hachiko

Encuentra un amigo fiel

Por Viviana Bolaños Cardona

hachiko

Diseño de interfaz para el portal web de difusión
de animales adoptables en Cali

Viviana Bolaños Cardona

Proyecto de grado para optar por el título de
Diseñadora gráfica

Director:
Javier Mauricio Reyes Vera

Facultad de Artes Integradas
Departamento de Diseño Gráfico
Universidad del Valle
Sede Meléndez

2024





Adoptar es un acto
de amor

Agradecimientos

A mi mamá, la persona que ha sido el motor de mi vida, mi inspiración y mi fuerza; quien más me ha apoyado para creer que es posible tener una vida mejor y diferente a la que le tocó vivir; quien me ha impulsado a superarme y a confiar en que soy capaz de lograr todo lo que me proponga. Gracias por enseñarme, desde pequeña, que las mujeres somos capaces, que yo soy capaz, que puedo soñar en grande y alcanzar mis objetivos. Sin tu amor incondicional y tu apoyo, especialmente en los momentos en que mi mundo parecía desmoronarse, nada de esto hubiera sido posible. Por eso, este proyecto y cada uno de mis logros llevan tu huella. Te amo, mami.

A mi perrito, Hashi, quien me ha acompañado durante 12 hermosos años y es la razón principal detrás del nombre de este proyecto. Gracias por ser el sol que ilumina mis días y por enseñarme que el amor no entiende de especies. Has sido mi soporte emocional en incontables ocasiones y motivo de mis alegrías. Te amo, bebé, y espero que puedas sentirlo siempre.

A mi papá, quien ha sido el soporte de nuestra familia. Gracias por demostrarme tu apoyo y amor a tu manera, siempre. A mi hermano, que, a pesar de la distancia, siempre me ha cuidado, aconsejado y apoyado. Y a mi tía, que ha sido como una segunda madre para mí y un ejemplo a seguir, siempre presente en cada paso importante de mi vida. Gracias por celebrar cada uno de mis logros y por dejar una marca en la mujer que soy hoy. Los amo mucho.

A Mechas y a mis angelitos que están en el cielo: Logan, Matías, Cloe, Mía, Bruno, Blacky, y cada uno de los animales que han sido parte de mi vida desde la infancia. Gracias por haberme mostrado diferentes formas de amor y por haber dejado en mí una huella que me acompaña siempre. Cada uno de ustedes ha sido mi motivación y parte fundamental de lo que soy hoy.

A mi profesor y director de proyecto, Javier Reyes, gra-cias por su guía y acompañamiento en este proceso, por ayudarme a enfocar mis ideas, expandir mis conocimientos y visión.

A todas las personas, amigos y compañeros que han formado parte de este proyecto. Compartan o no mi motivación, gracias por hacer que la vida sea un poco menos complicada y más hermosa, por regalarme sonrisas, compartir su tiempo y demostrarme su cariño.

Resumen

El proyecto Hachiko tiene como objetivo diseñar la interfaz de un portal web que actúe como un puente efectivo entre refugios, fundaciones y hogares de paso, y los potenciales adoptantes. El cual, busca agilizar el proceso de adopción, contribuyendo a reducir el hacinamiento en estos lugares y el número de animales abandonados en las calles.

A través del diseño gráfico, el proyecto aborda la problemática desde una perspectiva visual y funcional, planteando soluciones que mejoran la interacción entre los usuarios y las organizaciones. La propuesta no solo crea un entorno atractivo y accesible, sino que también utiliza elementos visuales y estructurales para transmitir empatía y confianza, factores clave en la adopción responsable.

El documento se estructura en cinco capítulos. El primero establece las bases del proyecto, proporcionando el contexto y motivación detrás de la problemática. En el segundo capítulo, se presenta el marco teórico y conceptual, y los antecedentes, fundamentando la propuesta y aclarando los conceptos claves. El tercer capítulo pone en práctica la teoría y propone soluciones específicas. En el cuarto, se evalúa la propuesta mediante pruebas y reflexiones sobre sus limitaciones. Finalmente, el quinto capítulo ofrece información complementaria y soportes adicionales.

La metodología implementada es el Design Thinking, que permitió desarrollar la interfaz desde un enfoque de diseño centrado en el usuario, para abordar un público diverso con ciertas características particulares. A través de la plataforma Figma, se elaboró un prototipo funcional que fue sometido a pruebas de usabilidad, cuyos resultados facilitaron mejoras significativas en la funcionalidad y experiencia del usuario. Se espera que la implementación del portal fomente la interacción efectiva con los usuarios y promueva la adopción responsable de animales.

Palabras claves: portal web, Desing Thinking, experiencia de usuario, interfaz, diseño, identidad, refugios, fundaciones, perros, gatos, branding, usabilidad.

Contenido

Primer capítulo: Sentando las bases 10

1. Introducción 11
2. Planteamiento del problema..... 12
3. Objetivos 15
3.1. General 15
3.2. Específicos 15
4. Justificación 16

Segundo capítulo: Respaldo..... 18

5. Marco teórico y conceptual 19
5.1. Principios para el análisis: 19
5.1.1. Diseño 19
5.1.1.1. Etapa de juicio funcional:..... 19
5.1.1.2. Etapa del análisis formal: 19
5.1.1.3. Etapa de descripción conceptual 20
5.1.2. Fotografía: 20
5.1.3. Interfaz: 22
5.1.4. Contenido..... 27
6. Antecedentes 28
6.1. Catálogos de adopciones: 28
6.1.1. UAEPA - Unidad Administrativa Especial de Protección Animal 29
6.1.1.1. Diseño..... 29
6.1.1.1.1. Etapa de juicio funcional: 29
6.1.1.1.2. Etapa del análisis formal: 30

6.1.1.1.3. Etapa de la descripción conceptual: 33
6.1.1.2. Fotografía 34
6.1.1.3. Interfaz 38
6.1.1.4. Contenido 45
6.1.2. IDPYA - Instituto distrital de protección y bienestar animal 46
6.1.2.1. Diseño 46
6.1.2.1.1. Etapa de juicio funcional 46
6.1.2.1.2. Etapa del análisis formal 47
6.1.2.1.3. Etapa de la descripción conceptual 48
6.1.2.2. Fotografía 49
6.1.2.3. Interfaz 52
6.1.2.4. Contenido 58
6.1.3. Fundación paraíso de la mascota: referente por su contenido y fotografía 59
6.1.3.1. Diseño 59
7.1.3.1.1. Etapa de juicio funcional 59
6.1.3.1.2. Etapa del análisis formal 59
6.1.3.1.3. Etapa de la descripción conceptual 62
6.1.3.2. Fotografía 63
6.1.3.3. Interfaz 67
6.1.3.4. Contenido 73
6.1.4. PetFinder 74
6.1.4.1. Diseño 74
6.1.4.1.1. Etapa de juicio funcional 74
6.1.4.1.2. Etapa del análisis formal 74
6.1.4.1.3. Etapa de la descripción conceptual 76
6.1.4.2. Fotografía 77
6.1.4.3. Interfaz 80
6.1.4.4. Contenido 87
6.1.5. Toronto Humane Society: referente por su contenido 87
6.1.5.1. Contenido 88
7. Conclusiones de los antecedentes 89
7.1. Sobre la herramienta 89
7.2. Sobre el diseño 89
7.3. Sobre la fotografía 90
7.4. Sobre la interfaz 90
7.5. Sobre el contenido 91

Tercer capítulo: A abordar el problema . 93

8. Metodología 94
8.1. Empatizar 94
8.2. Definición 94
8.3. Ideación 95
8.4. Prototipo 95
8.5. Pruebas 95
9. Desarrollo 96
9.1. Arquitectura de la información 96
9.1.1.Usuarios del portal web 96
9.1.2. Objetivos de los usuarios 96
9.1.3. Historias de usuario 96
9.1.3.1. Potencial adoptante 96
9.1.3.2. Fundación constituida 97
9.1.3.3. Administrador/a 98
9.1.3.4. Usuario (visitante) 98
9.1.3.5.Hogar de paso 98
9.1.4. Organización del contenido del portal 98
9.1.5. Prototipado 99
9.2. Identidad visual 103
9.2.1. Propósito 103
9.2.2. Audiencia objetivo: Segmentación 103
9.2.3 Propuesta de valor 104
9.2.3. Gráfica 104
9.2.3.1. Propuestas 104
9.2.3.2. Propuesta final 112
9.3. Narrativa de marca 116
9.3.1. Animales de la Fundación Paraíso de la Mascota Cali 116
9.3.2. Animales de personas brindando hogar de paso 118
9.3.3. Guía de adopción responsable 119

Cuarto capítulo: Reflexión 120

10.1. Protopersona 121
10.1.1. Objetivo 121
10.1.2.Tipos de usuarios 121
10.1.3. Perfiles: 121
10. Evaluación del proyecto 121

10.2. Pruebas de usabilidad....124
10.2.1. Tareas de estudio....124
10.3. Informe de hallazgos....125
Potenciales adoptantes....126
10.4. Conclusiones....129
11.1. Definición del proyecto....130
11.2. Áreas cubiertas por el proyecto....130
11.3. Limitaciones del proyecto....130
11.4. Público objetivo....130
11. Alcances del proyecto 130
11.5. Resultados esperados....131

Quinto capítulo: Soportes adicionales ... 132

12. Referencias.... 133
13.1. Trabajo de campo....137
13.2. Encuestas....137
13.3. Archivos....137
13.4. Contenido del portal....137
13.5. Prototipo....137
13. Anexos 137

Primer capítulo: Sentando las bases

1. Introducción

Los animales domésticos en situación de calle representan una problemática significativa en ciudades como Cali y en el resto del país (Chacón, 2023). Esta situación ha derivado en un desafío tanto social como ambiental (Rincón Acevedo & Guzmán Cortés, 2017), afectando a activistas animalistas y a la comunidad en general. Perros y gatos recorren las calles en busca de alimento y refugio, enfrentándose a riesgos constantes (Cruz, 2023), lo que genera problemas de convivencia y repercusiones ambientales.

A pesar de la existencia de refugios, fundaciones y entidades como el Centro de Bienestar Animal en Cali, la capacidad de estos espacios es insuficiente frente a la alta demanda de ayuda, lo que provoca hacinamiento y limita las posibilidades de adopción (Chilito, comunicación personal, 16 de marzo de 2024; véase Anexo A). Aunque se realizan programas de esterilización, campañas de adopción y actividades de concientización, acceder a la información se vuelve un desafío, ya que a menudo se encuentra dispersa, obligando al usuario a visitar varias páginas y redes, desactualizada o carece de detalles relevantes, dificultando el acceso de los potenciales adoptantes.

Ante este panorama, se plantea como solución el diseño de una interfaz de un portal web, que facilite la centralización y organización de información sobre animales disponibles para adopción. Este proyecto prioriza el diseño de una herramienta digital accesible, funcional y centrada en el usuario, que optimice la interacción entre entidades de rescate, hogares de paso y posibles adoptantes. Enfocando la propuesta en la creación de una experiencia visual y de navegación intuitiva para el usuario, que facilite el acceso a datos detallados sobre los animales, como su historia, características físicas como temperamentales, estado de salud, pasos y requisitos para adopción.

Con esto, no solo se busca mejorar la comunicación entre las partes involucradas, sino también fomentar adopciones responsables, reducir el hacinamiento en refugios y contribuir a una cultura de respeto hacia los animales. De este modo, el proyecto evidencia cómo el diseño gráfico puede ser una herramienta estratégica para abordar problemáticas sociales y promover soluciones sostenibles.

2. Planteamiento del problema

Se calcula que en los 619 km² de extensión territorial de la ciudad de Santiago de Cali (Agudelo, M. G., 2022), hay aproximadamente 96 animales en situación de abandono por kilómetro cuadrado. Estos animales sufren diariamente maltratos de otros animales o de personas malintencionadas, evitando ser atropellados al cruzar las calles y, exhaustos, deambulan por las zonas urbanas en busca de alguna esperanza de alimento. Se arriesgan buscando agua en los canales de aguas lluvias, y suelen estar decaídos, enfermos y sucios (SOLLA, 2021). Este es el panorama que se ve actualmente en Cali (El País, 2023).

Por ello, algunas personas y organizaciones, como fundaciones y albergues, se han comprometido a proteger a estos seres, luchando por la creación de proyectos gubernamentales y solicitando el apoyo de la comunidad. Sin embargo, estos espacios de rescate animal se enfrentan a la difícil situación de no poder recibir en sus instalaciones más animales (Chilito, N. Comunicación personal. 16 de marzo de 2024), debido a la alta demanda y el limitado espacio, ya que, lamentablemente, su capacidad no cubre ni el 10% de la necesidad, tanto en la ciudad como a nivel nacional (Bonilla, D. Comunicación personal. 22 de marzo de 2024; Véase Anexo B). Como consecuencia, muchos lugares experimentan hacinamiento debido a múltiples causas de las que se hablaran a continuación.

Una de las principales herramientas que utilizan estas organizaciones son las redes sociales, porque permiten darse a conocer y llegar a un público específico con el fin de alcanzar sus objetivos, superando las barreras de distancia y captar más fácilmente el interés del público (Chávez, A. A., 2017). Hoy en día, una organización sin presencia en redes sociales es casi inexistente; por ello, las fundaciones, albergues e incluso el Centro de Bienestar Animal recurren a estas plataformas digitales, especialmente cuando no cuentan con recursos para publicidad tradicional. Sin embargo, al examinar sus redes sociales, se observa una falta de estrategia clara de comunicación: la información se encuentra desorganizada, desactualizada y los animales en adopción se presentan de forma general, sin ofrecer una visión cercana de sus características y personalidad (Rodríguez, A. V., 2019).

En el caso de la Fundación Paraíso de la Mascota, el encargado, Nicanor Chilito, nos comenta que no todos los animales listos para adopción están publicados en las redes sociales y la página web, ya que no cuentan con el personal necesario para realizar esta tarea de manera continua; normalmente, son los voluntarios que visitan la fundación quienes se encargan de ello (Chilito, N., comunicación personal, 16 de marzo de 2024; véase Anexo A). Debido a esto, sus plataformas suelen estar desactualizadas, lo que contribuye a una baja frecuencia en las adopciones, haciendo que algunos meses no logren concretar ninguna. Además, al no contar con un sistema de información accesible para el público, las personas interesadas en ayudar o adoptar tienen que recurrir a visitas presenciales para obtener detalles, dificultando el acceso a las ayudas por parte de la población sin ciertas comodidades.

Por otro lado, está el Centro de Bienestar Animal (CBA), que a mi ingreso (marzo de 2024) se encuentra en proceso de organización con un equipo nuevo. En sus redes sociales, no hay uniformidad ni claridad, pues se encuentran probando diferentes métodos y estrategias para identificar los que mejor funcionan. Por ejemplo, actualmente para mostrar los animales a los potenciales adoptantes utilizan un álbum de fotos creado en Canva, clasificados en gatos bebes, cachorros, gatos y perros (Cortez, J., comunicación personal, 22 de marzo de 2024). Sin embargo, este catálogo solo muestra información básica como el nombre, la edad y el sexo del animal, lo que limita la conexión emocional con los adoptantes, quienes suelen basarse

en factores como la apariencia física, condición de salud e historia para elegir (Bolaños, V. Comunicación personal. 17 de marzo de 202; Véase anexo F). Esto podría explicar en parte por qué el CBA solo registró 25 adopciones en el primer trimestre de 2024, una cifra baja en comparación con el Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal (IDPYBA) de Bogotá, que para finales de septiembre de 2023 reportaba 430 adopciones, promediando 47 por mes (comunicaciones2021. 2024), lo que evidencia un índice de adopciones mu por encima de Cali.

En Colombia, un país que se ubica entre los primeros a nivel global en frecuencia de abandonos de perros (Cruz, N., 2023), pues según un estudio se estima que en 2022 había más de 66 mil perros en situación de calle solo en Bogotá (Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal (IDPYBA). 2022). Y que, además, ocupa la posición 30 en el ranking global de maltrato animal (VACI, 2017). Donde la Ley 1774 de 2016, que reconoce jurídicamente la sintiencia de los animales (Orduz, M. C., 2023), tiene una vigencia de menos de 10 años, lo cual, aunque comparable a legislaciones en países como Suecia, España y Canadá (Equipo WAP, 2023), no ha logrado disminuir los altos índices de maltrato y abandono en el país. Cali, por ejemplo, registró 286 casos de maltrato animal en 2023, a pesar de tener una población y un territorio menores que Bogotá (Delgado, H. N., 2023). En este contexto, no es sorprendente que la mayoría de los animales en albergues y fundaciones provengan de situaciones de abandono o abuso. Según Nicanor Chilito, cuidador principal de la Fundación Paraíso de la Mascota, la mayoría de los más de 300 animales a su cargo fueron abandonados directamente en el lugar, muchos de ellos presentando graves heridas, enfermedades o signos de abuso. Actualmente, debido a que no pueden recibir más animales, algunos son dejados en la calle o a las afueras del condominio, lo que ha llevado a la fundación a mantener su dirección exacta en reserva (Chilito, N., comunicación personal, 16 de marzo de 2024; véase Anexo A).

En cuanto al CBA, sus trabajadores expresan que el abandono directo de animales en sus instalaciones no es común, ya que cuentan con vigilancia y cámaras de seguridad. Sin embargo, sí han ocurrido casos en los que las personas llevan a sus animales para recibir atención veterinaria y luego no regresan a recogerlos (Cortez, J., comunicación personal, 22 de marzo de 2024; véase Anexo B)

Lastimosamente, esta práctica no es castigada por las leyes en Cali; incluso podría decirse que se permite, pues según el inspector de policía Diego Alejandro Bonilla del Centro de Bienestar Animal, “el artículo 14 de la Ley 84 de 1989 establece que cuando una persona no pueda darle subsistencia a un animal, puede dejarlo al cuidado de la alcaldía o del inspector de policía”. Por lo tanto, esto no se considera maltrato animal ni es motivo de sanción, lo cual facilita que muchas personas continúen realizando estas prácticas sin consecuencias legales (Bonilla, D., comunicación personal, 22 de marzo de 2024; véase Anexo B).

Por otra parte, está el tema de las esterilizaciones, de acuerdo con una encuesta realizada a 114 personas (Bolaños, V., comunicación personal, 17 de marzo de 2024; véase Anexo D), el 77,2% de los encuestados que tienen animales domésticos, los han hecho esterilizar. La mayoría lo hizo para evitar que tuvieran crías, aunque otros mencionaron motivos como la responsabilidad, la salud, o simplemente lo consideraron una práctica necesaria. Sin embargo, el 22,8% que no ha esterilizado a sus animales indicó razones como que los animales no salen solos de casa, el miedo a complicaciones durante la cirugía, el deseo de tener crías, la oposición de sus padres o la falta de información. Además, solo el 93% de los encuestados conoce que la esterilización ayuda a reducir la población de animales callejeros, sin tener claridad sobre los múltiples beneficios adicionales, tanto de salud como de comportamiento (Cáceres, C. R., 2019). Esto muestra que aún persiste una falta de conocimiento sobre la importancia de la esterilización, la cual no solo contribuye a reducir el número de animales sin hogar, sino que también ofrece muchas otras ventajas.

Lo que contribuye que para enero de 2023, según cifras del Plan Nacional de Salud y Bienestar, en Colombia había más de 3 millones de perros y gatos en situación de calle (Chacón, P., 2023). Las cuales aumentaron en parte debido a la pandemia de COVID-19, pero también a otros factores, como camadas no deseadas, problemas de comportamiento de los animales, dificultades económicas, cambios de domicilio o pérdida de interés (Zazo, M., 2021). Muchos de estos problemas son resultado de un proceso de adopción irresponsable. Para contrarrestar esta situación, los refugios y albergues han fortalecido sus procesos de adopción responsable mediante asesorías a los adoptantes sobre el comportamiento y las necesidades del animal, realizando estudios del entorno familiar y verificando que los adoptantes puedan brindar un hogar adecuado. Sin embargo, este proceso ha llevado a que algunas personas prefieran adoptar un gato directamente de la calle, ya que resulta mucho más sencillo (Chilito, N., comunicación personal, 16 de marzo de 2024; véase Anexo A).

