



¡Adoptamiau!

Experiencia multimedia para promover la tenencia responsable antes de adoptar un gato en Gato Latte, Modelia, Bogotá

Proyecto de Grado
Lorette Catalina López Ardila
Sara Nataly Cárdenas Rozo

Bogotá D. C., 2023

¡Adoptamiau!

¡Adoptamiau!

Campaña multimediática para promover la tenencia responsable antes de adoptar un gato en Gato Latte, Modelia, Bogotá

Proyecto de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:

Diseñador Digital y Multimedia

Director (a):

Freddy Chacón Chacón

Línea(s) de énfasis:

Tecnología para producción multimedia

Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca
Facultad de Ingeniería y Arquitectura
Programa de Diseño Digital y Multimedia
Bogotá D. C., 2023

Aval del Proyecto

Firma del Director(a) de proyecto de grado

Firmas de los jurados

Dedicatoria

Para aquellos nobles, indefensos y desamparados peluditos que continúan sufriendo día y noche por el frío, la soledad, el hambre, el maltrato y demás, quienes aún no han dado con personas que les cuiden adecuadamente o ayuden a encontrar un hogar. Para todos los peluditos que han sido rescatados y se encuentran en hogares de paso, en espera de una buena familia. Para los animalitos que ya han encontrado un hogar, pero continúan sufriendo del maltrato y para quienes encontraron un hogar digno de ser para ellos.

A nuestros gatos, compañeros de vida que se desvelaron junto a nosotras, siempre siendo una motivación para buscar una manera de ayudar a quienes no tienen voz ni voto.

A nuestras familias y amigos que fueron parte del proceso, inspirándonos con sus ideas, su ayuda y motivación a no rendirnos en ningún momento.

Agradecimientos

Principalmente a nuestra familia, amigos y compañeros que hicieron parte de nuestra vida y desarrollo en la carrera en estos últimos 4 años, por sus ideas, su colaboración y los momentos en que volvían más livianos las épocas más difíciles. Por ese "es una salida tranqui". A los profesores que estuvieron presentes durante la realización del proyecto, por sus consejos y su gran conocimiento, aportando de manera significativa.

A todos los peluditos que por algún motivo se han cruzado en nuestra vida y nos han hecho ver un poco diferente la realidad, por la inspiración que nos brindaron, motivándonos a culminar este proyecto, buscando un mundo mejor para ellos y convertirnos en más humanas.

A Gato Latte por abrirnos sus puertas y priorizar primero la vida de los felinos antes que cualquier otra cosa. A todos aquellos que velan por el bienestar animal, ser conscientes de la responsabilidad que se requiere y por buscar promover esta cultura en las demás personas. Gracias a ustedes creemos que todavía se puede tener algo de fe en la humanidad.

Finalmente, a todas las personas que por equis o ye motivo fueron partícipes del proyecto en algún momento, por permitirnos mostrar un poco de nuestro proceso y contribuir en uno de los muchos proyectos que buscan que los animales sean vistos como iguales.

¡Adoptamiau!

“Me encantan los gatos porque me gusta mi casa; poco a poco, se convierten en el alma visible de mi hogar.”
- Jean Cocteau

Resumen

Se ha detectado que la calidad de vida de varios gatos en Colombia no es la mejor, asimismo no es diferente en la ciudad de Bogotá, en donde se siguen presentando casos de maltrato, abandonos, tortura y demás en los felinos. Lo anterior conlleva a la creación de refugios y hogares de paso que promueven la adopción en la ciudad, sin embargo, en muchos casos quienes quieren adoptar no tienen el conocimiento de la responsabilidad que esto requiere. Es por esta razón que el presente proyecto propone brindar una serie de herramientas por medio de una experiencia multimedia, teniendo en cuenta la metodología de Investigación Hernández Sampieri como método investigativo principalmente y la metodología CoCrearE para así comprender más a profundidad las necesidades del usuario, generando un mix en el que se pueda desarrollar una adecuada solución al problema, en donde se promueve la tenencia responsable en el café restaurante y hogar de paso Gato Latte en Bogotá, sobre los previos conocimientos que requiere antes de llevar a cabo el proceso de adopción y aportar a una mejora en la calidad de vida de los felinos.

Palabras clave: aplicativo móvil, experiencia multimedia, tenencia responsable, adopción gatuna, calidad de vida.

Línea(s) de profundización:

Tecnologías para producción multimedia.

Abstract

It has been detected that the quality of life in cats in Colombia is not the best, likewise it is not different in the city of Bogotá, where cases of abuse, abandonment, torture and others in felines continue to occur. This leads to the creation of shelters and foster homes that promote adoption in the city, however, in many cases those who want to adopt do not have the knowledge of the responsibility that this requires. That is the reason why the present project proposes to provide a series of tools through a multimedia experience, taking into account the Sampieri Research methodology as an investigative method mainly and the CoCrearE methodology in order to understand the user's needs more deeply, generating a mix in which an adequate solution to the problem can be developed, where responsible ownership is promoted and, in addition, a brief biography of the cats for adoption is shown to those who want to adopt, in the Gato Latte restaurant cafe in Bogotá, about the prior knowledge required before carrying out the adoption process and contribute to an improvement in the quality of life of felines.

Keywords: *Mobile app, multimediatric campaign, responsible ownership, cat adoption, quality of life.*

Research lines:

Technologies for multimedia production

Tabla de contenido

Aval del Proyecto	3
Dedicatoria.....	5
Agradecimientos	6
Abstract.....	9
Tabla de contenido	10
Listado de figuras	14
Listado de tablas.....	15
Listado de anexos.....	16
Capítulo 1	17
1.1 Introducción	18
1.2 Justificación	19
1.3 Definición del problema	21
1.4 Hipótesis de la investigación	22
1.4.1 Hipótesis explicativa	22
1.4.1 Hipótesis propositiva.....	22
1.5 Objetivos	23
1.5.1 Objetivo general.....	23
1.5.2 Objetivos específicos.....	23
1.6 Planteamiento metodológico	24
1.6.1 Investigación	25
1.6.2 Comprender	25
1.6.3 Crear	25
1.6.4 Evaluación	26
1.7 Alcances y limitaciones	26
1.7.1 Alcances	26

1.7.1 Limitaciones	26
Capítulo 2	28
2.1 Marco referencial	29
2.1.1 Antecedentes	29
2.1.1.1 Línea del tiempo de las políticas de bienestar animal y estrategias de diseño	30
2.1.2 Marco conceptual	33
2.1.3 Marco teórico contextual	35
2.1.2.1 Maltrato animal	35
2.1.2.2 Adopción	36
2.1.2.3 Tenencia responsable.....	36
2.1.2.4 Zoonosis.....	37
2.1.4 Marco teórico disciplinar	38
2.1.3.1 Corazoon peludo.....	38
2.1.3.2 Huellitas seguras	39
2.1.5 Marco institucional	40
2.1.6 Marco legal	41
2.2 Estado del arte.....	43
2.2.1 Estrategia comunicacional para incentivar la tenencia responsable de mascotas por parte de los usuarios del parque Metropolitano Guanguiltagua	43
2.2.2 Manual de tenencia responsable de animales	44
2.2.3 Smileypet	45
2.2.4 Mezcla de amor	46
2.2.5 Milú - Conectando amigos.....	47
2.2.6 Dogo - Juntamos almas gemelas	47
2.3 Caracterización de usuario	48

Capítulo 3	52
3.1 Criterios de diseño.....	53
3.1.2 Árbol de diseño.....	53
3.1.3 Requerimientos y determinantes de diseño	55
3.2 Hipótesis de producto	56
3.2.1 Hipótesis 1	56
3.2.2 Hipótesis 2	57
3.2.3 Hipótesis 3	57
3.3 Resultados de los testeos	57
3.3.1 Etapa Comprender - primer testeo	57
3.3.2 Etapa Crear - segundo testeo.....	60
3.3.3 Respuesta de diseño	63
3.3.4 Etapa Evaluación – tercer testeo	64
3.5 Prestaciones de producto.....	66
3.5.1 Prestaciones de producto	69
3.5.2 Aspectos de usabilidad	72
Capítulo 4	74
4.1 Estrategia de mercado.....	75
4.2.1 Segmentos de cliente	75
4.2.2 Propuesta de valor	75
4.2.3 Canales.....	75
4.2.4 Relaciones con los clientes.....	76
4.2.5 Fuentes de ingresos	76
4.2.6 Actividades clave	76
4.2.7 Recursos clave	77
4.2.8 Aliados clave.....	77
4.2.9 Estructura de costes	78

4.2 Conclusiones	80
4.3 Consideraciones	81
Referencias.....	83
Anexos	87



Listado de figuras

Figura 1. Metodología.....	24
Figura 2. Línea de tiempo de las políticas de bienestar animal y estrategias de diseño	30
Figura 3. Manual tenencia responsable de gatos	37
Figura 4. Mockup Valla publicitaria	39
Figura 5. Estrategia comunicacional para incentivar la tenencia responsable de mascotas.....	43
Figura 6. Manual de tenencia responsable de mascotas	44
Figura 7. Smileypet.....	45
Figura 8. Piezas gráficas para redes sociales	46
Figura 9. Mockup Facebook y aplicativo	47
Figura 10. Mockup aplicativo móvil	48
Figura 11. Stakeholder	49
Figura 12. Arquetipo de usuario.....	51
Figura 13. Árbol de objetivos de diseño	54
Figura 14. Matriz de Determinantes y requerimientos.....	55
Figura 15. Hipótesis de producto.....	56
Figura 16. Testeo a experto	59
Figura 17. Prototipo de baja fidelidad App móvil.....	61
Figura 18. Segundo testeo presencial	62
Figura 19. Diseño prototipo final App móvil	64
Figura 20. Testeo final.....	65
Figura 21. Diseño prototipo final App móvil	67
Figura 22. Manual Pre-adopción impreso y digital ¡Adoptamiau!	68
Figura 23. Piezas gráficas redes	69
Figura 24. Paletas de color.....	69
Figura 25. Iconografía	70
Figura 26. Jake, personaje	71
Figura 27. Logo ¡Adoptamiau!.....	72
Figura 28. Canvas estrategia de mercado	79

Listado de tablas

Tabla 1. Marco conceptual	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 2. Matriz testeo Experto	57
Tabla 3. Matriz testeo Usuarios	60

Listado de anexos

Anexo A. Portafolio Sara Cárdenas.....	87
Anexo B. Portafolio Lorette López.....	87
Anexo C. Árbol de problemas.....	87
Anexo D. Arquetipo de usuario.....	87
Anexo E. Boceto Manual pre - adopción felina.....	87
Anexo F. Prototipo Manual pre - adopción felina y pieza redes.....	88
Anexo G. Resultados de encuesta testeo 2.....	88
Anexo H. Productos.....	88

¡Adoptamiau!

Capítulo 1

Formulación del proyecto

1.1 Introducción

Si bien desde el Gobierno y la Institución Distrital de Protección y Bienestar Animal (IDPYBA en adelante) se han buscado diversas formas de solventar la degradación de vida en los felinos, esto no ha sido suficiente debido a que muchas personas realmente no comprenden lo que va a significar tener y volverse responsable de una vida gatuna, pasando por alto puntos importantes en lo que va a definirse la calidad de vida del animal.

Por otro lado, el café restaurante Gato Latte ha buscado contribuir a la solución del problema, construyéndose no sólo como un espacio en donde las personas pueden pasar un rato ameno y comer, sino también un espacio en el que pueden interactuar con felinos rescatados, apadrinar y/o adoptar, convirtiéndose de esta forma como un hogar de paso y, además, un hotel para gatos; el lugar cuenta con su propia veterinaria y mantienen contacto directo con los adoptantes para asegurar que la calidad de vida del felino no se está viendo afectada.

