



## **Adopta una huella**

**Portal Web que contribuye a la prevención de casos de abandono en adopciones animales, en el CatCafe GatoLatte.**

**Proyecto de Grado**  
Rafael José Mancera Sánchez

**Bogotá D. C., 2020**

## **Adopta una huella**

**Portal Web que contribuye a la prevención de casos de abandono en adopciones animales, en el CatCafe GatoLatte.**

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

**Diseñador Digital y Multimedia**

Director (es):

Darío González González

Sandra Uribe Pérez

Línea(s) de énfasis:

Tecnologías para producción Multimedia

Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca  
Facultad de Ingeniería y Arquitectura  
Programa de Diseño Digital y Multimedia  
Bogotá D. C., 2020

*Adopta una huella*

# Aval del Proyecto

---

Firma del Director(es) de proyecto de grado

---

---

---

---

Firmas de los jurados

*Adopta una huella*

## **Dedicatoria**

A los peluditos y colitas que rescatan en los hogares de paso y a los que aún están en las calles, a los futuros animales que adoptare cuando las condiciones lo permitan, a mi familia y Valentina Colorado por dar un apoyo incondicional durante todo el proceso.

## **Agradecimientos**

A los docentes del programa que brindaron su apoyo, guía y asesorías a lo largo del año, y a los espacios que brindaron los PetCafes, especialmente a Alexandra Benavides de GatoLatte.

*Adopta una huella*

*"El peor pecado que cometemos contra nuestros amigos los animales no es odiarlos, es ser indiferentes con ellos. Esa es la esencia de lo inhumano."  
George Bernard Shaw*

## **Resumen**

La tenencia inadecuada de mascotas y la adopción irresponsable hacen que la situación de abandono en Bogotá sea crítica, lo que genera consecuencias en los animales, que atraviesan situaciones traumáticas a su paso por la calle; además, surgen dificultades para las instituciones que se encargan de su rescate y problemas de salud pública para la ciudad. Es así como surge el Proyecto “Adopta una huella”, que busca contribuir con la prevención de estas situaciones por medio de la información y el acompañamiento en las dos etapas clave de los procesos de adopción (adoptar y adaptar), en adultos jóvenes entre los 25 y 30 años, a partir del caso de estudio del CatCafe GatoLatte. Para la investigación se emplea la metodología de Bruno Munari, en conjunto con herramientas del *Design Thinking*, con el fin de identificar las causas de la problemática, caracterizar al usuario, analizar los contextos y definir los parámetros de diseño para el desarrollo del producto. Como resultado, se crea una plataforma web que cumple la función de informar, filtrar datos y capacitar durante el proceso de adopción en GatoLatte, así como facilitar el contacto con especialistas durante la adaptación.

## **Palabras clave:**

PetCafe, Animales abandonados, Adopción responsable, Adaptación animal, Plataforma web, Redes sociales.

## **Línea(s) de profundización:**

Tecnologías para producción multimedia.

**Abstract**

*Inadequate pet ownership and irresponsible adoption make the situation of abandonment in Bogotá critical, which generates consequences for the animals, which go through traumatic situations as they pass through the street; In addition, difficulties arise for the institutions that are responsible for their rescue and public health problems for the city. This is how the "Adopta una huella" Project arises, which seeks to contribute to the prevention of these situations through information and support in the two key stages of the adoption processes (adopt and adapt), in young adults among the 25 and 30 years, based on the CatCafe GatoLatte case study. For the research, the methodology of Bruno Munari is used, in conjunction with Design Thinking tools, in order to identify the causes of the problem, characterize the user, analyze the contexts and define the design parameters for the development of the product. As a result, a web platform is created that fulfills the function of informing, filtering data and training during the adoption process at GatoLatte, as well as facilitating contact with specialists during adaptation.*

**Keywords:**

*PetCafe, Abandoned animals, Responsible adoption, Animal adaptation, Web platform, Social networks.*

**Research lines:**

*Technologies for multimedia production*

# Tabla de contenido

Aval del Proyecto	4
Dedicatoria	7
Agradecimientos	8
Resumen	10
<i>Abstract</i>	11
Tabla de contenido	12
Listado de figuras	18
Listado de tablas	21
Listado de anexos	22
Capítulo 1. Formulación del proyecto	24
1.1 Introducción	25
1.2 Justificación	27
1.3 Definición del problema	29
1.4 Hipótesis de la investigación	31
1.5 Objetivos	32
1.5.1 <i>Objetivo general</i>	32
1.5.2 <i>Objetivos específicos</i>	32
1.6 Planteamiento metodológico	33
1.7 Alcances y limitaciones	35
Capítulo 2. Base teórica del proyecto	37
2.1 Marco referencial	38

<i>2.1.1 Marco teórico contextual</i>	38
<i>2.1.1.1 Causantes de abandono animal</i>	39
<i>2.1.1.1.1 Problemas de comportamiento</i>	40
<i>2.1.1.1.2 Aspectos económicos</i>	41
<i>2.1.1.1.3 Camadas no deseadas o muy grandes</i>	41
<i>2.1.1.2 Síntomas de trauma animal</i>	42
<i>2.1.1.3 Proceso de adopción CatCafe-GatoLatte</i>	43
<i>2.1.1.4 Beneficios de la adopción</i>	43
<i>2.1.1.5 Fundaciones</i>	44
<i>2.1.1.5.1 Fundación Dejando Huella</i>	44
<i>2.1.1.5.2 Fundación Voz Animal</i>	44
<i>2.1.1.5.3 Fundación Adopta no compres.</i>	45
<i>2.1.1.6 Tecnologías</i>	45
<i>2.1.1.6.1 Distrito Appnimal</i>	46
<i>2.1.1.6.2 La Perla</i>	47
<i>2.1.1.6.3 Pedigree Adóptame</i>	49
<i>2.1.2 Marco teórico disciplinar</i>	50
<i>2.1.2.1 Plataforma Web</i>	50
<i>2.1.2.2 Redes sociales</i>	51
<i>2.1.2.3 Perfil de Adoptante Apto</i>	52
<i>2.1.2.3.1 Tiempo que se le puede dedicar a la mascota</i>	52
<i>2.1.2.3.2 Capacidad económica para la mascota</i>	53
<i>2.1.2.3.3 El espacio con el que contara la mascota</i>	53
<i>2.1.2.3.4 La experiencia de los dueños con las mascotas</i>	

	54
2.1.2.3.5 <i>Razón por la que se quiere adoptar una mascota</i>	54
2.1.2.3.6 <i>Adversidades que se pueden presentar</i>	55
2.1.3 <i>Marco conceptual</i>	56
2.1.4 <i>Marco institucional</i>	58
2.1.4.1 <i>Gatos &amp; Blues</i>	58
2.1.4.2 <i>GatoLatte</i>	60
2.1.4.3 <i>Calico CatCafe</i>	61
2.1.4.4 <i>Instituto Distrital de Bienestar y Protección Animal</i>	62
2.1.4.4.1 <i>Escuadrón anti-crueldad</i>	62
2.1.5 <i>Marco legal</i>	63
2.2 <i>Estado del arte</i>	65
2.3 <i>Línea del tiempo</i>	68
2.3.1 <i>Protección animal</i>	70
2.3.2 <i>Fundaciones, tecnología y PetCafes</i>	73
2.4 <i>Caracterización de usuario</i>	76
Capítulo 3. <i>Desarrollo de la metodología, análisis y presentación de resultados</i>	82
3.1 <i>Criterios de diseño</i>	83
3.1.1 <i>Árbol de objetivos de diseño</i>	84
3.1.2 <i>Requerimientos y determinantes de diseño</i>	85
3.2 <i>Hipótesis de producto</i>	87
3.3 <i>Desarrollo y análisis Etapa: Mapear</i>	88

3.3.1 Entrevista con experto – Alexandra Benavides	88
3.3.2 Entrevista con experto - Andrea Echeverri	89
3.3.3 Sondeo	90
3.3.4 Tarjeta persona	95
3.4 Desarrollo y análisis Etapa: Construir	95
3.4.2 Entrevistas profesionales temáticos	96
3.4.3 Entrevista a experto temático – Gatolatte	97
3.4.3.1 Benchmarking	99
3.4.4 Brief de producto	100
3.4.5 Moodboard	100
3.4.6 Mapa de Navegación	102
3.4.7 Wireframing	103
3.4.8 Mock Ups	104
3.5 Desarrollo y análisis Etapa: Testear	106
3.5.1 Campaña expectativa por redes	106
3.5.2 Implementación en el PetCafe - GatoLatte	108
3.6 Resultados de los testeos	108
3.6.1 <i>Primer testeo – Entrevistas profesionales temáticos</i>	109
3.6.1.1 <i>Evidencias (Prototipo, testeo y proceso de iteración)</i>	109
3.6.1.1.1 <i>Silvia Stoher – Profesional temática: Antropología</i>	110
3.6.1.1.2 <i>Andrea Delgadillo – Profesional temática: Comunicadora social y periodista</i>	111

3.6.1.1.3 <i>Ali Diaz– Profesional temática: Diseño Grafico</i>	112
3.6.1.1.4 <i>Juan Felipe Franco– Profesional temático: Medicina veterinaria</i>	114
3.6.1.1.5 <i>Carlos Vargas - Profesional temático: Comunicador Multimedia</i>	115
3.6.1.1.6 <i>Usuarios que cumplen con el perfil</i>	116
3.6.1.2 <i>Evidencias (Percepción del usuario)</i>	119
3.6.2 <i>Segundo testeo</i>	119
3.6.2.1 <i>Evidencias (Prototipo, testeo y proceso de iteración)</i>	119
3.6.2.2 <i>Evidencias (Percepción del usuario)</i>	121
3.7 <i>Prestaciones del producto</i>	121
3.7.1 <i>Aspectos morfológicos</i>	122
3.7.2 <i>Aspectos técnico-funcionales</i>	124
3.7.2.1 <i>Estructura gráfica</i>	124
3.7.2.2 <i>Estructura de navegación</i>	125
3.7.2 <i>Estructura interactiva</i>	125
3.7.3 <i>Aspectos de usabilidad</i>	125
Capítulo 4. <i>Conclusiones</i>	126
4.1 <i>Conclusiones</i>	127
4.2 <i>Estrategia de mercado</i>	128
4.2.1 <i>Segmentos de cliente</i>	129
4.2.2 <i>Propuesta de valor</i>	130
4.2.3 <i>Canales</i>	130

4.2.4 Relaciones con los clientes	131
4.2.5 Fuentes de ingresos	131
4.2.6 Actividades clave	131
4.2.7 Recursos clave	132
4.2.8 Socios clave	132
4.2.9 Estructura de costes	133
4.3 Consideraciones	133
Referencias bibliográficas	135
Anexos	138

## **Listado de figuras**

Figura 1	Árbol de problemas .....	29
Figura 2	Planteamiento metodológico .....	33
Figura 3	Distrito Appnimal.....	47
Figura 4	Aplicación La Perla.....	48
Figura 5	Pedigree Adoptame .....	50
Figura 6	Gatos & Blues .....	59
Figura 7	GatoLatte .....	60
Figura 8	Calico CatCafe.....	62
Figura 9	Línea de tiempo .....	69
Figura 10	Encuesta 2.....	77
Figura 11	Encuesta.....	77
Figura 13	Encuesta 4.....	78
Figura 12	Encuesta 3.....	78
Figura 14	Tarjeta persona: Usuario primario.....	80
Figura 15	Tarjeta persona: Usuario secundario 3.....	81
Figura 16	Árbol de objetivos de diseño .....	84
Figura 17	Gato en Gatos & Blues.....	90
Figura 18	Resultados sondeo 1 .....	91
Figura 19	Resultados sondeo 2.....	91
Figura 20	Resultados sondeo 3.....	92
Figura 21	Resultados sondeo 4.....	92

Figura 22 Resultados sondeo 5.....	93
Figura 23 Resultados sondeo 6.....	94
Figura 24 Resultados sondeo 8.....	94
Figura 25 Resultados sondeo 9.....	95
Figura 26 Entrevistas usuarios y profesionales temáticos .....	97
Figura 27 Establecimiento GatoLatte.....	98
Figura 28 Moodboard .....	101
Figura 29 Ruta de navegación.....	102
Figura 30 Wireframes .....	103
Figura 31 Mock Up plataforma 1 .....	104
Figura 32 Mock Up plataforma 2 .....	105
Figura 33 Redes Sociales Adopta una huella .....	106
Figura 34 Carrusel .....	107
Figura 35 Pantalla en construcción.....	108
Figura 36 Entrevista Silvia Støher .....	111
Figura 37 Entrevista Andrea Delgadillo.....	112
Figura 38 Entrevista Ali Diaz.....	113
Figura 39 Entrevista Juan Felipe Franco .....	115
Figura 40 Entrevista Carlos Vargas .....	116
Figura 41 Entrevista Jennifer Reyes.....	117
Figura 42 Entrevista Edna Camelo .....	118
Figura 43 Entrevista Leonardo Vargas.....	118

Figura 44 Publicación Instagram de GatoLatte .....	120
Figura 45 Identidad Adopta una huella.....	122
Figura 46 Paleta de color.....	123
Figura 47 Tipografía.....	124

## **Listado de tablas**

Tabla 1 Marco conceptual.....	56
Tabla 2 Requerimientos y determinantes de diseño .....	85

## **Listado de anexos**

Anexo 1. Hoja de vida del autor.....	138
Anexo 2. Portafolio del autor .....	138
Anexo 3. Entrevistas.....	138
Anexo 4. Brief .....	138
Anexo 5. Estrategia de mercado - Canvas.....	138
Anexo 6. Base de datos – Referencias Bibliográficas .	139

*Adopta una huella*

# **Capítulo 1. Formulación del proyecto**

## **1.1 Introducción**

La situación de abandono de mascotas en Colombia es crítica, debido a la adopción irresponsable y la tenencia inadecuada, lo que genera que se presenten situaciones en las que después de realizar un proceso de adopción, se devuelvan animales a los hogares y fundaciones, y en el peor de los casos, se abandonen en la calle.

Para contextualizar, los principales causantes de estos casos de abandono se deben a 5 factores, institucionales, económicos, personales, descuido por no esterilización y de comportamiento, los cuales generan traumas principalmente en el animal, además de repercusiones en las instituciones y en la ciudad.

Aunque en Colombia no hay estimaciones exactas de los animales que habitan en las calles, los cálculos que se han realizado son realmente alarmantes, para el año 2015 las cifras rondaban los 1'270.040 animales en situación de abandono (Grandas, 2015).

En la actualidad, la gran mayoría de las fundaciones y hogares de paso brindan información y realizan procesos de adopción personalizados para verificar que los animales que entregan en adopción sean recibidos en hogares adecuados. Se han presentado casos de devoluciones a los hogares de paso y accidentes dentro del hogar (Comunicación personal con GatoLatte), lo que causa traumas en el animal y la necesidad de volver a comenzar de cero un nuevo proceso de adopción.

Por lo tanto, existe la falta de un canal de información

eficiente el cual apropie e informe al interesado en adoptar, sobre las consideraciones, compromisos, responsabilidades y beneficios al momento de tomar la decisión de empezar un proceso de adopción.

A partir de lo anterior, ¿Cómo desde el diseño digital y multimedia se puede contribuir a la prevención de estos casos de abandono después de la adopción?, esto con el fin de optimizar el proceso de adopción con el que ya cuentan las fundaciones y hogares de paso y a su vez tener la certeza de que el hogar al que se entregan los animales rescatados cuente con la capacidad para afrontar las situaciones que puedan presentarse.

El documento está dividido en cuatro capítulos. El primer capítulo es la descripción de la problemática, es decir por qué razón surge este proyecto, los objetivos que se planean cumplir con elaboración de este proyecto, las hipótesis que se plantean y la metodología que va a seguir la investigación y el producto.

El segundo capítulo es la recopilación de información en la que se basará el proyecto, expondrá el contexto en el que se encuentra la problemática, el estado del arte y da a conocer la evolución que se ha dado en cuanto a derechos de los animales y creación de fundaciones y hogares de paso con animales rescatados y por último, se delimita el usuario al que se pretende llegar con el proyecto.

El capítulo tres es la descripción del producto en su totalidad, es decir, los objetivos que plantea solventar la iniciativa y su desarrollo por etapas, los resultados de los respectivos y la validación de los aspectos planteados en la metodología.

El capítulo cuatro es el análisis de las conclusiones que conlleva el proyecto, los alcances logrados, además de exponer los puntos clave de distribución de mercado y consideraciones pertinentes.

## **1.2 Justificación**

Los motivos que llevaron a investigar por qué se presentan situaciones de abandono después del proceso de adopción es en primera medida a la problemática que el abandono animal genera para las instituciones, la ciudad y principalmente a los animales.

El 2020 ha dejado a su paso escenas desgarradoras. Por obvias razones la pandemia ha sido el principal tema de conversación a lo largo de estos meses, no solo en Colombia sino a nivel mundial. La cuarentena, impuesta en casi todos los países para aplanar la curva de contagio y no colapsar los sistemas de salud, incrementó el abandono de mascotas, especialmente de perros y gatos.

Unos dicen que lo hacen porque la crisis económica no les permite mantenerlos más. Otros, porque no se soportan 24 horas al día a mascota, y en casos extremos de desinformación porque creen que los animales transmiten la enfermedad covid-19.

Solo en Bogotá, el Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal reportó que hasta mayo han abandonado a más de 200 perros y gatos desde que el presidente Iván Duque decretó cuarentena nacional el 24 de marzo. Además, hasta el 12 de julio han atendido más de 560 animales de la calle en urgencias veterinarias, y el

Escuadrón Anti crueldad ha realizado más de 456 visitas de verificación por presunto maltrato animal (Sostenible, 2020).

Estas situaciones no solo se han presentado debido a la reciente emergencia sanitaria, sino viene siendo un problema recurrente desde hace varias décadas. Por lo que es necesario que desde el proceso de adopción se capacite a la persona interesada en adoptar en torno a los beneficios, compromisos y consideraciones a tener en cuenta al momento de iniciar el proceso, para así poder amortiguar este fenómeno.

El estudio de esta investigación es por medio de la información que divulga abiertamente el Instituto Distrital de Protección animal, así mismo gracias a la colaboración del CatCafe GatoLatte el cual abrió las puertas al proyecto para ser el caso de estudio y usar la herramienta dentro de sus procesos de adopción.

### 1.3 Definición del problema



Figura 1 Árbol de problemas

Fuente: Elaboración propia

Aunque en la última década se han reducido de forma significativa la cantidad de animales en condición de abandono, aún se estima que hay más de 1'270.040 animales en situación de abandono (Grandas, 2015) los avances en este tema, se han dado gracias a las diversas campañas en las que se concientiza a los habitantes de la ciudad de Bogotá para cuidar responsablemente a los animales y por medio de las campañas de esterilización, donde en los últimos dos años según cifras del Observatorio de Protección Animal (Animal, 2019) se han esterilizado a más de 121.000 animales domésticos y 15.000 en situación de abandono.

Carolina Alaguna, etóloga en una entrevista para el programa Pedigree Adóptame (Alaguna, 2016) asegura que la situación de abandono de mascotas en Colombia es crítica, debido a la adopción y la tenencia inadecuada. Pero ¿Porque se presentan este tipo de situaciones?, se delimitaron las principales causantes que generan el abandono de mascotas después de su proceso de adopción; en primer lugar desde las instituciones ya que no se da la suficiente orientación por parte de algunos lugares de adopción, sumado a la falta de herramientas eficientes que apropien al adoptante sobre los compromisos al iniciar un proceso de adopción y a la ineficiencia en las campañas de adopción que no evalúan a quien le entregan los animales en adopción.

Adicionalmente, las situaciones que se presentan dentro del hogar después de realizado el proceso de adopción, y se dan cuenta sobre la marcha de ser adoptante sobre los costos de manutención,

el tiempo que es necesario dedicarle al animal y los procesos de formación que se le deben guiar para prevenir problemas de comportamiento, además de la esterilización preventiva la cual por inexperiencia o descuido no es realizado en las mascotas ya adoptadas y esto puede llevar a tener camadas numerosas o no deseadas. Desde el año 2017 se han establecido hogares de paso conocidos como PetCafes en Bogotá (Gatos y Blues, 2020), las cuales ponen su grano de arena con el fin de rescatar, rehabilitar y entregar en adopción responsable animales domésticos, que lamentablemente han pasado por estados de abandono o maltrato, y a su vez crean una experiencia de entretenimiento en pro del cuidado de dichos animales por medio de un espacio de restaurante, el cual, también cumple la función de generación de recursos económicos para sustento al PetCafe, para este proyecto se creó una alianza con uno de estos PetCafes, específicamente GatoLatte el cual abrió las puertas de su hogar de paso para realizar la investigación y ejecución de este proyecto.

## **1.4 Hipótesis de la investigación**

### **1.4.1 Hipótesis explicativa**

Se evidencia un vacío comunicativo, en el cual no se capacita adecuadamente a los interesados en adoptar sobre las consideraciones que se deben tener al hacer un proceso de este tipo, lo que trae consecuencias negativas para el animal adoptado.

### **1.4.2 Hipótesis propositiva**

Por medio del diseño digital se posibilita brindar una iniciativa la cual informe a los usuarios interesados en los compromisos para tener en cuenta al momento de querer adoptar un animal rescatado.

## **1.5 Objetivos**

Con el fin de contribuir en la efectividad del proceso de adopción del PetCafe GatoLatte, se plantean los siguientes objetivos.

### **1.5.1 Objetivo general**

Prevenir el abandono de las mascotas después de su adopción en las fundaciones conocidas como PetCafes, mediante el uso de un portal web.

### **1.5.2 Objetivos específicos**

- Identificar los parámetros clave de los procesos y compromisos de adopción de mascotas en los PetCafes.
- Desarrollar una herramienta que permita guiar, filtrar y proponer estrategias de adopción.
- Evaluar la usabilidad de la herramienta para asegurar que la misma fortalezca las capacidades de adopción.

## 1.6 Planteamiento metodológico

“Adopta una huella” se realiza por medio del planteamiento metodológico cualitativo el cual expone de manera sistemática las diferentes etapas por las que atraviesa el proyecto, se divide en tres grandes etapas, Mapear, Construir y Testear.

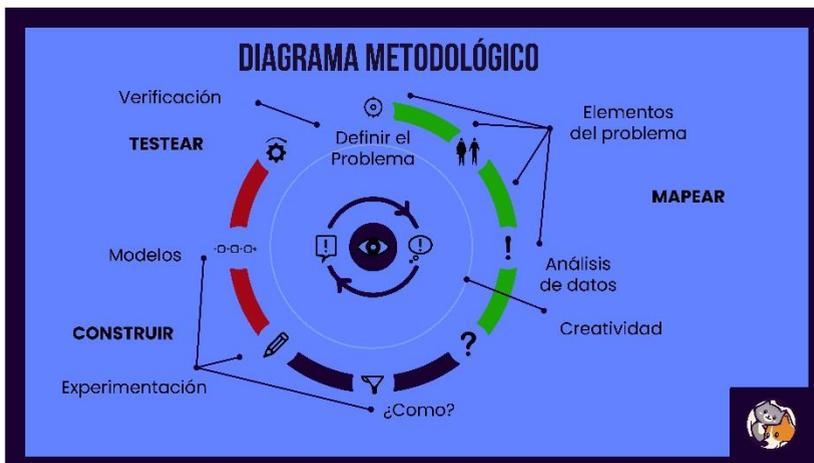


Figura 2 Planteamiento metodológico

Fuente: Elaboración propia

### 1.6.1 Mapear

La primera fase consiste en la definición de usuario, recopilación de datos y análisis de estos, ya que el usuario es objeto y fin de la totalidad del proyecto y así poder ubicar las necesidades; Es el factor motivacional el más importante en la configuración del entorno de trabajo, se desarrolla por medio de diversas herramientas que facilitan

la tarea de delimitación y análisis de usuario.

Por medio de formularios con la intención de definir gustos, rutinas, conocimiento e información de los usuarios.

### **1.6.2 Construir**

La segunda etapa consisten en Construir, es esta etapa se desarrolla la creatividad después del análisis de usuario y donde entra la experimentación por medio de construcción de modelos y materiales que enriquezcan la experiencia, los principales factores a tener en cuenta son la importancia de la forma que está condicionada a la utilidad y su respectiva función, teniendo presente el control total del ciclo del diseño, su disposición de las herramientas de producción, el contacto con la realidad del objeto y las necesidades fundamentales del destinatario.

Algunas herramientas que nutren esta fase son el *brainstorming*, el diseño de mockups y el reflejo de estos en prototipos y MVPs (Mínimos Productos Viables).

### **1.6.2 Testear**

Por último, está la fase de Testeos, cuya finalidad es la de verificación, ya que este proyecto está basado en un sistema circular de retroalimentación en donde se evaluará la eficacia del producto final por medio de la validez de la experiencia afectiva reflejada en un vínculo emocional e interés en el producto final.

Por medio de diferentes herramientas como Roadmap de Prototipado, Matriz de hipótesis, Matriz de feedback, y Test de

usuario.

## **1.7 Alcances y limitaciones**

El proyecto tendrá como objeto de estudio a usuarios existentes de PetCafes, este pretende generar canales de comunicación e información efectivos, proporcionando mayor apropiación, guía y capacitación para los interesados en comenzar procesos de adopción en los PetCafes.

Dentro de las limitaciones se encuentra la situación de salubridad actual, "Covid-19", ya que dificultó el acercamiento a los usuarios, además de que por prevención los espacios conocidos como PetCafes deben operar a puerta cerrada, y dos de los tres que están ubicados cerraron sus espacios indefinidamente, por lo que se tomaron decisiones para ajustar la dirección del proyecto oportunamente.

El proyecto se plantea por etapas, los procesos de adopción tienen un tiempo estimado de 15 días hasta 2 meses, dependiendo tanto de las instituciones como de los adoptantes, al usar una metodología cíclica, se establecen 3 fases:

La primera fase, la cual aborda este proyecto se establece un producto mínimo viable el cual está en una fase inicial de implementación en el CatCafe del caso de estudio; GatoLatte.

La segunda fase, se plantea con una duración mínima de un año y se establece como objetivo testear la utilidad y funcionalidad del proyecto en el entorno del PetCafe y que pueda llegar a concluir con

*Adopta una huella*

un número más alto de adopción, además de la reducción de tiempos en los procesos de adopción y la prevención de los casos de devolución o abandono de estas adopciones.

La tercera fase, es la posible distribución e implementación a otras fundaciones y hogares de paso para que las usen en sus procesos de adopción.

## **Capítulo 2. Base teórica del proyecto**

## **2.1 Marco referencial**

A continuación, se dará un contexto de la actual situación en la que se encuentra la problemática, mostrando desde un panorama global hasta llegar a una vista local desde 3 puntos de enfoque: Causantes de abandono, fundaciones activas y tecnologías que han surgido en base a esta problemática.

Se divide en tres grandes marcos para abordar el contexto: Marco referencial (o de referencia) se incluyen el marco teórico (contextual y disciplinar), el marco conceptual y marco institucional y legal. También se incluye el estado del arte (referentes proyectuales) y la línea del tiempo.

### **2.1.1 Marco teórico contextual**

“En Colombia, las cifras de perros abandonados son desesperanzadoras. Según Ana María Melo, experta en ingeniería ambiental y sanitaria, “Para el 2008 existían en la capital aproximadamente 90.000 perros deambulando por las calles, en su mayoría registrados en las localidades de Ciudad Bolívar, Bosa, Kennedy y Suba”(Báez, 2018).

Estos números siguieron aumentando a razón del 10% anual y para el año 2015, en concordancia con informes de la secretaria de salud (Dirección de Salud Pública, 2015), la cifra aumento a 250.000 animales en situación de abandono.

Desde los años ochenta, se han creado distintos mecanismos

en la ciudad de Bogotá para mitigar esta problemática, tales como jornadas de esterilización, jornadas de adopción y apadrinamiento, sistemas de sacrificio y se ha visto un aumento en la creación de fundaciones y centro especializados para el cuidado animal.

A pesar de los esfuerzos de los entes gubernamentales, en concordancia con los datos publicados por la Universidad de Ciencias Aplicadas y Ambientales en su informe de 2015 (Grandas, 2015), la cifra llegó a 1'270.040 animales entre perros y gatos, abandonados y nacidos en las calles.

Sumado a esto la reciente emergencia sanitaria que afectó al mundo en el año 2020, también ha dejado a su paso consecuencias que llevaron al incremento del abandono de mascotas, especialmente perros y gatos.

Hay diferentes causantes de este fenómeno, unos dicen que por la crisis económica no les permitía seguir manteniéndolos, otro por problemas de convivencia dentro del hogar y en casos extremos de desinformación porque creen que los animales transmiten la enfermedad covid-19. A continuación se detallara cuáles son los principales motivos por los que sucede este tipo de abandonos.

### ***2.1.1.1 Causantes de abandono animal***

Los animales en situación de abandono son una problemática global, que hasta hace poco está tomando visibilidad por parte de las entidades de control; aunque se han dado avances, no ha sido suficiente, pues años a año sigue aumentando los casos de perros y

gatos abandonados.

En Bogotá, según cifras de la Secretaria de Salud (Dirección de Salud Pública, 2015) de cada 100 perros que tienen vivienda, 38 deambulan en las calles, así mismo de cada 100 gatos que tienen vivienda 53 deambulan libremente.

Existen animales que son identificados por la comunidad como callejeros, los cuales pueden ser causantes de generar riesgos de agresiones a la comunidad o molestias sanitarias, pero cerca del 90% de los perros que se consideran “de la calle” tienen un dueño o un proveedor de alimentos.

Esta problemática no solo se presenta en las grandes ciudades, igualmente se da en zonas rurales y en municipios del país, y las personas buscan soluciones que consideran rápidas, para “salir del problema”, en donde se han visto casos en los que las personas los apartan de las zonas de sus casas y en casos extremos los envenenan o ahogan (Comunicación personal con fundadora de GatoLatte, Alexandra Benavides, 2020)

Carolina Alaguna, etóloga en una entrevista para el programa Pedigree Adóptame (Alaguna, 2016) asegura que la situación de abandono de mascotas en Colombia es crítica, debido a la adopción y la tenencia inadecuada, por lo cual nombra las siguientes causas:

#### **2.1.1.1.1 Problemas de comportamiento**

Cuando las personas que están interesadas en adquirir una mascota, al momento de tenerla comienzan a afrontar situaciones las

cuales no se sienten capaces de manejar, la mayoría de las veces por desconocimiento o por mal asesoramiento por parte de la entidad que da el animal para ser cuidado, por lo que deciden abandonarlos.

Entre las situaciones más comunes están las de agresividad del animal, mala formación en cuanto a los desechos corporales de los animales, lo que causa la poca disposición de las personas por educar a su mascota.

#### **2.1.1.1.2 Aspectos económicos**

Las personas al adquirir bajo su cuidado un animal, no consideran e ignoran que ellos también tienen necesidades como chequeos, vacunas, alimentos, guarderías, cuidados e imprevistos varios.

Ante la imposibilidad de responder por ellas, prefieren abandonarlos o devolverlos a los lugares donde fueron adquiridos.

#### **2.1.1.1.3 Camadas no deseadas o muy grandes**

Las personas al adquirir animales, debido a su inexperiencia o por descuido, no esterilizan a sus mascotas, las hembras en celo tienen una alta probabilidad de quedar en estado de embarazo, y por consecuente traer cachorros y camadas no deseadas, por lo que deciden regalarlos o abandonarlos.

### **2.1.1.2 Síntomas de trauma animal**

Las mascotas dentro del hogar tienden a tener comportamientos en base a los estímulos que se les dan en el hogar, ya sean positivos o negativos, por lo que es identificable cuando las mascotas no se sienten cómodas dentro del hogar, esto puede llevar a generar traumas y comportamientos negativos.

“Sí, los animales pueden sufrir traumas psicológicos. Particularmente los gatos sienten el efecto de las experiencias traumáticas de una forma muy intensa y marcada, de tal manera que cambian su conducta y las rutinas. Nunca más vuelven a ser los mismos”(Arrau, 2016), entonces, ¿Cuáles son los síntomas de que la mascota está pasando por una situación traumática?

- Pérdida de apetito por largos periodos de tiempo.
- Depresión y falta de actividad.
- Comportamientos destructivos cuando son dejados solos en casa.
- Conducta escapista o de esconderse.
- Actuar con nerviosismo, miedo e indiferencia.
- Molestarse o sentirse amenazado con mucha facilidad.
- No manifestar curiosidad o interés por investigar el entorno.
- Reaccionar con exageración al tacto o a los ruidos.

Para tratar estos traumas es necesario la ayuda de un profesional, ya sea por parte de terapias alternativas o incluso uso de fármacos, supervisados por un especialista.

### **2.1.1.3 Proceso de adopción CatCafe-GatoLatte**

El proceso de adopción en GatoLatte cuenta con una serie de requisitos, el primero consiste en un formulario, seguido de una entrevista con un veterinario, y luego, una vista o videollamada por parte de un encargado de GatoLatte, en donde se verifica que el posible adoptante sea apto, que cuente con el espacio necesario, los medios económicos, además de disponibilidad de tiempo para cuidar al animal.

Uno de los últimos pasos, es conseguir todos los elementos necesarios para su cuidado, un guacal o cama, agua y comida especializada con sus respectivos recipientes, juguetes para su recreación, arena y demás, y finalmente, si se cumplen todos los requisitos mencionados, se hace entrega del animal.

### **2.1.1.4 Beneficios de la adopción**

Adoptar una mascota trae consigo muchos beneficios, tanto para el animal como para el dueño, entre ellos está la reducción del estrés y ansiedad, contrarrestar la depresión, motivan la movilidad, se aprende a ser responsable y se establece una rutina diaria, además, claro está, de mejorar la calidad de vida del animal y reducir el número de mascotas abandonadas en la calle o que viven en refugios.

### **2.1.1.5 Fundaciones**

“Las mascotas son unos miembros más de la familia. Así lo demuestra que cerca de 43% de los hogares en el país tiene una mascota, según las más recientes cifras de la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco)” (Bolaños, 2019).

A pesar de eso, muchos animales han sido abandonados, por lo que se han creado fundaciones para cuidarlos y darles un hogar momentáneo.

#### **2.1.1.5.1 Fundación Dejando Huella**

Esta organización lleva varios años rescatando animales que se encuentran abandonados en la calle, pero hace cinco decidieron constituirla legalmente. Daniela Castilla, directora de dejando huella por medio del periódico La República (Bolaños, 2019), explicó que se enfocan específicamente en casos extremos como atención veterinaria urgente.

Además de tener la posibilidad de adoptar, también permite apadrinar a los animales que están en la fundación.

#### **2.1.1.5.2 Fundación Voz Animal**

Desde 2008, esta fundación tiene las puertas abiertas para recibir

más de 150 animales esperando a encontrar un hogar adoptivo. Voz Animal también hace campañas de esterilización y conciencia para disminuir la presencia de animales que estén sin protección y un hogar.

Además de permitir adoptar a sus miembros, también recibe donaciones de medicamentos, cobijas, comida, juguetes e incluso tiempo para estar con los ‘peludos’ y jugar con ellos o cuidarlos. También cuenta con un programa de apadrinamiento con diferentes cuotas.

#### **2.1.1.5.3 *Fundación Adopta no compres.***

La fundación que está a cabeza de Laura Rodríguez, además de ofrecer la posibilidad de adoptar animales de todas las razas y edades, tiene diferentes planes de apadrinamiento. ‘Amigos fieles’ consiste en dar una cuota mensual de \$20.000 para apoyar a cualquier miembro de la fundación; al donar \$50.000 se apoya a que se realice la esterilización de un perro o gato.

‘Padrinos fieles’ es otro programa en el que por una cuota de \$50.000 se apoya a casos particulares de la organización, con \$100.000 se apadrina a un animal que puede estar en recuperación.

#### **2.1.1.6 *Tecnologías***

En Colombia se han presentado distintas propuestas tecnológicas en su mayoría en el formato de aplicativo móvil y web, las principales

iniciativas se encuentran en la ciudad de Bogotá y Medellín.

Las principales iniciativas tecnológicas son las siguientes:

#### ***2.1.1.6.1 Distrito Appnimal***

Para adoptar a un gato o perro no necesariamente debe ir a una fundación, pues el Estado también ofrece posibilidades para ayudar a los ‘peludos’. Actualmente, la Alcaldía de Bogotá cuenta con una app gratuita llamada Distrito Appnimal, en la que un usuario puede ver cuáles son los animales disponibles para adopción.

Con solo un botón se puede descargar el formulario de adopción, pero también está la posibilidad de subir fotos de animales perdidos y que su búsqueda sea más fácil, lo que se suma a la sección de animales encontrados.

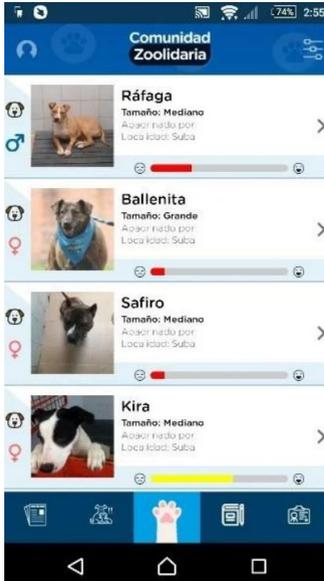


Figura 3 Distrito Appinimal

Fuente: Aplicativo móvil

### 2.1.1.6.2 La Perla

Los 1.968 perros y gatos que permanecen en el Centro de Bienestar Animal La Perla, de la Alcaldía de Medellín, podrían encontrar un hogar más rápido gracias a una nueva aplicación móvil que fue puesta al servicio de la ciudadanía.

Con esta herramienta, disponible con el nombre La Perla para iOS y Android, los interesados no tendrán que ir hasta la sede ubicada en el corregimiento AltaVista, sino que desde el celular podrán

## Adopta una huella

conocer la descripción de las mascotas, hacer preguntas a los veterinarios, ver el calendario de eventos del sitio, leer testimonios de familias adoptantes, o incluso buscar animales perdidos.

“En La Perla hay perros y gatos que han sido rescatados de las calles, o que eran maltratados, algunos perdieron sus extremidades luego de ser atropellados. Por eso esta aplicación es ideal para que encuentren un hogar”, expresó el alcalde Federico Gutiérrez.

El centro tiene un convenio veterinario con la Universidad CES, lo cual permite atender a los animales que llegan y garantizar su bienestar; sin embargo, observó el mandatario, es necesario que encuentren una familia que les pueda brindar cariño.

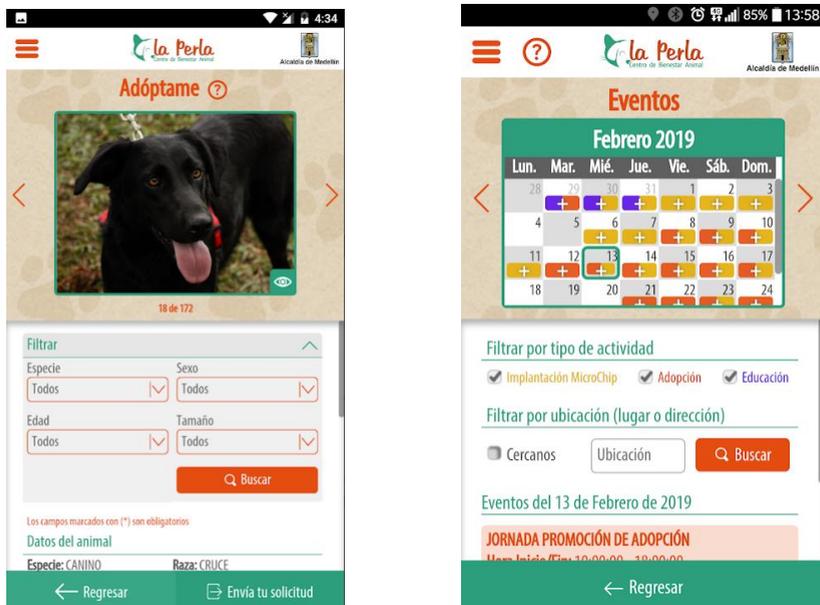


Figura 4 Aplicación La Perla

*Fuente: Aplicativo móvil*

### **2.1.1.6.3 Pedigree Adóptame**

Con el objetivo de dar un paso más en el compromiso para ayudar a frenar la creciente tasa de abandono de perros y gatos, la compañía MARS, desarrolló una aplicación para promover la adopción de estos animales.

A través de la página [www.pedigreeadoptame.co](http://www.pedigreeadoptame.co) las personas interesadas en adoptar un perro o un gato pueden navegar de manera sencilla y filtrar su búsqueda por ciudad, fundación y características del animal, como tamaño, sexo, edad o condición especial.

“Esta herramienta se convierte en una nueva opción en la que los usuarios, bien sean las fundaciones o las personas interesadas en adoptar, encontrarán el respaldo de un programa de adopción, el único a largo plazo, con presencia mundial y que este año cumple su séptimo en Colombia fomentando la adopción y tenencia responsable de mascotas”, afirma Adriana Lizalde, gerente de Asuntos Corporativos de MARS (Semana, 2016).

La herramienta, está optimizada para dispositivos móviles, con las mismas características de búsqueda disponibles en la versión para PC y MAC, y cuenta en estos momentos con más de 300 animales de compañía en condiciones óptimas (desparasitados, esterilizados y resocializados) para ser adoptados por una familia responsable.



Figura 5 Pedigree Adoptame

Fuente: Plataforma Web Pedigree

### **2.1.2 Marco teórico disciplinar**

En este punto definiremos las disciplinas con las cuales trabaja el proyecto, se explicará las principales herramientas de diseño que se usan en el proyecto y a si mismo explicar las condiciones de un perfil adoptante apto, el problema de investigación se encuentra dentro del conjunto de conocimiento del diseño digital, al proponer una herramienta tecnológica.

#### **2.1.2.1 Plataforma Web**

Se conoce como página web al documento que forma parte de un sitio

web y que suele contar con enlaces (también conocidos como hipervínculos o links) para facilitar la navegación entre los contenidos.

Las páginas web están desarrolladas con lenguajes de marcado como el HTML, que pueden ser interpretados por los navegadores. De esta forma, las páginas pueden presentar información en distintos formatos (texto, imágenes, sonidos, videos, animaciones), estar asociadas a datos de estilo o contar con aplicaciones interactivas.

“Entre las múltiples características que tiene una página web y que sirven para identificarla se encuentran las siguientes: cuenta con información textual y también con material de tipo audiovisual, está dotada de un diseño atractivo, está optimizada y ejerce como la tarjeta de presentación de una empresa, una persona o un profesional concreto”(Porto, 2009).

“Un portal web es un sitio cuya característica fundamental es la de servir de Puerta de entrada para ofrecer al usuario, de forma fácil e integrada, el acceso a una serie de recursos y de servicios relacionados a un mismo tema” (Quispe, 2017).

### **2.1.2.2 Redes sociales**

Una red social se ha definido como un conjunto de personas que tienen vínculos entre sí, sea por temas comerciales, amistad, trabajo, parentesco, etc.

Las “redes sociales” como nosotros las conocemos, permitieron que esos conjuntos de personas se encontraran en un

entorno virtual, convirtiéndose en sitios web conformados por comunidades de personas que tienen cosas en común. Y es que, en sus comienzos, los sitios web solo permitían una comunicación unidireccional y muy poca interacción.

Hoy, las redes sociales le dan el protagonismo a los usuarios y a las comunidades que estos conforman (Obeso, 2019).

### **2.1.2.3 Perfil de Adoptante Apto**

“Érica Prado, cofundadora de Huellitas sin Hogar (Agronegocios, 2018), aseguró que además del amor es primordial contar con una capacidad económica, espacio suficiente para que esté cómodo, ser consciente de su expectativa de vida, además de otras condiciones que serán evaluadas en el proceso y que pueden variar según la fundación” (Marciales, 2018).

A continuación, se describirán cuáles son los principales factores que se tienen en cuenta para dar en adopción a animales rescatados:

#### **2.1.2.3.1 Tiempo que se le puede dedicar a la mascota**

Los animales necesitan del cuidado de las personas, por ello es muy importante tener tiempo no solo para alimentarlos, sino también para su recreación. En el caso de los perros, lo recomendable es destinarles mínimo 20 minutos para realizar actividad física y darles un paseo, lo que puede variar dependiendo de la raza y energía.

Por el lado de los gatos, su independencia natural, hace que el tiempo destinado sea más para mantenerles aseados sus espacios; sin embargo, no se puede dejar de lado el momento del juego. Cabe resaltar que ningún animal debe permanecer más de cuatro horas solo.

#### **2.1.2.3.2 Capacidad económica para la mascota**

Según estimados del CatCafe GatoLatte, si bien se tiene un mínimo de \$100.000cop mensuales para la manutención de una mascota (perro o gato), se deben contemplar distintas variables, como el tipo de comida que se le quiere dar; las posibles enfermedades y los gastos veterinarios, como las vacunas que tienen un valor de entre \$30.000 y \$60.000, medicamento y exámenes; el costo del baño y los juguetes; la guardería o paseador, en caso de salir de viaje, o de no poder estar con la mascota el tiempo que se requiere y demás imprevistos que puedan presentarse.

#### **2.1.2.3.3 El espacio con el que contara la mascota**

Dependiendo del espacio con el que se cuente, ya sea una casa o un apartamento, se debe adaptar el espacio para que el animal este seguro y en óptimas condiciones, pues hay unos más enérgicos que necesitan más espacio y atención, como otros que son más calmados y pueden estar en un lugar un poco más pequeño.

El adoptante, con ayuda y guía de la entidad a la que vaya,

deberá hacer las adaptaciones dentro del hogar para que se acomode al animal. Los gatos, aunque se adaptan más fácilmente, también deben contar con suficiente espacio y tener medidas de seguridad en las ubicaciones que dan con el exterior, para así evitar y prevenir posibles accidentes. El lugar de descanso para ambos debe ser cubierto, cálido y seguro, una terraza o un patio descubiertos no son aptos.

#### **2.1.2.3.4 *La experiencia de los dueños con las mascotas***

Aunque la idea es darle la oportunidad a todo el que quiera tener una mascota, así sea por primera vez, el proceso puede ser un poco más fácil si los adoptantes han tenido o tienen otras, pues saben la responsabilidad que esta conlleva, los cuidados que necesita, el gasto que representa y demás variables de las que no son tan conscientes los adoptantes primerizos.

Claro está que cada entidad estudiará el caso y también tendrá en cuenta el temperamento del animal que quieran adoptar para saber si le conviene o no estar en un hogar con otros animales y las condiciones en las que vivirían.

#### **2.1.2.3.5 *Razón por la que se quiere adoptar una mascota***

Esta es una de las variables más importantes para adoptar una mascota, pues muchas familias deciden darla como regalo de

Navidad o de cumpleaños, pero no tienen el compromiso necesario, por lo que muy seguramente no podrán tenerlo en un futuro cercano y es ahí cuando deciden regalarlos o abandonarlos.

Se busca que el adoptante tenga la intención de brindarle un hogar a la mascota y quiere su compañía, aunque cada caso es distinto, por lo que debe ser analizado. Además, también se tienen en cuenta los otros requisitos y la entrevista presencial de los adoptantes.

#### **2.1.2.3.6 Adversidades que se pueden presentar**

Generalmente los gatos viven más que los perros. Mientras que un gato callejero presenta una esperanza de vida de 3 a 6 años, uno que vive en un hogar, tiene una perspectiva de más de 12 años. Incluso un gato bien cuidado puede vivir hasta 20 años o más (Barcelona, 2019).

Es evidente que no podrás saberlo con seguridad, pero como estimación aproximada, podemos decir que los perros viven generalmente entre 8 y 20 años, aunque hay algunos que llegan a más. De hecho, hasta ahora el perro más viejo del mundo murió a los 30 años (Susana, 2019).

Por lo que la expectativa de vida de una mascota es de 10 a 14 años aproximadamente, por lo que se debe tener conciencia del tiempo que estará con usted. Asimismo, como cualquier ser vivo, los animales necesitan tener un periodo de adaptación, mientras conoce su nuevo hogar, se adapta los horarios y a las reglas de la casa.

Cuando se le esté enseñando las normas, es muy importante que todos los miembros de la familia hagan lo mismo y le brinden ese trato para que el animal sepa qué está bien y qué está mal; aunque es primordial primero crear un vínculo y ganarse su confianza.

### **2.1.3 Marco conceptual**

A continuación, se delimitarán algunos de los conceptos más importantes y relevantes que es importante aclarar para entender cómo se desarrolla el proyecto de investigación y algunas etapas del producto.

*Tabla 1 Marco conceptual*

<b>PetCafe</b>  (Diego y Andrea, fundadores Gatos & Blues, 2017)	Los PetCafe son hogares de paso en los cuales se rescatan, rehabilitan y se entregan en adopción responsable animales abandonados. Para sostener estas iniciativas, se articula junto a un restaurante que te ofrece pasar el mejor rato para comer delicioso, relajarte y olvidarte del estrés cotidiano al estar en la mágica compañía de gatitos dulces y juguetones.
--	--

---

<b>Fundación animal</b> (Singer, Peter 2018)	Un refugio de animales es una instalación que sirve como espacio de acogida a animales sin hogar, perdidos o abandonados, en su mayoría, perros y gatos.
<b>Adopción</b> (Suarez, Roberth, 2016)	La adopción de animales es el proceso de tomar la responsabilidad de un animal que un dueño previamente ha abandonado o dejado en un refugio de animales.
<b>Redes sociales</b> (Obeso, 2019)	Es un conjunto de personas que tienen vínculos entre sí, sea por temas comerciales, amistad, trabajo, parentesco, etc. Por medio de canales digitales
<b>Página Web</b> (Apellido Nombre, Año)	Es un documento que forma parte de un sitio web y que suele contar con enlaces (también conocidos como hipervínculos o links) para facilitar la navegación entre los contenidos.

### **2.1.4 Marco institucional**

En este espacio se exponen las instituciones con las que se trabaja el proyecto, ya que son un factor crucial de la iniciativa y con estas se articulan varios puntos del producto y del proyecto, adicionalmente de organizaciones que se encargan de procesos relacionados con adopción y tenencia responsable de mascotas.

#### **2.1.4.1 Gatos & Blues**

La Fundación Gatos y Blues es una entidad dedicada al rescate, rehabilitación y entrega en adopción responsable de gatos en estado de abandono o maltrato. El proyecto inició en 2017 y se consolidó legalmente como Fundación a comienzos de 2020.

Para sostener este proyecto, tiene un CatCafe muy especial: el primer restaurante en Colombia que ofrece pasar el mejor rato para comer delicioso, relajarse y olvidar del estrés cotidiano al estar en la mágica compañía de gatos dulces y juguetones.

Se trata de un lugar pensado para los felinos, con una decoración pensada en función tanto de los gatos como de la gente, que ofrece sólo comida sana, sencilla y original, tanto para almorzar, cenar o tardear, y una gran variedad de tés, cafés, infusiones y *smoothies*. Es un espacio con muy buena música, especialmente jazz y blues, al que las personas pueden venir solas o acompañadas, sin sentir presiones, para alejarse del estrés cotidiano y la rutina.

### *Adopta una huella*

Encontrarán terapéutica la compañía felina y, si así lo desean, podrán adoptar uno de los gatitos del hogar de paso.

Gatos y Blues es un hogar de paso. Se rescatan y dan acogida a gatitos abandonados rescatados por animalistas amigos que no dan más abasto. Su función principal es la del cuidado y preparamiento previo a la adopción d ellos gatos, brindándoles alimento, vacunas, y la posterior esterilización cuando tienen la edad.

Los felinos están en Gatolandia, una zona del café adecuada especialmente para ellos, con un mobiliario diseñado y montado especialmente por la Fundación Promedio. Antes de acceder a esta zona debe leer y aceptar las reglas de los gatos (Gatos & Blues, 2017).



*Figura 6 Gatos & Blues*

*Fuente: Elaboración propia*

### **2.1.4.2 GatoLatte**

Es una tienda de café especializada con sentido social, un hogar de paso que promueve la interacción y la adopción de gatitos rescatados de calle a través de una experiencia vivencial gatuna junto al mejor café.



*Figura 7 GatoLatte*

*Fuente: Facebook Page GatoLatte*

### **2.1.4.3 Calico CatCafe**

Para Calico Cat Café es fundamental proveer una experiencia única de amor hacia los gatos y visitantes, en un ambiente innovador enmarcado en el respeto, la creatividad, la seguridad y la diversión en un lugar de esparcimiento donde se pueda compartir con gatos que necesitan un hogar, y así, encontrar familias amorosas que brinden bienestar a gatos sin hogar.

Por el alto nivel de abandono de los gatos en la calle y apoyando la labor de las fundaciones que se encargan de recogerlos y darles todos los cuidados que ellos necesitan, tenemos como objetivo ser un hogar de paso para darle la oportunidad a muchos gatos para que encuentren un hogar y sean adoptados.

No reciben gatos directamente. Todos los gatos que están para adoptar son traídos de las fundaciones ya que, ya están testeados y vacunados. Así se aseguran de que el gato está en condiciones de adopción.

Calico Cat Café trabaja en favor del bienestar animal, la tenencia responsable, la transformación social a través de la educación y la concientización, reduciendo los elevados niveles de maltrato animal en Colombia (Calico, 2017).



Figura 8 Calico CatCafe

Fuente: Facebook Page Calico

#### **2.1.4.4 Instituto Distrital de Bienestar y Protección Animal**

Es la entidad rectora de protección y bienestar de la fauna doméstica y silvestre, promueve una cultura ciudadana basada en un solo bienestar humano animal, entre sus objetivos está el proteger la vida y el trato hacia los animales, generar procesos ciudadanos que contribuyan a la transformación cultural y desarrollar herramientas para la difusión de conocimiento relacionado.

##### **2.1.4.4.1 Escuadrón anti-crueldad**

El Escuadrón anti-crueldad es un programa que se encarga de atender los reportes de la ciudadanía sobre cualquier tipo de crueldad animal, entre ellas está el abandono, negligencia,

sobreexplotación, abuso sexual, maltrato físico y psicológico y emocional.

Este equipo está conformado por veterinarios, personal de apoyo técnico y abogados, que atienden los avisos y hacen visitas de verificación para la situación del animal en cuestión, estos emiten un comunicado, sea bueno o malo, y dependiendo de este se realiza un seguimiento, o en situaciones extremas, se solicita la aprehensión material preventiva del animal.

### **2.1.5 Marco legal**

En el 2002, por medio de la ley 769, se ordenó la creación de los cosos o depósitos de animales en cada uno de los municipios del país y en el Distrito Capital, de la siguiente manera: "...Se crearán los cosos o depósitos de animales, en cada uno de los municipios del país, y, en el caso del distrito capital de Bogotá, uno en cada una de sus localidades..." Además, se consignó que el mismo será un inmueble dotado con los requisitos necesarios para el alojamiento adecuado de los animales que en él se mantuvieran.

Sin embargo, la realidad es completamente distinta. El centro de Zoonosis de Bogotá no cuenta con la infraestructura adecuada para mantener a los animales y recurre a matar a los que no puede entregar o enviarlos a laboratorios universitarios. Este acto entra en conflicto con el Estatuto Nacional de Protección Animal o Ley 84 de 1989, el cual prohíbe la utilización de los animales para prácticas en

las facultades de medicina o veterinaria.

El Ministerio de Salud señaló, entre tanto, que en 2016 existían cerca de 1 millón de animales domésticos en estado de abandono. Pero más allá del número preciso, lo cierto es que la falta de control en la proliferación canina, así como de políticas públicas aterrizadas a las realidades de los contextos, pueden llegar a generar serios problemas de salud pública.

Para intentar evitar que este inconveniente alcance mayores dimensiones, el Representante a la Cámara, Fabián Díaz Plata, en el año 2019 presentó un proyecto de ley, a través del cual busca "tenderle una mano amiga" a los animales que no cuentan con un hogar y viven en las calles.

El congresista propone, para tal fin, modificar el Código Nacional de Policía y Convivencia (Ley 1801 de 2016), que actualmente obliga a los municipios a construir centros de bienestar animal para garantizar la asistencia veterinaria a todos los animales domésticos en condición de abandono.

"Los municipios pequeños, es decir, de quinta o sexta categoría, no tienen los recursos necesarios para construir esos centros, bien sea porque no disponen de un lote o de la infraestructura y mucho menos los rubros su mantenimiento", manifestó el representante. No obstante, en algunas localidades existen refugios privados o fundaciones que están haciendo las veces de centro de bienestar animal y que cumplen con todos los requisitos normativos, pero las administraciones municipales no pueden entrar a apoyarles financieramente por razones de ley.

## **2.2 Estado del arte**

En este apartado se exponen los principales referentes proyectuales relacionados a los temas que trata este proyecto, principalmente el abandono animal, las estrategias de adopción responsable y proyectos relacionados a entornos digitales en los que se mueve la investigación.

En el 2016 en la Escuela de periodismo de la Universidad de Chile se desarrolló una tesis de Adopción y tenencia responsable de mascotas.

La motivación para realizar este trabajo fueron estos animales que, por culpa de humanos irresponsables terminaron sufriendo y muriendo en las calles. Sin embargo, en los últimos años se ha visto el creciente aumento de fundaciones sin fines de lucro que se preocupan de ellos e intentan resolver con sus escasos recursos esta problemática nacional.

El rol del Estado en esta materia está haciéndose notar por medio de los planes de esterilización. Sin embargo, esto no ha sido suficiente para combatir las cifras de abandono de personas que no están educadas en la materia.

Este año, Holanda dio un golpe mundial en este ámbito, ya que gracias a un plan masivo de esterilización y un control exhaustivo de la población canina dejaron de tener perros callejeros. Esto también podría ser posible en Chile, pero no existen programas de educación de la población chilena que permitan crear conciencia en que tener un perro o gato no es lo mismo que tener un mueble. Algo

que refuerza esta percepción negativa hacia las mascotas la otorga el mismo Código Civil que denomina a los animales como bienes muebles, y no como los denominan los países desarrollados seres sintientes. Además de esto, se suma que hace siete años que está en tramitación la ley de tenencia responsable de mascotas.

A las altas cifras de abandono se agregan el maltrato y abuso hacia los animales solamente una vez en el país una persona cumplió una pena aflictiva luego envenenar y causar la muerte a varios perros en la comuna de San Joaquín. La queja y el descontento de los grupos animalistas del país es en gran medida a la legislación que existe al respecto, ya que como se conocerá más adelante en este trabajo, muchos animales maltratados por sus dueños fueron devueltos a éstos mismos por orden de los jueces que llevaron las causas.

Y en donde se concluyó al hacer una revisión general de la situación en que se encuentran cientos de animales abandonados es imprescindible pensar en una legislación que los proteja y que por medio de la educación hacia las personas especialmente a las nuevas generaciones, esta problemática cambie.

Chile es parte de la OCDE donde la mayoría de los países miembros tiene programas efectivos para combatir las cifras de animales callejeros. La problemática de las mascotas no es un interés de nicho y los mismos miembros del parlamento lo han entendido creando PARDA (Parlamentarios por la dignidad animal en Chile) que ha promovido diversas iniciativas legales como la prohibición absoluta de animales en el circo, la prohibición de experimentación en

laboratorios para productos cosméticos y la modificación integral al delito de maltrato animal (LENARDO, 2016).

Desde hace más de 100 años que ya se está hablando del fin al racismo, de la liberación femenina y actualmente del fin al especismo como una rama filosófica. El mundo está tomando conciencia de la importancia en abogar por los derechos de los animales y Chile no es la excepción.

Debido a la necesidad que existe por ayudar a las mascotas abandonadas es que han surgido las fundaciones y organizaciones sociales que además exigen que se promulgue la ley de tenencia responsable y que los animales sean denominados seres sintientes. Chile necesita un cambio en educación y planes de acción para disminuir el número de animales abandonados y el descontrol de la natalidad de éstos.

Esto es algo que la población está exigiendo y las redes sociales han jugado un rol fundamental en visualizar los temas de maltrato y hacer llamados de atención a la sociedad para que esto no ocurra como en otros movimientos sociales como el de la educación, los derechos igualitarios y unión civil, y la lucha contra los femicidios.

En esta investigación se presentó la problemática de asignar fondos a un programa que no se tiene la certeza si será ejecutado en los próximos años y que no está educando a la población. La legislación en derechos animales sería un paso fundamental para disminuir el abandono y el maltrato hacia estos seres. Además, de ponerle fin a los daños sanitarios y ambientales que causan, como por ejemplo los perros asilvestrados con sus ataques al rubro

ganadero y a las personas en zonas pobladas.

La sobrepoblación de perros y gatos trae consigo enfermedades y otro tipo de inconvenientes, por lo que los mismos seres humanos y también por medio de sus gobernantes quienes deben preocuparse de estos asuntos.

El tema de la tenencia responsable de las mascotas no es solo para quienes les gustan los animales, sino que es algo que atañe a todos los ciudadanos del país, y las leyes podrían mejorar esta situación.

El empoderamiento ciudadano que trabaja en beneficio del bienestar animal no es suficiente para combatir las altas cifras de callejeros que abundan por todos los sectores del país. Es cierto que contribuyen en gran medida, porque están realizando una labor que debería estar en manos del gobierno, pero jamás se podrá llegar a lo que consiguió Holanda sin un plan de acción efectivo y que la especialista en biología de la planteó en esta investigación.

Este trabajo tiene como fin promover la tenencia responsable no solo para quienes gustan de los animales sino para todos, ya que es algo que afecta a la población nacional y una legislación a favor de esto podrá ayudar a promover estos cambios.

### **2.3 Línea del tiempo**

Como resultado de la investigación, a continuación, se expondrá la evolución que ha tenido esta temática desde tres puntos de vista influyentes para el proyecto, principales fundaciones, tecnologías en

relación con la protección animal y surgimiento de PetCafes.



Figura 9 Línea de tiempo

Fuente: Elaboración propia

### **2.3.1 Protección animal**

Como primer punto se toma como referencia la evolución de la protección animal y los derechos de los animales, evolución que ha tomado fuerza en los últimos siglos ya que cada vez tenemos más apropiación de los animales domésticos que nos acompañan en la cotidianidad.

Pero es importante conocer cómo ha sido la transformación del trato con los animales desde el panorama global hasta las legislaciones que hay a nivel local en Colombia:

- 1635 la primera legislación de protección animal conocida en Europa se aprobó en Irlanda. Esa fue una piedra de molino para los derechos de los animales, hizo que la gente tuviera una idea de la importancia de la protección animal.
- 1822 "Ley de malos tratos a caballos y ganado", o "Ley de Martin". Fue la primera gran parte de la legislación de protección animal del mundo, como una ley para prevenir el trato cruel e inadecuado del ganado, y lo convirtió en un delito, punible con multas. Los tribunales de Nueva York dictaminaron que la crueldad desenfrenada hacia los animales era un delito menor de derecho común. Esa fue la primera ley que protegió a los animales en los Estados Unidos.
- 1824 el primer bienestar animal organizado conocido comenzó en Gran Bretaña, hubo 22 filántropos que fundaron la Sociedad para la Prevención de la Crueldad contra los

Animales. La mayoría de las personas durante este tiempo consideraron el bienestar animal como una pérdida de tiempo.

- 1866 se funda la ASPCA (Sociedad Estadounidense para la Prevención de la Crueldad contra los Animales), que fue la primera organización humana en el hemisferio occidental. Su misión es prevenir la crueldad hacia los animales en todo Estados Unidos, rescatar a los animales del abuso, aprobar leyes humanitarias y compartir recursos con muchos refugios en todo el país.
- 1931 se inició el Día Mundial de los Animales en Florencia, Italia, el 4 de octubre fue elegido para ser el Día Mundial de los Animales, que se ha convertido en un día para recordar y rendir homenaje a todos los animales y a las personas que los aman y respetan. Era la primera vez que se prestaba atención a la protección animal en todo el mundo.
- 1967 PAWS fue fundada e incorporada como una agencia sin fines de lucro, los miembros fundadores administraron una tienda de segunda mano para recaudar dinero para cirugías de esterilización y castración para ayudar a terminar con la sobrepoblación de mascotas.
- 1970 se abre la primera clínica de esterilización / castración de bajo costo en Los Ángeles, esta clínica lanzó un apasionado debate nacional sobre el tema y los veterinarios de práctica privada comenzaron a realizar esterilizaciones quirúrgicas a un ritmo mucho mayor. El impacto de este

cambio en el comportamiento de los profesionales privados puede verse por la mayor proporción de perros con licencia.

- 1979 se funda el Fondo de Defensa Legal Animal. ALDF ha abierto el camino para una aplicación más estricta de las leyes contra la crueldad y un trato más humano de los animales en todos los rincones de la vida estadounidense, la tasa de eutanasia en los años 90 de perros y gatos en refugios se reduce al 10 por ciento de la cifra de 1970. Los clientes ahora tenían que "optar por no participar" si no se deseaba la esterilización.
- A nivel normativo, en Colombia existe la Ley 5 de 1972, por la cual se provee a la fundación y funcionamiento de Juntas Defensoras de animales.
- La decisión sin precedentes va más allá de la calificación de los animales como "seres sintientes" que hizo la Ley de Protección Animal, la 1774 de 2016, para establecer, de una buena vez, que también tiene derechos. "Los animales son sujetos de derechos sintientes no humanos que como tales tiene prerrogativas en su condición de fauna protegida a la salvaguarda por virtud de la biodiversidad y del equilibrio natural de las especies, y especialmente la de naturaleza silvestre. Como tales, deben ser objeto de conservación y protección frente al padecimiento, maltrato y crueldad injustificada", señaló.

### **2.3.2 Fundaciones, tecnología y PetCafes**

Como segundo punto se encuentra el desarrollo y surgimiento de diferentes fundaciones, aplicaciones y hogares de paso, que han sido importantes a nivel local y algunos referentes en tecnología a nivel global y distrital.

- Zoonosis nace en los años 80s. Pero a partir del día primero de febrero del año 2018, es conocido como el Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal (IDIPYBA), siendo apropiado por el Distrito ya que es una de las fundaciones con mayor influencia y a la cual se le tiene como referente debido a su labor en el país.
- Fundación huella roja, 2000 se crea la fundación, 2001 el periódico El Tiempo acompañó a Alirio a rescatar 50 perros en mal estado en Caracolí (un barrio en Ciudad Bolívar), 2003 City TV nos acompañó a entregar regalos de navidad a los perros de la calle en Cazucá (un barrio en Ciudad Bolívar), 2011 en enero la fundación rescató a más de 350 perros en las inundaciones del Atlántico por la ruptura del canal del dique
- La FUNDACIÓN DE PROTECCIÓN ANIMAL SAFE COLOMBIA, entidad sin ánimo de lucro, se creó en la ciudad de Buga en noviembre 6 de 2001. Después de operar durante más de 16 años bajo esta denominación, posteriormente se modificó el nombre a FUNDACIÓN ANIMAL SAFE, modificación que se realizó el 05 de mayo de 2.017 y que

aparece como fecha de su constitución.

- La Fundación HUELLAS PERROS AL SERVICIO, nace en el 2007 con el rescate de Lucas, un *poodle* encontrado en el Parque Principal del barrio Modelia, en la ciudad de Bogotá. Este perrito llegó a la Fundación en muy malas condiciones de salud, presentaba síntomas de maltrato, cortes en la piel y con un claro temor hacia las personas y animales.

En cuanto a la tendencia de los Pet Cafés es relativamente reciente, es una experiencia que comienza a desarrollarse en el sudeste asiático y que se popularizó en Corea del sur y Japón, en los últimos años se está comenzando a ver también en América latina y Colombia.

- El primer café para animales se estableció en Taiwán en 1998.
- En el año 2017 se fundan los primeros hogares de paso con la temática de Pet Cafés en la ciudad de Bogotá; Calico Café y Cats & Blues, ambos con temática de gatos.
- En el año 2019 se funda el tercer Pet Café en la ciudad de Bogotá conocido como GatoLatte.

La tecnología no se queda atrás en la evolución del cuidado y reconocimiento animal, con el boom de los aplicativos móviles también han nacido varias iniciativas en varios países del mundo para poder ayudar a los animales y poder ubicarlos de manera adecuada.

- Sale en 2018 Distrito Appnimal es la primera aplicación móvil del gobierno Distrital de Bogotá desarrollada con el apoyo de MinTIC y Colciencias, donde el ciudadano del Distrito Capital participará activamente en el reto de mejorar las condiciones de los animales de compañía que se encuentra en estado de ayuda o de apoyo.
- Miwuki Pet Shelter Adopción de perros y gatos (España) Es una iniciativa que nace en 2018 y que se basa en el concepto de no importa el tipo de animal que quieras adoptar, ya que esta app posee una base de datos con más de 90.000 mascotas.
- Adoptare aplicación creada en México en el año 2018 se caracteriza por ser muy bien trabajada y funcional.
- Appets, Adopta una mascota creada en 2018 en Colombia. Podemos avisar de animales perdidos, encontrar veterinarias cercanas o contactar con particulares que busquen un hogar para las mascotas que no puedan mantener.

## **2.4 Caracterización de usuario**

La determinación del usuario se desarrolló basándose en el tipo de clientes que visitan los 3 PetCafes que están ubicados en la ciudad de Bogotá (Calico, Gatos & Blues y GatoLatte).

Siguiendo el diagrama de caracterización de usuario, se determinaron puntos clave del arquetipo de usuario al que va orientado el proyecto.

Puntos clave tales como las características demográficas en lo que se determinó que en su mayoría son adultos jóvenes; entre los 25 y 30 años, que están ubicados o tienen su rutina diaria en las zonas centrales de la ciudad de Bogotá tales como zona centro, Park Way y Galerías, debido a su cercanía con 2 de los 3 PetCafes que existen actualmente en Bogotá y por su gran cantidad de zonas verdes.

Son personas que buscan un espacio para liberar el estrés, cambiar la rutina y encontrar nuevas experiencias, y que a su vez son activas en el mundo digital, poseen un poder adquisitivo que les permite adoptar y dar los cuidados necesarios a un animal rescatado y que son influenciados por las tendencias y los productos que ven en internet.

Por medio de la encuesta que se realizó por vía web (formularios de Google) a los usuarios, se determinaron varios factores tanto de interés de adopción como de plataformas más usadas y canales de comunicación para llegar a este tema.

## Adopta una huella

¿Ha considerado adoptar una mascota?

394 respuestas

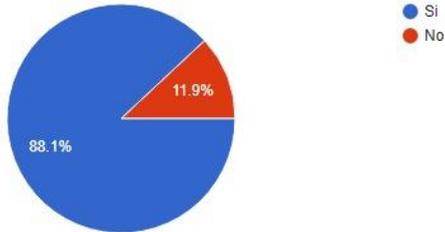


Figura 11 Encuesta

Fuente: Elaboración propia

¿Estaría de acuerdo con una herramienta digital que enseñe sobre adopción animal?

395 respuestas



Figura 10 Encuesta 2

Fuente: Elaboración propia

Aproximadamente el 90% de encuestados muestra interés por la adopción animal, y casi todos los encuestados están de acuerdo con una herramienta digital que enseñe los procesos de adopción.

¿Es usuario activo de redes sociales?

395 respuestas



Figura 13 Encuesta 3

Fuente: Elaboración propia

¿Cuál es su red social favorita o la que usa con más frecuencia?

396 respuestas

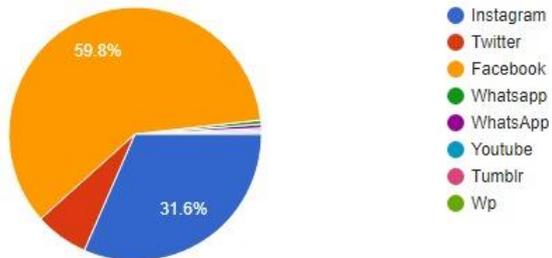


Figura 12 Encuesta 4

Fuente: Elaboración propia

Un 95% de los encuestados indicaron que son activos en redes sociales, y entre las plataformas que más usan se encuentran

Instagram, Facebook y Twitter entre las más populares.

Sumado a la comunicación con PetCafe y el análisis de su base de datos de adoptantes, se concluyó que hay tres perfiles de usuario segmentados, es decir, un usuario primario, un usuario secundario y un no-usuario.

El usuario primario comprende a los adultos jóvenes que tiene recursos y espacios necesarios para poder adoptar animales, es el usuario en el cual se enfoca el proyecto ya que son personas maduras, independientes económicamente, que cuentan con su espacio propio, pero aún no sienten la necesidad de formalizar una familia del todo ya que aún les queda muchas experiencias por vivir, adoptar un animal para ellos es ideal, ya que representa una compañía amorosa, lo ven como un hijo y un amigo.

El usuario secundario son aquellas personas y grupos familiares que buscan espacios innovadores y alternativos para pasar su tiempo libre o un espacio de trabajo diferente a lo habitual.

Y un no-usuario los cuales son las personas en las cuales no funciona la iniciativa en las cuales se encuentran personas que no les guste compartir con animales o sufran de alergias severas producidas por los animales.

Por lo que se desarrollaron las siguientes tarjetas de usuario basándose en los perfiles de usuario y arquetipos:



Figura 14 Tarjeta persona: Usuario primario

Fuente: Elaboración propia



## Familia Gutierrez

Grupo familiar

**Características demograficas**

-  Padre, madre, hijo e hija.
-  6 SMLV.
-  Padres empleados.

**Características demograficas**

Son un grupo familiar que vive cerca al centro de la ciudad, tienen hijos de corta edad (4-12 años), los padres tienen que trabajar entre semana y los niños ir al colegio.

**Capacidades humanas**

**Motivaciones**

Tienen tiempo los fines de semana para hacer planes y salir de la rutina.

**Necesidades**

Estan en busca de nuevos espacios en los que puedan pasar tiempo en familia y además buscan nuevos compañeros animales para su familia y no están informados de los procesos para adquirir estos.



Capacidad	Nivel
Enfermedad(es) Crónicas	Alto
Dominio TIC	Medio
Visual	Bajo
Cognitivo	Medio
Laboral/ocupacional	Medio
Motora	Medio

Figura 15 Tarjeta persona: Usuario secundario 3

Fuente: Elaboración propia

## **Capítulo 3. Desarrollo de la metodología, análisis y presentación de resultados**

En este capítulo se encuentra consignado el proceso del proyecto a través de la metodología planteada en el apartado anterior. Se define el proceso por etapas, el desarrollo de cada herramienta y técnica empleada en cada una de las fases del proyecto, así como los instrumentos de testeo realizados con los correspondientes resultados.

### **3.1 Criterios de diseño**

Adopta una huella es un portal web, el cual busca contribuir a los procesos de adopción e informar sobre los beneficios, compromisos y responsabilidades al momento de tomar la decisión de adoptar, como caso de estudio el CatCafe GatoLatte, mediante el enfoque en dos momentos claves del proceso, adoptar y adaptar. El proyecto nace a partir de los crecientes casos de abandono principalmente durante la pandemia, en los cuales por desinformación e inexperiencia los adoptantes devuelven o abandonan a las mascotas adoptadas, por lo cual se busca capacitar y acompañar en este proceso.

### 3.1.1 Árbol de objetivos de diseño

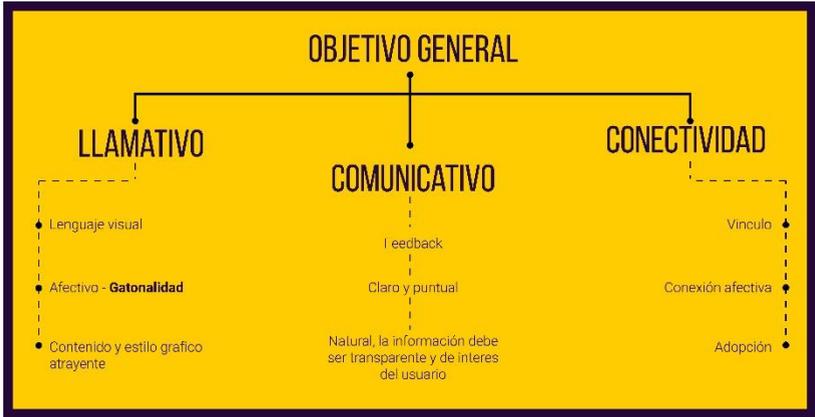


Figura 16 Árbol de objetivos de diseño

Fuente: Elaboración propia

En el árbol de objetivos se plantean tres pilares fundamentales para el desarrollo del producto.

El primer objetivo, es que debe ser llamativo para el usuario ya definido, esto se logra por medio de la implementación del lenguaje visual, de contenido afectivo que transmita amor desde lo visual y que resalte la “Gatonalidad” en el proceso de adopción, además, de estar conectado a un contenido y estilo gráfico atractivo.

El segundo objetivo, es que debe ser comunicativo, la información tiene que ser clara y puntual, debe transmitirse de forma natural, transparente y llamativa para los intereses del usuario, además, de crear un ciclo de retroalimentación y un puente de comunicación entre fundación y usuario.

Finalmente, el producto debe cumplir el objetivo de la

conectividad, donde se establezcan distintos vínculos, el primero, entre la fundación y el usuario, entre el usuario y el animal listo para adoptar; a través de canales afectivos, el del usuario y la plataforma, y por último, el de la plataforma y la fundación.

### **3.1.2 Requerimientos y determinantes de diseño**

Para establecer las características que el producto debe tener, se definen una serie de determinantes y requerimientos que ayudarán a cumplir el objetivo planteado para esta investigación.

*Tabla 2* Requerimientos y determinantes de diseño

Categoría	Determinante	Requerimiento
Uso	Debe tener un acceso sencillo.	No es necesario crear una cuenta.
	El producto debe entender en su totalidad.	Tiene que contar con una breve seccional inicial que informe al usuario las posibilidades de la plataforma.
	Debe tener una navegación clara y concisa.	Navegación que brinde fácil acceso a las herramientas por medio de botones "Call To Action".

*Adopta una huella*

	Debe ser un producto interactivo.	Tiene que retroalimentar al usuario de modo que genere seguridad y confianza. Tiene una paleta de colores sugerida por la respuesta de los usuarios que brinde seguridad y ajustada a las tendencias de mercado de la temática, amarillo como color principal y azul oscuro como complementario.
Estructural	Debe tener colores acordes al tema.	Debe generar interés para captar nuevos usuarios y que se sientan cómodos en la navegación.
	Debe tener una apariencia llamativa.	Tiene que ofrecer y operar los diversos microservicios que la componen.
	Debe tener una estructura modular.	Un punto medio del cual se desprenden todas las funcionalidades.
	Debe poseer un centro de gravedad.	No debe contener párrafos extensos y líneas con máximo 45 caracteres.
	Debe contar con información de fácil lectura.	Tiene que ser un producto de fácil acceso, y que el contenido esté disponible en todo momento.
Función	Debe brindar acceso a todas las herramientas.	

	Debe visualizarse adecuadamente.	Tiene que ser adaptable para cualquier resolución y adaptable para dispositivos móviles.
	Debe de brindar confianza en su funcionamiento.	Tiene que conectar todas las opciones y no tener huecos de navegación e información.
	Debe tener estándares de calidad con referencia en productos ya existentes.	Tiene que estar a la altura en función y calidad de los productos similares en el mercado.
	Debe de ser accesible a cualquiera.	Tiene que ser de carácter gratuito, donde la información y el contenido debe estar al alcance de todos los usuarios.
Mercado	Debe de aplicarse en canales de publicidad efectivos.	Tiene que desplegarse apropiadamente para tener el máximo alcance de usuarios ideales.

---

### **3.2 Hipótesis de producto**

Teniendo como referente los productos investigados en el estado del arte, se plantean tres posibles hipótesis de producto para el desarrollo del proyecto, un portal web, un aplicativo móvil y contenido multimedia para redes sociales.

Luego de evaluar la interacción de los usuarios con diversos elementos y de sus experiencias, rutina y conocimiento del tema, se tomaron estos resultados y se contrastaron con los determinantes y requerimientos de producto planteados. Se optó por tomar la decisión de combinar las 3 hipótesis, proponiendo un desarrollo web el cual sea adaptable para dispositivos móviles y que cuente con contenido llamativo y pensado para promover el proyecto en redes sociales.

### **3.3 Desarrollo y análisis Etapa: Mapear**

Esta primera etapa es la de empatizar, en la cual se recopilan datos entorno al tipo de usuario, a sus características y a los requisitos que piden los PetCafes para dar en adopción a sus animales, además de aprender sobre los otros servicios que brindan estos espacios, por medio de una entrevista a la fundadora de GatoLatte; uno de los PetCafes que hay en Bogotá.

#### **3.3.1 Entrevista con experto – Alexandra Benavides**

La aplicación de esta herramienta se realiza por medio de una reunión virtual con Alexandra Benavides, dueña y fundadora de GatoLatte,

uno de los PetCafes que hay en la ciudad de Bogotá.

En este espacio se realizó un breve contexto de las ideas y objetivos del proyecto, además, de conocer y articular temas clave de las principales preocupaciones que hay dentro de los PetCafes, con los resultados de las investigaciones y marcos del proyecto, donde las principales problemáticas están relacionadas a factores de visibilidad de los servicios y actividades que ofrecen estos lugares, además de la pertinencia de resaltar la “Gatonalidad”; es decir, las características afectivas, comportamentales y esenciales de cada gato que esté listo para adopción.

### **3.3.2 Entrevista con experto - Andrea Echeverri**

La entrevista se realizó dentro de los espacios del PetCafe Gatos & Blues, el primer hogar de paso que funciona como PetCafe, a una de sus fundadoras, Andrea Echeverri.

En este espacio se realizó un contexto sobre las labores y el funcionamiento de estos espacios, así mismo entender como es el proceso de rescate, rehabilitación y entrega en adopción de los animales que rescatan, e interactuar con los gatos en la zona conocida como “Gatolandia” un espacio especialmente hecho para los gatos en donde permanecen gran parte del día e interactúan entre ellos y con los visitantes, y que a su vez es el primer paso para comenzar el proceso de adopción, ahí el interesado en adoptar dependiendo de la interacción que tenga con los gatos y el vínculo que genere podrá comenzar el proceso.



*Figura 17 Gato en Gatos & Blues.*

*Fuente: Elaboración propia*

### **3.3.3 Sondeo**

Se realizó un sondeo a personas que su rutina se desarrolla cerca a los 3 PetCafes ubicados en Bogotá para conocer diferentes características de usuario, conocimiento acerca del tema, preferencias de forma y manejo de herramientas digitales. El sondeo se aplicó a 397 personas que en su mayoría eran estudiantes de universidades cercanas a estas ubicaciones y egresados, de rangos de edad entre 20 y 30 años, de los cuales 240 no saben que es un PetCafe y un alto porcentaje lo confunden con lugares petfriendly, y

el 87% nunca han visitado estos espacios.

¿Ha visitado algún PetCafe?

396 respuestas

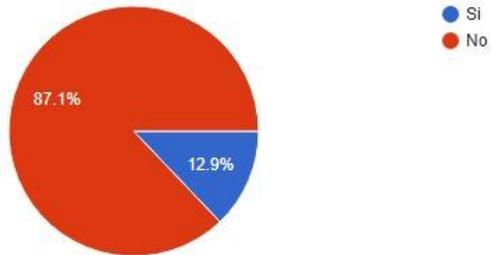


Figura 18 Resultados sondeo 1

Fuente: Elaboración propia

¿Qué se te viene a la mente cuando escucha el término "PetCafe"?

377 respuestas

- Restaurante de mascotas
- Restaurante para mascotas
- Cafetería para mascotas
- Cafetería para mascotas
- Un café donde puedo ir con mi mascota
- Un café para mascotas
- Un lugar donde puedo ir con mi mascota
- Un restaurante para mascotas
- Un lugarcito para llevar a mi mascota donde hay muchos juguetes, otros animales, galletas, concentrado, etc.

Figura 19 Resultados sondeo 2

Fuente: Elaboración propia

Además, se conocieron factores clave tales como que aproximadamente el 90% de los encuestados han estado interesados en adoptar una mascota y algunos en la sección de comentarios del formulario mostraron interés en conocer más acerca de estos espacios.

¿Ha considerado adoptar una mascota?

394 respuestas

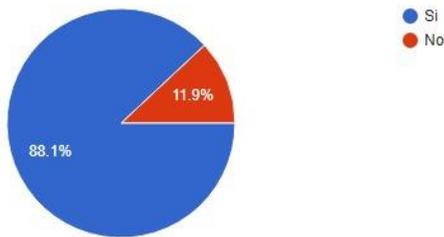


Figura 20 Resultados sondeo 3

Fuente: Elaboración propia

Esta idea me llaman mucho la atención, espero que salgan adelante con su proyecto, lo apoyaría sin duda alguna.

Todo lo que ayude a los animalitos lo apoyo con cariño

interesante labor, si necesitan voluntarios, avisen

Me gustaría que pudieran enviar más info. Sobre el proyecto al correo que adjunte :)

Figura 21 Resultados sondeo 4

Fuente: Elaboración propia

Adicionalmente, los encuestados mostraron ser altamente participativos en plataformas como redes sociales, el 95% consideran ser activos en redes sociales y compartieron cuál es su red social favorita, el 93% considera que el celular es el dispositivo tecnológico que más usa, e indirectamente algunos participantes dieron consejos acerca de posibles formatos de desarrollo de producto, aun sin mostrar las hipótesis planteadas más adelante.

¿Es usuario activo de redes sociales?

395 respuestas



Figura 22 Resultados sondeo 5

Fuente: Elaboración propia

¿Cuál es su red social favorita o la que usa con más frecuencia?

396 respuestas

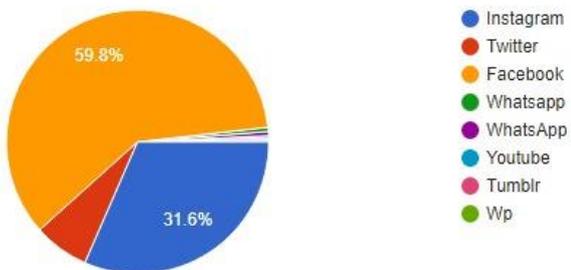


Figura 23 Resultados sondeo 6

Fuente: Elaboración propia

¿Qué dispositivo usa con más frecuencia o considera que sería adecuado una herramienta digital con esta temática?

396 respuestas

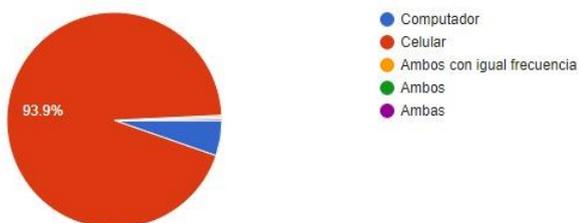


Figura 24 Resultados sondeo 8

Fuente: Elaboración propia

Parce creo que el tema de la adopción de animales va muy arraigado a los valores personales y si una persona quiere adoptar una mascota por medio de un aplicativo, sería de un solo uso(en la mayoría de los casos). Entonces buscaría la forma de tener mayor uso del producto.

Si es para una aplicación debería estar relacionada con todos los grupos de adopción que existen en las redes sociales, que no solo sea para adoptar sino también dónde se puedan publicar animalitos perdidos y tal vez anuncios de ventas como arenas, cajas y productos de mascotas, sería muy útil porque por lo menos yo estoy muy relacionada con esos grupos y sería realmente útil

*Figura 25 Resultados sondeo 9*

*Fuente: Elaboración propia*

### **3.3.4 Tarjeta persona**

A partir del sondeo de conocimiento y contrastándolo con las bases de datos de los dos PetCafes, se hace un estudio sociodemográfico, donde se establecen rangos de edad para dos tipos de usuario, uno primario y uno secundario, teniendo en cuenta sus características sociodemográficas, necesidades, manejo de dispositivos, conocimiento de tecnología y plataformas que frecuentan.

(Ver Figura 14. Tarjeta persona: Usuario primario)

(Ver Figura 15. Tarjeta persona: Usuario Secundario)

### **3.4 Desarrollo y análisis Etapa: Construir**

En esta segunda etapa es la definición, en la cual se recopilan datos entorno a la problemática, por medio de fuentes relacionados al tema, por medio de un sondeo de conocimientos y estudio de usuario a personas que cumplen con el perfil de estudio.

Además, se realizó un espacio de entrevistas a expertos temáticos de diferentes campos del conocimiento de temas relacionados a la problemática y desarrollo del proyecto.

Es la fase más extensa ya que al comprender los principales problemas y necesidades alrededor del problema, se puede brindar un mejor desarrollo de una solución.

### **3.4.2 Entrevistas profesionales temáticos**

Se realizaron 8 entrevistas para la definición de cuál es la hipótesis de producto que mejor beneficie al proyecto, los participantes fueron personas que cumplen con el perfil de usuario principal y además 5 de ellos son profesionales temáticos de áreas de estudio paralelas a temáticas relacionadas con el objetivo del proyecto.

La entrevista se realizó por medio de la plataforma Google Meets, tuvo una duración en promedio 20 minutos con cada uno de los entrevistados de forma asincrónica, es decir individualmente y estuvo dividido en 3 fases; conocimiento de usuario, contenido y presentación de hipótesis.

En la primera fase se hicieron 11 preguntas relacionadas a las características profesionales, laborales, personales y de conocimiento sobre la temática de los PetCafes, posteriormente en la fase de contenido se contextualizó al entrevistado por medio del pitch resumen del proyecto, y se realizaron preguntas acerca de la claridad tema del proyecto, la pertinencia, opinión del entrevistado frente al proyecto y su experiencia frente a métodos de adopción propios o de

personas cercanas a ellos; y por último, en la etapa 3 se presentaron las hipótesis de producto planteadas y dependiendo a su experiencia y trayectoria digital y personal, ellos opinaran frente a la pertinencia de los diferentes formatos, además de factores visuales y de identidad del proyecto.



*Figura 26 Entrevistas usuarios y profesionales temáticos*

*Fuente: Elaboración propia*

### **3.4.3 Entrevista a experto temático – Gatolatte**

Durante todo el proceso de desarrollo del proyecto se contó con diferentes reuniones y llamadas con Alexandra Benavides, fundadora de GatoLlatte, y que lleva realizando procesos de adopción durante 2 años. Se toma como experto debido a su experiencia y conocimiento sobre rescate, rehabilitación, tenencia adecuada y procesos de

adopción responsables.



*Figura 27 Establecimiento GatoLatte*

*Fuente: Elaboración propia*

El acompañamiento se realiza con Alexandra ya que a diario por redes las personas se contactan con ella personas interesadas en hacer procesos de adopción, y ella los acompaña por todos los filtros que realiza el hogar de paso para poder entregar en adopción sus animales.

Durante las entrevistas con la experta, se identifican escenarios en los cuales a pesar de tener un proceso riguroso de adopción ha tenido devoluciones en su hogar de paso, así mismo se identificaron cuáles son las etapas clave del proceso de incorporación de un animal en un hogar nuevo, adoptar y adaptar.

Además, explica un concepto importante a la hora de crear

conexiones con animales, y es el saber entender y conocer su “gatonalidad”, Alexandra dice “... todos los gatos son distintos, dependiendo de su edad, formación y distintas situaciones son diferentes, y al momento de empezar este proceso es importante que el adoptante establezca una conexión con la gatonalidad del gato que está adoptando ...” (Alexandra, 2020).

### **3.4.3.1 Benchmarking**

Durante las reuniones con la experta se desarrolló el ejercicio de *benchmarking*, el cual tenía como objetivo comparar productos y procesos de adopción de otras fundaciones, para poder definir características y debilidades clave en productos relacionados al campo de investigación.

Los productos comparados fueron un portal web, llamado “pedigree adóptame”, un aplicativo móvil desarrollado por el distrito de Bogotá, llamado “Appnimal”, y el mismo proceso de adopción que se realiza dentro del PetCafe GatoLatte.

Algunas conclusiones del ejercicio de *benchmarking* y que confirman parcialmente la hipótesis explicativa, son que las herramientas eran visualmente poco atractivas, poco intuitivas, y no son llamativas ni generan apropiación de la información, al mostrarla con textos largos y poco intuitivos o con herramientas que no se ajustaban al concepto de gatonalidad planteado por Alexandra.

### **3.4.4 Brief de producto**

En esta etapa se desarrolló un *Brief* para entender las cualidades del producto y que contiene la información imprescindible que se ha recopilado para poder empezar a planificar el producto.

Se trazó las funcionalidades principales que debe tener el portal web ya que debe estar alojado en un lugar estático y de fácil acceso tanto para la institución como para el adoptante y desde ahí se pueda dar inicio al proceso de adopción, como principal característica es que debe ser comunicativo y que logre capacitar al interesado en adoptar, siguiendo el lineamiento de guía-filtro-proponer.

Igualmente se articuló con la estrategia en redes sociales, en donde se plantea una campaña *teaser* del producto, y contando como características principales que sea llamativo y atrapante (Para ampliar la información ver Anexo 4).

### **3.4.5 Moodboard**

Una vez definido el producto a desarrollarse, se requiere generar una identidad y características infográficas, de diagramación, así mismo entender y visualizar de forma efectiva cuales son las tendencias y productos similares que se han desarrollado.

Adopta una huella



Figura 28 Moodboard

Fuente: Elaboración propia

### 3.4.6 Mapa de Navegación

Una vez definido el producto a desarrollarse, se requiere generar una identidad y características infográficas, de diagramación, así mismo entender y visualizar de forma efectiva cuales son las tendencias y productos similares que se han desarrollado.

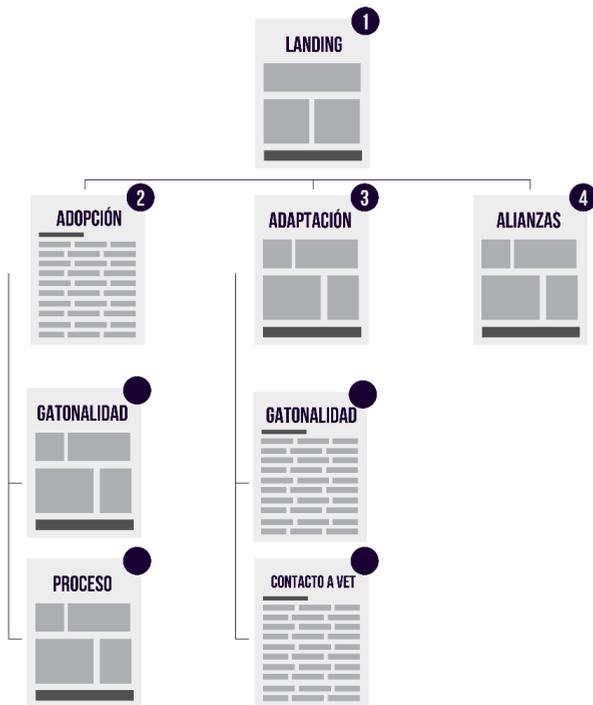


Figura 29 Ruta de navegación

Fuente: Elaboración propia

### 3.4.7 Wireframing

Una vez definido la ruta de navegación, se desarrollaron *wireframes* para establecer como se va a mostrar y organizar la información en cada una de las secciones de la plataforma, de forma que el usuario encuentre un espacio intuitivo, agradable y principalmente que logre hacer que el usuario se apropie de la información.

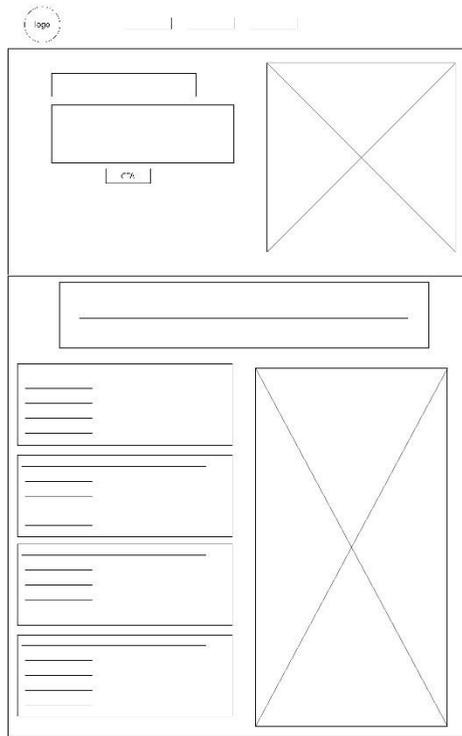


Figura 30 Wireframes

Fuente: Elaboración propia

### 3.4.8 Mock Ups

Definida como se va a mostrar la información en cada sección, se realiza un prototipo no funcional el cual será la base para el desarrollo del producto final, está pensado para enlazarse con las herramientas que brinda WordPress, agilizando el proceso de desarrollo y montaje en la web.



Figura 31 Mock Up plataforma 1

Fuente: Elaboración propia

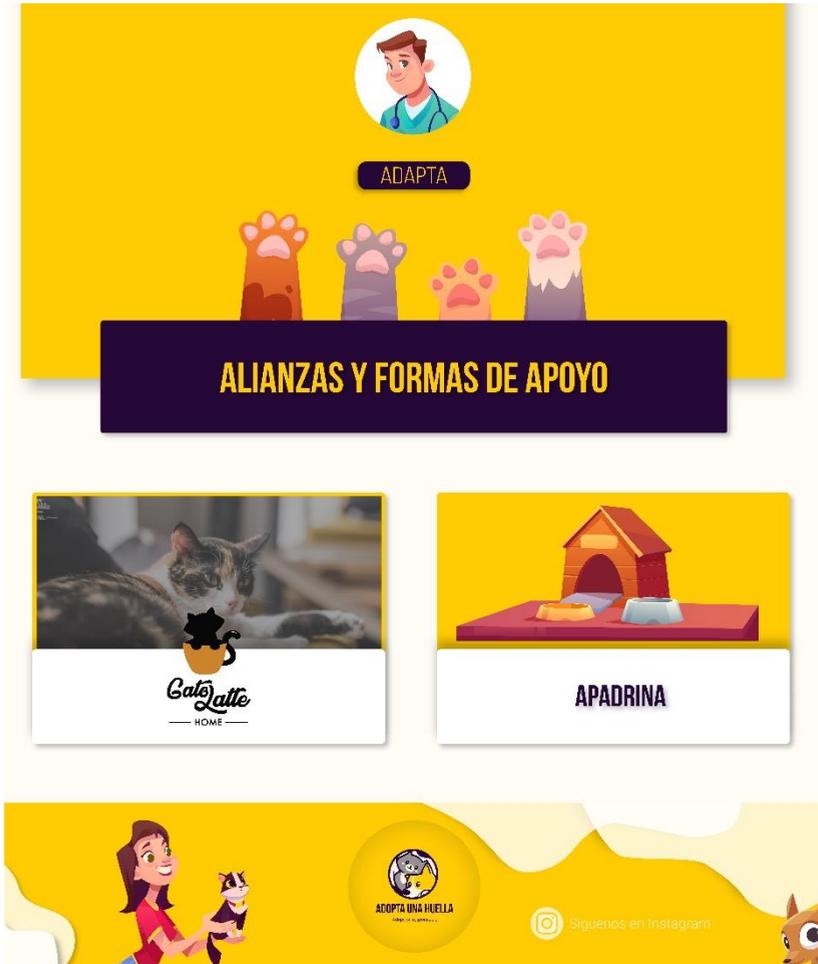


Figura 32 Mock Up plataforma 2

Fuente: Elaboración propia

### 3.5 Desarrollo y análisis Etapa: Testear

Esta etapa contempla las pruebas que se aplicarán al producto diseñado para comprobar su correcto uso y funcionalidad, haciendo evaluaciones iterativas para encontrar claves en su evolución.

#### 3.5.1 Campaña expectativa por redes

Se realizó una estrategia en redes sociales para el prelanzamiento de la plataforma, por medio de la red social Instagram se crearon 3 carruseles los cuales resumían los dos enfoques del proyecto, adapta y adopta, y el tercero una explicación del proyecto.



Figura 33 Redes Sociales Adopta una huella

Fuente: Elaboración propia



Figura 34 Carrusel

Fuente: *Elaboración propia*

Así mismo, en el dominio de la página adoptaunahuella.com se realizó una pantalla de en construcción mientras se realizaba el montaje por completo.



*Figura 35 Pantalla en construcción*

*Fuente: Elaboración propia*

### **3.5.2 Implementación en el PetCafe - GatoLatte**

Se realiza la entrega de la herramienta al PetCafe aliado, GatoLatte y se realiza la instrucción a la encargada de los procesos de adopción, Alexandra Benavides, e inicia la etapa de prueba de campo de la herramienta.

### **3.6 Resultados de los testeos**

En este apartado se evidencia la aplicación de los distintos testeos planteados anteriormente y formulados en la metodología del proyecto, además de evidencia resultados y breves conclusiones sobre la información obtenida.

### **3.6.1 Primer testeo – Entrevistas profesionales temáticos**

#### **3.6.1.1 Evidencias (Prototipo, testeo y proceso de iteración)**

El objetivo de este primer testeo es definir característica de las hipótesis de producto planteadas, con base en la investigación de herramientas en el estado de arte y las plataformas que existen y manejan actualmente los PetCafes. Las entrevistas se aplicaron a 8 personas, de los cuales cumplen con el perfil de usuario principal y además 5 de ellos son profesionales temáticos de áreas de estudio paralelas a temáticas relacionadas con el objetivo del proyecto.

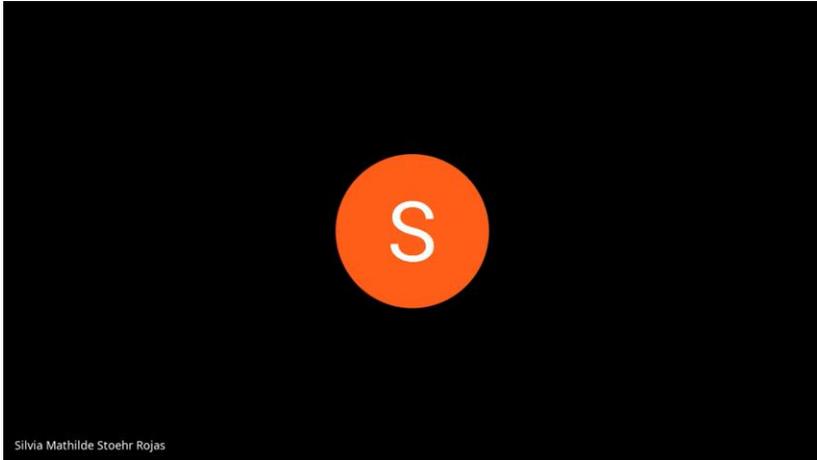
Se midieron factores de usuario, contenido del proyecto e hipótesis de producto, en los factores de usuario se hicieron 11 preguntas relacionadas a las características profesionales, laborales, personales y de conocimiento sobre la temática de los PetCafes, posteriormente en la factores de contenido se contextualizó al entrevistado por medio del pitch resumen del proyecto, y se realizaron preguntas acerca de la claridad del proyecto, la pertinencia, opinión del entrevistado frente al proyecto y su experiencia frente a métodos de adopción propios o de personas cercanas a ellos; y por último en la factores de hipótesis, se presentaron las hipótesis de producto planteadas y dependiendo a su experiencia y trayectoria digital y personal ellos opinaran frente a la pertinencia de los diferentes formatos, además de factores visuales y de identidad del proyecto. (Para ampliar la información remitirse a. Anexo 3).

**3.6.1.1.1 Silvia Stoher – Profesional temática: Antropología**

Silvia Stoher es profesional en Antropología de la Universidad Nacional de Colombia, tiene 29 años, algunos puntos clave de la entrevista es que ha tenido experiencia toda su vida con mascotas en su hogar, no sabe que es un PetCafe; lo asocia a petfriendly.

Considera que el proyecto es una iniciativa apropiada y necesaria para que las personas que pueden adoptar lo hagan, opina que la plataforma web y las redes sociales son algo esencial, y aconseja que una aplicación no cuenta con uso regular. En cuanto a su experiencia digital ha descargado aplicaciones para el cuidado de su perro, pero no las usa con regularidad. Piensa que es tedioso tener que cumplir tantos requisitos y que haya tanta formalidad en el proceso de adopción animal ya que considera que el que quiere adoptar puede ir a las calles y comenzar el proceso de adopción con un perro abandonado.

En cuanto a la identidad visual le parece adecuada y coherente con el proyecto. Además, considera que el segmento de usuario no debe ser universitarios ya que la mayoría no tienen ingresos estables y normalmente dependen de la familia.



*Figura 36 Entrevista Silvia Stoeher*

*Fuente: Elaboración propia*

**3.6.1.1.2 Andrea Delgadillo – Profesional temática:  
Comunicadora social y periodista**

Andrea Delgadillo es Comunicadora social y periodista, tiene 32 años, ha tenido mascotas cuando vivía con sus padres, no sabe que es un PetCafe, tiene nociones gracias a las redes sociales de personas que conoce que han ido a estos lugares.

Considera que las redes sociales son un factor clave por la inmediatez, ya que dice que da pereza descargar aplicaciones y tenerlas en su celular, ya que se vuelve algo inoficioso, la mayoría de las anécdotas de adopción que conoce es por medio de publicaciones en redes sociales y estados de sus conocidos. Adicionalmente, le parece adecuado la imagen y los colores del proyecto.



*Figura 37 Entrevista Andrea Delgadillo*

*Fuente: Elaboración propia*

### **3.6.1.1.3 Ali Diaz – Profesional temática: Diseño Grafico**

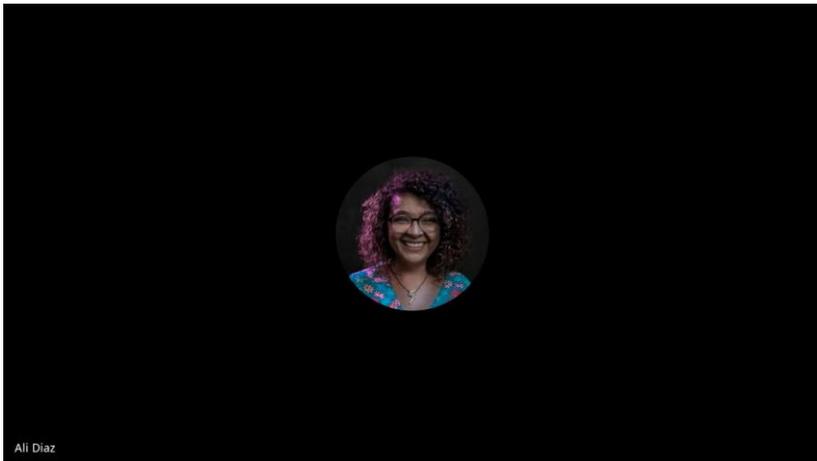
Ali Diaz, es Diseñadora gráfica de la Universidad de los Andes, tiene 30 años, es diseñadora freelance y directora creativa de Efecto Focus, una empresa que colabora con emprendimientos para impulsar su imagen, productos y técnicas de comercio; Siempre ha habido mascotas en su casa, prefiere gatos por la tranquilidad.

Conoce que es un PetCafe y le gusta ir a trabajar a estos espacios, sus favoritos son Gatos & Blues y Calico Café, considera que es un espacio donde puede pasar el tiempo y ser productiva en su trabajo, mientras puede estar con gatos a tu alrededor. Ella siente que ahorita hay una moda de conciencia hacia el mundo y el cuidado de los animales, pero las personas que toman acciones son las que

hacen el cambio.

Aconseja que la aplicación es inofensiva, porque uno la descarga, adopta un animal, pero luego no se usa a menos de que se realicen actividades rutinarias. Adicionalmente dice que las redes sociales, se puede poner el catálogo de los animales listos para adopción, hacer todas las actividades del proyecto y cuando ya haya un segmento de usuario fidelizado se puede comenzar a mirar otros formatos.

En cuanto a la estructura visual del proyecto considera que no está relacionado con la adopción, como concejo involucraría la tipografía con la imagen del gato y el perro.



*Figura 38 Entrevista Ali Diaz*

*Fuente: Elaboración propia*

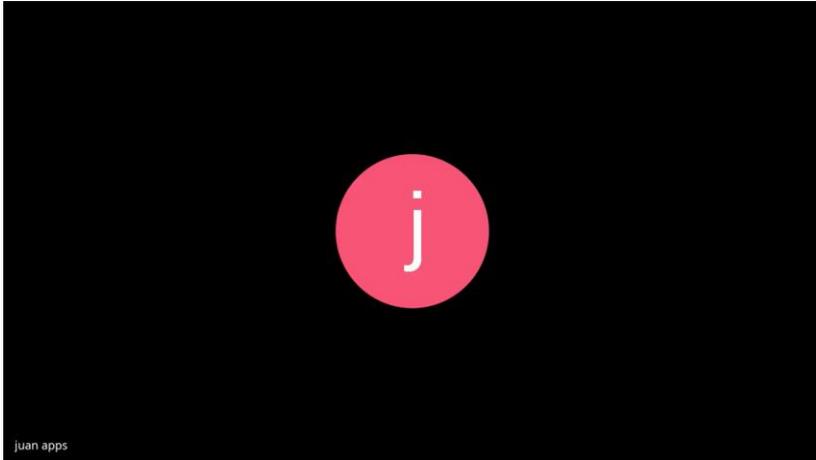
**3.6.1.1.4 Juan Felipe Franco– Profesional temático: Medicina veterinaria**

Juan Felipe Franco es profesional en Medicina veterinaria de la Universidad Nacional de Colombia, tiene 26 años, actualmente tiene mascotas, ha escuchado que es un PetCafe, pero nunca ha visitado uno.

Considera que los PetCafes son espacios innovadores, una muy buena idea comercial y que además beneficia a los animales rescatados, podría encontrarse dificultades frente al target debido a que debería estar enfocado a empresarios y personas un poco mayores a los estudiantes universitarios.

En cuanto a las hipótesis de productos aconseja que para informar es mejor una página web y para contactar adoptantes un factor clave son las redes sociales. En cuanto a las formas de adopción más comunes que conoce es de forma independiente, es decir, estar pendiente en las calles del y rehabilitar un animal abandono, la segunda por medio de fundaciones.

Considera que la identidad visual no se entiende, no la relaciona con la adopción, pero sí con animales.



*Figura 39 Entrevista Juan Felipe Franco*

*Fuente: Elaboración propia*

#### **3.6.1.1.5 Carlos Vargas - Profesional temático: Comunicador Multimedia**

Carlos Vargas es Comunicador Multimedia del Politécnico Grancolombiano, tiene 33 años, asocia los PetCafes con lugares *petfriendly*.

Considera que las redes sociales es el mejor canal para desarrollar el proyecto. Las experiencias de adopción que conoce se han dado en general por redes sociales. Además, en cuanto a identidad gráfica de la imagen opina que los colores se podrían mejorar por medio de diccionario de color, ya que el Azul, usualmente se usa para transmitir seriedad, estabilidad, corporativo, es un color muy neutro, tal vez el tema de adoptar podría manejarse desde

colores cálidos.



*Figura 40 Entrevista Carlos Vargas*

*Fuente: Elaboración propia*

### **3.6.1.1.6 Usuarios que cumplen con el perfil**

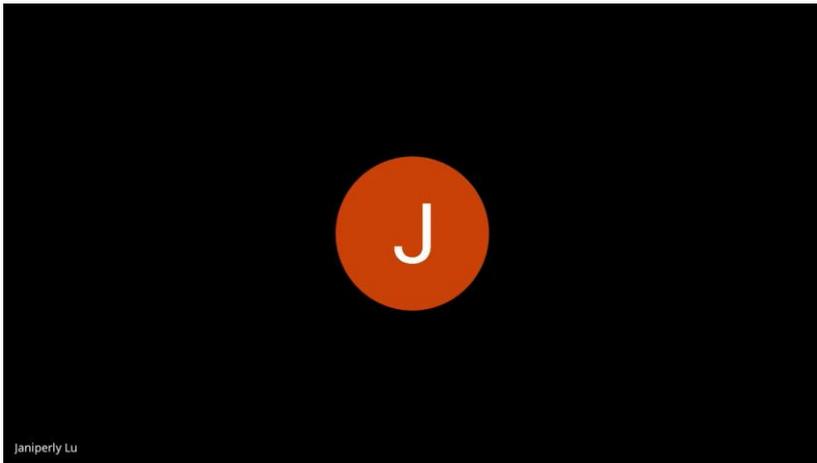
Algo que tienen en común los 3 usuarios asocian PetCafes con lugares *petfriendly* o lugares donde se consiguen accesorios y comida para sus mascotas, algunos tienen nociones gracias a las redes sociales, son independientes económicamente y han tenido mascotas en varias etapas de su vida.

Consideran que el proyecto es necesario debido a que el abandono animal es un problema de salud pública, son activos en redes sociales, entran a páginas web para comparar precios de productos que les interesan, no les parece llamativa la idea de aplicación móvil ya que es un proceso largo el descargarla y tenerla

*Adopta una huella*

en el celular, les parece que las redes sociales es el mejor camino gracias a la inmediatez y a la conexión con las personas, los procesos de adopción de conocidos han sido por redes sociales.

En cuanto a la imagen del proyecto les parecen tierno y agradable visualmente, pero consideran que el tono del azul es muy oscuro debería transmitir por medio de colores más vivos.



*Figura 41 Entrevista Jennifer Reyes*

*Fuente: Elaboración propia*



*Figura 42 Entrevista Edna Camelo*

*Fuente: Elaboración propia*



*Figura 43 Entrevista Leonardo Vargas*

*Fuente: Elaboración propia*

### **3.6.1.2 Evidencias (Percepción del usuario)**

Durante la realización de las entrevistas se percibió que los encuestados al avanzar la entrevistas se sentían cada vez más inmersos en la temática PetCafe, les pareció bien la línea narrativa y recursos usados en la entrevista, además comenzaron a narrar experiencias propias abiertamente relacionadas a la adopción, solicitaron más información del proyecto, de la ubicación y actividades de estos espacios.

Con este testeo se concluyó que sólo 1 de los 8 encuestados saben y han visitado los PetCafes, 3 de los 8 encuestados han escuchado o tienen nociones de los que es un PetCafe gracias a las redes sociales, todos los encuestados están de acuerdo en que estas son un factor clave.

La propuesta con menos aceptación fue la de aplicativo móvil, la implementación por medio de una web puede llegar a ser viable y la mayoría de los procesos de adopción que conocen o han hecho ha sido por medios digitales, principalmente las redes sociales. La imagen del proyecto es adecuada, pero mejorable, sobre todo en cuestiones de tipografía y color.

### **3.6.2 Segundo testeo**

#### **3.6.2.1 Evidencias (Prototipo, testeo y proceso de iteración)**

El objetivo de este segundo testeo es entender características de usabilidad, navegabilidad y de uso de la plataforma web. Las

## Adopta una huella

entrevistas se aplicaron a dos usuarios interesados en iniciar el proceso de adopción en el hogar de paso GatoLatte y fueron bajo la supervisión de Alexandra Benavides.

Se les hicieron preguntas a los usuarios sobre el conocimiento en los procesos de adopción y adaptación, posteriormente se les pidió a los usuarios que compartieran pantalla, y se les compartió el dominio de ingreso, para entender como navegaban dentro de la plataforma y al final se les realizó de nuevo las preguntas iniciales.

Las entrevistas no pudieron ser grabadas por términos de confidencialidad y políticas internas del PetCafe, por lo que solo se usa contenido visual público.



Figura 44 Publicación Instagram de GatoLatte

Fuente: Elaboración propia

### **3.6.2.2 Evidencias (Percepción del usuario)**

Durante la realización de las entrevistas se percibió que el usuario mostro agrado por la identidad y la interfaz de la plataforma, se dividió la entrevista en 3 secciones, identidad, contenido e interacción.

En la primera sección, de identidad, los entrevistados reconocieron que la imagen era clara y expresiva, tenía fácil recordación y se vincula de forma adecuada a la temática de la iniciativa. En la segunda y tercera sección, les pareció conveniente y amigable el proceso en el que se muestra el contenido, algunas apreciaciones a resaltar es que hay algunos contenidos que no tienen buena visualización e información que, aunque parece obvia es importante, así como información que no conocían y que aprecian para el proceso de adaptación, como el acompañamiento del experto en caso de necesitar ayuda.

## **3.7 Prestaciones del producto**

El producto desarrollado es un portal web, que además de informar al usuario sobre los beneficios, compromisos y consideraciones en el proceso de adopción, genere un impacto en los momentos clave de este, adoptar y adaptar, de esta forma se asegura que el adoptante cuenta con las herramientas necesarias para entrar en el mundo de la adopción animal.

Para esto se debe tener en cuenta los factores morfológicos,

técnico-funcionales y de usabilidad, que generan empatía con el usuario y de esta forma su experiencia sea optima.

### **3.7.1 Aspectos morfológicos**

A continuación, se contemplan los factores morfológicos con los que contará el producto desarrollo. El portal web debe contar con una identidad y una paleta de color definida a lo largo de toda la plataforma.

La identidad desarrollada para la plataforma relaciona el cariño y calidez que brindan las mascotas, un concepto importante está basado en la frase “Tanto para bigotes, como para colitas” el cual se refleja en los dos animales que se ven en la identidad; gato y perro, así mismo figuras curvadas las cuales son sinónimo de protección, movimiento y adaptabilidad.



*Figura 45 Identidad Adopta una huella*

*Fuente: Elaboración propia*

Se genera una paleta de color con tonos contrastantes, de forma que generen una sensación de alegría, optimismo y calidez, así

*Adopta una huella*

mismo den tranquilidad, serenidad y un entorno de aprendizaje. Los colores son implementados en la identidad del proyecto y en la plataforma web.



*Figura 46 Paleta de color*

*Fuente: Elaboración propia*

Además, se definen dos tipografías a implementarse a lo largo del proyecto: una llamativa pensada para captar la atención al ser completamente en mayúsculas, y la otra, de fácil lectura y que es tendencia en desarrollos digitales, ambas *sans serif* y que se ajusten a un formato web, contrastantes, comerciales y que transmitan



### **3.7.2.2 Estructura de navegación**

La navegación debe ser intuitiva y que logre que el usuario se encuentre ubicado y pueda conectarse con las diferentes secciones de forma sencilla y eficiente.

### **3.7.2 Estructura interactiva**

Cuenta con un componente interactivo, el cual debe dar retroalimentación al usuario al momento completar las encuestas y contactar a los especialistas, además de contar con animaciones dentro del desarrollo web.

### **3.7.3 Aspectos de usabilidad**

En este apartado se contemplan los factores que definen la correcta usabilidad de la plataforma, teniendo en cuenta la eficiencia en la apropiación de la información que se genera en el usuario.

La eficiencia en la apropiación de la información debe estar presente en los momentos clave de la plataforma. En la adopción, dado que es importante que se informe y tome una postura al entender el alcance de la información que se le da en la herramienta.

Y el acompañamiento en los procesos de adaptación, ya que las primeras semanas son cruciales para que el animal se sienta cómodo, genere un vínculo de confianza con su adoptante y con su entorno, así evitando traumas y accidentes en el hogar.

## **Capítulo 4. Conclusiones**

## **4.1 Conclusiones**

Anteriormente en las hipótesis se planteó que el problema de la tenencia y adopción irresponsable se deriva de un vacío comunicativo. Este vacío comunicativo se produce por la falta de acompañamiento y de herramientas que faciliten el acceso a esta información principalmente en el proceso de adopción y de adaptación. A partir de esto, se trabaja en el desarrollo del producto y la integración de la herramienta en el proceso de adopción de la institución del caso de estudio, contribuyendo así con el acompañamiento y la capacitación de los adoptantes desde el momento en que toman la decisión de adoptar hasta las primeras semanas de adaptación.

Dentro de los objetivos específicos del proyecto, era necesario identificar los parámetros clave de los procesos de adopción, y así entender la población a la cual se dirigió el proyecto y cómo funcionan los procesos de adopción, para poder delimitar la problemática desde las causas de las cuales se desprende el abandono de mascotas después de los procesos de adopción.

Entendiendo el contexto del proyecto, se desarrolló una serie de pruebas para poder determinar cuál es la forma adecuada para darle esta información al usuario, con lo que se determinó como producto final un portal web. Por medio de información infográfica y acompañamiento en las dos etapas clave de la adopción, adoptar y adaptar.

Con el producto ya desarrollado, se articuló con una estrategia en redes sociales y así mismo con la integración dentro del

proceso de adopción de la institución del caso de estudio GatoLatte y así contribuir con el acompañamiento y capacitación en esta etapa crucial del proceso de adopción, contribuyendo con que el adoptante entienda el panorama completo de la responsabilidad y tenga en cuenta las consideraciones y compromisos de tener una mascota dentro de su hogar, y así lograr que estos procesos sean efectivos y que contribuyan en la calidad de vida de la mascota, del adoptante y favorezcan la labor de la fundaciones y hogares de paso.

Adicionalmente algunas situaciones inesperadas para el proyecto, fue que inicialmente nació como una herramienta de promoción de los espacios conocidos como PetCafes, pero por la emergencia sanitaria del presente año estos espacios comenzaron a cerrar, por lo que se focalizo el proyecto hacia un subtema que se desligaba del anterior el cual es la adopción responsable, sin embargo, este cambio influyo en el tiempo de testeado del producto, el cual se vio reducido considerablemente.

## **4.2 Estrategia de mercado**

La estrategia de mercado del proyecta está pensada para desarrollarse en 3 etapas, la etapa inicial, la que aborda este proyecto va hasta la implementación de la herramienta en el caso de estudio; GatoLatte, y está pensada a corto plazo.

La segunda etapa está pensada a mediano plazo, con una duración de un año, en la cual se evaluará la efectividad de la

herramienta dentro del caso de estudio y se comenzará a hacer difusión en fundaciones y posibles instituciones a las cuales se ajuste la herramienta.

Y la tercera fase pensada a largo plazo, contempla la distribución de la herramienta en las fundaciones, hogares de paso e instituciones que la requieran.

A continuación, se definirán puntos estratégicos para desarrollar correctamente la iniciativa, se detallan aspectos de acuerdo con el modelo Canvas: A quién va dirigido (segmentos de cliente); Relaciones con el cliente, socios clave, actividades clave, propuestas de valor, de qué manera se va a dirigir al mercado (canales de comunicación), estructura de costes (recursos económicos) y fuentes de ingresos (Para ampliar la información, ver Anexo 5).

#### **4.2.1 Segmentos de cliente**

Dentro de esta sección, se hace una diferenciación entre el usuario y el cliente. Se establecen los PetCafes ubicados en la ciudad de Bogotá, puesto que son hogares de paso que manejan procesos de adopción similares. En segunda instancia fundaciones e instituciones que realizan labores de poner en adopción los animales que rescatan, ejemplos, Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal y fundaciones ubicadas en Bogotá.

Y en tercera instancia los interesados en iniciar procesos de adopción o que están en la etapa de adaptación de la mascota, y

necesitan acompañamiento e información sobre estos procesos.

#### **4.2.2 Propuesta de valor**

Esta iniciativa nace al ver las cifras actuales de abandono en las cuales, por cada 100 gatos con vivienda, hay 53 en las calles, hay una estimación de que en Colombia hay por lo menos 1'000.000 de animales en condición de abandono y estos puede conllevar a más problemas además del abandono, como generar y propagar enfermedades.

Adicionalmente se estima que en los últimos meses han aumentado los índices de abandono debido a la adopciones y tenencia irresponsable, generada por la desinformación en el proceso de adopción y adaptación.

Adopta una huella propone una plataforma web que previene los casos de abandono de mascotas después de su adopción, informando, capacitando y acompañando al adoptante en las etapas de adopción y adaptación, y así poder prevenir el abandono de mascotas posterior a su adopción.

#### **4.2.3 Canales**

Los canales de divulgación del proyecto se dividen por medio de dos estrategias. La primera bajo la estrategia de redes sociales, principalmente Instagram, manejando herramientas estáticas y divulgación en historias. La segunda es la divulgación dentro de las fundaciones en donde se les propone la iniciativa a instituciones que

tienen dentro de sus labores la adopción y a través de voz a voz.

#### **4.2.4 Relaciones con los clientes**

El proyecto marca un factor diferencial en el sentido de la conexión adoptante, mascota, fundación, por un lado, brinda una experiencia informativa innovadora en el campo, te invita a estos espacios de los hogares de paso conocidos como PetCafes y te abre la posibilidad a agilizar los procesos de adopción.

#### **4.2.5 Fuentes de ingresos**

Para esta sección se tiene en cuenta los ingresos económicos que tendrá el proyecto, aclarando que a corto y mediano plazo se planea desarrollar a cabalidad el producto, incluyendo la implementación en el PetCafe de casi estudio. Y se proyecta una meta a largo plazo en donde se pueda implementar esta herramienta en fundaciones e instituciones que tienen dentro de sus labores la adopción responsable y la adaptación de mascotas.

#### **4.2.6 Actividades clave**

Las actividades clave de este modelo de negocio se centran en el usuario, puesto que el servicio se genera principalmente para él, por lo que se debe diferenciar entre usuario y cliente. Con esto se diseña el producto que cumpla con las necesidades del usuario, informándolo, capacitándolo y acompañándolo durante estos

procesos, además se promociona por medio de procesos de adopción y publicidad dentro de los hogares de paso e instituciones con esta labor.

#### **4.2.7 Recursos clave**

Los recursos clave se dividen en tres segmentos: Recursos humanos, recursos físicos y recursos tecnológicos. La primero contempla los conocimientos para los procesos de desarrollo, diseño y comunicación. La segunda las instalaciones del PetCafe aliado GatoLatte, y el computador y los dispositivos móviles para desplegar el producto, y por ultimo los recursos tecnológicos que son las herramientas necesarias para la creación y desarrollo de la herramienta; *Adobe Illustrator* como herramienta principal de diseño, y un servidores de hosting, dominio y un *CMS*, en este caso *WordPress* con el complemento de maquetación de *Elementor*.

#### **4.2.8 Socios clave**

El principal socio clave para el proyecto ha sido el PetCafe GatoLatte, no solo por el desarrollo e implementación de esta etapa inicial, sino por darnos el acampamiento necesario durante todo el proceso. Otro socio clave es el Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal (IDIPYBA) que gracias a la información que divulga públicamente y las actividades que realiza es un socio potencial para desarrollar etapas más avanzadas del proyecto, y así mismo las fundaciones,

hogares de paso e instituciones que cumplen labores de adopción responsable y adaptación de mascotas.

#### **4.2.9 Estructura de costes**

El desarrollo del producto se plantea bajo etapas de corto, mediano y largo plazo. A corto plazo los gastos de desarrollo se dan principalmente a los recursos explicados en el apartado 4.2.7, así mismo los costos que surgieron en la etapa de investigación entre ellos, los convenios con el PetCafe y los aportes para realizar las entrevistas, el tiempo y el transporte para el desarrollo del proyecto.

A mediano y largo plazo los costos se determinarán por medio de las herramientas de divulgación y promoción de la herramienta, así mismo el costo de transporte, tiempo y aporte para conectar con fundaciones e instituciones como potenciales clientes.

#### **4.3 Consideraciones**

Tras el desarrollo y conclusiones de este proyecto, se espera dar continuidad al mismo, en un corto plazo, se planea conectar con el escuadrón anti-crueldad del Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal, para poder denunciar casos de maltrato o tenencia inadecuada desde la plataforma del proyecto.

A mediano plazo, la diversificación hacia otras metodologías de adopción y posible inclusión con programas de apadrinamiento. Y para largo plazo, en un tiempo estimado de un año poder ser una herramienta que se adapte a cualquier institución que cumpla tareas

de adopción responsable.

Es necesario mencionar que el proyecto nació originalmente como una herramienta que promoviera los espacios de los PetCafes, sus beneficios, actividades, espacios y labores, pero debido a la emergencia sanitaria del año 2020, estos establecimientos entraron en una etapa de contingencia, donde su modelo de negocio se vio afectado y tuvieron que ofrecer sus servicios a puerta cerrada, y finalmente en septiembre y octubre respectivamente, 2 de los 3 PetCafes cerraron sus puertas, haciendo el proyecto inviable. Y se focalizó en un tema que se venía trabajando en paralelo; la adopción responsable, y se articuló con la problemática de los altos índices de abandono de mascotas por procesos inadecuados de adopción y tenencia inadecuada.

## Referencias bibliográficas

- Alaguna, C. (2016). *Entrevista programa Pedigree Adoptame*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=hjdi6xfSAK8>
- Animal, I. D. de P. y B. (2019). *Esterilización canina y felina*. <https://web.observatoriopyba.co/esterilizacion-canina-y-felina/>
- Arrau, S. (2016). *No Title*. Los Animales También Sufren Traumas Psicológicos. <https://www.infogate.cl/2016/06/27/los-animales-tambien-sufren-traumas-psicologicos/>
- Báez, L. F. (2018). Una vida de perros: La realidad Colombiana del abandono animal. *Latin American Post*. <https://latinamericanpost.com/es/21803-una-vida-de-perros-la-realidad-colombiana-del-abandono-anim>
- Barcelona, R. (2019). *¿Cuántos años vive un gato?*  
Generalmente los gatos viven más que los perros. Mientras que un gato callejero presenta una esperanza de vida de 3 a 6 años, uno que vive en un hogar, tiene una perspectiva de más de 12 años. Incluso un gato bien cuidado puede vivir hasta 20 años o más.
- Bolaños, L. F. (2019, September 5). Estas son las fundaciones si usted quiere apadrinar y adoptar animales en el país. *La Republica*. <https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/estas-son-las-fundaciones-si-usted-quiere-apadrinar-y-adoptar-animales-en-el-pais-2904526>
- Dirección de Salud Pública. (2015). *PREVENCION, VIGILANCIA Y CONTROL DE LA RABIA*. [http://www.saludcapital.gov.co/DSP/Coves 2014/2015/4. COVE Mayo/Presentaciones/2 Programa Distrital Rabia.pdf](http://www.saludcapital.gov.co/DSP/Coves%202014/2015/4.COVE%20Mayo/Presentaciones/2%20Programa%20Distrital%20Rabia.pdf)
- Gatos y Blues. (2020). *El restaurante cat-café*.

- Grandas, S. (2015, December 13). Cerca de un millón de perros viven en las calles de Bogotá. *El Tiempo*.  
<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16457158>
- LENARDO, R. M. J. DI. (2016). *No Title* [Universidad de Chile]. En el 2016 en la Escuela de periodismo de la Universidad de Chile se desarrolló una tesis de Adopción y tenencia responsable de mascotas.%0A%0ALa motivación para realizar este trabajo fueron estos animales que, por culpa de humanos irresponsables terminar
- Marciales, L. N. (2018, October 19). ESTOS SON LOS REQUISITOS QUE DEBE TENER EN CUENTA A LA HORA DE ADOPTAR UNA MASCOTA. *La Republica*.  
<https://www.agronegocios.co/mascotas/estos-son-los-requisitos-que-debe-tener-en-cuenta-a-la-hora-de-adoptar-una-mascota-2783687>
- Obeso, P. (2019). *Redes sociales: qué son, cómo funcionan, qué tipos existen y cómo influyen en las estrategias de Marketing*. Rockcontent.  
<https://rockcontent.com/es/blog/que-son-las-redes-sociales/>
- Porto, J. P. (2009). DEFINICIÓN DE PÁGINA WEB. In *Definición*.  
<https://definicion.de/pagina-web/>
- Quispe, M. C. (2017). *La web, hipertexto e hipermedia*.  
<https://monicacacedaquispe.atavist.com/web-hipertexto-e-hipermedia->
- Semana, R. (2016, July 28). Web para adoptar mascotas. *Revista Semana*. <https://www.semana.com/vida-moderna/articulo/aplicacion-para-adoptar-mascotas/483645/>
- Sostenible, R. R. S. (2020). *Abandono de mascotas en Colombia, otra amenaza para la fauna silvestre*. Revista Semana.  
<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:0JQfubAXE1EJ:https://sostenibilidad.semana.com/actualidad/articulo/abandono-de-mascotas-en-colombia-por-coronavirus-amenaza-a-la-fauna-silvestre/52963+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=co&client=opera-gx>
- Susana. (2019). *Cuánto Suelen Vivir Los Perros Según La Raza*.

*Adopta una huella*

<https://www.redcanina.es/cuanto-suelen-vivir-los-perros-segun-la-raza/>

(Para ampliar la información remitirse a Anexo 6).

# **Anexos**

## ***Anexo 1. Hoja de vida del autor***

Para ver el archivo, dirijase a la ruta “Anexos/1.CV\_Rafael Mancera 2020-2” ubicado en el CD que está en el final del libro.

## ***Anexo 2. Portafolio del autor***

Para conocer el portafolio del autor, dirijase a la plataforma *Behance*, usuario “Rafa Mancera” o por medio de la siguiente ruta <https://www.behance.net/rafamedia> .

## ***Anexo 3. Entrevistas***

Para ver los archivos, dirijase a la ruta “Anexos/Entrevistas testeos/...” ubicado en el Cd que está en el final del libro.

## ***Anexo 4. Brief***

Para ver el archivo, dirijase a la ruta “Anexos/2.Brief Adopta una huella” ubicado en el CD que está en el final del libro.

## ***Anexo 5. Estrategia de mercado - Canvas***

Para ver el archivo, dirijase a la ruta “Anexos/3.Canvas Adopta una huella” ubicado en el CD que está en el final del libro.

**Anexo 6. Base de datos – Referencias Bibliográficas**

Para ver el archivo, diríjase a la ruta “Anexos/ 4. Referencias Bibliográficas Adopta una Huella” ubicado en el CD que está en el final del libro.