También, factores como la compra de animales ha contribuido a esta problemática, pues debido al ritmo de vida acelerado y factores como la falta de estabilidad laboral, de tiempo y de espacio, muchas personas buscan animales con características específicas, como tamaño o comportamiento predecibles, lo que los lleva a preferir razas estandarizadas, acudiendo a estas prácticas. Pues, en Colombia, no existen regulaciones que limiten la compra de animales, por lo que es común que las personas opten por adquirir razas pequeñas, como el shih tzu o el Yorkshire terrier, que son altamente demandadas (Agronegocios, 2023). Esta tendencia favorece la

venta de animales a través de mercados en línea y criaderos, donde muchas veces se explota a las perras de manera intensiva, sometiéndolas a múltiples partos y fomentando prácticas de maltrato (Bonilla, D., comunicación personal, 22 de marzo de 2024; véase Anexo B). Así, perpetuando la cosificación de los mismos (4Patas, 2017) y limitando las oportunidades de adopción para los animales sin hogar.

A pesar de que en ciertas ciudades de Colombia cuentan con instituciones dedicadas a velar por el bienestar de los animales, como el Instituto Distrital de Bienestar y Protección Animal (IDPYA) en Bogotá y el Centro de Bienestar Animal (CBA) en Cali, que representan los esfuerzos del gobierno por proteger la vida y el respeto hacia estos seres (Valderruten, I., 2022), no ha logrado atender a toda la población de animales domésticos, debido a su reciente establecimiento y a la gran demanda. En este contexto, albergues y fundaciones desempeñan un papel similar, al ofrecer atención, rescate y servicios de adopción. Sin embargo, a diferencia de las instituciones gubernamentales, estas fundaciones no reciben apoyo económico del gobierno (Chilito, N., comunicación personal, 16 de marzo de 2024; véase Anexo A) y deben recurrir a otras fuentes de financiamiento, como donaciones y la venta de productos (camisetas, mugs y calendarios). En el caso de la Fundación Paraíso de la Mascota, los adoptantes deben cubrir una cuota de ayuda de $50,000 COP para apoyar a los animales restantes, y también ofrecen un programa de apadrinamiento con una cuota mínima de $40,000 COP mensuales, destinada a garantizar la salud y el bienestar del resto de los animales. Sin embargo, estos ingresos son irregulares, complicando la protección de los animales, limitándolos.

Por último, la falta de un sistema centralizado y accesible para la difusión de animales disponibles para adopción representa un obstáculo crítico en los esfuerzos por reducir el abandono y fomentar la adopción responsable. Pues actualmente, los interesados deben buscar información de manera dispersa, revisando múltiples redes sociales, sitios web y contactos indirectos. Esto no solo es ineficiente, sino que desmotiva a potenciales adoptantes, quienes podrían desistir al enfrentarse a procesos complicados o información incompleta. Además, esta dispersión de datos dificulta a las organizaciones rescatar nuevos animales, ya que limita la visibilidad de los que ya están listos para adopción, perpetuando el hacinamiento y reduciendo las oportunidades de que estos encuentren un hogar. La centralización de esta información, acompañada de una presentación clara, organizada y atractiva, puede ser la clave para optimizar los procesos de adopción y generar un impacto positivo tanto en los animales como en las personas.



3. Objetivos

3.1. General

Diseñar la interfaz de un portal web centrado en la difusión y adopción de animales en la ciudad de Cali, priorizando la experiencia del usuario, optimizada mediante un diseño visual atractivo, intuitivo y funcional que fomente la interacción eficiente entre los adoptantes y las fundaciones de rescate animal u hogares de paso.

3.2. Específicos

01. Diseñar la estructura de navegación y la organización de contenido del portal web, garantizando un diseño visual coherente y adaptable a diferentes dispositivos (diseño responsive), con el fin de mejorar la accesibilidad de los usuarios.

02. Optimizar la experiencia de usuario mediante la evaluación de usabilidad y la definición clara de los roles de los diferentes perfiles (adoptantes, fundaciones, visitantes y administradores), asegurando un acceso intuitivo.

03. Diseñar una identidad visual clara y atractiva que refleje los valores del portal, utilizando elementos gráficos efectivos para comunicar de manera accesible la importancia de la adopción y el bienestar animal.

4. Justificación

En la ciudad de Cali, existe una dura realidad para los animales domésticos, pues según un censo realizado en 2019 y actualizado en 2023, hay 6 mil animales entre perros, gatos y otros tipos de animales en casi 200 fundaciones, albergues y hogares de paso (Radio Conexión Animal, 2019), lo que refleja una problemática de hacinamiento en estos lugares, tomando en cuenta que algunas fundaciones tienen más de 300 animales cuando solo pueden sostener 100, sin dejar de lado la exagerada cantidad de animales en condición de calle. A pesar de los diversos esfuerzos de estas entidades, la visibilidad de estos animales sigue siendo limitada y los procesos de adopción tediosos, resultando en una baja tasa de adopciones (Chilito, N., comunicación personal, 16 de marzo de 2024; véase Anexo A), prolongando esta problemática.

La falta de un espacio centralizado donde las personas puedan conocer todos los animales que tienen las fundaciones, con sus características e historia, y que además sean lugares seguros donde haya un cuidado adecuado a estos animales, genera una desconexión entre los potenciales adoptantes y estas entidades, reduciendo las probabilidades de encontrar un hogar definitivo y que los animales en la calle sean rescatados.

Por ello, un portal web, definido como un sitio que facilita el acceso a productos o servicios de diferentes fuentes en un solo lugar, ayudará a los usuarios a localizar información sin tener que visitar múltiples páginas (A., 2017). Con el objetivo de difundir información sobre los animales disponibles para adopción, un portal de este tipo buscaría contribuir a la reducción de esta problemática al proporcionar una plataforma accesible, intuitiva y centralizada. Así, las personas pueden obtener un primer acercamiento a los animales sin necesidad de desplazarse, lo que les permite ahorrar recursos como gasolina, dinero y tiempo. En el portal, los usuarios encontrarán toda la información sobre el animal, como la historia, características, condición médica, fotografías y ubicación de cada animal, junto con información sobre el proceso de adopción y datos útiles para afrontar la fase de adaptación, facilitando que puedan tomar una decisión informada y certera.

Además, este portal facilitará la conexión entre potenciales adoptantes, personas que brinden hogar de paso y estas entidades de rescate y refugio animal, promoviendo la adopción responsable, el bienestar y la sintiencia animal. Responde a la necesidad de generar conciencia sobre la importancia de la adopción como una alternativa más humana y responsable frente a la compra de animales, contribuyendo a la reducción del abandono (Instituto distrital de protección y bienestar animal, 2022).

Por tal razón, desde el diseño gráfico se abarca la creación de una interfaz que no solo sea atractiva a nivel visual, sino también que permita una navegación intuitiva y organizada para los usuarios (Grachiano. 2024). La cual garantiza que la información sobre los animales disponibles para adopción se muestre de forma clara, coherente y accesible, a través de una estructura jerárquica definida y un diseño confiable. También, juega un papel fundamental en generar una experiencia positiva para el usuario al establecer una estética que represente los valores de adopción responsable y la protección animal. Involucrando el empleo de elementos visuales que generen un vínculo emocional con los usuarios, promoviendo el respeto y compromiso hacia la causa, garantizando que el portal web cumpla con su objetivo de ser un puente eficaz entre las fundaciones, hogares de paso y los potenciales adoptantes.

Así, la implementación del proyecto no solo será beneficiosa para los animales que buscan un hogar, sino también para las organizaciones de protección y refugio

animal, quienes podrán difundir su labor y los animales que acogen, teniendo un mayor alcance gracias a una estrategia de difusión bien ejecutada. Para los habitantes de Cali, el portal representa una oportunidad de sensibilización y participación para ayudar a disminuir los animales en condición de calle, evitando que esta situación se convierta en un problema de salud pública y ambiental (Pozo, D., 2023), fomentando un cambio cultural hacia el respeto y la responsabilidad en la tenencia de los animales domésticos.



Segundo capítulo: Respaldo

5. Marco teórico y conceptual

5.1. Principios para el análisis:

5.1.1. Diseño

Para comunicar adecuadamente un mensaje, llegar un público en específico y facilitar algunos procesos es importante contar con un buen diseño, que sea agradable para el usuario, pensando en que tenga la mejor experiencia posible y logré completar los objetivos eficientemente, por ello para conocer desde la perspectiva estética cuáles son los parámetros para la elaboración de una herramienta de búsqueda, se realizará el análisis desde la base teórica otorgada para la crítica del diseño en el trabajo de grado Fundamentos para la crítica del diseño gráfico de Flores-Figueroa, J. de J. (2021) donde expresa que

"... la crítica tiene, por fuerza, que contribuir al diálogo de ideas afines y contrarias para construir el conocimiento y reducir las diferencias sociales, políticas, culturales y económicas de nuestro mundo actual"

Cuando se observa el diseño desde la perspectiva estética y funcional, tomando en cuenta también su percepción social, se pueden encontrar factores que ayudan a parametrizar la idea de cómo "debería ser un buen diseño" de una herramienta que visibiliza a los animales adoptables que se encuentran disponibles en las fundaciones, asociaciones y albergues, considerando que todas estas tienen un mismo objetivo, el cual es lograr que las personas adopten y velen por el bienestar de estos, por ello a partir del trabajo de grado mencionado anteriormente se obtienen 3 primeros puntos de su metodología planteada, los cuales son:

5.1.1.1. Etapa de juicio funcional:

Esta etapa toma como objetivo principal el comunicar respondiendo la pregunta "¿El proyecto analizado cumple con la función básica de un diseño?", donde el diseño gráfico "Se trata de espacios gráficos que deben informar por medio de la atracción y el convencimiento (...)" (Acha, 1990: pág. 102). A partir de esto, se puede analizar como el diseño es percibido y si su intención comunicacional se logra, en este punto es de gran ayuda saber cuál es el objetivo que se planteó al realizar la pieza gráfica; sin embargo, esta también puede ser inferida.

A partir de lo anterior, las heurísticas que se tomarán para el análisis de los antecedentes serán:

¿El diseño cumple con su objetivo comunicacional?
¿El diseño cumple con la función de atraer?
¿El diseño hace un llamado claro a la acción?
¿El diseño es fácil de usar y comprender?

5.1.1.2. Etapa del análisis formal:

Esta etapa surge a partir de 5 elementos técnicos que pueden ser utilizados en el diseño, los cuales son: primero, la composición, que tipifica el cómo están dispuestos los elementos en un espacio, en este caso el cómo está ubicada la información en las herramientas, si promueve la coherencia visual y un orden; segundo, la ilustración, en donde se expone la importancia de su utilización, pues le otorgan valores que ayudan a enfocar el mensaje, atraer al usuario y dar sentido, por ello también se analizará el nivel de iconicidad que tiene la composición a partir de la tabla de Niveles de Representación y Percepción. Dondis D.A. La sintaxis de la imagen, 1992 adaptada por Rosales Espinosa, D. M. (2009); tercero, figuras geométricas, ya sea desde su expresión mínima por individual o la combinación entre ellas, las cuales sir-

ven de ayuda para enfocar el mensaje o estética; cuarto, la tipografía donde se define si ayuda a transmitir y reforzar el mensaje, si se encuentra de una manera clara, genera armonía o, por el contrario, confunde y crea una discordancia; por último el quinto, el color, pues con su nivel de contraste, combinaciones tonales y efectos, ayudan a dar uniformidad, dar un mensaje más claro, resaltar y enfocar lo que se busca transmitir. A partir de estos elementos técnicos sacamos las heurísticas a responder para cada diseño:

A. Composición

¿La composición de diseño le otorga coherencia visual?
¿La composición del diseño permite enfocar el mensaje?
¿La composición permite que cada animal tenga su espacio y pueda recibir atención?

B. Ilustración

¿Con qué grado de iconicidad son presentadas las ilustraciones?
¿Las ilustraciones le otorgan atractivo visual a la composición?
¿Las ilustraciones ayudan a crear una imagen mental al usuario?

C. Figuras geométricas

¿Las figuras geométricas ayudan a enfocar el mensaje?

D. Tipografía

¿La tipografía ayuda a crear armonía?
¿La tipografía cumple con su propósito comunicativo?
¿La tipografía es legible?
¿La tipografía contribuye al llamado a la acción?

F. Color

¿El color permite identificar de qué lugar provienen los animales adoptables?
¿El color cumple con su propósito comunicativo?
¿El color le ayuda a dar estructura al diseño?
¿El color tiene suficiente contraste que contribuye a que haya una buena legibilidad?

5.1.1.3. Etapa de descripción conceptual

Etapa de la descripción conceptual: para esta etapa se definirán 3 elementos importantes para el análisis del diseño, primero la estética, la cual se desarrolla identificando la categoría a la que pertenece, para poder catalogarla en donde cumpla con elementos específicos.

"Así se puede clasificar una obra diseñistica como bonita, sublime, kitsch, Vogue, grotesca, tecno, cómica, humorística, o cualquiera de las categorías" (Flores-Figueroa, J. de J. 2021)

Segundo la innovación, donde no se trata de un diseño que nunca se haya visto, si no el sí contiene elementos estereotipos o deconstruidos, que al juntarlos brinda una frescura y algo estéticamente agradable para el usuario.

"Un estereotipo debe cumplir cuatro funciones: 1 emisor y receptor conocen su significado, 2 repeticiones suficientes de este, 3 estar ligado a un contexto específico, 4 su forma puede variar, pero mientras sea reconocido sigue considerándose estereotipo." (Flores y Alvarado, 2018: 5).

En tercer lugar, está la abstracción, donde se intenta que lo comunicado sea informado en la mayor brevedad y claridad posible, ya que el usuario percibe algo que no solicitó, por esto hay 3 niveles en los que se cataloga la abstracción alta, medio y bajo.

"Para esta propuesta se aceptan como adecuadas las categorías innovadoras de vanguardista, adaptada, reciclada y diluidora." (Flores-Figueroa, J. de J. 2021)

A partir de lo anterior se sacan las siguientes heurísticas

A. Estética

¿Cuál es la categoría estética del diseño?
¿La categoría estética cumple con su propósito comunicativo?

B. Innovación

¿El diseño contiene elementos estereotípicos?
¿Los elementos ayudan a ampliar la información y aterrizar el mensaje de objetivo del diseño?

C. Abstracción

¿Qué nivel de abstracción tiene el diseño?

5.1.2. Fotografía:

Para 2022, según Google Fotos, las personas hicieron 4,7 millones de fotos al día, unas 55.000 fotos por segundo, lo que ha ido incrementando para estos años (Rubio, D. 2023), pues hoy en día la fotografía ha pasado de solo servir para capturar momentos de la historia y capturar la belleza, a formar parte esencial de la comunicación visual, pues se ha vuelto uno de los medios más importantes y utilizados para transmitir ideas, sensaciones e información (Ridge, B. V. 2023), logrando impactar y atraer al público. Por ello, para temas de impacto social como la difusión, concientización y adopción de animales, es muy importante la implementación de una buena

fotografía, pues juega un rol crucial a la hora de percibir algo como verás, transmitiendo una parte de las realidades a los sujetos que no están en contacto directo con ellas (Sinisterra Molina M. M. 2011), despertando emociones en las personas, haciendo que no pasen desapercibidas y logren recibir atención, en cuanto esta logre el potencial como "documento y como huella dispuesta a testimoniar algo que alguna vez tuvo lugar en el mundo" (Sinisterra Molina M. M. 2011).

"... quienes se ofrecen a la cámara, conscientemente no pueden evitar el acto de posar y presentarse como modelos de sí mismos y de lo que el código de la imagen fotográfica determina para cada situación." (Sinisterra Molina M. M. 2011, p. 31)

A diferencia de los humanos, los animales al estar frente una cámara no se perciben como modelos de sí mismos, no se intentan mostrar cómo quieren que los perciban, sino que se muestran como realmente son. Pero, captar su ser, su verdadera esencia, es trabajo del fotógrafo, que es el operador de la imagen fotográfica (Barthes, 1998, p. 38), pues estos "...no traducen las apariencias, las citan" (Berger, 2007, p. 96)
Además, elementos como la composición, encuadre, planos, ángulo y saturación, son elementos que ayudan a lograr mejores estas imágenes y completar el objetivo de destacar la belleza del animal, generar ternura y empatía en el adoptante, para que así tome la decisión de salvar una vida; sin embargo, al ser una herramienta que permite la visibilización de los animales adoptables, donde las imágenes son donadas por las fundaciones o asociaciones y no se puede tener control sobre cómo son tomadas, se podrá dar una guía básica de fotografía con estos cuatro elementos:

A. Composición y encuadre:

Es importante tener claro el centro de interés es lo principal para la composición (Muñoz, A. 2021), en este caso el animal que se va a resaltar, además del momento y la sensación que se quiere transmitir, donde al tratarse de una imagen de acompañamiento informativa, lo ideal es que se encuentre en el centro de la composición, acompañado de elementos y un fondo que no roben la atención, haciéndolo resaltar, es decir, si el animal tiene un pelaje de color negro, lo ideal es tomarle la fotografía en un entorno iluminado y un fondo claro que lo contraste. Por ello, el fotógrafo de mascotas, Martin Pérez, recomienda (Pérez, M. 2023):

- Tener en cuenta la ley de la mirada, dejando espacio en la dirección hacia donde mira el animal.
- El centro de interés será, salvo casos excepcionales, los ojos, procurar que estén bien enfocados.
- Es mejor incluir contexto cuando se quiera contar una historia.
- La lengua fuera no siempre queda bien, sobre todo si es la de un perro exhausto.
- Las orejas alzadas en perros y gatos quedan mejor porque se nota al animal alerta y feliz. Salvo cuando son orejas largas y que cuelgan, claro.
- Captura los detalles, la textura de su pelaje o caparazón, sus pezuñas, etc.
- Cuidar los fondos, es importante que no distraigan, si hay muchos elementos distractores y no es posible cambiar de sitio a la mascota, mejor cambiar la perspectiva o desenfocar al máximo.
- Nunca cortar articulaciones, orejas o cola.

A partir de estas consideraciones, las heurísticas que nos servirán para analizar los antecedentes serán:

¿Las fotografías presentes en la herramienta tienen al animal adoptable en el centro de la imagen?
¿El animal adoptable contrasta con el fondo de la fotografía?
¿El ánimo y estado de los animales se muestra bien en las fotografías?

B. Planos

Para esta categoría técnica, se toma como referencia el cuerpo del animal, donde al igual que con los humanos se divide en planos generales, medios y cortos (Muñoz, A. 2021). En el plano general se toma la totalidad del cuerpo y parte de su entorno, el plano medio se toma desde la mitad del torso del animal, normalmente cuando se encuentra en una posición sentado y los planos cortos se utilizan para hacer un énfasis en los detalles, pues si se quiere dar una información que se considere importante como una cualidad diferencial, no utilizado para mostrar discapacidades, sino rasgos como la expresión de los ojos, en los que se puede hacer un énfasis. El fotógrafo de mascotas, Martin Pérez, enfatiza que lo mejor que se puede destacar del animal es (Pérez, M. 2023):

- Los ojos
- Carácter y personalidad. La foto tendrá mucha más gracia y chispa si representa una situación típica propia del animal: por ejemplo, si es un gato normalmente perezoso, fotografía haciéndose el remolón. Sí, por el contrario, es un perro que no deja de corretear retrátalo en acción. Si no es tu mascota, pregunta a los dueños e investiga un poco para retratar su personalidad.

A partir de estas consideraciones, las heurísticas que nos servirán para analizar los antecedentes serán:

¿La fotografía hace énfasis en resaltar los rasgos más característicos del animal?
¿Las extremidades se muestran por completo en las fotografías?
¿Qué tipo de plano son los más utilizados en las fotografías de la herramienta?

C. Ángulos

Las variaciones de este puede generar un impacto en la forma en la que se percibe la historia y se transmiten las emociones; por ejemplo, si la toma de la fotografía se realiza con un ángulo normal desde la misma altura del animal se entiende como una fotografía de carácter descriptivo (Muñoz, A. 2021), pero sí es tomada desde un ángulo picado o contrapicado transmite algo totalmente diferente, por eso el fotógrafo de mascotas Martin Pérez aconseja:

"Utiliza la perspectiva para despertar emociones o cambiar la percepción del animal. Lo ideal es a la altura de sus ojos, pero sí fotografías desde arriba, pondrás en evidencia su vulnerabilidad y puede parecer más frágil despertando ternura. Desde abajo le otorgaría más poder y parecería más fiero. "(Pérez, M. 2023)

A partir de lo anterior, las heurísticas que servirán para el análisis y recolección de información de los antecedentes y la toma de decisiones comunicaciones para la herramienta serán:

¿Qué perspectiva es la más utilizada?
¿Qué comunican los ángulos utilizados en las fotografías de las herramientas?