Sin embargo, en muchos casos quienes asisten al lugar con la intención de querer adoptar, no comprenden en totalidad la responsabilidad que este ser requiere, ignorando el proceso e incluso lo importante que es la interacción con el felino antes de llevar a cabo la adopción, además de desconocer el historial de los gatos, pasando por alto inclusive el por qué la personalidad de los mininos.

Teniendo en cuenta lo anterior, este proyecto identifica una oportunidad de mejora desde el Diseño Digital y Multimedia,

conjugando de esta forma la metodología de Investigación Sampieri (Hernández Sampieri, 2016) y la metodología CoCrearE (CoCrearE cartilla, 2022), formando cuatro pasos esenciales: investigar, comprender, crear y evaluación, para así comprender de una mejor manera la problemática, sus consecuencias y trazar los objetivos.

Observando que hoy en día la tecnología se presta para divulgar y promover de mejor forma la información, es pertinente para realizar una experiencia multimedia en donde se busca promover la tenencia responsable en el momento previo a comenzar un proceso de adopción, a aquellos que asisten a Gato Latte para adoptar, introduciéndoles en las diferentes responsabilidades comportamientos, necesidades, etc., de los felinos.

1.2 Justificación

Los animales son responsabilidad de todos los ciudadanos sin importar su cargo, según la Ley Marco de Autonomías y Descentralización: “El estado delega la responsabilidad a los municipios”, las responsabilidades que son competencia del Estado descienden a niveles de poder más específicos como lo son los gobiernos autónomos municipales. Asimismo, el artículo 3 de la Ley 1774 de 2016 declara que se debe mantener la protección de los animales, su bienestar y la seguridad social por parte del Estado, la sociedad y sus miembros, asistiendo y protegiendo a los animales, teniendo la responsabilidad de ser parte activa por la prevención y la eliminación del maltrato, crueldad y violencia contra los animales

(Congreso de Colombia, 2016).

La localidad de Fontibón, específicamente en el barrio Modelia, es una de las únicas zonas que cuenta con cuatro lugares de paso oficializados, en donde llevan gatos rescatados dentro o fuera de Bogotá y los dan en adopción y/o apadrinamiento; Gato Latte está ubicado en Modelia, allí ellos rescatan gatos o los rescatistas pueden llevarlos; se ubican en esta zona debido a que las personas llegan a adoptar no por su facilidad de adopción como en otras zonas de la ciudad, por ejemplo Ciudad Bolívar, sino por la calidad de vida que se le da al gato, en donde lo primordial son ellos.

Sin embargo, muchas personas que llegan a adoptar no conocen en totalidad lo que adoptar requiere, por lo que se encuentra una oportunidad de diseño por medio de una experiencia multimedia, buscando promover la tenencia responsable de gatos y, asimismo, contribuir no sólo al proceso de adopción del animal, sino también a mantener una buena calidad de vida del gato y adaptación a su nueva vida.

Este proyecto considera la propuesta de una mirada crítica e integral hacia el cuidado de las vidas de los felinos, visibilizando la realidad en que viven los seres sintientes de cuatro patas a causa de negligencia humana; con base a, se planifica brindar un contenido tanto creativo como llamativo, por medio de diseño digital y contenidos multimedia que permitan fortalecer lazos entre los adoptantes, Gato Latte y los gatos en adopción. Sensibilizar y promover la responsabilidad es un elemento clave que necesita comunicarse asertivamente, velando por el bienestar animal como

principio proyectual, de manera que se contribuya al desarrollo positivo de la población felina.

1.3 Definición del problema

Fontibón es una de las 5 localidades con mayor tasa de adopción animal en la ciudad de Bogotá (IDPYBA, 2021) y una de las 5 localidades con mayor tasa poblacional de animales, en el 2019 con una cifra de 99.455 animales (Alcaldía de Bogotá & IDPYBA, 2020). Aunque actualmente no se encuentran registros de la totalidad de gatos residentes en la localidad y la ciudad, se sabe que 6 de cada 10 hogares tienen al menos una mascota (La República, 2016). Según MinAmbiente (2022) “en Colombia no se cuenta con un registro completo de animales de compañía, por lo que no se puede saber con certeza el número de animales domésticos en el país” (p. 40).

Sin embargo, Gato Latte ocupa una cantidad 25 gatos en su hotel, 4 gatos en cuarentena (para evitar contagios con otros gatos debido a que llegaron recientemente) y 6 gatos en posibilidad de adopción, pero varias personas que llegan a adoptar tienen poco conocimiento o desconocen totalmente lo que tener un gato significa y requerirá.

De igual forma, tras una ardua investigación se pudo observar que existen diversos tips antes de adoptar un gato, pero no directamente un producto en donde se identifique todo lo que se necesita además de lo básico y, por parte de Gato Latte, se brinda un formato a diligenciar para la adopción y adecuación felina del futuro

hogar del gato y acompañamiento tras el proceso de pre y post -adopción, más no se informa de una manera receptiva, comprensiva y de fácil retención, cuáles son las responsabilidades que la persona va adquirir y los cuidados que el gato va a necesitar, dependiendo su caso.

Es por esto que, el presente proyecto, data de la problemática del desconocimiento de muchas personas antes de adoptar un gato, enfocado en Gato Latte en el barrio Modelia, Bogotá (ver Anexo C).

Siendo así, desde el diseño digital y multimedia, nace la pregunta: ¿Cómo desarrollar una experiencia multimedia que promueva la tenencia responsable y concientice sobre las responsabilidades, cuidados y necesidades de un gato a las personas que quieren acercarse a adoptar en Gato Latte?

1.4 Hipótesis de la investigación

1.4.1 Hipótesis explicativa

Las personas no son conscientes de los cuidados que se deben tener al adoptar un gato, lo que genera una degradación en la calidad de vida tanto de los adoptantes como del animal. Esto puede traer consecuencias de salubridad, maltrato o abandono.

1.4.1 Hipótesis propositiva

Se cree que por medio de contenidos digitales se puede concientizar a la población sobre el bienestar, responsabilidad y cuidado de los gatos antes de adoptarlos, con la intención de mejorar su bienestar y

calidad de vida.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Promover la tenencia responsable fortaleciendo la pre - adopción de gatos para contribuir a su calidad de vida, mediante el diseño de una experiencia multimedia en Gato Latte, Modelia, Bogotá.

1.5.2 Objetivos específicos

- Determinar el proceso de adopción de felinos en Gato Latte centrandó la atención en procesos comunicativos dirigidos a los potenciales usuarios.
- Plantear una experiencia multimedia que pueda conocer el potencial adoptante y fortalezca el proceso pre - adopción de un felino.
- Evaluar el producto mediante retroalimentaciones del proyecto con base a procesos de CoCreación.

1.6 Planteamiento metodológico

Para el desarrollo del presente proyecto se traza una conjunción de la metodología de Investigación Hernández Sampieri (2016), como método principal de investigación e inmersión, y la metodología CoCrearE (2022), posibilitando generar ideas innovadoras para así poder prototipar y crear un producto que impacte, asimismo evaluando los resultados de este.



Figura 1. Metodología
Fuente: Elaboración propia

1.6.1 Investigación

Tomada de la Investigación Hernández Sampieri, es una etapa de indagación respecto al tema y la problemática evidenciada mediante recolección de datos tanto cualitativos, cuantitativos o mixtos, buscando tener referentes teóricos y conocer el entorno del problema, brindando inmersión en el contexto. Esta metodología también es aplicada de cierto modo en las demás fases.

1.6.2 Comprender

A partir de esta etapa se hace uso de la metodología CoCrearE. Aquí se busca comprender al usuario, teniendo en cuenta sus necesidades y el estado actual en el que se competen entendiéndose como actores/público que participen e influyan, penetrando más a fondo en el tema para así generar ideas de una posible solución a la problemática.

1.6.3 Crear

Durante esta etapa se inicia el proceso de creación. Para ello se plantean hipótesis de la posible solución, identificando aspectos creativos para un producto bien diseñado. A continuación, se inicia el proceso de diseño, realizando el prototipo del producto y se realizan diversos testeos para realizar mejoras. También se analiza la comunicación asertiva del producto.

1.6.4 Evaluación

Para esta etapa se hace la publicación del producto final y se realiza la evaluación de este mediante testeos, resultados y análisis de impacto.

1.7 Alcances y limitaciones

1.7.1 Alcances

- Generar conciencia e incentivar la responsabilidad al adoptar un gato con ayuda de Gato Latte por medio de la creación de contenidos multimedia.
- Por medio de redes sociales y medios masivos de comunicación se puede mostrar una breve biografía de los gatos en adopción, en donde se puede comprender el comportamiento del felino, informar su edad, su historial y los cuidados que necesita.
- La interactividad del usuario por medio de redes sociales y medios masivos de comunicación es fundamental para así generar conciencia y que las personas recuerden de forma sencilla la información brindada, buscando mejorar la calidad de vida del gato que se va a adoptar.

1.7.1 Limitaciones

- Las personas que no quieran tomar responsabilidad dentro

de la problemática dependen de sus aspectos culturales y la forma en la que hayan sido criados, generando tanto personas que no sean conscientes de los cuidados de un gato y sus necesidades (enfermedades, comida, hidratación, etc.), así como dueños que tienen poca responsabilidad con sus gatos, llegando a maltratarlos.

- La falta de interés de las personas que quieren adoptar, en conocer cuáles son las responsabilidades que va a requerir el animal y van a buscar otro espacio en donde no se haga un procedimiento muy largo para la adopción, degradando de esta forma la calidad de vida de otro gato en la ciudad.
- Las personas con alergias o enfermedades graves podrán tomar conciencia y conocer los requerimientos antes de adoptar un gato, pero no tomarán acción debido a su condición.

¡Adoptamiau!

Capítulo 2

Base teórica del proyecto

2.1 Marco referencial

En el presente capítulo se contextualiza el proyecto en desarrollo, enfocándose en temáticas sociales, legales y soluciones similares al de la problemática, brindando así posibles estrategias que podrían ser implementadas, además, de generar aportes puntuales que contribuyan a la búsqueda de una solución y la creación de un producto de diseño.

2.1.1 Antecedentes

De acuerdo con Juan Pablo Olmos, coordinador de Participación Ciudadana del IDPYBA (2018) *“Creemos que cuando una sociedad ve a los animales como parte de ella, empiezan los cambios de comportamiento entre las personas”*, entendiéndose como un bien común al reducir el riesgo de zoonosis, casos de maltrato animal y abandonos. Con este fin, se han desarrollado campañas dirigidas a, en su mayoría, la adopción animal con sus debidos requerimientos y diversas soluciones para mascotas, enfocándose en una difusión mediante voz a voz en dichas actividades.

Considerando el ámbito social y tecnológico se tomó en cuenta tanto la apreciación de Olmos (2018) *“Toda mejora para la calidad de vida para los animales es una mejora para la calidad de vida de las personas. Hay que generar cultura”*, como el gran potencial de los medios en mover masas, comunicación y concientización a las personas. Con el fin de comprender qué se ha hecho a favor de los animales a manera nacional, se identificó la

creación de fundaciones que velan por los animales, leyes de bienestar y protección como marco legal de nuestra solución. Y en lo que respecta del medio ambiente se tiene como principal instancia el riesgo de las enfermedades zoonóticas que no afecta únicamente a las mascotas, también compete la degradación del ecosistema en general.

Acorde a las metas trazadas para el proyecto y contribuir al desarrollo de la línea de tiempo, se realizó la investigación teniendo en cuenta los siguientes ámbitos: salubridad, jurídico, social, institucional e investigativo.

2.1.1.1 Línea del tiempo de las políticas de bienestar animal y estrategias de diseño

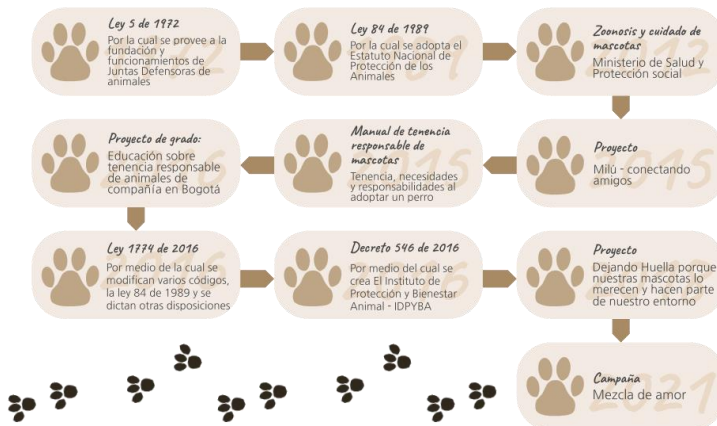


Figura 2. Línea de tiempo de las políticas de bienestar animal y estrategias de diseño

Fuente: elaboración propia

Las políticas de bienestar animal y estrategias de diseño para promover la tenencia responsable, de protección animal datan del año 1972 hasta el año 2021 (Fig. 2). Comenzando así con la Ley 5 de 1972 en donde se establece la fundación y funcionamiento de las Juntas Defensoras de Animales, estipulando de este modo en el Artículo 3 que *“Corresponde a las Juntas Defensoras de Animales promover campañas educativas y culturales tendientes a despertar el espíritu de amor hacia los animales útiles al hombre, y evitar actos de crueldad, los maltratamientos el abandono injustificado de tales animales.”* (Congreso de la república de Colombia, 1972).

Así pues, continúa la Ley 84 de 1989 *“Por la cual se adopta el Estatuto Nacional de Protección de los Animales y se crean unas contravenciones y se regula lo referente a su procedimiento y competencia”* (Estatuto Nacional de Protección de los Animales, 1989), en donde se tratan e incluyen temas de protección a los animales, deberes con los animales, crueldad contra ellos, multas por maltrato animal, sacrificio con los animales, entre otros.

En el año 2012 se define la Zoonosis y establecen cuidados de las mascotas por parte del Ministerio de Salud y Protección Social, con el fin de exponer los orígenes de transmisión de enfermedades entre especies, los tipos y los posibles riesgos en la salud de los seres vivos.

Para el año 2015 se realizó el proyecto Milú - conectando amigos, con el cual se crea una aplicación móvil para adoptar en diferentes refugios de Bogotá de manera sencilla, mediante un test de compatibilidad. En el transcurso de este mismo año, se realiza el

Manual de tenencia responsable de mascotas (Orrego Larraín, C., 2015), en donde se busca promover la tenencia responsable, necesidades y cuidados sobre un perro para así adoptar conscientemente y darle un hogar digno a estos animales.

Durante el 2016 acontecen 3 factores claves. El primero de ellos el proyecto de grado Corazoon Peludo, realizado en la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, con el que se busca educar a los ciudadanos de Bogotá sobre la tenencia responsable de animales de compañía; el segundo, la Ley 1774 de 2016 "*Por medio del cual se modifican el código civil, la ley 84 de 1989, el código penal, el código de procedimiento penal y se dictan otras disposiciones*" (Congreso de Colombia, 2016), en el que se estipula la diferencia entre objetos y animales, dejando claro que los animales son seres sintientes, así como declarar los principios de los humanos hacia ellos, delitos en su contra, etc.; finalmente para este año el Decreto 546 del 2016 da origen al Instituto de Protección y Bienestar animal (IDPYBA), además, de crear el sector administrativo del mismo, sus funciones, los recursos y patrimonio, entre otras.

El proyecto Dejando huella porque nuestras mascotas lo merecen y hacen parte de nuestro entorno, fue realizado en el 2018 por profesores de la Institución educativa Distrital Arborizadora alta, con el fin de "*propiciar el cambio de actitud desde el conocimiento, la reflexión y la concientización frente a la tenencia responsable de animales de compañía*" (Pulido Rojas, Y.; Vergara Nieto, B.J; Castaño, S; García Barón, D & Alarcón Vanegas, M, 2018) en los estudiantes de la institución, el cual logró una concientización en los

estudiantes, especialmente de grados de 3° y 4° de primaria.

Finalmente, en el 2021, en Bogotá, se realizó una campaña llamada Mezcla de Amor, la cual buscaba promover la adopción de mascotas en personas de estratos 3, 4 y 5, priorizando la salud del animal y generando un cambio en el pensamiento de las personas, creando un filtro de Instagram, piezas gráficas, mensajería, anuncios, página web y formularios de adopción.

2.1.2 Marco conceptual

A continuación, se mencionan y definen los conceptos fundamentales más utilizados en el contexto, permitiendo así el desarrollo adecuado del proyecto.

Tabla 1. Marco conceptual

Fuente: Elaboración propia

Bienestar animal (Brambell, 1965; Hughes, 1976; Fraser y Broom, 1990)	El bienestar animal es el estado de salud física y mental del individuo que le permita manifestar su comportamiento natural, tendiendo a que los animales se vean libres de dolor, lesión, enfermedad, tensión, sufrimiento, cansancio, traumatismo y miedo durante su producción, traslado, exhibición, comercialización y faena. Por ello, el bienestar comprende tanto el satisfacer las necesidades del animal como el evitarle sufrimientos.
---	---

Tenencia responsable (Minsalud, Dirección de Promoción y Prevención Subdirección de Salud Ambiental, 2017)	Quien sea tenedor de un animal de compañía o producción debe asumir la responsabilidad de garantizar sus necesidades básicas, desde su alimentación hasta su atención médico-veterinaria; también se debe tener en cuenta la necesidad de controlar su reproducción cuando sea necesario y tomar la decisión de garantizar una muerte digna sin dolor, lo que también implica el disponer de manera adecuada el cadáver del animal como una posible fuente de riesgo biológico (p. 4).
Calidad de vida (OMS, 1994)	Es un concepto multidimensional y complejo que incluye aspectos personales como salud, autonomía, independencia, satisfacción con la vida y aspectos ambientales como redes de apoyo y servicios sociales, entre otros.
Adopción responsable (PAOT, OIE, 2019)	Aquel animal en condiciones de ser entregado a una persona para que éste asuma a cabalidad la responsabilidad de su cuidado, satisfaciendo sus necesidades conductuales, ambientales y físicas, así como prevenir los riesgos que pueda presentar para una comunidad, otros animales o el medio ambiente.
Experiencia multimedia (Peláez, C. et al., 2019)	Experiencia que combina diferentes medios de información, tanto texto, audio, imagen y vídeos, con el objetivo de permitir al usuario interactuar y ofrecer una retroalimentación en tiempo real.

Fuente: Brambell, 1965; Hughes, 1976; Fraser y Broom, 1990; Minsalud, Dirección de Promoción y Prevención Subdirección de Salud Ambiental, 2017; OMS, 1994; PAOT, OIE, 2019; Peláez, C. et al., 2019.

2.1.3 Marco teórico contextual

Se enfoca entorno a los conceptos involucrados en el desarrollo del proyecto:

2.1.2.1 Maltrato animal

La crueldad hacia los animales va desde el maltrato, las negligencias en los cuidados básicos, abandono y exterminio. Este tipo de maltratos son ocasionados por dos factores: el primero asociado al maltrato indirecto, en el que se presenta inacción por parte de las personas frente a casos de abandono en las localidades, así como la deforestación y explotación de recursos; y el segundo, relacionado al maltrato intencional directo ejercido por el ser humano, que puede llevar a casos extremos como tortura u homicidio. Según la Ley Marco de Autonomías y Descentralización, los animales callejeros se convierten en responsabilidad del Estado, descendiendo a niveles de poder más específicos como lo son los gobiernos autónomos municipales. Sin embargo, en una visión poblacional los animales en estado de abandono o calle son responsabilidad que nos compete a todos.

Ahora, la solución al problema no es promover la adopción, es atacar la falta de cultura y conciencia en los ciudadanos al abandonar los animales, generando como efecto secundario sobrepoblación de estos al evadir en gran manera la esterilización, convirtiéndose en una problemática ciudadana, social, ecológica y medio ambiental. A raíz del abandono y demás es que surgen los casos de zoonosis conocidos como enfermedades transmisoras.

2.1.2.2 Adopción

A términos muy generales, adopción se define a la incorporación de lo ajeno como propio, por ejemplo, una opinión, una idea, un ser vivo, etc.

Siguiendo esta misma línea, la adopción animal es el proceso en el que se toma la responsabilidad de un animal al que anteriormente ha sido abandonado o ha vivido siempre a su intemperie, con el fin de garantizar su bienestar. Según El blog de Areandina, 2019, *“la comprensión, empatía y adecuaciones son necesarias para lograr adaptar a un animal en situación de calle u otra circunstancia, en un nuevo entorno que promete mejorar su calidad de vida”*.

2.1.2.3 Tenencia responsable

Su definición no se enfoca únicamente en tener un ser de compañía, concierne en comprender el tipo de animal que se adquiere como mascota, su personalidad y forma de actuar. Además, el adoptante asume la responsabilidad que conforma satisfacer necesidades básicas como la alimentación, higiene, libertad de expresión y movimiento, vivienda, seguridad y atención veterinaria a tiempos regulares. Además de controlar su reproducción por el bien tanto común como del ser vivo y poder garantizar una muerte digna y sin dolor o sufrimiento. (Minsalud, págs. 4-6)

La relación del ser humano con los animales de compañía puede resultar en una tenencia responsable e irresponsable, siendo esta última una de las principales causas de abandono de perros y

gatos en las calles de Bogotá (Gamba, 2016). Hay diversidad de reglas, compromisos y necesidades que requieren los animales, a manera de informar y contextualizar a los ciudadanos se han elaborado diversos manuales de tenencia responsable para perros y gatos (Fig.3).



Somos una corporación sin fines de lucro en Santiago de Chile. Trabajamos por los gatos rescatados y su inserción responsable en la sociedad desde un enfoque educativo y terapéutico. Somos personas convencidas de que los gatos son maravillosos animales de compañía, y que, además, tienen un potencial terapéutico único. Nuestro objetivo es promover sus poderes, derribar los mitos que hay respecto a ellos y educar en su tenencia responsable.

Figura 3. Manual tenencia responsable de gatos
Fuente: sietevidas.org

2.1.2.4 Zoonosis

Cualquier enfermedad y/o infección que es naturalmente “*transmisible desde animales vertebrados al hombre*”, es clasificada como zoonosis de acuerdo con la publicación de la Organización Panamericana de la Salud (OPS).

La zoonosis, son todas aquellas enfermedades que se pueden transmitir de animales a humanos o viceversa, por tanto, no sólo afecta a los animales, por temas de salubridad también podría afectar a los ciudadanos de manera grave, se puede transmitir por

medio de virus, parásitos, agentes o bacterias, inclusive alimentos.

Algunas de las enfermedades más conocidas son la rabia, la fiebre amarilla, Moquillo, Encefalitis Equina Venezolana, Encefalitis Equinas del Este y Oeste, Leptospirosis, Brucelosis, Tuberculosis Bovina, Cisticercosis, Carbunco Bacteriano, Toxoplasmosis, Influenza Aviar, Influenza Porcina y Coronavirus. (Ministerio de salud y protección social, 2023)

2.1.4 Marco teórico disciplinar

Dentro del área de diseño la creación de proyectos en pro de los animales marca una distinción importante, por lo que los términos utilizados dentro de estos y su impacto se tienen en cuenta para el proceso del proyecto en curso.

2.1.3.1 Corazoon peludo

El proyecto de grado de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca se basa en la educación sobre tenencia responsable de animales de compañía en Bogotá. En este proyecto se realizó una investigación acerca de la desinformación de las personas en temas de adopción y la razón por la cual existen muchos animales en condición de calle y maltrato dentro de sus hogares. Además, tenía como objetivo generar conciencia dentro de las personas, desde niños hasta adultos, por medio de un aplicativo en donde se puede interactuar de manera simple e informativa sobre los cuidados que las mascotas necesitan dependiendo de su especie (perro o gato).

2.1.3.2 Huellitas seguras

Este es un proyecto de grado de la Universidad del Azuay para la licenciatura en Diseño Gráfico, que consta del diseño de un producto gráfico para reflexionar sobre la tenencia responsable de mascotas, buscando generar conciencia en los dueños sobre sus necesidades, desde su cuidado de salud (veterinario) hasta su alimentación, y de la misma forma motivarles a ver a su mascota como parte de la familia, teniendo derecho a una vida digna. Se realizaron 3 historias por medio de piezas gráficas publicadas en Instagram, mallas publicitarias para las historias, merchandising y folletos, con el fin de captar la atención de los usuarios, con recursos impactantes para que de esta forma los usuarios pudiesen recordar fácilmente la información (Fig.4).



Figura 4. *Mockup Valla publicitaria*
Fuente: Huellitas seguras

2.1.5 Marco institucional

Gato Latte Home fue fundado en el año 2018, por Alexandra Benavidez. El concepto está basado en Cat Cafés de París y Japón. Alexandra obtuvo esta idea durante sus viajes; por lo cual decidió emprender esta labor como un bien social dentro de la ciudad de Bogotá, ya que notó que en la capital deambulaban muchos gatos.

El emprendimiento comenzó en el barrio Chapinero, cerca de la Universidad Javeriana. A pesar de su buena localidad, las personas no se acercaban mucho a adoptar a los gatos, sino más bien a pasar un rato ameno y comer, ya que quienes más asistían eran los universitarios. Tras la llegada de la pandemia en el año 2020, el mantenimiento del lugar fue difícil debido a que era arrendado y no había clientes, por lo cual Alexandra y su hermana Katherine, la veterinaria de los gatos, decidieron mudar el café de sitio, a un lugar propio. Tras un período de búsqueda, localización y en pro de los animales, notaron que el lugar óptimo para ir era Modelia, Fontibón.

Aunque el traslado fue difícil, especialmente para los felinos debido a sus costumbres, la nueva ubicación fue un éxito. Al lugar comenzaron a llegar personas que buscaban adoptar o apadrinar en muchos casos, más que a comer, dando inicio así, a los buenos tiempos para Gato Latte, permitiendo mantener una sostenibilidad económica mediante el restaurante, las donaciones, los apadrinamientos y algunos convenios. A la fecha, Gato Latte cuenta con más de 100 gatos dados en adopción, el restaurante, un hotel felino con un aproximado de 25 gatos (incluyendo gatas con crías),

apadrinamientos y adopciones, con una cantidad de 6 gatos en posibilidad de adopción y 2 en aislamiento. Cada vez que un felino nuevo llega al lugar, es importante que sea negativo a virales, de ser el caso contrario, el gato será puesto en cuarentena hasta que este recuperado, de igual forma, cada felino tiene un tiempo de aislamiento que permitirá el reconocimiento con los demás gatos.

2.1.6 Marco legal

Dentro del contexto legal colombiano, los animales se tienen en cuenta con la creación de la Ley 5 de 1972 por parte del Congreso, en la que se legislan la creación de las Juntas Defensores de animales en los municipios del país, teniendo como punto base que cada junta cuente con un apoyo por parte del gobierno, haciendo las diferentes prestaciones de servicios veterinarios con apoyo de la policía, quien además vigila el cumplimiento de la norma, teniendo en cuenta los auxilios, donaciones y demás ingresos dentro de las instituciones.

Con el paso del tiempo y para continuar velando por el bienestar de los animales, se realizó la Ley 84 de 1989 en donde se brinda especial protección contra el sufrimiento y dolor que causen las personas en ellos, declarando de esta misma forma los deberes que tenemos como comunidad para con los animales, así como los diferentes tipos de crueldad contra ellos y las diferentes sanciones que se impondrán en caso de incumplimiento de la misma. Con esta ley no sólo se busca velar por los animales domésticos, también se

busca el bienestar con los animales silvestres dentro del país.

Sin embargo, en el año 2016 se realiza una modificación en la ley 84, creando de esta forma la Ley 1774 de 2016, en donde no sólo se modifica dicha ley, sino también el código penal, el código de procedimiento penal y otras disposiciones. En esta ley se pacta que los animales no son objetos, son seres sintientes que merecen especial protección y las personas debemos tener unos principios y deberes a su favor, aumentando de esta misma forma las multas para quienes causen actos de crueldad contra estos.

Con esto, dentro del decreto 546 del 2016 se realiza la creación del primer Instituto de Protección y Bienestar Animal en la capital. En el decreto también se estipulan las funciones y objetivos del instituto, resaltando una vez más el bienestar de las mascotas dentro de la ciudad.

Así pues, en la Ley 2054 de 2020 se realiza la modificación de la Ley 1481 de 2016 y se dictan otras disposiciones, en donde se postula la figura de las entidades con la capacidad de mantener animales domésticos y velar por su salud, los cumplimientos que requerirán y el artículo 117, en donde se declara lo siguiente:

“ARTÍCULO 117. Tenencia de Animales domésticos o Mascotas. *Solo podrán tenerse como mascotas los animales así- autorizados por la normatividad vigente. Para estos animales el ingreso o permanencia en cualquier lugar, se sujetará a la reglamentación de los lugares públicos, abiertos al público o edificaciones públicas.*” (Congreso de Colombia, 2020)

2.2 Estado del arte

2.2.1 Estrategia comunicacional para incentivar la tenencia responsable de mascotas por parte de los usuarios del parque Metropolitano Guangüiltagua

Con este proyecto se busca informar, concientizar y poner en práctica la ordenanza municipal y reglamentos del parque Metropolitano Guangüiltagua, mediante el diseño gráfico y la comunicación visual, queriendo generar conciencia en el ciudadano, para que a su vez encuentre armonía con el ambiente y la reglamentación implementada, así como incentivar la tenencia responsable de las mascotas.



Figura 5. Estrategia comunicacional para incentivar la tenencia responsable de mascotas

Fuente: <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/7192> - tesis

2.2.2 Manual de tenencia responsable de animales

El proyecto fue planteado por Edison Sánchez Sánchez, Juliana Mira Hernández y Mónica Marcela Gaviria Calle, estudiantes de ciencias animales de la universidad Corporación Universitaria Lasallista. El manual tiene como objetivo brindar información acerca del cuidado y la tenencia responsable de mascotas. En él, se recalca la importancia de un animal y la responsabilidad que conlleva su tenencia, al igual, de la necesidad de reconocerlos como seres vivos, la importancia de identificar sus necesidades físicas y emocionales, y de brindarles un trato adecuado. Además, allí se enseñan cuidados básicos, alimentación, sugerencias médicas, planes sanitarios, problemas de conducta, mascotas geriátricas y finalmente cómo lidiar con la muerte.



Figura 6. *Manual de tenencia responsable de mascotas*
Fuente: Manual de tenencia responsable de mascotas

2.2.3 Smileypet

El fin de este proyecto es que los integrantes de la asociación “Mi Pequeño Hermano”, Cajamarca 2019, respetaran los cuidados correspondientes a la tenencia responsable de perros, tales como salud y ejercicio. Desarrollando un aplicativo, el objetivo fue determinar su fiabilidad para la tenencia responsable de mascotas en los integrantes. Sin embargo, tras la finalización y la prueba del proyecto, se arrojaron resultados de que pocos cumplen con la frecuencia recomendada por los expertos sobre la higiene (28%).



Figura 7. Smileypet

Fuente: <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/27901> - tesis

2.2.4 Mezcla de amor

Mezcla de amor es un proyecto que buscaba mostrar a personas de estrato 3, 4 y 5 que las mascotas, tanto de pedigrree como mestizas, podían tener una buena calidad de vida. En esta campaña se promovía la adopción mediante marketing y publicidad, evidenciando los beneficios de adoptar una mascota, además de generar un cambio en el pensamiento de la población, que como último fin intentaba disminuir la venta de mascotas y aumentar la adopción responsable de las mismas.



Figura 8. Piezas gráficas para redes sociales
Fuente: Mezcla de amor

2.2.5 Milú - Conectando amigos

Milú es una aplicación de adopción en la cual el proceso adoptivo es más entretenido, sencillo y rápido. Dentro de la aplicación se puede apreciar el perfil de los animales en adopción, poner en adopción un animal, la galería de las mascotas adoptadas y un espacio llamado “Mi amigo” en donde se observa el perfil completo de la mascota adoptada.



Figura 9. Mockup Facebook y aplicativo
Fuente: Milú - Conectando amigos

2.2.6 Dogo - Juntamos almas gemelas

Buscando una solución al problema de la poca adopción y tenencia responsable para perros en las fundaciones de la ciudad de Medellín, este proyecto creó un aplicativo que contacta el adoptante con las

fundaciones que tienen perros en adopción, asimismo, permite la creación de un perfil para cada mascota, en donde se describe su personalidad, comportamiento y nivel de relación con las personas. Además, posee un servicio antes, durante y después de la adopción, en el cual las personas pueden ver el perro con el que hicieron conexión, conocerlo, realizar el proceso de adopción y mantener a los albergues en contacto con el usuario para garantizar las condiciones del animal luego de su adopción.



Figura 10. *Mockup aplicativo móvil*
Fuente: Dogo - Juntamos almas gemelas

2.3 Caracterización de usuario

Con el fin de conocer a nuestro usuario ideal, se tuvo en cuenta el problema, las entrevistas realizadas a expertos y el lugar de enfoque,

para desarrollar un Stakeholder en el que se reconocen las personas, instituciones y colectivos involucrados en la situación (Fig. 11).

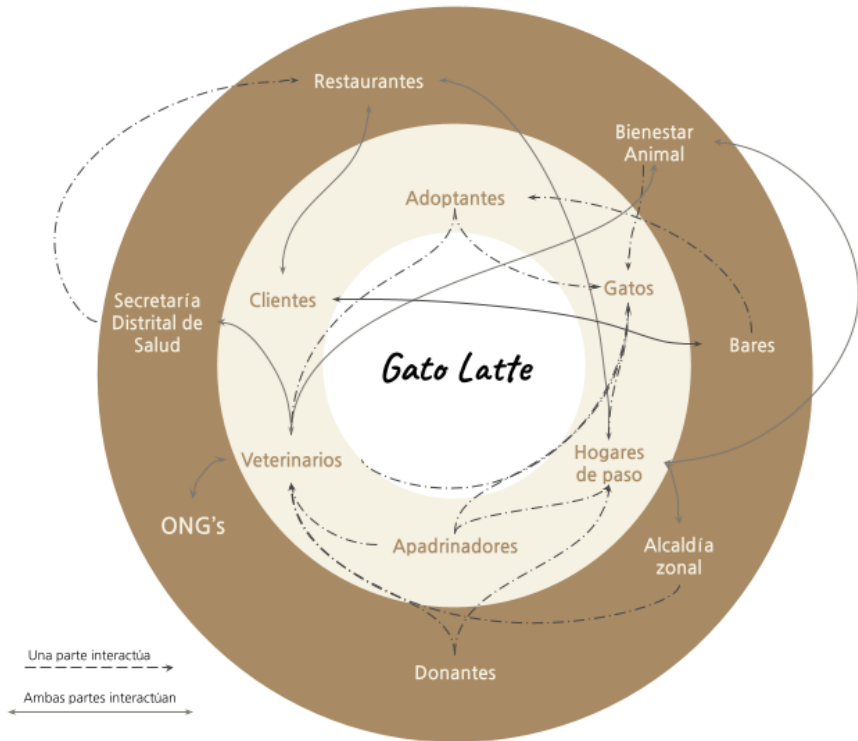


Figura 11. Stakeholder
Fuente: elaboración propia

Acorde a la información recopilada y una inmersión en el contexto mediante una actividad de visita, observación y entrevista al hogar de paso, restaurante, café y hotel de gatos Gato Latte, se identificó el tipo de población que frecuenta el café, al igual que los

rangos de edad de los poseedores de mascotas. Con esta información, se generaron las tarjetas persona para identificar estrategias y deficiencias de los involucrados. Posteriormente, se realizaron los arquetipos de los posibles usuarios identificados (ver Anexo D) y, finalmente, se determinaron dos potenciales usuarios:

- El primero, un ciudadano protector que quiere adoptar un felino, buscando la forma de hacerse responsable y cuenta con facilidades tecnológicas como, por ejemplo, un celular o un computador.
- El segundo, busca apadrinar un felino que reside en Gato Latte. Este usuario tiene la posibilidad de apoyar económicamente animales. Además, es consciente de que su decisión puede cambiar la vida de un ser vivo y aportar al medio ambiente desde su alcance.

Analizando las tarjetas persona y los arquetipos de estos dos usuarios, se llegó a la conclusión de que el usuario ideal para el desarrollo del proyecto en curso son aquellas personas que quisieran adoptar un gato, con un rango de edad entre los 20 y 30 años, dejando como usuario indirecto los apadrinadores. Es por esto que, para precisar, comprender y caracterizar mejor al usuario, se desarrolló un arquetipo final.

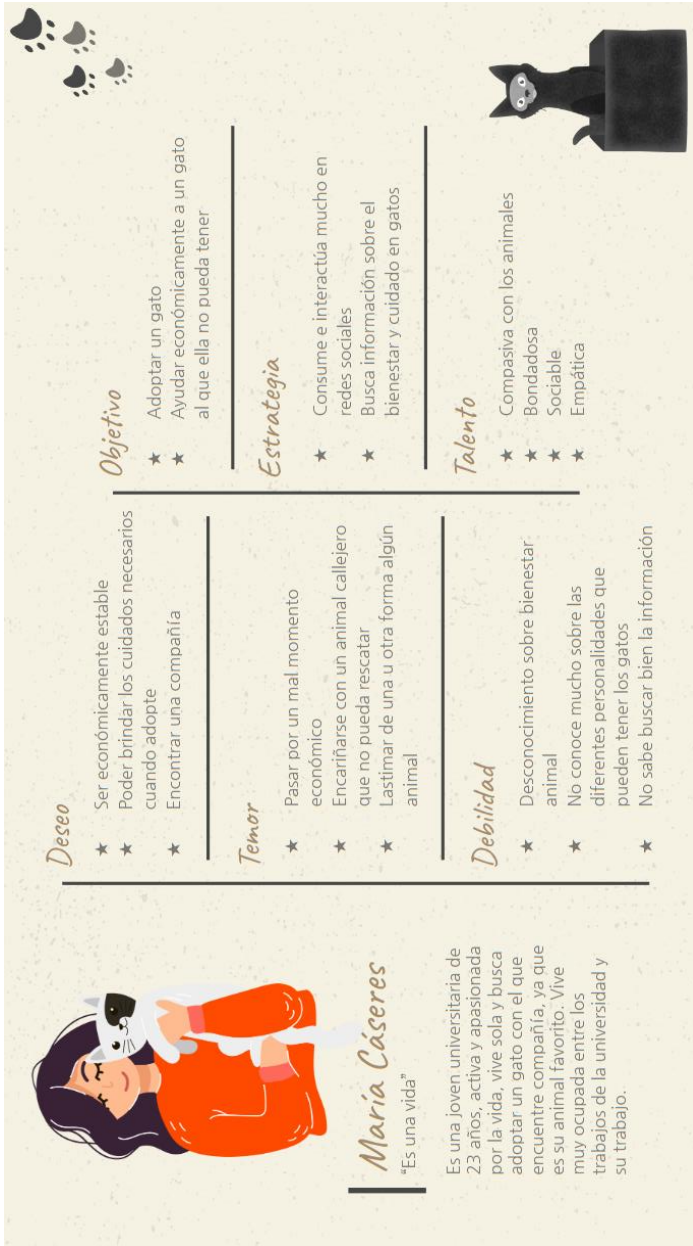


Figura 12. Arquetipo de usuario
Fuente: elaboración propia

¡Adoptamiau!

Capítulo 3

Desarrollo de la metodología, análisis y presentación de resultado

3.1 Criterios de diseño

Se visibilizó como oportunidad de diseño generar un producto que fortalezca el pre - proceso de adopción, considerando la oportunidad de contribuir al proceso de adopción en Gato Latte.

Es por esto que, en un principio se desarrollaron productos digitales, para identificar y comprender de mejor forma la interacción y la recepción del usuario con la información que se le va a brindar. Dentro de este proceso de creación, se observó que lo más conveniente para que los usuarios comprendan la información, es de manera interactiva.

Siendo así, como criterios principales de diseño, se tuvo en cuenta la interacción, la recepción de información y el llamado a la acción, desarrollando productos tanto digitales, como manuales.

3.1.2 Árbol de diseño

El árbol de objetivos se desarrolla mediante el objetivo principal, desarrollándose a través de 3 ramas principales, visibilizando elementos importantes a cumplir dentro y a través del producto (Fig. 13).

<Para la rama conocer, se busca que dentro del producto el usuario pueda conocer tanto las responsabilidades, como el historial de los felinos en adopción y el proceso de adaptación y adopción.

Para la rama de comprender se considera que la información debe ser recordada y comprendida fácilmente, de igual forma el usuario comprende que los felinos necesitan de mucho amor y paciencia y

que su calidad de vida no puede verse afectada.

Finalmente, dentro de la rama de aplicar, tiene como fin que los usuarios apliquen los aprendizajes que obtienen a través del producto con los felinos y, asimismo, motivar a las personas a que adopten por convicción y con responsabilidad.

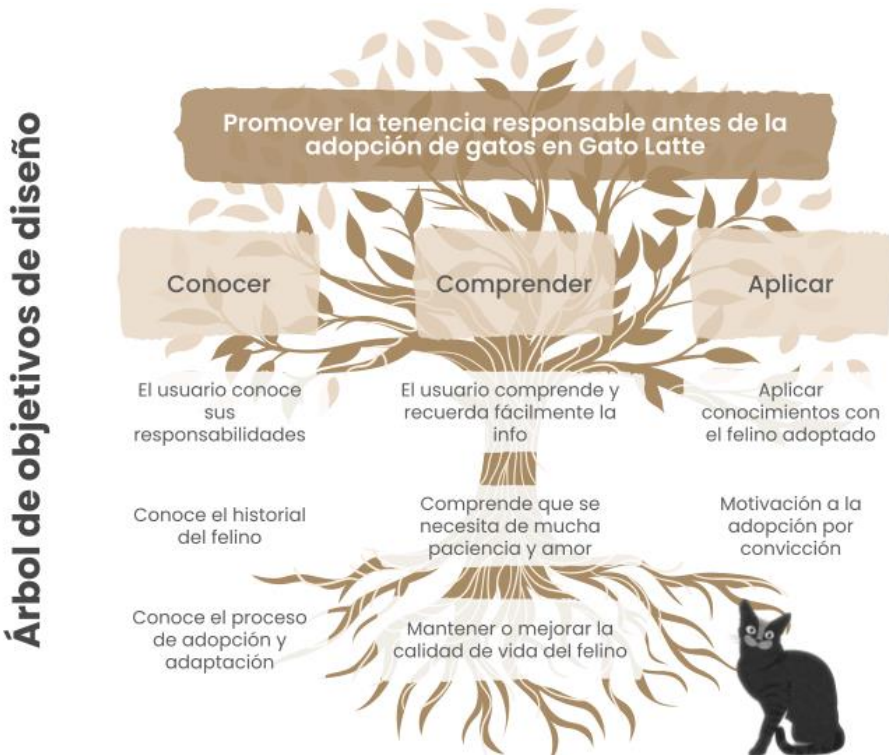


Figura 13. *Árbol de objetivos de diseño*
Fuente: *Elaboración propia*

3.1.3 Requerimientos y determinantes de diseño

Para plantear los determinantes y requerimientos de diseño, fue elaborada una matriz desde 3 jerarquías, en los cuales se plantean los parámetros necesarios para continuar con la fase de desarrollo del producto, buscando que se cumplan las características necesarias según el problema, los objetivos y el usuario.

A continuación, se presenta la matriz en mención, según el usuario, el contexto y el producto:

Problema	Factor	Sub Problema	Requerimientos	Parámetros
El desconocimiento de las personas antes de adoptar un gato, enfocado en Gato Latte en el barrio Modelia, Bogotá.	Usabilidad	Saturación de la información en el test pre-adopción Los clientes del café evidencian un desconocimiento sobre el significado de adopción	Intuitivo Generar conciencia	Posibilitar el deseo del usuario a tener la mayor interacción, generar contenidos en varios formatos para posibilitar la difusión.
	Funcionamiento	El usuario puede perder la atención Los redireccionamientos pueden confundir	Llamativo Multifuncionalidad Creatividad	Contenido multimedial, contenidos con lenguaje atractivo y amigable, instrucciones de uso.
	Incentivo	Retentiva de la información, aplicable	Llamado a la acción Expectativas Informativo	Participación, información verídica y fácil acceso.

Figura 14. Matriz de Determinantes y requerimientos
Fuente: Elaboración propia

3.2 Hipótesis de producto

Con base a la recopilación de las investigaciones, la inmersión en el contexto, el planteamiento de los determinantes y requerimientos de diseño, se plantearon 3 hipótesis descritas a continuación y evidenciadas en la figura 15:

<i>Hipótesis producto</i>	<i>Prototipo</i>	+	-
<p>La conciencia lograda por medio de un aplicativo móvil el cual se difunde por redes sociales posibilita una campaña multimediática a los adoptantes antes de realizar dicha adopción, promoviendo la responsabilidad de cuidar una vida que reside en Gato Latte.</p>	<p>Generar una campaña multimediática que fortalezca el proceso antes de adopción y que su contenido contribuya a generar conciencia.</p>	<p>Medio digital con diversos apartados para interactuar, aprender y generar conciencia.</p>	<p>Las estrategias digitales podrían ser visualizadas únicamente con los dispositivos de los clientes.</p>
<p>El diseño de un manual de tenencia responsable felina y su difusión en redes sociales brinda una manera de acercamiento al usuario por medio de las nuevas herramientas digitales y la difusión de información, promoviendo una inclusión de los felinos en la responsabilidad ciudadana.</p>	<p>Brindar estrategias digitales: audiovisuales, cartillas, infografías en los que las personas puedan informarse e interactuar</p>	<p>Generar interacción con los clientes de manera que capte su atención y se informe</p>	<p>Alcance (únicamente por redes sociales).</p>
<p>Los usuarios buscan maneras de buscar a su gato ideal y conectar con ellos, es por esto que la creación de piezas biográficas de los felinos en adopción en Gato Latte y su difusión por medio de redes sociales y una aplicación puede ayudar con el proceso de conocimiento gato - persona.</p>	<p>Brindar insumos de piezas en los que se informe acerca de los en espera a adopción junto con un previo testeo para compaginar</p>	<p>Dar a conocer lugares de paso en Bogotá para que las personas puedan adoptar y asegurar el bienestar del felino</p>	<p>Se necesitan insumos a los que se puede dificultar el acceso (felinos en cuarentena y felinos en adopción).</p>

Figura 15. Hipótesis de producto
Fuente: Elaboración propia

3.2.1 Hipótesis 1

La conciencia lograda por medio de un aplicativo móvil el cual se difunde por redes sociales posibilita una campaña multimediática a los adoptantes antes de realizar dicha adopción, promoviendo la responsabilidad de cuidar una vida que reside en Gato Latte.

3.2.2 Hipótesis 2

El diseño de un manual de tenencia responsable felina y su difusión en redes sociales brinda una manera de acercamiento al usuario por medio de las nuevas herramientas digitales y la difusión de información, promoviendo una inclusión de los felinos en la responsabilidad ciudadana.

3.2.3 Hipótesis 3

Los usuarios buscan maneras de buscar a su gato ideal y conectar con ellos, es por esto que la creación de piezas biográficas de los felinos en adopción en Gato Latte y su difusión por medio de redes sociales y una aplicación puede ayudar con el proceso de conocimiento gato - persona.

3.3 Resultados de los testeos

3.3.1 Etapa Comprender - primer testeo

Para esta etapa se realizó una entrevista semiestructurada, evidenciada en la tabla 4, a Sebastián Chaparro, veterinario auxiliar de Gato Latte con 5 años de experiencia y quien hace parte de los protocolos de adopción del local. Sebastián también es uno de los encargados de la veterinaria Gaia ubicada en Castilla.

Tabla 2. *Matriz testeo Experto*

Fuente: Elaboración propia

Tipo de testeo	Prototipo para pensar.
Problema	Adaptación del contenido presentado, falta de concientización del adoptante, ausencia del imaginario de actuales animales en adopción del lugar.
Objetivo general	Contribuir al proceso de elaboración del aplicativo móvil, mediante su experiencia en veterinaria como en el café al conocer a los clientes.
Objetivos específicos	Comprender las falencias, identificar la ruta de navegación del usuario, implementar sugerencias pertinentes.
Diseño de testeo	Entrevista virtual mediante Google meet encargada por Sara Cárdenas y Lorette López.
Recursos	Prototipo móvil, prototipo de manual pre-adopción felina.

Durante la entrevista se le dio a conocer e interactuar con el prototipo de baja fidelidad del aplicativo móvil dirigido hacia la adopción responsable en Gato Latte y el boceto del manual pre - adopción felina (ver Anexo E), con el fin de adquirir retroalimentación y posibles mejoras con los apartados de información, comprendiendo el lenguaje para dirigirnos hacia los usuarios e informarnos sobre los animales residentes para realizar posibles test para mostrar los gatos en adopción acorde a lo que deseen los adoptantes.

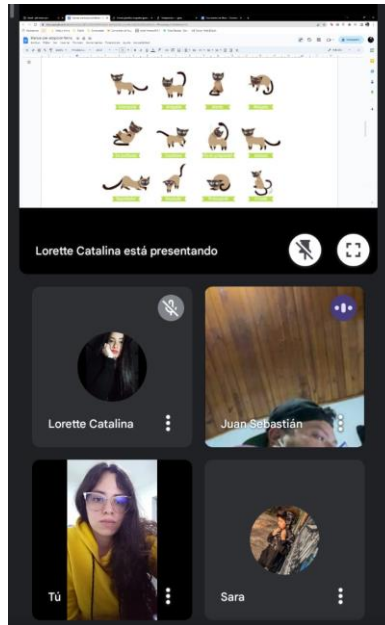


Figura 16. *Testeo a experto*
Fuente: Elaboración propia

La retroalimentación tiene dos puntos de vista, interacción enfocada al usuario conociendo también sobre el café, una forma de conocer los felinos en adopción siendo una fotografía y un poco de su historia y compaginar acorde a lo que está buscando, además de lo significativo y lo llamativo que es implementar un lenguaje que atraiga al público y lo interese, de manera que sea posible que se concientice en los apartados importantes. Por último el punto de vista de la diagramación, fue sugerido para mayor intuitividad al momento de navegar por el aplicativo, haciéndolo entendible y al punto, con esto se facilita la comprensión de los contenidos y el recorrido sería

intuitivo; asimismo dentro de los contenidos del manual, se pudo concluir que eran importantes, pero la interactividad del usuario simplifica el aprendizaje de la información que se le estaba brindando, así como la corrección de algunos datos dentro del contenido.

3.3.2 Etapa Crear - segundo testeo

Para esta etapa se preparó una encuesta estructurada, evidenciada en la tabla 5, a los usuarios del proyecto y clientes de Gato Latte.

Tabla 3. Matriz testeo Usuarios

Fuente: Elaboración propia

Tipo de testeo	Encuesta estructurada
Problema	Desconocimiento de las bases de los ciudadanos futuros adoptantes, dificultad en la asociación de la percepción de identidad por parte de los usuarios.
Objetivo general	Retroalimentación y consideraciones sobre la identidad visual del proyecto y demás preguntas contextuales.
Objetivos específicos	Implementar sugerencias pertinentes, comprender el contexto de los usuarios y la asociación al proyecto con lo presentado.
Diseño de testeo	Encuesta virtual mediante Google forms encargada por Sara Cárdenas y Lorette López.
Recursos	Paletas de color, prototipo aplicativo móvil, logo, personaje, tipografía, iconografía, lenguaje.

Durante este testeo se mostró el segundo prototipo realizado de la aplicación, el manual digital y las piezas gráficas de las biografías (ver Anexo F), buscando generar empatía e impacto con ellos por medio de la identidad gráfica del proyecto, observando de igual forma la interactividad que estos tenían con el producto y verificar la recepción de la información.

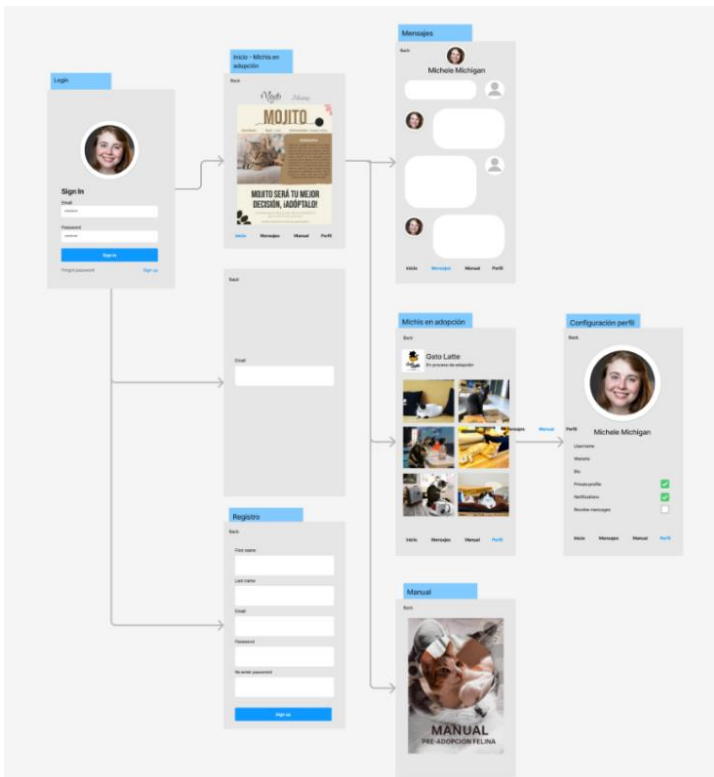


Figura 17. Prototipo de baja fidelidad App móvil
Fuente: Elaboración propia

Este testeo se realizó de manera virtual y presencial, identificando falencias dentro del producto, así como las fortalezas y la mejor manera en la que los usuarios pueden comprender y recordar la información brindada para que la apliquen al momento de comenzar su proceso de adopción.

Con esto, se percibió que los usuarios necesitan de un producto en donde se pueda interactuar un poco más, para comprender y memorizar mejor la información; de igual forma, se observó que el usuario se siente parte de la iniciativa y la navegación por el aplicativo es intuitiva, sin embargo, es necesario arreglar iconos para facilitar su comprensión, así como suavizar un poco más el lenguaje utilizado y juntarlo a línea gráfica



Figura 18. Segundo testeo presencial
Fuente: Elaboración propia

Como sugerencias, se obtuvo que: dentro de estas biografías se podía contrastar mejor la descripción con el fondo, el personaje se puede incluir mucho más, incentivar a las personas a que inviten a sus amigos a apoyar estas iniciativas, entre otras (ver Anexo G).

3.3.3 Respuesta de diseño

Tras realizar estos testeos, se verificó que el usuario percibe y comprende bien la información de manera digital, pero hace falta un producto que fortalezca esta experiencia. Por esta razón se concluye que una solución a este dilema es imprimir el manual, convirtiéndose no sólo en un producto digital, sino físico también, en donde el usuario pueda interactuar mejor, siendo receptor de la información de una forma memorable.

Además, otra conclusión a la que se llega es que en este manual las personas captarán mejor la información y será realizado un test para, de esta forma, comprobar que el futuro adoptante está preparado mental, física y económicamente para acoger a un gato dentro de su familia.

Es así como se continúa con el diseño del aplicativo, las piezas gráficas en redes sociales y el diseño del manual impreso, con el fin de lograr promover adecuadamente la tenencia responsable antes de realizar un proceso de adopción.



Figura 19. *Diseño prototipo final App móvil*
Fuente: Elaboración propia

3.3.4 Etapa Evaluación – tercer testeo

Una vez finalizado el diseño de los productos, se llevó a cabo un último testeo, realizado no sólo a los principales usuarios, sino también a posibles usuarios, no clientes de Gato Latte, con el fin de ampliar nuestra perspectiva y retroalimentación.

Para ello, se dio una inmersión breve al proyecto y fueron presentados los productos a varios estudiantes de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, y tanto a usuarios como a posibles usuarios, se observó la interacción que tenían, la forma en la que navegaban en la aplicación, las redes y el manual, el impacto que generaba la experiencia y si realmente las personas retenían la información que se les estaba brindando para ser aplicada a futuro.



Figura 20. *Testeo final*
Fuente: Elaboración propia

Se ejecutó una encuesta de manera virtual a las personas que realizaron el testeo, en donde se pudiese evaluar los productos y el impacto del proyecto. Con esto, algunos de los resultados obtenidos más relevantes fueron:

- Las personas comprenden, se divierten y recuerdan la información fácilmente, fortaleciendo sus conocimientos e inculcando una tenencia responsable antes de llevar a cabo la adopción, logrando cumplir con el objetivo general del proyecto.
- El uso de contenidos análogos y digitales permiten una mayor interactividad, por lo que fortalece el proceso de recepción a la información y experiencia de usuario.
- Si bien los productos ayudan a comprender lo que se necesita y las responsabilidades al adoptar un gato, aún existen algunos vacíos informativos para que los usuarios se nutran completamente de esta.
- La implementación de redes dentro del proyecto permite al usuario vivir una experiencia más completa al ser el medio por el cual más se mantiene conectado, permitiendo un mejor alcance para llegar a futuros usuarios y clientes.
- Un diseño limpio ayuda a la navegación y la legibilidad que tiene el usuario con los productos, siendo amigable y facilitando la comprensión de los apartados.

3.5 Prestaciones de producto

Al desarrollar un producto digital y físico, permitió al usuario comprender mejor la información y solventar dudas que tenían frente a diversos temas antes de adoptar un gato. Asimismo, brindar una breve biografía de los felinos en adopción ayudó a los usuarios a

conectar un poco más con los gatos, comprendiendo cómo sería el comportamiento de estos.

El diseño de la interfaz dentro de la aplicación permitió que el usuario tuviese una navegación sencilla e intuitiva, así como interactiva, en el manual los usuarios comprendieron mejor la información y su interacción fue mucho más activa con el producto; dentro de los productos fue importante hacer uso de los iconos, así como implementar el personaje para llamar la atención, así como hacer uso de algunas fotografías y lograr una armonía tipográfica. La paleta de color implementó una cercanía al usuario con el producto, brindando tranquilidad y equilibrio con el uso de los gráficos.

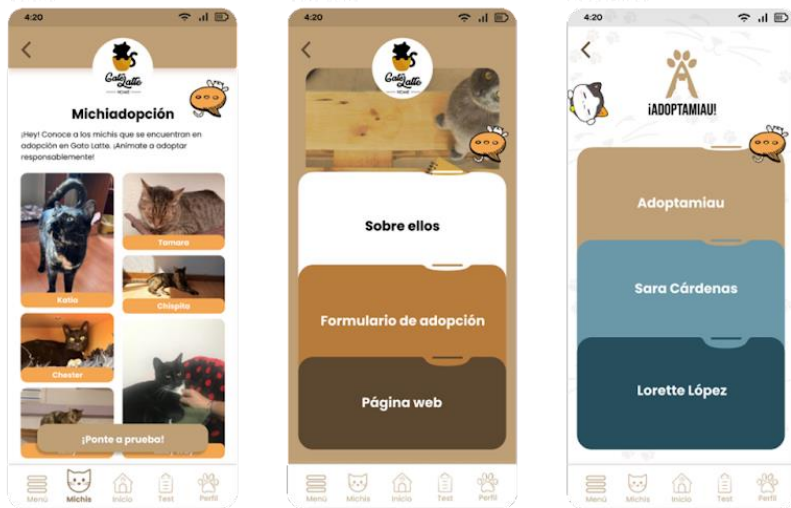


Figura 21. *Diseño prototipo final App móvil*
Fuente: Elaboración propia

El desarrollo del manual pre-adopción Adoptamiau generó una experiencia más profunda del usuario con el producto, debido a la manipulación del mismo y el desarrollo del test, en el que este se pone a prueba para comprobar su capacidad como posible adoptante. De esta manera, también se produjo conciencia en las personas que hicieron uso del producto y se observó un cambio en su pensamiento en cuanto a la responsabilidad que debe tener al adoptar.



Figura 22. *Manual Pre-adopción impreso y digital ¡Adoptamiau!*
Fuente: Elaboración propia

Dentro de las piezas redes los usuarios interactuaron de forma activa, mostrando que el impacto que se buscaba era el adecuado, para que de esta forma también conocieran la aplicación y el manual pre - adopción, así como que se informaran, conocieran un poco más del proyecto y se interesaran por conocer a los gatitos en adopción.



Figura 23. Piezas gráficas redes
Fuente: Elaboración propia

3.5.1 Prestaciones de producto

Para el desarrollo de los diferentes productos se tuvo en cuenta los siguientes elementos de composición:

- **Color:** a través del segundo testeo, se evaluó con los usuarios diferentes paletas de colores, resaltando entre ellas dos, identificando que los usuarios sentían más empatía con los michis, por lo que se obtiene una paleta de color principal y una secundaria.

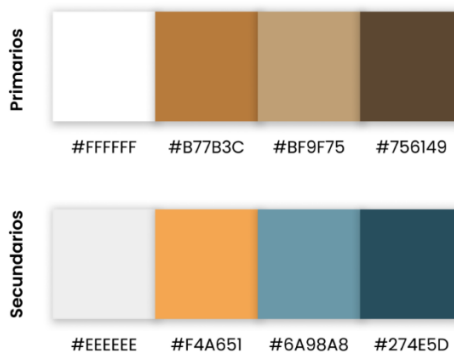


Figura 24. Paletas de color
Fuente: Elaboración propia

- **Tipografía:** para dar armonía dentro del estilo gráfico, se hizo uso de la tipografía Bebas Neue para diferenciar secciones. Para títulos y párrafos se utilizó Poppins, variando el tamaño y su grosor.
- **Iconos:** se hizo uso de iconos sencillos sin relleno, para generar armonía con el diseño y facilitar la comprensión de estos.



Figura 25. Iconografía
Fuente: Elaboración propia

- **Personaje:** se realizaron ilustraciones de rostro inspiradas en la gata de Sara, Jake, para crear más cercanía con los usuarios y que fuese parte de la imagen visual principal del proyecto.



Figura 26. Jake, personaje
Fuente: Elaboración propia

- **Imágenes:** se hizo uso de caricaturas reconocidas, gifs y fotos de los gatos en adopción, para que el contenido fuese más amigable con los usuarios y, de esta forma, llamar su atención, facilitando la comprensión y la retención de la información.
- **Diagramación:** para los tres productos se hizo uso de una diagramación sencilla y limpia, con la implementación de iconos e imágenes que faciliten la lectura del usuario.

- Logo: se diseñó un logo sencillo, combinando la primera letra del nombre del proyecto, una huella y un gato, buscando armonía con los demás elementos presentes en la composición de diseño.



¡ADOPTAMIAU!

Figura 27. Logo ¡Adoptamiau!
Fuente: Elaboración propia

3.5.2 Aspectos de usabilidad

La app logra una usabilidad sencilla al ser intuitiva, discerniendo con iconos que permitan identificar fácilmente los objetos dentro del menú. Asimismo, al realizarse un adecuado diseño de interfaz, el usuario puede navegar sin dificultades, comprendiendo la información que se le está brindando, recordando de manera sencilla al facilitar la información con iconos e imágenes.

El uso del manual pre - adopción es pertinente para aquellas

personas que no logran tener una conexión a internet, así como aquellos que quieren ampliar la información y sumergirse un poco más dentro de la experiencia que se brinda. Al ser interactivo, las personas se divierten al tiempo que aprenden y se ponen a prueba dentro del mismo.

El uso de las redes sociales es pertinente para dar a conocer el proyecto y ampliar información. Los usuarios navegan libremente y pueden compartir, interactuando de igual forma con el proyecto e incentivando a más personas a responsabilizarse si quieren adoptar un felino.

Con esto, la usabilidad que se da al producto es completa, facilitando tanto la navegación del usuario, como permitiendo interacción entretenida, favoreciendo la comprensión de la información que se está brindando, sin poner un límite a la capacidad de aprendizaje del usuario, además de permitirle navegar de un producto al otro de forma sencilla.

¡Adoptamiau!

Capítulo 4

Conclusiones

4.1 Estrategia de mercado

Este proyecto está enfocado en un contexto social y se su foco de atención son futuros dueños de gatos, además, la estrategia canvas contribuye en la puesta en escena de los elementos clave para el desarrollo del contenido considerado (Fig. 28).

4.2.1 Segmentos de cliente

Como se explica en el primer capítulo, el proyecto se desarrolla a partir de una metodología conjunta, cuyo objetivo son dos potenciales clientes: el Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal quien se considera como el centro de financiación del producto, y quienes podrían usarlo como medio de difusión para promover la vida de los animales; y finalmente Gato Latte, lugar en donde se encuentran los usuarios y usuarios indirectos.

4.2.2 Propuesta de valor

Se enfoca en fortalecer los procesos preadoptivos que buscan concientizar a los ciudadanos, de manera que se logre promover la tenencia responsable de mascotas, mediante una campaña multimediática que evidencie la degradación de la calidad de vida y las consecuencias que causan el descuido de cuidados básicos de los animales.

4.2.3 Canales

A través de redes sociales y un apartado de la web de Gato Latte que

logre captar la atención del usuario al café, al igual que atraerlo para explorar la aplicación, en donde se dan a conocer los animales que están en espera de adopción, seguido de información acerca de la campaña y el manual reconociendo la vida del animal.

4.2.4 Relaciones con los clientes

La relación con los clientes se desarrolla de manera directa con el voz a voz, realizando visitas al Gato Latte para que, así mismo, el lugar esté enterado del proceso de producción y los usuarios puedan conocer la aplicación de manera directa; igualmente, se mantendrá una relación de manera virtual, por medio del contacto en la aplicación, redes sociales y mensajería (WhatsApp).

4.2.5 Fuentes de ingresos

Se busca que la aplicación sea gratuita para los usuarios y cuente con publicidad pagada, así como el posicionamiento en el banco de aplicaciones y el ingreso donativo recibido por parte de la web de Gato Latte. Además, se plantea que el manual sea dirigido por las entidades, razón por la que es digital y físico.

4.2.6 Actividades clave

En primera instancia es importante reconocer lo que los usuarios desconocen para consiguientemente brindarles esta información y poder generar un contenido comprensible. Para esto, se busca generar contenidos en las redes, donde los usuarios suelen

interactuar constantemente, por lo cual ellos podrán tener acceso a la información sin necesidad de presencia física en el Gato Latte, para que así tenga una información base antes de adoptar, e inclusive quienes ya tienen mascotas, pueden aplicar. Por otro lado, es crucial mantener el contacto directo con Gato Latte para así generar los contenidos tanto en el manual y la aplicación, como en redes, y aprender del proceso de adopción que el lugar brinda; de igual forma, se realizará una constante difusión de la aplicación para buscar posicionamiento e interacción tanto de los usuarios directos e indirectos, como el reconocimiento del proyecto por parte de otras entidades animalistas.

4.2.7 Recursos clave

Recurso multimediático que abarca el todo el proceso de desarrollo de la aplicación (software y desarrollo del aplicativo), en donde se tuvo en cuenta los medios audiovisuales y fotográficos, que permitirán contribuir en el proceso adoptivo y como segunda instancia el desarrollo de un manual de tenencia responsable felina.

4.2.8 Aliados clave

Se planea trabajar junto a Gato Latte y en un futuro con el IDPYBA y fundaciones animalistas públicas, entidades que nos con las cuales vemos una potencial asociación ya que compartimos la misma misión de mejorar la calidad de vida animal y promover la adopción, que como fin último quieren asegurar una tenencia responsable de las

mascotas.

4.2.9 Estructura de costes

Los costos del proyecto se dividen en el aplicativo móvil y el desarrollo del manual:

- Programador
- Software
- Lanzamiento de la aplicación
- Publicidad
- Maquinaria de impresión
- Producción

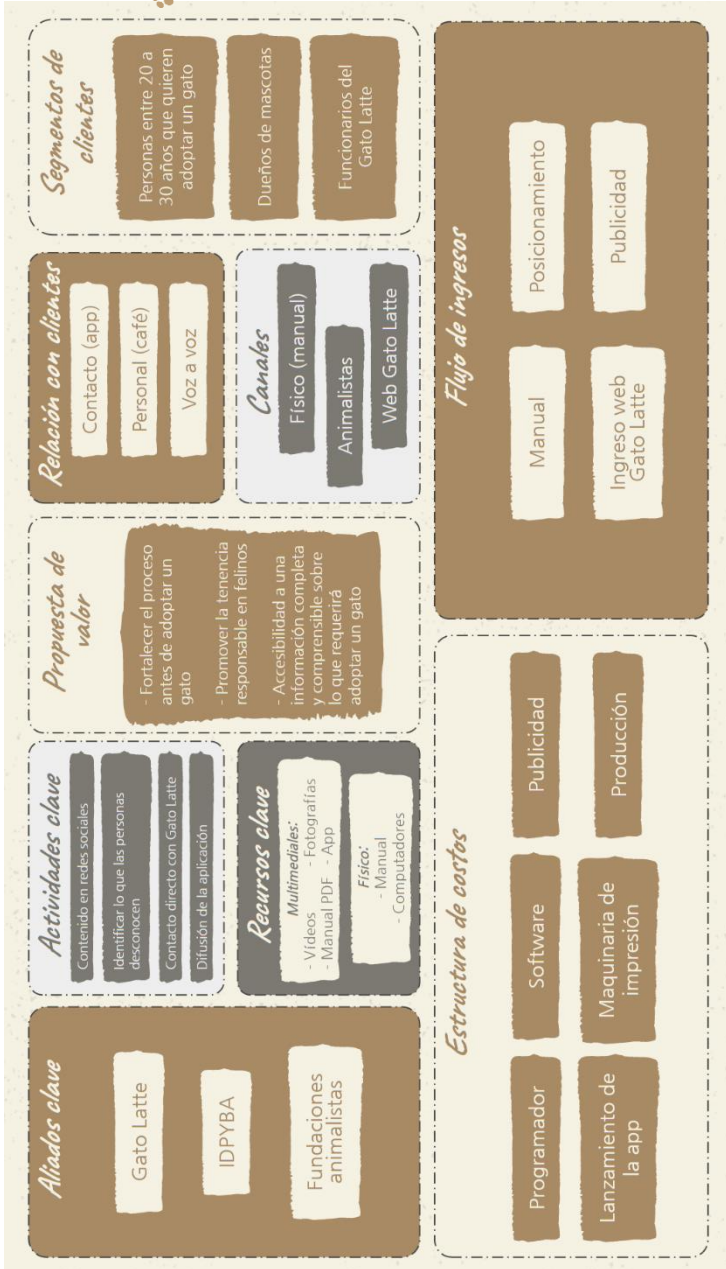


Figura 28. Canvas estrategia de mercado
Fuente: Elaboración propia

4.2 Conclusiones

Si realmente se busca generar un cambio, se debe comenzar buscando soluciones desde la verdadera raíz de los problemas, para ello es sustancial trazar objetivos claros.

Asimismo, es importante conocer la población objetivo del proyecto. En nuestro caso fue fundamental identificarlos usuarios, sus conocimientos y comportamientos ante la problemática. Es por esto que realizar una previa investigación de las necesidades, responsabilidades, cuidados, etc., que los felinos requieren al ser adoptados, fue crucial, ya que, sin esta, el aporte de información brindada para los usuarios sería insuficiente.

Si bien son importantes los productos digitales, haciendo énfasis en la época en la que vivimos actualmente, para el proyecto fue un poco inesperado observar que un producto físico es relevante dentro de la experiencia brindada, sin embargo, el resultado que esto brindó superó nuestras expectativas. Con esto, podemos concluir que la interacción de los usuarios con los productos manuales los sumerge en una experiencia más entretenida y solidifican los aprendizajes obtenidos a través de estos, facilitando su memorización y consiguiendo el impacto que se buscaba.

Por medio de los testeos se puede conocer a los usuarios, analizando sus comportamientos de consumo, su forma de actuar y cómo se relacionan con los productos y demás personas, creando insights de cómo puede ser la persona con los animales.

Por último, siempre es importante el lenguaje con el que nos

dirigimos a nuestro usuario; para el proyecto fue importante un lenguaje amistoso que promoviera en las personas una conciencia de tenencia responsable y, asimismo, si aún no están listos para adoptar un gato, continúen preparándose sin perder el aliento, siempre teniendo en cuenta que lo más importante es la vida del animal.

4.3 Consideraciones

En este proyecto solo se tomó en cuenta la labor de Gato Latte. Se plantea en un futuro aliarse y fortalecer los procesos de pre - adopción de otras entidades que residen en la misma localidad, dentro de Bogotá, e inclusive, nacionalmente. Con esto, a largo plazo se pretende llevar la experiencia a un nivel de desarrollo con mayores alcances y transformarlo en un producto transmedia donde los usuarios puedan interactuar e informarse desde otros medios como animaciones, videojuegos, libros, entre otros.

De igual forma, existen algunas incógnitas y vacíos encontrados en el tema tratado. Los lineamientos que aportan al proyecto y complementan para futuras investigaciones pueden ser:

- Conocer con mayor detalle la cantidad de felinos callejeros, domésticos y adoptados en Bogotá y, generalmente, en Colombia.
- La comercialización y adopción de mascotas: el maltrato animal que abarcan estos dos temas.
- Tenencia responsable de la pre-adopción y compra de perros en localidades de Bogotá.

En prospectiva se espera a mediano plazo la publicación de la aplicación en aforos como Play Store, junto con la comercialización de los folletos/cartillas en veterinarias, fundaciones o entidades que velen por el bienestar animal

Referencias

- Alcaldía Mayor de Bogotá. (2016). *Decreto 546 de 2016*. Obtenido de:
<https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=67660>
- Alcaldía de Itagüí. (2022). *Procedimiento para la implementación integral de animales domésticos en el centro de Bienestar Animal*. Obtenido de:
<https://itagui.gov.co/uploads/entidad/calidad/9eef0-pr-vc-14-procedimiento-atencion-integral-de-animales-domesticos.pdf>
- Albarracín Espinoza, C. F. & Alvarado Vacacela, D. M. (2022). *Diseño de un producto gráfico para concientizar sobre la tenencia responsable de las mascotas*. Obtenido de:
<http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/12062>
- Bermúdez Salgado, D. (2021). *Servicio para la adopción y la tenencia responsable de los perros que se encuentran en las fundaciones de animales de la ciudad de Medellín*. Obtenido de: <https://bibliotecadigital.usb.edu.co/bitstreams/62981c2c-b879-46c0-b9d8-4715489d9313/download>
- Brito Gómez, D. S. (2014). *Diseño de una estrategia comunicacional para incentivar la tenencia responsable de mascotas por parte de los usuarios del parque Metropolitano Guanguiltagua con énfasis en la pista de Agility*. Obtenido de:
<http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/7192>

- Cabrera Arteaga, C. (2015). *Milú – Conectando amigos*. Obtenido de: <https://www.behance.net/gallery/63059887/Milu-Aplicacion-movil-Adopcion-Animal>
- Cifuentes Rodríguez, L. V. (2021). *Mezcla de amor*. Obtenido de: <https://www.behance.net/gallery/120903619/Mezcla-de-amor-Campana>
- Congreso de Colombia (2020). *Ley 2054 de 2020*. Obtenido de: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=141480>
- Congreso de la República de Colombia. (1972). *Ley 5 de 1972*. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=8990#:~:text=Crea%20las%20juntas%20defensoras%20de,destinar%20sus%20ingresos%20y%20financiaci%C3%B3n.>
- Corporación Siete Vidas (2020). *Manual tenencia responsable de gatos*. Obtenido de: <http://www.sietevidas.org/MANUAL.DE.TENENCIA.RESPONSABLE.DE.GATOS.II.2020.pdf>
- Cortés, J. (2016). *Aprobada la creación del primer Instituto de Protección y Bienestar Animal de Colombia*. Obtenido de Bogotá: <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/ambiente/aprobada-la-creacion-del-primer-instituto-de-proteccion-y-bienestar>
- Enciso, J. (2019). *Hablemos de adopción animal*. Obtenido de: <https://www.areandina.edu.co/blogs/hablemos-de-adopcion-animal>

Estatuto Nacional de Protección de los Animales (1989). *Ley 84 de 1989*. Obtenido de:

https://www.unisabana.edu.co/fileadmin/Archivos_de_usuario/Documentos/Documentos_Investigacion/Docs_Comite_Etica/Ley_84_de_1989_Estatuto_Nacional_de_Proteccion_de_Animales_unisabana.pdf

Gobierno Regional Metropolitano de Santiago, & Varios. (2015).

Manual de Tenencia Responsable de Mascotas. Obtenido de: http://www.edu.xunta.gal/centros/ceipcaminhoingles/system/files/Cuidado_con_el_Perro.pdf

Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. (2017). *Metodología de la Investigación Sampieri* (6ta edición ed.). Pág. 2, 4 y 7.

Herrera García, J. L. & Vargas Moncaleano, J. A. (2016). *Educación sobre tenencia responsable de animales de compañía en Bogotá*. Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, Bogotá.

Into Arroyo, K. K. (2021). *Fiabilidad de la aplicación móvil smileypet para la tenencia responsable de las mascotas en los socios de la asociación mi pequeño hermano, cajamarca 2019*.

Obtenido de: <https://hdl.handle.net/11537/27901>

Ministerio de Justicia y del Derecho. (2016). *Ley 1774 de 2016*.

Obtenido de <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/30019637>

MinSalud. (s.f.). *Zoonosis*. Obtenido de Ministerio de Salud y Protección Social:

<https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Zoonosis%20y%20cuidado%20de%20mascotas.aspx>

MinTic. (2022). CoCrearE Cartilla Metodológica. Obtenido de Gobierno Digital:

https://gobiernodigital.mintic.gov.co/692/articles-210443_recurso_1.pdf

Peláez, C., Solano, A., Granolles. T., y Collazo, C. (2019).

Methologies and Trends in Multimedia Systems: A sistemática Literature Review. Social Computing and Social Media. Design, Human Behavior and Analytics. Obtenido de:

https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-21902-4_9

Sánchez Sánchez, E., Mira Hernández, J., & Gaviria Calle, M.

(2019). *Manual para la tenencia responsable de mascotas.* Obtenido de Academia. [PDF]

Rojas Pulido, Y.; Vergara Nieto, B. J; Castaño, S.; García Barón, D.

& Alarcón Vanegas, M. (2018). *Proyecto dejando huella, porque nuestras mascotas lo merecen y hace parte de nuestro entorno.* Obtenido de:

<https://core.ac.uk/download/pdf/326434074.pdf>

Anexos

Anexo A. Portafolio Sara Cárdenas

Abrir el enlace de Drive para observar el portafolio:

https://drive.google.com/file/d/1gfo_sCaFa7M2J83G07SpIP_IVRJ9On5_/view?usp=sharing

Anexo B. Portafolio Lorette López

Abrir el enlace de Drive para observar el portafolio:

<https://drive.google.com/file/d/1Ctoj7BSfMEiz6pldIAj2FRQftmzvIWep/view?usp=sharing>

Anexo C. Árbol de problemas

Se presenta el árbol de problemas desarrollado para el proyecto:

<https://drive.google.com/file/d/1iFwiRs85s0nXpz2hNFnBZYC8TpALKbEu/view?usp=sharing>

Anexo D. Arquetipo de usuario

A continuación, los arquetipos de usuario desarrollados para la caracterización del usuario, mencionado en el capítulo 2:

<https://drive.google.com/file/d/1i8Xclod3C0kvPn9DG9rPeSpmTZ-19JYd/view?usp=sharing>

Anexo E. Boceto Manual pre - adopción felina

Primer boceto del Manual de pre - adopción felina, desarrollado para consultar los contenidos con el veterinario durante el testeo y poder

obtener retroalimentación, presentado en el siguiente enlace:

<https://drive.google.com/file/d/1YUNqzGxQd3xmtly6cwYhyCLR8fYIxNP9a/view?usp=sharing>

Anexo F. Prototipo Manual pre - adopción felina y pieza redes

Primer diseño de prototipo para el manual y la pieza gráfica de biografía para publicación en redes sociales, con el fin de buscar retroalimentación por parte de los usuarios, encontrados en la carpeta de Drive a continuación:

<https://drive.google.com/drive/folders/1tMGebNwc-kBMzBJYwvRJgnB0Riq8NDiG?usp=sharing>

Anexo G. Resultados de encuesta testeo 2

En el siguiente enlace se puede observar los resultados arrojados tras el segundo testeo del proyecto realizado a los usuarios y poder continuar con la línea de diseño:

<https://drive.google.com/file/d/1ZbfQTrEtWJJFqFydnm2jmlwejc3fKCcw/view?usp=sharing>

Anexo H. Productos

Para finalizar, en el siguiente enlace se pueden observar el Manual Pre-adopción digital, el manual para imprimir y los enlaces para el prototipo de la aplicación e Instagram:

https://drive.google.com/drive/folders/1r9NGiMwYH_dvPql-mVx5SuEFGX7mC39P?usp=sharing