



UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE ARTES

Carrera de Diseño Gráfico

“Diseño de Aplicación Móvil como medio de comunicación y socialización entre las fundaciones de apoyo a los animales y la ciudadanía.”

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Diseñadora Gráfica

Autora: María Elisa Gutiérrez Chicaíza

Email: elimarel94@gmail.com

C.I : 0105957104

Director: Mgt. Ernesto Antonio Santos León

C.I : 0103895793

30 de Enero del 2020

Cuenca - Ecuador

En la ciudad de Cuenca, existen varias organizaciones de protección animal sin fines de lucro que, intentan combatir el problema de los animales sin hogar mediante la concienciación de la adopción entre otras opciones. Sin embargo, la ciudadanía no cuenta con la suficiente información sobre los procesos a seguir para acoger a un animal o bien, apoyar con diferentes donaciones a los amigos de cuatro patas.

El objetivo de este proyecto de titulación es poder conectar a la sociedad con las fundaciones de protección animal, con el fin de que, las personas puedan adoptar o ayudar a animales rescatados de la calle y maltrato, también para socializar con otros usuarios mediante las redes de trabajo que se realizan. Por esas razones, se plantea el diseño de una aplicación móvil dirigida a una población de jóvenes adultos con posibilidad de abarcar audiencias más grandes.

El resultado de este proyecto concluye con una conexión amistosa entre la sociedad y las principales fundaciones de apoyo creando así una comunidad consciente e interesada por erradicar el problema de animales en situación de calle.

PALABRAS CLAVE

Diseño centrado en el usuario. Aplicación. Interacción. Socialización. Animales sin hogar. Diseño. Concientización.

ABSTRACT

In the city of Cuenca, there are several non-profit animal protection organizations, they are trying to fight the problem of homeless animals through people awareness about the adoption and other options. However, citizens do not have enough information about the process to follow to adopt to an animal or help with donations o our for legs friends.

The goal of this titling project is to connect society with animal protection foundations, in order to people can adopt or help rescued animals from the street and abuse, also, to socialize with other users throught networks. For these reasons, the design of a mobile application aimed at a population of young adults with the possibility of covering larger audiences is proposed.

The result of this project concludes with a friendly connection between society and the main support foundations, thus creating a conscious and interested community to eradicate the problem of streat animals

KEYWORDS:

User-centered design. Application. Interaction Socialization Homeless animals.
Design. Awareness

01

CAPÍTULO PRIMERO

DIAGNÓSTICO E INVESTIGACIÓN

1. ESTADO DEL PROBLEMA	14
1.1 Animales sin hogar	14
1.2 Fundaciones de protección animal	15
2. ENTRADAS CONCEPTUALES	18
2.1 Aplicaciones móviles	19
2.2 DCU Diseño Centrado en el Usuario	20
2.3 Experiencia de Usuario	21
3. METODOLOGIA J. J. GARRET	24
4. ANÁLISIS DE HOMÓLOGOS	25
4.1 Homólogos Directo	26
4.2 Homólogos Indirectos	33

02

CAPÍTULO SEGUNDO

USUARIO, IDEACIÓN Y ESTRUCTURA

1. ENTREVISTAS Y ENCUESTAS	38
1.1 Delimitación del mercado	38
2. MODELADO DE USUARIO	44
2.1 Modelado de Usuario	44
2.2 Documento de Estrategia	50
3. SESIÓN USUARIOS	51
3.1 Plano Alcance	51
3.2 Brainwritting	53
4. ARQUITECTURA INICIAL	56
5. TEST DE USABILIDAD	67
3.1 Primer test de usabilidad	67
3.2 Resultado del test de usabilidad	69
6. ARQUITECTURA FINAL	70

03

CAPÍTULO TERCERO DISEÑO Y PROTOTIPO

1. PLANO ESQUELETO	82
1.1 Plano esqueleto	82
2. REQUERIMIENTOS TÉCNICOS	84
2.1 Diagramación y composición	84
2.2 Estética y tecnología	85
3. BOCETACIÓN Y WIREFRAME	87
3.1 Plano Superficie	87
3.2 Elaboracion de wireframe	89
4. VECTORIZACIÓN GRÁFICOS	90
4.1 Guaf logotipo	90
4.2 Íconos diseño y composición	91
4.3 Sistema de compensación	93
5. DISEÑO DE PÁGINAS USUARIO	96
6. DISEÑO DE PÁGINAS FUNDACIÓN	113
7. EVALUACIÓN FINAL	129
7.1 Elaboración Prototipo	129
7.2 Prueba de usabilidad	130
7.3 Correcciones finales	132
8. PROTOTIPO	137

04

CAPÍTULO CUARTO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	140
2. GLOSARIO	142
3. BIBLIOGRAFÍA	146
4. ANEXOS	148

Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

María Elisa Gutiérrez Chicaiza en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Diseño de Aplicación Móvil como medio de comunicación y socialización entre las fundaciones de apoyo a los animales y la ciudadanía", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 31 de Enero del 2020



María Elisa Gutiérrez Chicaiza

C.I: 0105957104

Cláusula de Propiedad Intelectual

María Elisa Gutiérrez Chicaiza, autora del trabajo de titulación "Diseño de Aplicación Móvil como medio de comunicación y socialización entre las fundaciones de apoyo a los animales y la ciudadanía", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, 31 de Enero del 2020



María Elisa Gutiérrez Chicaiza

C.I: 0105957104

La vida se encuentra llena de retos y sin duda la Universidad es uno de ellos. Durante esta etapa percibí que más que un reto, es un camino de conocimiento, compañerismo, apoyo y obstáculos que conforme se han presentado los he asimilado y superado exitosamente por eso, quiero ofrecer los siguientes agradecimientos:

A mis padres Ezequiel y Manuela, quienes pese a las adversidades que han enfrentado, siempre me han guiado e impulsado con su sabiduría para superar cada día y siempre ir por más, aprecio mucho los valores que me han impartido y sobre todo, la educación que me han brindarme.

A mis hermanos José, Victoria y Valentina, que siempre están a mi lado y con quienes he vivido valiosos momentos, son las personas que han puesto su granito de arena para ayudarme a crecer como persona y han reforzado valores como el compañerismo y perseverancia, además, con sus críticas y humor negro han logrado subir mi ánimo y evitar que me dé por vencida.

A mi director Ernesto, por confiar en mi potencial profesional y brindarme su tiempo para ampliar mi conocimiento en diferentes campos tecnológicos de diseño.

A mis amigos y compañeros de carrera que han formado parte de este proceso de aprendizaje que felizmente culminó, en especial Juan José quien me ha apoyado incondicionalmente.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Diseñar la interfaz de una aplicación móvil para fundaciones de apoyo a los animales, y público en general, a través del diseño centrado en el usuario que permita generar un sistema de comunicación e interacción directa entre las fundaciones de apoyo a los animales y la ciudadanía, para socializar su trabajo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Investigar el estado actual del trabajo de las fundaciones, su interacción en los medios de comunicación y las necesidades del usuario, para plantear estrategias de comunicación digital en las áreas que lo requieran.
- Definir parámetros de diseño para aplicación móvil, centrada en el usuario, para crear vínculos de comunicación y acción social.
- Diseñar el contenido visual e interfaz de la aplicación móvil y su simulación en un prototipo funcional.

INTRODUCCIÓN

Los animales sin hogar en la ciudad de Cuenca son un problema, el mismo no ha sido considerado con la importancia que debería puesto que, aún se observa a estos seres irracionales viviendo en situación de calle y maltrato, otros más afortunados están bajo la protección de albergues con la esperanza de encontrar un hogar. Según datos de un estudio realizado por el laboratorio Intervet S.A. (2016), este escenario ha mejorado en los últimos años pero, aún no es suficiente la concientización y ayuda por parte de la ciudadanía. podríamos decir que se encuentra en un proceso a la espera de mejorar.

Hay personas comprometidas con la tenencia de animales como mascotas y son ejemplo de lo que es ser un dueño responsable; no obstante, existen otras que aún no son conscientes de lo que esto significa y abandonan a las mismas sin remordimiento o los maltratan de forma inhumana. Este problema también radica en que la mayor parte de la sociedad cuencana, desconoce las opciones que existen en caso de no querer tener mascotas y si la tienen, el cuidado que se debería ofrecer. Adicionalmente, la población ignora de los organismos, fundaciones y de sus diferentes proyectos que promueven el bienestar de los animales.

Por lo tanto, el desarrollo de este proyecto se fundamenta en crear una aplicación móvil como medio de comunicación y socialización que, permita a la ciudadanía y a los establecimientos de protección animal interactuar entre sí y mediante el uso de la misma, trabajar conjuntamente para disminuir o eliminar lo mencionado preliminarmente.

01

CAPÍTULO PRIMERO
DIAGNÓSTICO E INVESTIGACIÓN



“La grandeza de una nación y su progreso moral pueden ser juzgados según la forma en que tratan a sus animales”

Mahatma Gandhi



1.1 ANIMALES

SIN HOGAR

1.1.1 EL PROBLEMA

Los perros y gatos en situación de calle son un problema que va más allá del maltrato animal puesto que, se deriva en diversas situaciones que afectan tanto al medio ambiente como a la higiene pública. Principalmente, esto corresponde a una falta de cultura y educación sobre el bienestar de los animales y la tenencia responsable de mascotas. Cuando se adquiere un animal doméstico, sea este por adopción, compra o rescate, se asumen compromisos y responsabilidades para asegurar la calidad de vida del amigo peludo al que se le ha decidido dar un espacio en el hogar.

A nivel nacional, más de 100 mil animales están abandonados según un estudio realizado por el laboratorio Intervet Ecuador S.A. (2016). En promedio, 7 de cada 10 mascotas son abandonadas en el primer año de vida, mientras que, el 25% de los perros y gatos adoptados son devueltos. De acuerdo a datos de la empresa pública de Gestión Ambiental del GAD Municipal de Cuenca, existen cerca de 110.000 perros en la ciudad de los cuales, más de la mitad viven en la calle; en la zona urbana 1 perro es abandonado por cada 5 habitantes en contraste, en el área rural un can es desamparado por cada 1.5 personas.

La ley de protección animal promueve la Tenencia y Manejo Responsable de Perros. La normativa fue creada por Acuerdo Ministerial 116 en el año 2016 y establece que “todo propietario, tenedor y guía de perros estará obligado a mantener su mascota dentro de su domicilio, con las debidas seguridades, a fin de evitar situaciones de peligro para personas como para el animal, además de promover el bienestar y salud de su mascota”. GAD Municipal de Cuenca (2016, cap. II, Art. 6)

A pesar de que existen Fundaciones de protección animal como Arca, Peluditos o FAAN, estas no han conseguido resolver la tenencia responsable. Esto se debe a que la ciudadanía no presta atención y tampoco cuenta con la suficiente información acerca de los albergues de adopción, campañas de donación, etc, que estos establecimientos realizan periódicamente. El único medio de comunicación con el que cuentan son las redes sociales, estas tienen un número significativo de acogida pero podría mejorarse. Otro motivo es que los albergues se sitúan en lugares lejanos que resultan de difícil acceso para la población.

1.2 FUNDACIONES DE PROTECCIÓN ANIMAL

Las fundaciones y albergues destinados a la protección de animales sin hogar más conocidos en la ciudad de Cuenca son: ARCA, Peluditos, FAAN, Amigo Fiel, Los Amigos de Manolo, Pasión Animal y Mejor Amigo. La mayoría de estas instituciones usan redes sociales o páginas Web para promover su trabajo, motivo por el cual, en Enero del 2018 durante una semana, se realizó

una investigación de observación en los medios sociales de Arca, Peluditos, Faan y Rescate animal, con el fin de evaluar los servicios de las fundaciones y su interacción con la ciudadanía. Se evaluó a estas fundaciones porque son las mas conocidas. (Dato obtenido de una encuesta a usuarios que se presentará mas adelante).



Gutierrez, E. (2019). Fundaciones de apoyo y protección animal. [Figura 1]

1.2.1 ARCA

ARCA es una fundación privada sin fines de lucro, creada legalmente el 25 de agosto de 2003. Su principal objetivo es “aportar activamente en una transformación civil que posibilite la convivencia planetaria en un marco integral de no violencia”. Además, pretende la erradicación de todas las prácticas humanas que impliquen: abuso, explotación y maltrato a las demás especies animales.

Cuenta con una *fanpage* oficial en Facebook con un total de 33.640 seguidores también, realiza publicaciones de cuatro a cinco veces por semana como se muestra en el siguiente gráfico.

Fanpage Arca “Información”. (16 / Diciembre / 2019). [Facebook]
[Consultado: 16 / Diciembre / 2019].

			
Apoyo a la fundación	203	25 - 40	384
Adopciones	130 - 140	10 - 15	44 - 55
Noticias	40 - 50	5 - 10	10 - 15
Donaciones	40 - 50	1 - 5	1 - 5

Gutierrez, E. (2018). Arca, cuadro de interacción en redes sociales. [Figura 2]

1.2.2 PELUDITOS

Fundación Peluditos es una organización sin fines de lucro que nace el 12 de octubre del 2012 como el proyecto de Marty Parra, su objetivo es “crear conciencia a la ciudadanía sobre los derechos que tienen los animales y los deberes que deben cumplir sus poseedores y así, eliminar el abandono”.

Su grupo de Facebook cuenta con 63.478 miembros, esta organización realiza de 3-5 publicaciones diarias donde priman historias de perros adoptados, adopciones, animales perdidos, donaciones y eventos.

Fanpage Peluditos “Información”. (16/Diciembre/2019). [Facebook]
[Consultado: 16 /Diciembre/2019].

			
Historias de Animales	115 - 130	5 - 15	5 - 10
Adopciones	50 - 60	5 - 10	20 - 30
Noticias	55 - 60	1 - 3	15 - 20
Pérdida	20 - 25	1 - 3	1 - 3
Donaciones	5 -10	1 - 3	1 - 3

Gutierrez, E. (2018). Peluditos, cuadro de interacción en redes sociales. [Figura 3]

1.2.3 FAAN

FAAN es un grupo de defensa animal que nace el 19 de mayo del 2014, igualmente sin ánimo de lucro. Su objetivo es “rescatar animales abandonados en situación de riesgo y buscarles un hogar responsable, disminuir el maltrato creando conciencia sobre el tema”.

Posee un grupo de apoyo en Facebook de 9.699 seguidores, esta fundación realiza de 2-3 publicaciones diarias de historias de animales, adopciones, noticias, pérdida de mascotas y donaciones para la fundación.

Fanpage Faan “Información”. (16/Diciembre/ 2019). [Facebook]
[Consultado: 16/Diciembre/2019].

			
Historias de Animales	14 - 16	3 - 5	3 - 5
Adopciones	8 - 10	1 - 3	3 - 5
Noticias	12 - 15	3 - 5	5 - 7
Pérdida	25 - 30	7 - 10	3 - 5
Donaciones	5 - 7	1 - 3	1 - 3

Gutierrez, E. (2018). FAAN, cuadro de interacción en redes sociales . [Figura 4]

1.2.4 RESCATE ANIMAL

Rescate Animal trabaja desde marzo del 2013, fue creado para trabajar con fauna callejera y animales que viven en el maltrato y abandono. Son una asociación sin ánimo de ganancia que lucha por la concientización masiva de la ciudadanía.

Tiene una cuenta de Facebook con 63.842 miembros y 5 administradores, en esta página se muestran un aproximado de 25-30 publicaciones diarias, los contenidos publicados tratan de donaciones de alimento, adopción, animales perdidos y rescatados.

Fanpage Rescate animal “Información”. (16 / Diciembre/ 2019). [Facebook]
[Consultado: 16/Diciembre/2019].

			
Historias de Animales	75 - 100	5 - 10	20 - 25
Adopciones	60 - 70	5 - 10	1 - 3
Noticias	30 - 40	5 - 10	1 - 3
Pérdida	5 - 15	5 - 10	15 - 25
Donaciones	25 - 35	5 - 10	1 - 3

Gutierrez, E. (2018). Rescate animal, cuadro de interacción en redes sociales . [Figura 5]

EN RESUMEN

Esta investigación muestra como resultado la acogida e importancia que tienen estas fundaciones en la sociedad, la participación activa que existe pero en poca cantidad. También, resalta el trabajo en mayoría por parte de Peluditos y Rescate Animal, en contraste con otras fundaciones más conocidas como ARCA. No obstante, la popularidad de unas, puede afectar a otros centros de protección animal restándoles importancia. Por ello, es necesario incorporar a todas las fundaciones por igual y así, reducir el problema de animales sin hogar y en el mejor de los casos erradicarlo.

Los animales sin hogar están destinados a vivir en condiciones deplorables y algunos mueren por diversos factores como enfermedades, envenenamiento o atropellamientos, motivo por el cual, mi proyecto de titulación es realizar una aplicación móvil que generará un sistema de comunicación interactivo entre el usuario y las fundaciones de apoyo, en la misma se podrá adoptar, informar a la ciudadanía acerca del compromiso y responsabilidad de lo que significa ser dueño de una mascota, el contenido generado podrá viralizarse por medio de las redes sociales pudiendo abarcar un gran campo de comunicación, permitiendo que más personas se sumen a esta concientización.



El desarrollo de este proyecto de titulación, se basa en tres lineamientos conceptuales indispensables para su realización, los cuales complementan el seguimiento de la metodología planteada por Jessie James Garrett que se explicará a continuación. (Ver pag.)

El primero es la concepción de las aplicaciones móviles en la actualidad y como estas se relacionan con los usuarios que las emplean.

La segunda se basa en un marco teórico que plantea principios conceptuales que, deben ser considerados al momento de diseñar y desarrollar una aplicación centrada en el usuario.

El tercero se centra en los parámetros que se deben presentar en la parte de diseño, composición y color para que, se efectúe en una plataforma de descarga.

2.1 APLICACIONES MÓVILES

Las aplicaciones móviles se han convertido en el medio de comunicación e interacción que mayor crecimiento ha experimentado en los últimos años. Según el último estudio de Flurry Analytics (2017), el crecimiento de descargas de apps ha crecido un sólido 185%, esto es porque se pueden encontrar en la mayoría de celulares, desde los modelos más básicos con interfaces de mensajería, hasta los teléfonos inteligentes de última generación, siendo estos los que han facilitado la interacción usuario-teléfono, convirtiéndolo en un dispositivo intuitivo, táctil y siempre en línea.

Existe un gran debate entre las ventajas de las aplicaciones móviles, frente a las páginas adaptadas para dispositivos inalámbricos y viceversa. Las aplicaciones en sí, han sido creadas con el propósito de facilitar la vida a los usuarios, ofreciendo ventajas y soluciones ya que, pueden

funcionar en lugares donde no existe conexión a internet y gracias al tamaño y funcionalidad del móvil, se logra usar esta tecnología exitosamente. Además, es posible acceder a una gran cantidad de información de manera rápida porque no se necesita introducir datos como cuentas, hacer búsquedas de acuerdo a los gustos e intereses de la persona y estar activos en todo momento, entre otros servicios en contraste a las páginas.

Los dispositivos móviles evolucionan constantemente en el mercado, presentando nuevas y mejoradas características ya sea en tamaño, resolución de pantalla, memoria de almacenamiento, etc. Lo que permite que las aplicaciones se desarrollen y actualicen en conjunto porque se van adaptando a las exigencias de los usuarios, resolviendo problemas del mundo actual y accediendo siempre a la última tendencia tecnológica.

2.2 D.C.U.

DISEÑO CENTRADO EN EL USUARIO

El diseño centrado en el usuario, DCU, hace referencia a una visión o filosofía del diseño en donde, el proceso está conducido por información que es proporcionada por el público objetivo, quienes son la base para el desarrollo de un proyecto, producto o servicio. Es el indicativo de cómo alcanzar los objetivos planteados. Hassan M. y Fernández M. (2004), consideran cuatro ciclos en los que interactivamente se prueba el diseño y se optimiza hasta conseguir la calidad necesaria.

1. Requerimientos

La investigación se realizó a audiencia objetiva, determinando sus necesidades, motivaciones, características, hábitos, etc., y un análisis competitivo con otros productos que planteen estrategias similares.

2. Diseño

En este paso, las decisiones de diseño juegan un papel importante pues, parten de una dimensión más general



Canal, P. (2015). *Analítica y usabilidad*. [Figura 6]

de la estructura de la información e interacción, hasta una dimensión más específica en el diseño detallado y las micro interacciones. Por esta razón, estas decisiones deben cumplir con los objetivos para posteriormente ser evaluadas.

3. Evaluación

Aquí, se pone a prueba las decisiones de diseño, en donde los usuarios se

involucran mediante métodos de evaluación.

4. Implementación

Una vez que el producto se ha analizado, evaluado y logrado alcanzar la calidad necesaria, es cuando el producto está listo para ser implementado o lanzado al mercado.

“Tienes que comenzar con la experiencia del usuario y luego trabaja con la tecnología”

Steve Jobs

2.3 EXPERIENCIA DE USUARIO.

El término “experiencia del usuario” es algo reciente, pero en ámbitos profesionales se remonta cerca de los años 60 cuando, una comunidad científica creó una nueva área de estudio denominada Interacción Persona-Ordenador -HCI, Human-Computer Interaction, basada en estudiar la relación entre las personas y los ordenadores. Esta área se ha renovado a lo largo de la historia, desarrollándose actualmente en aplicaciones y sitios Web; también, se está implementando en métodos de mercadotecnia con el objetivo de mejorar las ventas.

Hoy en día, vivimos en una sociedad globalizada. Los seres humanos y la tecnología interactúan constantemente ya sea en sus trabajos, actividades, estudios, etc. Dando lugar a lo que se conoce como interfaz de usuario

2.3.1 Interfaz

En su texto “About Face,” Norman (2007) explica que este sistema de comunicación actúa como un “diálogo” en el cual, los beneficiarios mantienen un sistema de comunicación con el bien logrando establecer dos

monólogos, uno donde el sistema debe obedecer nuestras órdenes, y otra donde debemos obedecer las suyas. A diferencia de un diálogo convencional entre personas, estos monólogos no responden a explicaciones del porque de las órdenes del otro.

Los productos suelen ser creados para audiencias específicas. En el caso de los mercados accesibles, el punto principal es asumir la diversidad funcional del comprador, diseñar la interfaz para que dirija el usuario y adaptar el producto de acuerdo a las necesidades determinadas. Hassan (2004) plantea además, cuatro parámetros para que un producto pueda ser accesible:

1. Perceptible

La información y los componentes de interfaz, deben ser mostrados al público de forma que puedan percibirlos.

2. Operable

Los componentes de la interfaz de usuario, deben ser manejables.

3. Comprensible

La información y las diferentes opciones deben ser claras.

4. Robusto

Maximizar la compatibilidad con presentes y futuros agentes de usuario, incluyendo tecnologías de asistencia o productos de apoyo.

2.3.2 Usabilidad

La usabilidad está directamente relacionada con la interacción y la interfaz que maneja, debiendo proporcionar facilidad en la manipulación, alcanzando los objetivos por los que un producto fue diseñado y dirigido a una audiencia específica.

Para que un producto sea de fácil manejo, debe cumplir con dos dimensiones planteadas por Nielsen, J. (2003). La dimensión objetiva o inherente y la dimensión subjetiva o aparente.

La dimensión Objetiva, se puede medir mediante la observación, en la que encontramos los siguientes atributos:

- a. Facilidad de Aprendizaje
- b. Eficiencia
- c. Calidad de ser recordado
- d. Eficacia.



Jubilo. (2018). User experience. [Figura 7]

La dimensión subjetiva, por otro lado, se basa en la percepción que tiene el beneficiario del producto, que se mide a través de la satisfacción que le proporciona ya sea, agradable o desagradable en la realización de tareas. Nielsen (2003), plantea diez directrices que aseguran el éxito de la interfaz de usuario, directrices que se

tomarán en cuenta para la evaluación de la aplicación:

a. Visibilidad del sistema:

Este principio de usabilidad indica que siempre se debe tener informado al usuario de lo que está pasando y ofrecer una respuesta inmediata.

b. Relación entre el sistema y el mundo:

El sistema tiene que “hablar” el lenguaje del usuario con palabras y frases que sean familiares y entendibles.

c. Control y libertad del usuario:

Se tiene que brindar la posibilidad de subsanar el error y evitar el sentir frustración por no poder realizar algo.

d. Consistencia y estándares:

Hay que tener en cuenta en seguir los convenios establecidos para ciertos iconos.

e. Prevención de errores:

Hacer todo lo posible para prevenir cualquier error que pueda cometer el interesado, y si se presenta uno, poner al alcance varias soluciones.

f. Reconocimiento antes que recuerdo:

Siempre es mejor reconocer que obligar al usuario a memorizar acciones u objetos para cumplir su objetivo.

g. Flexibilidad y eficiencia de uso:

tener un sitio web preparado para todo tipo de usuario, desde novatos hasta los más experimentados.

h. Estética y diseño minimalista:

Las páginas web, no deben contener información innecesaria puesto que, distrae y puede molestar en la navegación.

i. Ayudar a los usuarios a reconocer, diagnosticar y recuperarse de errores:

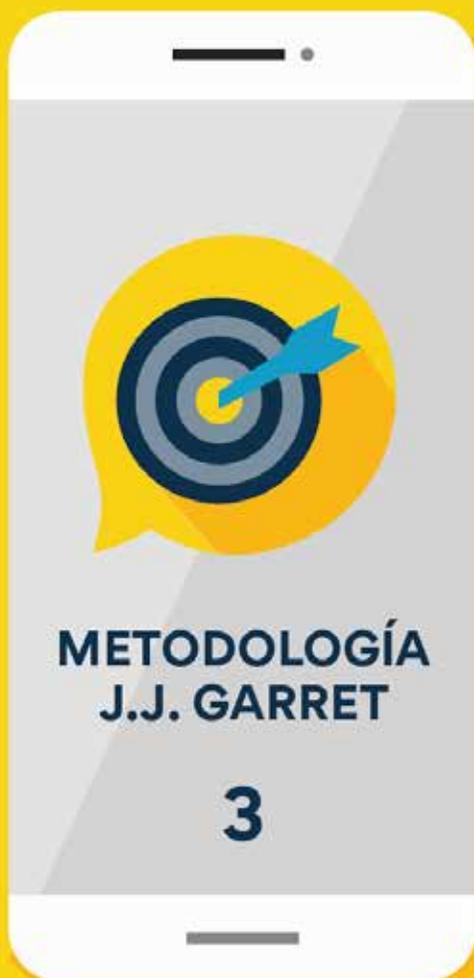
Intentar que todos los errores que puedan ocurrir en su web, estén expresados en un lenguaje entendible para todos, no por códigos.

j. Ayuda y documentación:

Con estos principios, se intenta siempre que el usuario no tenga que emplear documentos de ayuda para poder navegar o utilizar una aplicación.



Apasos (2018). *Diseño de aplicaciones móviles* [Figura 8]



El presente proyecto está conformado por cuatro capítulos principales:

1. Diagnostico,
2. Usuario, ideacion y estructura,
3. Diseño y
4. Conclusiones.

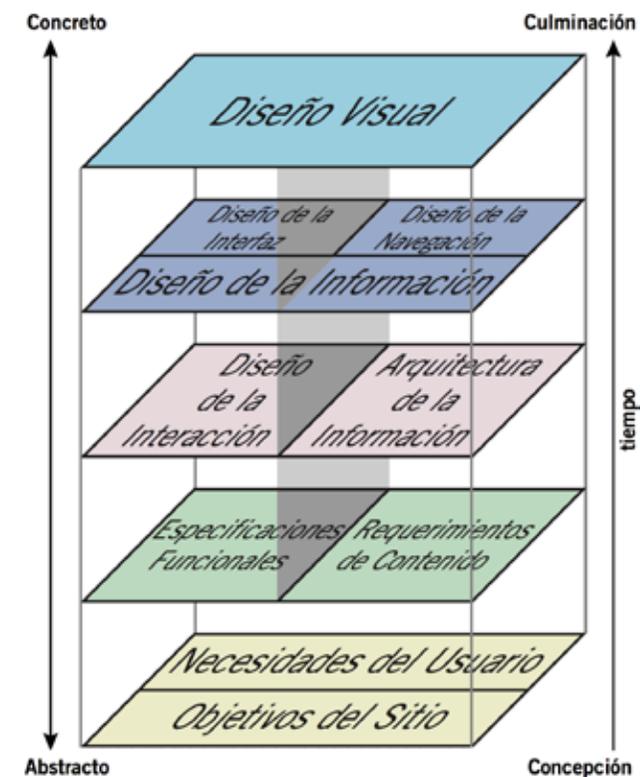
El capítulo uno consta de tres puntos importantes que se detallan a continuación.

El primero trata del problema y situación actual que viven los animales de la calle y, los organismos que promueven el bienestar de estos. El segundo punto trata de las entradas conceptuales, el diseño centrado en el usuario y los criterios que se deben tomar para el mismo. El tercer punto es un análisis de homólogos de proyectos directos e indirectos que tiene una similitud con nuestro tema de estudio.

El segundo comienza a trabajar con la metodología propuesta por Jessie James Garret, “The elements of user experience” o experiencia del usuario. Es un método propuesto en el año 2000 y posteriormente publicado en un libro en el 2005 que, se basa en una estrategia de diseño de productos web

donde, se presentan cinco planos que siguen un procedimiento metodológico en correlación con su subyacente. A continuación, se explica la forma en el que es aplicado cada plano y los métodos que intervinieron.

Los tres primeros planos son desarrollados dentro del capítulo 2; mientras que. Los restantes se amplían dentro del capítulo 3.



Garret J.J. (2011). Planos de la experiencia de usuario. [Figura 9]

“El verdadero progreso es el que pone la tecnología al alcance de todos”

Henry Ford



Para la elaboración de este proyecto es importante realizar un estudio de homólogos que, consiste en analizar productos similares al que se está desarrollando, con el fin de obtener información para guiar y contribuir en su realización considerando parámetros específicos formales (forma y figura), funcionales (función que cumplen) y tecnológicos.

Este análisis se centra en homólogos directos e indirectos. Los primeros consisten en aplicaciones que están directamente relacionados con el tema principal que es la protección de animales, también se incluye apps de adopción, relación social e información sobre mascotas.

Homólogos Directos

- Miwuki
- Twindog
- DogSOS

En contraste, los segundos no incluyen una relación directa con el diseño de aplicaciones; sin embargo, ayudan a complementar el proyecto con campañas sociales de concientización, eventos formales y archivos multimedia de interés.

Homólogos Indirectos

- Juego Online
- Campaña de Adopción



Gutiérrez E. (2019). App miwuki [Figura 9]

4.1 HOMÓLOGOS DIRECTOS

MIWUKI APP

Miwuki es una plataforma web y móvil que funciona únicamente en España, fue creada para amparo, y financiación de fundaciones protectoras de animales. Mediante esta plataforma, los usuarios pueden adoptar perros, gatos, etc., y aves con la habilitación de una cuenta personal para usuarios y protectoras. La aplicación usa un sistema operativo de Android y está disponible en play store. Su dirección es: www.miwuki.com consultado el [26/11/2019]

Análisis de Forma

Composición

La retícula base está concorde a las especificaciones de Google Materials; sin embargo, es posible diferenciar la disposición de tres secciones horizontales. La primera para títulos, , menú, información, etc., la segunda dispuesta para la una búsqueda más específica, y la tercera para imágenes, fotos e información adicional de mascotas y usuarios, también se puede observar la disposición del contenido dentro de 3 columnas (figura 10).

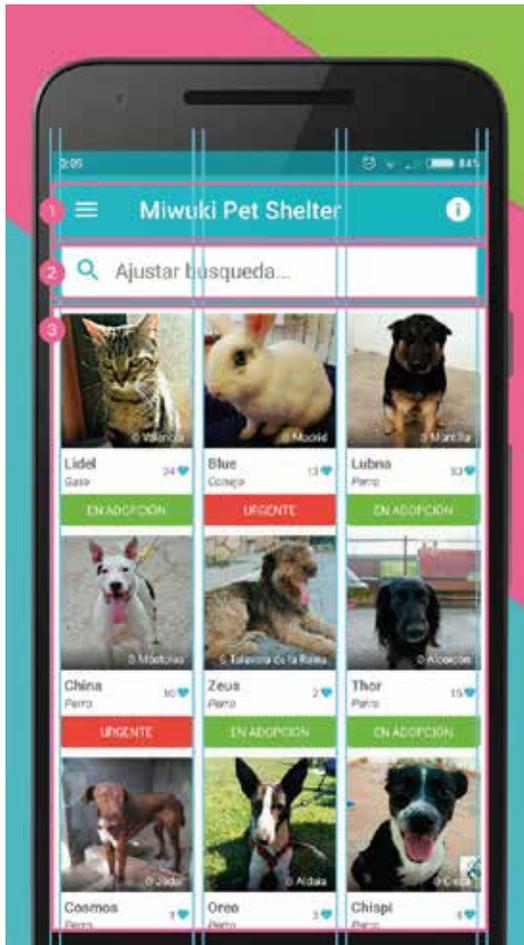
Jerarquización:

La jerarquización de la información está de acuerdo con la distribución de tareas, en primer lugar, se presenta el menú principal de la aplicación con todas las páginas en las que se puede navegar, teniendo como principales contenidos: inicio, protectoras, cuenta personal, favoritos, cerrar sesión, etc., (figura 11)

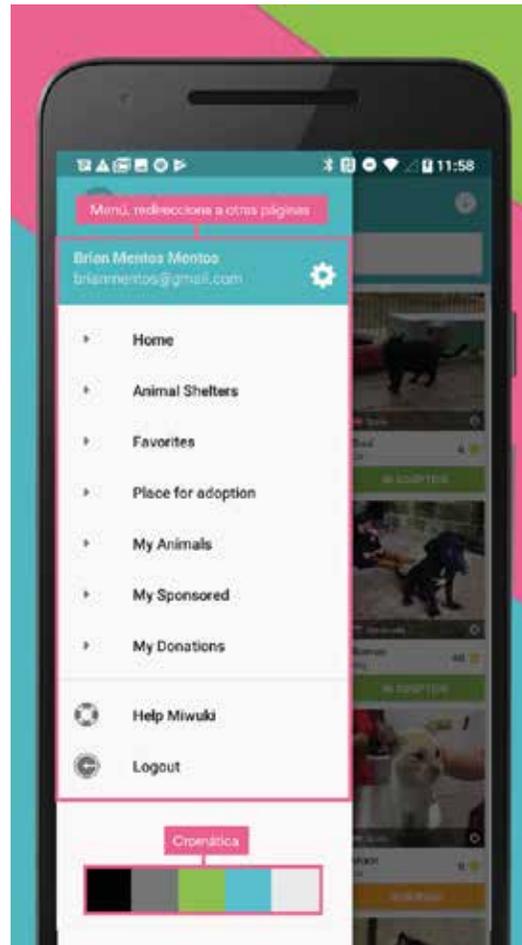
En segundo lugar, se muestra el título de la página y a continuación el filtro de búsqueda para localizar las mascotas por un carácter específico. (Figura 10)

En tercer lugar, dentro del cuerpo central, se encuentran los animales que están disponibles para adopción, cada botonera cuenta con el respectivo enlace a la página que corresponde. (Figura 10)

En la mayoría de las páginas se conserva esta jerarquización, a excepción de las cuentas de los adoptantes, fundaciones y mascotas que presentan una foto de perfil y la respectiva información, sin la presencia del encabezado, cabe mencionar es que siempre está presente la imagen de una mascota (figura 12).



Gutiérrez E. (2019). App miwuki [Figura 10]



Gutiérrez E. (2019). App miwuki [Figura 11]



Gutiérrez E. (2019). App miwuki [Figura 12]

Sistema Gráfico

Estética: La estética de la aplicación está regida por un estilo moderno formal, con colores sólidos, imágenes planas y botoneas simples limitadas a círculos y cuadrados que, conservan un carácter minimalista no muy novedoso

más bien, similar a cualquier plataforma empresarial.

Tipografía: Miwuki usa una tipografía que pertenece a la familia de las Sans Serif Roboto, usa la mayoría de sus variantes distinción entre títulos, subtítulos y texto de corrido que

emplea la página; no obstante, hay un problema de legibilidad debido al poco espacio entre letras. (figura 12)

Cromática: La paleta cromática empleada pertenece a los tonos fríos de la familia de los azules como el cian, que lo completa con un tono

adicional verde para diferenciación entre botoneras y páginas, creando una composición armoniosa. Usa el blanco como fondo para contraste y tonos grises para algunos gráficos. (figura 11)

Ícono e Imagen: Emplea iconos propios creando su propia línea gráfica sin apearse al sistema iconográfico que plantea Google Materials. Las imágenes presentadas de las mascotas y fundaciones son claras y de buena resolución con más de 800px por fotografía. (figura 12)

Análisis de función:

Accesibilidad: Miwuki está disponible en Play Store para Android y próximamente para IOs, es de fácil descarga para los usuarios, en cambio para las fundaciones, se debe solicitar una clave de acceso. Permite un rápido acceso a todo el contenido que promociona con un menú deslizable que se encuentra en la página de inicio, presenta también formularios de opción múltiple para completar cualquier información requerida y acceso directo a los perfiles de las mascotas y fundaciones.

Usabilidad: Miwuki posee patrones de usabilidad conocidos de antemano por los usuarios ya que, los usan frecuentemente con otras tecnologías como: deslizar la pantalla hacia arriba para observar más contenido, manejo de iconografía ya establecida para el acceso a las páginas, galerías de las mascotas con opción deslizable en horizontal, botoneas con distinción de color al estar activas o inactivas según el uso, opción para escribir al tocar sobre las botoneras de información, señalética para continuar, retroceder al cometer algún error en la aplicación. Además, posee ventanas de información adicional en caso de que el usuario desee confirmar alguna acción y también, la opción de salir de la app desde el menú principal o al dar un doble toque en la botonera de atrás.

Interacción: Adicional a los patrones de usabilidad mencionados, Miwuki cuenta con sistemas de interacción como el sonido de un ladrido al adoptar una mascota o al realizar correctamente una acción; asimismo, el usuario puede interactuar con otras mascotas sin adoptarlas si no, calificándolas como lindas, realizando donaciones o apadrinándolas.

TWINDOG APP

Descripción general

Twindog es una aplicación muy popular cuyo fin es encontrar citas a los caninos, mediante una selección de características afines a las del dueño. Los usuarios deben subir fotos de sus canes, solos o con ellos, y hacer un “match” (encuentro) con otros. Al ver las mascotas de otras personas, los interesados pueden deslizar la fotografía a la derecha para aceptar la solicitud de contacto o bien, hacia la izquierda para declinarla. La app que está disponible para iOS y Android cuenta ya con más de 100.000 usuarios registrados. Su dirección es: www.twindog.com consultado el [26/11/2019]

Análisis de forma

Composición:

En la retícula se puede diferenciar la disposición en tres secciones horizontales. La sección superior para botoneras de navegación y títulos, la sección central para añadir contenido en formularios o presentar imágenes con información y, la parte inferior



Gutiérrez E. (2019). App twindog [Figura 13]

que muestra gráficos y botoneras adicionales. Por otro lado, verticalmente el contenido se distribuye en tres columnas (figura 14)

Jerarquización

La jerarquización de la información se encuentra conforme a la distribución de tareas. En primer lugar, se presentan formularios de datos para personalizar los perfiles tanto de los dueños como de las mascotas debido a que, esta referencia es clave para filtrar el contenido que se mostrará después. Una vez ingresados los datos se pasa

al segundo punto que, muestra perfiles de mascotas que tienen cierta afinidad con los datos ingresados siendo este, el punto crucial para el éxito porque se definen las cuentas relacionadas (figura 15). el menú esta ubicado en la parte superior, se puede acceder a las páginas de perfil personal, perfil de compañeros, además de editar y subir contenido a la plataforma móvil.

Sistema Gráfico

Tipografía: La tipografía que usa Twindog pertenece a la familia de las Sans Serif Verdana, emplea la mayoría

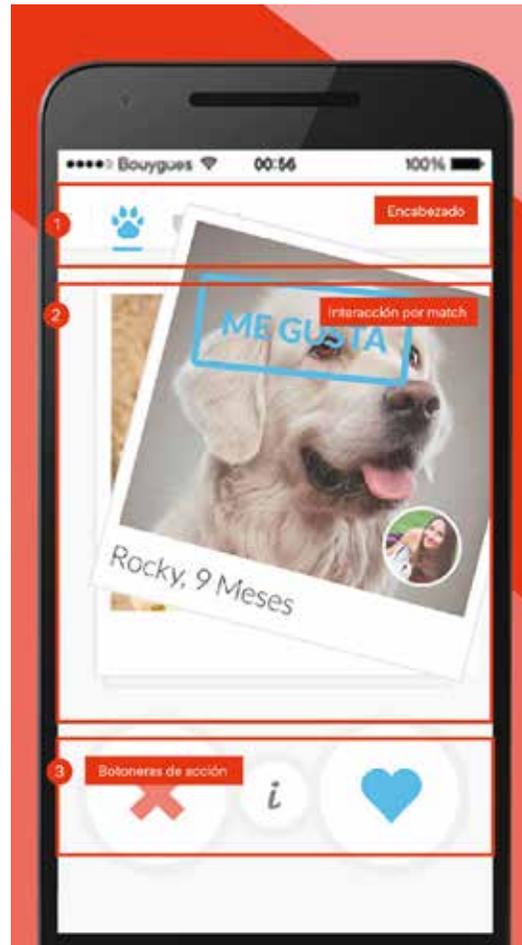
de sus variantes como distinción entre títulos, subtítulos y texto de corrido que emplea en la página. Dentro de la aplicación no hay muchos textos pues, se maneja más por gráficos, imágenes y casillas de selección múltiple por lo que, la legibilidad no representa un problema mayor. (figura 16)

Cromática: La paleta cromática disponible pertenece a los tonos cálidos de la familia del magenta en los contenidos principales, como complemento de contraste usa el tono azul para las botoneras e información destacada, el tono gris se emplea para generar diferencia en gráficos y texto adicional que ayuda a crear una armonía cromática amigable que invita al usuario a permanecer en la aplicación

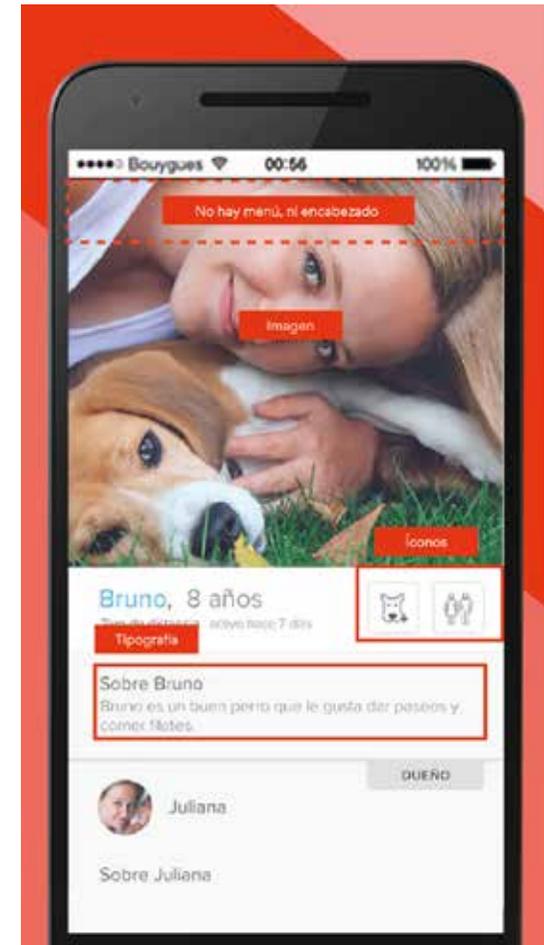
Ícono e Imagen: Se apega totalmente al sistema iconográfico que plantea Google Materials, son precisamente el medio de comunicación e interacción directo con el público. Adicional al manejo de íconos, se encuentran los gráficos vectoriales que representan a las mascotas en socialización, llamando la atención del usuario. El empleo de imágenes es fundamental ya que, es el medio principal que usa la aplicación



Gutiérrez E. (2019). App twindog [Figura 14]



Gutiérrez E. (2019). App twindog [Figura 15]



Gutiérrez E. (2019). App twindog [Figura 16]

para compartir con otros usuarios, estas no tienen un formato base pues su carga es directa desde el celular y por parte de las personas (figura 16)

Análisis de Función

Accesibilidad: Twindog está disponible para Android y para IOs, de fácil y

rápida descarga para los usuarios. Tiene restricciones en algunos países pero plantea expandirse para lograr mayor cobertura; a pesar de ello, se puede acceder a todo el contenido que promociona con un menú deslizable en vertical y el contenido deslizable en horizontal. Es posible entrar a la cuenta mediante Facebook o cuenta

personalizada, en cualquiera de los dos casos, el usuario debe llenar el formulario de información.

Usabilidad: La app posee patrones de usabilidad ya conocidos por los usuarios ya que, tiene una fuerte retroalimentación o referenciada la aplicación Tinder. En un inicio se facilita

el acceso por Facebook, los formularios están diseñados para respuestas de opción múltiple, las botoneras son claras y visibles y, para acceder a más contenido basta con deslizar la app o dar un toque en la opción que se desea ver. De igual forma, se puede salir de la aplicación directamente desde el menú principal o dando doble toque hacia atrás. (Figura 14)

Interacción: Adicional a los patrones de usabilidad mencionados, Twindog cuenta con micro-interacciones muy interesantes como una sección de pasos a seguir que aparecen cuando una tarea se ha cumplido, transiciones de página deslizables y con transparencia en horizontal, cambio de color en las botoneras activas. Otra interacción importante es la sensitiva pues, al llenar erróneamente alguna información el celular vibra.

DOG SOS

Descripción general

es una aplicación web que permite adoptar perros de acuerdo al estilo de vida del interesado, brinda



Gutiérrez E. (2019). App DogSos [Figura 17]

gratificaciones a los usuarios por cada buena acción que realicen en beneficio de la comunidad canina, otra opción presentada es un mapa de diferentes lugares donde el dueño puede divertirse con su mascota y comunicarse con otros de gustos y aficiones en común. Su dirección es: <http://dogsos.mx/> consultado el [26/11/2019]

Análisis de Forma

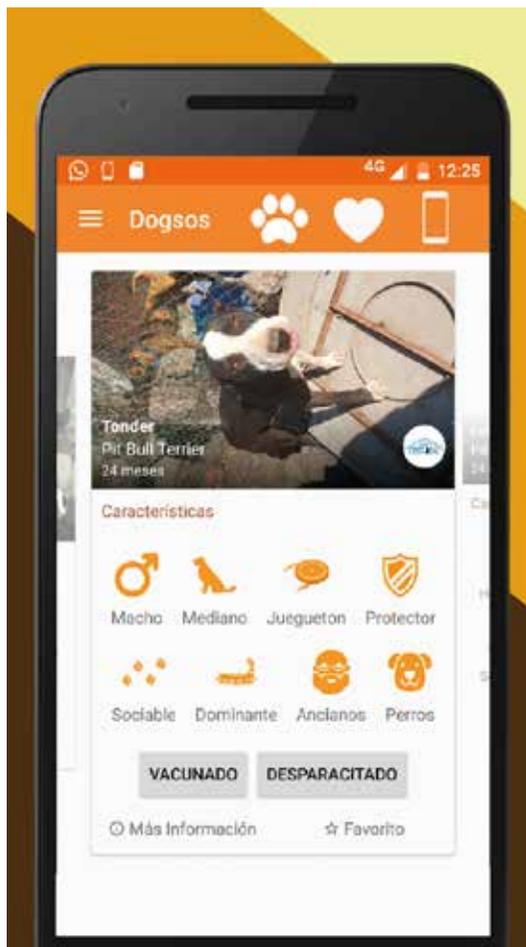
Composición:

La retícula conserva especificaciones de Google Materials y se puede observar la disposición de dos

secciones horizontales presente en todas las páginas. La sección superior es empleada para títulos y el menú deslizable con pocas opciones; por otro lado, la sección inferior muestra la distribución del contenido que maneja la aplicación, principalmente con el empleo de formularios.

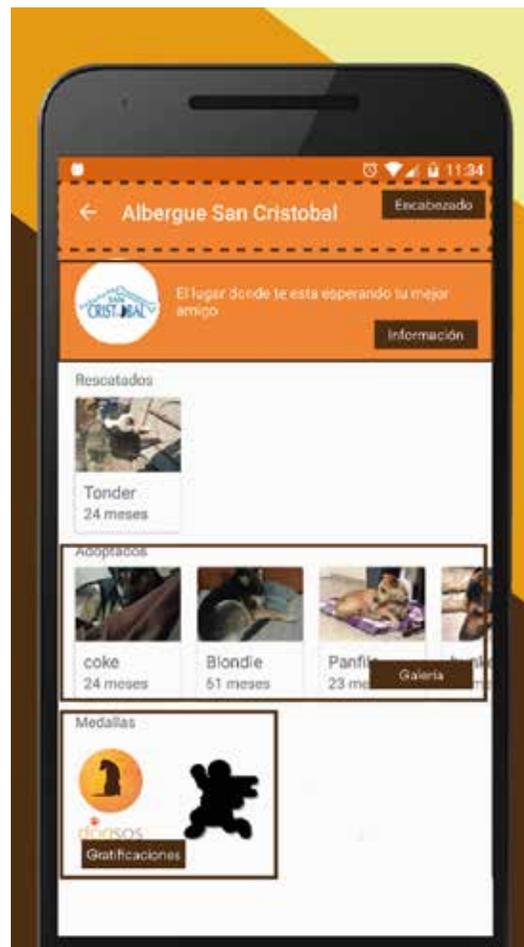
Jerarquización

La jerarquización de la información maneja un sistema de tareas. La primera es básicamente la personalización de datos del usuario que está ingresando a la aplicación. A continuación, se presenta la creación del perfil de la mascota que va



Gutiérrez E. (2019). App DogSos [Figura 18]

a ingresar con diferentes características que, servirán como identificación de su cuenta personal para publicar o dar en adopción (figura 18). La tercera opción muestra a los seguidores del usuario. Por último, se presenta la cuenta de la persona con los logros que haya obtenido dentro de la app. Otro punto a tener en cuenta es que la aplicación



Gutiérrez E. (2019). App DogSos [Figura 19]

no maneja restricciones, es decir, cualquiera puede ingresar a la app para adoptar o dar en adopción a los perritos sin condiciones.

Sistema Gráfico

Estética: maneja un estilo juvenil, colores vivos, gráficos e imágenes



Gutiérrez E. (2019). DogSos [Figura 20]

planas, botoneras llamativas de diferentes formas, generando una composición divertida y amigable.

Tipografía: La tipografía que emplea DogSos es una *Sans Serif* Roboto con tres variaciones entre: *thin*, *regular* y *bold* para diferenciar títulos, subtítulos, identificadores y mensajes

siendo claro y preciso, no se maneja mucho texto pues, la aplicación se rige principalmente por el empleo de íconos y gráficos directos. (figura 18)

Ícono e Imagen: emplea íconos propios que no se apegan al sistema que plantea *Google Materials*. La línea gráfica de su creación, ayuda en el ingreso de datos e información puesto que, lo hace más dinámico e interactivo, además presenta galerías deslizables. (figura 19)

Color: Hay una relación cromática directa con el objetivo que persigue la aplicación. Al ser dinámica, usa tonos cálidos como el naranja predominante en toda la aplicación, contrastando con un cian encendido como diferenciación de contenido o información y como tonos complementarios, el gris y el negro para textos y detalles.

Análisis de Función

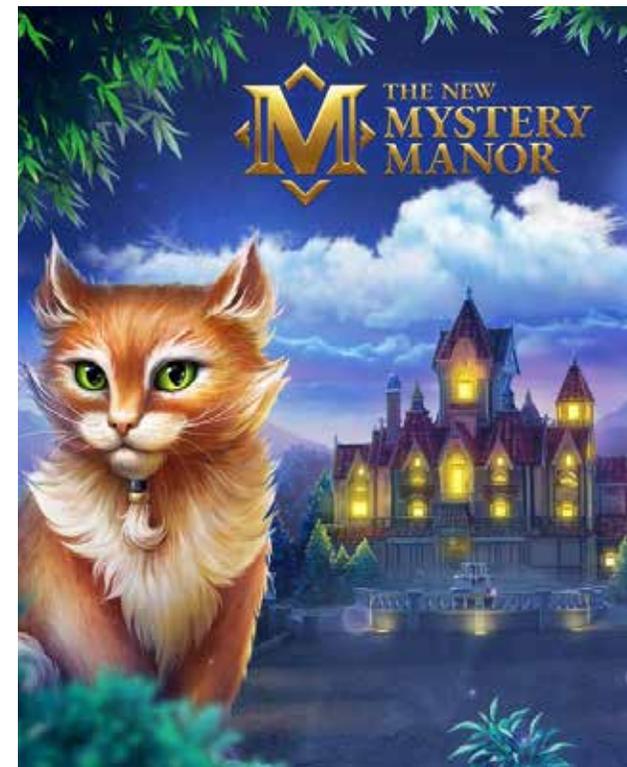
Accesibilidad: Dogsos está disponible en el *Play Store* para Android y para IOs, de fácil descarga para los usuarios. Cualquier persona puede acceder a la aplicación porque no tiene restricciones

de ingreso. Es un sistema abierto a adopción y promoción de mascotas para quien lo desee. (figura 20)

Usabilidad: Dogsos posee patrones ya utilizados antes por los usuarios ya que, se encuentran frecuentemente en otros dispositivos, como por ejemplo, deslizar la pantalla hacia los laterales para observar más contenido, manejo de iconografía personalizada que facilita el empleo por parte del beneficiario, opción para escribir al tocar sobre las botoneras de información, señalética para continuar, retroceder o al cometer algún error, ventanas de información que ayudan a acceder a más contenido o modificarlo. (figura 19)

Interacción: Adicional a los patrones de usabilidad mencionados, Dogsos cuenta con sistemas de interacción como íconos dinámicos que se activan y desactivan como desee el usuario. También cuenta con un sistema de recompensación para el usuario con el fin de animarlo a participar de la app en beneficio de los animales. Se puede además contactar con otros interesados que tengan características comunes. (Figura 20)

4.1 HOMÓLOGOS INDIRECTOS



Game insight uab. (2019).
The new mystery manor game [Figura 20]

VILLA MISTERIOSA

Es un juego de Facebook que trata de recoger objetos de una casa embrujada, para recibir compensaciones que pueden ser canjeadas por más objetos conmemorativos. Su dirección es: <https://apps.facebook.com/mysterioushouse/> Consultado el 26/11/2019.



Game insight uab. (2019). The new mystery manor game [Figura 21]

Funcionamiento: La meta en el juego es encontrar objetos en las salas de la casa, hay que ir acumulando experiencia de jugador y colecciones. También se debe desbloquear todas las habitaciones y secretos de la casa. El jugador se enfrentará a retos en cada salón y adquirirá objetos intercambiables por beneficios o méritos de mayor valor. Además, otras personas podrán observar el nivel de cada jugador fomentando la competencia.

Sistema de Compensación: El sistema de ludificación se da por diferentes parámetros entre: energía, experiencia y objetos coleccionables. Cada jugador tendrá un nivel de energía que aumentará conforme gane experiencia, gana experiencia desbloqueando las habitaciones y recogiendo el mayor número de objetos, estos forman parte de una colección personal que, al completarla, lo hará acreedor al más raro y novedoso objeto que le ayudará a continuar con el juego. (figura 21)

Sistema Gráfico: Villa misteriosa maneja un estilo medieval con decoraciones y objetos de otra época, el entorno es sombrío y oscuro. Cada objeto pertenece a un habitante famoso y guarda un recuerdo poderoso que ayuda a mantener el interés en el juego. La línea gráfica se mantiene en ilustraciones digitales a gran detalle tanto de los personajes como de los objetos, cabe destacar el uso de cosas similares a los de la época, por ejemplo: pergaminos para mensajes, cofres para guardar objetos y pociones para acumular energía, esto crea una conexión realista con el juego ya que mejora la experiencia.

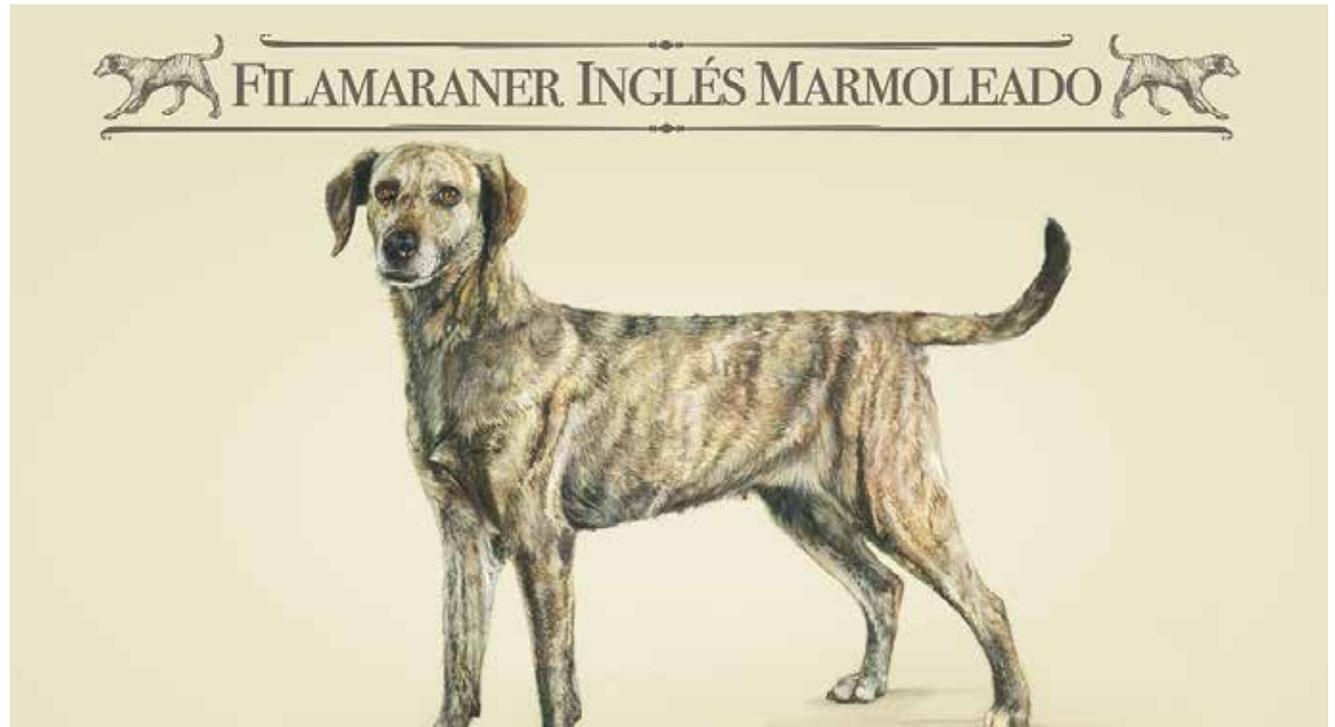
CAMPAÑA SOCIAL “DE PERROS CALLEJEROS A RAZAS ÚNICAS”

“De perros callejeros a razas únicas,” es una campaña de adopción realizada en el 2013 con el fin de lograr acogidas exitosas de perros que eran menos apreciados. Se debía investigar la raza y hacerla única para el dueño, gracias a ello se lograron nombres como: Dobernauser, Alemán Rabigordo, Schnaufox, Irlandés Patilargo o un elegante Chihuacocker Cuasiweiler. La campaña publicitaria a cargo de

BBDO Costa Rica, duró 45 días e incluyó apariciones en TV, eventos y exposiciones.

Idea Creativa: La idea de la campaña fue manejar un carácter refinado para convertir lo que muchos consideran callejero en algo único y elegante. Los perros que menos son adoptados generalmente son los que han llegado a acumular una gran mezcla de razas y se los denomina mestizos; sin embargo, la campaña planteó promoverlos como la nueva raza de pedigrí que no se puede conseguir fácilmente ya que, son únicos. (figura)

Sistema Gráfico: La línea gráfica retoca la fotografía del animal para que parezca salida de un catálogo de razas monárquicas de perros. Se dispone en una retícula básica de una columna y dos divisiones horizontales para el título y la imagen respectivamente, los modelos se presentan de perfil para apreciar mejor su linaje, la tipografía remarca las letras góticas de los manuscritos antiguos de alta categoría. Así, se alcanza un efecto visual atractivo para las personas puesto que, las motiva a adquirir esa mascota.



Acuña H. (2019). De perros callejeros a razas únicas. [Figura 22]

Conclusión

Este estudio de homólogos muestra diferentes características de las aplicaciones que se sustentan en la funcionalidad, el diseño y la usabilidad que delimitan su desarrollo, el problema se encuentra en que estas apps no siempre van de la mano con los parámetros necesarios para hacerlas exitosas, creando un desbalance de compensación unas con otras; por ejemplo, unas cumplen proporcionado la información adecuada y correcta usabilidad, sin embargo, descuidan la parte gráfica haciéndola tediosa o, por otro lado, poseen un buen sistema gráfico pero, descuidan la usabilidad y la cantidad de información que comunican. Los homólogos indirectos se analizaron con el fin de considerar características puntuales que se podrían sumar a la realización de la aplicación; por ejemplo, el sistema de gratificación que emplea villa misteriosa y la idea creativa de crear razas planteada por la campaña social de adopción, parámetros importantes para la realización de mi proyecto en cuestión.

02

CAPÍTULO SEGUNDO

USUARIO, IDEACIÓN Y ESTRUCTURA





Jessie James Garret plantea como primer plano, los objetivos del sitio y las necesidades del usuario para que formen el plan de estrategia, siendo estas la base de todas las decisiones en el proceso mientras se diseña la experiencia de usuario. Para el desarrollo de esta propuesta, se realizó entrevistas y encuestas a fundaciones y usuarios, para así, lograr delimitar las necesidades de los consumidores y los objetivos de sitio.

1.1 DELIMITACIÓN DEL MERCADO

Las aplicaciones móviles son la tendencia, es por ello que, muchas personas día a día las usan en actividades diarias según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). Hasta mayo de este año se contabilizaban 1.261.944 de ecuatorianos que poseen teléfonos inteligentes o smartphones, de quienes el 85% son jóvenes adultos y adolescentes. La investigación para el presente proyecto se basó en un público joven comprendido entre los 18 y 30 años de edad-

1.1.2 Entrevistas y encuestas Apoyo de los animales en Cuenca
En la ciudad de Cuenca, se realizó

una investigación con el propósito de conocer los diferentes criterios que tiene la población y las fundaciones acerca de los animales sin hogar. Para la recopilación de datos se emplearon dos métodos de investigación: uno cuantitativo (encuestas) y otro cualitativo (entrevistas).

El objetivo de la encuesta es establecer el apoyo de la ciudadanía a los animales callejeros al igual que, su interacción con los medios tecnológicos actuales como son: las aplicaciones móviles y redes sociales. Por otro lado, el objetivo de las entrevistas, es conocer el trabajo que promueven las fundaciones y los

servicios que requieren mayor atención por parte de la ciudadanía.

Para la realización de la encuesta, se tomó una muestra de 85 personas entre mujeres y hombres de 18 a 45 años, como un sondeo de población, las encuestas fueron realizadas mediante Google Forms, que facilita la respuesta de la entrevista dentro del formulario y la tabulación de los resultados.

En el caso de las entrevistas, estas se realizaron a las principales fundaciones de apoyo a los animales como Arca, Faan, Rescate Animal y Peluditos. A continuación se muestra un resumen de los resultados de la encuesta y entrevista de manera gráfica y explicativa.

1.1.1 Análisis de datos – Entrevista usuarios

A pesar de que en la ciudad de Cuenca las fundaciones realizan campañas y eventos en beneficio de los animales, aún se observa cierta despreocupación y desconocimiento del trabajo que brindan estas asociaciones por parte de la ciudadanía, esto se da por falta de comunicación y difusión. La encuesta fue realizada por la autora del proyecto

obteniendo los resultados que se muestran en el gráfico más adelante.

La primera pregunta corresponde a como las personas adquirieron a su mascota. Los resultados revelan que el 43% ha adquirido su mascota por adopción, seguido de un 38% que la obtuvieron como un regalo y un 19% que la encontró abandonada. Entre personas que no tienen mascotas o las compraron, el apoyo por los animales es evidente pero aún, las mascotas son consideradas como un objeto.

En la segunda cuestión sobre el problema de animales sin hogar, la población coincide que el 62% se da por abandono, seguido del 20% que consideran que están perdidos y el 18% porque no son adoptados, así como por falta de esterilización y concientización.

La tercera consulta se refiere a la popularidad de las fundaciones de apoyo a los animales, estas son: ARCA con el 37%, Peluditos con el 27%, Rescate Animal con un 19% y FANN con el 17%. Este resultado muestra que la gente sabe de la existencia de estas instituciones pero, pese a eso, hay otros albergues a los cuales no se les da el

debido reconocimiento e importancia por el arduo trabajo que realizan.

La cuarta interrogación corresponde al medio de difusión de eventos mediante el cual, los usuarios acceden a la información proporcionada por las fundaciones, teniendo a las redes sociales con el 77%, seguido de medios convencionales en un 13% y, de boca en boca en un 10%, demostrando que internet es el mayor apogeo de comunicación.

La quinta interpelación acerca de las donaciones que realiza la gente a las fundaciones muestra que, un 50% son de comida, seguido del 30% que no hacen donaciones y el 20% que donan dinero siendo este, un punto importante que se debe considerar para apoyar a los establecimientos.

La sexta pregunta se refiere a la viralización del contenido que generan las fundaciones por parte de los usuarios teniendo que, el 68.2% sí viralizan contenido frente al 31.8% que no lo hacen. Esto es algo que se debe mejorar, dado que los usuarios están limitado a únicamente visualizar y no reaccionar.



Cuenca ANIMALES SIN HOGAR



Hombres
51%



Mujeres
49%

Encuesta - Resultados

85 Encuestados dijeron

20 a 25 años

Las mascotas se han obtenido mediante:



Adopcion
43%

Regalo
38%

Encontradas
19%

¡Llévame Contigo!



Los animales sin hogar predominan porque hay:



Abandono
62%



¿Dónde estoy?

Pérdida
20%



Ya casi me toca...

No son adoptados
18%

Fis de Espera.

Fundaciones de protección conocidas en la ciudad de Cuenca



Arca
37%



Peluditos
27%



Rescate Animal
19%



Faan
17%

Los eventos se comunican mediante:



Redes Sociales

77%



Medios Convencionales

10%

Adopciones... ¿Dónde?



De boca a boca

10%

Las principales donaciones realizadas a las fundaciones son:



Comida

50%

Necesitamos más donaciones



Dinero

20%

No realizan donaciones



30%

Viralización de contenido



SI

68.2%



NO

31.8%

Principales redes sociales



Facebook

48.2%



Instagram

27.8%



WhatsApp

24%

Contenido viralizado



Adopción

43.3%



Videos virales

28.3%



Maltrato y pérdida

28.4%

Tiempo empleado en aplicaciones móviles

Publicar Historias!!!

Aceptar Solidaridad!!!

Mas de 3 horas

56.8%



Compartir Videos!!!

De 1 a 3 horas

35.8%

De 1 a 3 horas

7.4%

Sistema operativo predominante

Soy el Jefe!!!



Android

83.5%



IOs

16.5%

La séptima cuestión corresponde a la red social que emplean los individuos en su vida diaria. El 48.2% usa facebook, seguido del 27.8% que utiliza instragram y, el 24% que se inclina por whatsapp. Todas estas son aplicaciones en sus móviles.

La octava consulta acerca del contenido viralizado da como resultado que, los usuarios coinciden en un 43.3% son temas de adopción, un 28.3% referente a videos virales de mascotas y un 28.4% de denuncias de maltrato y pérdida de animales.

La novena pregunta se refiere al tiempo que emplean los usuarios en sus aplicaciones moviles teniendo que el 56.8% emplean más de 3 horas, el 35.8% emplean un tiempo de 1 a 3 horas y el 7.4% menos de una hora.

La última pregunta se basa en el tipo de sistema operativo con el que cada celular cuenta. El 83.5% emplea el sistema Android y el 16.5% usa el sistema IOs.

En conclusión, la mayoría de la población cuencana encuestada se interesa en ayudar y apoyar a los

animales que no tienen un hogar; sin embargo, se presentan ciertos problemas de comunicación pues, la única forma de interacción es a través de las redes sociales. La mayor parte del tiempo, desconocen las entidades que promueven el bienestar de las mascotas, de cómo acceder al contenido que publican y eventos que promocionan. Otro punto interesante es que, la ciudadanía se conmueve y motiva a menudo con historias que generan concientización acerca de los animales como: videos, adopciones, denuncia de perdida y maltrato, mismas que se viralizan a través de las redes sociales que emplean los usuarios por prolongado tiempo, predominando Android en su sistema operativo.

1.1.2 Análisis de datos – Entrevista a representantes de las fundaciones

En la ciudad de Cuenca existen varios organismos que promueven el bienestar de los animales sin hogar, entre ellos se encuentran ARCA, Peluditos, FAAN y asociaciones como Rescate Animal, siendo estas las más conocidas. Los resultados de las entrevistas en diferentes categorías son los siguientes:

ARCA es una organización que actualmente cuenta con 250 perros y promueve varios servicios como: adopción, rescate y pérdida de animales, clínica veterinaria y peluquería canina, esto la convierte en la fundación más completa en cuanto a servicios, frente a otras organizaciones como Peluditos con 175 animales, FAAN con 150 y Rescate animal con 70, las cuales ofrecen servicios de adopción, rescate y perdida de animales.

A lo largo del tiempo se han realizado diferentes campañas y eventos para ayudara caninos y felinos. Siendo los más destacados la vacunación, adopción y esterilización en todas las fundaciones. Entre otras campañas, Peluditos ofrece eventos para recolección de fondos como rifas y bingos. FAAN, realiza campañas de concientización en escuelas y colegios para educar desde pequeños a los niños lo que significa ser responsable de una mascota.

Además, estas organizaciones cuentan con el apoyo del municipio de salud pública de Cuenca y con el CGB (Centro de Seguridad Ciudadana). Algunas veterinarias asociadas a las fundaciones también ayudan pues, permiten pagos

a largo plazo de sus gastos, entre estas se encuentran: clínica Gerardo Mora, la Universidad Politécnica Salesiana con un quirófano móvil, clínica Guerrero, clínica Patas y la clínica Solidaria. Además, estas organizaciones cuentan con el apoyo del municipio de salud pública de Cuenca y con el CGB (Centro de Seguridad Ciudadana). Algunas veterinarias asociadas a las fundaciones también ayudan pues, permiten pagos a largo plazo de sus gastos, entre estas se encuentran: clínica Gerardo Mora, la Universidad Politécnica Salesiana con un quirófano móvil, clínica Guerrero, clínica Patas y la clínica Solidaria.

El principal medio de comunicación de todas las organizaciones es redes sociales y estas se administran diariamente. especialmente usan Facebook, seguido por Instagram y Twitter, solo ARCA y FAAN cuentan además con páginas web.

Las fundaciones opinan que las razones por las cuales hay animales sin hogar son: la falta de concientización y educación por parte de la sociedad, quienes prefieren comprar un perro de raza que adoptar un mestizo, falta de esterilización de mascotas callejeras

que se reproducen constantemente y, el poco apoyo por parte de las autoridades hacia ellos.

La ayuda brindada a estos establecimientos, no logra sustentar sus necesidades. Empezando por el espacio del albergue conflicto por el cual Arca atraviesa y, falta de alimento para las mascotas protegidas ya que, a diario se invierte dinero en comida, pero el apoyo monetario es escaso; por ello, consideran importante tomar medidas de apadrinamiento (donación mensual de dinero), para también solventar gastos de veterinaria.

Las páginas y redes sociales de las fundaciones son administradas por varias personas diariamente, que disponen de tiempo para publicar novedades.

Algunas asociaciones como ARCA y Rescate Animal, al dar un perro en adopción, piden una colaboración de 15 dólares, Peluditos 10 dólares mientras que, FAAN no pide colaboración alguna. Cabe recalcar que todas estas mascotas van vacunadas, esterilizadas y con su respectiva placa de identificación.

Las fundaciones como tales, tienen la completa potestad de la mascota adoptada. En caso de que el dueño ya no quiera al animal, la devolverá a su respectivo patronato. FAAN promueve la cedulación de la mascota para mayor seguridad en caso de pérdida. Una campaña interesante por parte de Peluditos consiste en nombrar al Peludito de la semana, con eso se promociona un perrito por siete días hasta que sea adoptado.

También recomiendan incorporar un banco de malos adoptantes por no ser dueños responsables. Al mismo tiempo de mejorar las campañas de concientización y esterilización por parte de las autoridades pues, no son muy responsables con este tema.

2.1 MODELADO DE USUARIO



Los resultados de las encuestas y las características de la segmentación de mercado, ayudan a delimitar un modelo de usuario que servirá como guía para establecer sus necesidades. Por eso, se presentarán cuatro tipos de consumidores como lo plantea Alan Cooper (2009), basados en dos parámetros: el manejo tecnológico de aplicaciones móviles y, el interés

por participar de algún servicio que promuevan las fundaciones. En el siguiente esquema se representa a los cuatro usuarios potenciales, desde el menos interesado hasta el que más participa. Se incluye un quinto modelo referente a la persona representante de las fundaciones que, también empleará la aplicación.



Gutiérrez E., (2018). "Parametros y características de los tipos de usuarios" [Figura 23]



CLAUDIA PALACIOS

Estudiante de Comunicación Social, 23 años.

"Me han gustado los animales desde que era una niña"

Claudia es una joven estudiante de Comunicación Social, que estudia en la Universidad de Cuenca, trabaja medio tiempo en una óptica para costear sus estudios y demás gastos en su vida diaria.

Constantemente apoya causas de ayuda social, en especial las que benefician a los animales, por lo cual siempre está al tanto de sus redes sociales para poder participar en eventos por su beneficio. Es amante de los animales y los deportes al aire libre.

DATOS PERSONALES:

- Edad: 23 años
- Estado Civil: Soltera
- Localización: Cuenca (Zona Urbana)
- Clase Social: Media

COMPORTAMIENTO:

- Es vegetariana, ecologista, sociable y entusiasta.
- Es una usuaria adicta a las redes sociales como: facebook, twitter, instagram y Youtube
- Le gusta promover y participar de eventos originados en las redes sociales.
- Es amante a la tecnología, en especial el uso de celulares, y tabletas móviles, siempre está al tanto de apps novedosas que puedan facilitar su vida.
- Suele realizar varias actividades con sus mascota, las cuales las publica en sus redes sociales

NECESIDADES Y METAS:

- Siente la necesidad de estar comunicada constantemente con sus amigos y familia, además de estar al tanto de eventos sociales en los cuales pueda participar
- Desea conocer una mayor cantidad de personas que sean afines a sus intereses, pues cree que participando en comunidades y grupos lograr una mejoría en ayudar a los animales.

MOTIVACIONES:

Desde que era una niña a estado rodeada de mascotas, per hace algunos meses su perro murió por edad avanzada, por lo cual quiere encontrar un nuevo compañero que alegre su vida y ala vez proporcionarle todos los cuidados que necesita. Así que decide adoptar uno de las fundaciones de apoyo y protección

DOMINIO TECNOLÓGICO:

Uso de redes sociales: 92%



Uso de internet: 100%



Uso de aplicaciones móviles: 93%



ESCENARIO:

Claudia despierta temprano en la mañana alimenta a su gatita, y se alista para partir a la universidad, gracias a su horario matutino, ella puede trabajar medio tiempo en las tardes, a menudo utiliza apps para despertar u organizar su día, pues le permite abarcar sus tareas a totalidad. Entre sus momentos libres, revisa constantemente su celular para estar al tanto de las novedades que se presenten tanto con sus amigos, como con su familia en las redes sociales que emplea, al terminar su jornada universitaria, tan solo cuenta con dos horas para tomar el almuerzo y partir hacia su trabajo en una óptica cercana a la universidad, al ser más flexibles sus actividades en la misma, ella puede estar conectada mayor tiempo desde su celular y estar al pendiente de eventos en los cuales pueda participar activamente, postea y viraliza contenidos de su interés. Al regresar a su casa, observa a su gatita, pero siente nostalgia, pues hace algunos meses murió su perro, y extraña su presencia, por lo cual decide tener otra mascota, entra a la aplicación de adopción en donde desea encontrar un perro que se adapte a sus condiciones de vida, es decir ni muy grande, ni muy pequeño, además de ello quiere poder ayudar a una mascota que ha atravesado una vida difícil, por lo cual, ella se conmovió con alguno que tenga una historia de recuperación. Pero ella desearía además poder compartir el proceso de recuperación de su nueva mascota, tanto en sus redes sociales como dentro de la aplicación, para que más personas se sumen a su causa; su dominio con la tecnología no representa ningún problema pues siempre las utiliza a diario y las maneja por intuición.



VICTOR HURTADO

Veterinario, 32 años.

"No hay nada más triste que un animalito lastimado"

Víctor es un exitoso veterinario que lleva ejerciendo su carrera por más de cinco años, disfruta mucho de su trabajo, pues está en contacto con los animales quienes son su pasión.

En algunas ocasiones ha ofrecido su servicio veterinario como aporte al apoyo a las personas que rescatan animales. Le gusta salir a caminar alrededor de donde vive en compañía de su mascota.

DATOS PERSONALES:

- Edad: 32 años
- Estado Civil: Casado
- Localización: Cuenca (Zona Urbana)
- Clase Social: Media

COMPORTAMIENTO:

- Es ecologista, amigable, responsable
- Es una persona que se mantiene informado por medios convencionales, pues no usa muy a menudo su celular
- Le gusta promover y participar de eventos en beneficio de los animales
- Es amante de las actividades al aire libre junto con su esposa, gusta de dar paseos por parques y pasear a su mascota

NECESIDADES Y METAS:

- Siente la necesidad de prestar un servicio profesional de eficacia, con el fin de poder promover su centro veterinario
- Quiere aportar a las fundaciones de apoyo animal con el fin de poder ayudar a los animales y conocer más personas afines a sus intereses

MOTIVACIONES:

Gracias a su trabajo, ha logrado obtener una casa con un amplio jardín, solo posee una pequeña mascota que antes vivía con él en su departamento, pero ahora quiere adoptar otra mascota de mayor tamaño gracias a la distribución de espacio del cual dispone.

DOMINIO TECNOLÓGICO:

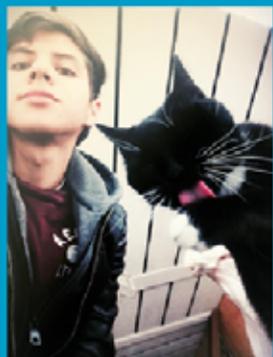
Uso de redes sociales: 92%

Uso de internet: 100%

Uso de aplicaciones móviles: 93%

ESCENARIO:

Víctor, se acaba de mudar a un espacio más grande, antes vivía en un pequeño de departamento; despierta temprano por la mañana, después de tomar el desayuno sale a pasear a su mascota algunas cuadras, como quien compra el periódico del día, al regresar se alista para abrir su clínica veterinaria, mientras atiende a sus clientes, se toma un tiempo para revisar el periódico, donde se entera de diferentes eventos de su interés que se realizarán, no es muy amante a la tecnología, por lo que usa su celular menos de una hora, y lo limita a sus servicios básicos como recibir llamadas o mensajes y en uno u otro momento revisar su perfil social. A menudo recibe perros que son rescatados y llegan en condiciones penosas, él los ayuda por mera contribución. Uno de sus clientes, le comenta que se realizará un evento de adopción por parte de las fundaciones, en donde él podrá adoptar a la nueva mascota que tanto desea, pero este evento será un sábado, y por desgracia debe salir de viaje en esa fecha, por lo que opta por adoptar a su mascota desde la aplicación móvil, Víctor desea poder visualizar mascotas grandes en un inicio, pero se le dificulta el uso de la aplicación, por lo que requiere un tutorial inicial de uso que le permita dominar esta tecnología. Pero ¿Qué pasaría si la aplicación no responde inmediatamente? ¿Cómo sabe Víctor que está realizando la actividad correcta? ¿Qué retroalimentación percibe Víctor de su aplicación? ¿Cómo puede la aplicación motivarlo a adoptar y compartir contenido? La aplicación debería incluir señales del proceso de uso, tanto de aciertos como errores, debería incluir adicionalmente iconos que puedan ser de fácil reconocimiento o que a menudo sean parte de la vida cotidiana de Víctor, además debe retribuir al usuario con descuentos o servicios por cada posteo que se realice.



DANIEL SANTANDER

Estudiante de *Jurisprudencia*, 21 años

"Selfie con el gato"

Daniel es un estudiante de nuevo ingreso que estudia *Jurisprudencia* en la Universidad del Azuay, No realiza ninguna actividad extracurricular, pues en sus intereses esta terminar la carrera y vivir el Momento.

En los últimos años ha viajado con sus compañeros de universidad para relajarse, le gustan los animales, su mejor pasatiempo es postear fotos y videos acerca de sus mascotas con el fin de obtener muchos seguidores.

DATOS PERSONALES:

- Edad: 21 años
- Estado Civil: Soltera
- Localización: Cuenca (Zona Urbana)
- Clase Social: Media Alta

COMPORTAMIENTO:

- Es egocentrista, sociable y entusiasta
- Su dominio tecnológico es impecable, siempre está al tanto de las apps en tendencia, en especial las de fotografía
- Le gusta participar de reuniones sociales, fiestas y eventos que promuevan diversión, no importa la causa que persiguen.
- Le gustan los animales, principalmente por que los fotografía o los grava, para posteriormente publicar el contenido en internet.

NECESIDADES Y METAS:

- Siente la necesidad de siempre estar conectado en sus redes sociales y actualizar constantemente contenido en sus páginas con el fin de obtener más seguidores por lo que usa su celular más de 3 horas al día.
- Al estar conectado, se interesa por relacionarse con varias personas que compartan sus intereses, y así establecer contactos con los que pueda convivir y socializar.

MOTIVACIONES:

Actualmente Daniel tiene como mascota un gato, pero quiere tener otra mascota que sea igual de tierna, y como está en tendencia adoptar animales de las fundaciones, está interesado en adquirir una por medio de ellas.

DOMINIO TECNOLÓGICO:

Uso de redes sociales: 95%

Uso de internet: 100%

Uso de aplicaciones móviles: 98%

ESCENARIO:

Daniel despierta en la mañana, se toma su tiempo para ir a la universidad, al ver a su gato plácidamente dormido, le toma una foto y la sube a sus redes sociales, después parte a la universidad, al llegar se encuentra con sus compañeros quienes lo invitan a un paseo en el fin de semana, constantemente a lo largo del Día, Daniel revisa sus celular con constancia, al término de clases, escucha a sus compañeras hablar acerca de un evento de adopciones en beneficio de los animales sin hogar, como está interesado en adoptar una mascota, se acerca y les pide más información, Daniel se entera que el evento será realizado en un fin de semana, pero ya tiene planes, así que piensa contactarse con las fundaciones, pero no sabe cuáles existen y mucho menos su ubicación. Es por ello que accede a la aplicación móvil en donde se encuentran varias mascotas que puede adoptar y de diferentes fundaciones. Daniel no tiene ningún problema con el dominio de la tecnología, por lo que la aplicación le resulta de fácil uso, el desea poder adoptar una mascota de acuerdo a sus características, y más importante aún, poder compartir contenido acerca de su nueva mascota, a través de las redes sociales, para él es importante mantener a sus mascotas en buen estado, por lo que le gustaría poder acceder a la vez a diferentes servicios veterinarios, de peluquería entre otros que beneficien a su mascota.



TERESA ALVARADO

Enfermera, 25 años

"Me gustan los animales, pero no puedo tenerlos"

Teresa es una enfermera que trabaja en el Hospital José Carrasco Arteaga, ella no siguió una carrera universitaria, por lo que tomó un curso de enfermería que la ayuda a laborar actualmente.

A lo largo de su vida se ha mudado constantemente, y ha vivido en pequeños departamentos, está casada y tiene dos hijos. Le gustan los animales, pero no es fanática, realiza actividades al aire libre y cocinar.

DATOS PERSONALES:

- Edad: 25 años
- Estado Civil: Casada
- Localización: Cuenca (Zona Urbana)
- Clase Social: Media

COMPORTAMIENTO:

- Es entusiasta, amable y solidaria
- Debido a su corto tiempo, no emplea mucho el manejo de su celular, más que en revisar sus redes sociales.
- Participa con poca frecuencia de reuniones o eventos sociales
- Le gustan los animales, pero no dispone del espacio amplio para tenerlo, solo en caso de que este sea pequeño
- Le gusta ver a sus hijos contentos y activos.

NECESIDADES Y METAS:

- Siente la necesidad trabajar arduamente para poder mantener a su familia y lograr un mejor nivel de vida, siempre está pendiente del bienestar de sus hijos y su esposo.
- Tiene como meta sacar adelante a su familia y hacerla feliz en lo que pueda realizar, en especial sus hijos quienes están creciendo.

MOTIVACIONES:

Gracias a su trabajo, ha logrado obtener una casa con un amplio jardín, solo posee una pequeña mascota que antes vivía con él en su departamento, pero ahora quiere adoptar otra mascota de mayor tamaño gracias a la distribución de espacio del cual dispone.

DOMINIO TECNOLÓGICO:

Uso de redes sociales: 65%



Uso de internet: 50%



Uso de aplicaciones móviles: 75%



ESCENARIO:

Teresa llega en la mañana a su casa, es enfermera en un hospital por lo que su trabajo demanda turnos nocturnos, debido a ello no dispone de mucho tiempo libre. Alista a su hijo para la escuela y se dispone a descansar hasta la hora en que regrese, Al regresar su hijo, ellas le prepara el almuerzo, mientras comen, el niño le mencionan que quieren un perro, dado que sus amigos los tienen y él también lo quiere, Teresa le explica que tal vez no puedan tenerlo por la distribución de espacio, pero cree que un perro pequeño si ayudaría, en la tarde al regresar su esposo, le comenta la decisión de su hijo y juntos empiezan a buscar lugares donde adoptarlos, pero no conocen de fundaciones en donde los puedan adoptar, y no saben dónde encontrar uno que se adapten a sus condiciones. Ella accede a la aplicación móvil en donde se registra mediante sus redes sociales, ella desea poder ver mascotas pequeñas, pero necesita un tutorial de manejo de la aplicación que le permita observar directamente las mascotas de su interés, es importante para ella saberlas características o comportamiento del perro adoptado, puesto que tiene niños en su casa, además de que pueda acceder a servicio veterinario. Pero ¿Qué pasaría si la aplicación se detiene? ¿Cómo podría mostrar errores o aciertos? ¿Cómo puede visualizar contenido acerca de la mascota que piensa adoptar?



CLAUDIA PALACIOS

Profesora, 45 años

"Me gustan los animales, y amo trabajar por su beneficio"

Teresa es una profesora que trabaja en una fundación de apoyo animal en Cuenca, su labor es la administración de las redes sociales, le gusta tomar fotos a las mascotas de las que disponen y postearlas en las redes, además está viralizando constantemente contenido publicado por los usuarios.

Siempre le han gustado los animales y en su casa tiene de 5 a 6 mascotas a las cuales les da un hogar temporal para su recuperación.

DATOS PERSONALES:

- Edad: 25 años
- Estado Civil: Casada
- Localización: Cuenca (Zona Urbana)
- Clase Social: Media

COMPORTAMIENTO:

- Siente la necesidad estar comunicada constantemente con sus amigos y familia, estar al tanto del trabajo de su fundación y poder comunicarlo a través de las redes sociales
- Quiere conocer a mayor cantidad de personas que sean afines a sus intereses, pues cree que participando en comunidades y grupos logrará conseguir sus metas y ayudar a otros.

NECESIDADES Y METAS:

- Siente la necesidad trabajar arduamente para poder mantener a su familia y lograr un mejor nivel de vida, siempre está pendiente del bienestar de sus hijos y su esposo.
- Tiene como meta sacar adelante a su familia y hacerla feliz en lo que pueda realizar, en especial sus hijos quienes están creciendo.

MOTIVACIONES:

Desde que era una niña a estado rodeada de mascotas, y siempre se ha sentido identificada con su cuidado y protección, llego un punto en donde vio que muchas de ellas eran abandonadas y maltratadas por lo que quiso ponerle un alto a esta situación y decidió trabajar en su causa.

DOMINIO TECNOLÓGICO:

Uso de redes sociales: 95%

Uso de internet: 90%

Uso de aplicaciones móviles: 85%

ESCENARIO:

Teresa llega en la mañana a su casa, es enfermera en un hospital por lo que su trabajo demanda turnos nocturnos, debido a ello no dispone de mucho tiempo libre. Alista a su hijo para la escuela y se dispone a descansar hasta la hora en que regrese, Al regresar su hijo, ellas le prepara el almuerzo, mientras comen, el niño le mencionan que quieren un perro, dado que sus amigos los tienen y él también lo quiere, Teresa le explica que talvez no puedan tenerlo por la distribución de espacio, pero cree que un perro pequeño si ayudaría, en la tarde al regresar su esposo, le comenta la decisión de su hijo y juntos empiezan a buscar lugares donde adoptarlos, pero no conocen de fundaciones en donde los puedan adoptar, y no saben dónde encontrar uno que se adapten a sus condiciones. Ella accede a la aplicación móvil en donde se registra mediante sus redes sociales, ella desea poder ver mascotas pequeñas, pero necesita un tutorial de manejo de la aplicación que le permita observar directamente las mascotas de su interés, es importante para ella saberlas características o comportamiento del perro adoptado, puesto que tiene niños en su casa, además de que pueda acceder a servicio veterinario. Pero ¿Qué pasaría si la aplicación se detiene? ¿Cómo podría mostrar errores o aciertos? ¿Cómo puede visualizar contenido acerca de la mascota que piensa adoptar?

2.2 DOCUMENTO ESTRATÉGIA

El diseño de una aplicación móvil como medio de comunicación interactiva entre las fundaciones de apoyo animal y la ciudadanía, requiere de un análisis profundo acerca de las necesidades del usuario, quien maneja la aplicación y el contenido de interés, enfocado en los servicios que ofrecen las instituciones.

Las encuestas realizadas a la ciudadanía y la investigación a los principales albergues (ARCA, Peluditos, FAAN y Rescate Animal), muestran que los objetivos que se persiguen son:

USUARIO

1. Adoptar a su mascota de manera segura y eficiente.
2. Comunicarse con las fundaciones de apoyo animal para adopción, pérdida y denuncia.
3. Acceder de manera ágil y rápida al contenido propuesto por las

fundaciones, con y sin internet (información grabada).

4. Viralizar contenido generado por los usuarios y las fundaciones.
5. Viralizar donaciones, eventos y adopciones que sean de interés para que, sus contactos puedan participar de la aplicación.
6. Generar una comunidad de personas preocupadas por las fundaciones y los animales en situación de calle.
7. Acceder a los diferentes servicios propuestos por las fundaciones o colaboradoras (servicio veterinario, asistencia, etc.)
8. Conocer todos los animales en adopción, sin distinción de raza, tamaño o fundación.
9. Comunicarse con las fundaciones con mayor facilidad, dado que los mensajes de facebook no son respondidos con prontitud.
10. Ser parte de una red social de amantes a los animales, además de los que han sido adoptados.

FUNDACIONES

1. Dar a conocer por igual las diferentes fundaciones de apoyo animal que existen.
2. Promover la adopción de las mascotas de cada albergue sin limitantes de edad, raza o tipo.
3. Promocionar los eventos y campañas realizadas por los establecimientos en la ciudad y poder viralizar este contenido.
4. Crear un medio de difusión de noticias importantes de rápido alcance y que se pueda viralizar en redes sociales (denuncia y pérdida de animales).
5. Crear un vínculo personal entre el usuario y las instituciones para promover el bienestar de la mascota adoptada.
6. Integrar a más usuarios para apoyar a las fundaciones, ya sea con voluntariado o donaciones.
7. Publicar tips o consejos de cómo cuidar a la mascota adoptada con el fin de, culturizar a los dueños sobre esta responsabilidad.

3.1 PLANO

ALCANCE

En esta fase, Jessie James Garret, plantea el desarrollo de los alcances del sitio que satisfagan las necesidades de nuestro usuario. También, se presenta el conjunto de herramientas funcionales que el sitio debe incluir; para el progreso de este plano se aplicará un método conocido como: Brain Writing, propuesto por Horst Geschka (2012).

3.1.1 Primera sesión usuarios.

Para identificar adecuadamente los deseos del usuario se realizó una sesión con ellos donde, expresarían su juicio acerca de la aplicación y su contenido. Para esta primera sesión, fue necesaria una reunión con ellos, en total se evaluaron los criterios de 7 participantes, 4 mujeres y 3 hombres, quienes se expresaron y participaron libremente en el tema de animales sin hogar, cada uno con características descritas en el modelado de usuario.



Gutierrez E. (2019). Focus group, primera sesión usuarios. [Figura 23]

Objetivos:

Definir los alcances de la aplicación móvil de acuerdo al criterio de los usuarios.

Observar las expresiones y deseos que tienen los interesados de la aplicación así como, la importancia y compromiso con el tema.

Selección de la muestra

Un aspecto importante para la selección de la muestra es que, el perfil de los usuarios debe coincidir con los modelos establecidos anteriormente. Por eso se contó con la participación de dos expertos, un interesado, dos desinteresados, un inexperto y un colaborador de las fundaciones.

Conducción de la sesión

Para iniciar la sesión, se pronunció un atento saludo y agradecimiento por su participación. Luego, se pidió aprobación para la realización de las tareas preparadas mediante un formulario de consentimiento (Anexo). A continuación, se explicó el tema de titulación, “Diseño de una aplicación móvil como medio de comunicación e interacción para socializar el trabajo

de las fundaciones con la ciudadanía” planteando la problemática y su justificación para una solución factible. Para aclarar el tema, se proyectaron tres videos que consistían en el problema que sufren los animales en las calles, el trabajo de las fundaciones y la interacción que tienen los usuarios con sus mascotas, al finalizar los videos, se comentó acerca de estos inconvenientes mediante la siguiente pregunta:

Cómo personas que poseen mascotas, ¿Qué les alegra o entristece de su

mascota y de los que viven en situación de calle?

Los usuarios coincidieron en el caso de los animales de la calle, lo triste es la poca importancia que se les da y las pésimas condiciones que soportan como hambre, sed, clima, entre otros; a pesar de ello, son muy cariñosos y amistosos pues se acercan fácilmente a las personas. Con respecto a sus mascotas, lo que les alegra es que siempre están ahí para recibirlos pese a que, no pasan tiempo suficiente con ellos.



Gutierrez E. (2019). [Figura 24]

3.2 BRAINWRITTING

Para responder a la pregunta anterior, se propuso una actividad llamada Brainwriting, un método planteado por Horst Geschka, que consiste en una técnica creativa que promueve una forma eficaz y simple para, recolectar ideas innovadoras de un grupo de personas acerca de cómo resolver un

problema, desarrollar un proyecto o mejorar una situación existente.

La conducción del método consistió en reunir a los colaboradores y, entregar una hoja en blanco para anotar cinco ideas que solucionen la problemática. Una vez que hayan culminado, se intercambian los apuntes entre los participantes para leer las soluciones planteadas por el compañero anterior y así, generar más ideas hasta completar toda la hoja. Posteriormente, a cada usuario, se le pidió escoger diez ideas

que consideren relevantes y anotarlas en papeles adhesivos, para luego hacer una clasificación general de ideas muy buenas y buenas con el objetivo de jerarquizar las prioridades de los usuarios y con eso, finalizar la sesión.

3.2.1 Alcances del sitio.

En base al estudio realizado en la primera sesión, se pudo identificar los siguientes alcances de acuerdo a los deseos que tienen los usuarios y, la aplicación tecnológica dentro de la app.

Alcances:

- Tener una cuenta activa en la aplicación que se vincule a las redes sociales, para ello, es necesario generar un perfil para usuarios y fundaciones que se relacione directamente con la red social más utilizada, Facebook.
- Mostrar inicialmente un motor de búsqueda que clasifique la información, así como, a los animales que se desea adoptar de acuerdo a especificaciones de tipo, tamaño y raza.



Gutierrez E. (2019). [Figura 25]



Gutierrez E. Alcances del sitio (2019). [Figura 26]

- Generar un pequeño tutorial introductorio para el manejo de la aplicación.
- Participar activamente en la aplicación e interactuar con las fundaciones y otros usuarios, mediante botoneras ya conocidas como likes, comentarios, compartir contenido y aceptar solicitudes de amistad.
- Subir contenido a la aplicación desde el celular y poder viralizarlo en las redes sociales de manera inmediata.
- Tener una tienda de beneficios donde se pueda canjear con bonos y retribuciones, el uso de la aplicación e interacción con las fundaciones (adopción, denuncia y contenido viralizado).
- Recibir notificaciones acerca de adopciones y eventos que promocien las fundaciones de apoyo en cuanto se publiquen, siempre y cuando el celular esté conectado a internet.
- Dar seguimiento a la mascota mediante publicaciones que demuestren su bienestar mensualmente, para ello deberán recibir una notificación de las fundaciones o hacerlo independientemente.
- Mostrar tips de cuidado, bienestar y protección de la mascota. Mencionar lugares donde puedan darle atención, (veterinarias, esterilización, peluquería), mediante un mensaje de notificación o bien, accediendo a la tienda de beneficio promovidos por los patrocinadores de la aplicación.
- Incluir en el perfil del adoptante información confiable y detallada para considerar su grado de responsabilidad.
- Recibir gratificaciones, por el uso e interacción de la aplicación, con un sistema de conteo de puntos que puedan ser canjeados por servicios.
- Publicar contenido de eventos y campañas realizadas por las fundaciones, esta acción solo estará activa para los albergues, los usuarios, podrán viralizar este contenido.

- Generar una comunidad de adoptantes o personas que apoyan a los animales y su experiencia, tanto dentro de la aplicación como fuera de ella bajo el enlace #petlovers.
- Gratificar al adoptante del mes o el petlover quién mejor, interactúe con la aplicación. Promover la mascota de la semana mostrando en primer plano y durante una semana, el animal al cual urja encontrarle un hogar, mediante una botonera a cargo de las fundaciones.

Limitantes:

- El contenido completo de la aplicación se mostrará solo, si el dispositivo está conectado a una red de internet sino, se visualizará el contenido cargado con anterioridad.
- Las fundaciones son los únicos entes que pueden dar en adopción a las mascotas de su albergue, los usuarios solamente pueden viralizar el contenido.
- El proceso de adopción de la app consiste en reservar la mascota



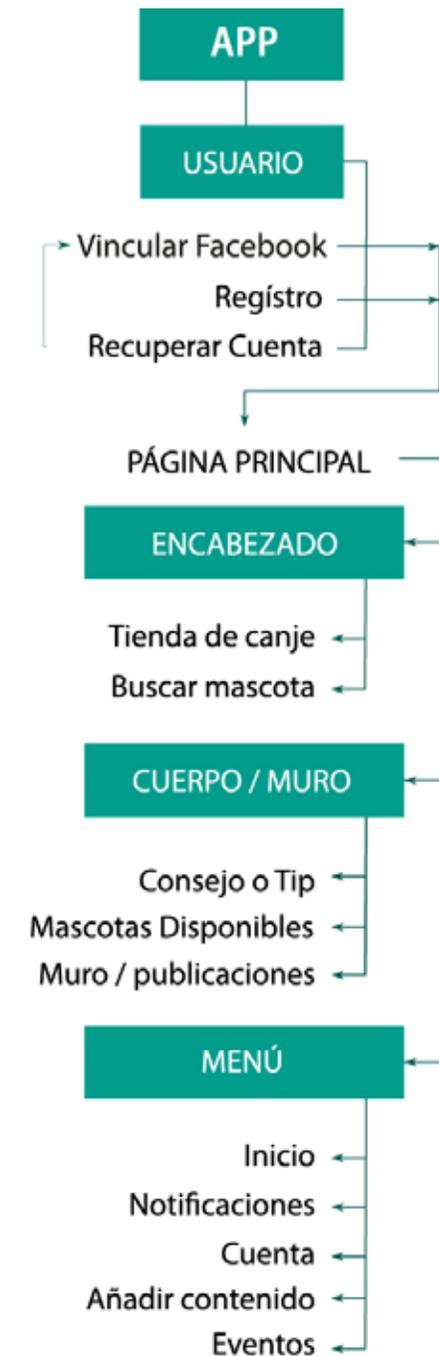
Gutierrez E. (2019) Limitantes del sitio. [Figura 27]

- adoptada, concretar una cita con la fundación, realizar el pago y, el llenado de formulario de responsabilidad será un trámite exclusivo con la fundación.
- El contenido de eventos y mascotas en adopción, estará a cargo de las fundaciones. Mientras que, la administración de la app estará a cargo de una persona especializada en el tema y también, mediante una plataforma independiente.
- Cualquier contenido generado que sea inapropiado será censurado.
- La única red de vínculo será facebook, la aplicación está creada para celulares con sistema operativo Android.
- Las gratificaciones de la aplicación se obtendrán de inmediato, a excepción de los incentivos de servicio porque, estos se implementarán mas adelante.
- Cualquier persona puede tener una cuenta en la aplicación, solo en el caso de las fundaciones, se otorgará un código especial de acceso, con el fin de controlar la adopción.

4.1 JERARQUIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN

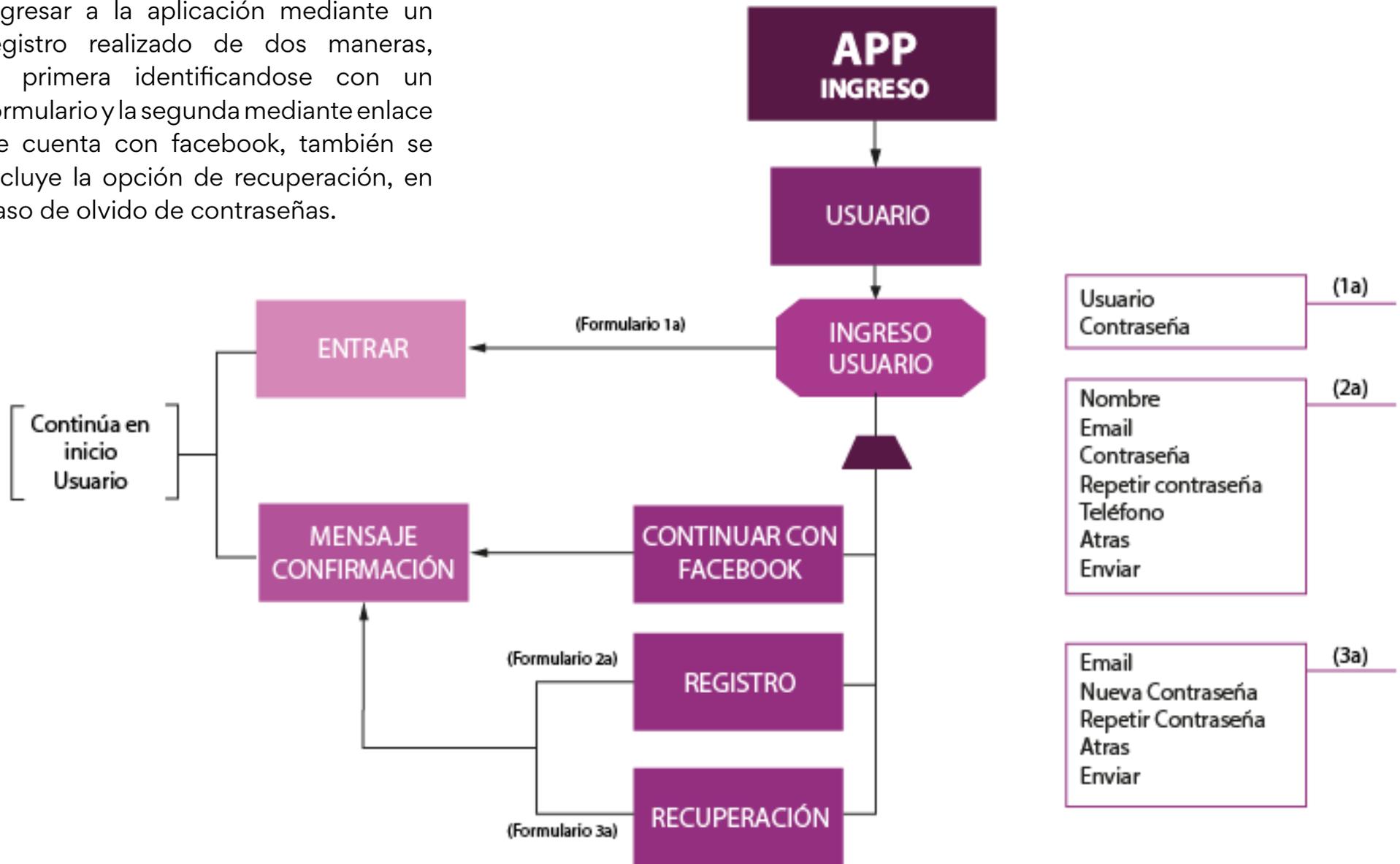
Para tener una idea clara del curso que seguirá la aplicación móvil, es importante tomar en cuenta la distribución y organización del contenido que se va a manejar ya que, están basados en los deseos del usuario y los servicios que promueven las fundaciones.

Los contenidos han sido distribuidos según la importancia de las tareas y estas, ordenadas para que las personas las cumplan y alcancen su propósito en el sitio. En la arquitectura de la información se plantea un diagrama general para la interfaz de usuario que posteriormente se desglosa en un contenido más detallado. Cabe mencionar en un inicio este proyecto se se planificó para realizarse en un solo sistema para fundaciones y usuarios, pero por cuestiones de usabilidad se plantearon dos sistemas, a un futuro se espera integrar exitosamente las dos interfaces en una sola.



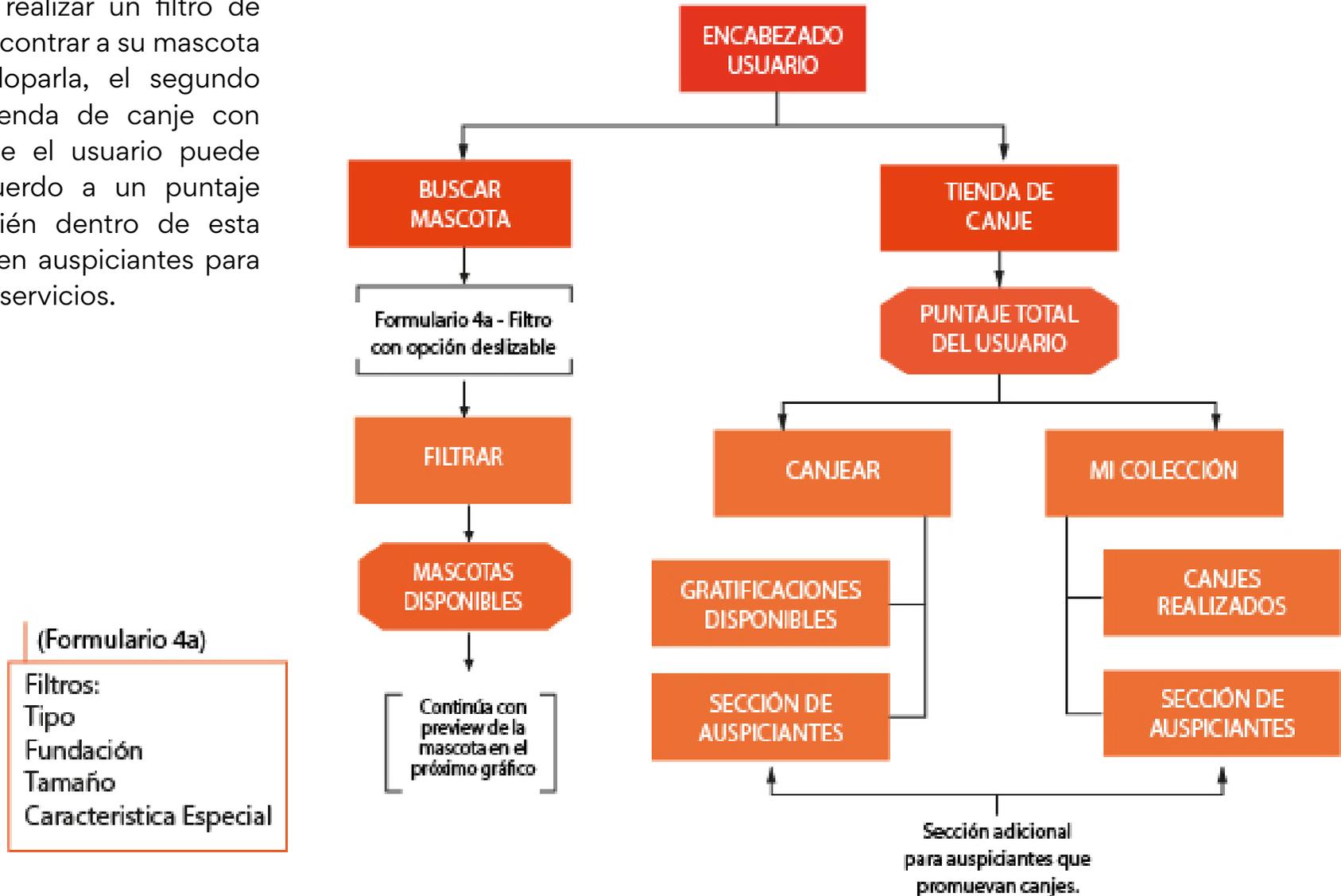
Ingreso usuarios

En el caso de los usuarios, estos pueden ingresar a la aplicación mediante un registro realizado de dos maneras, la primera identificándose con un formulario y la segunda mediante enlace de cuenta con facebook, también se incluye la opción de recuperación, en caso de olvido de contraseñas.



Encabezado usuarios

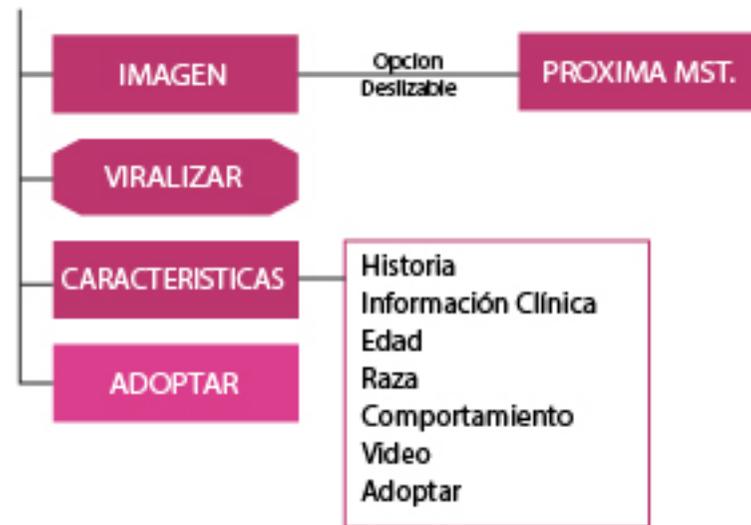
Para el encabezado tenemos dos puntos importantes, el primero abarca la sección de buscar mascota, en donde el usuario puede realizar un filtro de búsqueda para encontrar a su mascota ideal y poder adoptarla, el segundo se refiere a la tienda de canje con gratificaciones que el usuario puede conseguir de acuerdo a un puntaje acumulado, también dentro de esta sección, se incluyen auspiciantes para futuros canjes por servicios.



Preview de la Mascota

El *preview* de la mascota incluye la imagen principal, la opción para poder viralizar el contenido, ver sus características y adoptarlas en caso que el usuario lo desee, es importante mencionar que al deslizar la imagen hacia los lados se podrán observar mascotas previas o las próximas,

PREVIEW DE LA MASCOTA

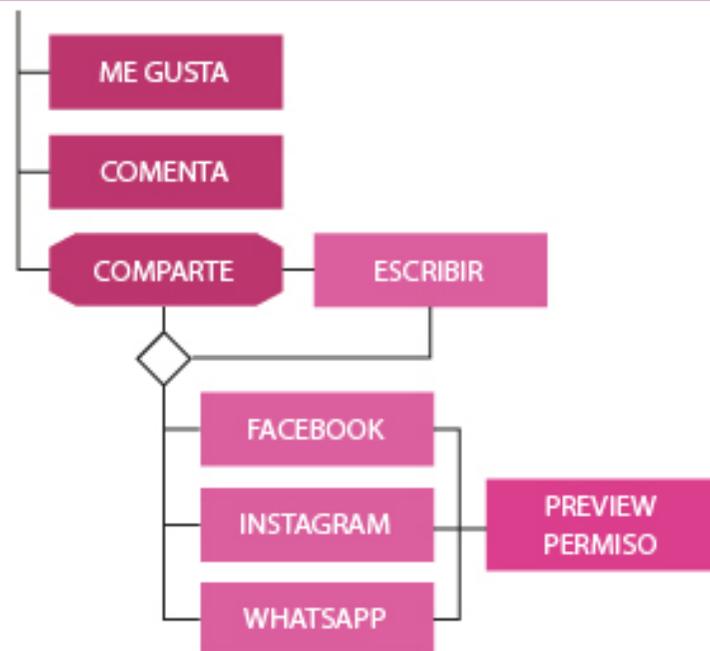


Gutierrez E. (2019) *Preview de Mascota, Arquitectura Inicial.*
[Figura31]

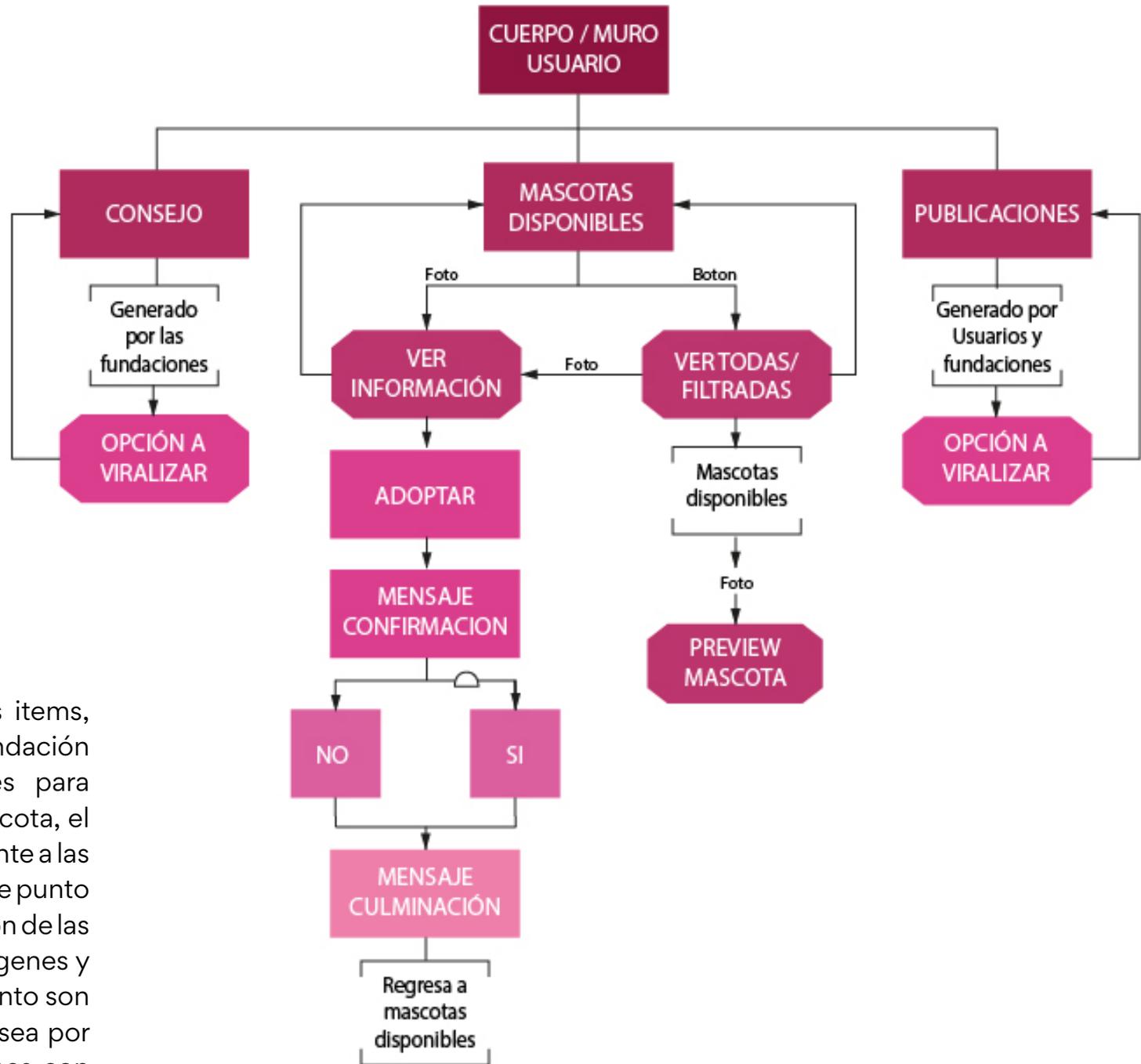
Viralizar contenido

Para interactuar de mejor manera con el contenido de la aplicación, se emplea los metodos convencionales ya usados por los usuarios como el de me gusta, comenta y comparte, este último permite escribir en la publicación y compartirla en las redes de instagram, whatsapp y facebook con previa autorización.

VIRALIZAR



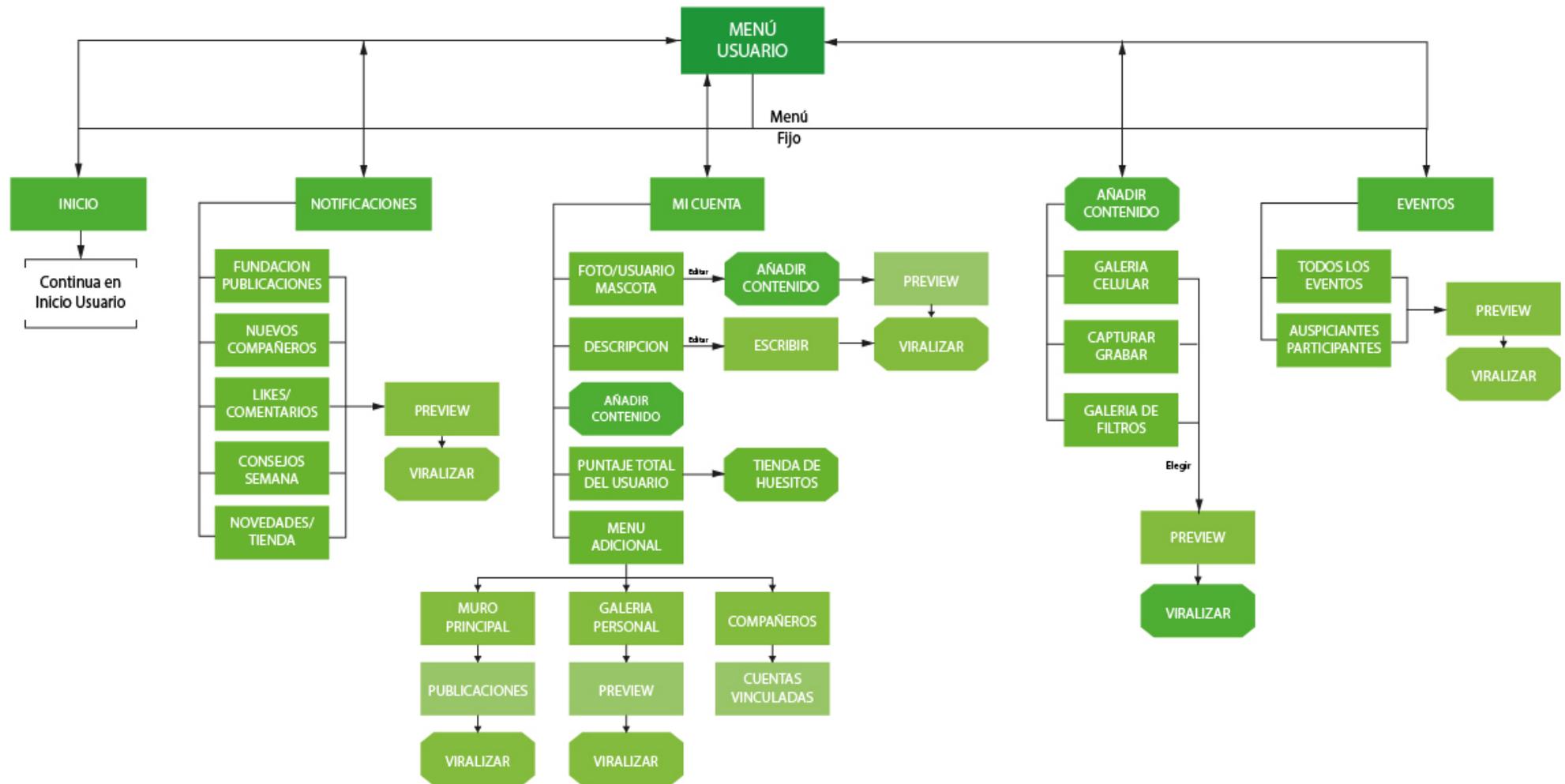
Gutierrez E. (2019). *Viralizar Contenido, Arquitectura Inicial.*
[Figura32]



Cuerpo / Muro

En el cuerpo encontramos tres items, el primero es una recomendación propuesta por las fundaciones para cuidar adecuadamente una mascota, el segundo se refiere específicamente a las mascotas disponibles, y es en este punto en donde se produce la adopcción de las mismas, ya que permite ver imagenes y sus características, y el tercer punto son las publicaciones generadas ya sea por los usuarios o por las fundaciones con opción de viralizar.

Gutierrez E. (2019) Cuadro cuerpo central usuario, Arquitectura inicial.. [Figura33]



Gutierrez E. (2019). Menú usuario, Arquitectura inicial.. [Figura34]

Menú

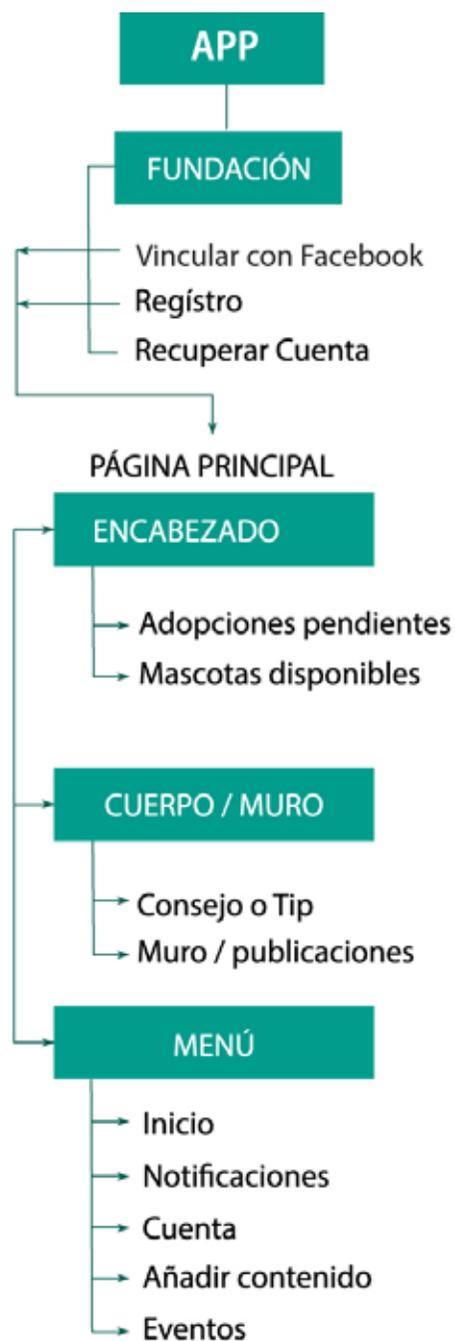
Dentro del menú se encuentran cinco categorías: la primera se refiere al inicio que redirecciona a la parte principal de la aplicación donde se distribuye todo el contenido, continuando con las notificaciones, donde el usuario

podrá acceder a las novedades que están sucediendo dentro de su cuenta, la siguiente es la cuenta personal en donde se visualizarán sus publicaciones, información y foto de perfil, además de incluir un menú adicional para acceder a

la galería personal y sus compañeros de cuenta, después tenemos la opción para agregar contenido para realizar publicaciones y finalmente la sección de eventos donde se encontrarían auspiciantes.

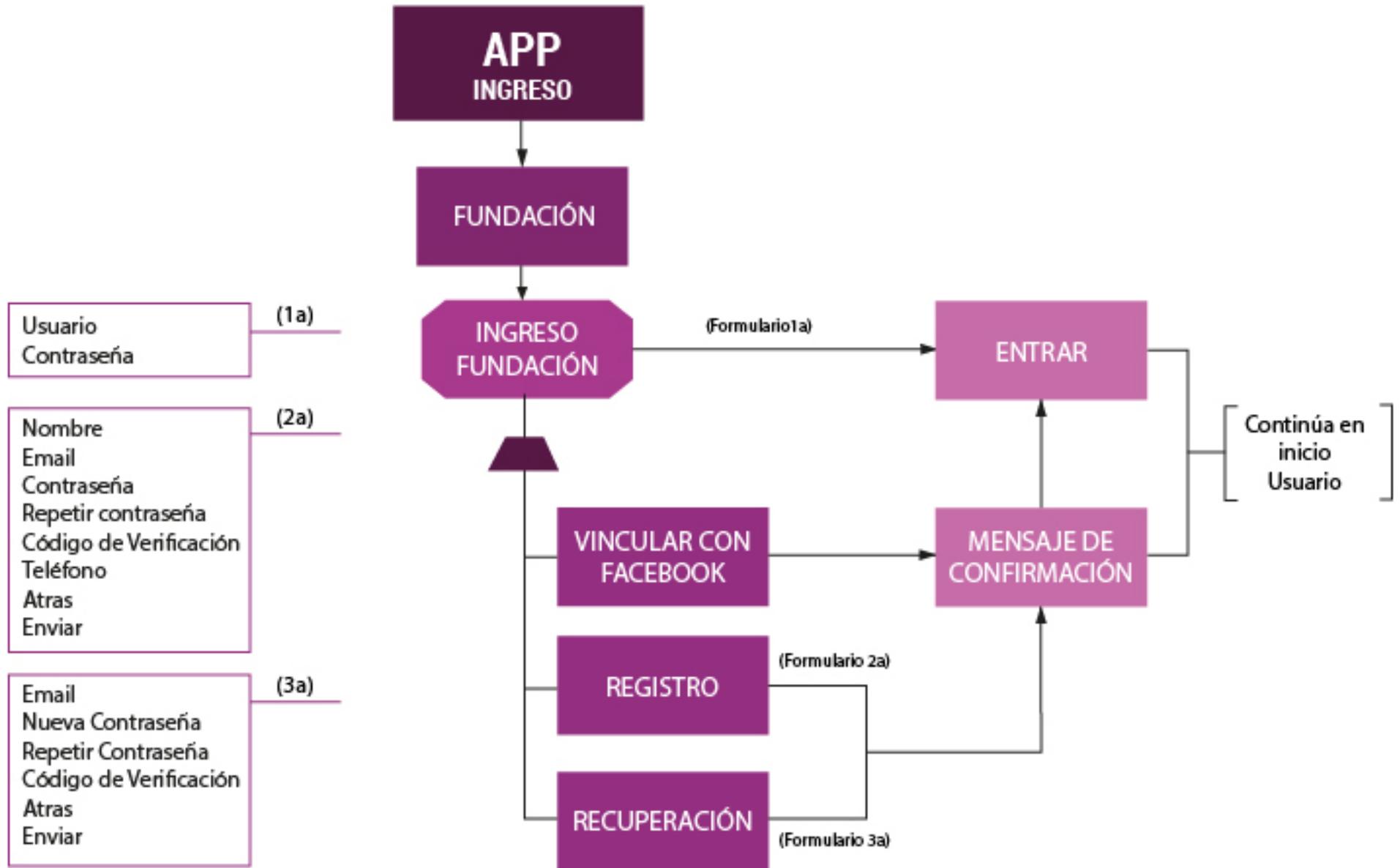
Fundaciones

Al igual que en esquema anterior, las fundaciones tienen su propio método de ingreso dentro de la aplicación, el usuario es quien elige su forma de ingreso. A continuación se presenta un esquema general de la interfaz para las fundaciones, que tiene una mucha similitud con la del usuario, sin embargo varía en aspectos puntuales los cuales se detallarán más adelante en cada cuadro desglosado.



Ingreso

Estos centros de adopción pueden ingresar mediante vinculación con Facebook a una página certificada de la fundación con confirmación de cuenta, o registro de su cuenta mediante un formulario, en donde adicional se pedirá un código de verificación el cual será otorgado a la fundación después de constatar su legitimidad, con el fin de evitar que cualquier persona o entidad de en adopción a mascotas de manera imprudente, (entiendase por imprudente; daren adopción a mascotas como forma de abandono, o hacerlo sin los medio higiénicos necesarios como esterilización, vacunación y desparasitación, que si promueven las fundaciones certificadas). Además de eso se propone la opción para recuperar su cuenta mediante via email, el cuál se ejecutará de igual manera con el código de verificación.

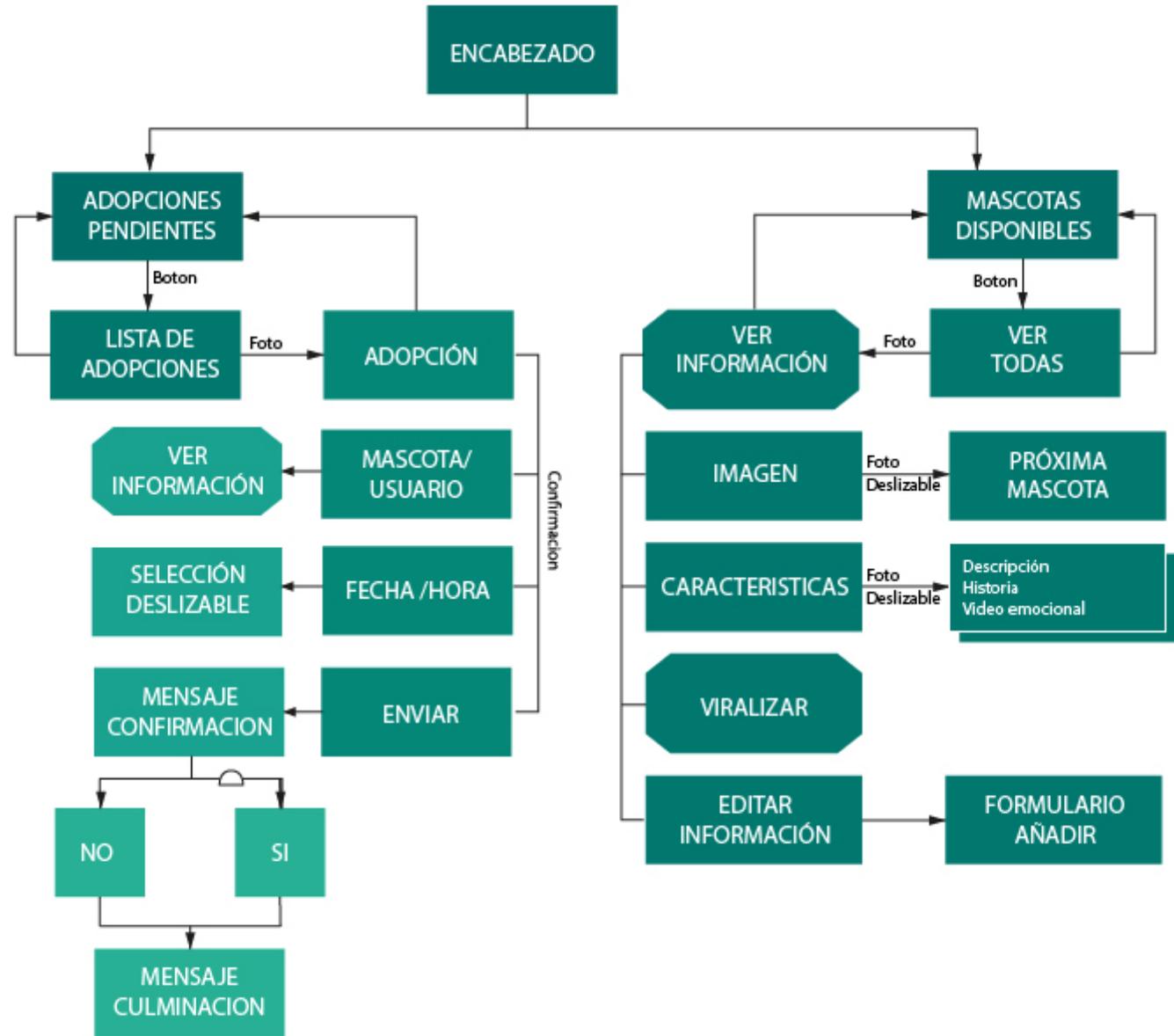


Gutierrez E. (2019) Inicio fundaciones, Arquitectura inicial. [Figura 36]

Encabezado

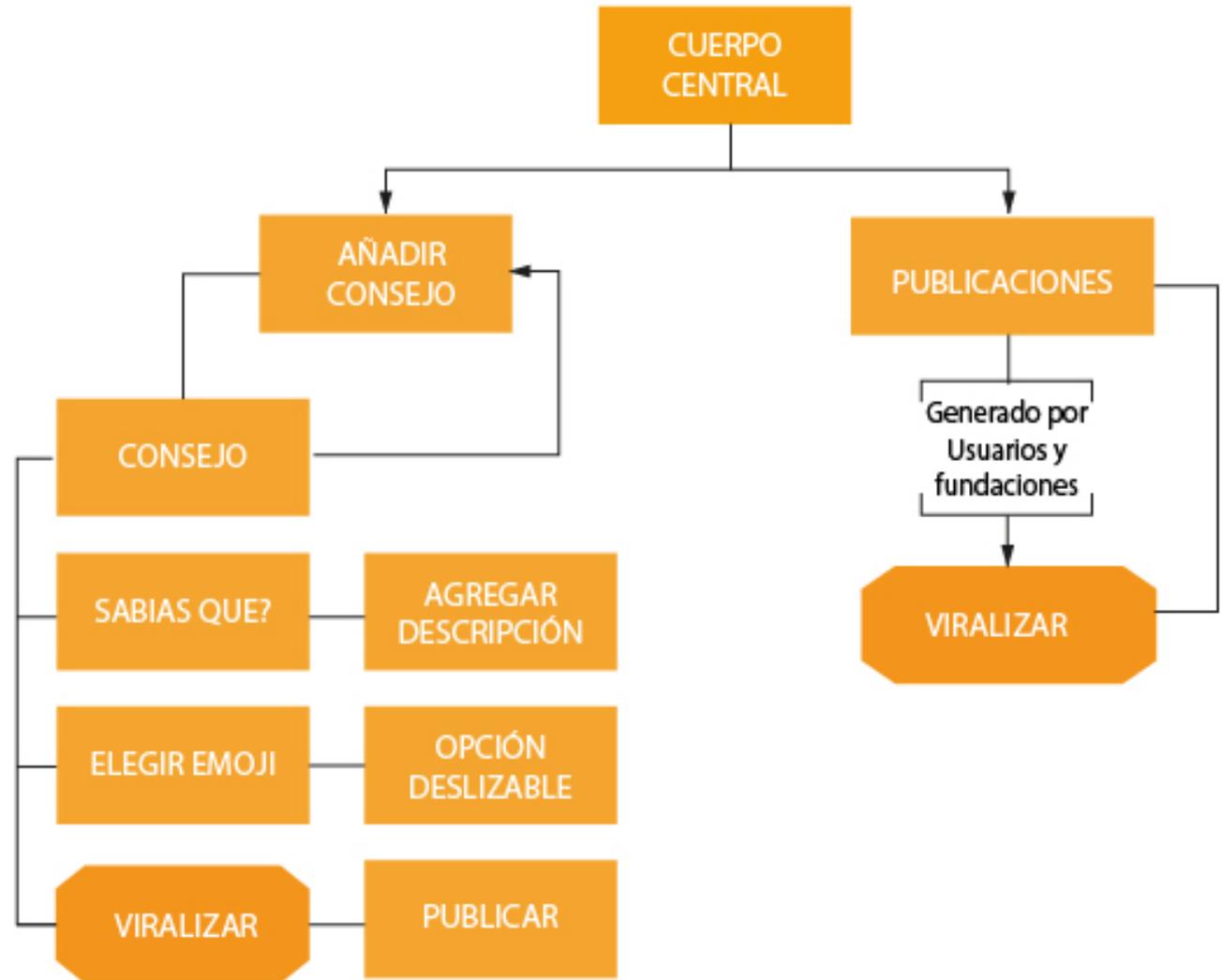
El encabezado esta compuesto por adopciones pendientes y mascotas disponibles, en la primera opción, esta nos dirige a un listado con las adopciones realizadas y las que estan pendientes, cada adopción tiene la información de la mascota y el usuario que quiere adoptar, al confirmar la adopción se debe confirmar la hora y la fecha de entrega de la mascota, para finalizar, la aplicación nos muestra un mensaje de confirmación.

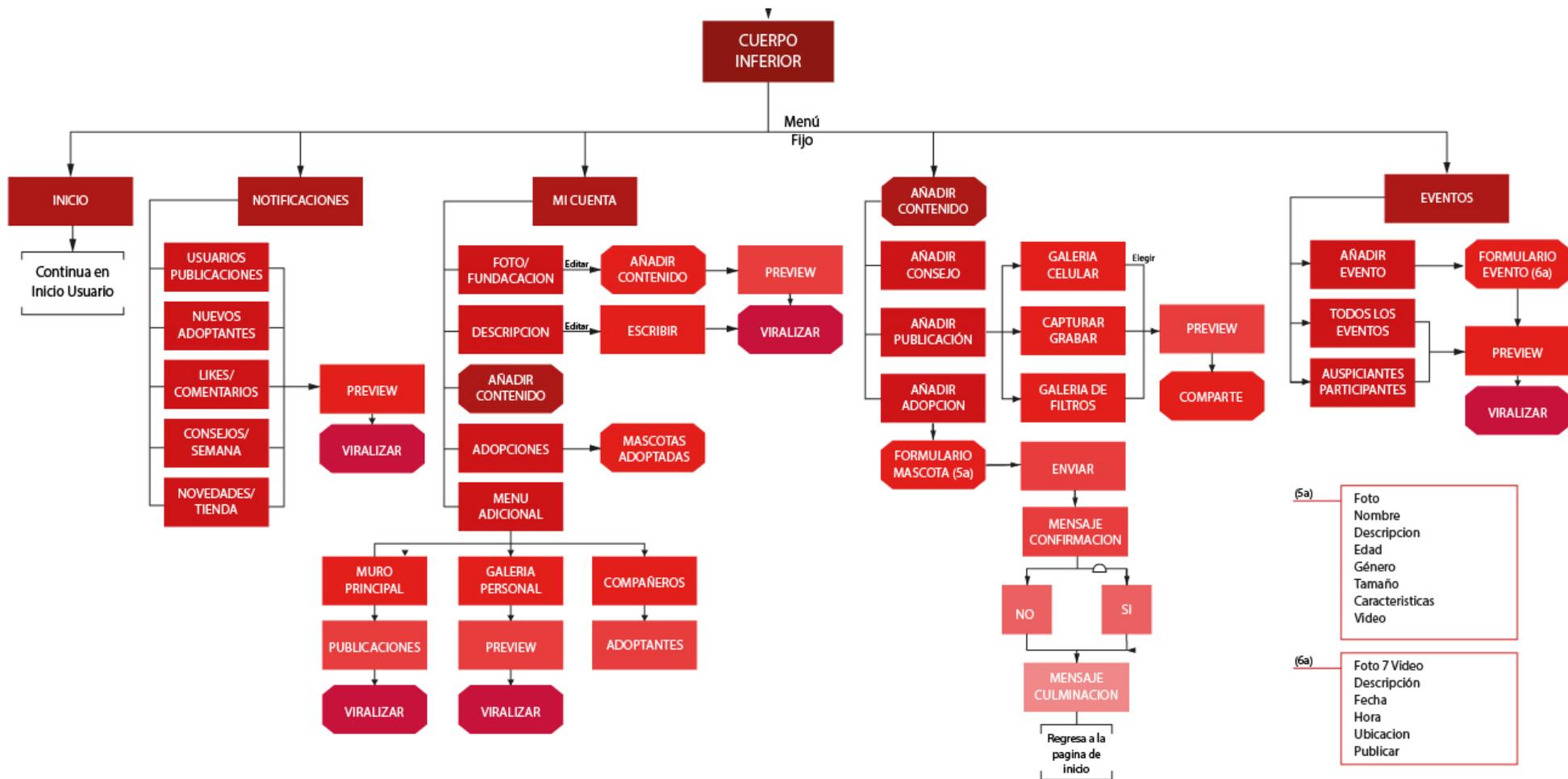
La segunda opción de mascotas disponibles nos muestra un listado de todos los perros y gatos que quieren encontrar un hogar, en el cual se puede visualizar la información, imagenes y características de cada mascota, con opción de editar que redireccionará a su formulario ingreso.



Cuerpo / Muro

En el cuerpo central encontramos las opciones de añadir consejo y las publicaciones en general, en un inicio se pensó que fueran las fundaciones las que añadieran el consejo en el cual se podía comentar y viralizar, la segunda opción de publicaciones muestra el contenido generado por las fundaciones, los usuarios y los auspiciantes, con los cuales se puede interactuar.





Gutierrez E. (2019) Mundo, Arquitectura inicial. [Figura 39]

Menú

Al igual que en el menú de usuario, este se compone de 5 items, el primero se refiere al inicio que redirecciona a la parte principal de la aplicación mostrando el contenido principal, continuando con las notificaciones, donde las fundaciones podrán acceder

a las novedades que están sucediendo dentro de su cuenta, en especial recibir las confirmaciones de adopción. La siguiente es la cuenta personal, aquí se visualizarán sus publicaciones, información y foto de perfil, además de incluir un menú adicional para acceder a la galería personal y sus compañeros de cuenta, después tenemos la

opción para agregar contenido, esta opción permite generar publicaciones, agregar eventos, el consejo del día y en especial agregar mascotas para darlas en adopción, Por otro lado para los eventos, se mostrará los disponibles, dentro de esta sección también se puede agregar un nuevo evento.

5.1 PRIMER TEST DE USABILIDAD

El test de usabilidad fue aplicado en un prototipo de papel de acuerdo a Misfud (2012), con una estructura que se rige a la planteada con anterioridad.

En el intervalo de dos semanas, comprendidas entre el 4 de junio y el 18 de junio del 2018, cinco personas entre las edades de 20 a 30 años participaron del test, cuatro cumplían con las características de los modelos de usuario propuestos (psicológicas y tecnológicas) más un representante de las fundaciones y considerando las dos directrices principales: dominio tecnológico de aplicaciones móviles



Gutiérrez E. (2019) Primer test de usabilidad [Figura 40]

e interés por el tema de animales sin hogar se obtuvo:

1. Licenciada en inglés

Usuario inexperto

28 años

2. Ingeniero

Usuario interesado

30 años

3. Comunicador

Usuario indiferente

26 años

4. Diseñador

Usuario experto

24 años

5. Profesor

Usuario fundación

43 años.

El principal objetivo de este test fue identificar errores, interacciones y problemas que experimente el usuario con el sistema inicial planteado, permitiendo crear una secuencia de navegabilidad.

La prueba fue conducida por una moderadora, en este caso, la autora



Gutierrez E. (2019) Primer test de usabilidad, usuario 3 [Figura 41]

de este proyecto. Para ello, se planteó cuatro tareas que los usuarios debían completar:

1. Ingreso al sistema
2. Adopción de una mascota
3. Navegar en el sitio
4. Agregar contenido

Para evaluar la arquitectura previa, fue necesario hacerlo con bocetos de pantalla con una plantilla predeterminada

debido a la complejidad del sistema de jerarquización, este punto fue de vital importancia para el diseño final, ya que en este prototipo se pudo determinar bases sólidas en el manejo de iconos, secciones y distribución de contenido, además de que ayudo al usuario a desenvolverse mejor en la distribución tareas, cabe mencionar que, cada pantalla fue clasificada por colores y números que identificaban las tareas que debía realizar el usuario, se entregó

también materiales adicionales como: papeles adhesivos del mismo color para cada tarea, con el fin de que anoten sus criterios sobre pantalla específica, resaltador para la elección de opciones y, una cámara fotográfica que registró parte del proceso.

5.2 RESULTADOS

TEST DE USABILIDAD

El test al ser realizado a personas con diferentes niveles de preparación y experiencia en el uso de la tecnología, dió lugar a una amplia variedad de criterios que, ayudaron a mejorar el sistema en parámetros de interacción, navegación, usabilidad, ámbito social, etc.

También, se pudo identificar el nivel de interés para la resolución del problema de animales sin hogar ya que, algunos pudieron fácilmente sentirse apegados por la realización del test. A continuación, se presentan los

resultados de la evaluación los cuales, serán corregidos posteriormente.

Errores críticos

Uno de los usuarios comentó que, preferiría usar una plataforma web para buscar una mascota, debido al tamaño de pantalla de la computadora ya que usa con más frecuencia este dispositivo.

Interacciones

La aplicación debería tener interacciones especiales como diseño emocional o animaciones dentro de la pantalla del inicio para mayor atención.

Los usuarios se mantuvieron interesados durante todo el tiempo que duró el test de la aplicación.

La aplicación debería conectarse con los contactos de Facebook e Instagram, así como se vincula en otras aplicaciones.

Se sugirió también, una especie de publicidad adicional para los perritos que deban adoptarse con urgencia, similar a la publicidad que realiza Instagram.

Otro usuario propuso que, cuando se adopte la mascota, llegue una

notificación de las fundaciones, que suban fotografías para tener en cuenta su progreso. Un comentario similar se propuso por parte de las fundaciones.

Los primeros amigos de los usuarios, deberían ser sugeridos por la aplicación y priorizar a las fundaciones.

Los usuarios sugirieron que los beneficios deben priorizarse en la pantalla de inicio puesto que, no se distinguió con claridad en las pruebas de usabilidad.

Resultados inesperados

Un usuario inexperto sugirió que, se debería enviar un mensaje para calificar la aplicación y compartir esa apreciación.

Otro usuario comentó que, debería haber una opción para personas que no pueden adoptar mascotas, pero, están interesadas en ayudar, para que puedan usar la aplicación y así, participar de esta comunidad.

Un usuario especializado resaltó que, la aplicación debería tener un soporte de respaldo que, notifique los errores en caso de que el sistema se caiga.

6.1 ARQUITECTURA FINAL

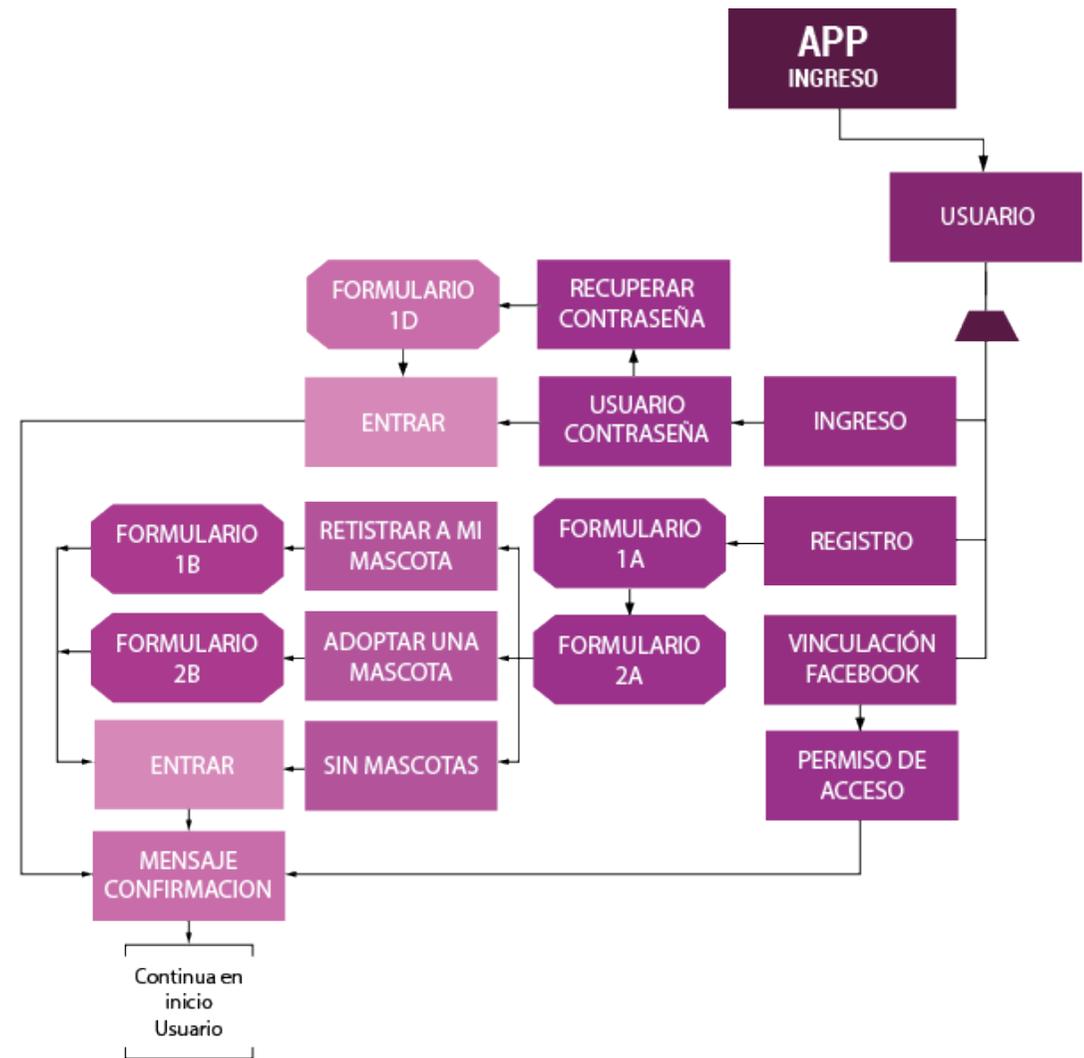


Después del análisis de los resultados y el resumen de la información obtenida del prototipo de papel, se procedió con la corrección de la arquitectura planteada con anterioridad. La sesión contribuyó a identificar errores de navegación como: el acceso a la búsqueda de información y la creación de cuenta. También en la jerarquización e importancia del contenido ya que, ciertos aspectos destacaron más que otros, los cuales se explicarán mas adelante. También, se identificó aciertos como el manejo de una iconografía amistosa y el empleo de micro interacciones que llamen la atención de los usuarios, además, las personas que no pueden tener una mascota, también participen de la aplicación con el fin de colaborar. A continuación se muestra el esquema general corregido y su respectivo desgloce con los cambios propuestos.

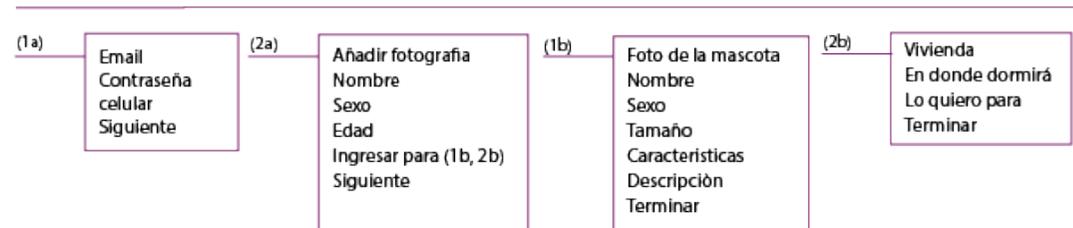


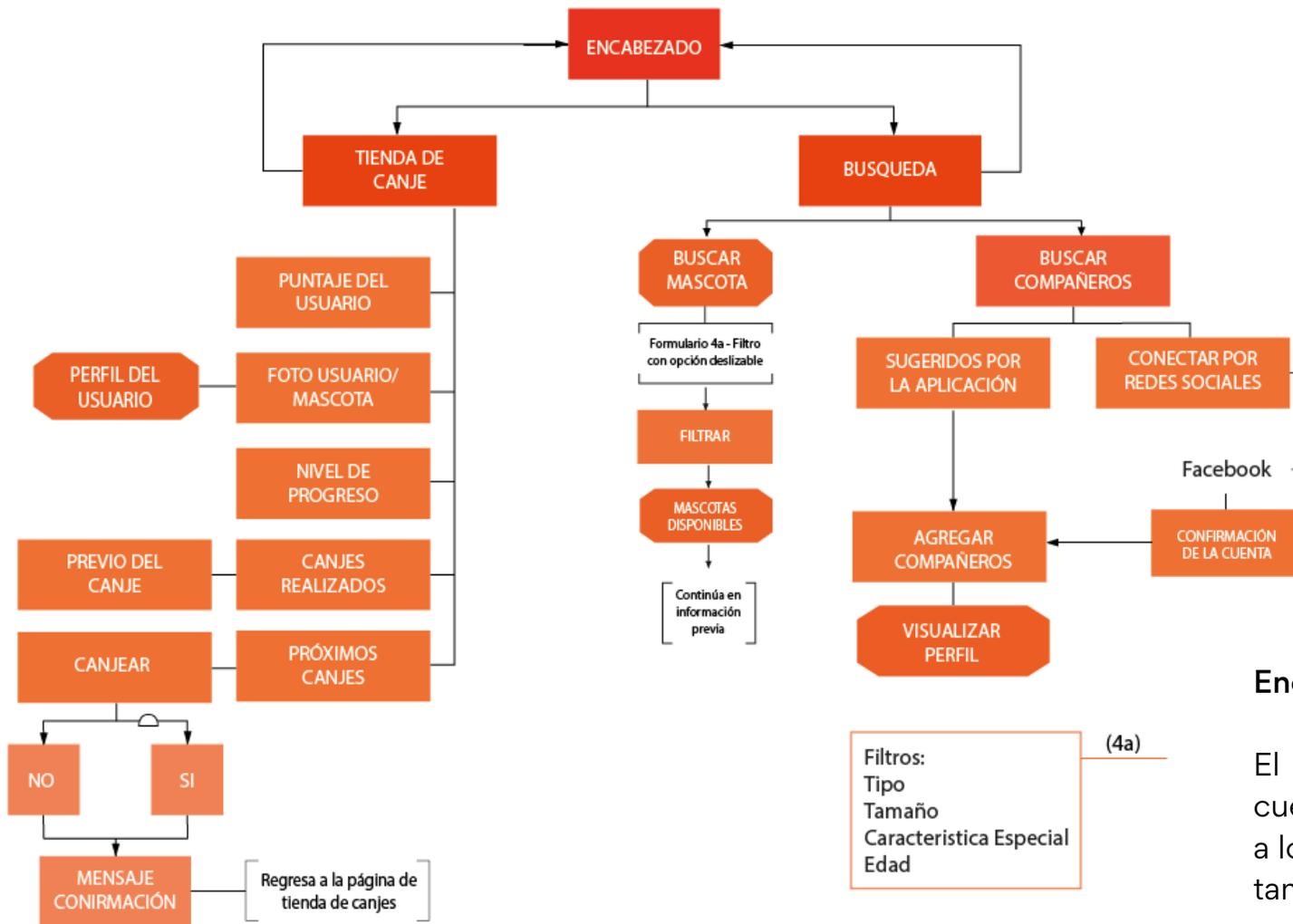
Ingreso Usuario

El cambio principal se dió mediante la división de la aplicación, una para fundaciones y otra para usuarios con el mismo diseño de interfaz, al tener una sola interfaz tanto para el usuario como para las fundaciones el sistema se simplifica, en el caso del ingreso del usuario se implementó la vinculación de cuenta únicamente por facebook, debido a cuestiones de programación y permisos de acceso, otra implementación fue la de incluir tres formularios para el registro distribuidos de acuerdo a las acciones del usuario, incluyendo tres categorías: adoptar una mascota, registrar a una mascota o simplemente participar de la aplicación, al completar el registro, los usuarios podrán conocer las funciones de la aplicación mediante un tutorial introductorio, con el fin de evitar el ostigamiento en posteriores acciones.



FORMULARIOS DE REGISTRO USUARIO

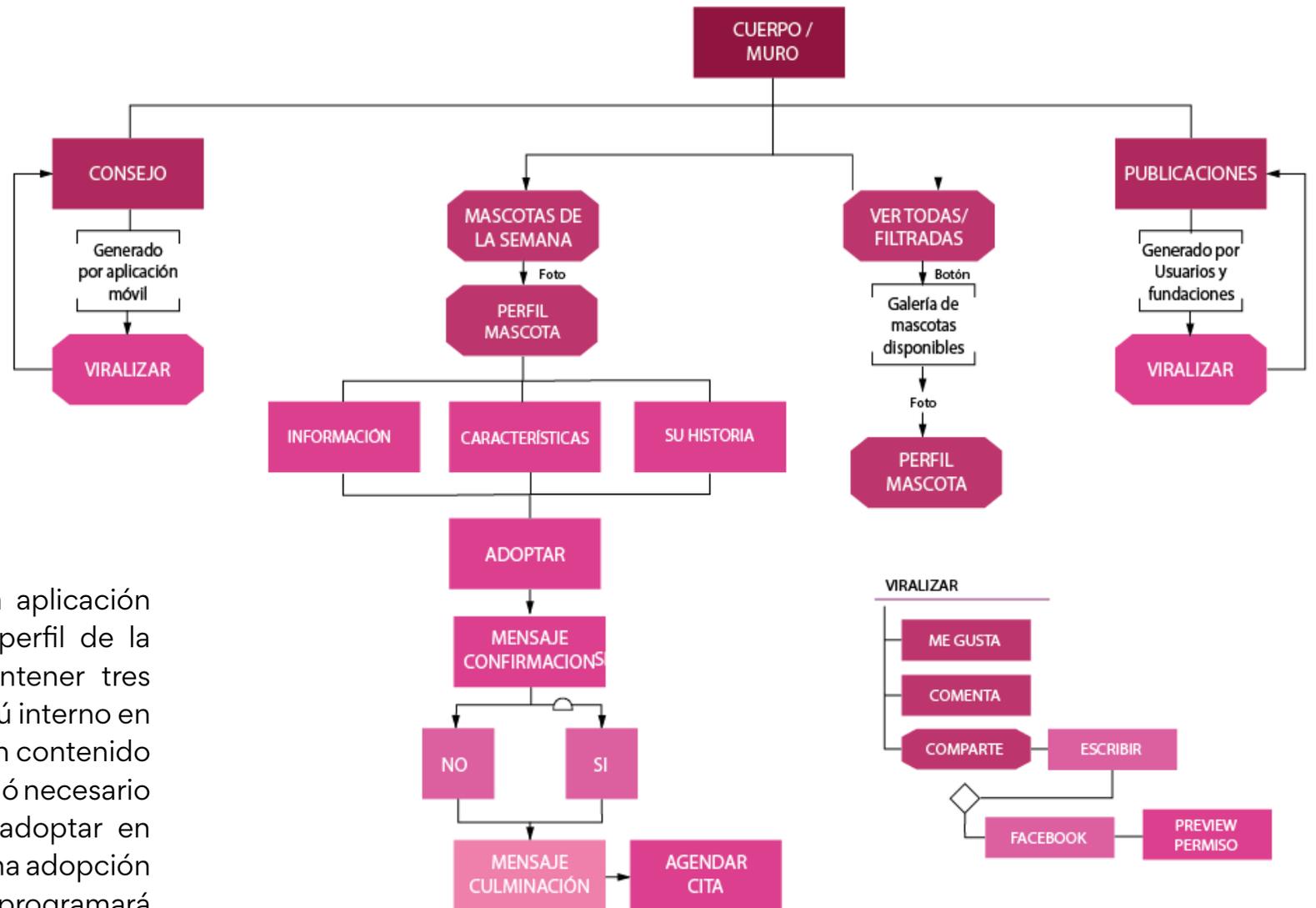




Gutierrez E. (2019) Encabezado usuario, Arquitectura final [Figura 44]

Encabezado usuario:

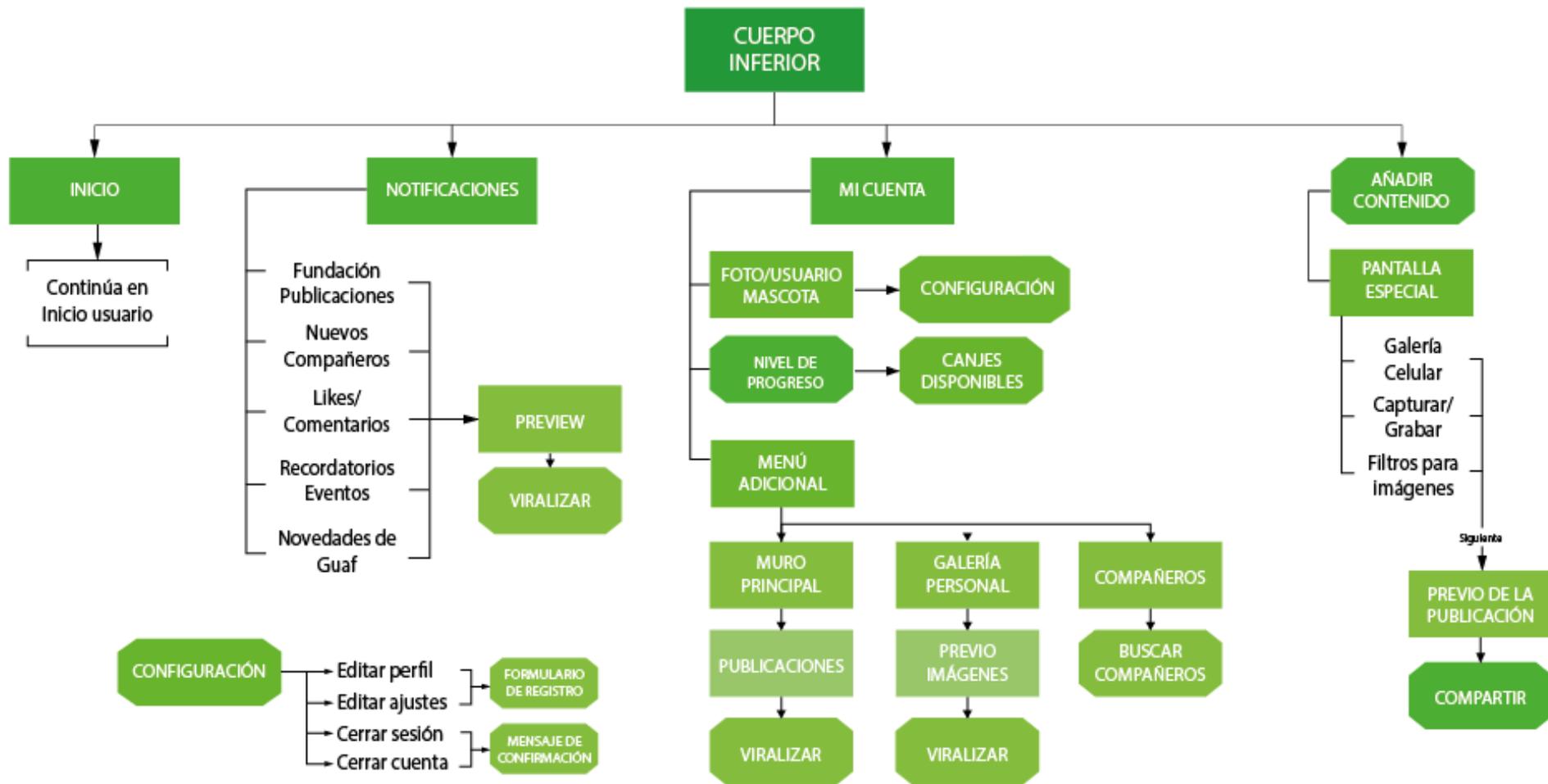
El principal cambio que se tomó en cuenta fue la simplificación en el acceso a los elementos de canje en la tienda, y también en la búsqueda de mascotas y amigos, en el caso de las mascotas, las opciones de filtro se redujeron a las más importantes, y para buscar compañeros, únicamente se planteó el vínculo mediante Facebook y las que sugiera la aplicación por cuestiones de permiso anteriormente mencionadas.



Cuerpo usuario:

Otro cambio notable en la aplicación es en la visualización del perfil de la mascota, se optó por mantener tres secciones a manera de menú interno en donde se pueda visualizar un contenido más específico, además se vió necesario implementar el botón de adoptar en todo momento, al realizar una adopción el mismo usuario es quien programará la cita, por su parte las fundaciones están dispuestas a atender adopciones en todo momento, en caso de no lograr concretar una cita, el usuario podrá contactarse directamente con la fundación, ya que gracias a la base de datos esta información es accesible.

Gutierrez E. (2019) Cuerpo central usuario, Arquitectura final [Figura 45]



Gutierrez E. (2019) Menu inferior, usuario, Arquitectura final [Figura 46]

Menu usuario.

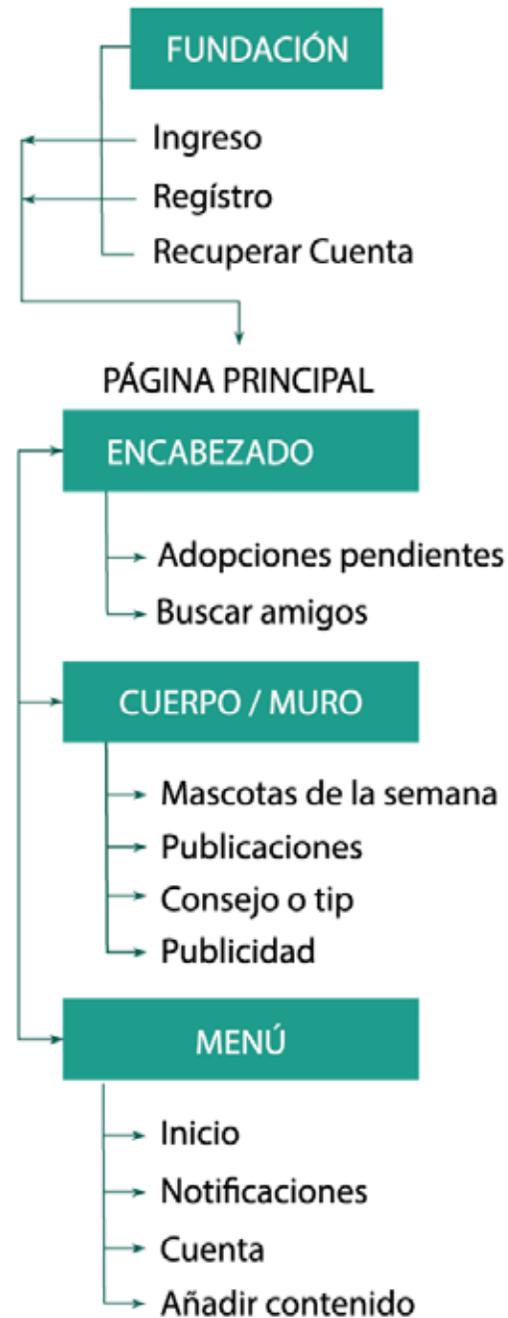
En el caso del menú de igual manera se intentó simplificarlo reduciéndolo a cuatro opciones viables, el inicio mantiene su función principal, en el caso de las notificaciones, se vió

necesario implementar la opción de eventos dentro de esta sección, pues es un punto importante pero no primordial, en el caso de la publicidad de auspiciantes, estas serán visibles en el muro de la aplicación con el fin de darle una mayor importancia. En el

perfil del usuario se implementó la botonera de configuración para que el usuario pueda editar su perfil y ajustes de la app, así como también cerrar su sección o cuenta conforme lo desee. Agregar contenido se conserva como se mencionó anteriormente.

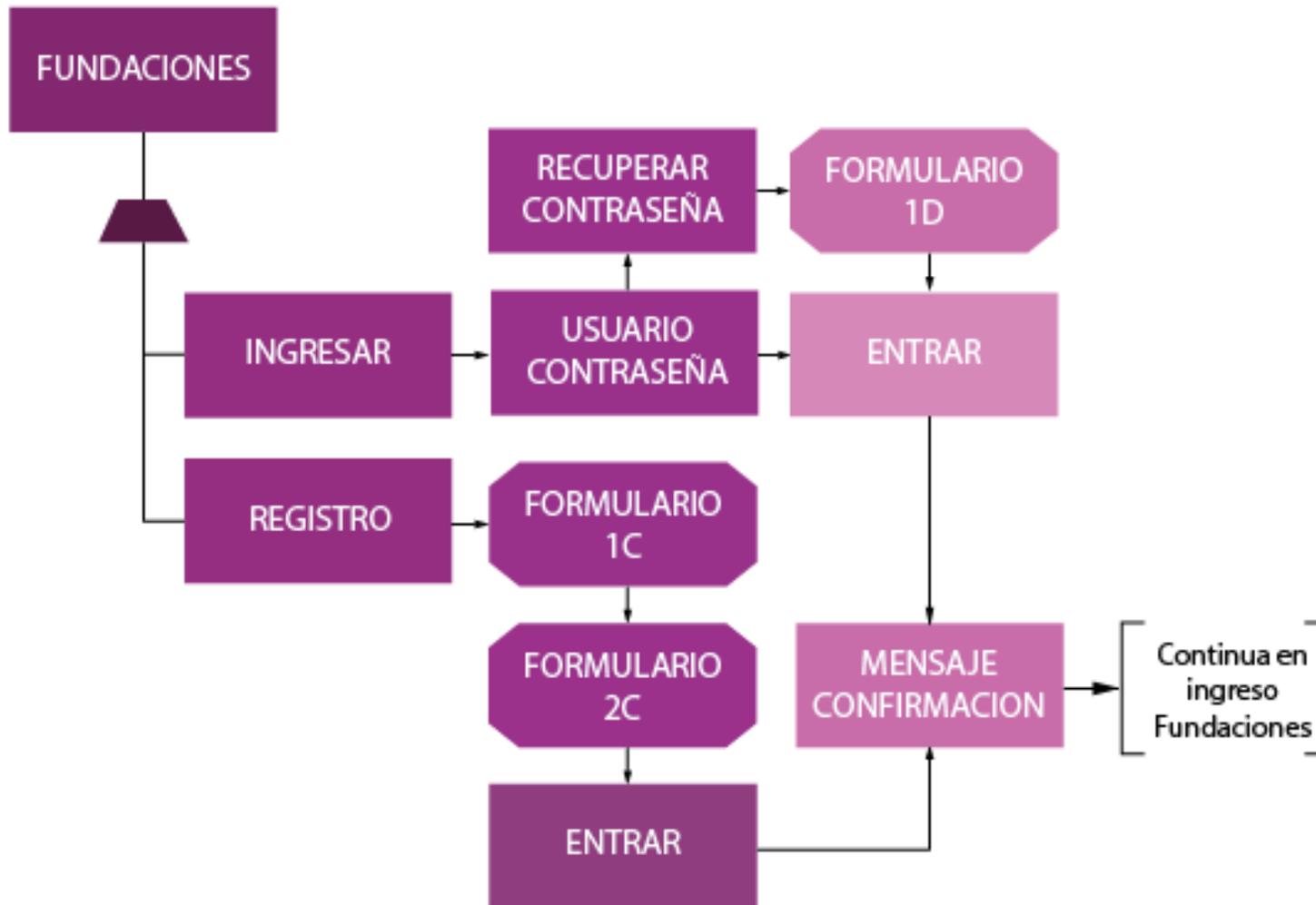
Fundaciones

Como bien se ha propuesto las fundaciones tienen su propio método de ingreso dentro de la aplicación, el usuario fundación es quien elige su forma de ingreso. A continuación se presenta el esquema general con algunas correcciones de contenido de acuerdo al test de usabilidad, en algunos casos similar a la interfaz de usuario, estos se detallarán más adelante.

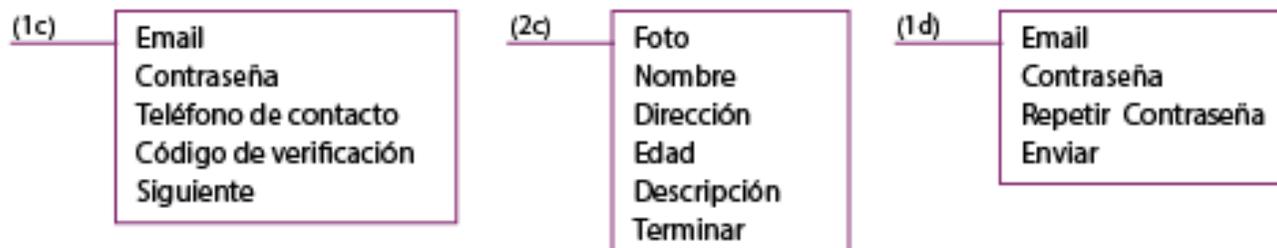


Ingreso

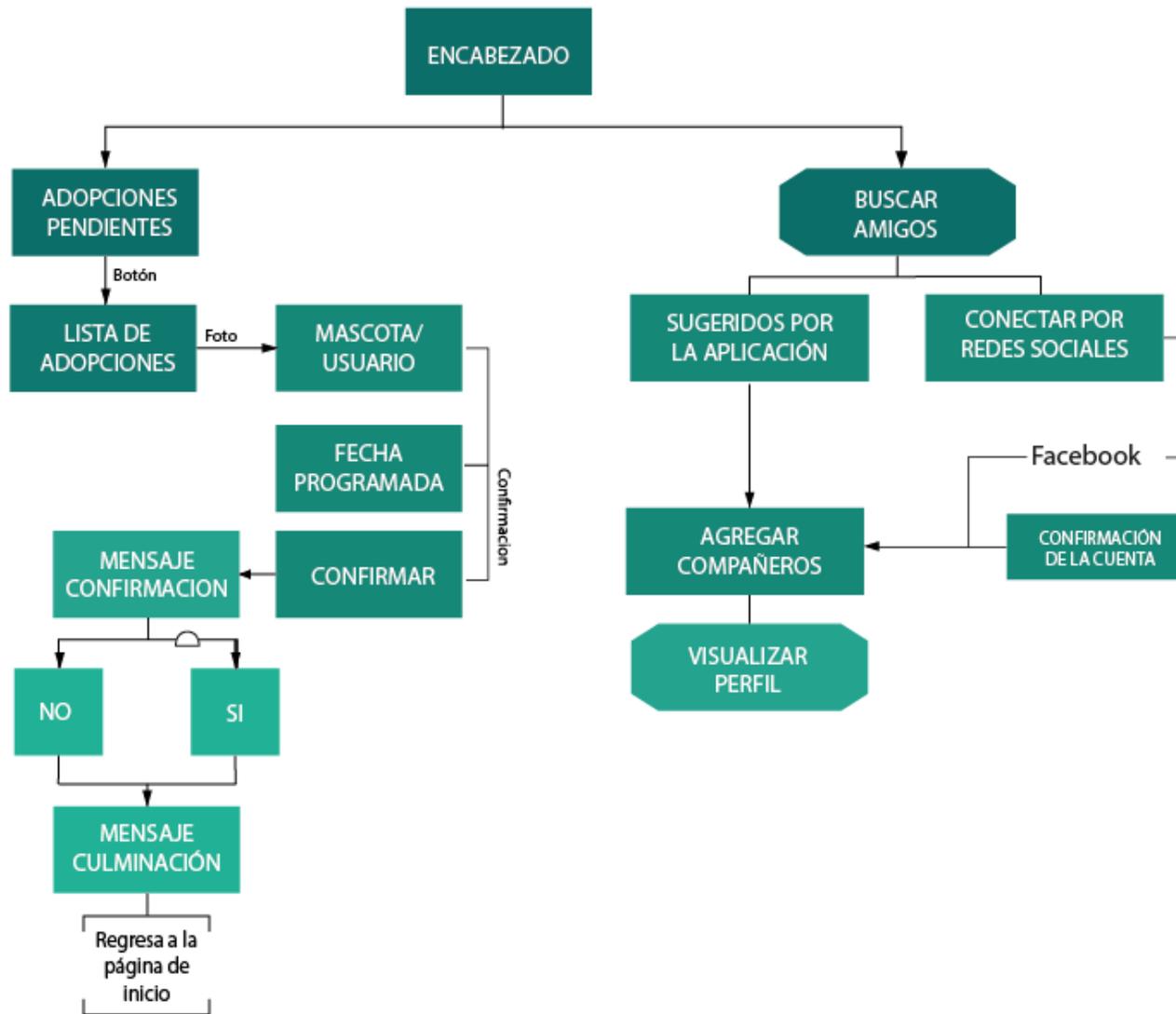
Inicialmente se propuso acceder a la aplicación mediante conexión directa con Facebook, sin embargo esta opción representó un problema debido a que varios usuarios administran su centro de protección animal, es complicado procurar solo una cuenta, por otro lado en temas de programación y protocolos de privacidad, vincular una asociación con un código de verificación exclusivo altera ciertas normas en cuanto a la vinculación con Facebook, este punto pudo ser aclarado gracias a una programadora especializada en aplicaciones móviles Srta. Paola Reino, quien planteó una solución viable, la cual consiste en realizar el ingreso con un formulario de registro y ya dentro de la aplicación se podría incluir el vínculo por Facebook a una cuenta específica de la fundación para compartir y viralizar contenido. Las otras funciones se conservan, como formulario de registro, la recuperación de cuenta vía email, y de igual forma el código de verificación sin excepción por las normas de adopción que promueven las fundaciones.



FORMULARIOS DE REGISTRO FUNDACIÓN

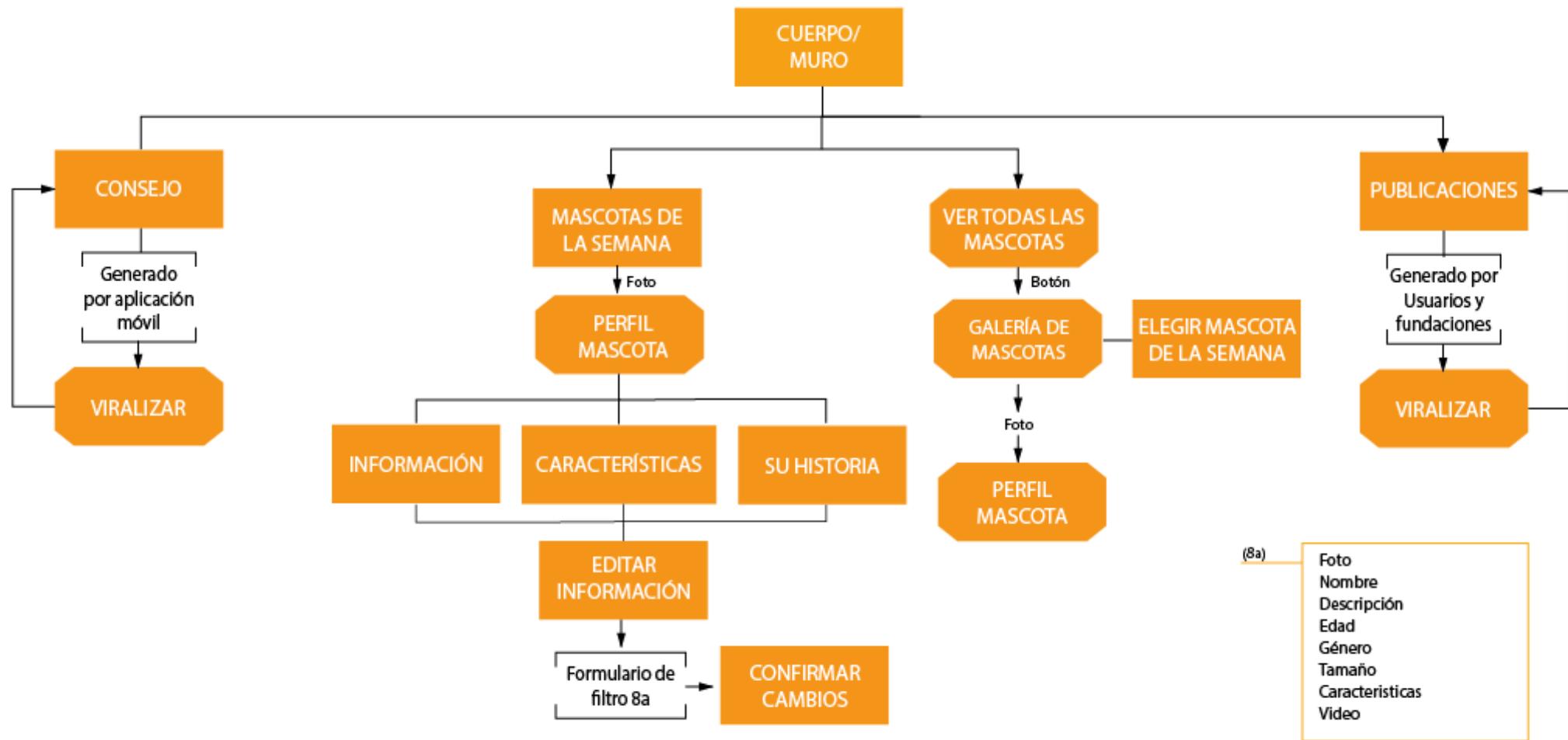


Gutierrez E. (2019). Ingreso para fundaciones. Arquitectura Final [Figura 47]



Encabezado

El encabezado conserva sus funciones anteriores, los cambios que cabe mencionar es que al igual que en los usuarios, el vínculo de red social será únicamente facebook, se espera que más adelante se puedan incluir otras redes sociales, y en cuanto a la concreción de la adopción, esta será de acuerdo a la fecha y hora planteados por el usuario, en caso de no confirmarse la fecha, o el horario sea incorrecto, se realizará por medios convencionales gracias a la base de datos que tiene la aplicación. Es importante anotar que la información de los usuarios será visible únicamente en casos especiales que se requiera.



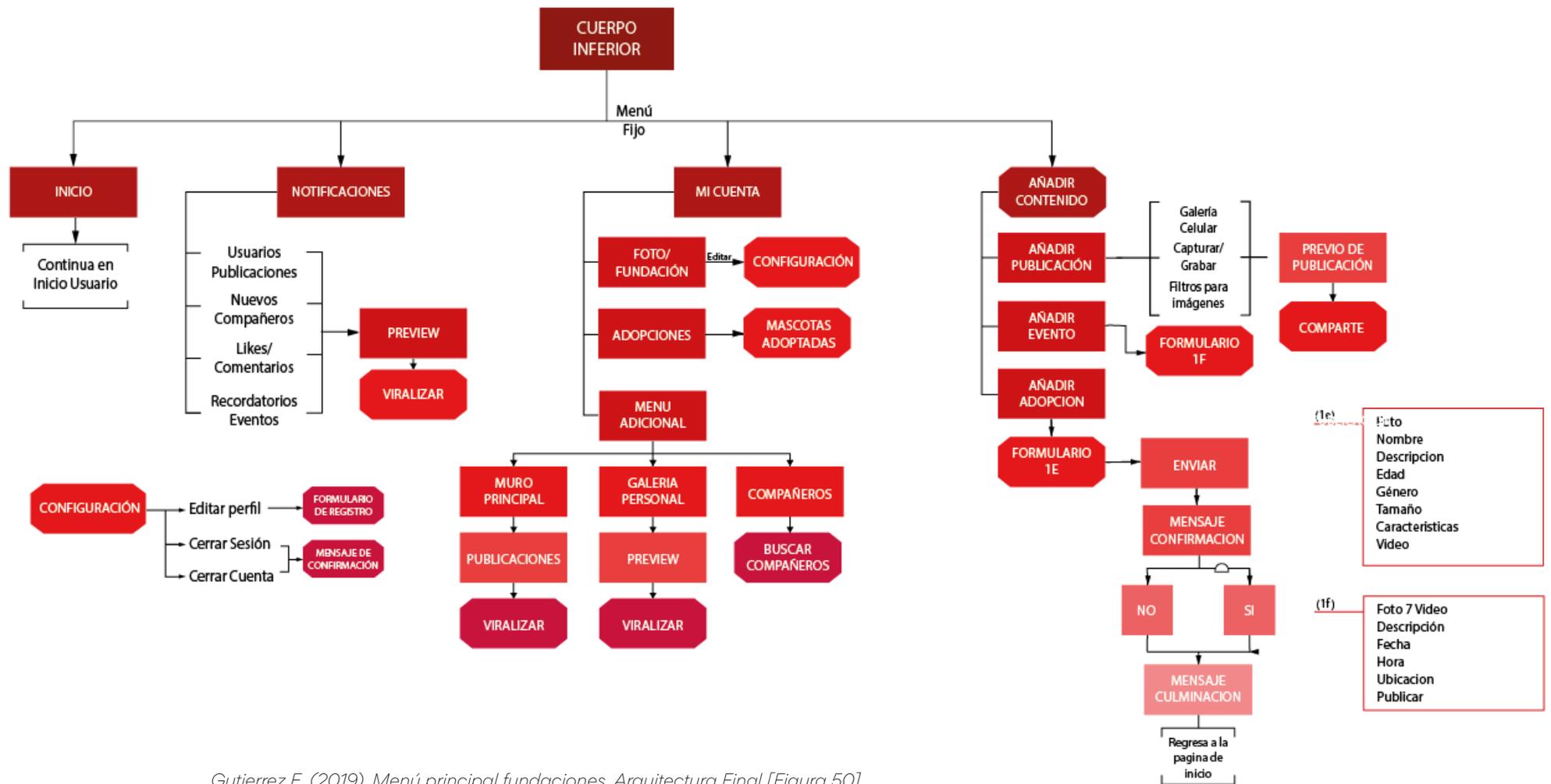
Gutierrez E. (2019). Cuerpo central fundaciones. Arquitectura Final [Figura 49]

Cuerpo Central Fundaciones

Los cambios propuestos en el cuerpo central de las fundaciones son la visualización del perfil de la mascota con un menú interno adicional que muestra su información, características y su historia, con opción de poder editar

la, en el caso de adoptarse una mascota, esta se eliminará automáticamente de la galería de los usuarios, pero su perfil seguirá visible para las fundaciones con el fin de dar seguimiento a la mascota con su respectivo dueño. Dentro de la galería de cada fundación se podrá escoger cuatro mascotas, que serán

las de la semana, estas se visualizarán en todas las cuentas de la app por el intervalo de una semana con el fin de que puedan ser adoptadas más rápidamente. Los consejos y tips serán publicados por la misma aplicación y las publicaciones se conservan como ya se ha mencionado anteriormente.



Gutierrez E. (2019). Menú principal fundaciones. Arquitectura Final [Figura 50]

Menú Fundaciones

Dentro del menú al igual que en la interfaz de usuario, se suprimió la opción de eventos, y se la incluyo en las notificaciones. En la sección de perfil igualmente se incluyó la opción de configuración, para que

las fundaciones puedan editar su información, y administren su cuenta dentro de la aplicación. La opción de añadir contenido incluye: añadir adopción, publicación y evento con sus respectivos pasos y formularios. La opción de inicio se conserva con las funciones anteriores, cabe mencionar

que la tienda de canje no esta disponible para las fundaciones, dado que estas necesitan otro tipo de retribución que se tratará más adelante.

03

CAPÍTULO TERCERO

DISEÑO Y PROTOTIPO



1.1 PLANO ESQUELETO

En el plano esqueleto de acuerdo a Garrett, se desarrollan los elementos de interfaz y movimiento para asegurar la máxima eficiencia y el mejor diseño en la presentación, para así facilitar su entendimiento. Gracias al test de usabilidad, se identificaron algunas características de navegabilidad por el sitio, así como, micro interacciones sugeridas por los usuarios que se consideraron tanto para el diseño de interfaz, como para el diseño final. Las transiciones, animaciones y conexiones de página, son esenciales en este proceso al igual que, otros factores que se nombran a continuación.

Navegabilidad, forma y función

La multimedia planteada consta de dos interfaces que interactúan entre sí. Una, la plataforma por la que ingresan los usuarios a la aplicación para adoptar una mascota, compartir contenido, navegar e interactuar con otros usuarios, agregar información en su cuenta privada, acceder a premios y compensaciones por usar la app, conocer

acerca del trabajo de las fundaciones. Por otro lado, la plataforma por la que ingresan las fundaciones autorizadas donde se podrá compartir contenido, interactuar y mantener a los usuarios informados acerca del trabajo, dar en adopción a las mascotas protegidas con mayor facilidad y así, contribuir eficientemente al problema de animales sin hogar.

Esta multimedia es de tipo social y entretenimiento por lo que, el tiempo no es un factor determinante. Los usuarios pertenecen a un grupo juvenil por ello, el sistema debe ser conciso y llamativo, basado en la interacción y diseño emocional que no aburra y al mismo tiempo, sea de fácil uso con el fin de informar y contribuir al objetivo principal.

Comunicación y contenido

Retomando el objetivo principal de la aplicación que, es crear un vínculo de interacción entre las fundaciones de protección animal y la sociedad, el tema en cuestión es cómo mantener a los usuarios y fundaciones interesados y comprometidos en ayudar a los animales sin hogar de una u otra forma. Por esta razón, es importante mantener un valor semántico que ayudará al



usuario a distinguir entre el uso de elementos gráficos de plataformas similares y, la incorporación de nuevos elementos que pueda emplear para continuar con las acciones que desee, manteniendo una interacción emocional y personal donde el dispositivo se comunica con el usuario de manera amistosa y lo apoya en caso que lo requiera, evitando textos largos e incorporando el uso de imágenes, íconos y animaciones que sean entendibles.

Con respecto al contenido, la aplicación motivará al usuario en cada ingreso y lo guiará a lo largo de las opciones, en su contenido se mostrará las publicaciones o interacciones recientes por los usuarios y fundaciones haciéndolo entretenido,. En el proceso de navegación se mostrarán los beneficios de apoyar a los animales sin hogar creando una comunidad de amantes a los animales logrando que más personas se sumen a la causa.

Usabilidad

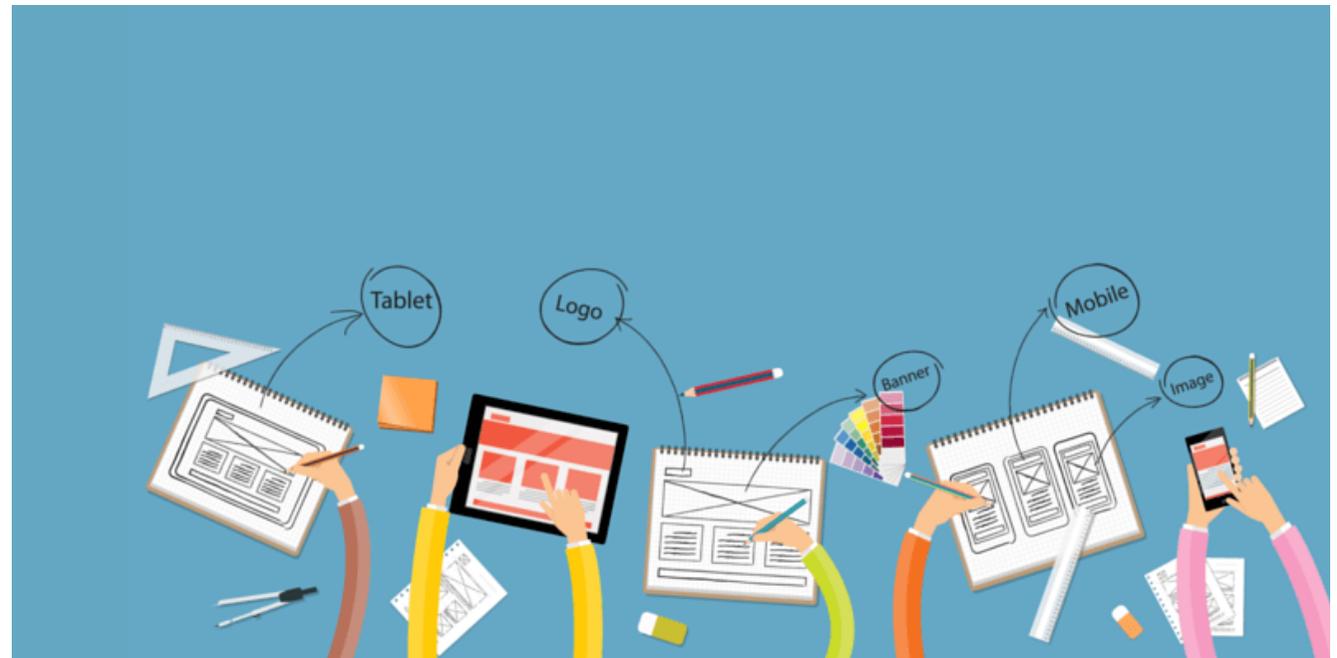
La aplicación debe ser de fácil uso en este punto es importante aprovechar al máximo ciertos parámetros de

navegabilidad ya usados con anterioridad. La presentación de la información es sumamente importante por ello se considera un menú fijo para que el usuario acceda a cualquier servicio de manera rápida y desde la mayoría de páginas, se incluirá también el uso de formularios con llenado de opción múltiple y, empleo de gráficos para no cansar al usuario además de, apoyar las interacciones con animaciones, para que sea una experiencia agradable, este tipo de elementos se construirán con ayuda de softwares especializados de adobe.

El flujo de las páginas deberá corresponder a las acciones del usuario y en el orden jerárquico planteado en la arquitectura del sitio con transiciones de página acorde al contenido presentado.

Soporte

El soporte de la aplicación se establecerá en un formato de pantalla de 1334 x 750 píxeles, empleando todo el espacio disponible, con el fin de que sea compatible con otros dispositivos celulares.



Vivanko E. (2019). Test de usabilidad web [Figura 51]

En el diseño de una aplicación móvil, es importante tener en cuenta las especificaciones de la plataforma donde la misma se implementará. Google material (2018), propone un esquema de requerimientos para aplicar a un sistema operativo Android y ofertarla posteriormente en el Play Store.

2.1 DIAGRAMACIÓN Y COMPOSICIÓN

El diseño del material, esta guiado por elementos como la tipografía, las cuadrículas, el espacio, la escala, el color y las imágenes con el fin de crear jerarquía, significado y enfoque que sumerjan al usuario en la experiencia.

El bosquejo de materiales adopta herramientas del campo de impresión como: cuadrículas de línea de base y plantillas estructurales que, fomentan la coherencia de todos los entornos mediante la repetición de componentes visuales y estéticos los cuales, se explicarán a continuación.

Unidades y medidas

Densidad: La cantidad de píxeles que caben en una pulgada se conoce como “densidad de píxeles” (dp). Las pantallas de alta resolución tienen más bits por pulgada que las de baja densidad. Estos independientes de densidad, son unidades flexibles que se escalan a dimensiones uniformes en cualquier pantalla. Los elementos visuales de diseño se pueden escalar para que se vean iguales, tomando en cuenta la calidad de pantalla del dispositivo para el que se diseñará mediante estas relaciones (Google Material, 2018.)

En el caso de la escala, considerando que todos los dispositivos no son iguales debido a la definición de pantalla, en el caso del presente proyecto la densidad de pantalla empleada sera de 160, con un ancho de pantalla de 240px, con un radio de pixel de 1,5 y la resolución de pantalla total es de 750 x 1334px

Cuadrícula de diseño:

La cuadrícula de diseño que presenta el proyecto en cuestion utiliza cuatro columnas de 154px, para una escala proporcional, el cambio significativo



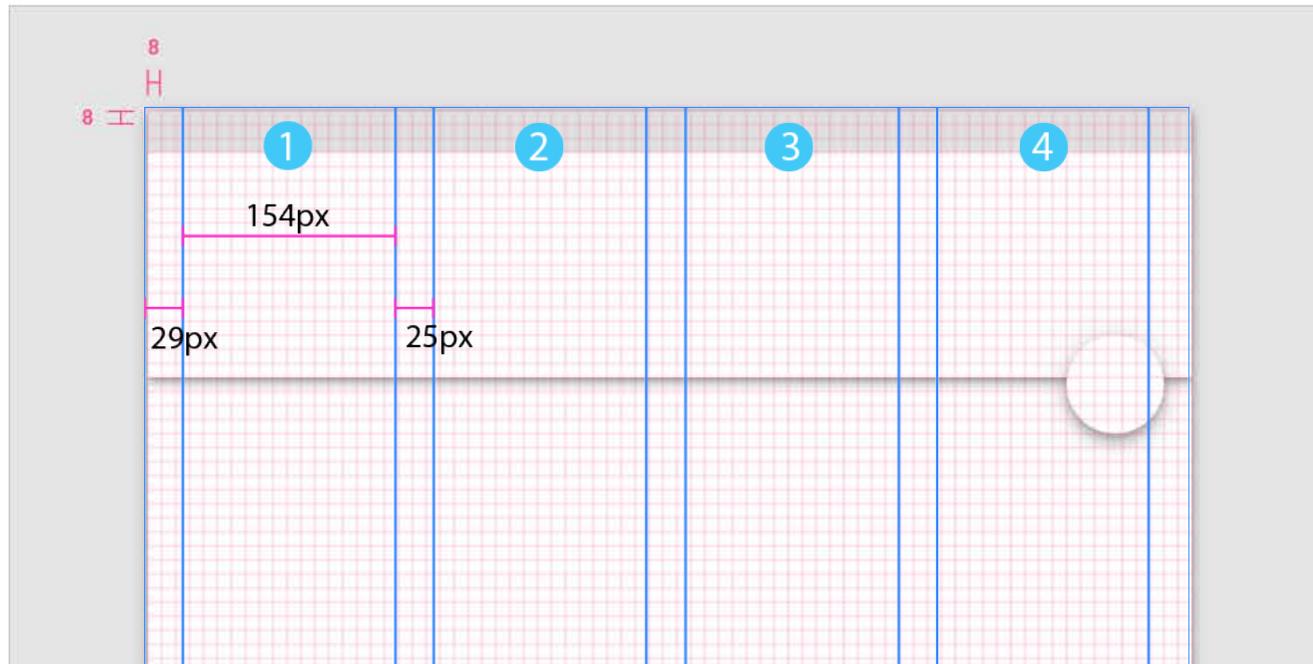
2.2 ESTÉTICA Y TECNOLOGÍA

Estética:

Las imágenes empleadas serán gráficos bidimensionales para las ambientaciones, transiciones entre páginas y ciertos mensajes de ayuda en la aplicación. Las imágenes se presentan en alta resolución para ser ajustables en los casos que lo requieran, por ello la aplicación deberá exigir un estándar de resolución mínima de 600 x 800px, por otro lado, las animaciones tendrán imágenes vectoriales para asegurar la calidad de las mismas.

Animaciones:

Si bien es cierto, no hay límites en la animación sin embargo por cuestiones de peso en la realización del prototipo, estas serán de corto tiempo y a manera de *loop* para que exista una continuidad ilimitada, estas animaciones tienen el objetivo de entretener de mejor manera a los usuarios dentro de la aplicación.



Gutiérrez E. (2020). Cuadrícula de diseño empleada [Figura 52]

sucede en el ancho de las columnas, los canales y márgenes se conservan. Para los métodos de espaciado se utilizó una cuadrícula de referencia, con el fin de ajustar las proporciones, los contenedores y los objetivos táctiles, la cuadrícula usada fue de 8dp. (figura 52)

Tipografía:

Una recomendación de diseño general es que no se debe emplear más de tres tipografías en un sistema, por ello, se empleará una sola familia con cuatro de

sus variantes: Gordita, con variaciones en light, regular, bold e italic, con el fin de distinguir de mejor manera un contenido de otro.

Interacción:

La interacción está prevista de acuerdo a las transiciones de página en concordancia con su orden jerárquico mediante deslizamientos hacia la derecha e izquierda y hacia arriba y abajo para visualizaciones, desvanecimiento, entre otros.

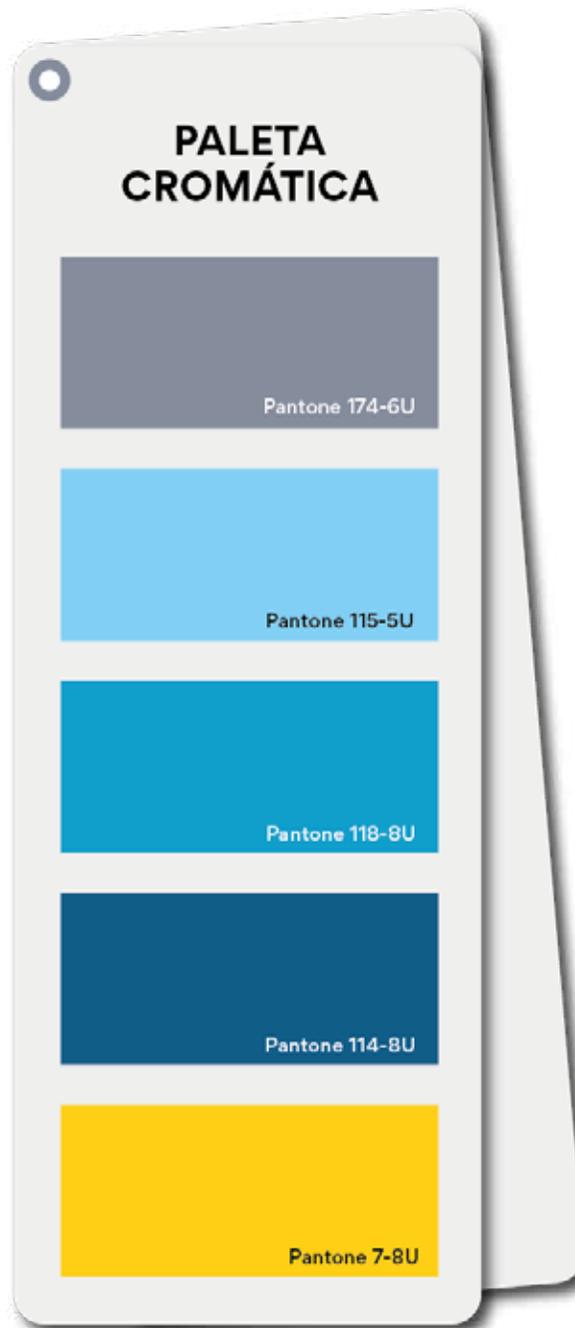
Video

Las animaciones serán realizadas en motion graphics para video, sin embargo el prototipo funcional únicamente se aceptan gifs, por lo cual los videos serán transformados a este formato.

Color

Debido a las características a considerar como la información, el target y las acciones que se realizarán, la elección cromática ideal será en colores llamativos, en especial el empleo de un color cálido como predominante y algunos tonos fríos en contraste para complementar esta paleta. Desde un punto de vista psicológico, estos matices son más atractivos para el público objetivo a quien nos dirigimos ya que, son alegres y evocan amistad, acompañados de blanco, negro y gris en el caso de que se requiera.

A continuación, se muestra la gama cromática a emplearse en el diseño final.



Gutiérrez E. (2020). Paleta cromática [Figura 53]

Tecnología

Posterior al boceto de los elementos a emplearse en la aplicación, se procederá a diseñar y elaborar la app y su prototipo funcional con el uso de softwares especializados.

Adobe Ilustrador: Programa que trabaja con imágenes vectoriales por lo que, la calidad del diseño no se ve afectada y puede escalarse a la dimensión deseada. En este software, se efectuarán los elementos gráficos de la página como botoneras, íconos, algunas ilustraciones y la colocación de textos.

Adobe Photoshop: Programa que trabaja con imágenes en mapa de bits. En este programa es importante tomar en cuenta la escala gráfica en la que se trabaja, el empleo de este software será en la edición de iconografías y creación de gifs animados que, funcionarán dentro de la aplicación.

Adobe After Effects: Programa especializado en la realización de gráficos profesionales en movimiento. Este contribuirá en la animación de ciertos elementos de interacción dentro de la aplicación.



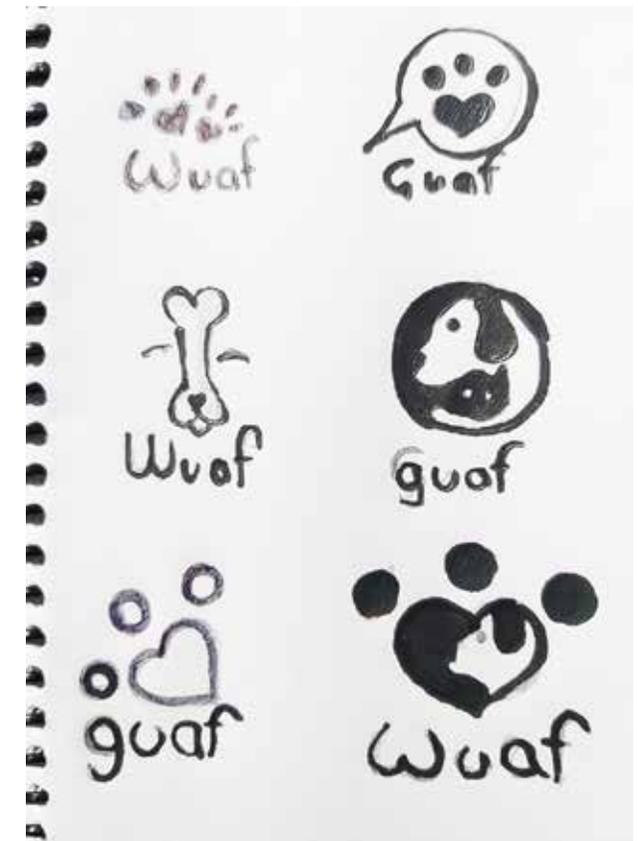
3.1 PLANO SUPERFICIE

El plano superficie se refiere al tratamiento visual de los elementos de texto, gráficos en la página y componentes de navegación. En este punto se desarrollan los primeros bocetos de la aplicación con las interacciones y conexiones de página, luego se los experimentará con wireframes en mancha, para equilibrar el peso visual de dichos elementos, continuando con la vectorización de los elementos gráficos, las animaciones de página y la elaboración del prototipo inicial.

Bocetos Iniciales

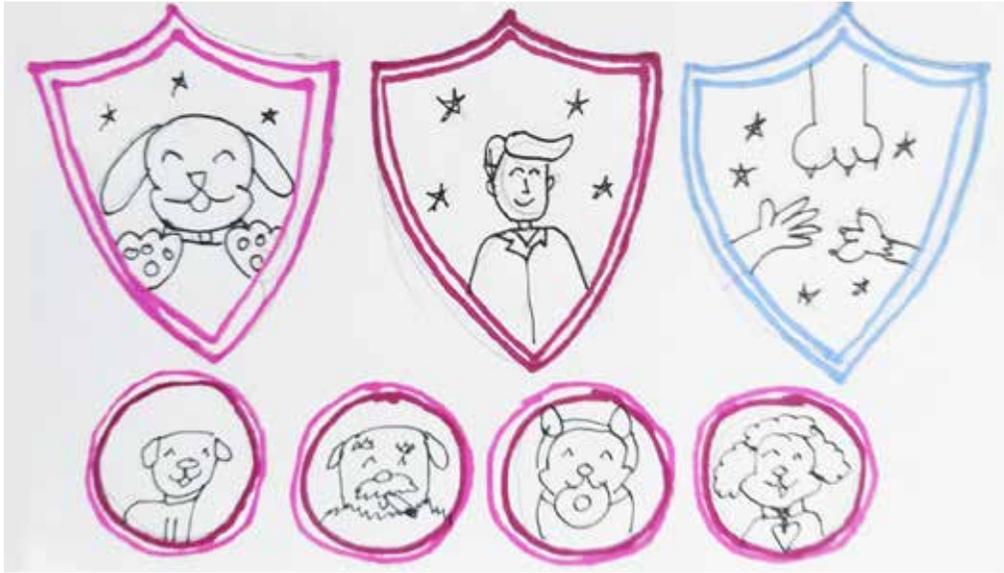
En la elaboración del diseño de la aplicación, se comenzó con el bocetaje inicial de todos los elementos gráficos que formarán parte de las páginas de la misma. El primero corresponde al logotipo de la app, seguido de los bosquejos de las páginas donde, se utilizaron ciertos elementos de

interacción investigados y mencionados por los usuarios. Luego están los diseños de las ilustraciones e íconos.



Gutiérrez E. (2020). Bocetos Logo [Figura 54]

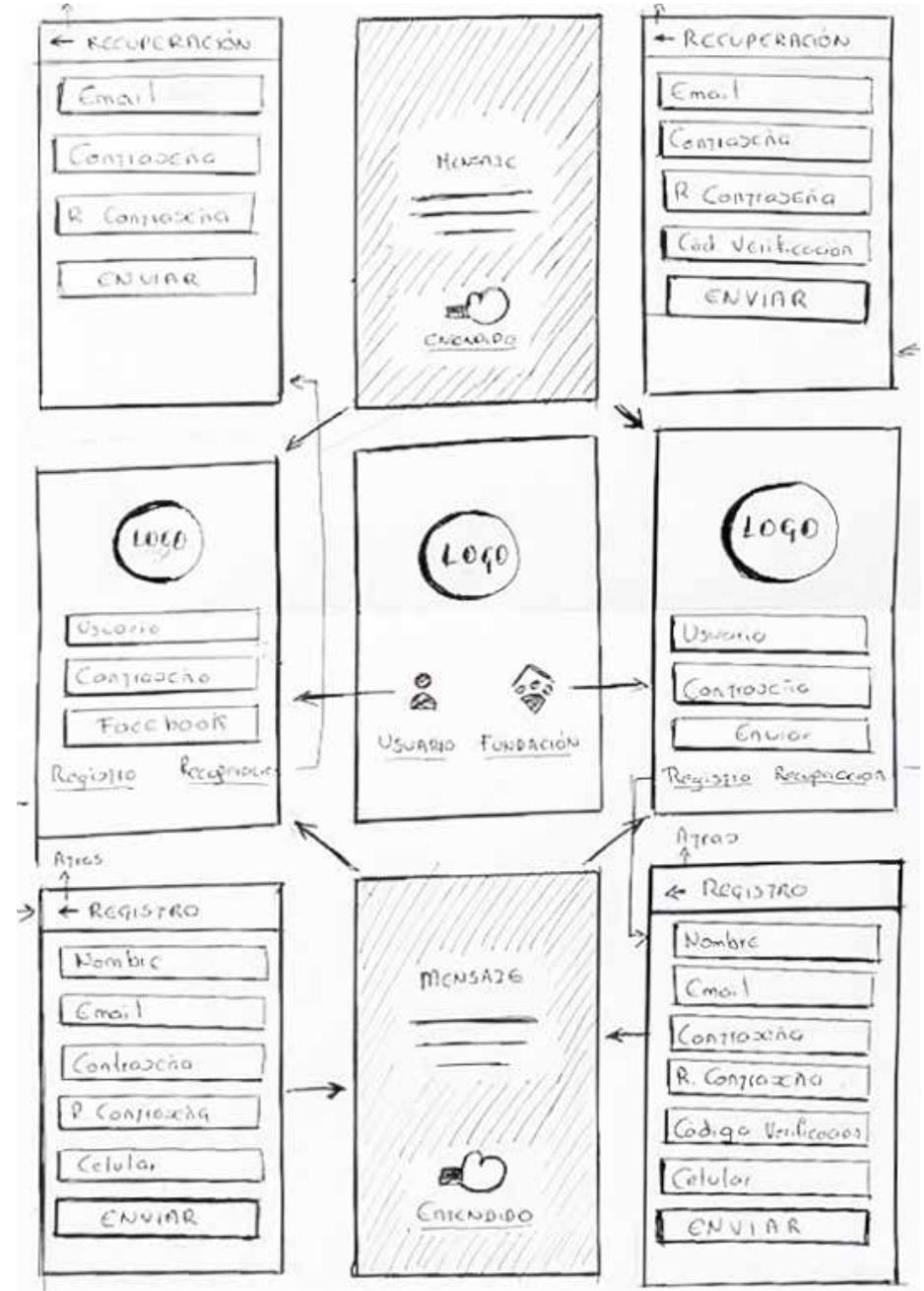
Entre otros bocetos realizados también se muestra más adelante esbosos acerca de la tienda de canje de beneficios para los usuarios, en este punto se definió también algunos aspectos de relación entre usuario - aplicación para ciertas secciones, en especial la tienda de canje y el conteo de puntos.



Gutiérrez E. (2020). Bocetos de la tienda de canje para consejos y gratificaciones [Figura 55]



Gutiérrez E. (2020). Bocetos de iconografía para la aplicación [Figura 56]

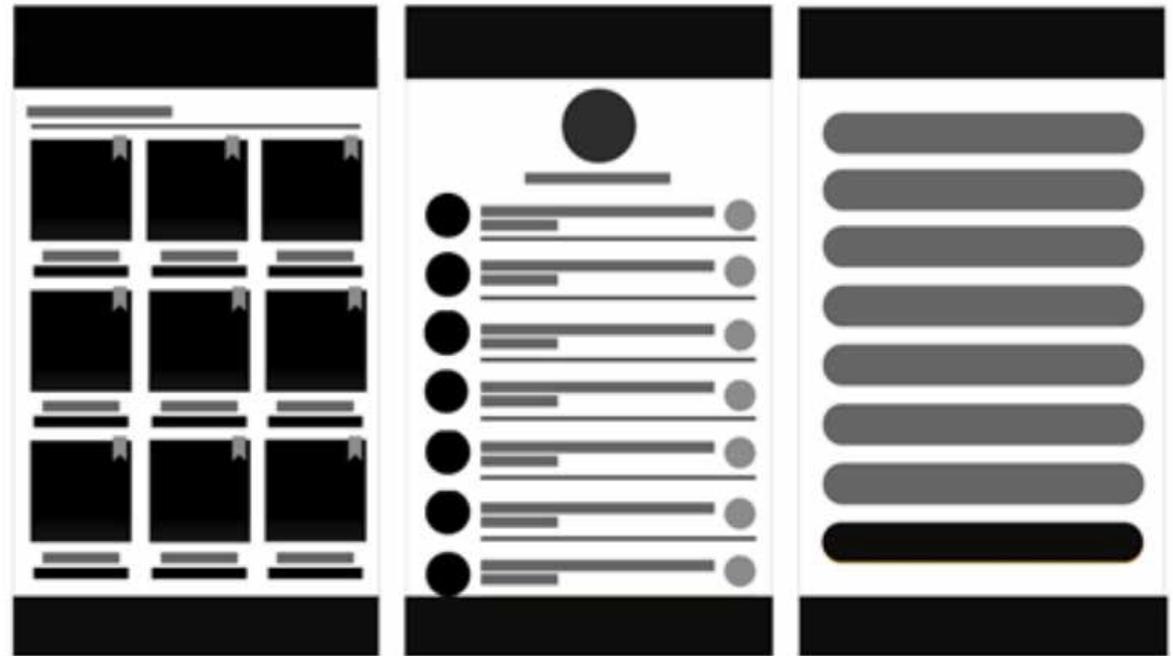


Gutiérrez E. (2020). Bocetos de pantallas para aplicación móvil [Figura 57]

3.2 ELABORACIÓN DE WIREFRAMES

Los wireframes o esquemas son una guía visual en mancha que representa el esqueleto de una página; es decir, es una representación visual del diseño y ordenamiento del contenido, con la incorporación de los elementos de interfaz y elementos gráficos. Por lo que, considerando los parámetros anteriormente definidos y los resultados del test de usabilidad en la arquitectura, se crearon los para definir la dirección que tomará el diseño con apertura a realizar las modificaciones necesarias en navegación, interacción, micro interacción y equilibrio del contenido para así, obtener una mejor guía.

Los wireframes están elaborados a manera de mancha con el fin de equilibrar elementos diseñados en el boceto, a pesar de que fueron usados para el test de usabilidad anterior, estos esbosos no representan la guía del diseño final, pues dentro del proceso es normal que cambien ciertos aspectos.



Gutiérrez E. (2020).Elaboración wireframe galería, notificaciones y formularios. [Figura 58]



Gutiérrez E. (2020).Wireframe acerca de las publicaciones, muro y perfil personal [Figura 59]

4.1 GUAF

LOGOTIPO

A pesar de tener varias propuestas para el logo final como se muestra en el bosquejo inicial, se optó por uno de carácter más geométrico, la inspiración para el diseño es la huella de un perro que, llega a ser un símbolo para identificar a las mascotas, junto a un corazón que simboliza el amor y compromiso con cualquier causa que se persiga, para el naming, se usó un ladrido característico (guaf). Basándose en estos parámetros, el diseño se realizó sobre una retícula cuadrículada, sin embargo se tomo en cuenta formas circulares para la tipografía y el mismo logo, cerrando con un acabado rectangular en las terminaciones para dar un poco de contraste.

A continuación presento un pequeño manual de marca con las especificaciones técnicas que el logotipo requiere para su funcionalidad en las diferentes aplicaciones que se requieran.

GUAF LOGO



CROMÁTICA



TIPOGRAFÍA

guaf

Tipografía circular creada especialmente para el logotipo

Gordita

Lorem Ipsum is simply

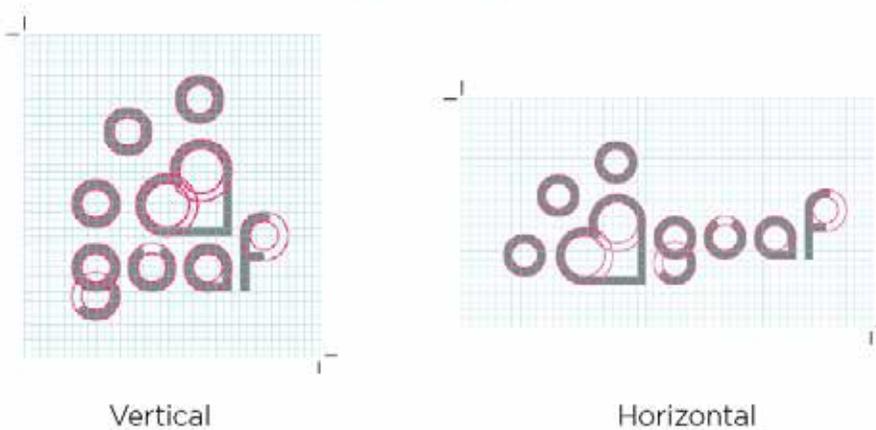
Gutiérrez E. (2020). Logo guaf. Manual de Marca [Figura 60]



CONCEPTO



RETÍCULA



VARIANTES



4.2 ÍCONOS

DISEÑO Y COMPOSICIÓN

En el diseño y vectorización de los íconos, se empleó la retícula que recomienda Google Materials para lograr uniformidad tanto en los íconos circulares y verticales, como en los horizontales y cuadrados con una medida de 24dp.

Estos íconos se adaptan a un sistema gráfico general necesario en formularios e interacciones, a excepción de algunos que tienen una función especial dentro de la aplicación como es el caso de mensajes de acción y botones de estado una determinada sección diferente al menú. Gracias a la evaluación previa en la arquitectura, se pudo distinguir una apreciación especial para ciertos identificativos, por su puesto en el proceso de realización algunos de ellos cambiaron en su función original, pero es normal dentro del proceso de diseño, a continuación se muestra la familia de íconos empleados.



Gutiérrez E. (2020).Set de Iconos [Figura 61]

4.3 SISTEMA DE COMPENSACIÓN

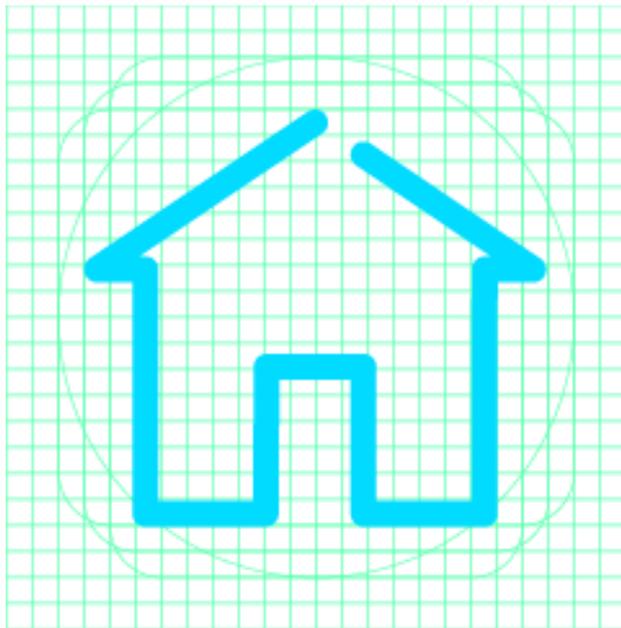
Para el sistema de recompensa, se consideraron tres niveles de interacción representados por escudos de una categoría teniendo así:

Principiante: para todos los usuarios que inicien como miembros en la app.

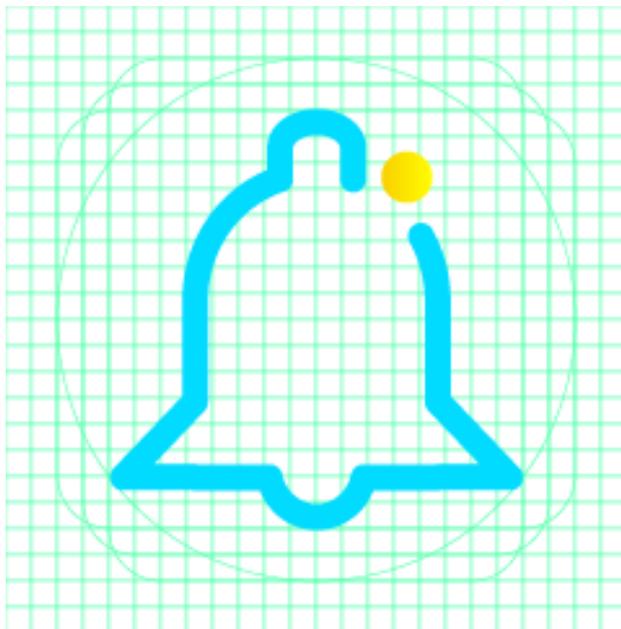
Intermedio: para cuando haya avances en el uso de la aplicación ya sea, subiendo fotos o compartiendo contenido.

Experto: cuando se domine por completo la app y el uso sea frecuente, se lograrán tener vínculos con las fundaciones y acceder a servicios especiales promovidos por auspiciantes asociados, tanto a la aplicación como a las fundaciones.

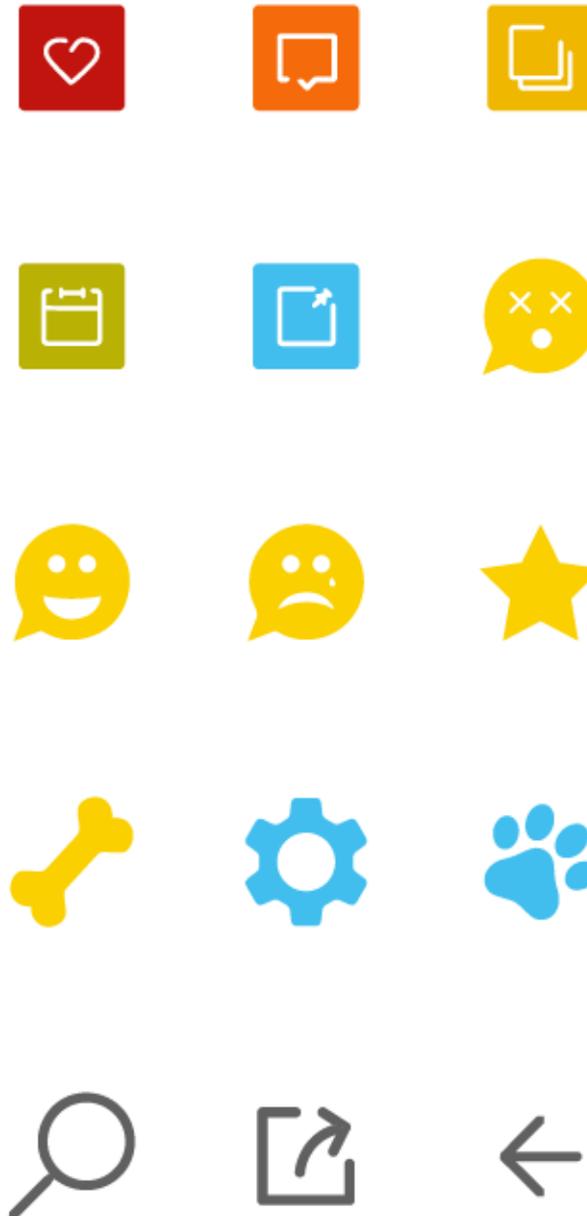
Para alcanzar dichos niveles, la persona deberá conseguir una cantidad determinada de huesitos que, se podrán canjear por medallas especiales. Estos



Gutiérrez E. (2020).Icono casa [Figura 62]



Gutiérrez E. (2020).Icono notificaciones [Figura 63]



Gutiérrez E. (2020).Iconos Alternativos [Figura 64]



Aumenta tu positivismo



Reduce tu estrés



Te mantiene en forma



Ayuda a tu corazón



Placa mejor compañero



Visita al veterinario



Baño periódico



Paseos frecuentes



Ayuda a ayudar



Placa mejor amo



Reconocimiento FAAN



Reconocimiento Peluditos



Reconocimiento ARCA



Reconocimiento Rescate animal



Placa mejor compañero

serán ganados al viralizar contenido, subir fotografías, hacer publicaciones e incluso, solo por acceder a la aplicación. Adicionalmente, se debe cumplir algún desafío o reto que le hará acreedor a una medalla, cuando se acumulen cuatro medallas del nivel se, conseguirá el escudo de categoría. Estas también podrán ser cajeadas por huesitos sin necesidad de realizar el desafío o reto; este sistema funciona como un muro coleccionable donde, cada medalla tiene un costo de 50 huesitos o, a su vez, se puede pagar 25 huesitos y cumplir el reto para obtener la medalla.

Categoría 1: principiante

Consiste en el escudo de mejor amigo, junto a las cuatro medallas que representan los beneficios que se obtienen al tener una mascota. Un perro feliz, hace feliz a su amo - Los juguetes de un can, liberan el estrés de su propietario - Pasear o jugar con la mascota, mantiene al dueño en forma - Tener un amigo de cuatro patas, ayuda al buen estado del corazón del responsable.

Categoría 2: Intermedio

Son el escudo de mejor amo y las cuatro medallas de los deberes que



tenemos con las mascotas. Asistir puntual al veterinario para vacunas y enfermedades - Mantener a la mascota en buen estado de salud e

higiene - Pasear y jugar con la mascota, dedicarle tiempo - Apoyar a otras mascotas que requieran ayuda.

Categoría 3: Experto

Refiere al escudo de asociaciones más las cuatro medallas de cada fundación. Esto ayudará a obtener canjes de servicios para mascotas, descuentos, entre otros beneficios.

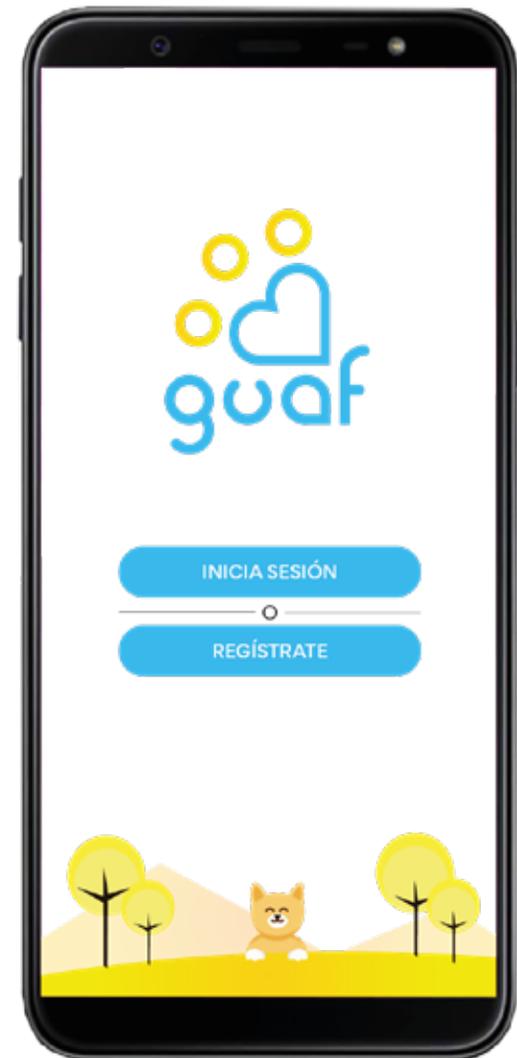
Al obtener todas las medallas y escudos, se podrá ganar una recompensa especial. El usuario canjeará filtros fotográficos para usarlos en sus publicaciones y de esta manera, hacer más divertido el posteo de fotografías.

En un futuro, se espera descartar las gratificaciones gráficas e implementar únicamente canjes especiales de auspiciantes.



1. Inicio

La aplicación inicia con la presentación del logo oficial.



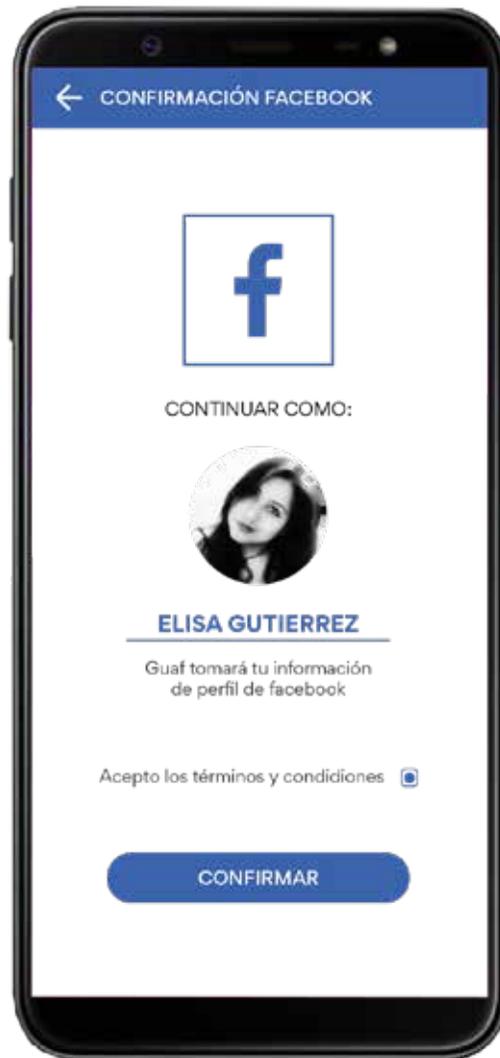
2. Inicio

Para el ingreso se presentan dos opciones; una para iniciar normalmente y la otra para registrarse mediante un formulario.



3. Inicia sesión

Esta opción aplica para personas que ya tienen registrada una cuenta en la app.



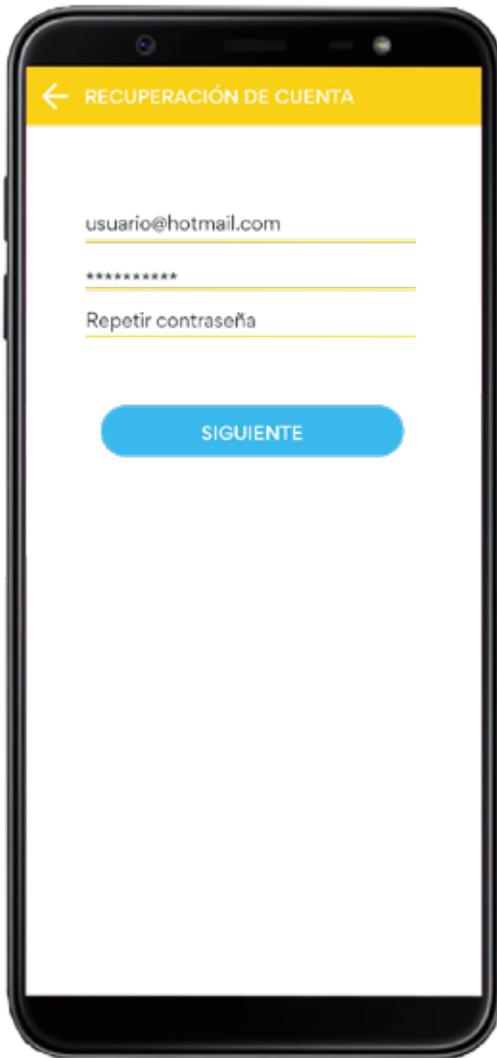
4. Confirmación facebook

Cuando una cuenta se vincula con facebook, es necesario confirmar la acción por cuestiones de privacidad y derechos.



5. Mensaje de Bienvenida

En cada ingreso a la aplicación, el usuario recibirá una gratificación automática de 5 huesitos (Puntaje de canje que se explica más adelante).



6. Recuperación de cuenta

En caso de olvido de contraseña, la app permite recuperarla mediante el correo electrónico.



7. Mensaje de recuperación

Una vez realizada la recuperación, se informará al usuario la confirmación de la acción concluida.



8. Registro de cuenta (primer paso).

Para nuevos usuarios, es necesario realizar un registro de cuenta, ya sea completando un formulario ó confirmando un vínculo mediante facebook aceptando sus permisos.



9. Registro de cuenta (segundo paso)

El siguiente paso del registro es completar datos adicionales del perfil, en especial la razón por la que se desea ingresar a la aplicación ya sea para adoptar, registrar o sólo colaborar.



10. Registro de cuenta (tercer paso)

En el caso de escoger la opción de adoptar, el usuario debe llenar un formulario de acuerdo a las condiciones de su vivienda y el motivo por el que desea realizar una adopción.



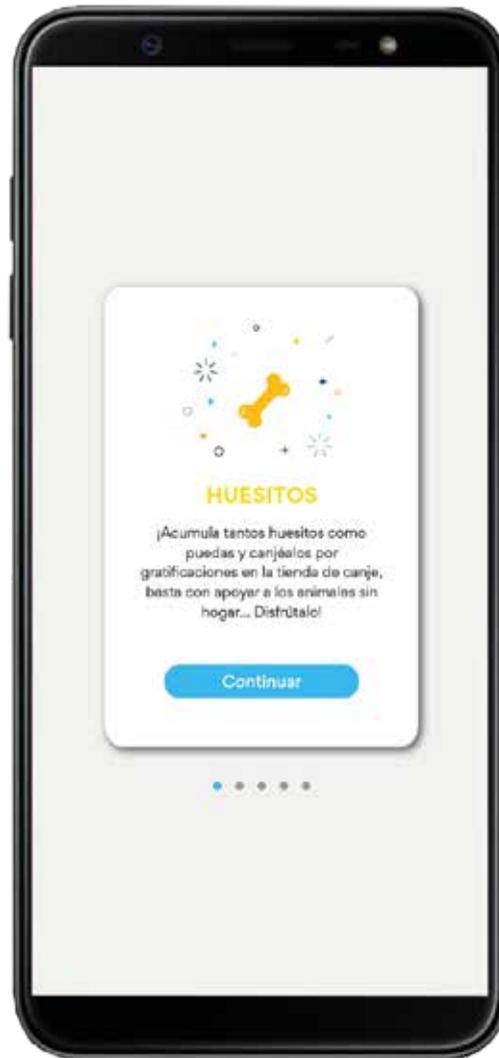
11. Registro de cuenta (tercer paso)

En el caso de escoger la opción de registrar, el usuario debe llenar un formulario con las características de su mascota, con el fin de que varias personas se sumen a esta comunidad.



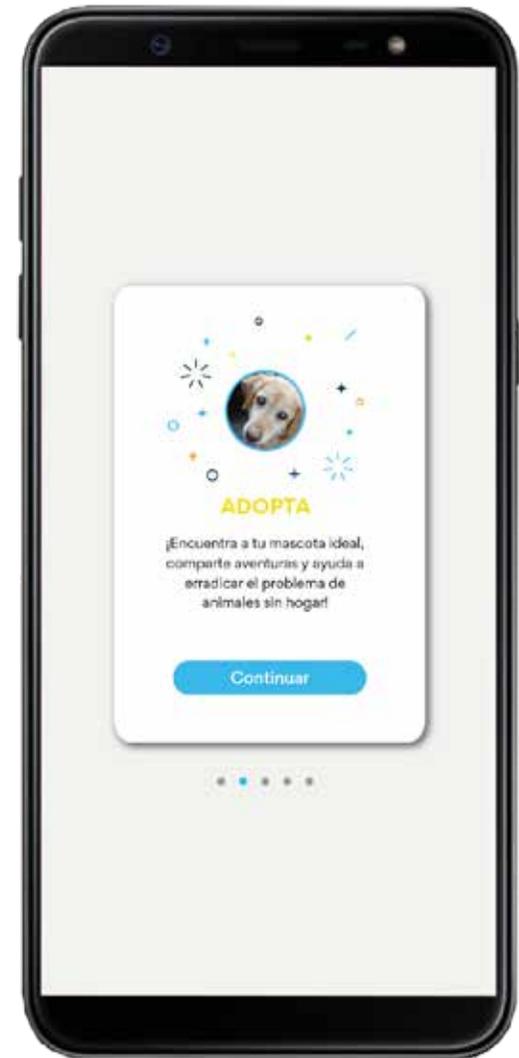
12. Bienvenida a usuarios nuevos.

Una vez finalizado el registro, la app muestra la opción para guiar al usuario mediante un tutorial que muestra todos sus servicios, en caso de no aceptar, se redirige a la pantalla principal.



13. Tutorial (Huesitos)

Los huesitos funcionan para un sistema de compensación mediante puntos, los cuales pueden ser canjeados por gratificaciones en la tienda, además funciona como nivel de popularidad.



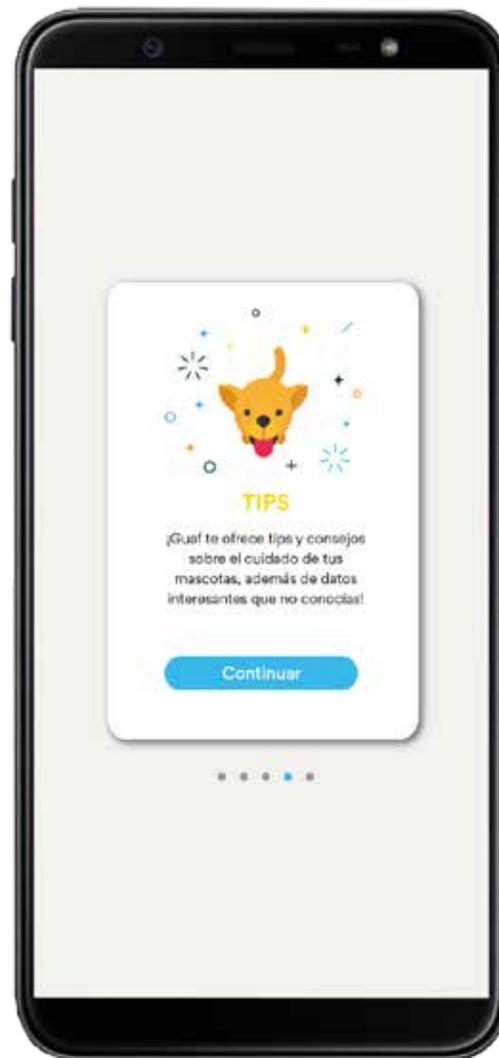
14. Tutorial (Adopta)

Dentro de la aplicación el usuario podrá adoptar a una mascota que promueva una fundación de protección animal, con su información y características que se explicarán posteriormente.



15. Tutorial (Haz amigos)

Gracias a la vinculación mediante facebook, los usuarios podrán encontrar e invitar amigos a ser parte de esta comunidad, o bien aceptar los que la app sugiere.



16. Tutorial (Tips)

Uno de los factores importantes de la app, es promover tips de mascotas, con el fin de educar a los usuarios sobre el adecuado cuidado de su mascota.



17. Tutorial (Publicaciones)

Además de realizar una adopción, el usuario podrá publicar contenido dentro de la app, lo cual ayuda a generar una comunidad de interacción con todos los amantes de los animales.



18. En espera

Como en varias aplicaciones sucede, algunas órdenes toman su tiempo, es importante informar al usuario que su acción está en proceso, esta pantalla lo hace de manera animada.



19. Página principal

Aquí se distribuyen todos servicios de la app como la tienda, buscar mascota, buscar amigos, tips, publicaciones, y el menú de navegación, es el punto de partida principal para cada acción.



20. Publicaciones por usuarios

Los usuarios pueden realizar las publicaciones que deseen, ya sea posteando fotos o videos, estos se visualizarán en su perfil y en la página principal con opción para compartir.



21. Publicaciones por fundaciones

Las fundaciones también pueden realizar publicaciones, ya sea de una mascota en adopción, un evento o una foto en general, esta se visualizará en todos los perfiles de los usuarios



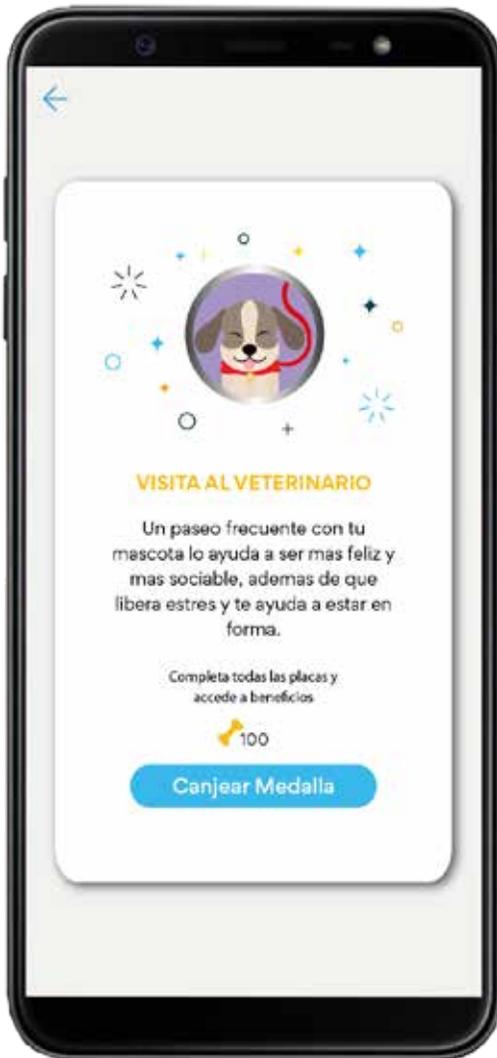
22. Publicaciones de Auspiciantes

Como parte importante de la app, se promueven gratificaciones por parte de auspiciantes, debido a esto es importante otorgar el espacio adecuado al auspicio en la pantalla principal.



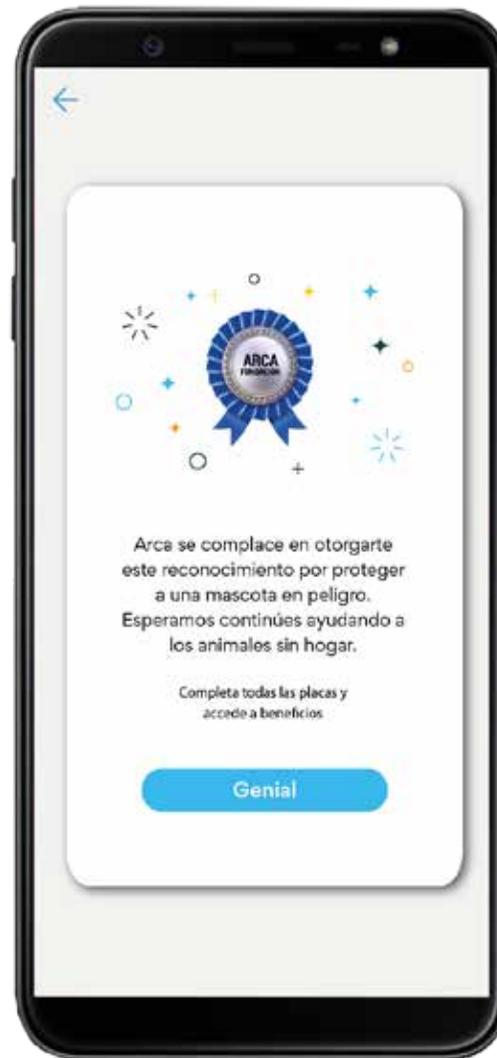
23. Tienda de canje

La tienda de canje permite al usuario recolectar medallas que le dan un estatus de popularidad dentro de la aplicación de acuerdo a la cantidad de huesitos y medallas que se posea.



24. Medallas

Esta medalla es canjeable por 100 huesitos, y es parte de una colección de cuatro medallas, al completar la colección el usuario se recibirá una placa visible desde su perfil personal.



25. Medallas honorífica

Esta medalla es un tipo de gratificación honorífica otorgada por las fundaciones automáticamente al realizar una adopción o asistir a su evento, las fundaciones premian la lealtad.



26. Placa

Las placas especiales se otorgarán a los usuarios que completen la colección de medallas, estas placas son beneficiosas debido a que con ellas se acceden a beneficios especiales.



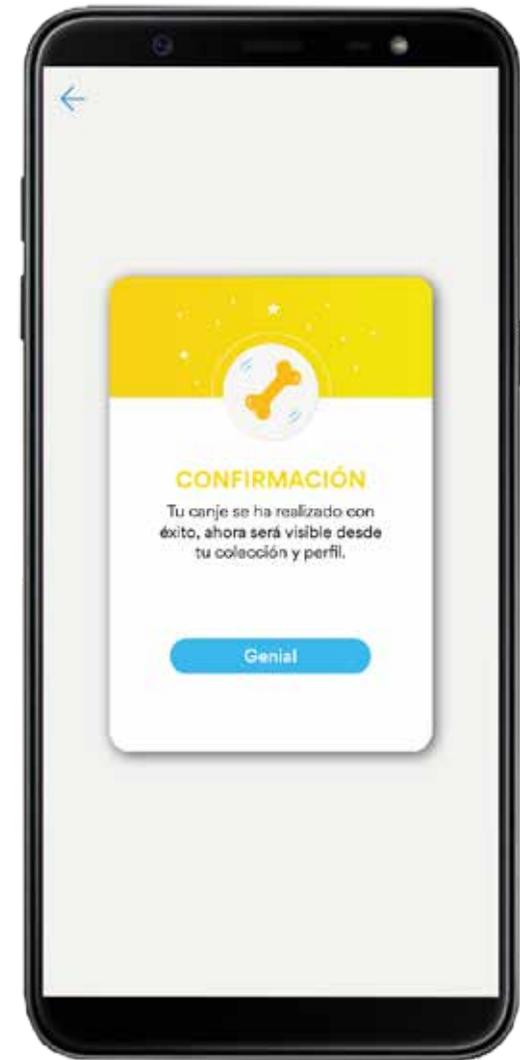
27. Gratificaciones de auspiciantes

Cuando el usuario haya completado toda una colección, la aplicación lo gratificará con un servicio especial promovido por los auspiciantes, en este caso una consulta veterinaria.



28. Confirmación de canje

Al realizar un canje por huesitos, la aplicación pregunta al usuario si está seguro de hacerlo, con el fin de darle oportunidad de dar un paso atrás de ser el caso.



30. Confirmación

Una vez realizado el canje la aplicación informa al usuario que su acción está lista y ha concluido con éxito.



31. Galería de Mascotas

Al realizar una búsqueda de mascota, la app muestra todas las disponibles, con un filtro simplificado para buscarlas por tipo (perro o gato) o por tamaño, sin distinción de raza o fundación.



32. Información mascota

Una vez escogida la mascota, se muestra su perfil en donde el usuario encuentra su información con la raza, color, genero, edad y condición médica indispensable para su adopción



33. Características mascota

Además de la información presentada, se muestra también sus características de comportamiento, toda esta información es proporcionada por la fundación que promueve la adopción.



34. Historia mascota

Las historias de rescate de cada mascota motivan a los usuarios, esta sección muestra eso precisamente con imágenes y videos.



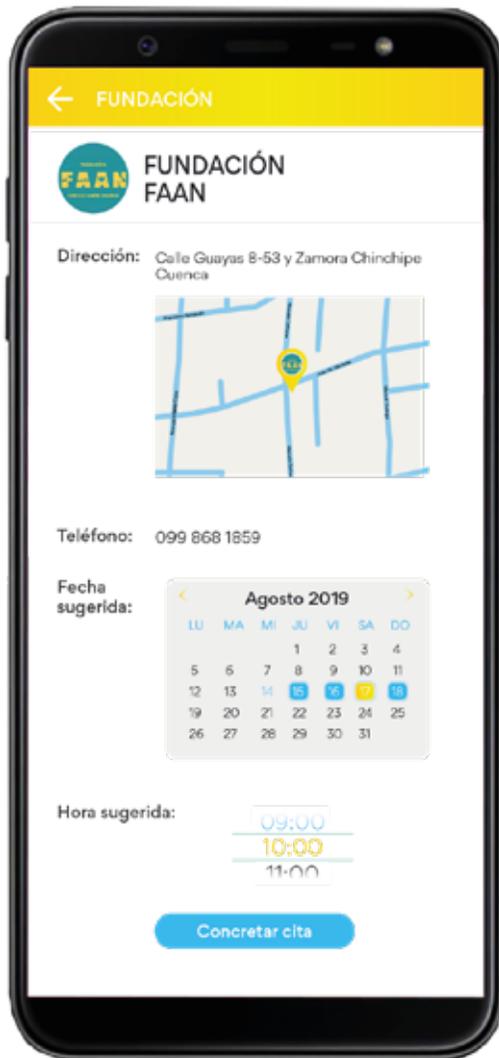
35. Confirmación adopción

Al realizar una adopción, la aplicación pregunta al usuario si esta seguro de hacerlo, con el fin de darle oportunidad de dar un paso atrás de ser el caso.



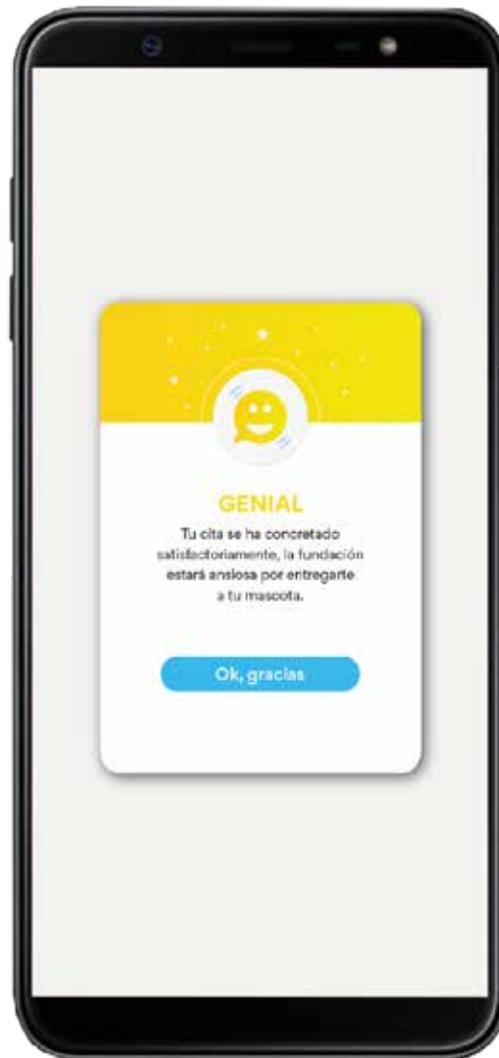
36. Mensaje de confirmacion

Una vez realizado el canje la aplicación informa al usuario que su acción esta lista y ha cuncluido con éxito e invita al usuario a agendar una cita con la fundación para obtener a su mascota.



37. Concreción de cita

La aplicación promueve un sistema de agenda inteligente que sugiere al usuario un día y hora adecuada para la cita con la fundación, con el fin de evitar cruces de horario con otros usuarios.



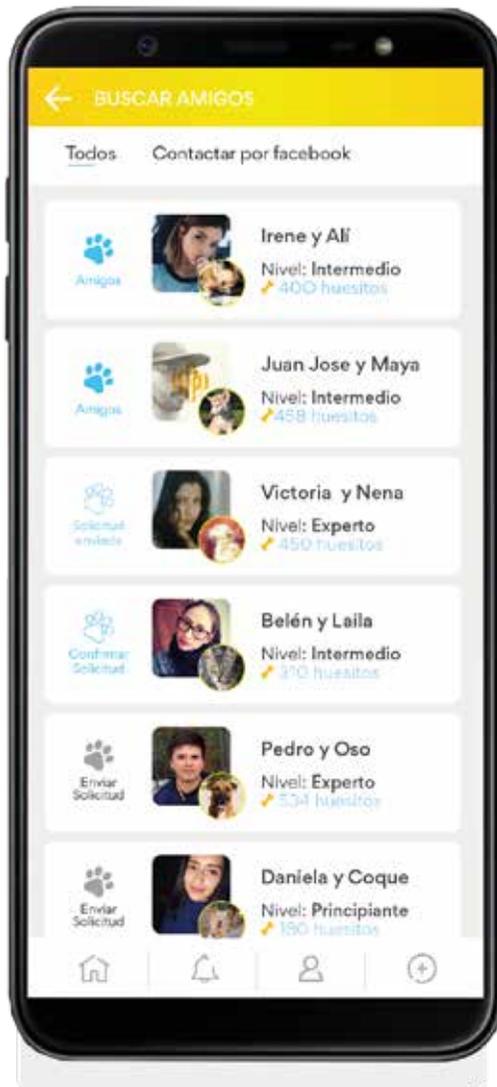
38. Confirmación de cita

Al concretar la cita, la fundación debe confirmarla en las próximas 48 horas, al concretarla, se enviará una notificación al usuario y así recibirá a su mascota.



39. Mensaje de “Lo sentimos”

En la realización de la app fue necesario integrar diseño y comunicación emocional, si el usuario no confirma la adopción, se informa que aun puede conseguir otra mascota.



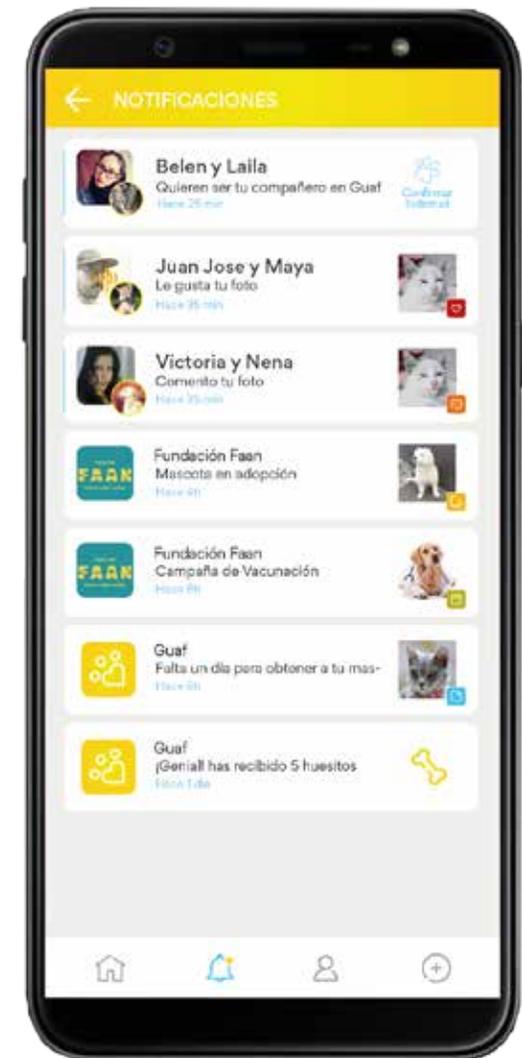
40. Búsqueda de amigos

Es importante interactuar con otras personas dentro de la app, por ello se sugiere al usuario algunos perfiles, o también muestra la opción de encontrarlos por facebook.



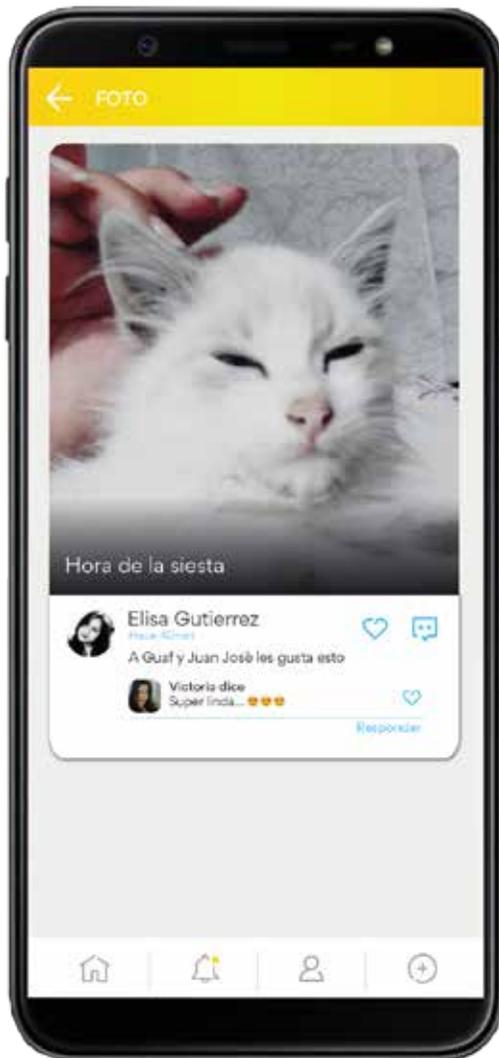
41. Perfil de amigo

El usuario podrá visualizar el perfil de sus amigos o compañeros, con su información y publicaciones.



42. Notificaciones

Dentro del menú se encuentran las notificaciones, las cuales informarán al usuario las novedades de su app, el primero es una notificación de amistad que se confirma con un *touch*.



42. Interacciones

El segundo se refiere a las interacciones realizadas con el contenido publicado por el usuario, dónde se muestran las imágenes, comentarios y me gusta.



43. Eventos

Dentro de las notificaciones se informará al usuario también acerca de los eventos próximos promocionados por las fundaciones con la fecha, hora, lugar y descripción.



44. Eventos

También se informará al usuario cuando su adopción está cerca como un recordatorio, también abre la posibilidad de reagendar la cita o cancelarla en el peor de los casos.



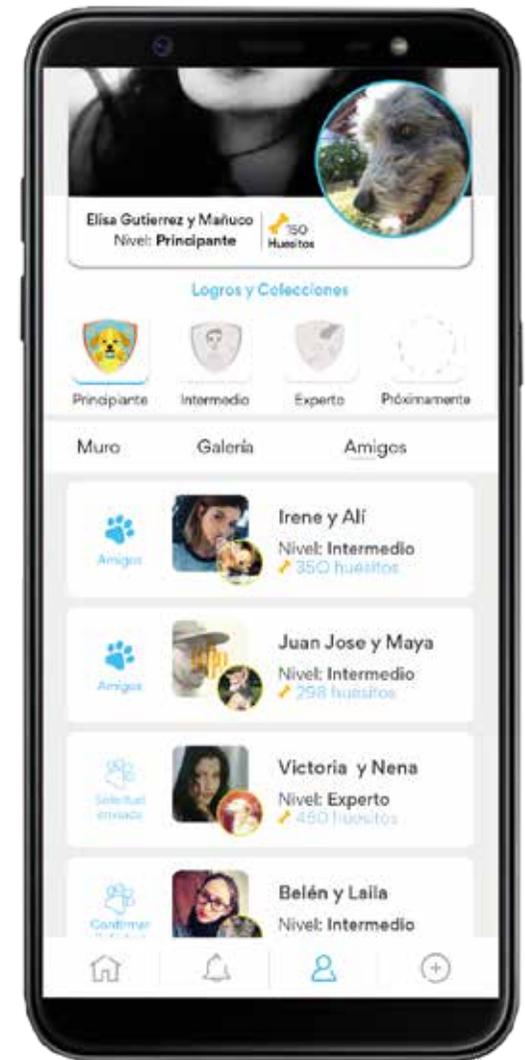
45. Perfil usuario

El perfil muestra las fotos del usuario y su mascota, además de sus colecciones realizadas en la tienda, publicaciones y adicional se incluye un menú interior similar al perfil de las mascotas.



46. Perfil usuario galeria

Dentro de su perfil el usuario podrá visualizar sus fotos personales al igual que su interacción



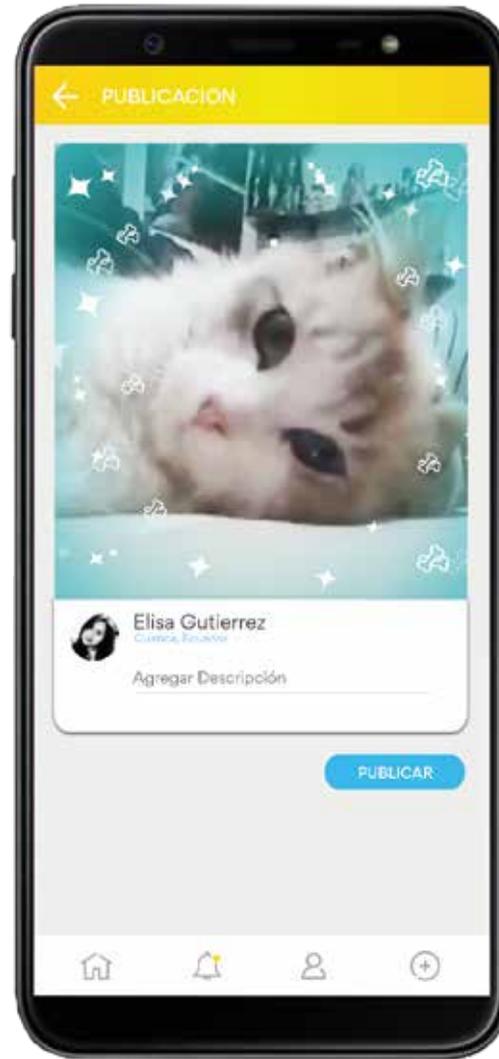
47. Perfil usuario amigos

Además visualizará los amigos que dispone dentro de su cuenta.



48. Agregar contenido

Para realizar publicaciones la app se conecta con la galería y cámara del celular, además muestra algunas opciones de filtros especiales que pueden ser canjeables por huesitos.



49. Pevio de publicación

Una vez seleccionada la imagen el usuario puede agregar una descripción a su publicación en la vista previa, y proceder a confirmar el post.



50. Confirmación publicación

Cuando la publicación se haya realizado exitosamente la app muestra un mensaje de confirmación para mantener al usuario informado.



1. Inicio

La aplicación inicia con la presentación del logo oficial.



2. Inicio

Para el ingreso se presentan dos opciones, una para iniciar sesión con una cuenta previa y la otra para registrarse mediante un formulario.





3. Inicia sesión

Las fundaciones que ya posean una cuenta dentro de guaf pueden ingresar a la aplicación con solo ingresar su email y contraseña.



4. Mensaje de bienvenida

Al igual que en la interfaz de usuario, las fundaciones serán recibidas por un mensaje de bienvenida, sin embargo no reciben gratificaciones.



5. Recuperación de Cuenta

En el caso de olvido de contraseña, cada fundación puede recuperarla ingresando su email de registro, la nueva contraseña y el código de verificación para la confirmación vía email.



6. Mensaje Recuperación de cuenta.

Una vez ingresados los datos, la recuperación se realizará automáticamente, el usuario fundación recibirá el mensaje de confirmación tanto en la app como en su email.



7. Registro de cuenta. (Paso 1)

En el caso de registro de cuenta, se deben completar todos los campos, el código de verificación será entregado a cada fundación una vez verificada la autenticidad del centro.



8. Registro de cuenta. (Paso 2)

Para el segundo paso es necesario que las fundaciones ingresen su imagen, descripción y ubicación, esta información es necesaria para los usuarios.



9. Bienvenida nuevos usuarios

A registros nuevos, la app guaf les da la bienvenida, y al igual que en la interfaz de usuario se muestra un tutorial introductorio con todos los servicios de la aplicación.



10. Confirmar adopciones

La principal tarea de las fundaciones es confirmar la adopción de su mascota en la fecha y hora programados.



11. Publicar Adopciones

Además de concretar adopciones, es necesario que las fundaciones publiquen perfiles de sus mascotas para que puedan ser adoptadas,



12. Amigos

Al igual que los usuarios, las fundaciones pueden contactarse con perfiles cercanos a su cuenta para vincularlos amistosamente tanto dentro como fuera de la aplicación.



13. Tips de cuidado

Como se ha explicado antes, estos tips de cuidado son promovidos por la aplicación, las fundaciones pueden interactuar con este contenido, compartiéndolo en otras páginas.



14. Publicaciones

Las fundaciones como tal, tienen diferentes tipos de publicación, ellas pueden promover un evento, dar a una mascota en adopción o simplemente compartir contenido.



15. Publicaciones

Como en varias aplicaciones sucede, algunas órdenes toman su tiempo, es importante informar al usuario que su acción está en proceso, esta pantalla lo hace de manera animada.



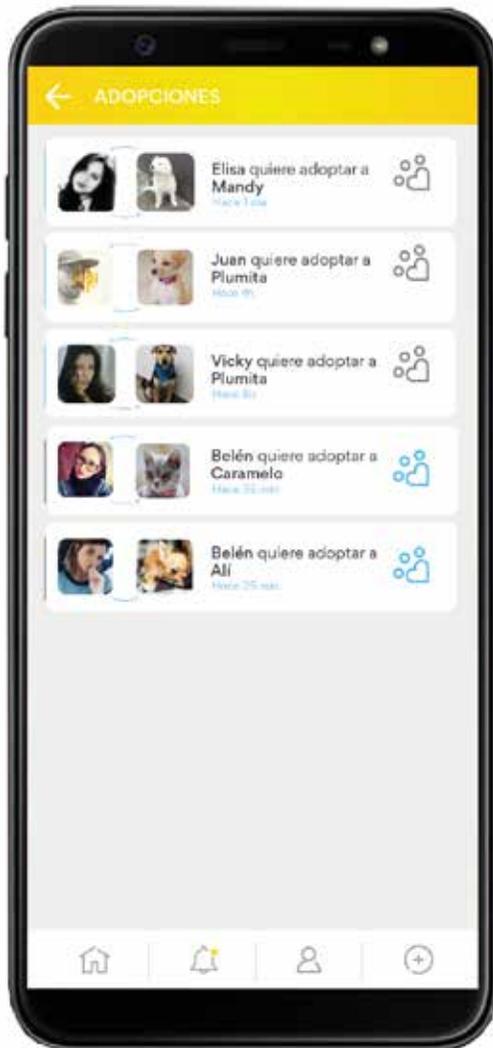
16. Inicio fundaciones

La pantalla principal en el caso de las fundaciones presenta: las adopciones pendientes, búsqueda de amigos, mascotas disponibles, tips y publicaciones realizadas.



17. Publicaciones

Las publicaciones están realizadas por los mismos usuarios, por lo tanto, las fundaciones también pueden verlas y realizarlas, además se incluyen en este perfil los auspiciantes.



18. Adopciones pendientes

Aquellos usuarios que hayan realizado una adopción, esperarán la confirmación por parte de la fundación una vez que se hayan confirmado sus datos.



19. Concreción de cita

Como se ha explicado antes, la fecha y hora de la adopción es propuesta por el sistema de agente inteligente, por lo cual no habrá cruce de horarios con otros adoptantes.



20. Información del Adoptante

Gracias al proceso de registro, las fundaciones pueden visualizar el formulario de cada adoptante para evaluarlo y ver si es un candidato adecuado para tener una mascota.



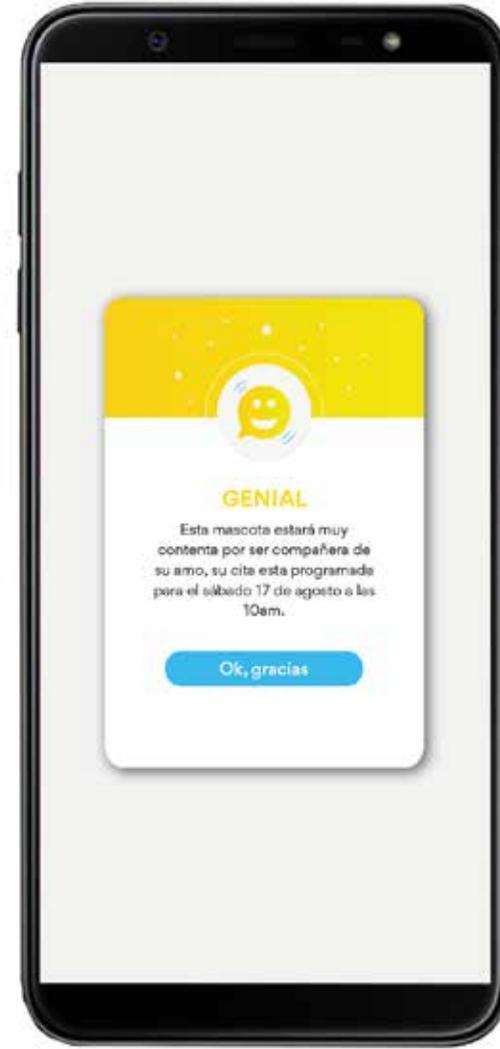
21. Perfil del Adoptante

Además de ver su formulario de registro, también la fundación puede acceder a su perfil e indagar más en su información, es necesario este paso para prevenir malos adoptantes.



22. Confirmación

Una vez revisados los datos de la mascota como del adoptante, se procederá a la confirmación con un mensaje de acción previa, en caso de que se desee declinar la adopción.



23. Confirmación positiva

En caso de realizarse la adopción, la app emplea un mensaje de confirmación adicional positivo con el fin de incentivar al usuario a seguir realizando adopciones.



24. Confirmación negativa

Si se declina la adopción, de igual manera se le informará a la fundación de la situación, tal como se informará al usuario.



25. Perfil de la mascota

Al visualizar la información de la mascota, esta se presenta como en el caso de los usuarios, con la diferencia que en este perfil, cada fundación puede elegir su mascota de la semana.



26. Confirmación negativa

Cada fundación puede elegir un total de cuatro mascotas de la semana, con la finalidad de que estas se visualicen constantemente en los perfiles de los usuarios y así acelerar su adopción.



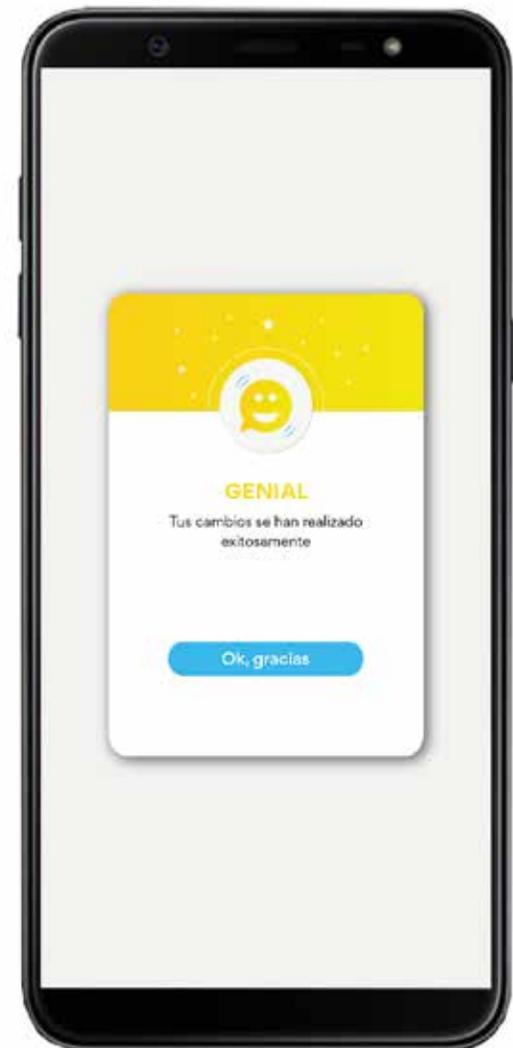
27. Edición de perfil mascota

Cada fundación puede editar o eliminar el perfil de sus mascotas de ser el caso, si la mascota fue adoptada, aun podrá verla mediante el perfil de su nuevo compañero.



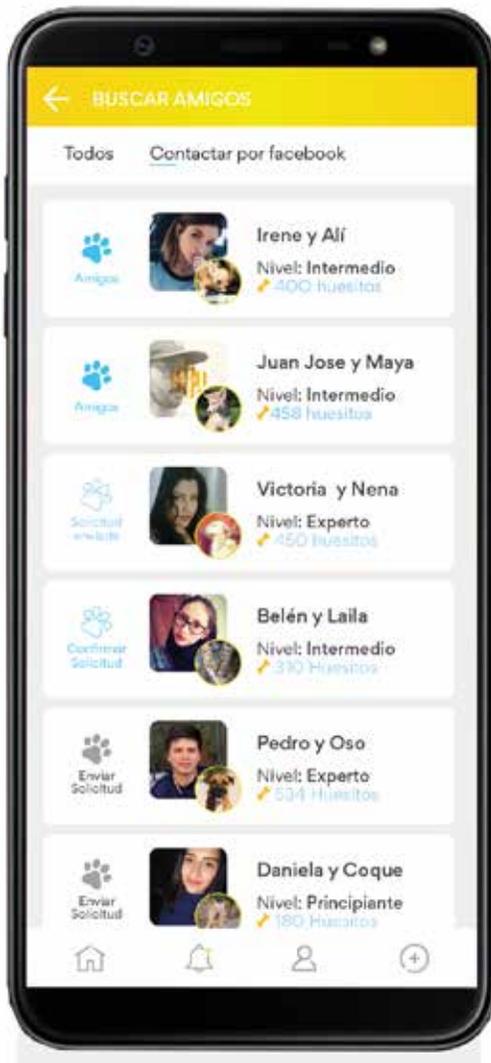
28. Confirmar eliminación

Al igual que en casos anteriores, la app pregunta al usuario acerca de su acción nuevamente con el fin de dar un paso atrás de ser el caso.



29. Confirmación

Si la acción concluyó, se informa al usuario que su proceso se realizó exitosamente.



30. Búsqueda de Amigos

La app guaf sugiere perfiles de amistad, sin embargo si la fundación lo desea los puede contactar por facebook, para invitarlos a ser parte de esta app.



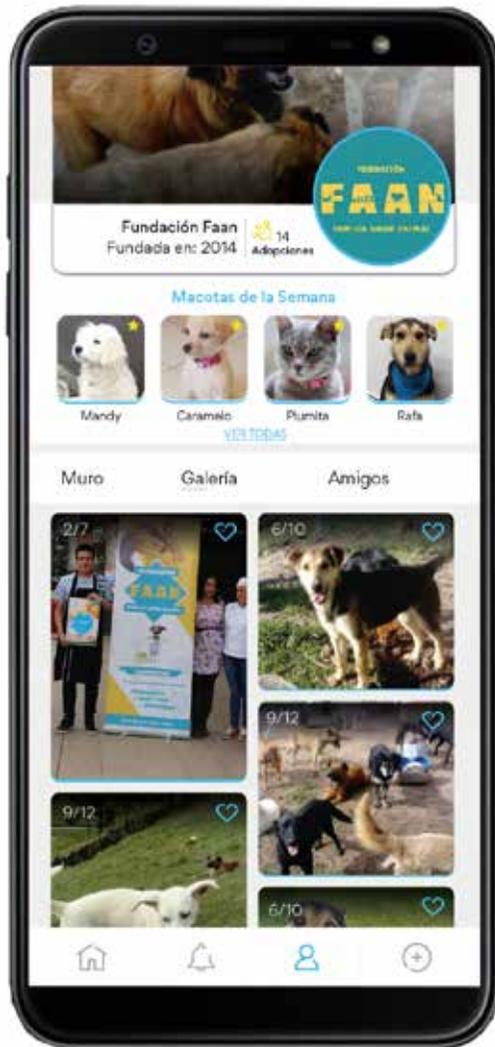
31. Confirmación de vínculo

Las fundaciones pueden obtener su vínculo por facebook sólo después de su registro, por razones de políticas de privacidad por el código de verificación.



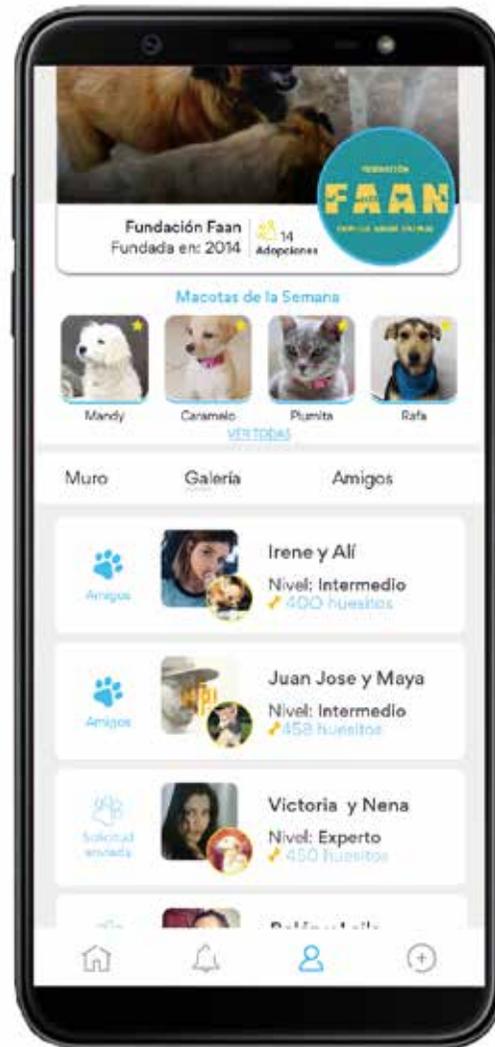
32. Perfil fundaciones

Dentro del perfil de las fundaciones se visualizarán sus mascotas de la semana, las adopciones realizadas, imágenes de perfil, publicaciones e igualmente un menú interno.



33. Galería fundaciones

Dentro del menú interno de las fundaciones, encontramos su galería, dónde se visualizarán las imágenes que se hayan publicado, con su fecha e interacción.



34. Amigos fundaciones

También se muestra a los amigos que tiene la fundación, en su mayoría adoptantes de su centro.



35. Notificaciones

En las notificaciones al igual que en el caso de los usuarios, se informará a cada fundación acerca de las interacciones que sucedan con su cuenta, recordatorios, auspiciantes, etc.



36. Interacciones en Fotos

La visualización de una interacción se mostrará con la imagen mas las reacciones y comentarios



37. Eventos

Los eventos serán visualizados tanto para usuarios como para fundaciones sin importar a que entidad pertenezca dicho evento.



38. Publicaciones de Adoptantes

A cada fundación se le notificará cualquier publicación que realice uno de sus adoptantes, con el fin de tener un control de la mascota dada en adopción.



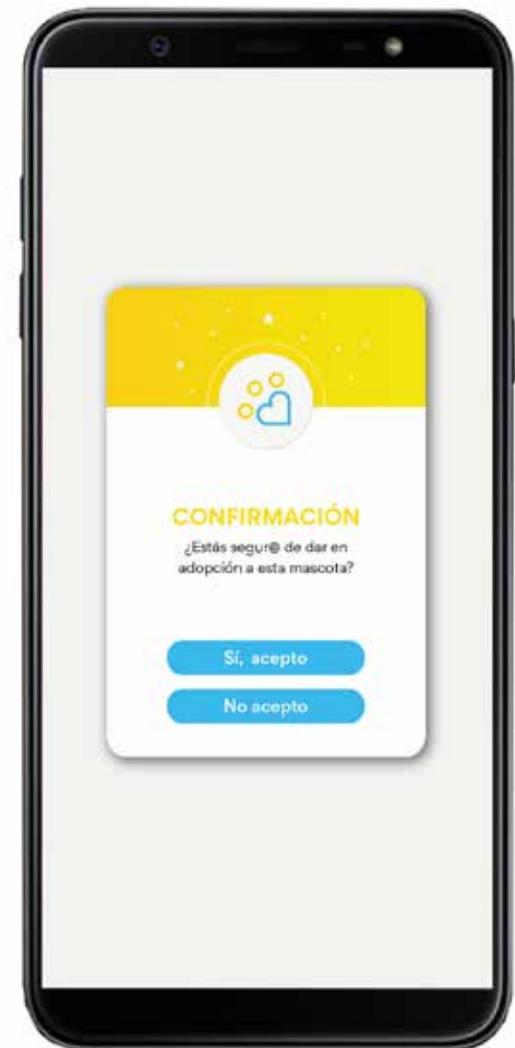
39. Recordatorio

Como en el caso de los usuarios, a las fundaciones también se les recordará la fecha de la adopción próxima, para confirmarla o rechazarla en el caso que se requiera.



40. Agregar Adopción

Una de las opciones de agregar contenido en el caso de las fundaciones es dar en adopción a una mascota, esto se realizará mediante un formulario para las imágenes, e información necesaria.



41. Confirmación Adopción

Como se ha mencionado, se presenta un mensaje de confirmación con opción de declinar la acción realizada, en este caso la confirmación de la mascota en adopción.



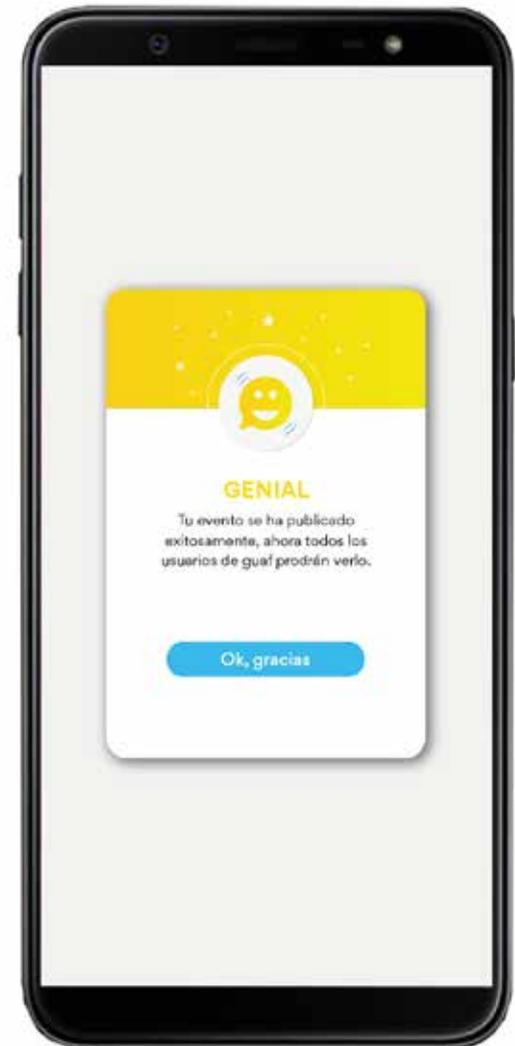
42. Confirmación Adopción

De igual manera se informará a cada fundación que su acción ha concluido exitosamente.



43. Agregar evento

Para cualquier evento que se desee promocionar, cada fundación puede hacerlo mediante un formulario con los datos necesarios como fecha, hora, imagen, dirección, descripción, etc.



44. Mensaje confirmación

Una vez culminado el formulario, y confirmado, la app informará que su evento se visualizará en los perfiles de todos los usuarios que usen guaf.



45. Agregar contenido

Para realizar publicaciones la app se conecta con la galería y cámara del celular, además muestra algunas opciones de filtros especiales sin restricción para fundaciones.



46. Pevio de publicación

Una vez seleccionada la imagen la fundación puede agregar una descripción a su publicación en la vista previa, y proceder a confirmar el post.



47. Pevio de publicación

Una vez realizada la publicación, se informará al usuario.

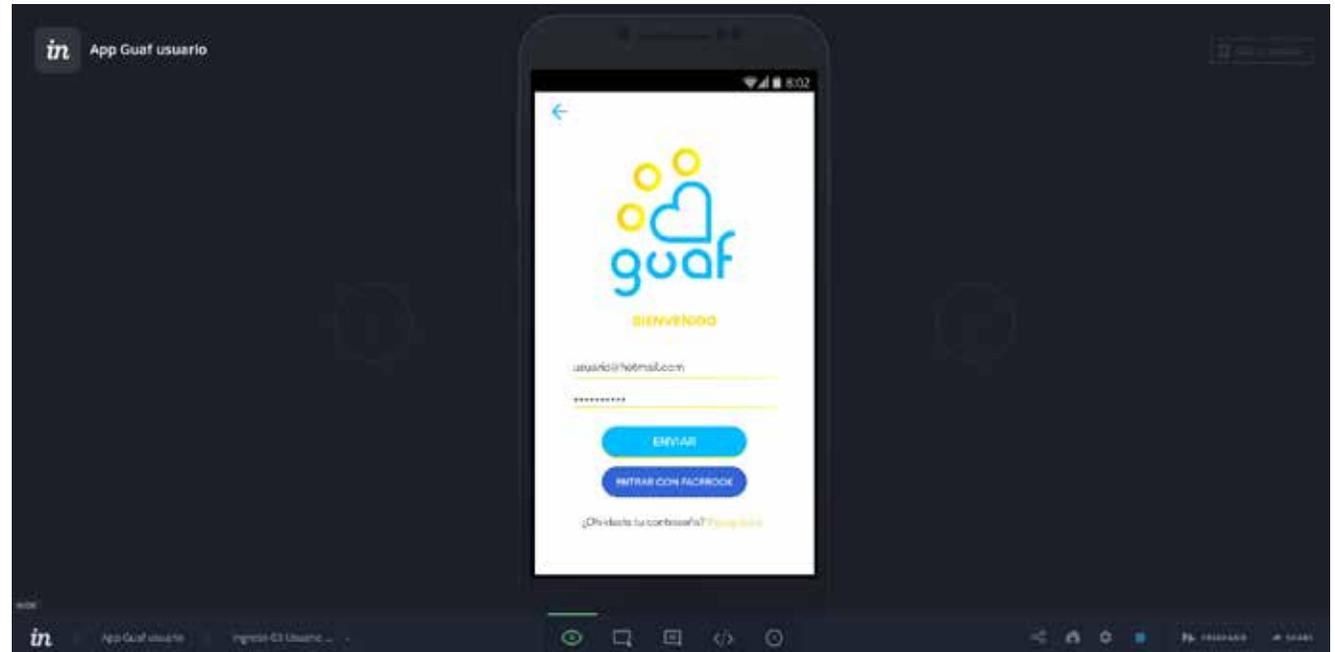
7.1 ELABORACIÓN PROTOTIPO



Una vez realizado el diseño de la aplicación en Illustrator, se exportaron las mesas de trabajo en imágenes png de 150dp para las pantallas simples y, en formato gif de 72dp en pantallas que contenían animaciones las cuales, fueron realizadas en After Effects.

Para el prototipado se empleó el programa Invisión en su versión en línea puesto que, reconoce formatos de imagen jpg, png y gif.

El prototipo se realizó en base al sistema de jerarquización de la app planteado anteriormente e incluyó, algunos aspectos de micro interacción.



Gutiérrez E. (2020). Elaboración prototipo en invision [Figura 67]

Una ventaja de este software es que, permite compartir en tiempo real el prototipo y poder visualizarlo inmediatamente desde un celular. La única desventaja es que, funciona con conexión online y su carga toma algo de tiempo, dependiendo de la velocidad del procesador de los celulares.

7.2 PRUEBA DE USABILIDAD

Una vez realizado el diseño de la aplicación en Illustrator, se exportaron las mesas de trabajo en imágenes png de 150dp para las pantallas simples y, en formato gif de 72dp en pantallas que contenían animaciones las cuales, fueron realizadas en After Effects.

Al finalizar la elaboración del prototipo, se realizó una nueva prueba de usabilidad en Cuenca - Ecuador, en la semana comprendida desde el lunes 19 de noviembre del 2018 hasta, el domingo 25 del mismo mes y año. Esta fue conducida por un moderador y

grabada como registro para un análisis posterior. En la prueba los asistentes firmaron una orden de consentimiento, escucharon las indicaciones generales y realizaron cuatro tareas:

1. Registrarse dentro de la app.
2. Adoptar a una mascota (para el consumidor). Concretar una adopción (para las fundaciones).
3. Publicar contenido en la app (para los usuarios). Dar en adopción a una mascota (para las fundaciones).
4. Navegar por la app, visualizar el contenido del menú y la tienda de gratificaciones.

Estas tareas fueron preparadas para tener coherencia con el funcionamiento de la app. Al finalizar el test, los usuarios respondieron un pequeño cuestionario basado en los parámetros de usabilidad que plantea Nielsen. Para facilitar el análisis de los datos, las preguntas tenían opción de respuesta del 1 al 5, siendo 5, el puntaje más alto. A continuación, se muestran los perfiles de usuarios y las preguntas para la evaluación del prototipo.

Usuario 1
Diseñador, 27 años.

Usuario 2
Comunicador, 25 años.

Usuario 3
Ingeniero Eléctrico, 30 años.

Usuario 4
Ingeniera civil, 27 años.

Usuario 5
Profesora / Colaborador de Fundación.

CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN DEL PROTOTIPO

Pregunta 1.

¿El prototipo de la aplicación le brinda una retroalimentación adecuada?

Pregunta 2

¿La información presentada tiene coherencia y orden lógico?

Pregunta 3

¿Considera usted que dentro de la aplicación puede acceder a cualquier contenido fácil y rápidamente?

Pregunta 4

¿Considera usted que existen adecuados mensajes de error en las acciones que realiza?

Pregunta 5

¿Considera usted que existen suficientes mensajes de guía e información en las acciones que realiza?

Pregunta 6

¿Considera usted que los mensajes de guía son de fácil comprensión?

Pregunta 7

¿Considera usted que la aplicación maneja un estándar de diseño adecuado en comparación con otras aplicaciones?

Pregunta 8

¿Cómo calificaría la disposición de los contenidos dentro de la aplicación?

Pregunta 9

¿Cómo calificaría la interacción y el diseño que se emplea en la aplicación?

Pregunta 10

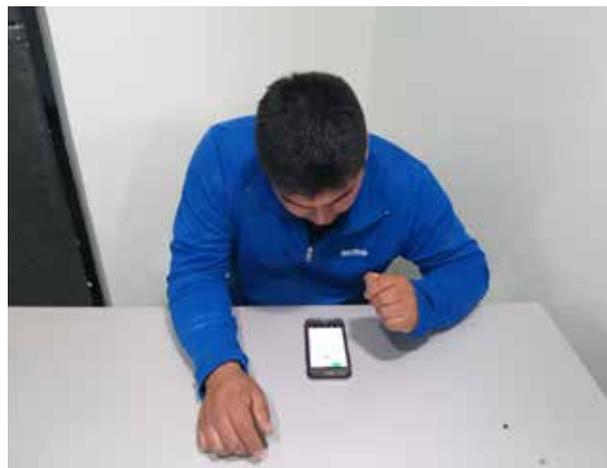
En caso de lanzar la aplicación al mercado, ¿la usaría y recomendaría a sus conocidos y amistades?



Gutiérrez E. (2020). Usuario 1 test de usabilidad [Figura 68]



Gutiérrez E. (2020). Usuario 2 test de usabilidad [Figura 69]



Gutiérrez E. (2020). Usuario 3 test de usabilidad [Figura 69]

7.3 CORRECCIONES FINALES



*Gutiérrez E. (2020). Usuario 3
test de usabilidad [Figura 70]*

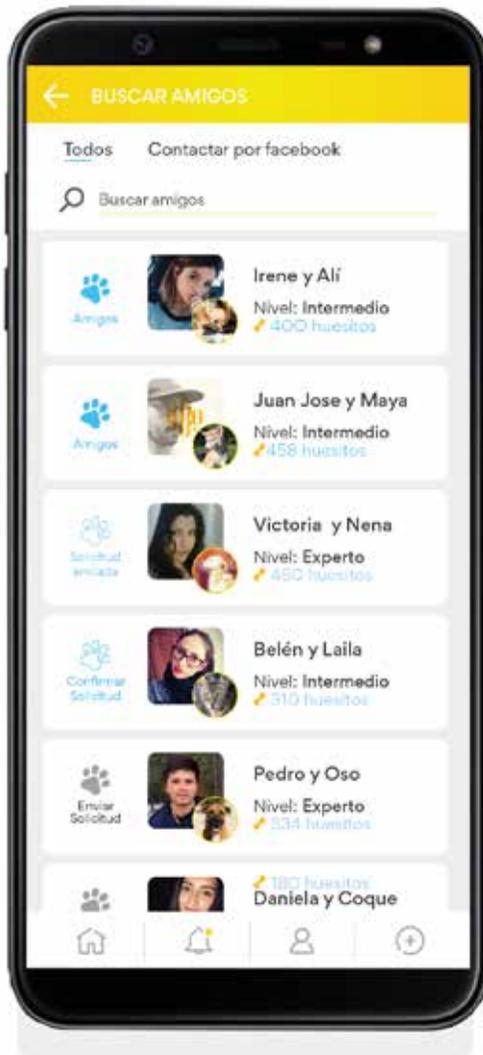
*Gutiérrez E. (2020). Usuario 5
test de usabilidad [Figura 72]*



Con la realización del test de usabilidad aplicado a los cinco usuarios, más la evaluación por medio del cuestionario, se hicieron algunas correcciones dentro del diseño de la aplicación que de acuerdo al criterio de los usuarios y quién promuebe la presente tesis son de vital importancia con el fin de preveer otras dificultades a futuro, adicional se identificó una sección que no se había considerado en la administración de cuenta de los usuarios, lo cual se explicará más adelante. Es importante mencionar que en el diseño también se tomo en consideración el criterio y correcciones de los lectores.

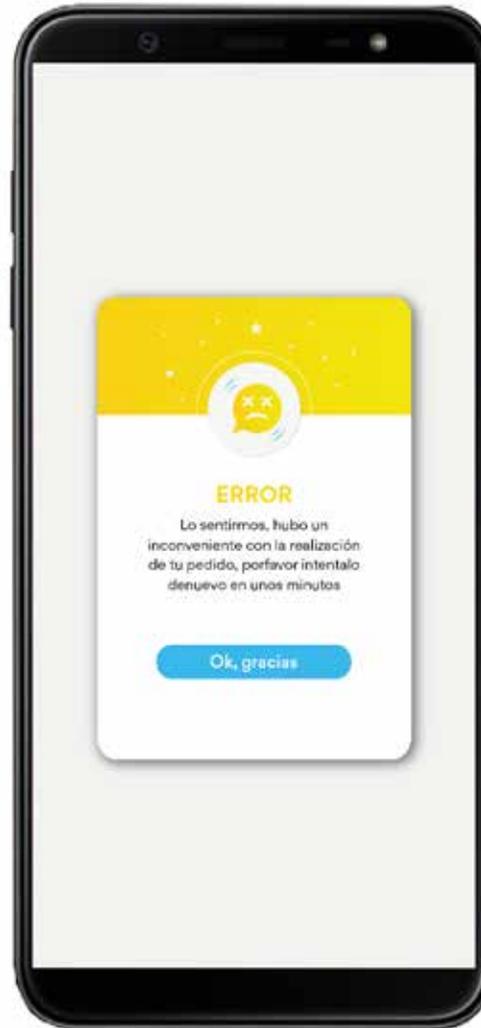
*“Pensar no es suficiente, es necesario actuar, despues evaluar
para continuar la brega ”*

Dochanlu



Cambio 1 - Búsqueda amigo

Una observación interesante fue de incluir la opción para buscar a un amigo rápidamente con solo colocar su nombre, esta opción se incluyó también dentro del perfil amigos.



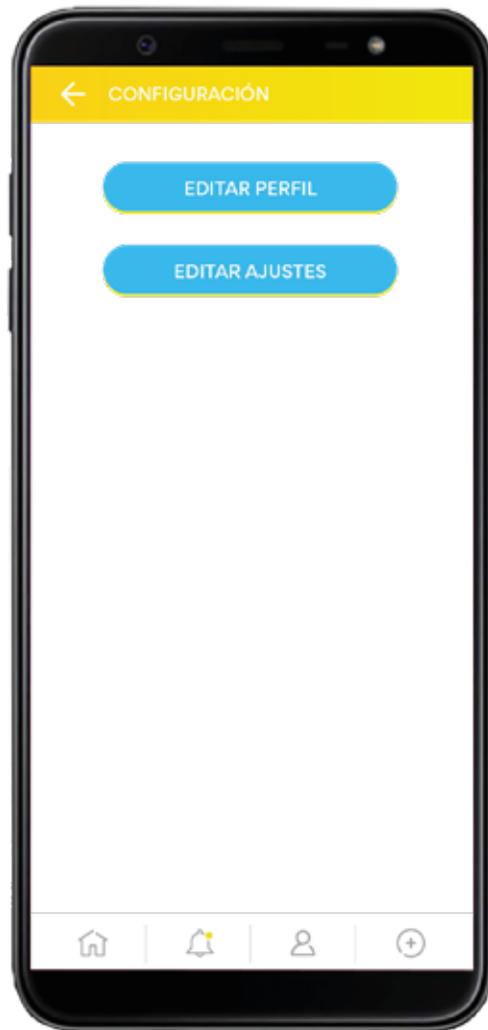
Cambio 2 - Mensaje de error

Otra importante observación fue de incluir un mensaje de error en caso de que la aplicación no procese una acción correctamente y sea necesario repetirla.



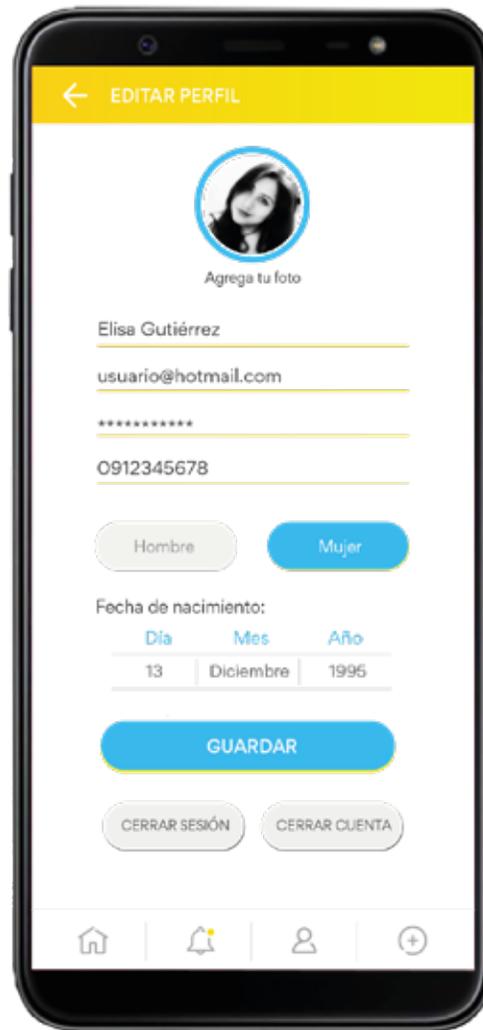
Cambio 3 - Configuración de Cuenta

Dentro del perfil se sugirió incluir una opción para configuración de la cuenta, con ello se incluyó una nueva sección que se explica a continuación.



Cambio 4 - Configuración de Cuenta

Para la configuración de cuenta se incluyen dos secciones, editar perfil, editar ajustes.



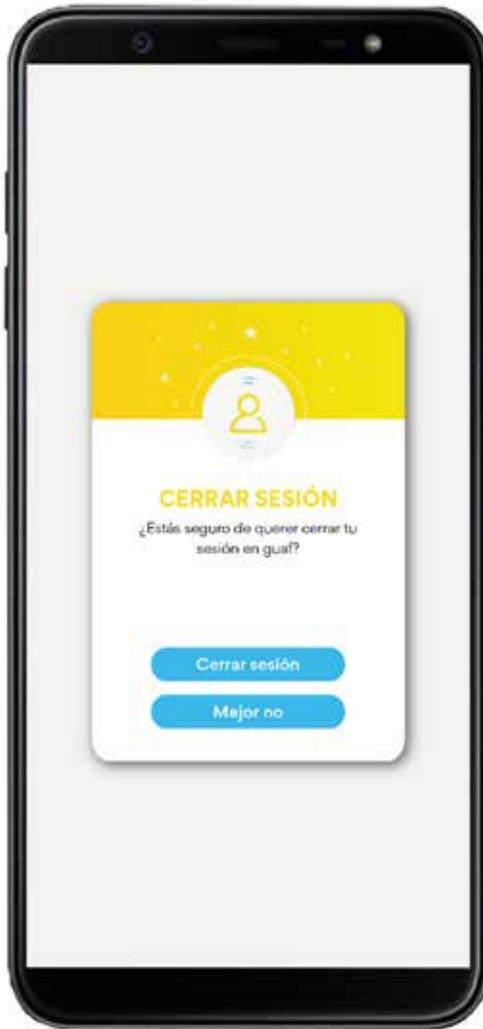
Editar perfil

Dentro de la edición de perfil se cambia la información proporcionada en el registro, adicional en esta sección se incluyen las opciones de cerrar sesión y cerrar cuenta



Editar ajustes

Adicional se incluye también la opción de cambiar los ajustes de su cuenta, en caso de que se see adoptar o registrar una mascota



Cerrar Sesión o cuenta

En caso de querer cerrar sesión o cuenta, la aplicación muestra un mensaje de confirmación de esta acción, esta opción se aplica a usuarios y fundaciones.



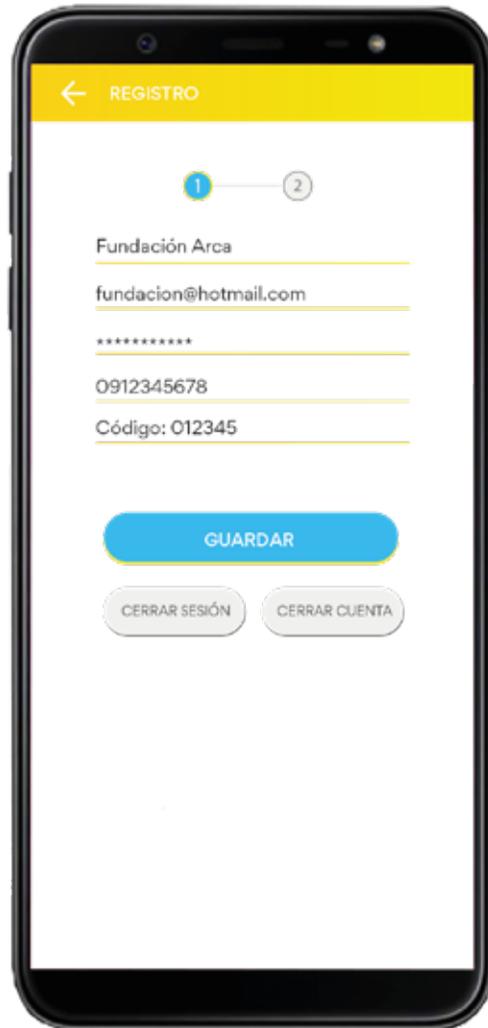
Ajustes de cuenta Fundaciones.

Al igual que en el caso de los usuarios, para las fundaciones también se integró la opción de editar el perfil personal.



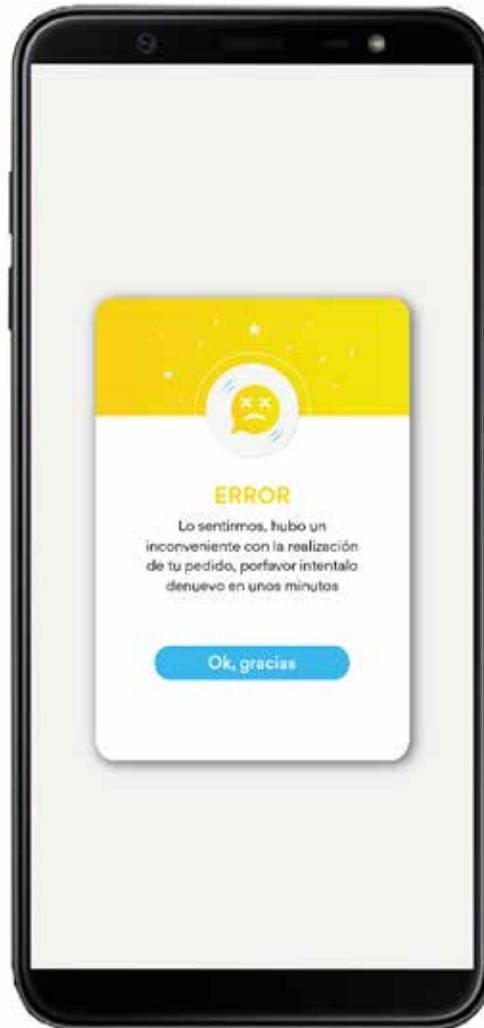
Ajustes de cuenta Fundaciones.

Esta opción es la misma que en el caso de los usuarios, la única variante esta es que las fundaciones no tienen la opción para editar ajustes dado que no los poseen.



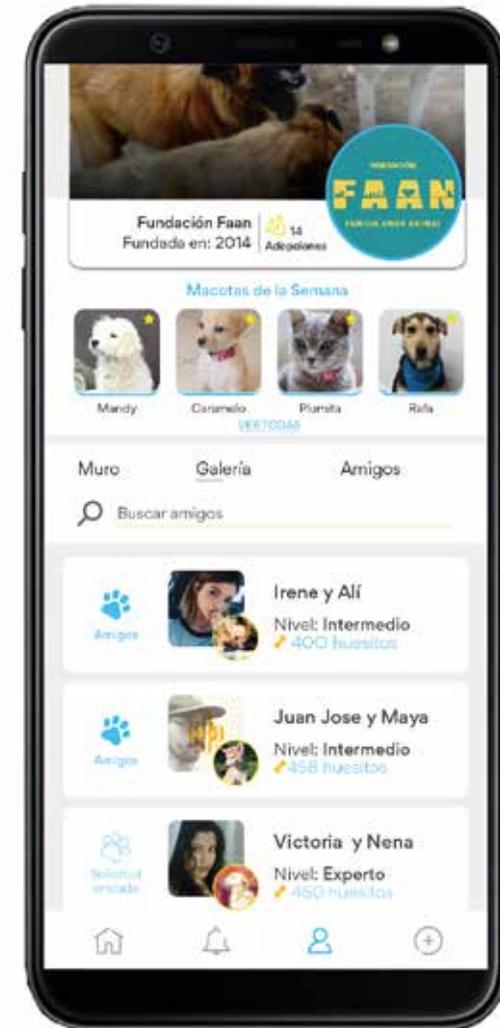
Edición perfil Fundaciones.

Al igual que en el caso de los usuarios, las fundaciones pueden editar su información de perfil, así como cerrar su sesión o cerrar su cuenta definitivamente.



Mensaje de error

También para las fundaciones se incluyó los mensajes de error en caso de que una acción no responda.



Cambio - Búsqueda amigo

De igual forma se incluyó la opción para buscar a un amigo rápidamente con solo colocar su nombre, esta opción se incluyó también dentro del perfil amigos.



Después de la información obtenida en la prueba de usabilidad con el prototipo inicial y, en conjunto con la investigación realizada, se afinaron ciertos puntos de interacción y conexión en el diseño y el prototipo final tanto para usuarios como para fundaciones, al final se optó por diseñar las interfaces por separado, que se conectarían por medio de la misma plataforma web exterior, esta plataforma se encargaría a su vez de la

administración de la aplicación como en la generación de los tips de ciudad principalmente.

Después de culminado este largo proceso, me complace en compartir a continuación los códigos QR con su respectivo link para que puedan acceder al prototipo funcional de la app de adopción GUAF.

PROTOTIPO FUNCIONAL USUARIO

Link Directo

https://invisio/F3SCRU85GQE#/375402200_Ingreso-02inicia_O_Registrate



PROTOTIPO FUNCIONAL FUNDACIÓN

Link Directo

https://invisio/JMTXFMRYDG#/382162495_3-_Inicia_O_Registrate



04

CAPÍTULO CUARTO

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



Al culminar este proyecto, se ha podido diferenciar ciertos altibajos y conclusiones en el proceso de desarrollo y exploración que son importantes mencionarlos.

Al inicio, la investigación tuvo una dirección acertada pues, el público objetivo se presentó abierto a todas las posibilidades de ayuda social para los animales sin hogar; sin embargo, no tuvo el mismo impacto para las fundaciones. Esto fue algo peculiar ya que, se observó que existe un nivel mínimo de competencia entre los organismos de protección animal quienes, se interesan más por el beneficio de la fundación a la que pertenecen que por el problema mismo de los animales. Con la aplicación se pretende dejar de lado estas diferencias puesto que, Guaf no realiza distinción en adopción por fundaciones porque su meta principal es que todas las mascotas sean acogidas.

El estudio en general tuvo buena aceptación con el tema de animales callejeros, incluso, se empieza a fortalecer y notar más la preocupación por parte de los usuarios por los amigos de cuatro patas que son abandonados, maltratados o están perdidos. Esto,

es un indicio importante para que la aplicación pueda ser desarrollada a futuro y así, crear una comunidad de amantes a los animales para generar concientización en la ciudadanía.

Al emplear el DCU (diseño centrado en el usuario), se crea un gran número de interacciones porque la aplicación abarca un campo multidisciplinario por la variedad de opiniones y aportes en todas las áreas de conocimiento, generando probabilidades de innovación, ideas e implementación de más servicios que contribuyan a otras problemáticas relacionadas con los animales. Por supuesto que, esto requiere un refinamiento y reinterpretación de las etapas tratadas como: la arquitectura de la información, el diseño de la interfaz de perfil de usuario, la implementación de otras interacciones en conjunto con el diseño visual, entre otras.

La realización de una app para adoptar animales ha sido planteada con el objetivo de erradicar, de alguna u otra manera, el inconveniente de felinos y canes viviendo en la calle y así, crear una iniciativa de convivencia entre organismos que promueven



la protección de estos, junto con la sociedad cuencana que, día a día se muestra más preocupada por este problema.

Como conclusión general se puede afirmar que, los objetivos y alcances planteados en este proyecto se han cumplido a cabalidad, teniendo como resultado una aplicación móvil que presenta a los usuarios diferentes mascotas que pueden adoptar. Además, un espacio para ver y compartir contenido e información de interés no solo para usuarios y fundaciones, sino para cualquier persona entusiasta de ser parte de esta comunidad, debido al adecuado sistema de interfaz que maneja y la forma en que comunica su contenido.

Aunque la aplicación ostente contenido variado y con diferentes opciones para adoptar, registrar mascotas, compartir eventos y generar una comunidad social, aún quedan varios servicios que los usuarios desean que se integren como: crear un campo de pérdida y denuncia en caso de que la mascota se extravié, con opción a localizarla mediante el empleo de herramientas de GPS en tiempo real, incluir un mapa de

zonas y lugares donde se pueda llevar a las mascotas como: parques, cafeterías, restaurantes, etc. Estos y más servicios se planean incorporar a futuro.

El primer paso para promocionar GUAF es lanzarla al mercado obteniendo financiamiento para poder programarla e implementarla. Como recomendación general, el plan de mercadeo se realizaría mediante publicidad en redes sociales con pago de adds en Facebook e Instagram, generando así, una campaña de expectativa para el lanzamiento final de la aplicación. Igualmente, se puede desarrollar publicidad por medios convencionales como radio, televisión y, concretar una rueda de prensa con los organizadores y promotores de la aplicación. Finalmente, el gran evento de lanzamiento que, congregaría a varias organizaciones interesadas en formar parte de Guaf como: empresas auspiciantes y público en general, con opción a retroalimentar constantemente la app de acuerdo a nuevos deseos de los usuarios.

Para finalizar, el diseño gráfico está presente en diversos campos de desarrollo para la solución de problemas

en ingeniería, arquitectura, etc. El trabajo como diseñadores es crear nuevas e interesantes propuestas como el presente proyecto, con funciones didácticas y multidisciplinarias para que la profesión cobre la fuerza e importancia que tiene ya que, no solo se diseña para empresas u organizaciones, sino también para personas.



A

Alineación: colocación o disposición en línea recta de una serie de elementos.

Android: es un sistema operativo basado en el núcleo Linux. Fue diseñado principalmente para dispositivos móviles con pantalla táctil como: teléfonos inteligentes, tabletas y también para relojes inteligentes, televisores y automóviles.

C

Canes: perros.

Carácter: signo de cualquier sistema de escritura o de imprenta.

Checkbox: en informática, una casilla de verificación, check box, checkbox, tickbox o tick box es un elemento de interacción de la interfaz gráfica de usuario (widget) del Sistema Operativo con el usuario que, permite a este hacer selecciones múltiples de un conjunto de opciones.

Cian: es un color celeste o azul claro saturado, de tonalidad media, también llamado aciano o ciano.

Cíclico: que se repite regularmente cada cierto tiempo.

Comandos: es una instrucción u orden que, el usuario proporciona a un sistema informático desde la línea de comandos o desde una llamada de programación.

Complementarios: los colores opuestos o complementarios son aquellos colores que se encuentran en una posición oponible dentro del círculo cromático.

Concepción: idea, opinión o manera de entender cierta cosa.

Contraste: oposición o diferencia notable de una persona o entre cosas.

Cromática: de los colores o relacionado con ellos.

Cuadrículas: una cuadrícula es una red de líneas horizontales y verticales espaciadas uniformemente que se utiliza para identificar ubicaciones.

D

DCU (diseño centrado en el usuario): es una filosofía de diseño que tiene por objeto la creación de productos que

resuelvan necesidades concretas de sus usuarios finales, consiguiendo la mayor satisfacción y mejor experiencia de uso posible con el mínimo esfuerzo de su parte.

Densidad: la densidad de píxeles es una unidad que se mide en píxeles por pulgada y se trata de uno de los datos más importantes a la hora de analizar la calidad de una pantalla.

Diagnosticar: determinar o identificar una enfermedad mediante el examen de los signos y los síntomas que presenta.

Diálogo: conversación entre dos o más personas que exponen sus ideas y comentarios de forma alternativa.

Dimensiones: es un número relacionado con las propiedades métricas o topológicas de un objeto matemático.

Dinámico: se aplica a la expresión artística caracterizada por la fuerza y el movimiento.

DP: se trata de la cantidad de píxeles que hay en una pulgada de esa pantalla y se mide en la unidad PPI.

E

Énfasis: fuerza en la articulación o en la entonación con la que se quiere destacar un aspecto de lo que se dice.

Enfoque: manera de valorar o considerar una cosa.

Escala: es la relación que existe entre las dimensiones reales y las del dibujo que representa la realidad.

Estrategias: una planificación de algo que se propone un individuo o grupo.

Etnográfico: es el estudio sistemático de personas y culturas. Es un método de investigación que consiste en observar las prácticas culturales de los grupos sociales y participar en ellos para así poder contrastar lo que la gente dice y lo que hace.

Evaluación: valoración de conocimientos, actitud y rendimiento de una persona o de un servicio.

Experiencias: es una forma de conocimiento o habilidad derivados de la observación, de la participación y de la vivencia de un suceso proveniente

de las cosas que acontecen en la vida. Es un conocimiento que se elabora colectivamente.

F

Fan page o fanático de la página: la fan page es visible para todos, no está condicionada a la incorporación del usuario en la relación de amigos. El acceso a ella puede realizarse a través de su optimización y la página estará visible para todo el que acceda a ella a través de un simple "me gusta".

Filosófica: la reflexión metódica que refleja la articulación del conocimiento, los límites de la existencia y los modos de ser se denomina filosofía.

Furry Analytics: es una herramienta gratuita que ofrece estadísticas de uso, trackeo de eventos, segmentación de audiencia personalizada y otras muchas características.

G

GAD Municipal de Cuenca: Gobierno Autónomo Descentralizado

Globalización: es un proceso

económico, tecnológico, político, social, empresarial y cultural a escala mundial que, consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo uniendo sus mercados, sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que, les dan un carácter global.

Google: es una compañía cuya especialización son los productos y servicios relacionados con Internet, software, dispositivos electrónicos y otras tecnologías.

H

HCI, Human Computer Interaction: La interacción persona-computadora o interacción persona-ordenador se podría definir formalmente como: “la disciplina dedicada a diseñar, evaluar e implementar sistemas informáticos interactivos para el uso humano y, a estudiar los fenómenos relacionados más significativos.”

Homólogos: se trata de un estudio comparativo entre dos seres, cosas o funciones.

I

Ícono: un icono o ícono es, en informática, un pictograma que es utilizado para representar archivos, carpetas, programas, unidades de almacenamiento, etc., en un sistema operativo gráfico.

Iconográfico: es la descripción del tema o asunto representado en las imágenes artísticas, así como, de su simbología y los atributos que identifican a los personajes representados.

Inherente: que es esencial y permanente en un ser o en una cosa o no se puede separar de él por formar parte de su naturaleza y no depender de algo externo.

Interacción: acción, relación o influencia recíproca entre dos o más personas o cosas.

Interfaz: dispositivo capaz de transformar las señales generadas por un aparato en señales comprensibles por otro.

IOs: es un sistema operativo móvil de la multinacional Apple Inc. Originalmente

desarrollado para el iPhone. Después se ha usado en dispositivos como el iPod touch y el iPad.

J

Jerarquía: organización de elementos o cosas en una escala ordenada y subordinante, según un criterio de mayor o menor importancia o relevancia dentro de la misma.

M

Medios Convencionales: son los medios que tradicionalmente se han usado para las inserciones publicitarias. Estos son: prensa, radio, cine, exterior e internet.

Metodología: conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica, un estudio o una exposición doctrinal.

Minimalista: el término minimalismo, en su ámbito más general, es la tendencia a reducir a lo esencial, a despojar de elementos sobrantes.

Monólogo: es un discurso que genera una sola persona dirigido tanto hacia

un solo receptor como hacia varios receptores.

Multimedia: el término multimedia, hace referencia a cualquier objeto o sistema que utiliza múltiples medios de expresión físicos o digitales para, presentar o comunicar información, de ahí la expresión multimedios. Los medios pueden ser variados, desde texto e imágenes hasta animación, sonido, video, etc.

P

Parámetros: dato que se considera como imprescindible y orientativo para lograr evaluar o valorar una determinada situación. A partir de un parámetro, una cierta circunstancia puede comprenderse o ubicarse en perspectiva.

Percepción: primer conocimiento de una cosa por medio de las impresiones que comunican los sentidos.

Píxeles: es la menor unidad homogénea en color que forma parte de una imagen digital.

Plataforma Digital: es un lugar de

Internet que sirve para almacenar diferentes tipos de información tanto personal como de nivel de negocios. Estas plataformas funcionan con determinados tipos de sistemas operativos y ejecutan programas o aplicaciones con diferentes contenidos como: juegos, imágenes, textos, cálculos, simulaciones, video, entre otros.

Play Store: es un servicio de tienda virtual que, permite distribuir aplicaciones (apps) para funcionar en el sistema Android y Chrome OS.

Proliferación: incremento de la cantidad o el número de algo de forma rápida.

Prompt: se llama prompt al carácter o conjunto de caracteres que se muestran en una línea de comandos para indicar que está a la espera de órdenes. Éste puede variar dependiendo del intérprete de comandos y suele ser configurable.

Prototipo: primer ejemplar que se fabrica de una figura, un invento u otra cosa y que, sirve de modelo para fabricar otras iguales. Molde original con el que se fabrica.

Psicográfico: hacen referencia a la personalidad, estilo de vida, intereses, aficiones y valores de los consumidores. Gracias a la segmentación psicográfica, las compañías pueden dividir el mercado en grupos basados en características de personalidad.

Pulgadas: es una unidad de longitud utilizada principalmente en países anglosajones.

R

Resolución: solución o respuesta que se da a un problema, una dificultad o una duda.

Retícula: conjunto de líneas o elementos dispuestos en forma de red.

Semánticos: se refiere a los aspectos del significado, sentido o interpretación de signos lingüísticos como: símbolos, palabras, expresiones o representaciones formales.

Señalética: corresponde a un sistema de comunicación visual sintetizado en un conjunto de señales o símbolos que cumplen la función de guiar, orientar u organizar a una persona o conjunto

de personas en aquellos puntos del espacio que planteen dilemas de comportamiento.

S

Sintáctico: es el análisis de las funciones sintácticas o relaciones de concordancia y jerarquía que guardan las palabras cuando se agrupan entre sí, en forma de sintagmas, oraciones simples y oraciones compuestas de proposiciones.

Sistema Operativo: conjunto de órdenes y programas que controlan los procesos básicos de una computadora y permiten el funcionamiento de otros programas.

Software: conjunto de programas y rutinas que permiten a la computadora realizar determinadas tareas.

Subjetiva: es básicamente la propiedad de las percepciones, argumentos y lenguaje basados en el punto de vista del sujeto y por tanto, influidos por los intereses y deseos particulares del mismo, sin dejar de pensar que las cosas se pueden apreciar desde diferentes tipos de vista.

T

Táctil: es una pantalla que mediante un toque directo sobre su superficie permite la entrada de datos y órdenes al dispositivo y, a su vez, muestra los resultados introducidos previamente.

Tecnográfico: de la tecnocracia o relacionado con ella.
Tecnología: conjunto de instrumentos, recursos técnicos o procedimientos empleados en un determinado campo o sector.

Tipografía: es el arte y la técnica en el manejo y selección de tipos para crear trabajos de impresión.



Garret, J.J. (2011). The elements of User Experience. USA: New Rivers

Cooper, A., Reimann, R., & Cronin, D. (2007). About Face 3: The Essentials of Interaction Design. Indianapolis, IN, USA: Wiley Publishing, Inc.

Guzmán, Ivonne. (21 marzo 2014). La Adopción de animales Crece en Cuenca. Diario el Comercio. Recuperado de: <http://www.elcomercio.com/tendencias/adopcion-de-mascotas-crece-cuenca.html>

USI Events. (2013, septiembre 6). [Archivo de video]. User eXperience - Jesse James Garrett at USI Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=nuVWKdypue0&t=2289s>

James Garret, (2011) Dubberly, H. (2009). What is Interaction? Are There Different Types? Recuperado de <http://www.dubberly.com/articles/what-is-interaction.html>

Norman, D.A. (1988). The Psychology of Everyday Things. Basic Books. Norman, D. A. (2007). Cautious Cars and Cantankerous Kitchens: How Machines Take Control. En: The Design

of Future Things. New York: Basic Books. Disponible en: <http://www.jnd.org/dn.mss/1.1%20Cautious%20Cars.pdf>

Mifsud, J. (23 de Julio de 2012). Usability Geek. Recuperado el 15 de Julio de 2018, de

Paper Prototyping As A Usability Testing Technique: usabilitygeek.com/paper-prototyping-as-a-usability-testing-technique

Preece, J. J.; Rogers, Y.; Sharp, H.; Benyon, D. (1994). Human-Computer Interaction. Essex, UK, Addison-Wesley Publishing

Hassan-Montero, Y.; Martín-Fenández, F.J. (2004). Propuesta de adaptación de la metodología de diseño centrado en el usuario para el desarrollo de sitio web accesibles. Revista Española de Documentación Científica, 27, 3, pp.330-344.

Newell, A.F.; Gregor, P. (2000). User Sensitive Inclusive Design: in search of a new paradigm. En: CUU 2000 First ACM Conference

on Universal Usability. pp.39-44.

W3C(2008). Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.0. Recuperado de: <http://www.w3.org/TR/WCAG20/>

Google Material. (2018). Material Design. New York, EU.: Material Design. Recuperado de <https://material.io/>

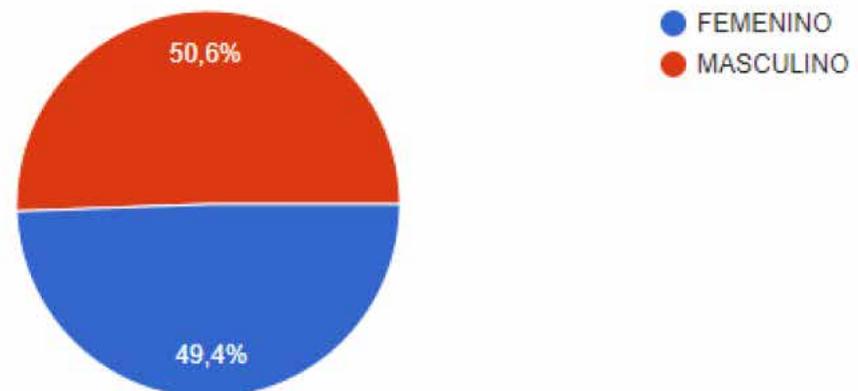
ANIMALES SIN HOGAR

Buenos días (tardes, noches). Estamos realizando una encuesta entre los amantes de los animales. Su ayuda será muy



GENERO:

85 respuestas



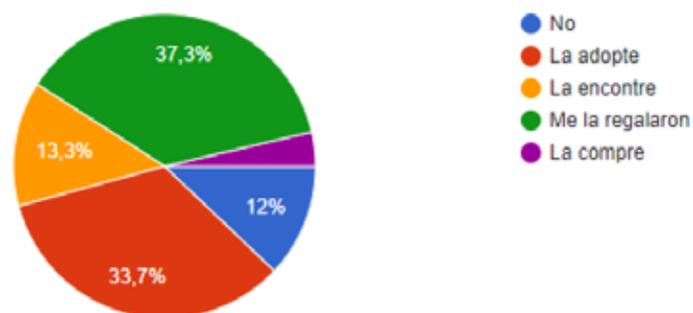
IAAD:

respuestas



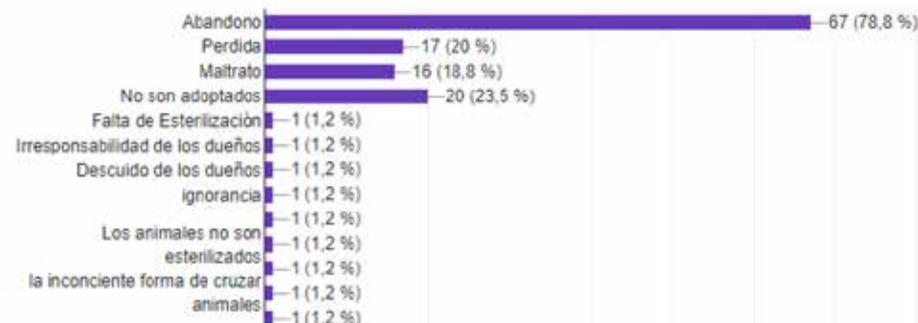
Tiene una mascota. Si es así, cómo la obtuvo?

respuestas



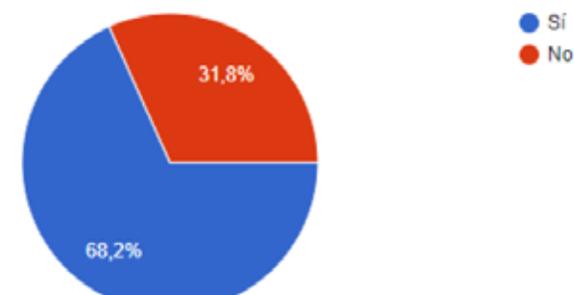
2. ¿Cuál cree que es el mayor factor por el cual existen animales sin hogar?

85 respuestas



3. ¿Viraliza por las redes sociales contenido en beneficio de los animales sin hogar?

85 respuestas



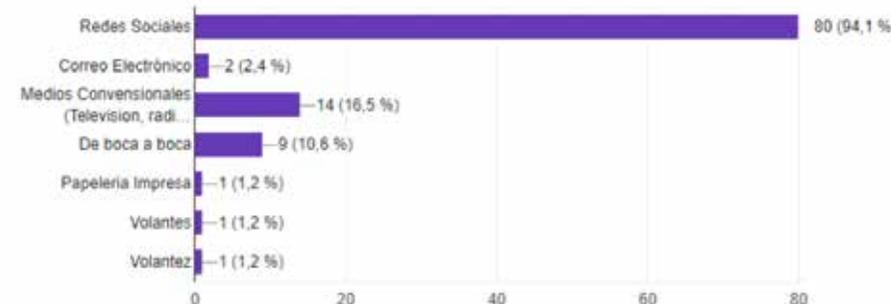
4. Cuántas fundaciones de apoyo a los animales en Cuenca conoce Usted, escribalas:

70 respuestas



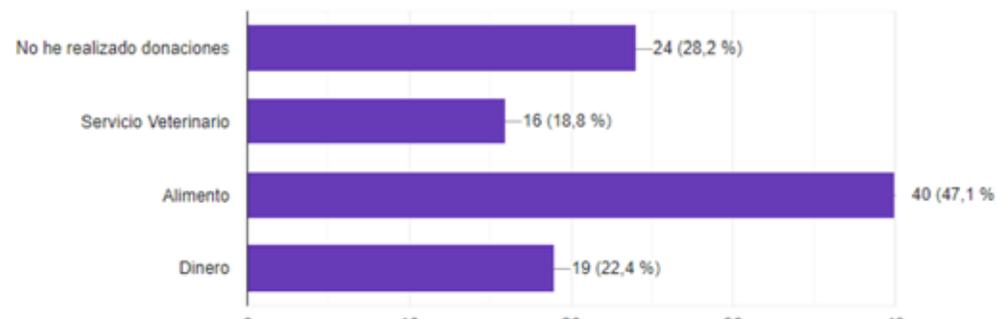
5. Mediante que medio obtiene información acerca del trabajo, eventos y campañas que realizan las fundaciones de apoyo a los animales

85 respuestas



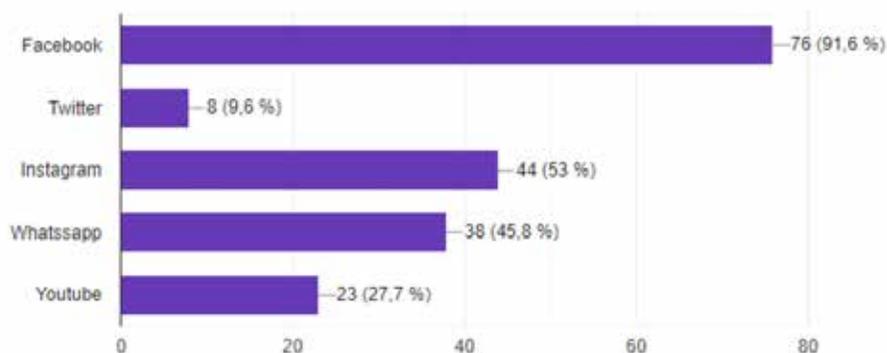
6. ¿Realiza o ha realizado donaciones en beneficio de los animales?, si es así de que tipo?

5 respuestas



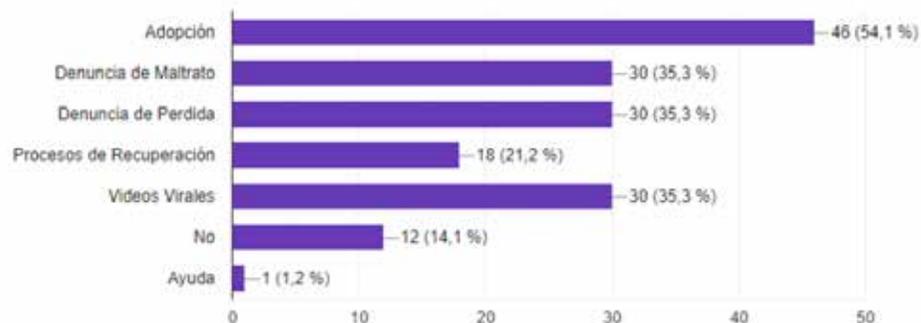
7. ¿Cuáles son las principales aplicaciones que mas utiliza?

5 respuestas



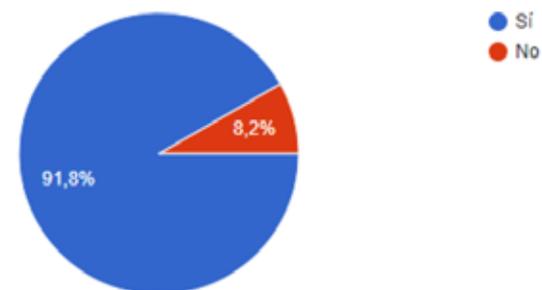
8. ¿Ha posteado contenido en las redes sociales acerca de temas vinculados a los animales? ¿Si es así Cuáles?

85 respuestas



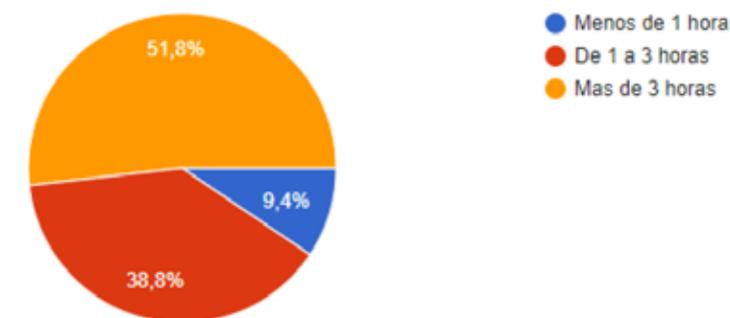
9. ¿Le gustaría poder obtener contenido relacionado con apoyo a los animales mediante el empleo de su celular?

85 respuestas



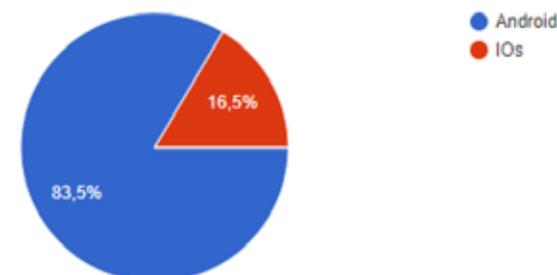
10. ¿Que tiempo emplea para el manejo de aplicaciones móviles?

5 respuestas



11. ¿Qué sistema operativo emplea su celular o tableta en el manejo de aplicaciones?

85 respuestas



ANEXO 2: Autorización para Entrevistas Fundaciones

Cuenca, 27 de Octubre de 2017

Sra. Carmita Paredes
DIRECTORA DE RESCATE ANIMAL CUENCA
Ciudad

Su despacho.

Luego enviarle un atento y cordial saludo, solicito a usted de la manera más comedida permitir el ingreso a la estudiante María Elisa Gutierrez Chicaíza, perteneciente a la Carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Artes, Universidad de Cuenca, a su institución educativa que acertadamente dirige, para realizar una entrevista a los miembros de su fundación con el objetivo de continuar con el desarrollo de su trabajo de titulación.

Agradezco por su colaboración y deseándole éxitos en su gestión.

Atentamente,



Dr. Ismael Carpio P. Mg.
DIRECTOR DE LA CARRERA DE DISEÑO
FACULTAD DE ARTES

ANEXO 3: Responsiva de Autorización focus group

RESPONSIVA:

Estimados Estudiantes.

Yo, María Elisa Gutiérrez Chicaíza con C.I.: 0105957104, estudiante de la Universidad de Cuenca, Carrera de Diseño Gráfico, me encuentro en la realización de mi proyecto de titulación: "Diseño de aplicación móvil como medio de comunicación e Interacción entre las fundaciones de apoyo a los animales y la ciudadanía". Motivo por el cual me encuentro realizando esta primera sesión.

Los datos recopilados serán confidenciales y de uso exclusivo de mi proyecto de titulación.

Como parte del estudio se tomarán fotografías que serán utilizadas únicamente como registro las cuales guardarán confidencialidad y no mostrarán su rostro públicamente.

Seguro de contar con su colaboración le agradezco.

ACEPTACIÓN:

Yo Fernanda Estefanía Bravo Ortega, con documento de identidad: 01024133533, autorizo a Elisa Gutiérrez, continuar con la sesión.

ANEXO 4: Cuestionario de Evaluación App Guaf.

EVALUACIÓN APLICACIÓN MÓVIL GUAF

Nombre: Regina Gutierrez

Genero: M FX

Profesión: Ingeniera Civil

Edad: 36 años

Buenos días, (Tardes, noches), reciban un cordial saludo de mi parte. La siguiente evaluación tiene el fin de probar la funcionalidad de la aplicación que han utilizado para afinar detalles en su interacción y diseño. Responda a las siguientes preguntas del 1 al 5, siendo 5 el puntaje máximo y 1 el puntaje mínimo, gracias.

1. ¿El prototipo de la aplicación, le brinda una retroalimentación adecuada?

5 4 3 2 1

2. ¿La información presentada tiene coherencia y orden lógico?

5 4 3 2 1

3. ¿Considera usted que dentro de la aplicación puede acceder a cualquier contenido fácil y rápidamente?

5 4 3 2 1

4. ¿Considera usted que existen adecuados mensajes de error en las acciones que realiza?

5 4 3 2 1

5. ¿Considera usted que existen suficientes mensajes de guía e información en las acciones que realiza?

5 4 3 2 1

6. ¿Considera usted que los mensajes de guía son de fácil comprensión?

5 4 3 2 1

7. ¿Considera usted que la aplicación maneja un estándar de diseño adecuado en comparación con otras aplicaciones?

5 4 3 2 1

8. ¿Cómo calificaría la disposición de los contenidos dentro de la aplicación?

5 4 3 2 1

9. ¿Cómo calificaría la interacción y el diseño que se emplea aplicación?

5 4 3 2 1

10. En caso de lanzar la aplicación al mercado. ¿La usaría y recomendaría a sus conocidos y amistades?

5 4 3 2 1

FIN