D. Saturación

Esta categoría va a acompañada del color, la iluminación, textura y contraste, factores que ayudan a resaltar las características del animal, mostrando su personalidad y dándole carácter a la fotografía (Muñoz, A. 2021), haciendo la diferencia en sí el animal pasa desapercibido o si las personas entran a ver su información. Una fotografía con una baja saturación puede transmitir un contexto como un animal triste, enfermo y viejo. Por ello, una adecuada iluminación al momento de tomar la fotografía puede ser un gran factor diferencial.

"Con la iluminación, más allá de exponer correctamente, puedes despertar sensaciones. Con una luz suave tendrás retratos más dulces y que inspiran ternura y tranquilidad, a la vez que dejan ver mejor los detalles.

La luz dura es más dramática y agresiva y destaca las texturas. Es importante que elijas una u otra en función de qué quieres transmitir, de la personalidad de la mascota, del momento, etc." (Pérez, M. 2023)

Además, la correcta iluminación ahorra el tiempo de edición, por ello el fotógrafo de mascotas, Martin Pérez, da unos consejos y recomendaciones sobre la iluminación en la toma de fotografías de los animales, los cuales son:

- Busca lugares con mucha luz, cerca de una ventana, una puerta, o incluso una lámpara si es de noche.
- Con luz de frente, cuidar especialmente el fondo.
- Recurre a los esquemas y trucos de iluminación de retrato de personas, te servirán también de guía para retratar mascotas.
- Utiliza reflectores naturales para rellenar sombras o ganar luz: una pared blanca, una cortina, etc.

A partir de lo anterior, las heurísticas que tendremos para el análisis de los referentes son:

¿Los colores de las fotografías en la herramienta están saturados adecuadamente?
¿Los colores del animal resaltan del fondo?
¿La iluminación utilizada para las fotografías de los animales es adecuada?
¿Se logran percibir los detalles en las fotografías de la herramienta?

5.1.3. Interfaz:

Una interfaz efectiva es visualmente atractiva, pero que a su vez otorgan seguridad y control al usuario, permitiéndoles completar objetivos y otorgando la confianza para que pueda volver a usarla cuando la necesite, por ello en el análisis de los referentes, se hará a partir de Primeros principios del diseño de interacción de Tognazzini, tomando solo los que contribuyan al desarrollo de un buen diseño de interfaz que permita encontrar al animal doméstico "ideal" para el futuro adoptante, es decir, que pueda estar acorde con el estilo de vida del usuario.

A. Anticipación

Se refiere a otorgarle al usuario toda la información y herramientas necesarias para cada paso del proceso, anticipando sus deseos.

¿La herramienta anticipa los deseos y necesidad de los usuarios?
¿La información necesaria está presente en cada paso?

B. Autonomía

La interfaz permite sentir al usuario que tienen el dominio de ella, sin que se pueda sentir perdido o con mucha libertad.

¿La interfaz le permite al usuario tomar decisiones?
¿La interfaz presenta información actualizada para mantener al usuario consciente e informado?
¿La información del estado de la herramienta es visible?

C. Color

El 10% de los humanos tienen algún tipo de daltonismo, por ello es importante que la interfaz sea incluyente con todas las personas y abra las posibilidades que todos, o la mayoría, puedan adoptar, por eso si se utilizan señales que funcionan como guía con color, es

importante que vayan acompañadas de formas diferenciadoras o texto.

¿Los colores implementados en la interfaz son fácilmente diferenciables entre sí para todos los tipos de daltonismo?
¿El color es acompañado por formas que apoyen la función en las señales?

D. Consistencia

Consta de varios principios, de los cuales solo se analizará tres para este contexto, que son: primero, la consistencia interna y externa, que da concordancia entre la apariencia de los elementos gráficos utilizados y donde se visibiliza la herramienta; segundo, coherencia entre la apariencia y la ubicación de las estructuras visibles como los iconos, botones, símbolos, barras de desplazamiento, etc.; por último la interpretación del comportamiento del usuario, donde los controles habituales que el usuario conoce se mantengan, cambiarlos genera confusión, provocando que en el peor de los casos, el usuario abandone la herramienta sin concluir su objetivo.

¿Los elementos gráficos implementados en la herramienta son coherentes entre sí?
¿Las estructuras visibles son coherentes con su ubicación?
¿Las funciones de los controles habituales son coherentes con la interpretación del usuario?

E. Valores predeterminados

Usualmente en herramientas de este tipo, se implementan en campos de llenado con valores predeterminados, señalando dónde y cómo debe ir la información, como, por ejemplo; el orden de las fechas, si algo debe ir en mayúsculas/minúsculas o si solo acepta caracteres numéricos. Por ello, la aplicación de estos valores es tan importante, pues ofrece el servicio de guía, ayudando al usuario; sin embargo, si estos se usan de forma incorrecta pueden ser contraproducentes, logrando que el usuario no le entienda y desista de realizar las acciones, debido a esto Tognazzini establece como principio que los valores predeterminados deben ser inteligentes y respectivos que cubra por lo menos el 25% de los casos, para saber si es correcto usarlos, si no es mejor evitarlos.

Otro principio de los que habla Tognazzini es reemplazar la palabra “predeterminado” por un término más significativo y receptivo, pues la mayoría de los usuarios dependiendo de nuestro público objetivo no conocen el significado de la palabra “predeterminado” tomándolo como un error, pues no cuentan con la preparación para hacer uso de la herramienta, por eso es preferible utilizar terminologías específicas que tengan relación con la acción, tema, categoría o lo que sucederá para que así puedan predecir lo que hará la herramienta.

¿Los valores predeterminados en la herramienta sirven de guía para el usuario?
¿A través de los valores predeterminados el usuario entiende que tipo de información debe ir en ese lugar?
¿Los valores predeterminados usan terminología receptiva y significativa?

F. Descubribilidad

Actualmente, está en tendencia el minimalismo, menos es más y muchas modas en las que se pretende volver a la forma más básica y limpia (Williams, D. 2023); sin embargo, a veces esto se puede convertir en un problema, por ello Tognazzini explica en dos principios, el primero cualquier intento de ocultar la complejidad servirá para aumentarla y el segundo, si el usuario no lo encuentra, no existe, donde explica que si para dar una ilusión de simplicidad quitamos los controles más básicos, esto puede funcionar a corto plazo desde el punto de vista estético, ya que a largo plazo desde el funcional no, pues la complejidad por más que se oculte se hace igualmente presente, pudiendo ser confundida con un error, haciendo que el usuario posiblemente no encuentre lo que busca, impidiendo completar sus objetivos y termine buscando en otro lado.

“Ejemplo. Creas una aplicación de tareas y decides eliminar la opción “eliminar tarea” y lo reemplazas por un atajo de teclado: Ctrl + X. La interfaz puede ser aparentemente sencilla, pero la usabilidad se vuelve más compleja, el usuario estará condicionado a usar sí o sí la combinación de teclas.” (Amorin, D. 2022)

Otros principios que son de gran importancia en el caso de las herramientas de búsqueda son: primero, los controles y otros objetos necesarios para el uso exitoso del software deben estar visiblemente accesibles en todo momento y, el segundo, con la excepción de los dispositivos móviles pequeños, los controles no pertenecen al centro del área de contenido, ya que para el objetivo de otorgar una herramienta que facilite el uso de todo de tipo de personas, permitiendo el mayor alcance posible, es necesario un acceso simple y fácil, por lo que ocultar los controles básicos solo retrasaría más el proceso. Por otro lado, el otro principio mostrado expresa que los controles en el centro no son exclusivos de los grandes formatos, pues en estos es mejor ubicar los controles de gran importancia en los laterales, ya que lo que predomina y debe ser el centro del usuario, es la información otorgada y el objetivo de la herramienta, lo demás son barras, botones, accesos que les ayudaran a cumplir los objetivos.

Por otro lado, está el principio Comunica tu vocabulario gestual con diagramas visuales, el cual explica la importancia de comunicar a través de imágenes, como iconos instructivos, puesto que “el 90% de la información que procesa el cerebro es visual. De ahí que seamos capaces

de recordar el 80% de las imágenes, y únicamente el 20% del texto, o el 10% del sonido" (Ana, G. A. 2019) por lo al utilizar imágenes, nos aseguramos qué el usuario entienda las instrucciones a seguir o los accesos rápidos.

Basándose en estos principios en cuanto a la descubribilidad, las heurísticas que ayudan al análisis de los antecedentes serán:

¿La herramienta muestra claramente los controles básicos y esenciales?
¿Los controles básicos son accesibles en todo momento?
¿La página es responsiva de acuerdo con el equipo desde que es visualizada la interfaz?
¿La herramienta hace uso de gráficos o imágenes para simplificar instrucciones?

G. Eficiencia del usuario

El primer principio, para esta categoría, llamado observé la productividad del usuario, no la de la computadora, tiene como idea principal 'el tiempo de las personas es más valioso que el de las máquinas' pues, es algo desarrollado por y para ser usado por personas, por lo que es mejor gastar algo más de tiempo y recursos en mejorar la herramienta que le agilizara ciertas tareas al usuario y disminuye el rango de errores, que hacerle gastar una mayor parte de su tiempo intentando comprender la herramienta, o incluso cerciorándose de no cometer errores.
El segundo principio que compone esta categoría es la de Mantener al usuario ocupado, los errores ocasionados por los desarrolladores de la herramienta como las largas esperas a que cargue la página, que actualice la información o que se despliegue una herramienta, pueden ocasionar que el usuario abandone su tarea, ocasionado una mayor pérdida monetaria o mucho peor, para este contexto, perder un potencial adoptante. Un ejemplo de una muy buena optimización es la página de carga de Google, que incluso cuando ocurre un error que no tiene que ver con su optimización permiten que el usuario se mantenga ocupado, como es la pantalla de 'sin conexión a internet' donde tienen el juego del dinosaurio, manteniendo entretenido al usuario incluso cuando no puede acceder a la información completa.

El tercer y último principio aplicable al análisis, es el de Los mensajes de error realmente deberían ayudar, pues ellos según Tognazzini deben seguir tres funciones, las cuales son:

1. Explica lo que está mal
2. Dígale al usuario específicamente qué hacer al respecto.
3. Deje abierta la posibilidad de que el mensaje se genere incorrectamente debido a un mal funcionamiento más profundo del sistema.

La mayoría de los usuarios, más cuando el público al que aspiramos es diverso, no son informáticos, ni tienen conocimientos sobre errores, por ello cuando sucede algo, ya sea a causa de la herramienta o algún problema proveniente del usuario, esta le debe informar lo más simple posible lo que está sucediendo y si es posible en su caso solucionarlo. Sin embargo, también debe estar disponible la información para los visitantes más expertos, no concluir que todas las personas son desconocedoras del tema.

A partir de los principios nombrados de la categoría eficiencia del usuario, las heurísticas que servirán para analizar los antecedentes serán:

¿La herramienta le facilita el reconocimiento de errores al usuario?
¿La herramienta permite la digitación de los caracteres de una forma fácil?
¿La herramienta mantiene al usuario ocupado en todo momento?
¿La herramienta la informa cumple con las 3 funciones de la información de los errores?

H. Interfaces explorables

Es tan importante darle una guía clara de navegación al usuario como permitirle a los más curiosos que exploren y encuentre nuevos caminos; sin embargo, esto está sujeto al contexto, público y objetivo de la herramienta. Para este contexto, el primer principio de esta categoría que es 'proporcione a los usuarios carreteras y puntos de referencia bien señalizados y luego déjales cambiar a tracción en las cuatro ruedas', tomando en cuenta el objetivo de lograr el mayor número de adopciones posibles, es necesario otorgar guías claras y caminos rápidos, tanto para las personas que no tienen mucha experiencia informática, a los que se aplica el segundo principio 'A veces es necesario proporcionar surcos profundos', tanto como para los más experimentados, creando accesos rápidos, abriendo la posibilidad de que la tarea sea completada en el menor tiempo posible, sin distracciones ni obstáculos.

En una web y en causas sociales es esencial hacer sentir seguro al usuario, que la información es verídica, el sitio seguro y puede volver a donde estaba cuando lo desee, por eso el tercer, cuarto, quinto y sexto principio 'ofrecer a los usuarios señales perceptuales estables para tener una sensación de 'hogar', 'Hacer que las acciones sean reversibles', 'Permitir siempre "Deshacer"' y 'Permitir siempre una salida' donde al otorgar elementos visibles estables que otorgan confianza, permitiéndole al usuario navegar más rápido, el usuario encuentra una familiaridad, completando un flujo de tareas más limpio. Elementos como la presencia de marca en cada página, opciones de revertir cambios, volver a la página anterior

y la salida de la herramienta son percibidos por el usuario como protección, acompañamiento y libertad de tomar sus propias decisiones sin que estas involucren grandes consecuencias al cometer un error, un lugar donde no se encuentran solos. Sin embargo, hay momentos en los que las acciones son tan importantes y precisas que no se pueden deshacer cambios tan fácilmente, por ello se debe recurrir a otros métodos como la confirmación de la acción, qué aunque pueden significar una pausa en el flujo, reducen la probabilidad de cometer errores.

Por último, uno de los principios más importantes en esta categoría 'Hacer que sea fácil y atractivo permanecer en', ya que involucra la comodidad, donde los usuarios se sientan a gusto y motivados por realizar la tarea, comprendiendo en qué punto se encuentran, hacia dónde se dirigen y cómo pueden retroceder.

A partir de los anteriores principios para la categoría de interfaces explorables, las heurísticas que servirán para analizar los antecedentes son:

¿La herramienta contiene señalizaciones y guías claras que le permiten al usuario llegar a su objetivo fácilmente?
¿La herramienta contiene atajos rápidos para que los usuarios más experimentados lleguen al destino más rápido?
¿La herramienta utiliza puntos de referencia comunes que hagan sentir al usuario como en su 'hogar'?
¿La marca se encuentra presente en cada una de las páginas?
¿La herramienta le otorga al usuario la oportunidad de volver a la página anterior?
¿La herramienta le permite al usuario deshacer cambios?
¿La herramienta le permite al usuario abandonar la página sin tener consecuencias negativas?
¿El flujo de trabajo hace sentir al usuario a gusto por ser fácil y atractivo?

I. Objetos humanos

Se refiere a la parte donde los humanos relacionamos ciertos objetos con una acción, pues para los usuarios es más fácil relacionar procesos informáticos con acciones cotidianas que con lenguajes técnicos o códigos, uno de los ejemplos que coloca Tognazzini es el de la papelera de basura.

Los cuatro primeros principios son 'los objetos de interfaz humana se pueden ver, oír, sentir o percibir de otra manera', 'Los objetos de la interfaz humana tienen una forma estándar de ser manipulados', 'Los objetos de interfaz humana tienen comportamientos estándares resultantes' y 'Los objetos de la interfaz humana deben ser comprensibles, auto-consistentes y estables', donde nos dice que predeterminadamente los gráficos y botones que desencadenan acciones informáticas, tienen una posición y significado establecido en el entendimiento humano, por ello recomienda aplicar las mismas funciones relacionadas con sus imágenes, como la papelera, que no elimina el archivo, sino que lo almacena por un tiempo. Por ello, para implementar una nueva acción, está el último principio que es 'Use un nuevo objeto cuando desee que un usuario interactúe con él de una manera diferente o cuando resulte en un comportamiento diferente', principio que va relacionado con la categoría de Consistencia, pues se debe evitar generar confusiones y romper las expectativas de los usuarios, haciendo que gasten más de su tiempo y esfuerzo al intentar entender para qué sirve cada icono en el software.

A partir de estos principios, obtenemos las siguientes heurísticas para el análisis de los antecedentes:

¿La interfaz contiene objetos de interfaz humana?
¿Los objetos de la interfaz humana mantienen su forma estándar de ser manipulados y sus comportamientos?
¿La interfaz contiene objetos diferentes para nuevos comportamientos?

J. Reducción de latencia

Esta categoría está más apoyada desde el lado de la ingeniería de sistemas, pues comprende todos los subprocesos que surgen a partir de un clic; sin embargo, desde la perspectiva visual y la experiencia del usuario, aplica el primer principio 'Reducir la experiencia de latencia del usuario' donde hay que evitar que las personas hagan acciones repetitivas que retrase el proceso de carga, como el presionar el botón una y otra vez, pues genera que la herramienta reinicie proceso de ejecución una y otra vez, por ello se debe intentar tapar o bloquear este acceso para el usuario; el segundo principio es el de 'mantener informados a los usuarios cuando se enfrenten a retrasos' es contraproducente dejar a los usuarios con la duda del estado de su proceso, por ello siempre hay que mantenerlos informados y ocupados, por lo tanto, este principio se une con el de la categoría 'Eficiencia de usuario', utilizando gráficos como la barra o rueda de carga, otorgándole funciones más interactivas o informativas.

A partir de los anteriores principios para la categoría de reducción de latencia, las heurísticas que servirán para analizar los antecedentes son:

¿La herramienta bloquea que el usuario pueda presionar los botones varias veces?
¿La herramienta mantiene informado al usuario cuando hay retrasos?

K. Protección del trabajo del usuario

El primer principio de esta categoría es 'Garantizar que los usuarios nunca pierdan su trabajo', en este sentido, se podría poner como ejemplo una compra de

un producto, cuando se navega en una página, filtrando y pasando de las páginas 1, 2, 3, 4... ¿Cómo se sentiría el usuario si cada vez que tenga que pasar de página, los filtros se borraran y tuviera que ponerlos de nuevo?, claramente, esto sería un trabajo agotador, obligando al usuario a escoger entre los productos de una sola página, haciendo que los que se encuentran en las últimas páginas pierdan la posibilidad de compra, afectando tanto al negocio como al usuario. Por ello, Tognazzini dice que se debe proteger el esfuerzo y tiempo que los usuarios invierten en nuestra plataforma, aplicación o web.

A partir del principio anterior, la heurística que servirá para analizar los antecedentes es:

¿La herramienta guarda continuamente las acciones de los usuarios, ya sean filtros, historial, ubicación, etc.?

L. Legibilidad:

Se recalca la importancia de que todo lo visible, sea comprensible para el usuario, ya sea un gráfico, en el que todas sus partes puedan ser detalladas, hasta que los textos puedan ser comprendidos correctamente, por ello el primer, segundo y quinto principio de esta categoría que son 'El texto que debe leerse debe tener un alto contraste', 'Utilice tamaños de fuente que sean lo suficientemente grandes como para ser legibles en pantallas estándar' y 'Pruebe todos los diseños en la población de usuarios esperada de mayor edad' son aplicables, pues para que un texto sea exitoso debe ser lecturable y legible, siendo el principal responsable de la transmisión del contenido, refiriéndose a que sea comprensible tanto para el emisor como para el receptor. En segundo lugar, la legibilidad, se refiere a la percepción visual de texto (Rojas, I. M. 2020), por ello hay que tomar en cuenta todos los posibles escenarios y características de nuestros usuarios, tanto que entren a la página desde el celular, la iluminación y las posibles afectaciones en la visión, por esta razón, el fondo, el tamaño y tipo de texto utilizado debe generar contraste, resaltando el texto para que sea fácil de entender y de identificar.

El tercer principio 'prefiera caracteres particularmente grandes para los datos reales que desea mostrar, en lugar de etiquetas e instrucciones' va conectada con la categoría de 'Valores Predeterminados' donde según Tognazzini los valores predeterminados que se tiene en los campos dispuestos para ser llenados, pueden ir en una tonalidad más clara, sin resaltar, pero cuando se trata de los datos reales que colocan los usuarios y más al tratarse de números deben ser completamente legibles, donde las personas puedan analizar cada elemento, debido a que en el lenguaje se tiene caracteres repetitivos y parecidos entre sí, propiciando el cometer errores.

"Una investigación de HubSpot indica que un 43% de los usuarios leen superficialmente. Estos escanean buscando respuestas a sus preguntas, ponen más atención en las primeras líneas y varían en el uso del patrón Z de la lectura y el F según sus sea el caso.

El patrón Z es el patrón clásico de lectura, conocido como patrón Guttenberg y el patrón F es el descubierto por Nielsen, donde el usuario inicia de izquierda a derecha en las primeras líneas y luego se mueve de forma vertical en el margen izquierdo." (Jiménez, G. 2021)

Por tal motivo, el cuarto principio que propone Tognazzini es 'Las etiquetas de menús y botones deben tener primero la(s) palabra(s) clave, formando etiquetas únicas' donde teniendo él cuenta el modo de lectura y retención de la información de los usuarios se facilite el escaneo del contenido, resaltando la información que puede encerrar la generalidad del contenido y que el usuario pueda filtrar por información de su interés, ahorrando tiempo y esfuerzo.

Teniendo en cuenta estos 5 principios para la categoría de Legibilidad, las heurísticas que nos ayudarán con el análisis de los antecedentes, serán:

¿Los textos de la herramienta tienen un buen contraste?
¿El tamaño de letra es el adecuado para el uso en diferentes tipos de pantallas?
¿Los caracteres reales resaltan sobre los valores predeterminados?
¿Las palabras claves son usadas como etiquetas que resaltan en los textos y títulos?
¿Las tipografías utilizadas son legibles y lecturables?

M. Estado:

Esta categoría depende más del trabajo informático y va conectada con la de Protección del trabajo del usuario donde el primer principio 'debido a que muchos de nuestros productos basados en navegador existen en un entorno sin estado, tenemos la responsabilidad de realizar un seguimiento del estado según sea necesario' donde según Tognazzini nuestro sistema debe "saber":

1. Si es la primera vez que el usuario ingresa al sistema
2. Dónde estaba el usuario cuando terminó la última sesión
3. Lo que el usuario ha encontrado de interés en función del tiempo pasado con un dispositivo señalado en movimiento, objetos tocados, etc., en diferentes áreas
4. Dónde ha estado el usuario durante esta sesión
5. Dónde está el usuario en este momento y qué está haciendo

Para así, ofrecerle al usuario ya sea productos, servicios, etc., de acuerdo a sus preferencias, al comprender por completo la historia en nuestro sitio, facilitando la obtención de lo ofrecido.

El siguiente principio que aplica en este contexto es el de 'Deje claro qué almacenará y protegerá la información del usuario', la obtención de información es algo muy poderoso, que puede ser utilizada para buenos como para malos fines, por ello se le debe informar al usuario que la herramienta recolecta su información, la política de privacidad y para qué fines serán usados, donde él está en la facultad de decidir si acepta o, por el contrario, la rechaza. Estos datos deben ser cifrados y protegerse del uso de terceros, ya que al aceptar nos están otorgando su confianza.

A partir de los dos principios anteriores para la categoría de Estado, las heurísticas que servirán para analizar los antecedentes serán:

¿La herramienta "sabe" cada uno de los puntos mencionados por Tognazzini?
¿La herramienta le recomienda al usuario animales domésticos basados en su búsqueda y preferencias?
¿La herramienta le informa al usuario la recolección y protección de datos?

N. Navegación visible:

Esta categoría tiene conexión con la de Descubribilidad, el primer principio es el de 'hacer visible la navegación' donde Tognazzini explica que no debemos hacer que el usuario se sobre esfuerce por entender las rutas de la herramienta, se debe hacer que la navegación sea clara y natural, dándole al usuario una sensación de control, brindando la información de su estado, donde se encuentra, hacia dónde puede ir y que puede hacerlo cuando quiera.
A partir de este principio, la heurística que tendremos para la categoría de Navegación Visible es:

¿La navegación de la herramienta es visible, clara y asequible para el usuario?

5.1.4. Contenido

El contenido es una de las partes más importantes en la herramienta, cuando se le da a conocer al potencial adoptante un animal disponible, se debe dar la suficiente información para que logre tener una imagen cercana de cómo es el animal, su comportamiento, estado de salud, naturaleza y así identificar si sus características se adaptan a su estilo de vida, creando un vínculo, más cuando el contacto no puede ser cercano desde un comienzo, como en el caso del Centro de Bienestar Animal. Además, la forma de contar la historia de estos animales debe crear una empatía en el potencial adoptante, pues ya que muchas personas toman la decisión por medio de la imagen, cuando un animal encaja canónicamente en la categoría de lindo, adorable e inocente, es más fácil que sea adoptado, pero si el animal no cumple estas características, se deben buscar diferentes estrategias que le brinden a estos animales las mismas posibilidades de encontrar un hogar que no sea a través de la imagen. De acuerdo con lo anterior, cada diseño será analizado bajo el 5 punto de Fundamentos para la crítica del diseño gráfico, Proceso de redacción, por Flores-Figueroa, J. de J. (2021) donde se verá si los textos expuestos permiten crear una cercanía con el animal, la información expuesta es suficiente, pues no genera dudas en el usuario, además va acorde con el diseño.

¿La información expuesta es suficiente?
¿La información desde que punto de vista está expuesta?
¿La información transmite sentimientos al potencial adoptante?

6. Antecedentes

Para la elaboración de una propuesta de una herramienta que sirva para la visibilización de los animales disponibles para adopción, es importante analizar cómo se han llevado a cabo semejantes en los diferentes factores tanto estéticos como funcionales, para así comparar ideas realizadas en otros lugares y contextos, explorar las iniciativas para contextualizar el trabajo a elaborar, encontrar características importantes que funcionan, áreas no exploradas y considerar cuáles se pueden mejorar (Hernández Sampieri, R., 2014)

Por ello, en un primer momento y con base en las heurísticas propuestas en cada categoría del Marco teórico y conceptual, serán analizados los antecedentes propuestos para la consideración y comparación de los motores de búsqueda implementados en las fundaciones, asociaciones y centros.

Los criterios de calificación estarán basados en los principios generales de evaluación, donde se le otorga un rango, siendo: Cumple, la más alta calificación, cumple medianamente un intermedio y no cumple lo más bajo, además se incluye él no aplica, los cuales serían los puntos que no se tendrán en cuenta para promediar

- Cumple: el producto cumple satisfactoriamente con los requisitos
- Cumple medianamente: el producto cumple con algunos de los requisitos
- No cumple: el producto no cumple con los requisitos
- No aplica: el producto no cuenta con lo que se está preguntando o la respuesta se da en un párrafo abajo

6.1. Catálogos de adopciones:

6.1.1. UAEPA - Unidad Administrativa Especial de Protección Animal

El Centro de Bienestar Animal o UAEPA es un organismo gubernamental, que cuenta con un espacio que unifica una estructura física con procesos de atención y promoción para el bienestar animal en Santiago de Cali, Colombia, combinando un hospital y albergue, los cuales ofrecen atención a los animales en situación de vulnerabilidad, alberga animales con situaciones jurídicas y da en adopción responsable a los que son aptos para ser adoptados.

La herramienta implementada en la actualidad es un álbum de fotos (consultado el 19 de junio del 2024), donde las personas pueden mirar las fotos y características de los animales disponibles para adopción, la cual fue desarrollada y se encuentra alojada en la plataforma de diseño y comunicación visual de Canva.





Figura 1 y 2. Interfaz principal del álbum y catálogo de fotos para cada categoría. ¡Adóptame! Álbum de fotos.

6.1.1.1. Diseño

6.1.1.1.1. Etapa de juicio funcional:

Tabla 1. Heurísticas para la el analisis de la esta de juicio funcional.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿El diseño cumple con su objetivo comunicacional?		x		
¿El diseño cumple con la función de atraer?			x	
¿El diseño hace un llamado claro a la acción?			x	
¿El diseño es fácil de usar y comprender?	x			

El objetivo comunicacional es informar a la comunidad acerca de los animales disponibles para adopción y sus características, mediante fotos y datos básicos, ya los adoptantes no pueden conocerlos personalmente; sin embargo, la información que otorgan se queda un poco corta, ya que solo da dos datos de los muchos que posiblemente un adoptante podría necesitar para tomar una decisión, lo que obliga a que las personas soliciten información extra sobre los animales, retardando un poco más el proceso.

6.1.1.1.2. Etapa del análisis formal:

A. Composición:

Tabla 1.1. Heuristicas para el analisis de la composición.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La composición del diseño le otorga coherencia visual?		x		
¿La composición del diseño permite enfocar el mensaje?			x	
¿La composición permite que cada animal tenga su espacio y pueda recibir atención?			x	

La composición es esencial porque ayuda al espectador a entender de una manera más simple y natural el diseño; sin embargo, en este caso la disposición de los elementos no es la mejor, pues dificulta el entendimiento de este, al no establecer una jerarquía visual adecuada, ya que todos los elementos "quieren" destacar, haciendo que la información relevante no llegue adecuadamente (Lupton & Phillips, 2008) y no le dé espacio al usuario de descansar, sobrecargándolo.

B. Ilustración:

Tabla 1.2. Heuristicas para el analisis de la ilustración.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿Con qué grado de iconicidad son presentadas las ilustraciones?				x
¿Las ilustraciones le otorgan atractivo visual a la composición?			x	
¿Las ilustraciones ayudan a crear una imagen mental al usuario?		x		

Para el análisis del grado de iconicidad como previamente se mencionó, se utilizará la escala de planteada en Universal Principles of Design, donde existen 4 grados principales Icónica o Representacional, Icónica Simplificada, Icónica Abstracta y No Icónica (Abstracta Pura), donde se refiere al grado de relación que hay entre la representación de una imagen u objeto y el real.

El álbum de fotos del CBA, presenta pocas ilustraciones, ya que solo son utilizadas de decoración y para el aterrizaje a la idea de lo que se quiere transmitir.

Las primeras, ubicadas en el fondo de la portada, unos pictogramas de patas de animal, de lo que podría ser un perro o un gato, los cuales se ubicaran en el 3 grado de la escala de iconicidad, Icónica simplificada, ya que se tratan de figuras abstraídas de una manera simplificada del objeto real, donde se puede apreciar de una manera clara la forma y contexto.

Los segundos, unos elementos utilizados para contener los títulos, con formas orgánicas de mensaje, las cuales están posicionadas sobre todos los demás elementos, ubicándose en el mismo grado 3 de la escala de iconicidad, ya que son la forma abstraída de las cartas y los mensajes de texto.

C. Figuras geométricas:

Tabla 1.3. Analisis de las figuras geométricas.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿Las figuras geométricas ayudan a enfocar el mensaje?	x			

Las figuras geométricas que utilizan como cuadros y rectángulos ayudan a la organización de los elementos, como las fotos y los títulos, otorgándoles su espacio y creando una coherencia visual superficial.

D. Tipografía:

Tabla 1.4. Analisis de de la tipografía.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿La tipografía ayuda a crear armonía?		x		
¿La tipografía cumple con su propósito comunicativo?	x			
¿La tipografía es legible?	x			
¿La tipografía contribuye al llamado a la acción?		x		

El álbum de fotos utiliza 2 tipográficas con gran diferencia de estilos entre sí, las cuales son:

La primera tipografía, usada para los títulos de la portada y datos de los animales, es una san serif con un aspecto manuscrito, de trazo grueso y formas orgánicas. Transmite cercanía, al tener un aspecto informal, divertid, con inclinación y un estilo de escritura a mano alzada, lo que le da un toque amigable y de juego.

La segunda tipografía, utilizada para los subtítulos y actualizaciones, al igual que la anterior es una san serif, que se puede describir como limpia y moderna, por sus trazos rectos, uniformes y geométricos, otorgándole al diseño un aspecto profesional y logrando un énfasis por el subrayado en la parte inferior.

La combinación de ambas tipografías rompe con la armonía, pues no logran compatibilidad entre ellas, al tener características formales completamente contrarias crean una disrupción entre sí, al poner, por un lado, el juego y lo divertido, y en otro lado lo formal y altivo, por el uso de las mayúsculas en ambas, por ello se le da una calificación de cumple medianamente.

E. Color:

Tabla 1.5. Analisis del color.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿El color permite identificar de qué lugar provienen los animales adoptables?		x		
¿El color cumple con su propósito comunicativo?		x		
¿El color le ayuda a dar estructura al diseño?	X			
¿El color tiene suficiente contraste que contribuye a que haya una buena legibilidad?			x	

En la mayor parte del diseño el color está bien implementado, le brinda armonía y le da estructura al diseño. Sin embargo, la paleta de color trasmite algo más sintético y artificial por la utilización en gran medida del violeta, pues no le ayuda al usuario a obtener información sobre lugar de donde provienen los animales, pues le otorga un estilo juguetón e infantil, pero no para la naturalidad de los seres vivos que protegen.

Por otro lado, en la imagen se puede observar, que entre los colores azul verdoso y el violeta no logran un contraste el superponerlos, por lo que en algunos casos pueden dificultar la legibilidad.

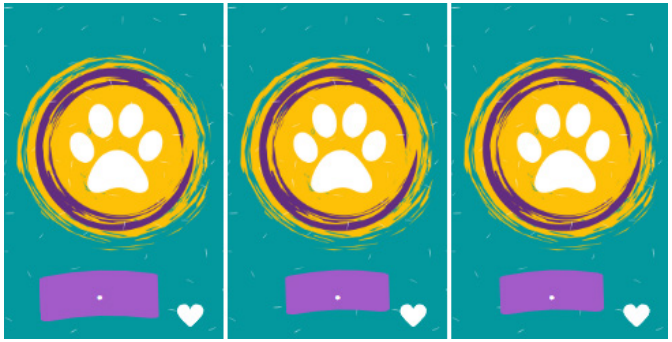


Figura 3. Espacio para colocar más animales disponibles para adopción. ¡Adóptame! Álbum de fotos.

6.1.1.1.3. Etapa de la descripción conceptual:

A. Estética

Tabla 1.6. Analisis de la estética a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿Cuál es la categoría estética del diseño?				x
¿La categoría estética cumple con su propósito comunicativo?	x			

Aunque se trate de una herramienta, el diseño se podría entrar en la categoría de promocional y publicitaria, con un toque moderno y social, por la utilización de colores vivos, tipografías, san serif, iconos referentes hacia el tema y una división clara entre cada sección de los animales.

B. Innovación

Tabla 1.7. Analisis de la innovación a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿El diseño contiene elementos estereotípicos?		x		
¿Los elementos ayudan a ampliar la información y aterrizar el mensaje de objetivo del diseño?		x		

Elementos como los cuadros de diálogo, figuras icónicas de patitas, estrellas y remolinos son elementos estereotipados que se implementan comúnmente en campañas de animales o infantiles, lo que le ayuda a crear con el espectador un vínculo emotivo, al transmitir ternura y compasión.

C. Abstracción

Tabla 1.8. Analisis de la abstraccion a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿Qué nivel de abstracción tiene el diseño?		X		

El nivel de abstracción con el que cuenta el diseño es medio, lo que le obliga al usuario a enfocar un poco más su atención para entender el propósito y funcionamiento de la herramienta.

6.1.1.2. Fotografía

A. Composición y encuadre

Tabla 2. Analisis de la composición y el encuadre en la fotografía a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿Las fotografías presentes en la herramienta tienen al animal adoptable en el centro de la imagen?	x			
¿El animal adoptable contrasta con el fondo de la fotografía?		x		
¿El ánimo y estado de los animales se muestra bien en las fotografías?	x			









Figuras 4, 5, 6, 7 y 8. Ejemplos de fotografías implementadas en el álbum. ¡Adóptame! Álbum de fotos.

Como se puede observar en las imágenes extraídas de la herramienta a analizar (consulta el 29 de agosto de 2024), en la mayoría de los casos la figura de animales se encuentra ocupando gran parte de la composición y encuadrados en el centro.

Sin embargo, cuando se analiza el contraste, se puede observar que las fotografías no cumplen con las recomendaciones dadas por el fotógrafo de mascotas, Martin Pérez, pues los fondos en muchos casos no hacen que el animal destaque, pues sus colores o elementos al ser de un color parecido al pelaje de los animales hacen que se mimetizan con el espacio, impidiendo que resalten.

También, en algunas imágenes los animales están con la lengua afuera, lo que se podría entender por un animal exhausto, pero su estado de ánimo es captado a la perfección.

B. Planos

Tabla 2.1. Analisis de los planos fotograficos a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿La fotografía hace énfasis en resaltar los rasgos más característicos del animal?		X		
¿Las extremidades se muestran por completo en las fotografías?			x	
¿Qué tipo de plano son los más utilizados en las fotografías de la herramienta?				x







Figuras 9, 10 y 11. Ejemplos de planos fotográficos implementados en el álbum. ¡Adóptame! Álbum de fotos.

Las fotografías realzan los rasgos característicos de cada animal, así como sus expresiones, estado de ánimo, personalidad e incluso imperfecciones que los hacen únicos, lo que les permite a los usuarios conocer al animal de una manera más cercana.

Algo no tan positivo de las fotografías, es que las extremidades de los animales en casi todos los casos se encuentran cortadas, no de una manera intencional, pues se logra ver la mitad de una extremidad, lo que no es recomendable, según el fotógrafo experto en fotografía animal, Martin Pérez.

Por otro lado, el tipo de plano, mayormente utilizado para las fotografías, se podría decir que es el plano medio, donde se captura, en los animales, de la mitad de las extremidades hacia arriba.

C. Ángulo

Tabla 2.2. Analisis de los ángulos fotograficos a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿Cuál es el ángulo más utilizado?				x
¿Qué comunican los ángulos utilizados en las fotografías de las herramientas?				x







Figuras 12, 13 y 14. Ejemplos de ángulos fotográficos implementados en el álbum. ¡Adóptame! Álbum de fotos.

¿Cuál es el ángulo más utilizado y que comunican los ángulos utilizados en las fotografías de las herramientas?

Los ángulos mayormente utilizados en las fotografías son el normal o a nivel de los ojos y el picado, las cuales son las perspectivas más comunes y cómodas, donde el primero permite al usuario conectar con el animal y en el segundo al colocar la cámara por encima del animal, transmite vulnerabilidad y ternura. Capital, F. (2024)

D. Saturación

Tabla 2.3. Analisis de la saturacion en la fotografía a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿Los colores de las fotografías en la herramienta están saturados adecuadamente?		X		
¿Los colores del animal resaltan del fondo?		x		
¿La iluminación utilizada para las fotografías de los animales es adecuada?		x		
¿Se logran percibir los detalles en las fotografías de la herramienta?		x		

En la mayoría de las fotografías, la iluminación utilizada es artificial no profesional, lo que no permite capturar adecuadamente los colores y rasgos del animal, además en estos entornos que normalmente tienen de fondo colores como el gris y el blanco, con animales de estos mismos colores, no les permiten contrastar y destacar.







Figuras 15, 16 y 17. Ejemplos de iluminación y saturación en las fotografías del álbum. ¡Adóptame! Álbum de fotos.

6.1.1.3. Interfaz

A. Anticipación

Tabla 3. Analisis de la anticipación en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La herramienta anticipa los deseos y necesidad de los usuarios?			x	
¿La información necesaria está presente en cada paso?			x	

B. Autonomía

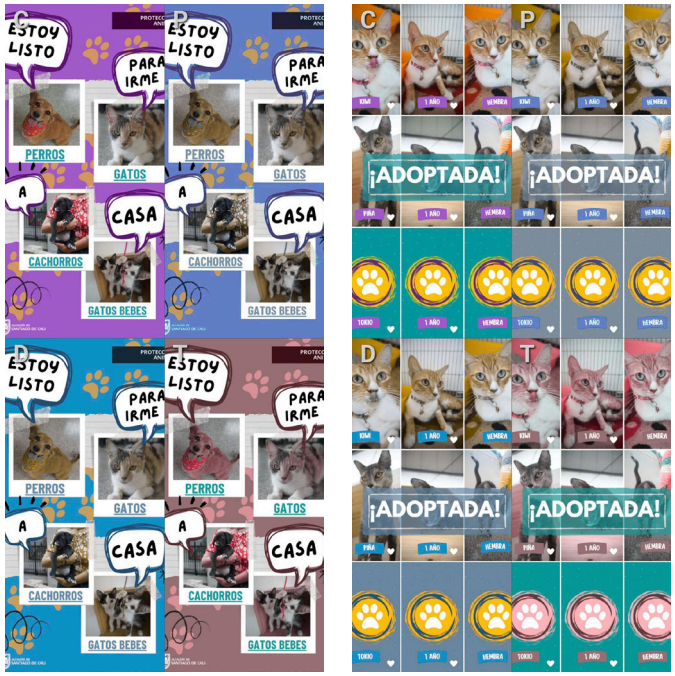
Tabla 3.1. Analisis de la autonomía en la interfaza partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La interfaz le permite al usuario tomar decisiones?		x		
¿La interfaz presenta información actualizada para mantener al usuario consciente e informado?	x			
¿La información del estado de la herramienta es visible?		x		

La herramienta es muy limitada, por lo que no le permite al usuario tomar muchas decisiones; sin embargo, su información sobre los animales adoptados y disponibles es actualizada constantemente y la información del estado es otorgada por la misma plataforma de Canva.

