaciones o realizar pagos de forma segura.

Además, algunos servicios se ofrecen mediante **canales asociados**, como empresas de seguros o tiendas online, integradas en la plataforma mediante acuerdos de colaboración.

4. Relación postventa y fidelización

La fase de postventa se desarrolla principalmente a través de la aplicación, mediante:

- Notificaciones personalizadas.
- Seguimiento del usuario y de su mascota.
- Contenidos de apoyo y acompañamiento emocional.
- Atención al cliente y feedback continuo.

Este enfoque refuerza la fidelización y el vínculo a largo plazo con el usuario.

En conjunto, CuidaPet combina **canales directos e indirectos**, así como **canales propios y asociados**, cubriendo todas las fases del canal: percepción, evaluación, compra, entrega y postventa, y garantizando una experiencia coherente y centrada en el usuario.

7.- Relaciones con los clientes

Basaremos la relación con los clientes en **acompañamiento, confianza y cercanía**, reflejando la filosofía del proyecto: cuidar a las mascotas como miembros de la familia. La aplicación combina distintos tipos de relación según las necesidades de cada usuario: