

HeyVey: Desarrollo de aplicación para la reflexión, capacitación de tenencia responsable y prevención del maltrato y abandono de animales de compañía.

Azul Valentina Parra Sánchez.

Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
Facultad de Artes y Diseño.
Área Académica de Diseño de producto.
Programa de Diseño Industrial.
Bogotá DC 2020.

Título del trabajo
Tenencia Responsable de Animales de Compañía.

Azul Valentina Parra Sánchez.

Proyecto de grado realizado en la asignatura curso de proyecto de grado prácticas y emprendimiento empresarial.

Directoras: Aída Manrique López y J. Andrea Herrera Jaramillo.

Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
Facultad de Artes y Diseño.
Área Académica de Diseño de producto.
Programa de Diseño Industrial.
Bogotá DC 2020.

Página de Aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Declaración de Autonomía:

“Declaro bajo gravedad de juramento, que he escrito el presente trabajo de grado por mi propia cuenta, y que, por lo tanto, su contenido es original. Declaro que he indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información, y que este trabajo de grado no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación”.

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Declaración de exoneración de responsabilidad.

“Declaro que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de su autor. La Universidad Jorge Tadeo Lozano no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él”.

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Agradecimientos.

A mi familia, a mi mama, Maritza, especialmente por el apoyo incondicional, para sacar lo mejor de mi. A los amigos que cultive en la universidad por darme su amistad y momentos que recordaré toda la vida. a mis directoras de curso de proyecto de grado, Aída Manrique y Andrea Herrera, por la gran dedicación y esfuerzo durante este periodo del año, motivándome cada día a dar lo mejor de mi para la finalización de este proyecto.

Resumen:

Los animales de compañía han tomado un auge en los últimos años, haciendo que cada vez más personas tengan interés por tener un animal de compañía, pero una apresurada decisión, el no analizar todos los factores que se necesita y requiere un animal, puede llevar al abandono, y al maltrato por la falta de paciencia, tolerancia y compromiso con el animal.

Este proyecto busca concientizar a las personas y enseñar principios básicos de tenencia responsable, la tenencia responsable es el conjunto de responsabilidades que asume una persona y su familia cuando deciden tener un animal de compañía.

El proyecto HeyVey Promueve la reflexión de tenencia responsable en las personas que buscan tener un animal de compañía, fomentando el aprendizaje de estos principios, para la posterior adopción, previniendo el maltrato y el abandono de animales de compañía.

Se crea un servicio a través de una aplicación en la que los usuarios tengan la experiencia del antes, durante y después, de la adopción del animal. El antes busca enseñar y certificar a las personas en tenencia responsable, Durante la adopción podrás encontrar a tu compañero ideal, posterior a la adopción se busca tener un seguimiento con los adoptantes y las fundaciones para garantizar el bienestar del animal. Además de tener atención personalizada en caso de pérdida o cualquier duda.

1. Introducción.
 - 1.1. Planteamiento del problema
 - 1.2. Objetivos.
 - 1.2.1. Objetivo general.
 - 1.2.2. Objetivos específicos.
 - 1.3. Marco teórico.
 - 1.3.1. Historia
 - 1.3.2. Influencia de los animales de compañía en la vida humana.
 - 1.3.3. ¿Por qué tenemos animales de compañía?
 - 1.3.4. ¿Quiénes lo tienen?
 - 1.3.5. Leyes.
 - 1.3.6. Abandono.
 - 1.3.7. Maltrato animal.
 - 1.3.8. Tenencia responsable.
 - 1.4. Diseño metodológico.
 - 1.5. Estado del arte.
 - 1.5.1. Análisis de referentes.
 - 1.6. Alcance.
2. Definición estratégica.
 - 2.1. Identificación de actores.
 - 2.2. Atributos y requerimientos.
 - 2.2.1. Atributos.
 - 2.2.2. Requerimientos.
 - 2.3. Propuesta de valor.
3. Proceso de diseño.

- 3.1. Alternativa.
- 3.2. Evaluación de alternativas.
- 3.3. Test de producto.
 - 3.3.1. Objetivos del test de producto.
 - 3.3.2. Usuarios.
 - 3.3.3. Metodología.
 - 3.3.4. Videos de test de producto.
 - 3.3.5. Encuestas test de producto.
 - 3.3.6. Resultados test de producto.
- 3.4. Propuesta final.
 - 3.4.1. Prototipo de aplicación.
- 4. Modelo de negocio.
- 5. Conclusiones.
- 6. Bibliografía.

Tabla. 1. Tabla análisis de referentes.

Tabla. 2. Tabla identificación de actores.

Tabla. 3. Tabla mapa de actores.

Tabla. 4. tabla evaluación de propuestas.

Tabla. 5. Comentarios de los entrevistados: Pros y contras de cada alternativa.

Listas especiales (Figuras)

Fig. 1. Perros callejeros caminando en la avenida Oquendo, ayer. | Martín Numbela.

Fig. 2. Bienestar vs abandono (asociación colombiana de universidades).

Fig. 3. Porcentaje de animales atendidos por el escuadrón anticrueldad según especie (Instituto Distrital de Protección y Bienestar animal, 2018).

Fig. 4. Responsables de actos de maltrato animal (Instituto Distrital de Protección y Bienestar animal, 2018).

Fig. 5. Tabla mapa de actores.

Fig. 6. Lienzo propuesta de valor.

Fig. 7. Organización de servicios o productos para propuesta de valor.

Fig. 8. Juego.

Fig. 9. Contexto real.

Fig. 10. Realidad virtual.

Fig. 11. Animatronic.

Fig. 12. Aplicación.

Fig. 13. Página web.

Fig. 14. Posters de impacto.

Fig. 15. Educación desde el colegio.

Fig. 16. Campañas recreativas.

Fig. 17. Video test de producto para fundaciones

Fig. 18. Video test de producto para adoptantes.

Fig. 19. Propuestas elegidas a presentar.

Fig. 20. Propuestas elegidas a presentar.

Fig. 21. Encuesta para fundaciones.

Fig. 22. Encuesta para adoptantes.

Fig. 23. Tabulación de respuestas de la encuesta.

Fig. 24. Registro en la aplicación.

Fig. 25. Demostración funcionamiento de talleres en la aplicación.

Fig. 26. Demostración funcionamiento de Prueba para certificación.

Fig. 27. Demostración funcionamiento de Prueba para certificación.1

Fig. 28. Certificación.

Fig. 29. Demostración funcionamiento del servicio “compañero ideal”.

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación busca concientizar, capacitar a las personas interesadas en tener un animal de compañía, sobre la tenencia responsable de estas, para que puedan entender las variables necesarias para sus cuidados y determinar si están listos o no para esta responsabilidad. se abordaron temas como: el abandono, el maltrato, la tenencia responsable, la influencia de los animales de compañía en la vida humana, con el fin de aportar soluciones a estas realidades que ameritan un cambio.

como diseñadora industrial, pretendo crear un servicio a través de una aplicación en la que los usuarios puedan tener una experiencia completa del antes, durante y después, de la adopción del animal de compañía, haciendo un énfasis en el antes donde se busca enseñar y certificar a las personas en tenencia responsable de animales de compañía y poder prevenir futuros abandonos y maltratos hacia en animal, ayudando así a la salubridad pública.

1.1 Planteamiento del problema:

En Bogotá y en más ciudades de Colombia se puede presenciar un gran número de animales de compañía en la calle, solo en Bogotá hay cerca de 150.000 en esta condición, El poco conocimiento sobre la tenencia responsable de animales de compañía, junto con la falta de criterio a la hora de adquirir uno, incrementa la probabilidad de que estos sean abandonados aumentando así la población de animales callejeros en la ciudad y el maltrato hacia ellos, junto con la afectación a la salud pública.



Fig. 1. Perros callejeros caminando en la avenida Oquendo, ayer. | Martín Numbela.

1.2. Objetivos:

1.2.1 Objetivo general:

Promover la reflexión de tenencia responsable en las personas que buscan tener un animal de compañía, fomentando el aprendizaje de estos principios, para la posterior adopción.

1.2.2. Objetivos específicos:

- Reflexionar sobre las relaciones para tener un animal de compañía y sobre si se dan las condiciones adecuadas para esto. conociendo los cuidados y las atenciones que los animales necesitan, para aplicar los conocimientos al momento de tener el animal.
- Identificar a las personas aptas para seguir con el proceso de adopción, y a las no aptas para seguir con una retroalimentación y así poder garantizar buenos hogares para los animales de compañía.
- Poder tener un seguimiento con los adoptantes y las fundaciones para garantizar el bienestar del animal, impulsando el uso de la aplicación por medio de una comunidad.

1.3. Marco teórico:

1.3.1. Historia:

Los lobos son los antepasados de los perros, evolucionaron apenas hace unos 15000 a 20000 años:

- Los lobos al acercarse a la comida de las personas tiene miedo de acercarse y esto se debe a los altos niveles de hormonas de estrés en su sangre. Algunos lobos (por cambios naturales) tienen pocos niveles de esas hormonas haciéndolos menos temerosos. Llegando a la domesticación:

los lobos dejan que cacen los humanos: haciendo que se consiga más comida y teniendo una mejor descendencia pues tendrán una selección por docilidad = mejor carácter.

Las especies en el tiempo cambian, el aspecto físico de los perros cambia y al ser “bonito y adorable” se da la ventaja selectiva esta les da más posibilidades de vivir y con este cambio se “llega a un acuerdo” con las personas de su LIBERTAD a cambio de constante comida. Estos perros se criaban para ayudar a distintas tareas tales como: cazar, pastorear, proteger, transportar, dar compañía.

Por generaciones los perros evolucionan por selección artificial o crianza moldeando así las razas que conocemos. (Segundo capítulo de Cosmos, A spacetime odyssey).

En cuanto a los gatos estos "*...fueron adorados por los egipcios, alcanzando inclusive condiciones de divinidad, fueron inmortalizados en el arte, la música y la literatura. Sin embargo, en otras culturas esta especie ha sido ícono de maldad, brujería, y relacionada con entidades demoníacas.*" (Gómez, L. F., Atehortua, C. G., & Orozco, S.C. 2007).

Teniendo en cuenta que estas especies de animales fueron domesticadas hace muchos años atrás, también hay que considerar la palabra “mascota” con la que las personas se refieren a estos animales.

Pues según la real academia de la lengua española, este término: mascota, refiere a una “persona, animal o cosa que sirve de talismán, que trae buena suerte”, además de referirse a un animal de compañía, si vemos la primera definición hace referencia a un objeto: “*En la cultura occidental, actualmente el término mascota no goza de popularidad en tanto no respetaría la propia integridad y dignidad de los animales, y animal de compañía ha sido preferido por muchos investigadores en el campo de las interacciones humano-animal*”

(Díaz, 2017, p.64). con la utilización de este término “mascota” se haría referencia a “algo” que se posee, acción que se pretende cambiar.

1.3.2. Influencia de los animales de compañía en la vida humana:

Los animales han demostrado tener diferentes beneficios al tenerlos como animal de compañía, aca se mostraran como el animal afecta distintos núcleos de familia:

- **Adulto joven:** El animal puede llenar necesidades de compañía y tomar un rol como humano o mejor amigo. Pueden pasar tiempo con él y tener a alguien que les de amor incondicional. Puede ayudar a aliviar la soledad. (Videla, M. D. , 2015).
- **Pareja de recién casados sin hijos:** Los adultos jóvenes frecuentemente eligen criar mascotas antes que tener hijos o en lugar de ellos. El apego a las mascotas durante este momento es particularmente alto. La mascota en esta situación asume el rol de hijo. Muchos dueños de mascotas se refieren a estas como sus hijos. (Videla, M. D. , 2015).
- **Familia con hijos pequeños:** Las mascotas ya no son necesarias como sustitutos de hijos y los padres cuentan con menos tiempo, niños han sido identificados como los de mayor riesgo de abandono de la mascota familiar. (Videla, M. D. , 2015).
- **Familia con hijos en edad escolar:** Este es el periodo de mayor adquisición de mascotas. Para los niños en edad escolar las mascotas no solo los proveen de afecto sino que además facilitan aprendizajes relacionados con biología también con la adquisición de responsabilidades. (Videla, M. D. , 2015).

- **Familia con hijos adolescentes:** Los adolescentes indican recibir de esta relación amistad/amor/diversión, conocimiento sobre los animales y aprendizaje sobre responsabilidades. (Videla, M. D. , 2015).
- **Familia en la vida posterior:** Para los adultos mayores los animales de compañía funcionan como compañeros que reducen la depresión, la soledad y el aislamiento, y aportan beneficios a su salud física. (Videla, M. D. , 2015).

Como se observa anteriormente para cada etapa de la vida de las personas el tener un animal de compañía es una experiencia distinta que puede afectar positivamente.

1.3.3. ¿Por qué tenemos animales de compañía?

El animal puede ser visto como un objeto, y a pesar de que la *Ley 1774 del 6 de enero de 2016 por medio de la cual se modifican el Código Civil, la Ley 84 de 1989, el Código Penal, el Código de Procedimiento Penal y se dictan otras disposiciones*. Se los reconoce en calidad de seres sintientes, y velan por su bienestar y protección, según Hal Herzog especialista en relaciones entre animales y personas, las tenemos porque otros las tienen, siendo socialmente contagioso, es decir: las tenemos por moda. Esto pasa en muchos casos cuando se quiere un animal de compañía por el simple hecho de impresionar a su grupo social por la raza del animal. Pero, ¿qué pasa una vez se tiene a la mascota?, muchas veces este animal de compañía llega para compensar compañía, en otras ocasiones ayuda disminuyendo el estrés o la depresión, la soledad, o es un regalo para niños o adolescentes para adquirir cierta responsabilidad, Pero luego surgen otros factores como: cambio de

vivienda, nacimiento de un hijo, poca planeación financiera, porque simplemente se cambió de opinión, o tienen poco tiempo, etc. Todos estos factores nos llevan al abandono

1.3.4. ¿Quiénes la tienen?

Viendo todo el panorama en cuanto a generaciones todos tendrían mascotas, pero a quienes realmente les dan la mascota ya sea al comprarla o adoptarla el requisito en cualquier lugar es ser mayor de edad. En ese orden de ideas la generación X, da un cambio de las relaciones del matrimonio, ya que hay un aumento de divorcios y un auge de familias monoparentales, además tienden más a la envidia y la competencia, tienden a valorar a la gente por lo que tienen o la posición, estos factores influyen a la hora de adquirir un animal de compañía, ya que es más probable que se compre un animal de raza para aumentar así su status, percibiendo así al animal como una marca, *un objeto*, esto conlleva problemas en el comportamiento del animal, aumentando así la intención de *abandono*. También encontramos a la generación Y ya que estos constituyen el porcentaje principal de propietarios de animales de compañía, pues prefieren mascotas en lugar de hijos y según el DANE, el tamaño de los hogares se reduce estimulando la tenencia de animales de compañía, (Martínez, 2019). Además tienden a indagar más antes de adquirirlo, muchas veces tomando como prioridad el factor económico. Y por último la generación Z ya que puede ser de gran influencia para las otras generaciones a la hora de decidir tener una mascota.

1.3.5. Leyes:

LEY No 1774 6 ENERO de 2016 “Por medio de la cual se modifican el código civil, la ley 84 de 1989, el código penal, el código de procedimiento penal y se dictan otras disposiciones”

- Art. 1: Los animales como seres sintientes no son cosas, recibirán especial protección contra el sufrimiento y el dolor, en especial, el causado directa o indirectamente por los humanos.
- Art. 2: Reconócese la calidad de seres sintientes a los animales.

LEY 746 de JULIO 19 de 2002 “por la cual se regula la tenencia y registro de perros potencialmente peligrosos”

- Regula la tenencia de perros en las áreas urbanas y rurales

1.3.6. Abandono:

De acuerdo con un artículo publicado de la Clínica veterinaria de la Salle en donde revela radiografía del abandono animal.

Según cifras del Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal (IDPYBA):

- Sólo en Bogotá más de 33 mil animales entre perros y gatos fueron abandonados durante el periodo 2010- 2016. y aunque al día de hoy no hay cifras oficiales el instituto estima que hay al 2019 cerca de un millón en la calle, siendo esto una problemática en aumento.

- Durante el segundo y tercer mes posterior a la adopción es más frecuente el abandono de las mascotas.
- La sobrepoblación de animales callejeros afecta la salud humana, ya que hay una mayor exposición a enfermedades como la rabia y contacto con heces de perros que transmiten más de 10 enfermedades parasitarias. (Noticias Detalle Clínica Veterinaria de La Salle revela radiografía del abandono animal).



Fig. 2. Bienestar vs abandono (asociación colombiana de universidades).

Son tres las principales causas que llevan al abandono animal, “la primera es falta de tiempo para cuidarlo, la segunda, poca planeación financiera que lleva a los dueños de mascotas a ver cuánto dinero necesitan mensualmente solo cuando ya la tienen en el hogar, y, por último, problemas de crianza o espacio insuficiente”. (Javier Rivas, médico de la Clínica Veterinaria de La Universidad de La Salle).

1.3.7. Maltrato animal:

En Colombia a pesar de no tener una cifra para calcular este tipo de maltrato, si se cuenta en Bogotá con un escuadrón anticrueldad el cual se encarga de atender llamados de la comunidad de animales que han sido maltratados por alguien (Fig. 3.) y en muchas ocasiones estos se encuentran en algún domicilio y pertenecen a alguien, además según el instituto distrital de protección y bienestar animal de Bogotá los responsables del maltrato en un 55% son hombres y en un 40% mujeres. (Fig. 4.)



Fig. 3. Porcentaje de animales atendidos por el escuadrón anticrueldad según especie (Instituto Distrital de Protección y Bienestar animal, 2018).

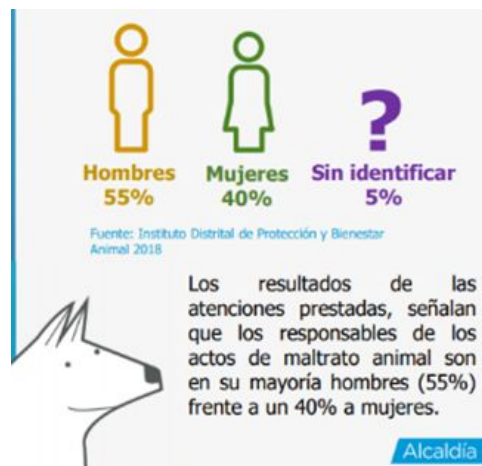


Fig. 4. Responsables de actos de maltrato animal (Instituto Distrital de Protección y Bienestar animal, 2018).

Según un informe presentado del FBI al sistema de informes nacionales de incidentes, respecto a la geolocalización del maltrato, con un 73% se producen en domicilios o residencias dificultando así la detección.

Algunos estudios muestran que en el 30% de los casos el maltrato animal es llevado a cabo por personas jóvenes, y muchas veces los maltratadores de animales son más propensos a ser maltratadores familiares en el futuro: tienen 5 veces más probabilidades de serlo.

Ahora bien, existen dos maneras de maltratar a los animales:

- *El maltrato directo* es aquel en el que la persona realiza una serie de conductas que están destinadas a hacer daño al animal en ese momento determinado, por ejemplo, pegándole o torturándole.
- El maltrato animal indirecto es aquel que se produce cuando el maltratador no realiza el cuidado necesario para su bienestar. Por ejemplo, privándole de la alimentación. (Perfil psicológico del maltratador de animales en 7 rasgos, psicología y mente).

1.3.8. Tenencia responsable:

La tenencia responsable es un conjunto de responsabilidades que la persona y su familia asume y se compromete cuando deciden tener un animal de compañía. cabe destacar que: “El marco legal colombiano es muy amplio en normas, pero no existe normatividad en materia de Tenencia Responsable de Animales de Compañía; en este orden de ideas la

normatividad vigente se enfoca en la protección y el bienestar de los animales a quienes son considerados seres sintientes, con derechos, pero las normas se enfocan en perros y gatos”. (Lineamientos tenencia responsable, biblioteca digital, minsalud).

Además Minsalud dentro de los lineamientos de tenencia responsable, aclaran que: La categoría de: “animales de compañía” solo aplicaría para perros y gatos, quienes dan compañía, guía, protección, apoyo. y la categoría de: “animales no convencionales” describiendo a animales sin un fin, pero acogidos como animales de compañía, dentro de esta categoría entran: aves ornamentales, hamster, conejos, y peces. (Lineamientos tenencia responsable, biblioteca digital, minsalud).

conjunto a estas consideraciones, es muy importante conocer sobre las 5 libertades o necesidades de los animales de compañía:

1. El animal debe estar libre de sed, hambre y mala nutrición.
2. Libre de incomodidades en relación con el espacio donde habite, el cual deberá brindarle protección.
3. Libre de dolor y enfermedad.
4. Libre de expresar su comportamiento natural.
5. Los animales deberán ser libres de sentir cualquier tipo de miedo y estrés emocional.

(Sánchez, E. S., Hernández, J. M., & Calle, M).

Esto con el fin de que el animal de compañía viva plenamente, estas necesidades no deben privarse de ninguna manera.

1.4. Diseño metodológico:

Se utilizó una metodología de diseño partiendo de un tema en el cual se investigó para ubicar un usuario y una problemática luego se centró en dos usuarios, adoptantes y miembros de fundaciones, con el fin de conocer más sobre características y conocer sobre qué hacen, qué sienten, qué piensan, con el fin de desarrollar un servicio de acuerdo a las necesidades encontradas.

Para esto se realizó una encuesta para los adoptantes en donde se establece:

- Si estas personas tienen animales de compañía.
- Comprobar su experiencia a la hora de la adopción. (si lo adopto).
- Que valor tienen los animales de compañía para ellos.
- Verificar cuales son los animales más populares.
- Si conocen sobre la normatividad de protección animal.
- Qué características consideran importantes para la tenencia de un animal de compañía.

En esta encuesta se tomaron en cuenta los usuarios que tenían a un animal de compañía, para tener una respuesta de cómo fue el proceso de adopción para ellos. Como resultado de esta entrevista se afirmó que las especies más populares son los perros y los gatos, al adoptar al animal este en su mayoría no recibe ningún tipo de curso, capacitación, o incluso el llenar un formulario para la adopción, tampoco siguen en contacto con la fundación, pues

solo se los entregaron. además dar cuenta de que no se conoce sobre la normatividad de protección animal. La línea de investigación en la cual está enmarcada mi proyecto es Diseño, es Técnica, Tecnología y gestión ya que estoy abordando un proyecto de emprendimiento, orientado a diseñar un servicio el cual se apoyará en el diseño de una aplicación en la que el usuario tendrá una experiencia desde el *antes* de tener al animal de compañía, donde reflexionará sobre su decisión, él *durante* siendo el proceso de adopción en el cual se comunica con la fundación y el *después* donde se podrá tener un seguimiento a través de la aplicación para confirmar el estado del animal periódicamente. Así bien este servicio busca ser un intermediario entre dos actores el adoptante y las fundaciones.

1.5 Estado del arte:

para la solución de la problemática se realiza una selección de atributos y funciones estos son: *Educar, Enseñar, Generar compromiso y recordación, Certificar, Atraer, Promover la tenencia responsable, Proporcionar información, Conocer, Realización de actividades, Vivencias, Observación, Concientizar, Capacitar.* destacando las más importantes: *Proporcionar información enseñando y realizar actividades por medio de vivencias, generando compromiso y recordación,* luego se analizan los referentes por niveles:

- Nivel 1: soluciones objetuales directas.
- Nivel 2: Soluciones objetuales genéricas.
- Nivel 3: Soluciones de principios naturales.

1.5.1. Análisis de referentes:

	Referente	Descripción	Atributos o funciones	Ventajas	Desventajas
Nivel 1					
1.		Campañas de la policía, donde se le da la oportunidad a la comunidad de conocer sobre la TR de mascotas.	Educar Atraer Proporcionar información concientizar	Informa a la comunidad de forma gratuita sobre las leyes, normas	Estas campañas van potencialmente dirigidas a personas que ya cuentan con un animal de compañía
2.		Talleres de la Cruz Roja sobre el bienestar canino.	Educar Certificar Promover la TR* Proporcionar información Vivencias	Contribuyen al mejoramiento de la calidad de vida de los caninos, fortaleciendo el vínculo con sus familias y la promoción de la tenencia responsable de estas en comunidad.	Este taller va dirigido a las personas que disponen de un canino y desean ir a realizar el taller.
3.		Cursos en línea donde se da la capacitación de tenencia responsable (TR)	Capacitar Certificar Educar Proporcionar información	Va para personas interesadas en evitar sufrimientos innecesarios a los animales, fomentar las buenas prácticas y asegurar en todo momento su salud, protección y bienestar.	Se adquiere el conocimiento más no se vive la experiencia, ni se mide al usuario.
4.		Plan de voluntarios (El gatio) una escuela de aprendizaje que consta de 4 niveles una vez completo se considera capacitado y listo para enseñar a otros	Enseñar Certificar Vivencias Observación Capacitar	Se vive la experiencia de tener al animal cerca y poder convivir con él y a alguien que te explique cómo es cada etapa al final puedes ser apto para pasar conocimiento adoptar etc..	Recientemente con las medidas de bioseguridad tienen en espera este plan.
5.		Juguete perro robótico	Generar compromiso Realización de actividades vivencias	Se alcanza a dar una idea de cómo sería un perro antes de tenerlo en el hogar	Este es un objeto y puede tratarlo como tal evadiendo responsabilidades etc...
Nivel 2					

6.		Curso de manejo	Educar Certificar Generar recordación y compromiso Atraer Realización de actividades vivencias Capacitar	En el curso se le enseña al usuario capacitándolo antes de usar el producto en una experiencia	De no darse una buena enseñanza al alumno al iniciar este en la práctica puede hacer daño del objeto
7.		Bebe "Piénsalo bien"	Educar Concientizar Experiencia/vivencias	Se acerca a las adolescentes lo más posible a la experiencia	Se puede no tomar en serio la actividad (sin compromiso) y puede dejar de lado el objeto
8.		Video juegos	Experiencia Observación Vivencias Atraer	Es atractivo a los jóvenes, se aprende el juego o la actividad por la observación y la repetición	No hay una generación de compromiso tampoco concientización con el fin
9.		Realidad virtual	Generar recordación Observación Vivencias	Se puede acercar más al usuario a una experiencia que este sienta vivida .	No hay un contacto táctil
Nivel 3					
11.		Los suricatos africanos	Enseñar Generar recordación Proporcionar información Vivencias	Siendo tutores pacientes, les enseñan a tener cuidado al manipular escorpiones peligrosos.	Se debe tener en cuenta que el animal debe prestar atención y no mostrarse indiferente
12.		Imitación por observación,	Generar recordación Proporcionar información Vivencias	Aprenden lo que ven hacer a otros	
13.		La impronta (ej: Patos) cuando se nace se sigue a un adulto	Generar recordación Proporcionar información Vivencias Enseñar	Es un proceso de aprendizaje condicionado por la experiencia.	No se tienen en cuenta los pocos alcances que el pequeño pueda tener poniéndose a veces en riesgo

14.		Señales táctiles	Proporcionar información Vivencias Generar recordación	juegan un papel importante en las relaciones sociales. los miembros de un grupo se acicalan entre ellos, Este comportamiento, en gran medida táctil, refuerza la cooperación y los lazos sociales entre los miembros del grupo.	Es algo limitado, pues dos organismos deben estar uno justo al lado del otro para tocarse
15.		Señales visuales	Proporcionar información Vivencias Generar recordación	Las expresiones faciales también se utilizan para transmitir información en algunas especies	Puede ser negativo en caso de agredir de alguna manera a la otra parte receptora según la expresión que se haga.
16.		Señales auditivas	Proporcionar información Vivencias Generar recordación	Importante para comunicación: ej. coordinar comportamientos grupales, aves.	Si físicamente no se cuenta con esto, se puede a través del aire o agua

Tabla. 1. Tabla análisis de referentes.

1.6. Alcance:

El alcance del proyecto se enfocará en el momento previo a la adopción o compra del animal, pues es este momento donde nos concentramos en la experiencia del usuario en donde el fin es que este haya reflexionado y pueda juzgar por sí mismo si es apto o no para su tenencia. así también el prototipo de la aplicación, con sus distintos servicios.

2. Definición estratégica

2.1. Identificación de actores:

Diseñar una experiencia en la cual se pueda acercar al usuario a una interacción en la cual se concientice, sensibilice y capacite a las personas sobre la tenencia responsable de un animal de compañía.

Se identifican todas las personas que están involucradas directa o indirectamente con el proyecto.

Actor	Rol	Valoración
Responsable del proceso de adopción	Logística / Regulación	1
Policía Nacional	Vigilancia	3
Adoptante	Encargado y final responsable	2
Instituto distrital de protección y bienestar animal de Bogotá	Entidad rectora	3
Veterinarias	Cuidado / Soporte	3
Alcaldía	Control / Mediación	4
Psicólogos	Especialista	2
Antro zoólogo	Especialista	2
Etólogo	Especialista	2
Criaderos	Comercialización /Venta	5
Comunidad	Denunciante	3
Academia	Indagación	3
Diseñador	Creación / Análisis	2
Fundaciones	Rescate / Cuidado	2
Ministerio de Salud y Protección Social de Colombia	Entidad Rectora	4

Tabla. 2. Tabla identificación de actores.

Se reconocen los roles de cada actor jerarquizándolas en el mapa de actores:

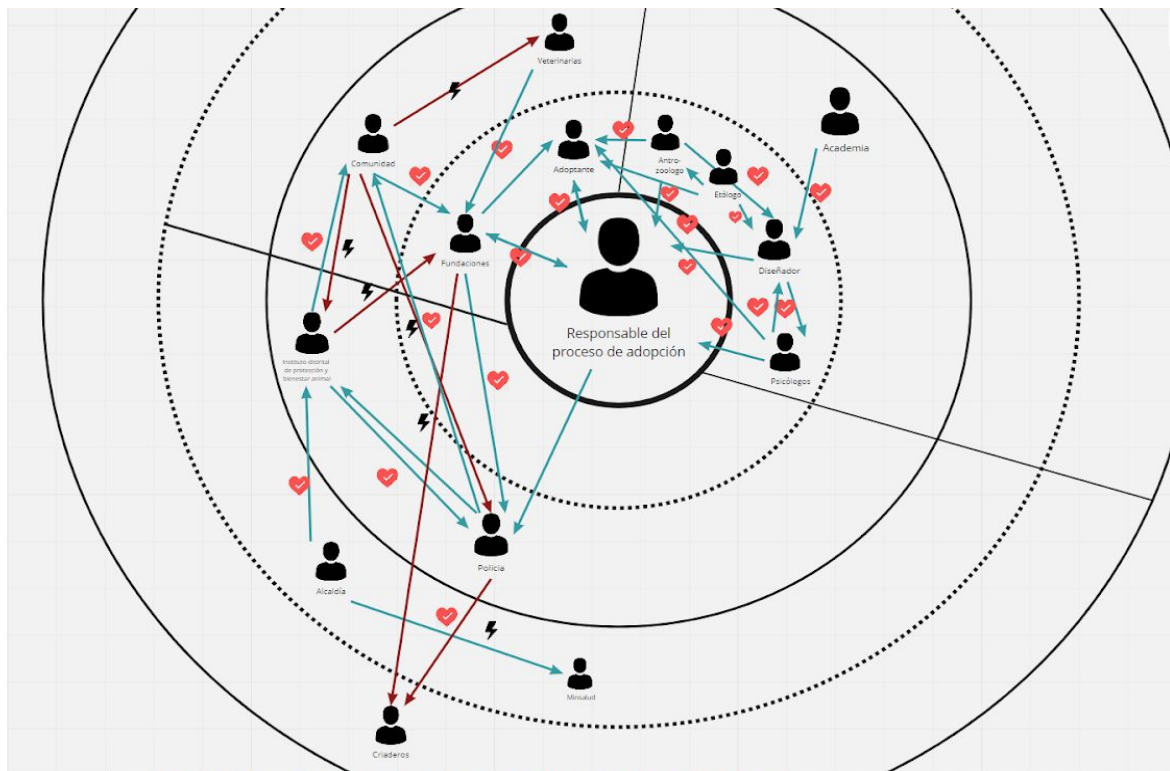


Fig. 5. Tabla mapa de actores.

Actores con un rol indispensable para el proyecto:

- *El responsable del proceso de la adopción*: pues este es el encargado de evaluar y filtrar a las familias interesadas en adoptar y posteriormente dar en adopción al animal de compañía.
- *Psicólogo*: esto ayuda a determinar si las personas son aptas o no para la tenencia de la mascota.
- *Antro zoólogo*: encargado de la interacción y vínculo entre los humanos y los animales.

- *Etólogo*: concentrándose principalmente en la conducta instintiva, comportamiento necesidades y la comunicación del animal.
- *Fundaciones*: encargadas de cuidar y rescatar animales en condición de calle, además de en lo posible concientizar a la gente acerca de la tenencia de un animal de compañía.
- *Adoptante*: como responsable final, este deberá contar con todo el conocimiento sobre una tenencia responsable.

Efecto de los actores en la situación:

- La alcaldía está indirectamente relacionada a la situación esta es más que todo la mediadora entre la comunidad y el instituto distrital de protección y bienestar animal y minsalud pues estos son entes rectores.
- La policía tiene un efecto más cercano: este está relacionado con el instituto la comunidad, las fundaciones
- La comunidad tiene un efecto cercano con las fundaciones el instituto gracias a campañas que esta pueda realizar y la policía en caso de denuncias o alertas sobre casos
- Fundaciones, tienen un efecto directo con la situación estas además del instituto ayudan a rehabilitar animales en condición de calle y los ponen en adopción.
- Las veterinarias tienen un efecto directo como ayuda.

Relaciones / interacciones más importantes para resaltar:

- *Psicólogo – responsable en el proceso de la adopción – adoptante:* la relación de estos 3 actores es importante pues el psicólogo le va a ayudar a determinar el comportamiento y la actitud del adoptante al responsable del proceso para que este tenga en cuenta las opiniones del psicólogo y poder determinar si el adoptante es apto o no.
- *Instituto - Fundaciones y adoptantes:* en una primera interacción los adoptantes son los que llegan ya sea a una fundación o al instituto (donde se encuentra zoonosis) y dado el caso de no poder adoptar en el momento por alguna razón, estos deben educar capacitar a la gente.
- *Diseñadores- psicólogos- adoptantes - responsables del proceso:* la relación del diseñador con estos 3 actores es importante este debe analizar las necesidades de ambos y la problemática para dar una solución.
- *Policía y la comunidad:* estos dos actores son importantes pues uno es el que directamente hace la denuncia y la policía es la encargada de analizar la situación y si es necesario se llama al instituto ellos deben hacer la recolección del animal, rehabilitar y posteriormente ponerlo en adopción.
- *La comunidad y las fundaciones:* al igual que con la policía la comunidad acude a fundaciones pues muchas veces la policía no atiende.

Actualmente estas relaciones se ven afectadas ya sea positiva o negativamente: En la primera relación, no se cuenta con un psicólogo capacitado en las fundaciones para poder analizar si la persona es apta o no para tener al animal, así bien esto afecta el desarrollo de un proceso efectivo a la hora de la entrega del animal de compañía. La segunda relación

afecta la situación pues las personas al ver que no les dan el animal en adopción y no tener muy claro por qué ya que no se les capacita adecuadamente, recurren a obtener un animal por parte de criaderos o lugares donde los venden, llevando al animal muchas veces a situaciones de abandono, maltrato, etc... La tercera relación afectaría positivamente la situación pues se podría observar el problema de una manera distinta y crear nuevas soluciones con ayuda de psicólogos y teniendo en cuenta a los otros actores involucrados. La poca efectividad de la policía a los llamados de la comunidad dificulta el rescate de los animales y muchas veces estos llegan en peores condiciones haciendo más complicado su proceso de adaptación y adopción.

Estos grupos de actores no se toman en cuenta:

- Personas poseedoras de mascotas: no son tenidas en cuenta en el ese rol, pero si llegan a querer otro animal de compañía se convertirían en adoptantes.
- Otras entidades del gobierno por no estar relacionadas con la situación.
- Animales: a pesar de que ellos son los directamente beneficiados no son un actor con el que pueda entablar una comunicación directa.
- Veterinarios.

2.2. Atributos y requerimientos:

2.2.1. Atributos:

Empatía:

- Tener una comunicación amable con el usuario.

- La plataforma o servicio deberá usar un lenguaje positivo, comunicarse bien.
- Mantener un lenguaje visual positivo.

Experiencia:

- Mostrar los escenarios posibles y como estas reaccionaron y enseñarles a reaccionar asertivamente.

Eficiencia:

- La plataforma debe ser rápida y eficaz.
- Que sea estable.

Comodidad:

- El servicio se muestra amigable con el usuario.
- En lo posible no cambiar la imagen.
- Manejar un diseño limpio y cuidadoso.

2.2.2. Requerimientos:

Uso:

- Debe ser entendible en su uso
- Debe ser amable
- Debe ser de rápido acceso
- Debe usarse una comunicación amable con el usuario.

Función:

- Debe poder enseñar, capacitar al usuario
- Debe poder ubicar al usuario en un contexto real
- Debe poder analizar la conducta del usuario
- Debe poder evaluar al usuario.
- Debe seguir un acompañamiento con la fundación y el usuario.

Estructurales:

- Debe contar con una bienvenida un instructivo.
- Capaz de ingresar y guardar datos de contacto.
- Debe poderse diferenciar las funciones del servicio, donde se encuentre la capacitación, el seguimiento.
- En caso de contar con la experiencia presencial, deberá poder contarse con un espacio para la recreación de las actividades y situaciones para la enseñanza de la tenencia responsable de animales de compañía.

Técnico productivo:

- Se debe contar con un desarrollador de aplicaciones.
- Debe contar con instructores para la enseñanza de la tenencia responsable.
- Se debe contar con un espacio recreativo ya sea físico o digital.
- Deberá mostrar los distintos tipos de animales de compañía.

Económico o de mercadeo:

- Contará con un valor no mayor a 40.000 pesos previo a la inscripción
- Contar con un valor al alcance de estratos 1, 2 y 3.
- Costos mínimos de evaluación y certificación menores de 50.000 pesos si es de forma virtual. si es de forma presencial se incrementan los precios.

Legales:

- Se debe cumplir con la ley 746 de julio 19 de 2002 (por la cual se regula la tenencia y registro de perros potencialmente peligrosos.) se regula la tenencia de perros en las áreas urbanas y rurales.
- Se debe cumplir la LEY No 1774 6 ENERO de 2016 el cual penaliza el maltrato animal, dice que los animales son seres sintientes no son cosas, y que recibirán especial protección contra el sufrimiento y el dolor, en especial, el causado directa o indirectamente por los humanos.
- El marco legal colombiano es muy amplio en normas, pero no existe normatividad en materia de Tenencia Responsable de Animales de Compañía. aun así, se deberá tener en cuenta la tenencia responsable.

Identificación:

- Deberá contar con publicidad en redes sociales
- Deberá mostrarse la marca mostrando la enseñanza y la certificación que se va adquirir.

2.3. Propuesta de valor:

Se priorizaron los trabajos identificados en el mapa del perfil del cliente y se evalúan en 4 criterios: que tan importante es el trabajo, si en ese trabajo se puede sentir la frustración o la felicidad, si no tiene solución, qué tan lucrativo es, con cada uno de estos criterios se evalúa cada actividad y se le otorga una calificación de 1 a 4 puntos, se suman, estos dan un puntaje final dándonos los trabajos de gran valor.

¿Fracasar en el trabajo supone frustraciones extremas?
¿Fracasar en el trabajo supone perderse alegrías esenciales?

¿Sientes la frustración?
¿Ves la alegría?

¿Hay frustraciones no resueltas?
¿Hay alegrías que no se han conseguido?

¿Hay muchas personas con este trabajo, frustración o alegría?
¿Hay pocos dispuestos a pagar mucho?

Céntrate en los trabajos de gran valor y en las frustraciones y alegrías relacionadas.

Trabajos	Importantes	Tangibles	No solucionados	Lucrativos	Trabajos de gran valor
Comenzar y educar a las personas sobre la responsabilidad	●●●●	●●●	●●●●	●●●	14
Valoración de las familias	●●●●	●●●	●●●●	●●	13
Realizar campañas para recoger fondos para los animales	●●●	●●	●●	●●	2
Hacer y vender artículos para animales de compañía para mantener las fundaciones	●●●	●●●	●●	●●●●	12
Desarrollar el ser humano en las personas que se encuentran en situaciones de riesgo social, como el abuso de sustancias	●●●●	●●●	●●●●	●●	13
Educar a los animales	●●●●	●●	●●	●●●	11
Mostrar su labor social para concienciar a la población	●●	●	●●●	●●●	9
Dar a conocer los animales en su lugar	●●●	●●●	●●	●●	10
Trabajar con los líderes de los grupos principales	●●●●	●●	●●●	●	10
Rehabilitación de los animales en las fundaciones	●●●●	●●●	●●	●	10
Estar cercano con la familia	●●	●●	●●	●●	8
Trabaja entre fundaciones	●●●	●	●●●	●●	9
Rescate de los animales (calle)	●●●●	●●●	●●	●●●	12
Mostrar los avances de los animales	●●	●●	●●	●●	8
Trabaja con las personas	●●●	●●	●	●	7
Trabaja con un buen estado de salud	●●●	●●	●	●	7
Calidad y bienestar en los refugios, así como en espacios seguros y controlados	●●●	●●	●●●	●●●	11

Tabla. 3. Tabla mapa de actores

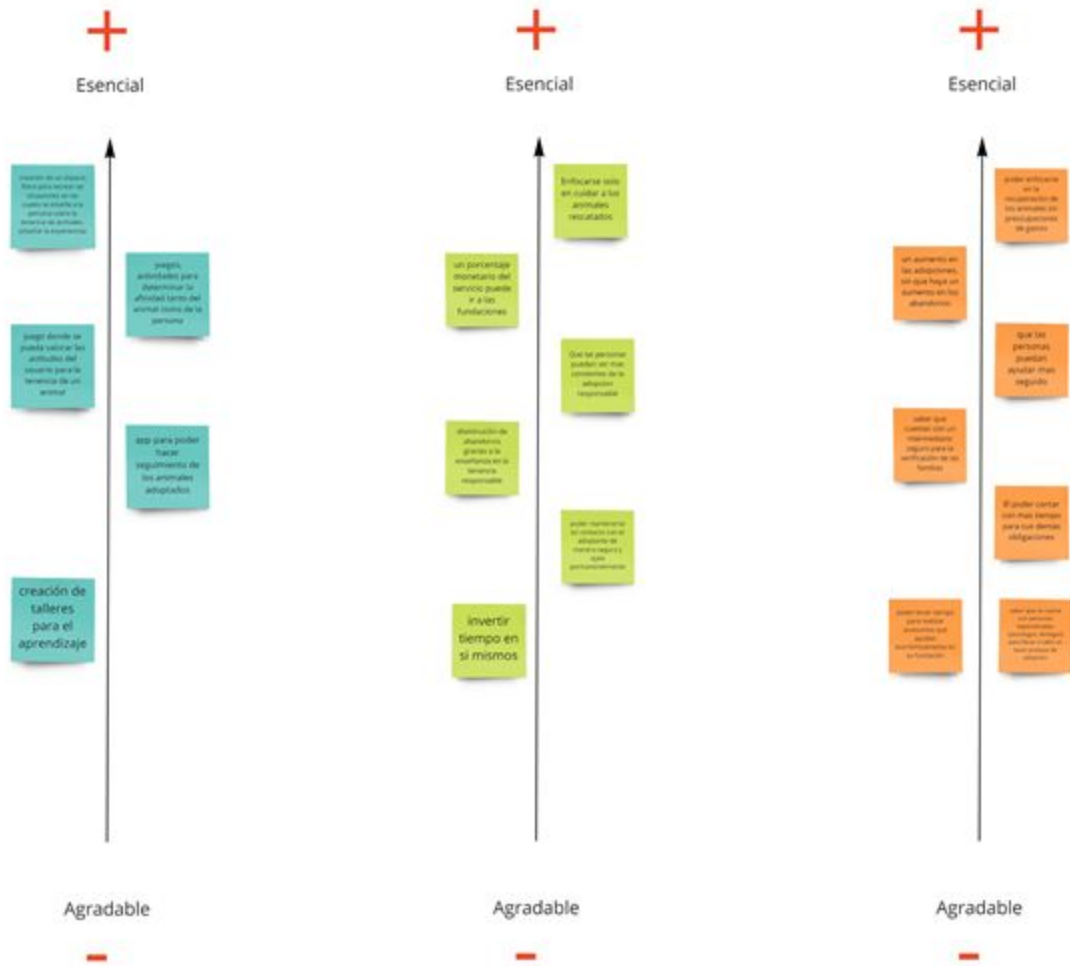


Fig. 7. Organización de servicios o productos para propuesta de valor.

3. Proceso de diseño:

Para el proceso de diseño se tuvo en cuenta toda la información antes mencionada, a continuación se mostrará, las alternativas, una posterior evaluación de estas propuestas para llegar así a 3 alternativas, con estas se realizó un test de usuario. para poder determinar la propuesta final, se mostraran imágenes del prototipo, junto con la comprobación:

3.1. Alternativas:

- **Juego:**



Fig. 8. Juego.

En el juego podrás escoger a tu animal de compañía y se te pondrá en situaciones de las cuales deberás escoger una acción, con un límite de tiempo

- **Contexto Real:**

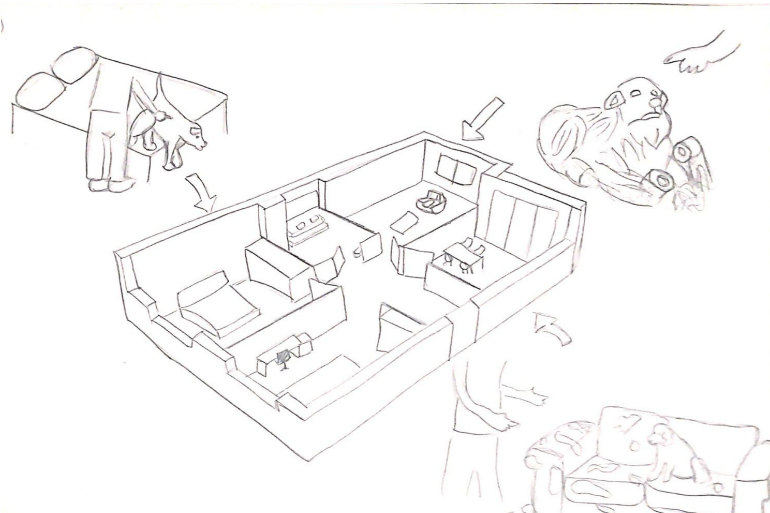


Fig. 9. Contexto real.

En el contexto real podrás interactuar con el animal, y tendrás un acompañamiento con psicólogos y etólogos.

- **Realidad virtual:**



Fig. 10. Realidad virtual.

Con el fin de tener la experiencia de poder interactuar con el animal, sin tenerlo en realidad.

- **Animatronic:**



Fig. 11. Animatronic.

Crear un animatronic, para tener la experiencia real, en el hogar del usuario sin poner el "animal en riesgo".

- Aplicación:

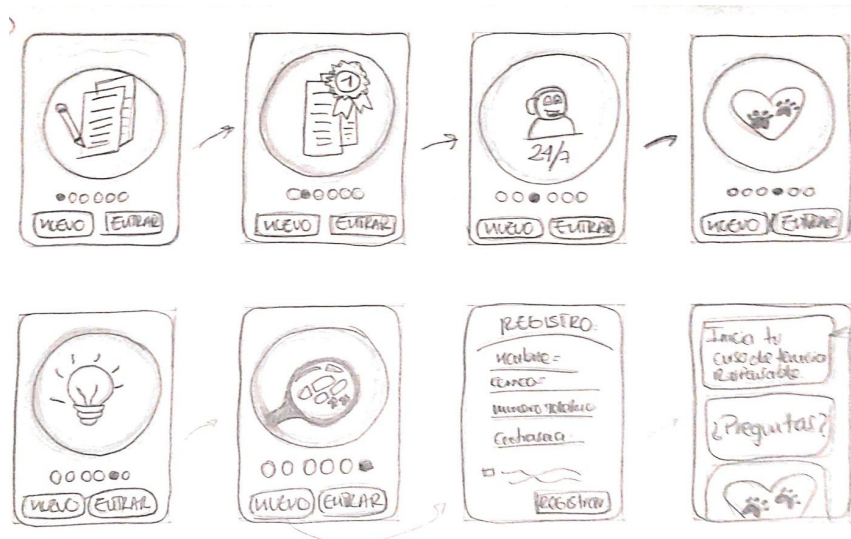


Fig. 12. Aplicación.

App que contará con los talleres/ guías de tenencia responsable, y otras funciones adicionales como seguimiento, acompañamiento, etc...

- Página web:

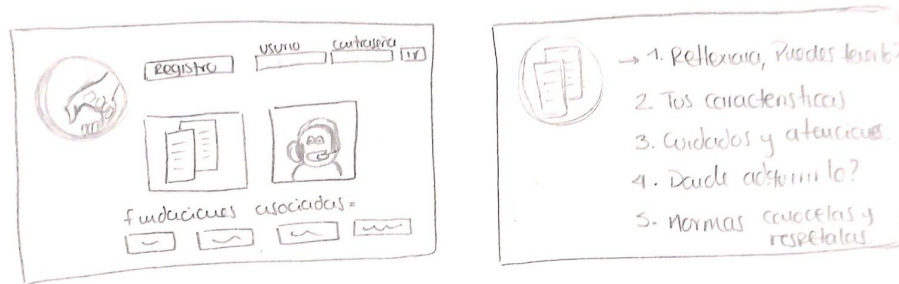


Fig. 13. Página web.

Una página web donde encontrarás los talleres/ guías de tenencia responsable .

- Posters de impacto:



Fig. 14. Posters de impacto

Los posters de impacto tendrán que ser lo suficientemente fuertes, para generar una recordación en el usuario y poder generar un cambio.

- Educación desde el colegio:

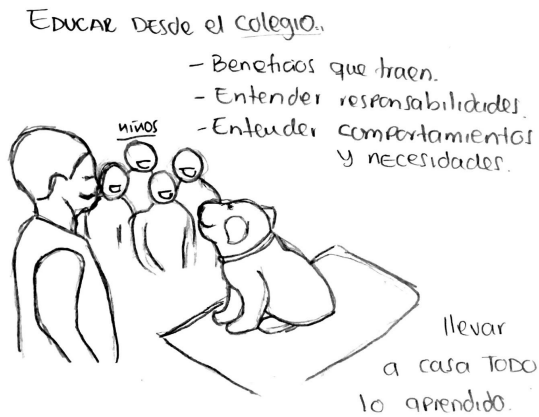


Fig. 15. Educación desde el colegio.

Al educar desde el colegio, se impartirán cursos sobre el cuidado responsable de los animales, con el fin de que los niños desde tempranas edades entiendan las responsabilidades que esto acarrea, además de entender comportamientos y necesidades del animal.

- Campañas recreativas:

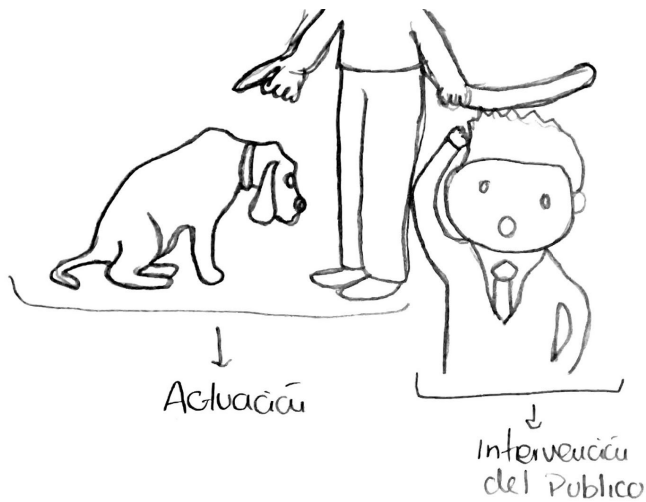


Fig. 16. Campañas recreativas.

Estas campañas recreativas, se realizarán en la calle, con la actuación de un usuario, con el fin de que las personas intervengan según sea la situación, y así luego sean educadas y se les brinde información.

3.2. Evaluación de alternativas:

Se evaluó cada alternativa con los siguientes criterios:

- Espacio donde se le presente al usuario una experiencia.
- Enseñar sobre la tenencia de animales de compañía .
- Sensibilizar al usuario.
- Que sea viable económicamente.
- Impacto a largo plazo.

Criterios	Alternativas								
	App	Página Web	Escenario Contexto Real	Juego	Realidad Virtual	Animatronik	Campañas De Impacto	Campañas Recreativas Actuación	Educación Desde El Colegio
Espacio donde se le presente al usuario una experiencia	4	4	5	4	5	5	1	3	4
Enseña sobre la tenencia responsable de animales de compañía	5	5	5	5	5	5	1	2	4
Sensibilizar al usuario	4	4	5	4	4	5	4	4	4
Viable económicamente	4	4	4	4	1	0	4	3	2
Impacto a largo plazo	3	3	4	3	2	3	2	2	4
Total	20	20	23	20	17	18	12	14	18

Tabla. 4. tabla evaluación de propuestas.

Según esta **evaluación las alternativas** con mayor puntaje fueron:

- Contexto real.
- Aplicación.
- Juego.

3.3. Test de producto:

Se realizó un test de producto:

3.3.1. Objetivos del test de producto:

General: Seleccionar la propuesta de diseño más destacada para iniciar con prototipos.

Específico: Mediante un test de producto se mostrará al público objetivo las 3 alternativas posibles del servicio / producto, para poder determinar la alternativa que mayor aceptación tenga y así continuar con la que más probabilidad de éxito obtuvo.

3.3.2. Usuarios:

Futuros adoptantes: Personas quienes no han tenido un animal de compañía en su vida y quieren o piensan tener uno por medio de la adopción o la compra.

Fundaciones: Siendo estas aliadas al prestar animales para las actividades y ayudar así mismo a la promoción y verse beneficiadas por el proyecto.

Adoptantes: Personas que ya tienen mascotas, y tienen un conocimiento de lo que se requiere y lo que implica tener esta responsabilidad y van a adoptar y/o comprar un animal de compañía.

3.3.3. Metodología:

Área de estudio: Bogotá Colombia

Unidad de análisis: Los futuros adoptantes, las fundaciones y los adoptantes

Tipo de investigación: Cualitativa, cuantitativo.

Técnica: Entrevista individual por medio virtual (video llamada /llamada)

Instrumentos: Test de producto, Se realiza la recolección de información a personas pertenecientes a segmentos del mercado objetivo, buscando opiniones que determinen la mejor alternativa del servicio.

3.3.4. Videos de test de Producto:

Para Fundaciones: <https://www.powtoon.com/s/bhYP7nc7EPK/1/m>

Inicialmente vienen con una introducción para empatizar con el usuario. En este caso se muestran las fundaciones.



Fig. 17. Video test de producto para fundaciones.

Video de test de Producto:

Para Adoptantes:

<https://www.powtoon.com/s/grjt8DbJGut/1/m>

Inicialmente vienen con una introducción para empatizar con el usuario. En este caso se muestra la introducción para los adoptantes.



Fig. 18. Video test de producto para adoptantes.

A continuación: se presentan las propuestas elegidas:



Fig. 19. Propuestas elegidas a presentar.

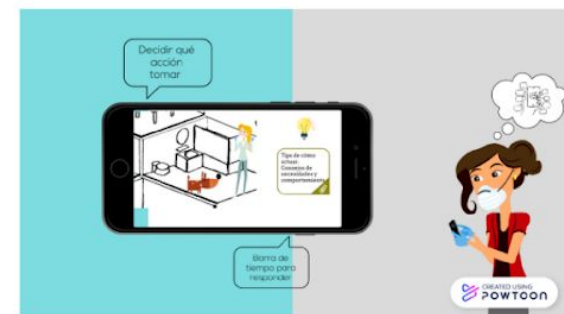


Fig. 20. Propuestas elegidas a presentar.

Se realizan una serie de preguntas para las fundaciones y para los adoptantes luego de ver los videos sobre las 3 propuestas:

3.3.5. Encuestas de test de producto:

Las encuestas van dirigidas a los siguientes usuarios.

- **Fundaciones:** Siendo estas aliadas al prestar animales para las actividades y ayudar así mismo a la promoción y verse beneficiadas por el proyecto.
- **Adoptantes:** Personas que ya tienen mascotas, y tienen un conocimiento de lo que se requiere y lo que implica tener esta responsabilidad y van a adoptar y/o comprar un animal de compañía.
- **Futuros adoptantes:** Personas quienes no han tenido un animal de compañía en su vida y quieren o piensan tener uno por medio de la adopción o la compra.

Encuesta para fundaciones:

Fecha: _____ Nombres y Apellidos _____

Edad (señales con una x): ___ 20-30 ___ 30-40 ___ 40-50 ___ 50-60 ___ 70-80

Ocupación: _____ Empresa: _____ Estrato: _____

Firma: _____

Introducción: se busca concientizar, sensibilizar y capacitar a las personas interesadas en tener un animal de compañía, sobre la tenencia responsable de estas a través de una experiencia

Por favor observe estas propuestas: (mostrar video con propuestas)

Preguntas:

Fundaciones:

- 1- ¿Cuál producto/ servicio le atrae más su atención, le parece más agradable o le gusta más? (Marcar con X).

Escenario contexto real	
App	
Juego	

- 2- ¿Cree que el producto o servicio ayudaría con el proceso de adopción? Si la respuesta es sí, ¿en qué? Escribir comentarios.

- 3- Califique los tres Productos / servicios de 1 a 5.

Escenario contexto real	
App	
Juego	

- 4- ¿Cree que es útil la práctica de este tipo de experiencia así no se realice la adopción? Escribir comentarios.

- 5- ¿Podría llegar a aliarse como fundación? (Marcar con una X).

Sí ___ No ___ ¿Porque?

- 6- ¿Qué le quitaría y que le pondría? Escribir comentarios.

Fig. 21. Encuesta para fundaciones.

Encuesta adoptantes y futuros adoptantes:

Adoptantes y futuros adoptantes:

- 1- ¿Cuál producto le atrae más su atención, le parece más agradable o le gusta más? (Marcar con X).

Escenario contexto real	
App	
Juego	

- 2- ¿Con cuál producto/ servicio siente que aprendería más? (Marcar con una X)

Escenario contexto real	
App	
Juego	

- 3- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el producto / servicio? (Marcar con una X).

Precio / Alternativa	Menos de 50.000	50.000 – 100.000	Más de 100.000	No pagaría
Escenario contexto real				
App				
Juego				

- 4- ¿Cree que es útil este tipo de experiencia así no realice la adopción una vez terminado el curso?

Sí ___ No ___ ¿Por qué?

- 5- Califique los tres servicios de 1 a 5.

Escenario contexto real	
App	
Juego	

- 6- ¿Qué le quitaría y que le pondría? Escribir comentarios

Fig. 22. Encuesta para adoptantes.

3.3.6. Resultados del test de producto:

Comentarios de los entrevistados: Pros y contras de cada alternativa:

Escenario contexto real	
Pros	Contras
Talleres	Lugar para abandonar a los animales
Poder interactuar con el animal "llevarlo a la práctica"	Poco viable / "poco realista"
Experiencia real, directa con el animal	Mucho estrés para el animal
Se aprende	¿Cómo será?

Aplicación	
Pros	Contras
Centro de información constante	Se tiene la decisión de tomarlo o no
Tiene un antes de (los talleres)	No es muy real
El acompañamiento	
Completo	
Seguimiento posterior	
Se aprende	

Juego	
Pros	Contras
Simula tener al animal con lo que implica: tiempo, educación, constancia	Tener cuidado con que se vea al animal como un objeto
Podría ser buena para los niños	
Se aprende	

Tabla. 5. Comentarios de los entrevistados: Pros y contras de cada alternativa.

- **Las fundaciones** creen que el servicio ayudaría con el proceso de adopción pues serían más transparentes las personas y estas aprenderían, se concientizarían y tendrían un criterio de si tenerlo o no además de que los talleres ayudarán a aprender sobre los animales.

- Para todos los entrevistados se cree que es útil esta experiencia y este uso de herramientas y/o talleres, pues se pretende educar a las personas, promueve la concientización del proceso de adopción.

Cual servicio atrae más la atención / más agradable / le gusta más? (Número de personas)

	Fundaciones	Adoptantes	Total final
Escenario contexto final	0	1	1
Aplicación	2	1	3
Juego	0	3	3

¿Para los adoptantes con cual siente que aprende más?

	Número de personas
Escenario contexto final	2
Aplicación	2
Juego	1

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio? (número de personas)

Precio / Alternativa	Menos de 50.000	50.000 – 100.000	Más de 100.000	No pagaría
Escenario contexto real		5		
App	2	2		1
Juego	2	1		2

Calificación final del producto (fundaciones + adoptantes)

	Fundaciones	Adoptantes	Total final
Escenario contexto final	3	20	23
Aplicación	9.5	21	30.5
Juego	6	19	25

Fig. 23. Tabulación de respuestas de la encuesta.

- Dentro de las 3 propuestas, la propuesta más destacada fue la de la aplicación, pues al ser un centro de información constante, este servirá como un seguimiento útil, así bien se continuará con esta propuesta para seguir con el prototipo se está.

3.4. Propuesta final:

3.4.1. Prototipo de aplicación móvil HeyVey:

Registro:

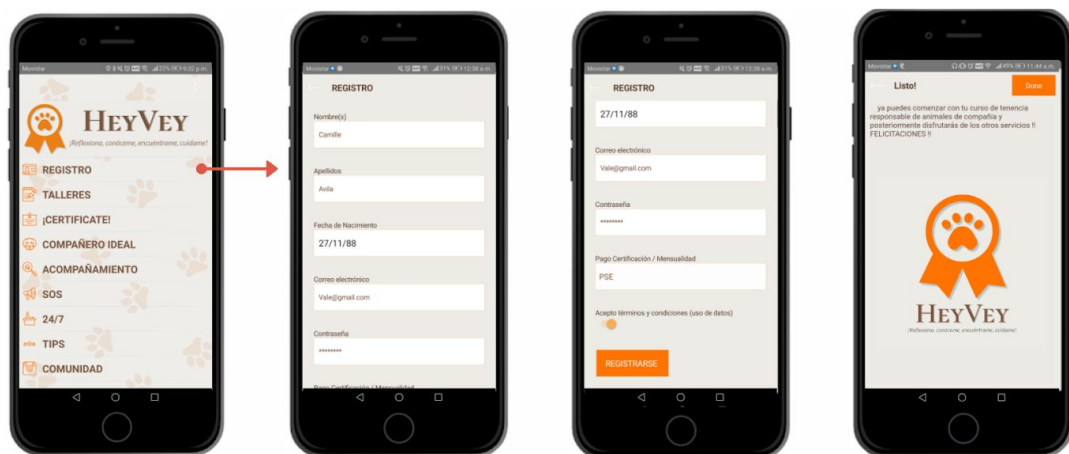


Fig. 24. Registro en la aplicación.

La aplicación cuenta con un registro para poder acceder a los talleres luego de realizar un pago con la fundación, o con la aplicación por medios electrónicos.

Talleres:

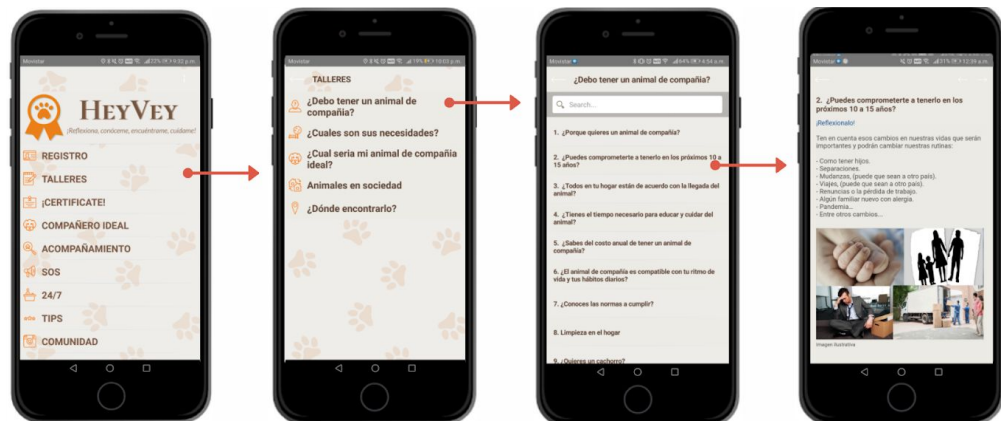


Fig. 25. Demostración funcionamiento de talleres en la aplicación.

Los talleres buscan sensibilizar a, capacitar y hacer que estos reflexionen sobre los principios básicos de tenencia responsable, visto en 5 componentes:

- reflexionar sobre si se dan las condiciones adecuadas para tener un animal de compañía.
- Elegir el animal idóneo según tu estilo de vida: se te mostrará la diferencia de perros y gatos y su comportamiento.
- Conocer los cuidados y necesidades de los animales.
- Conocer y respetar las normas de convivencia de los animales en la sociedad.

Prueba para certificación:

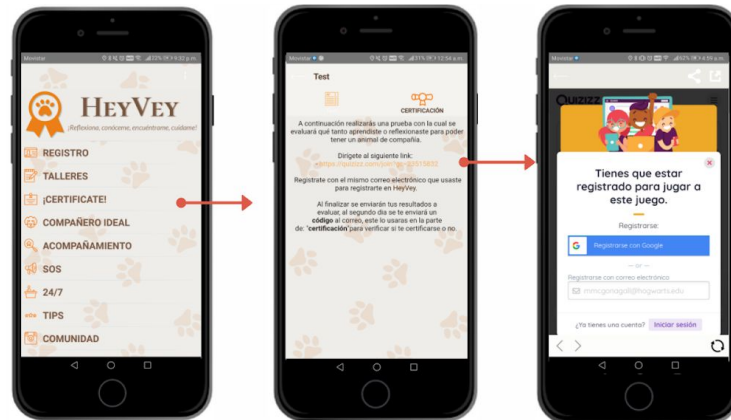


Fig. 26. Demostración funcionamiento de Prueba para certificación.

Se debe entrar a un link para realizar la prueba, el usuario podrá ver su resultado final y determinar si necesita repasar los talleres y volver a hacer la prueba luego de que se le envíen los resultados de la primera que realizó. este recibirá un código que deberá colocar en la parte de “Certificación”.

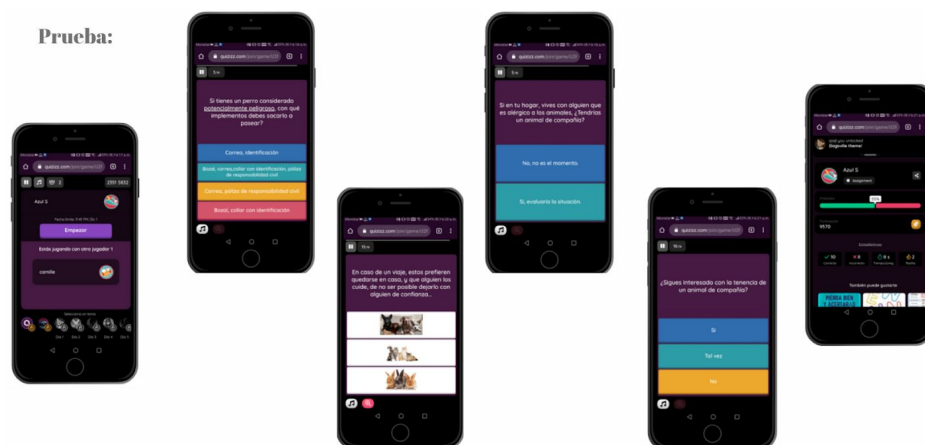


Fig. 27. Demostración funcionamiento de Prueba para certificación.1

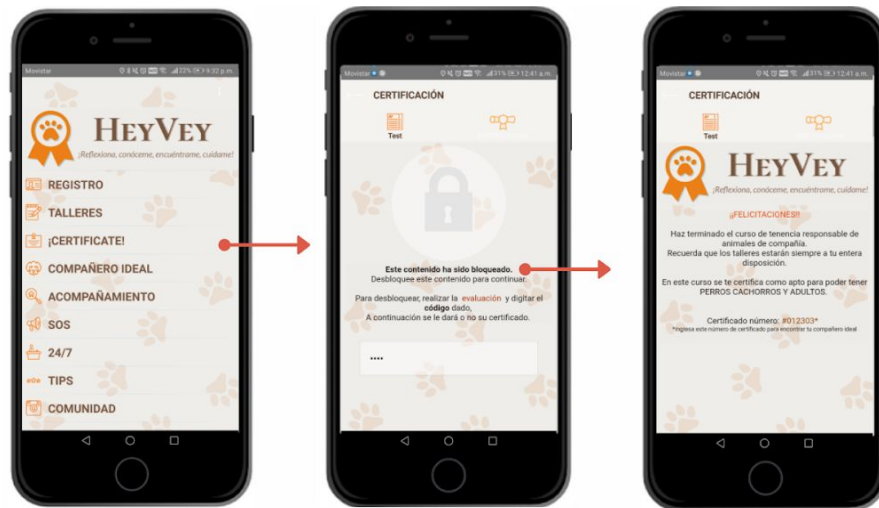


Fig. 28. Certificación.

Compañero ideal:

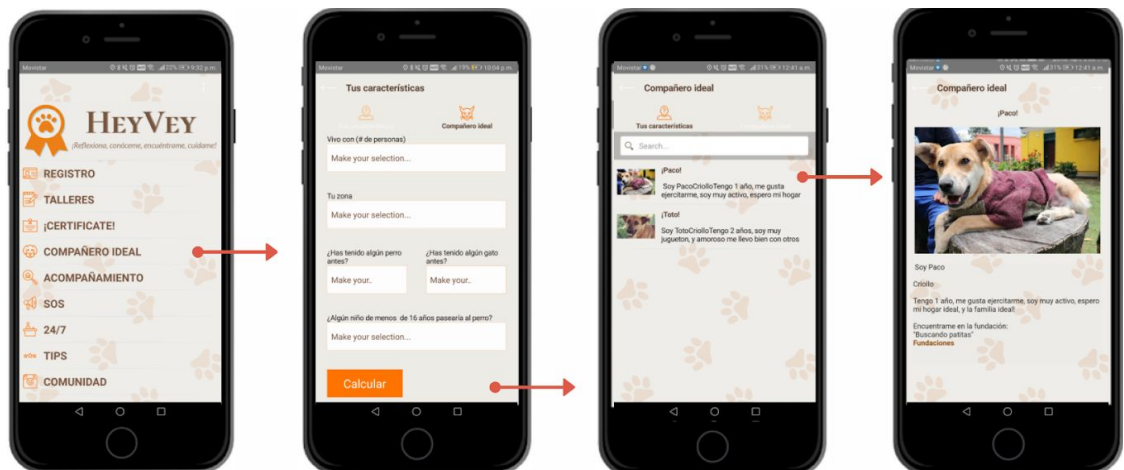


Fig. 29. Demostración funcionamiento del servicio “compañero ideal”.

Luego de consignar unos datos de tu hogar y estilo de vida se hace un match donde se puede ver con que animal eres más compatible.

Acompañamiento:

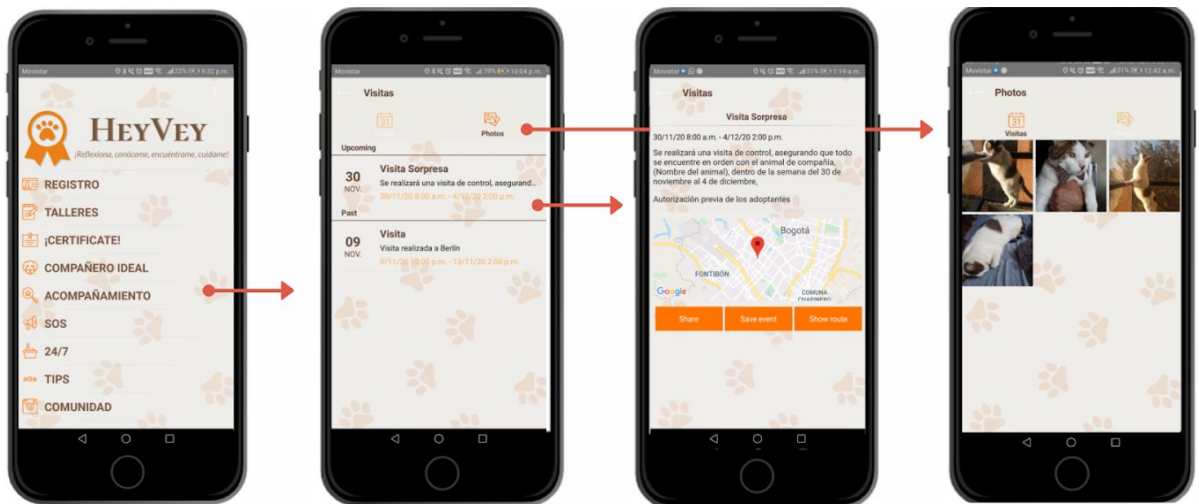


Fig. 30. Acompañamiento.

La fundación realiza citas a través de la aplicación, y poder llevar un seguimiento adicional por un registro fotográfico.

SOS:

Se podrá encontrar veterinarias abiertas las 24 horas, y poder reportar a tu animal de compañía en caso de pérdida.

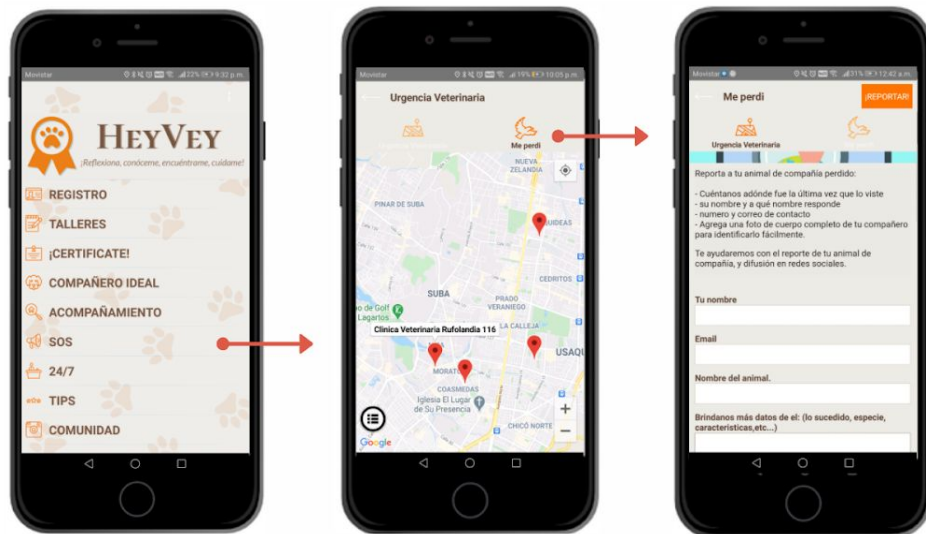


Fig. 31. SOS.

24/7:

Contacto por medio de mensaje y llamada a la aplicación

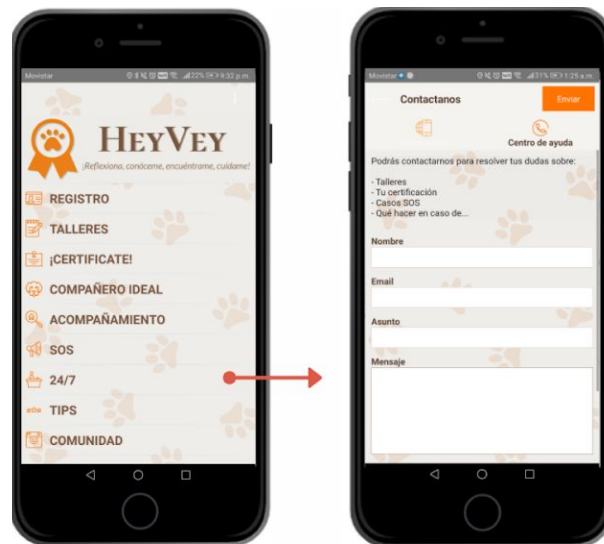


Fig. 32. Contactanos.

Tips:

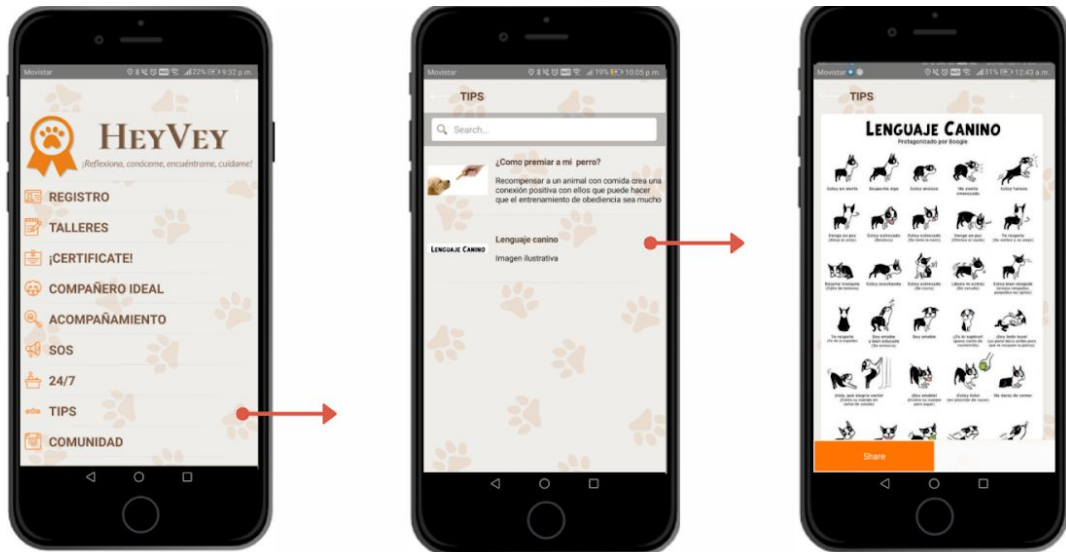


Fig. 33. Tips.

Comunidad:

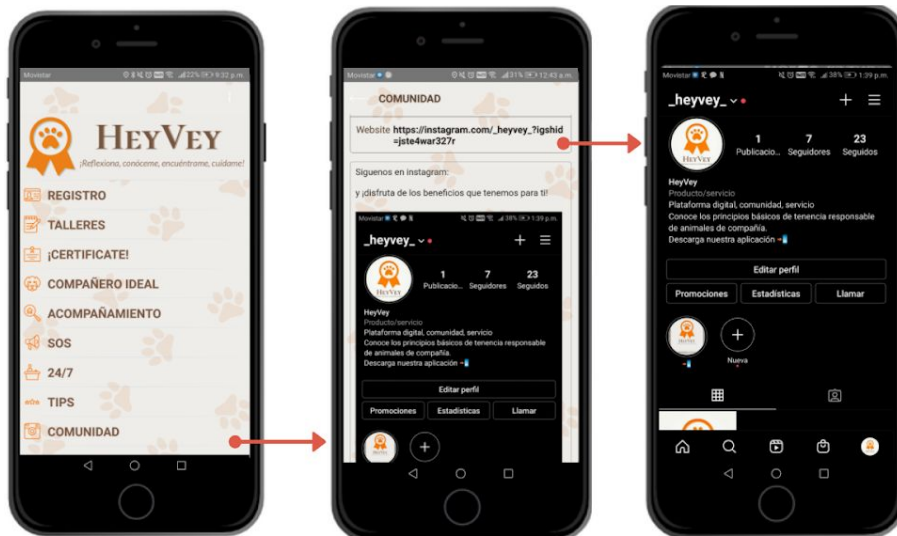


Fig. 34. Comunidad en instagram.

La aplicación contará con una red social (Instagram) en la cual se realizarán distintos concursos, y así incentivar a las personas a continuar con el uso de la aplicación.

Comprobaciones:



Fig. 35. Comprobaciones gráficos.

Al público en general le atrae la aplicación y siente que es una buena herramienta para aprender sobre tenencia responsable así no se llegue a la adopción, pues lo ideal es que se den cuenta si son aptos o no.

4. Modelo de negocio:

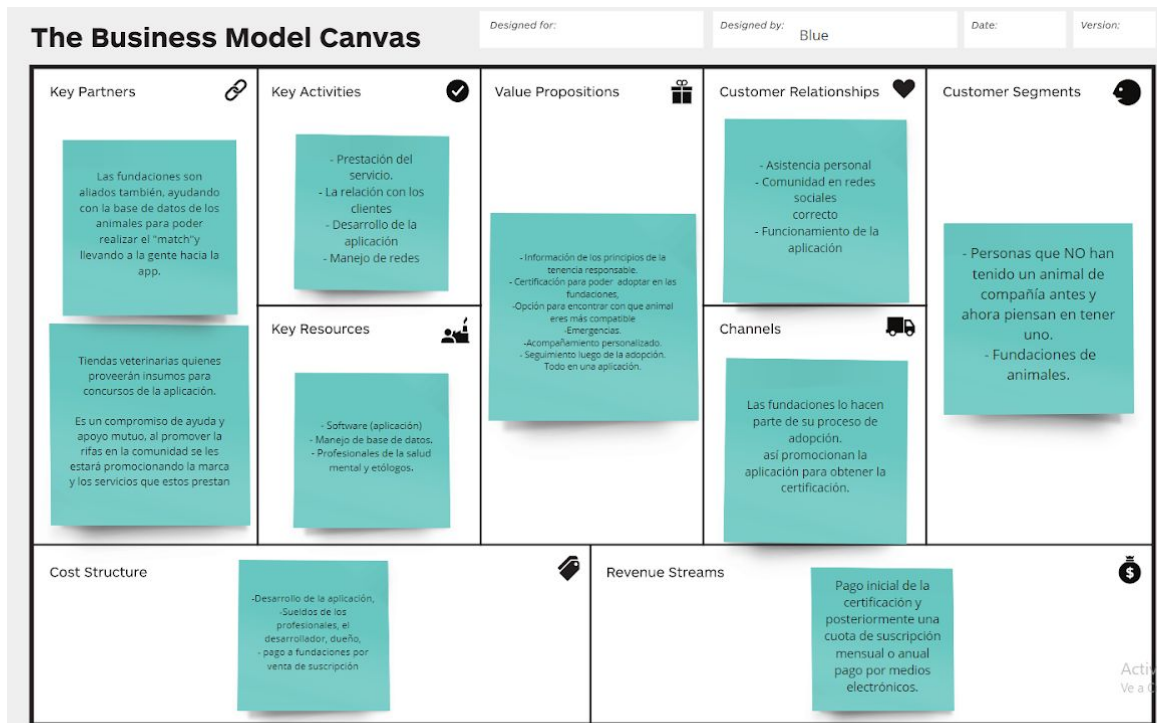


Fig. #. Modelo de negocio canvas.

El proyecto se enfoca en dos segmentos de mercado, en primer lugar, se encuentran las fundaciones, a las cuales les preocupa la falta de conciencia de las personas a la hora de adoptar, y en segundo lugar a las personas a las cuales les interesa tener un animal de compañía, este grupo de personas reúne a la generación Y, la generación X y la generación Z, a pesar de que las 3 generaciones son distintas conductualmente hablando, son semejantes en cuanto al factor de decisión de la tenencia de un animal de compañía. Tengamos en cuenta que siendo la generación Z la más joven, sin posibilidad de poder adoptar un animal por su cuenta, influyen en la decisión de la generación X y la generación Z.

La aplicación (HeyHey) ofrece una propuesta de valor a los usuarios a través de un espacio de talleres en los cuales podrán conocer sobre principios básicos de la tenencia responsable de animales de compañía, a partir de la información de estos talleres se busca poder certificar a la persona, esto con el fin de poder mostrar en el certificado a que animal de compañía es más apto y además poder tener la certeza de que la persona, luego de evaluar lo que se necesita para ser un tutor responsable, pueda reconocer si es apto o no para seguir adelante con el proceso de adopción.

La aplicación contará con una función para poder encontrar a tu animal de compañía ideal luego de recibir tu certificado, tendrá que llenar datos adicionales sobre el lugar donde vivirá el animal cuántas personas son en la familia, luego de llenar este certificado se pasará a la siguiente pestaña donde se le mostrará SOLO los animales con los que es compatible, NO se le mostrarán todos los animales puestos en adopción por la fundaciones, pues se pretende unir de manera que tanto el animal como la persona estén listos uno para el otro. Además, las fundaciones podrán avanzar con sus procesos de adopción, con las familias ya certificadas, sin necesidad de hacer tantos filtros o revisar un gran número de solicitudes que al final no serán aprobadas.

Se contará con un botón de emergencia, para ubicar las veterinarias que están disponibles 24h al día, y otro para poder reportar si tu animal de compañía se extravió, para así poder difundir y hacer búsqueda del animal. También podrás contactar al personal de la aplicación, para preguntas acerca de los talleres, obtener información acerca de algún caso de emergencia reportado entre otros...

Además, se brinda una comunicación entre la fundación y la persona que ya adoptó a su animal de compañía, con el fin de asegurar el bienestar del animal. Se busca que los usuarios sientan que están en una comunidad, para ello la aplicación contará con una red social (Instagram) en la cual se realizarán distintos concursos, y así incentivar a las personas a continuar con el uso de la aplicación

Para que las personas puedan acceder al servicio, en primera instancia las fundaciones adoptarán este certificado como parte del proceso de adopción, en ese orden de ideas sin certificado no habría adopción, así las fundaciones y la difusión en redes sociales promocionan el uso de la aplicación y su pago por esta. Este servicio permitirá que estos dos grupos, fundaciones y adoptantes, tengan interacciones directas, entonces el valor para los clientes de un lado, aumenta generalmente con el número de participantes del otro lado, así también los costos del cliente disminuirán según el número de participantes.

El cliente espera una asistencia personalizada, donde se resuelvan las dudas cuando lo necesiten, y la respectiva atención al usuario, así como tener la comunidad en Instagram para contar con los distintos beneficios. Los recursos clave que requiere la propuesta de valor, contar con un método de pago confiable, en este caso a través de pagos en línea o transferencias bancarias, el recurso de tener un software para el desarrollo de la aplicación, también es importante el posicionamiento de la marca para que la empresa, en cuanto a los recursos de nivel humano, es necesaria la presencia de profesionales en el campo de la psicología y la etología, así como un desarrollador de aplicación,

Dentro de las actividades clave que requieren nuestras propuestas de valor, se encuentra la prestación de servicios, brindando una asistencia personalizada, para el acompañamiento de los usuarios. El diseño del software y la presencia de los desarrolladores de aplicaciones y los profesionales en salud mental y etólogos, para la aclaración de dudas, la presencia de estos profesionales es fundamental en la prestación de servicios, así los usuarios tendrán una mejor experiencia con la aplicación.

Para que la comunidad de la aplicación pueda seguir en aumento y las personas quieran quedarse y poder fomentar ese seguimiento, que se hará luego de adoptar al animal, con la fundación, se contará con socios y proveedores, tales como: Tiendas veterinarias, como Por ejemplo: animals, puppis, empresas así serán alianzas clave que proveerá suministros para los concursos, rifas, giveaways que mantendrá el uso y el flujo de personas en la aplicación, estas alianzas tendrán un compromiso de ayuda y apoyo mutuo, al promover la rifas en la comunidad se les estará promocionando la marca y los servicios que estos prestan. Las fundaciones son aliados también, ayudando con la base de datos de los animales para poder realizar el "match" y llevando a la gente hacia la app. y nosotros les damos el 10% de las ganancias,

Los costos más importantes irán hacia el desarrollo de la aplicación, hacia los sueldos de los profesionales, el desarrollador, dueño, y pago a fundaciones por venta de suscripción. De acuerdo a las comprobaciones los clientes estarían dispuestos a pagar menos de 50.000 pesos por el servicio de la aplicación, El valor de la aplicación oscilaría en 60.000 y 100.000 pesos, corresponde en primera medida a la realización del taller, su certificación y el acompañamiento, teniendo en cuenta el crecimiento de la aplicación se cobraría mas o

menos según la demanda que esta tenga. Además, el valor, menor a los 50.000 pesos, corresponde a la posterior suscripción para poder ser parte de la comunidad, apoyar a fundaciones, y poder gozar de la atención 24 horas del servicio en la aplicación. Los pagos se harán por medio de medios electrónicos, al momento de registrarse.

5. Conclusiones.

Las fundaciones aseguran que el servicio ayudaría con el proceso de adopción pues serían más transparentes las personas y estas aprenderían, se concientizarían y tendrían un criterio de si tenerlo o no además de que los talleres ayudarán a aprender sobre los animales.

Para todos los entrevistados se cree que es útil el esta experiencia y este uso de herramientas y /o talleres, pues se pretende educar a las personas, promueve la concientización del proceso de adopción.

Con el uso de la aplicación siendo parte del proceso de adopción, se podría ver una mejoría en los procesos de adopción en cuanto a disminución cifras de abandono y maltrato.

El costo de la suscripción a la aplicación variará teniendo en cuenta el crecimiento de esta y se cobraría más o menos según la demanda que esta tenga.

La aplicación no solo ayuda en un primer momento del proceso de adopción, esta sigue un acompañamiento luego de la adopción garantizando el bienestar del animal y así poder reducir los números de abandono, maltrato y el aumento de animales callejeros en la ciudad.

6. Bibliografía:

Díaz Videla, M. (2017). Antrozoología y la relación humano-perro. (Spanish Edition) Rojo Editores. Edición de Kindle.

Poves Plumed, A. (2017). Actitudes, tenencia y vínculo con animales de compañía: relación con la personalidad, recursos y salud psicológica. Universidad de Sevilla.

(sanciones y multas para el maltrato animal en colombia, n.d.)

<https://bogota.gov.co/mi-ciudad/ambiente/sanciones-y-multas-para-el-maltrato-animal-en-colombia#:~:text=La%20ley%201774%20establece%20que,salarios%20m%C3%ADnimos%20legales%20mensuales%20vigentes.>

Gómez, L. F., Atehortua, C. G., & Orozco, S. C. (2007). La influencia de las mascotas en la vida humana. *Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias*, 20(3), 377-386.

<https://tenenciaresponsablern.wordpress.com/2013/06/07/funbapa-y-municipios-ponen-en-marcha-trabajo-conjunto-sobre-tenencia-responsable-de-mascotas/>

manual recuperado de <https://aulavirtual.sipyba.co/manual/>

Guia de convivencia recuperado de <https://aulavirtual.sipyba.co/guia-convivencia/>

Manual de actividades recuperado de <https://aulavirtual.sipyba.co/manual-actividades/>