C. Color

Tabla 3.2. Analisis del color en la interfaz partir de las heurísticas.



Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿Los colores implementados en la interfaz son fácilmente diferenciables entre sí para todos los tipos de daltonismo?	x			
¿El color es acompañado por formas que apoyen la función en las señales?		x		

Figura 18 y 19. Comprobación de daltonismo. Chromatic Vision Simulator.

El hacer uso de una paleta de colores complementarios fue una buena decisión tanto funcional como estética, pues las personas con condiciones especiales como el daltonismo, pueden diferenciar fácilmente los elementos y no perderse, además que por ejemplo en las líneas abajo de cada categoría de los animales, sirven de apoyo para indicar que son botones; sin embargo, en el caso de dar a siguiente si no cuenta con ningún apoyo más que mover el cursor y que la plataforma te lo indique.

D. Consistencia

Tabla 3.3. Analisis de la consistencia en la interfaz partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿Los elementos gráficos implementados en la herramienta son coherentes entre sí?	x			
¿Las estructuras visibles son coherentes con su ubicación?	x			
¿Las funciones de los controles habituales son coherentes con la interpretación del usuario?	x			

E. Valores predeterminados

Tabla 3.4. Analisis de los valores predeterminados en la interfaz partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿Los valores predeterminados en la herramienta sirven de guía para el usuario?				x
¿A través de los valores predeterminados el usuario entiende que tipo de información debe ir en ese lugar?				x
¿Los valores predeterminados usan terminología receptiva y significativa?				x

F. Descubribilidad

Tabla 3.5. Analisis de la descubribilidad en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La herramienta muestra claramente los controles básicos y esenciales?			x	
¿Los controles básicos son accesibles en todo momento?			x	
¿La página es responsiva de acuerdo al equipo desde que es visualizada la interfaz?			x	
¿La herramienta hace uso de gráficos o imágenes para simplificar instrucciones?		x		

Controles básicos como el volver a la página anterior o ir al menú no están disponibles, y la única guía que muestra la herramienta sobre los controles, es cuando el usuario pasa el cursor encima del álbum, que le aparece una flecha de pasar a la siguiente página.

G. Eficiencia del usuario

Tabla 3.6. Analisis de la eficiencia del usuario en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La herramienta le facilita el reconocimiento de errores al usuario?		x		
¿La herramienta permite la digitación de los caracteres de una forma fácil?				x
¿La herramienta mantiene al usuario ocupado en todo momento?			x	
¿La herramienta la informa cumple con las 3 funciones de la información de los errores?			x	

Al ser una herramienta limitada, con funciones muy básicas, no le otorga mayor información al usuario que la ya presente en todo momento.

H. Interfaces explorables:

Tabla 3.7. Analisis de las interfaces explorables a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La herramienta contiene señalizaciones y guías claras que le permiten al usuario llegar a su objetivo fácilmente?	x			
¿La herramienta contiene atajos rápidos para que los usuarios más experimentados lleguen al destino más rápido?		x		
¿La herramienta utiliza puntos de referencia comunes que hagan sentir al usuario como en su 'hogar'?		x		
¿La marca se encuentra presente en cada una de las páginas?			x	
¿La herramienta le otorga al usuario la oportunidad de volver a la página anterior?			x	
¿La herramienta le permite al usuario deshacer cambios?			x	
¿La herramienta le permite al usuario abandonar la página sin tener consecuencias negativas?	X			
¿El flujo de trabajo hace sentir al usuario a gusto por ser fácil y atractivo?		x		

I. Objetos humanos

Tabla 3.8. Analisis de los objetos humanos en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La interfaz contiene objetos de interfaz humana?	x			
¿Los objetos de la interfaz humana mantienen su forma estándar de ser manipulados y sus comportamientos?	x			
¿La interfaz contiene objetos diferentes para nuevos comportamientos?				x

La herramienta contiene unos únicos objetos de interfaz humana, se encuentran ubicados en el menú y son los botones, los cuales cumplen con el segundo principio al ejecutar su forma estándar donde, los botones se presionan.

J. Reducción de latencia:

Tabla 3.9. Analisis de la reducción de latencia en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La herramienta bloquea que el usuario pueda presionar los botones varias veces?			x	
¿La herramienta mantiene informado al usuario cuando hay retrasos?			x	

K. Protección del trabajo del usuario

Tabla 4. Analisis de la protección del trabajo del usuario en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La herramienta guarda continuamente las acciones de los usuarios, ya sean filtros, historial, ubicación, etc.?	x			

Al haber una interrupción de la red y tener que volver a recargar la página, se vuelve al último punto donde se quedó en la herramienta.

L. Legibilidad

Tabla 4.1. Analisis de la legibilidad en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿Los textos de la herramienta tienen un buen contraste?	x			
¿El tamaño de letra es el adecuado para el uso en diferentes tipos de pantallas?	x			
¿Los caracteres reales resaltan sobre los valores predeterminados?				x
¿Las palabras claves son usadas como etiquetas que resaltan en los textos y títulos?				x
¿Las tipografías utilizadas son legibles y lecturables?	x			

M. Estado

Tabla 4.2. Analisis del estado en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La herramienta “sabe” cada uno de los puntos mencionados por Tognazzini?		x		
¿La herramienta le recomienda al usuario animales domésticos basados en su búsqueda y preferencias?			x	
¿La herramienta le informa al usuario la recolección y protección de datos?				x

N. Navegación visible

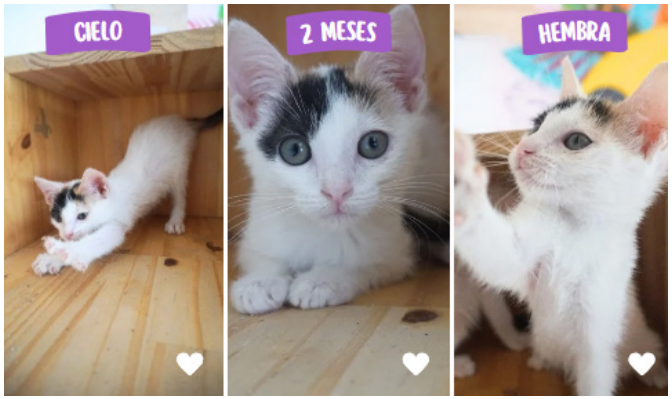
Tabla 4.3. Analisis de la navegación visible en la interfaz a partir de las heurísticas.

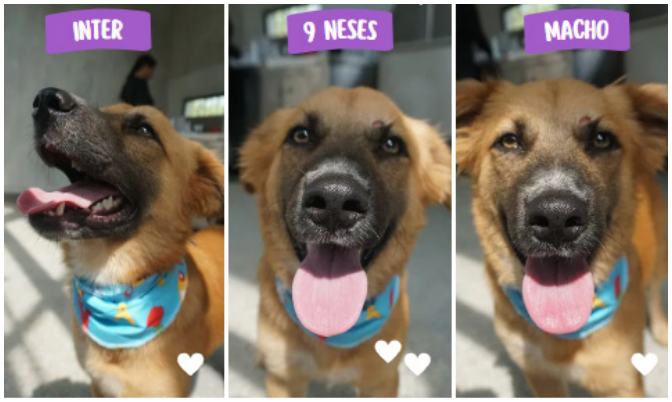
Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La navegación de la herramienta es visible, clara y asequible para el usuario?	x			

6.1.1.4. Contenido

Tabla 5. Analisis del contenido en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La información expuesta es suficiente?			x	
¿La información desde que punto de vista está expuesta?				x
¿La información transmite sentimientos al potencial adoptante?			x	





Figuras 20 y 21. Ejemplos de iluminación y saturación en las fotografías del álbum. ¡Adóptame! Álbum de fotos.

Solo otorgan los siguientes datos de información: nombre, edad y sexo del animal, los cuales son limitantes, pues no le permite al usuario hacerse una idea de cómo es el comportamiento, saber cómo se encuentra el estado de salud del animal, ni permite crear una empatía con él.

6.1.2. IDPYA - Instituto distrital de protección y bienestar animal

El Instituto Distrital de Protección y Bienestar animal es una entidad pública que vela por el bienestar y la protección de la vida de la fauna en la ciudad de Bogotá, distrito capital de Colombia, fue la primera entidad fundada para encargarse de este sector vulnerable, a través de la implementación, seguimiento, formulación y evaluación de las políticas públicas sectoriales e intersectoriales (Instituto distrital de protección y bienestar animal (IDPBYA). 2016).

Para que las personas puedan ver los animales disponibles para adopción, la herramienta que utilizan actualmente es una página web con un motor de búsqueda (consultada el 7 de julio de 2024), el cual es parecido a un tipo de página web de comercio electrónico, donde las personas le dan clic a un botón debajo de la foto del animal y los lleva a otra pestaña con la información del animal, datos básicos y una corta descripción sobre él, además es acompañada en la parte derecha por un formulario que la persona interesada en adoptar puede llenar y es contactada por la entidad.

6.1.2.1. Diseño

6.1.2.1.1. Etapa de juicio funcional

Tabla 6. Analisis del diseño en la etapa de juicio funcional a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿El diseño cumple con su objetivo comunicacional?	x			
¿El diseño cumple con la función de atraer?	x			
¿El diseño hace un llamado claro a la acción?	x			
¿El diseño es fácil de usar y comprender?		x		

La herramienta cumple con el objetivo de informar y generar interés, por su diseño simple con frases claras y objetos agradables estéticamente; sin embargo, en su parte funcional puede resultar confusas ciertas partes, ya que, por ejemplo: en ninguna parte se muestra la información de la entidad a la que pertenece la herramienta, pues no contiene un botón para dirigirse a obtener información sobre la entidad o algún contacto. Además, otro ejemplo es que cuenta con partes en las que el usuario podría pensar que son un botón; sin embargo, al dar clic sobre ellos, se da cuenta de que no lo son.



Figuras 22. Partes que parecen botones. Adopciones IDPYBA. https://adopciones.idpyba.com/adoptar

6.1.2.1.2. Etapa del análisis formal

A. Composición

Tabla 6.1. Análisis de la composición del diseño en la etapa del análisis formal a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿La composición del diseño le otorga coherencia visual?	x			
¿La composición del diseño permite enfocar el mensaje?	x			
¿La composición permite que cada animal tenga su espacio y pueda recibir atención?	x			

B. Figuras geométricas

Tabla 6.2.Análisis de las figuras geométricas del diseño en la etapa del análisis formal a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿Las figuras geométricas ayudan a enfocar el mensaje?	x			

Las figuras geométricas que utilizan como cuadros y rectángulos ayudan a la organización de los elementos como las fotos y los títulos, donde le dan a cada uno su espacio y crea una coherencia visual superficial.

C. Tipografía

Tabla 6.3. Análisis de la tipografia del diseño en la etapa del análisis formal a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿La tipografía ayuda a crear armonía?	x			
¿La tipografía cumple con su propósito comunicativo?	x			
¿La tipografía es legible?	x			
¿La tipografía contribuye al llamado a la acción?		x		

Durante toda la página son implementadas dos tipografías, ambas con terminaciones sans serif, con un estilo moderno y limpio.

La primera, la Lato que es utilizada en los títulos, la cual contiene terminaciones de estilo grotesco, que le da un toque más elegante y orgánico.

La segunda, la Helvética Neue, que es implementada para los cuerpos de texto, tiene las terminaciones de estilo geométrico y un cuerpo más expandido, lo que le da orden y carisma a la herramienta.

Al ser de un estilo similar, ambas tipografías, un usuario común puede pasar desapercibido sus diferencias, lo que hace que los títulos no resalten.

D. Color

Tabla 6.4. Análisis del color en el diseño en la etapa del análisis formal a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿El color permite identificar de qué lugar provienen los animales adoptables?	x			
¿El color cumple con su propósito comunicativo?	x			
¿El color le ayuda a dar estructura al diseño?	x			
¿El color tiene suficiente contraste que contribuye a que haya una buena legibilidad?	x			

6.1.2.1.3. Etapa de la descripción conceptual

A. Estética

Tabla 6.5. Análisis de la estetica en el diseño en la etapa de la descripción conceptual a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿Cuál es la categoría estética del diseño?				x
¿La categoría estética cumple con su propósito comunicativo?	x			

La herramienta, por sus elementos y tipografías simples, puede estar en la categoría del flat desing (diseño plano) que combina el modernismo y el minimalismo, comúnmente usadas en las plataformas de experiencia de usuarios, ya que ofrece una simplicidad y claridad, al mezclar colores planos, formas simples y tipografías convencionales (Díaz, P. 2021).

B. Innovación

Tabla 6.6 Análisis de la innovación en el diseño en la etapa de la descripción conceptual a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿El diseño contiene elementos estereotípicos?		x		
¿Los elementos ayudan a ampliar la información y aterrizar el mensaje de objetivo del diseño?		x		

Elementos como los cuadros de diálogo, figuras icónicas de patitas, estrellas y remolinos son elementos estereotipados que se implementan comúnmente en campañas de animales o infantiles, lo que le ayuda a crear con el espectador un vínculo emotivo, al transmitir ternura y compasión.

6.1.2.2. Fotografía

A. Composición y encuadre

Tabla 7. Análisis de la composición y encuadre de la fotografia.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿Las fotografías presentes en la herramienta tienen al animal adoptable en el centro de la imagen?	x			
¿El animal adoptable contrasta con el fondo de la fotografía?	x			
¿El ánimo y estado de los animales se muestra bien en las fotografías?	x			

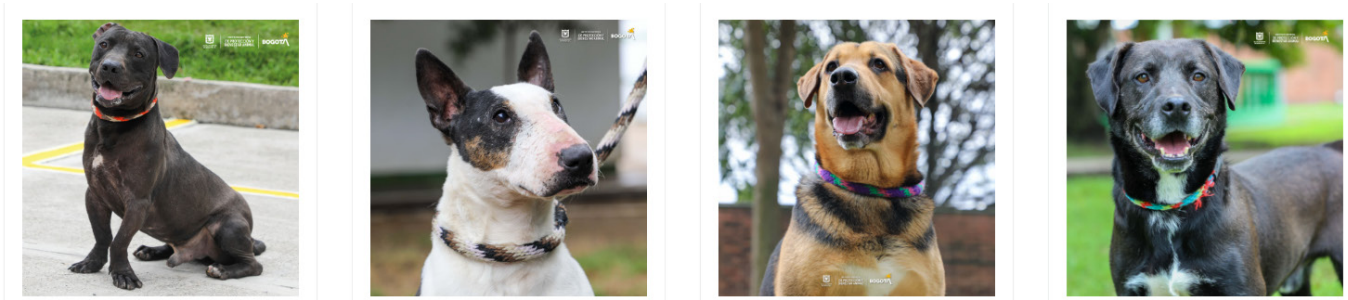


Figura 23 y 24. Ejemplos de fotografías en la herramienta. Adopciones IDPYBA. https://adopciones.idpyba.com/adoptar

Como se observa en algunos ejemplos con las imágenes extraídas de la herramienta (consultados el 31 de agosto del 2024) se puede identificar que son un gran ejemplo de fotografía animal, ya que, por su composición y entorno natural, se puede percibir la personalidad fácilmente, donde algunos se muestran dominantes, tiernos, valientes, inocentes, alegres, etc.

B. Planos

Tabla 7.1. Análisis de los planos de las fotografías.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿La fotografía hace énfasis en resaltar los rasgos más característicos del animal?		X		
¿Las extremidades se muestran por completo en las fotografías?			x	
¿Qué tipo de plano son los más utilizados en las fotografías de la herramienta?				x

En algunos casos solo utilizan una fotografía por cada animal, en donde lo ideal sería mostrar más para dar énfasis en los detalles y que el usuario se pueda hacer una imagen mental más acertada, ya que en muchas no se muestran las extremidades, donde las personas no tienen forma de ver si el animal tiene alguna discapacidad, identificar la altura y características de su pelaje.

El plano mayormente utilizado es el plano medio corto, donde se captura al animal desde el pecho hacia arriba, haciendo énfasis en las expresiones y mirada del animal.

C. Ángulo

Tabla 7.2. Análisis del ángulo de las fotografías.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿Cuál es el ángulo más utilizado?				x
¿Qué comunican los ángulos utilizados en las fotografías de las herramientas?				x

¿Cuál es el ángulo más utilizado y que comunican los ángulos utilizados en las fotografías de las herramientas?

Los ángulos mayormente utilizados en las fotografías son el normal o a nivel de los ojos y contrapicado, donde en el primero se utiliza para generar empatía y en el segundo a diferencia del anterior referente, trámite, imponencia y hace que el animal se vea más grande (Capital, F. 2024).

D. Saturación

Tabla 7.2. Análisis de la saturación en las fotografías.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿Los colores de las fotografías en la herramienta están saturados adecuadamente?	x			
¿Los colores del animal resaltan del fondo?	x			
¿La iluminación utilizada para las fotografías de los animales es adecuada?	x			
¿Se logran percibir los detalles en las fotografías de la herramienta?	x			

En todas las fotografías la iluminación es un claro ejemplo de cómo utilizarla adecuadamente, ya que en el entorno que están tomadas es natural, se logran ver adecuadamente los detalles y están con la saturación adecuada, logrando verse vivos y alegres.

6.1.2.3. Interfaz

A. Anticipación

Tabla 8. Análisis de la anticipación en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La herramienta anticipa los deseos y necesidad de los usuarios?	x			
¿La información necesaria está presente en cada paso?		x		

B. Autonomía

Tabla 8.1. Análisis de la autonomía en la interfaz a partir de las heurísticas

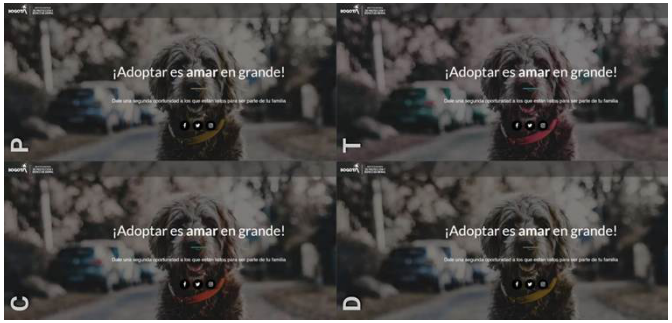
Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La interfaz le permite al usuario tomar decisiones?	x			
¿La interfaz presenta información actualizada para mantener al usuario consciente e informado?			x	
¿La información del estado de la herramienta es visible?			x	

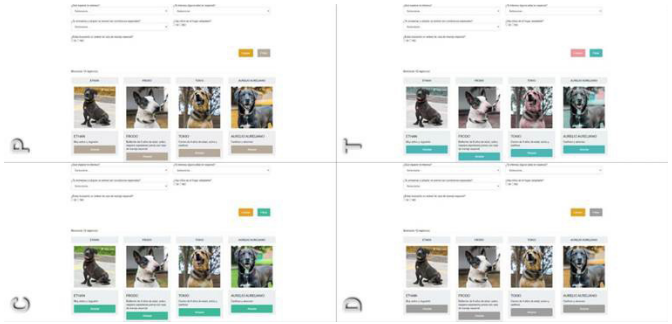
La información no se actualiza hace algunos meses y tampoco es informado al usuario sobre ello o su proceso, pues algunos botones como los de las redes sociales no funcionan correctamente.

C. Color:

Tabla 8.2. Análisis del color en la interfaz a partir de las heurísticas

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿Los colores implementados en la interfaz son fácilmente diferenciables entre sí para todos los tipos de daltonismo?	x			
¿El color es acompañado por formas que apoyen la función en las señales?	x			





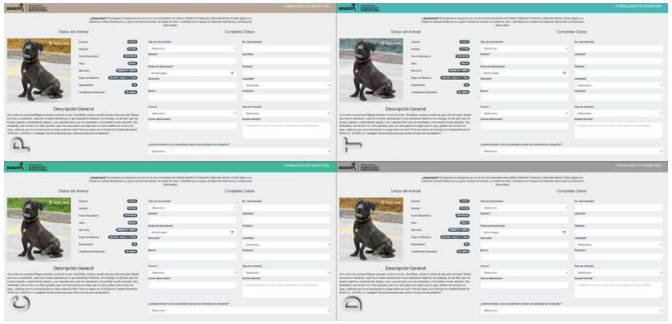


Figura 25, 26 y 27. Comprobaciones de daltonismo en cada pantalla del Instituto de protección y bienestar animal. Chromatic Vision Simulator.

Al ser una herramienta con mucho uso de blanco, los toques de color generan un contraste adecuado, los cuales permiten que sea fácil de diferenciar entre sí e igualmente están apoyados por el texto.

D. Consistencia

Tabla 8.3. Análisis de la consistencia en la interfaz a partir de las heurísticas.

Elementos como las terminaciones de los botones entre la página principal y los datos ubicados en el perfil de cada animal, no tienen concordancia entre sí; sin embargo, debe ser el intento de una diferenciación entre los que son botones y el destacar datos.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿Los elementos gráficos implementados en la herramienta son coherentes entre sí?		x		
¿Las estructuras visibles son coherentes con su ubicación?	x			
¿Las funciones de los controles habituales son coherentes con la interpretación del usuario?	x			

E. Valores predeterminados

Tabla 8.4. Análisis de los valores predeterminados en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿Los valores predeterminados en la herramienta sirven de guía para el usuario?	x			
¿A través de los valores predeterminados el usuario entiende que tipo de información debe ir en ese lugar?			x	
¿Los valores predeterminados usan terminología receptiva y significativa?		x		

F. Descubribilidad

Tabla 8.5. Análisis de la descubribilidad en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La herramienta muestra claramente los controles básicos y esenciales?	x			
¿Los controles básicos son accesibles en todo momento?			x	
¿La página es responsiva de acuerdo al equipo desde que es visualizada la interfaz?	x			
¿La herramienta hace uso de gráficos o imágenes para simplificar instrucciones?			x	

G. Eficiencia del usuario

Tabla 8.6. Análisis de la eficiencia del usuario en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La herramienta le facilita el reconocimiento de errores al usuario?			x	
¿La herramienta permite la digitación de los caracteres de una forma fácil?	x			
¿La herramienta mantiene al usuario ocupado en todo momento?			x	
¿La herramienta la informa cumple con las 3 funciones de la información de los errores?			x	

Al realizar una prueba llenando el formulario de adopción con datos falsos y erróneos, se puede comprobar que la herramienta no corrige los datos del usuario, pues por ejemplo se pueden colocar caracteres alfabéticos en donde solo deberían ir caracteres numéricos, e igualmente con el formulario llenado erróneamente puede ser enviado.

H. Interfaces explorables

Tabla 8.7. Análisis de las interfaces explorables a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La herramienta contiene señalizaciones y guías claras que le permiten al usuario llegar a su objetivo fácilmente?		x		
¿La herramienta contiene atajos rápidos para que los usuarios más experimentados lleguen al destino más rápido?			x	
¿La herramienta utiliza puntos de referencia comunes que hagan sentir al usuario como en su 'hogar'?		x		
¿La marca se encuentra presente en cada una de las páginas?	x			
¿La herramienta le otorga al usuario la oportunidad de volver a la página anterior?			x	
¿La herramienta le permite al usuario deshacer cambios?			x	
¿La herramienta le permite al usuario abandonar la página sin tener consecuencias negativas?			x	
¿El flujo de trabajo hace sentir al usuario a gusto por ser fácil y atractivo?	x			

I. Objetos humanos

Tabla 8.8. Análisis de los objetos humanos en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La interfaz contiene objetos de interfaz humana?	x			
¿Los objetos de la interfaz humana mantienen su forma estándar de ser manipulados y sus comportamientos?	x			
¿La interfaz contiene objetos diferentes para nuevos comportamientos?			x	

J. Reducción de latencia

Tabla 8.9. Análisis de la reducción de latencia en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La herramienta bloquea que el usuario pueda presionar los botones varias veces?			x	
¿La herramienta mantiene informado al usuario cuando hay retrasos?			x	

K. Protección del trabajo del usuario

Tabla 9. Análisis de la protección del trabajo del usuario en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La herramienta guarda continuamente las acciones de los usuarios, ya sean filtros, historial, ubicación, etc?			x	

L. Legibilidad

Tabla 9.1. Análisis de la legibilidad en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿Los textos de la herramienta tienen un buen contraste?	x			
¿El tamaño de letra es el adecuado para el uso en diferentes tipos de pantallas?	x			
¿Los caracteres reales resaltan sobre los valores predeterminados?			x	
¿Las palabras claves son usadas como etiquetas que resaltan en los textos y títulos?	x			
¿Las tipografías utilizadas son legibles y lecturables?	x			

M. Estado

Tabla 9.2. Análisis del estado en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La herramienta “sabe” cada uno de los puntos mencionados por Tognazzini?			x	
¿La herramienta le recomienda al usuario animales domésticos basados en su búsqueda y preferencias?			x	
¿La herramienta le informa al usuario la recolección y protección de datos?	x			

N. Navegación visible:

Tabla 9.3. Análisis de la navegación visible en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La navegación de la herramienta es visible, clara y asequible para el usuario?	x			

6.1.2.4. Contenido

Tabla 9.4. Análisis del contenido en la herramienta a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿La información expuesta es suficiente?	x			
¿La información desde que punto de vista está expuesta?				x
¿La información transmite sentimientos al potencial adoptante?	x			

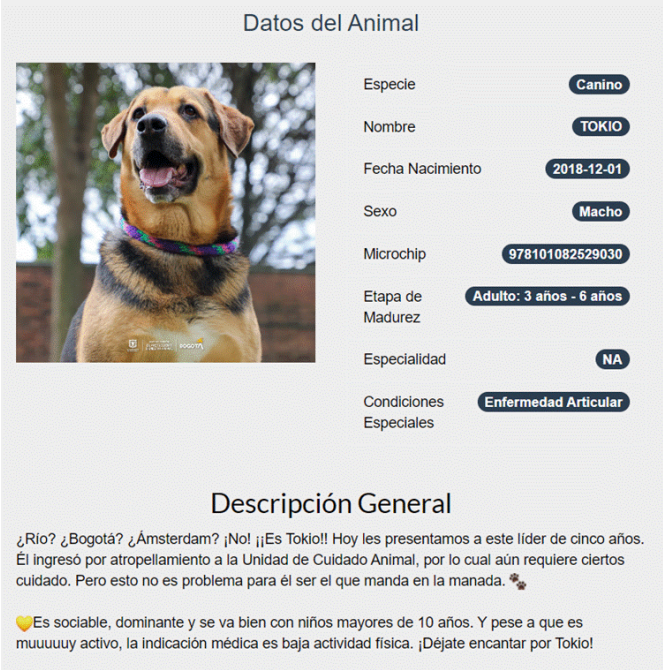


Figura 28. Ejemplo de perfil de un animal. Adopciones IDPYBA.

La información es presentada desde la tercera persona, otorgando información suficiente, de una manera cómoda y fácil de entender, permitiéndole conocer más acerca de la historia del animal para así poder generar empatía con él.

6.1.3. Fundación paraíso de la mascota: referente por su contenido y fotografía

La fundación Paraíso de la Mascota es una entidad sin ánimo de lucro que tiene como objetivo crear conciencia social en la comunidad, sobre la tenencia responsable de mascotas, evitar la reproducción indiscriminada de animales callejeros por medio de campañas de esterilización en Cali y sus alrededores, y proteger y defender a los animales maltratados y/o abandonados, brindándoles en el centro de adopción un hogar de paso.

Actualmente (agosto del 2024) cuenta con la herramienta de página web y redes sociales como Facebook e Instagram para la publicación de estos animales, donde publican fotos profesionales y un párrafo extenso relatando la historia de cómo es el animal, las condiciones y el tiempo en que llegó a la fundación.

6.1.3.1. Diseño

7.1.3.1.1. Etapa de juicio funcional

Tabla 10. Análisis del del diseño en la etapa de juicio funcional a partir de las heurísticas.

Aunque tiene un diseño limpio, por su disposición, las palabras utilizadas para nombrar las secciones y el redireccionamiento a las redes sociales pueden dificultar la realización de las tareas, obstaculizando su objetivo comunicacional.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿El diseño cumple con su objetivo comunicacional?			x	
¿El diseño cumple con la función de atraer?			x	
¿El diseño hace un llamado claro a la acción?		x		
¿El diseño es fácil de usar y comprender?			x	

6.1.3.1.2. Etapa del análisis formal

A. Composición

Tabla 10.1. Análisis de la composición en la etapa del análisis formal a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿La composición del diseño le otorga coherencia visual?		x		
¿La composición del diseño permite enfocar el mensaje?			x	
¿La composición permite que cada animal tenga su espacio y pueda recibir atención?		x		





Figura 29 y 30. Sección de perros y gatos disponibles par adoptar. Fundación Paraíso de la Mascota.

Para este caso, la composición no permite que el espectador enfoque el mensaje, ya que cada una de las imágenes contiene elementos y formatos diferentes, lo que no llama la atención ni otorga coherencia visual.

B. Ilustración

Tabla 10.2. Análisis de la ilustración en la etapa del análisis formal a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿Con qué grado de iconicidad son presentadas las ilustraciones?				x
¿Las ilustraciones le otorgan atractivo visual a la composición?		x		
¿Las ilustraciones ayudan a crear una imagen mental al usuario?		x		

En el análisis del grado de iconicidad de las ilustraciones implementadas en la herramienta de esta fundación, se implementa la escala de Universal Principles of Design, donde de acuerdo con esta entran en el tercer grado de Icónica Abstracta, pues utilizan elemento simplificados de la vida real para ayudar a aterrizar la idea en la mente del usuario, pero sin mostrar una fotografía o demasiado detalle, pero que por sí solas no funciona para transmitir el mensaje.

C. Tipografía

Tabla 10.3. Análisis de la tipografía en la etapa del análisis formal a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿La tipografía ayuda a crear armonía?		x		
¿La tipografía cumple con su propósito comunicativo?	x			
¿La tipografía es legible?	x			
¿La tipografía contribuye al llamado a la acción?		x		

La herramienta de la Fundación Paraíso de la Mascota utiliza 2 tipográficas con gran diferencia de estilos entre sí, las cuales son:

La primera, Caveat Brush, tipografía que es utilizada para los títulos, es una sans serif de estilo manuscrito, con un trazo estilo pincel, sus formas tienen apariencia orgánica por sus trazos irregulares, comúnmente esta tipografía le aporta al diseño una cercanía, carisma y toque artesanal.

La segunda, Average Sans, es una tipografía al igual que la anterior sans serif, con la diferencia de que esta se puede describir como limpia y moderna, otorgándole un aspecto profesional y contemporáneo, en el caso de su versión bold resalta su densidad y aspecto más robusto, ideal para destacar los subtítulos. También, es implementada en su versión regular para los cuerpos de texto, dando un aspecto uniforme y equilibrado.

La combinación de ambas tipografías, se complementan, pues mientras una le da el toque institucional y serio que necesita la fundación, la otra le ayuda a llegar al público de una forma carismática, muy necesaria en ámbitos más caritativos.

D. Color

Tabla 10.4. Análisis del color en la etapa del análisis formal a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿El color permite identificar de qué lugar provienen los animales adoptables?	x			
¿El color cumple con su propósito comunicativo?		x		
¿El color le ayuda a dar estructura al diseño?	x			
¿El color tiene suficiente contraste que contribuye a que haya una buena legibilidad?		x		

Por implementar el color verde, que es un color asociado con la naturaleza y la fauna, los usuarios pueden asociar los colores con la fundación; sin embargo, al ser una tonalidad de verde clara, no crea mucho contraste con el fondo de color blanco, donde en lugares con poca o mucha iluminación se podría perder esa diferenciación.

6.1.3.1.3. Etapa de la descripción conceptual

A. Estética

Tabla 10.5. Análisis de la estética en la etapa de la descripción conceptual a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿Cuál es la categoría estética del diseño?				x
¿La categoría estética cumple con su propósito comunicativo?	x			

El diseño puede entrar en la categoría estética del minimalismo, ya que cuenta con una paleta de color reducida, uso de textos cortos y mucho espacio en blanco, lo que ayuda que el usuario no se sobre cargue de información y mientras visibiliza la página tenga espacios para respirar.

B. Innovación

Tabla 10.6. Análisis de la innovación en la etapa de la descripción conceptual a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿El diseño contiene elementos estereotípicos?		x		
¿Los elementos ayudan a ampliar la información y aterrizar el mensaje de objetivo del diseño?		x		

Elementos como los cuadros de diálogo, figuras icónicas de patitas, estrellas y remolinos son elementos estereotipados que se implementan comúnmente en campañas de animales o infantiles, lo que le ayuda a crear con el espectador un vínculo emotivo, al transmitir ternura y compasión.

C. Abstracción

Tabla 10.7. Análisis de la abstracción en la etapa de la descripción conceptual a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿Qué nivel de abstracción tiene el diseño?	x			

El nivel de abstracción con el que cuenta el diseño es alto, lo que le obliga al usuario a enfocar un poco más su atención para entender el propósito y funcionamiento de la herramienta.

6.1.3.2. Fotografía

Las fotos publicadas para la promoción de la adopción de los animales son tomadas por el fotógrafo, comunicador y publicista Carlos Solano, el cual no se encuentra ligado a la fundación como trabajador, sino que de manera externa realiza visitas para tomarle fotos a los animales y publicarlas en sus redes sociales.

A. Composición y encuadre

Tabla 11. Análisis de la composición y el encuadre en la fotografía partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿Las fotografías presentes en la herramienta tienen al animal adoptable en el centro de la imagen?	x			
¿El animal adoptable contrasta con el fondo de la fotografía?		x		
¿El ánimo y estado de los animales se muestra bien en las fotografías?	x			

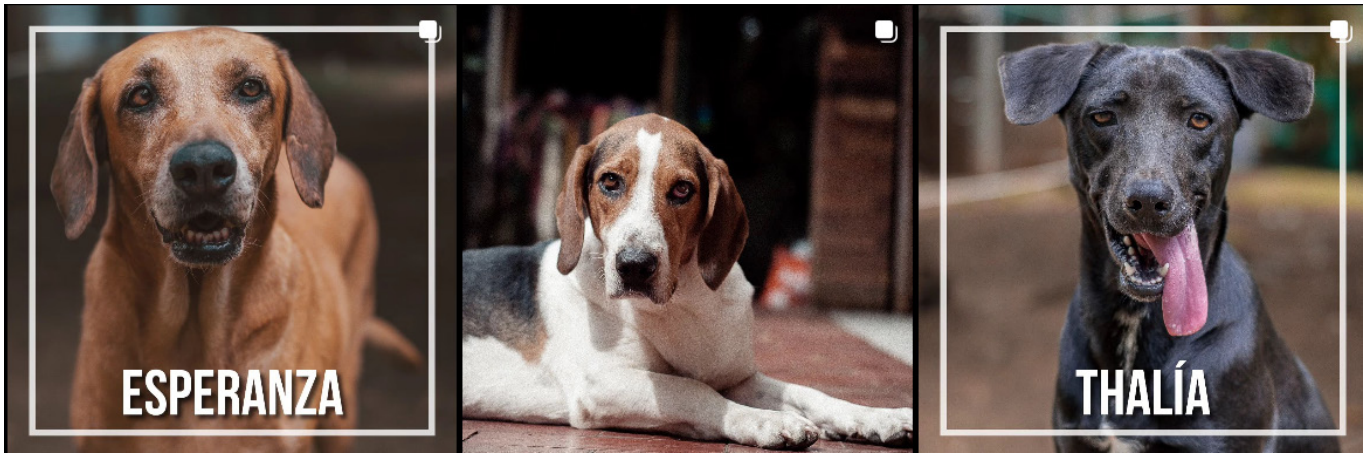


Figura 31. Ejemplos de fotografías en el Instagram. Fundación Paraíso de la Mascota.

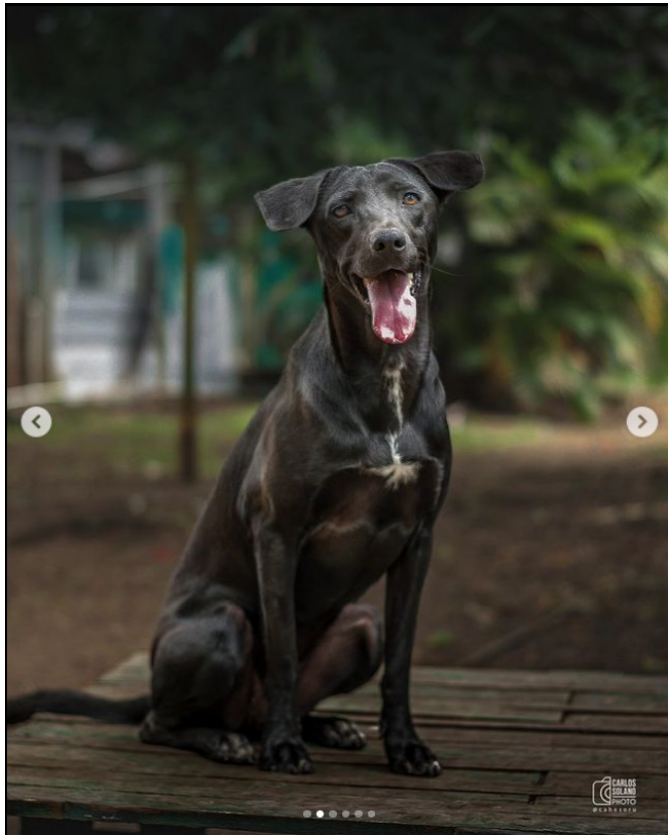
Como se puede observar en las imágenes de ejemplo, extraídas de la herramienta (consulta el 30 de agosto de 2024), en la mayoría de los casos la figura de animales se encuentra ocupando la mayor parte de la composición y encuadrados en el centro.

B. Planos

Tabla 11.1. Análisis de los planos en la fotografía partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La fotografía hace énfasis en resaltar los rasgos más característicos del animal?	x			
¿Las extremidades se muestran por completo en las fotografías?	x			
¿Qué tipo de plano son los más utilizados en las fotografías de la herramienta?				x





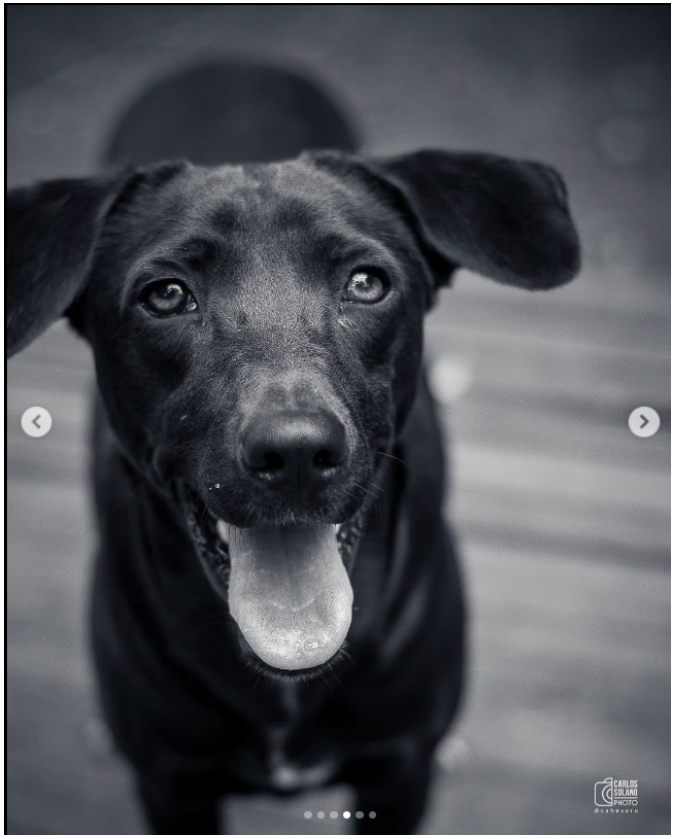
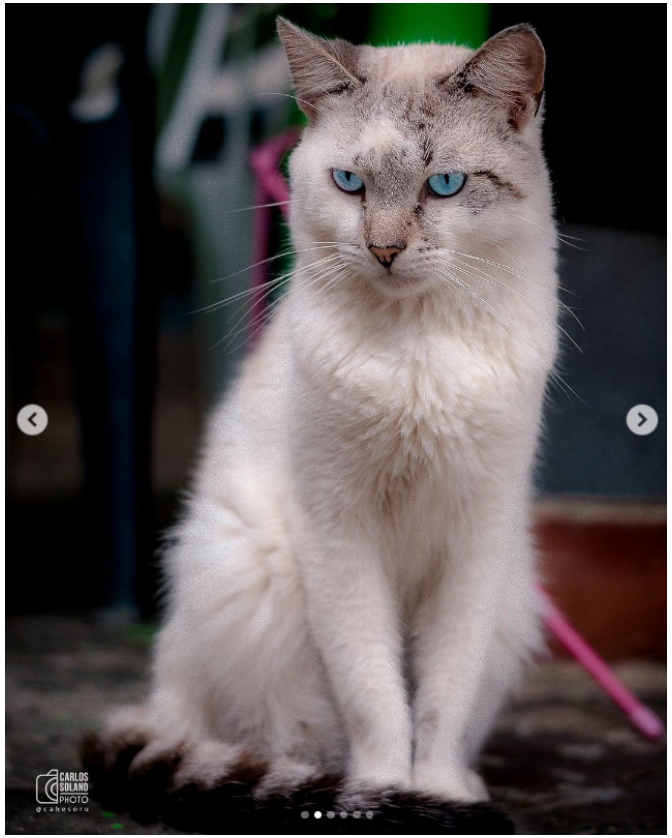


Figura 32, 33 y 34. Ejemplos de fotografías para perros. Fundación Paraíso de la Mascota.





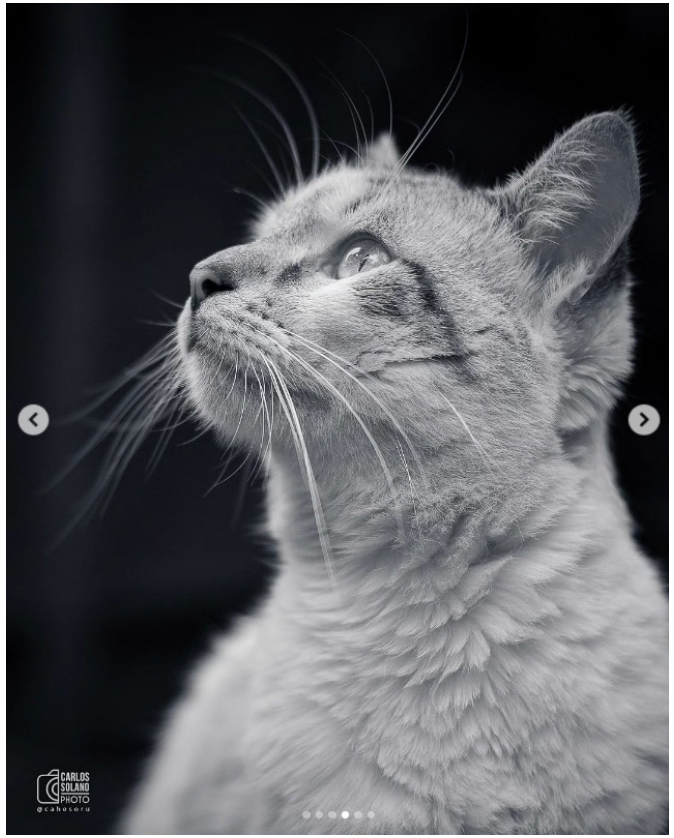


Figura 35, 36 y 37. Ejemplos de fotografías para gatos. Fundación Paraíso de la Mascota.

Se puede notar que son fotografías muy profesionales y significativas, pues dejando de un lado que son acompañadas en la descripción por la historia del animal. A través de las fotos se puede percibir la esencia de cada uno, mostrando sus rasgos más característicos y personalidad.

Pues cada una cuenta con una variación de planos que transmite una emoción diferente, normalmente la primera imagen es tipo retrato, es decir un plano medio corto, donde es la foto de presentación del animal; después, el carrusel va acompañado de planos generales donde se muestra al animal en su entorno, interactuando con los cuidadores o jugando; después, en ocasiones, se presenta un primer plano, donde se hace énfasis en las expresiones faciales del animal, las cuales son fotos más artísticas.

C. Ángulo

Tabla 11.2. Análisis de los ángulos en la fotografía partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿Cuál es el ángulo más utilizado?				x
¿Qué comunican los ángulos utilizados en las fotografías de las herramientas?				x

¿Cuál es el ángulo más utilizado y que comunican los ángulos utilizados en las fotografías de las herramientas?

El fotógrafo Carlos Solano, tiene un estilo definido para cada tipo de plano, un tipo de ángulo, por ello:

- Retrato (plano medio corto): ángulo frontal o a la altura de los ojos
- Entorno (planos generales): ángulo frontal o medianamente picado
- Artísticas (primer plano): ángulo frontal o picado

En todos los casos, se intenta mostrar la ternura y vulnerabilidad del animal (Capital, F. 2024)

D. Saturación

Tabla 11.3. Análisis de la saturación en la fotografía partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿Los colores de las fotografías en la herramienta están saturados adecuadamente?		X		
¿Los colores del animal resaltan del fondo?	x			
¿La iluminación utilizada para las fotografías de los animales es adecuada?	X			
¿Se logran percibir los detalles en las fotografías de la herramienta?	x			

El fotógrafo normalmente hace uso de la luz natural y un entorno de naturaleza para las fotografías, lo que hace que los animales se vean libres, felices y resalten; sin embargo, al hacer uso del blanco y negro para una parte de las fotografías, da a trasmitir un mensaje diferente, de luto o conmemoración, ya que el estilo por él contraste y tratamiento de la fotografía, es el recurso que normalmente se utiliza para dar un mensaje negativo, por ejemplo, cuando se muere una persona y se quiere hacer honor a su recuerdo, lo que no es tan bueno para el contexto de dar en adopción.

6.1.3.3. Interfaz

A. Anticipación

Tabla 12. Análisis de la anticipacion en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La herramienta anticipa los deseos y necesidad de los usuarios?			x	
¿La información necesaria está presente en cada paso?			x	

B. Autonomía

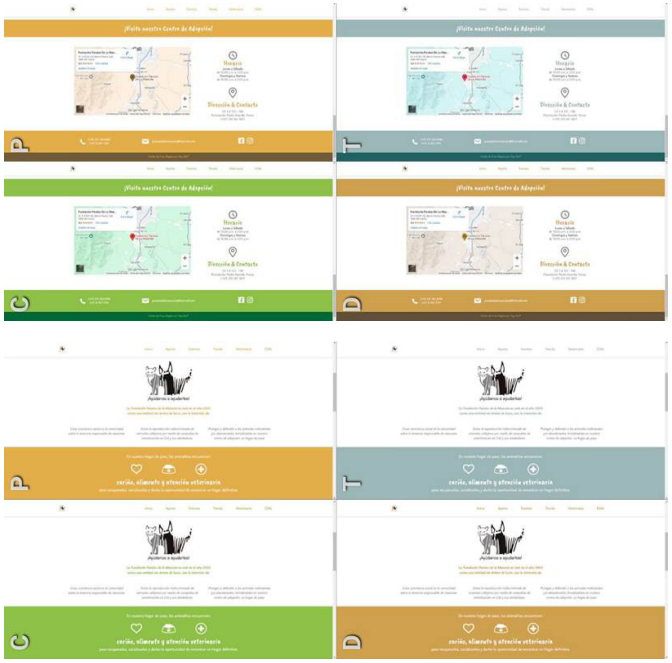
Tabla 12.1. Análisis de la autonomía en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La interfaz le permite al usuario tomar decisiones?			x	
¿La interfaz presenta información actualizada para mantener al usuario consciente e informado?			x	
¿La información del estado de la herramienta es visible?			x	

C. Color

Tabla 12.2. Análisis del color en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿Los colores implementados en la interfaz son fácilmente diferenciables entre sí para todos los tipos de daltonismo?	x			
¿El color es acompañado por formas que apoyen la función en las señales?	x			



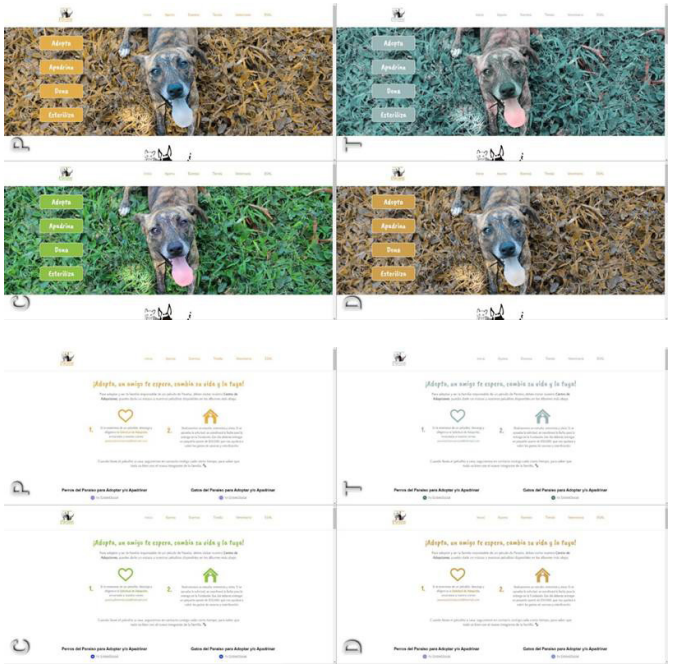


Figura 38, 39, 40 y 41. Comprobaciones de daltonismo en cada pantalla de la herramienta. Chromatic Vision Simulator.

D. Consistencia

Tabla 12.3. Análisis del consistencia en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿Los elementos gráficos implementados en la herramienta son coherentes entre sí?			x	
¿Las estructuras visibles son coherentes con su ubicación?	x			
¿Las funciones de los controles habituales son coherentes con la interpretación del usuario?	x			

E. Descubribilidad

Tabla 12.4. Análisis de la descubribilidad en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La herramienta muestra claramente los controles básicos y esenciales?	x			
¿Los controles básicos son accesibles en todo momento?	x			
¿La página es responsiva de acuerdo al equipo desde que es visualizada la interfaz?	x			
¿La herramienta hace uso de gráficos o imágenes para simplificar instrucciones?	x			

F. Eficiencia del usuario

Tabla 12.5. Análisis de la eficiencia del usuario en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La herramienta le facilita el reconocimiento de errores al usuario?				x
¿La herramienta permite la digitación de los caracteres de una forma fácil?				x
¿La herramienta mantiene al usuario ocupado en todo momento?			x	
¿La herramienta la informa cumple con las 3 funciones de la información de los errores?			x	

G. Interfaces explorables

Tabla 12.6. Análisis de las interfaces del usuario a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La herramienta contiene señalizaciones y guías claras que le permiten al usuario llegar a su objetivo fácilmente?			x	
¿La herramienta contiene atajos rápidos para que los usuarios más experimentados lleguen al destino más rápido?			x	
¿La herramienta utiliza puntos de referencia comunes que hagan sentir al usuario como en su 'hogar'?	x			
¿La marca se encuentra presente en cada una de las páginas?	x			
¿La herramienta le otorga al usuario la oportunidad de volver a la página anterior?	x			
¿La herramienta le permite al usuario deshacer cambios?				x
¿La herramienta le permite al usuario abandonar la página sin tener consecuencias negativas?				x
¿El flujo de trabajo hace sentir al usuario a gusto por ser fácil y atractivo?		x		

H. Objetos humanos

Tabla 12.7. Análisis de los objetos humanos de la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La interfaz contiene objetos de interfaz humana?	x			
¿Los objetos de la interfaz humana mantienen su forma estándar de ser manipulados y sus comportamientos?	x			
¿La interfaz contiene objetos diferentes para nuevos comportamientos?			x	

I. Reducción de latencia

Tabla 12.8. Análisis de la reducción de latencia en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La herramienta bloquea que el usuario pueda presionar los botones varias veces?			x	
¿La herramienta mantiene informado al usuario cuando hay retrasos?			x	

J. Legibilidad

Tabla 12.9. Análisis de la legibilidad en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿Los textos de la herramienta tienen un buen contraste?		x		
¿El tamaño de letra es el adecuado para el uso en diferentes tipos de pantallas?		x		
¿Los caracteres reales resaltan sobre los valores predeterminados?				x
¿Las palabras claves son usadas como etiquetas que resaltan en los textos y títulos?				x
¿Las tipografías utilizadas son legibles y lecturables?	x			

La paleta de color contiene una verde claro que no tiene tanto contraste con el fondo blanco, por lo que en un lugar con mucha iluminación se puede perder.

K. Estado

Tabla 13. Análisis de la legibilidad en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La herramienta “sabe” cada uno de los puntos mencionados por Tognazzini?			x	
¿La herramienta le recomienda al usuario animales domésticos basados en su búsqueda y preferencias?			x	
¿La herramienta le informa al usuario la recolección y protección de datos?				x

N. Navegación visible

Tabla 13.1. Análisis de la navegación visible en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La navegación de la herramienta es visible, clara y asequible para el usuario?	x			

6.1.3.4. Contenido

Tabla 14. Análisis del contenido en la herramienta a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿La información expuesta es suficiente?		x		
¿La información desde que punto de vista está expuesta?				x
¿La información transmite sentimientos al potencial adoptante?	x			



Figura 42. Publicaciones de adopciones en la página web. Fundación Paraíso de la Mascota.



Figura 43. Publicación de animal en las redes sociales. Fundación Paraíso de la Mascota.

En el caso de los perros, en la parte inferior derecha de las imágenes los acompaña un recuadro con ciertos datos sobre su tamaño, nombre, edad y donde contactar para adoptar, pero las fotos de los gatos, a diferencia de estos, no las tienen. Sin embargo, en las publicaciones de Instagram, cada que suben la recopilación de fotos de un animal disponible para adoptar, es acompañada de un texto narrado en modo poético y en tercera persona, por los cuidadores de la fundación o el fotógrafo, otorgando una historia más detallada acerca de lo que ha pasado el animal, su comportamiento y lo que pude ofrecer; sin embargo, para un posible adoptante que mira entre tantos animales, la información puede resultar extensa y difícil de digerir, provocando que las personas abandonen la publicación sin leer la historia, pues no muestran de manera sencilla los datos básicos.

6.1.4. PetFinder

Como es mencionado en su página, PetFinder es una base de datos online que permite a las personas realizar la búsqueda de animales disponibles para adopción en los Estados Unidos, Canadá y México, el cual reúne casi 250 mil animales de cerca de 11 mil refugios de estos países, donde para cada asociación hay una persona encargada del vínculo directo con la plataforma para que se pueda actualizar a diario, esta solo funciona de intermediario entre las personas y las fundaciones, por lo que cada una coloca sus precios y condiciones.

Su objetivo es que, a través de las herramientas como la computadora, los celulares y el internet, se pueda fomentar la conciencia pública sobre las adopciones, aumentar la eficacia del proceso de adopción y buscar la integración de la mascota como miembro de la familia.

6.1.4.1. Diseño

6.1.4.1.1. Etapa de juicio funcional

Tabla 15. Análisis del diseño en la etapa de juicio funcional a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿El diseño cumple con su objetivo comunicacional?	x			
¿El diseño cumple con la función de atraer?	x			
¿El diseño hace un llamado claro a la acción?	x			
¿El diseño es fácil de usar y comprender?	x			

6.1.4.1.2. Etapa del análisis formal

A. Composición

Tabla 15.1. Análisis de la composición en la etapa del análisis formal a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿La composición del diseño le otorga coherencia visual?	x			
¿La composición del diseño permite enfocar el mensaje?	x			
¿La composición permite que cada animal tenga su espacio y pueda recibir atención?		x		

B. Ilustración

Tabla 15.2. Análisis de la ilustración en la etapa del análisis formal a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿Con qué grado de iconicidad son presentadas las ilustraciones?				x
¿Las ilustraciones le otorgan atractivo visual a la composición?		x		
¿Las ilustraciones ayudan a crear una imagen mental al usuario?	x			

Para el análisis del grado de iconicidad como previamente se mencionó, se utilizará la escala de planteada en Universal Principles of Design, donde existen 4 grados principales Icónica o Representacional, Icónica Simplificada, Icónica Abstracta y No Icónica (Abstracta Pura), donde se refiere al grado de relación que hay entre la representación de una imagen u objeto y el real. En este caso, las ilustraciones que presenta PetFinder son en forma de botones, para escoger perros, gatos, otros animales, refugios y rescates, los cuales tienen un grado de iconicidad abstracta, pues su relación con el animal u objeto está simplificada; sin embargo, por sí solos, sin los títulos que los acompañan sería difícil para el usuario identificar de qué trata y cuál es su objetivo, por lo que sí son de ayuda para aterrizar el mensaje y ayudar a crear una imagen mental, más no transmitir el mensaje por completo.

C. Figuras geométricas

Tabla 15.3. Análisis de las figuras geométricas en la etapa del análisis formal a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿Las figuras geométricas ayudan a enfocar el mensaje?	x			

D. Tipografía

Tabla 15.4. Análisis de la tipografía en la etapa del análisis formal a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿La tipografía ayuda a crear armonía?	x			
¿La tipografía cumple con su propósito comunicativo?	x			
¿La tipografía es legible?	x			
¿La tipografía contribuye al llamado a la acción?		x		

Durante todas las partes de la herramienta, se utiliza una misma tipografía san serif la Nexa, en sus diferentes tipos light, regular, bold y heavy, la cual ofrece una versatilidad por sus formas simples, líneas limpias y caracteres con formas poco convencionales y diversos, lo que le otorga personalidad a la página, otorgando un balance y armonía, sin perder su factor diferenciador.
Sin embargo, al utilizar en cada parte la misma tipografía y no haber contrastes de formas, el llamado a la acción se puede ver un poco obstaculizado por el exceso de uniformidad y simpleza.

E. Color

Tabla 15.5. Análisis del color en la etapa del análisis formal a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿El color permite identificar de qué lugar provienen los animales adoptables?			x	
¿El color cumple con su propósito comunicativo?		x		
¿El color le ayuda a dar estructura al diseño?	x			
¿El color tiene suficiente contraste que contribuye a que haya una buena legibilidad?	x			

Durante toda la extensión del proyecto solo son utilizados tres colores, el violeta, el gris y el blanco, los cuales entre sí ofrecen un alto grado de contraste, el violeta atrae de forma adecuada la atención y otorga un factor diferencial a las demás asociaciones o fundaciones que dan en adopción animales, ya que ellos intentan implementar los colores de la naturaleza al tratarse de animales. Sin embargo, el violeta, al ser un color utilizado para fines más sintéticos y artificiales, es difícil para la mente de las personas relacionarse con un contexto de fauna y compasión.

6.1.4.1.3. Etapa de la descripción conceptual

A. Estética

Tabla 15.6. Análisis de la estética en la etapa de la descripción conceptual a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿Cuál es la categoría estética del diseño?				x
¿La categoría estética cumple con su propósito comunicativo?	x			

El diseño podría entrar en las categorías de minimalismo y modernismo, por la utilización de tipografía, san serif, espacios en blancos, una paleta de color limitada, pero con un color vibrante, una disposición asimétrica y utilización de las formas geométricas.

B. Innovación

Tabla 15.7. Análisis de la innovación en la etapa de la descripción conceptual a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿El diseño contiene elementos estereotípicos?	x			
¿Los elementos ayudan a ampliar la información y aterrizar el mensaje de objetivo del diseño?	x			

Elementos como formas de corazones, ilustraciones abstractas de los animales y botones que se relacionan con la forma de las redes sociales, son elementos estereotipados fácilmente identificables por el imaginario de los usuarios, lo que ayuda a aterrizar el mensaje.

C. Abstracción

Tabla 15.8. Análisis de la abstracción en la etapa de la descripción conceptual a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿Qué nivel de abstracción tiene el diseño?		x		

El nivel de abstracción con el que cuenta el diseño es medio, lo que le obliga al usuario a enfocar un poco más su atención para entender el propósito y funcionamiento de la herramienta, ya que todas las partes son similares entre sí por su simpleza.

6.1.4.2. Fotografía

En las fotografías de esta herramienta, la situación es un poco más difícil, ya que las fundaciones/ asociaciones/ refugios son los que brindan los recursos y fotografías para ser publicados, por lo que la empresa no tiene control en el modo en que se toman las fotografías.

Sin embargo, las imágenes serán analizadas, tomando en cuenta como las personas comunes, sin conocimiento de fotografía, capturan los animales.

A. Composición y encuadre

Tabla 16. Análisis de la composición y encuadre en la fotografía a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿Las fotografías presentes en la herramienta tienen al animal adoptable en el centro de la imagen?		x		
¿El animal adoptable contrasta con el fondo de la fotografía?			x	
¿El ánimo y estado de los animales se muestra bien en las fotografías?		x		

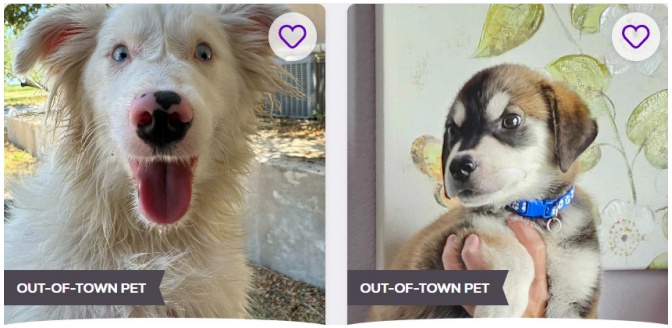




Figura 44 y 45. Ejemplos de fotografías de animales adoptables. PetFinder.

Las imágenes presentadas, como se puede ver en el ejemplo, son muy variadas, en algunos casos de la composición el animal ocupa la mayor parte, pero en otros se encuentra acompañado de otros elementos, donde su entorno le quita protagonismo y no tienen un buen contraste.

B. Planos

Tabla 16.1. Análisis de los planos en la fotografía a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La fotografía hace énfasis en resaltar los rasgos más característicos del animal?		x		
¿Las extremidades se muestran por completo en las fotografías?		x		
¿Qué tipo de plano son los más utilizados en las fotografías de la herramienta?				x

Las asociaciones intentan mostrar los rasgos más característicos de la personalidad de los animales, por ello se puede ver adecuadamente su estado de ánimo, estado de salud y rasgos diferenciales; sin embargo, en algunas cometen el error de cortarle, sin una previa decisión estética, las extremidades.

El plano mayormente utilizado en las fotografías de los gatos es el general y el entero, en donde logra verse la relación con su entorno; en el caso de los perros es el medio corto, donde al igual que en el anterior referente de la Fundación Paraíso Animal, se presenta las imágenes a modo de retrato o foto de presentación, enfocando las expresiones del animal.

C. Angulo

Tabla 16.2. Análisis de los ángulos en la fotografía a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿Cuál es el ángulo más utilizado?				x
¿Qué comunican los ángulos utilizados en las fotografías de las herramientas?				x

¿Cuál es el ángulo más utilizado y que comunican los ángulos utilizados en las fotografías de las herramientas?

En el caso de las fotografías de los gatos, el ángulo más utilizado es el picado, en donde se muestra la vulnerabilidad y ternura de estos; en el caso de los perros, está dividido entre picado y normal, es decir a nivel de los ojos, mostrando una perspectiva natural, permitiendo conectar con el público a igualdad de condiciones (Capital, F. 2024).

D. Saturación

Tabla 16.3. Análisis de la saturación en la fotografía a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple medianamente	No cumple	No aplica
¿Los colores de las fotografías en la herramienta están saturados adecuadamente?		x		
¿Los colores del animal resaltan del fondo?		x		
¿La iluminación utilizada para las fotografías de los animales es adecuada?			x	
¿Se logran percibir los detalles en las fotografías de la herramienta?		x		

Al ser fotografías en las que la fundación no puede controlar su manejo técnico, muchas presentan una baja saturación, algunos animales se pierden un poco entre los detalles del entorno y baja calidad.

6.1.4.3. Interfaz

A. Anticipación

Tabla 17. Análisis de la anticipación en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La herramienta anticipa los deseos y necesidad de los usuarios?	x			
¿La información necesaria está presente en cada paso?	x			

B. Autonomía

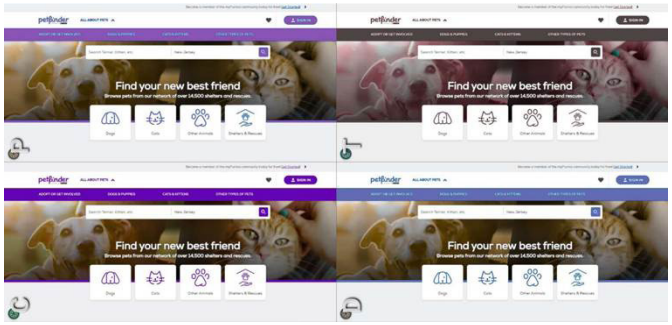
Tabla 17.1. Análisis de la autonomía en la interfaz a partir de las heurísticas.

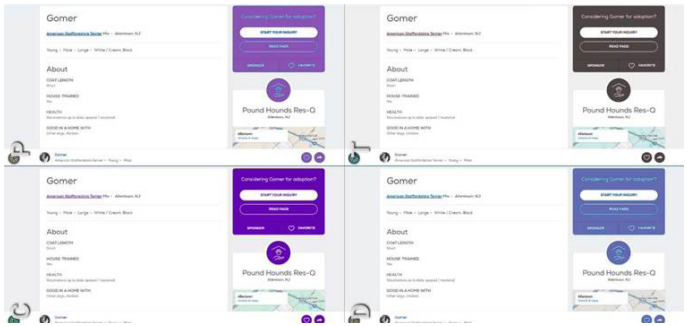
Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La interfaz le permite al usuario tomar decisiones?	x			
¿La interfaz presenta información actualizada para mantener al usuario consciente e informado?	x			
¿La información del estado de la herramienta es visible?	x			

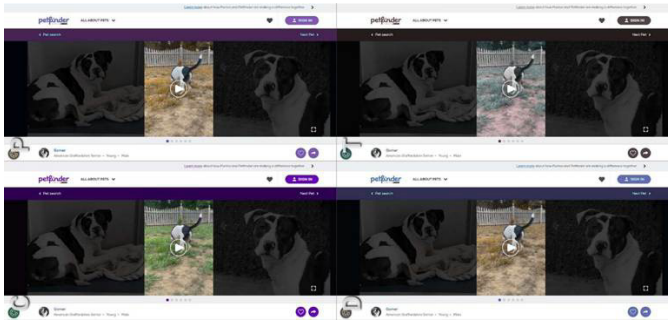
C. Color

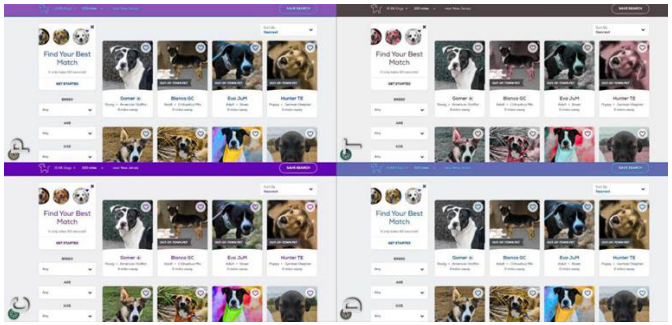
Tabla 17.2. Análisis del color en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿Los colores implementados en la interfaz son fácilmente diferenciables entre sí para todos los tipos de daltonismo?	x			
¿El color es acompañado por formas que apoyen la función en las señales?	x			









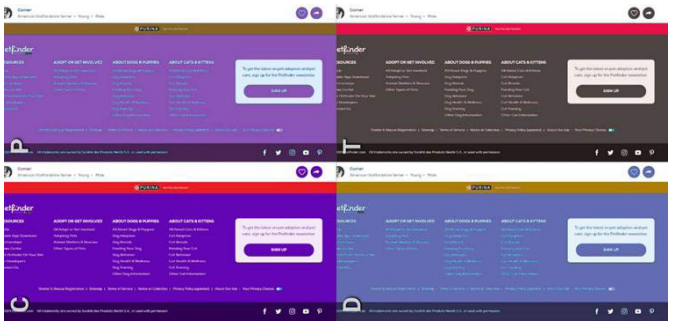


Figura 46, 47, 48, 49 y 50. Comprobaciones de daltonismo en cada pantalla de PetFinder. Chromatic Vision Simulator.

Al realizar la comprobación del daltonismo, se puede observar que en el tipo llamado Protanopía, hay una alteración entre el color de fondo violeta y las letras blancas, pues se ve como una vibración, lo cual podría molestar a los usuarios con esta condición que accedan a la herramienta.

D. Consistencia

Tabla 17.3. Análisis de la consistencia en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿Los elementos gráficos implementados en la herramienta son coherentes entre sí?		x		
¿Las estructuras visibles son coherentes con su ubicación?	x			
¿Las funciones de los controles habituales son coherentes con la interpretación del usuario?	x			

El grosor del trazo entre los iconos “other animals” y “Shelters & Rescues” no son coherentes entre sí.

E. Valores predeterminado

Tabla 17.4. Análisis de los valores predeterminados en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿Los valores predeterminados en la herramienta sirven de guía para el usuario?	x			
¿A través de los valores predeterminados el usuario entiende que tipo de información debe ir en ese lugar?	x			
¿Los valores predeterminados usan terminología receptiva y significativa?	x			

F. Descubribilidad

Tabla 17.5. Análisis de la descubribilidad en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La herramienta muestra claramente los controles básicos y esenciales?	x			
¿Los controles básicos son accesibles en todo momento?	x			
¿La página es responsiva de acuerdo al equipo desde que es visualizada la interfaz?	x			
¿La herramienta hace uso de gráficos o imágenes para simplificar instrucciones?	x			

G. Eficiencia del usuario

Tabla 17.6. Análisis de la eficiencia del usuario en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La herramienta le facilita el reconocimiento de errores al usuario?	x			
¿La herramienta permite la digitación de los caracteres de una forma fácil?	x			
¿La herramienta mantiene al usuario ocupado en todo momento?			x	
¿La herramienta la informa cumple con las 3 funciones de la información de los errores?	x			

H. Interfaces explorables

Tabla 17.7. Análisis de las interfaces explorables a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La herramienta contiene señalizaciones y guías claras que le permiten al usuario llegar a su objetivo fácilmente?	x			
¿La herramienta contiene atajos rápidos para que los usuarios más experimentados lleguen al destino más rápido?	x			
¿La herramienta utiliza puntos de referencia comunes que hagan sentir al usuario como en su 'hogar'?	x			
¿La marca se encuentra presente en cada una de las páginas?	x			
¿La herramienta le otorga al usuario la oportunidad de volver a la página anterior?	x			
¿La herramienta le permite al usuario deshacer cambios?	x			
¿La herramienta le permite al usuario abandonar la página sin tener consecuencias negativas?	x			
¿El flujo de trabajo hace sentir al usuario a gusto por ser fácil y atractivo?	x			

I. Objetos humanos

Tabla 17.8. Análisis de los objetos humanos en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La interfaz contiene objetos de interfaz humana?	x			
¿Los objetos de la interfaz humana mantienen su forma estándar de ser manipulados y sus comportamientos?	x			
¿La interfaz contiene objetos diferentes para nuevos comportamientos?				x

J. Reducción de latencia

Tabla 17.9. Análisis de la reducción de latencia en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La herramienta bloquea que el usuario pueda presionar los botones varias veces?			x	
¿La herramienta mantiene informado al usuario cuando hay retrasos?			x	

K. Protección del trabajo del usuario

Tabla 18. Análisis de la protección del trabajo del usuario en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La herramienta guarda continuamente las acciones de los usuarios, ya sean filtros, historial, ubicación, etc.?	x			

L. Legibilidad

Tabla 18.1. Análisis de la legibilidad en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿Los textos de la herramienta tienen un buen contraste?	x			
¿El tamaño de letra es el adecuado para el uso en diferentes tipos de pantallas?	x			
¿Los caracteres reales resaltan sobre los valores predeterminados?		x		
¿Las palabras claves son usadas como etiquetas que resaltan en los textos y títulos?	x			
¿Las tipografías utilizadas son legibles y lecturables?	x			

M. Estado

Tabla 18.2. Análisis del estado en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La herramienta "sabe" cada uno de los puntos mencionados por Tognazzini?			x	
¿La herramienta le recomienda al usuario animales domésticos basados en su búsqueda y preferencias?	x			
¿La herramienta le informa al usuario la recolección y protección de datos?			x	

14. Navegación visible

Tabla 18.3. Análisis de la navegación visible en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La navegación de la herramienta es visible, clara y asequible para el usuario?	x			

6.1.4.4. Contenido

Tabla 19. Análisis del contenido en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La información expuesta es suficiente?	x			
¿La información desde que punto de vista está expuesta?				x
¿La información transmite sentimientos al potencial adoptante?	x			

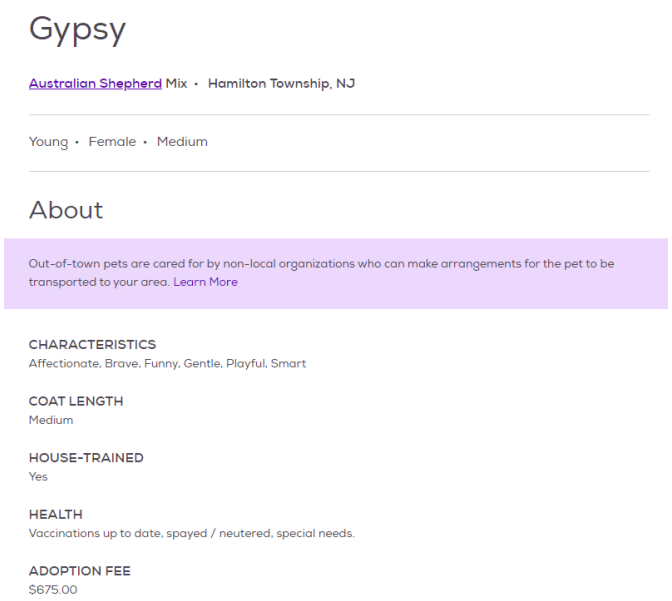


Figura 51. Ejemplos de fotografías de animales adoptables. PetFinder.

Al comienzo, la información es brindada por categorías, lo que hace que sea entregada de una forma estándar y fácil de entender, pues el usuario va directo al lugar donde sabe que estará la información que necesita o le interesa. Después, a modo de relato por sus cuidadores, es entregada la historia sobre el animal, su paso por el albergue y lo que busca de sus adoptantes, mostrándose de una manera más cercana y creando empatía con el usuario.

6.1.5. Toronto Humane Society: referente por su contenido

La Sociedad Protectora de Animales de Toronto es un sistema de apoyo, recursos educativos y refugio dotado con las capacidades para ofrecer servicios de cuidado de animales, entrenamiento y asesoramiento sobre comportamiento, y servicios veterinarios. Durante sus labores ha encontrado familia a miles de animales y les ofrecen apoyo a las familias para mantenerlas unidas. Además, en colaboración con otras asociaciones, frecen sus servicios en regiones remotas, previniendo el acceso a la eutanasia innecesaria y expendiendo el conocimiento acerca del bienestar animal.

La herramienta que actualmente utilizan es la de página web presentada por Amazon https://www.torontohumanesociety.com/, en la que tienen varios servicios y entre ellos la opción de adopción, en el primero muestran el curso de adopción de mascotas, como es el proceso de adopción, los servicios integrales que ofrecen y de último, la opción de tipo de animal para adoptar

Para cada animal disponible para adopción, presentan un video donde el animal interactúa con su cuidador.

6.1.5.1. Contenido

Tabla 20. Análisis del contenido en la interfaz a partir de las heurísticas.

Heurística	Cumple	Cumple mediana-mente	No cumple	No aplica
¿La información expuesta es suficiente?	x			
¿La información desde que punto de vista está expuesta?				x
¿La información transmite sentimientos al potencial adoptante?	x			





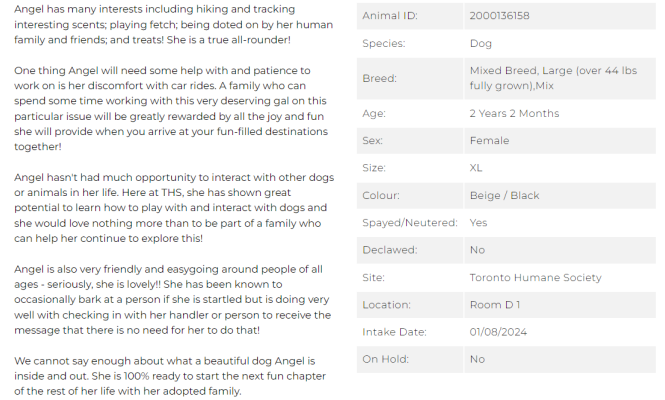
Rubble

Gender : Male
Neutered : Neutered
Breed : Mixed Breed, Large (Over 44 Lbs Fully Grown),Mix
Age : 1 Year 9 Months
On Hold : No



Rooby

Gender : Female
Neutered : Spayed
Breed : Doberman Pinscher,Mastiff
Age : 4 Years 3 Months
On Hold : No



Angel has many interests including hiking and tracking interesting scents; playing fetch; being doted on by her human family and friends; and treats! She is a true all-rounder!

One thing Angel will need some help with and patience to work on is her discomfort with car rides. A family who can spend some time working with this very deserving gal on this particular issue will be greatly rewarded by all the joy and fun she will provide when you arrive at your fun-filled destinations together!

Angel hasn't had much opportunity to interact with other dogs or animals in her life. Here at THS, she has shown great potential to learn how to play with and interact with dogs and she would love nothing more than to be part of a family who can help her continue to explore this!

Angel is also very friendly and easygoing around people of all ages - seriously, she is lovely!! She has been known to occasionally bark at a person if she is startled but is doing very well with checking in with her handler or person to receive the message that there is no need for her to do that!

We cannot say enough about what a beautiful dog Angel is inside and out. She is 100% ready to start the next fun chapter of the rest of her life with her adopted family.

Animal ID:	2000136158
Species:	Dog
Breed:	Mixed Breed, Large (over 44 lbs fully grown),Mix
Age:	2 Years 2 Months
Sex:	Female
Size:	XL
Colour:	Beige / Black
Spayed/Neutered:	Yes
Declawed:	No
Site:	Toronto Humane Society
Location:	Room D 1
Intake Date:	01/08/2024
On Hold:	No

Figura 52, 53 y 54. Ejemplo de composición de contenido para cada animal y video. Toronto Humane Society.

En cuanto a contenido, este es un gran referente para generar empatía, pues además de que la historia sobre el animal está escrita en primera persona, dándole un toque tierno y mostrando la vulnerabilidad del animal, le otorga al usuario otro medio para conocer al animal, un video de YouTube, donde en 16 segundos interactúa con su cuidador, mostrando cómo es su personalidad.

7. Conclusiones de los antecedentes

7.1. Sobre la herramienta

A partir del análisis de todos los referentes que tiene como herramienta la página web y considerar opciones como la aplicación, el álbum de fotos y una revista, se llega a la conclusión que por su capacidad de ser actualizada constantemente y acceso con facilidad sin hacer instalaciones, la mejor opción para realizar el proyecto de una herramienta que facilite la visualización de animales disponibles para adopción de las fundaciones/asociaciones de Cali, es el portal web, el cual sirve como intermediario entre estas entidades y los usuarios finales.

7.2. Sobre el diseño

Tabla 21. Resultados cuantitativos del analisis sobre el diseño.

	UAEPEA - CBA	IDPYA	Fundación Paraíso de la Mascota	PetFinder
Cumple	6	15	6	16
Cumple medianamente	10	4	11	5
No cumple	6	0	4	11
No aplica	2	5	3	2

Al obtener los datos cuantitativos de las heurísticas en cada categoría, en la sección del diseño se puede observar que el referente que más cumple con lo que llamamos “buen diseño” para una herramienta de adopción animal es PetFinder, y detrás de él con un (1) punto de diferencia en “Cumple” está el IDPYA - Instituto distrital de protección y bienestar animal.

Donde a partir de los análisis correspondientes se puede concluir que la mejor forma de atraer la atención del usuario y permitirle a través de la gráfica el completar sus objetivos, es mediante la implementación de un diseño que transmita orden y responsabilidad, sin caer en lo tedioso y monótono, donde se permita al usuario respirar, con el uso de espacios en blanco, una jerarquía y disposición clara, unas ilustraciones simples y fácilmente identificables, y unas elecciones tipográficas que le ayuden a crear diferenciación, una más dinámica para los títulos y una más formal para los cuerpos de texto, que sean legibles y lecturable, evitando confusiones innecesarias, para que no se distraiga de la información importante y no se canse con elementos excesivos.

Pero, que, además, contenga partes, donde sea necesario destacar cierta información, llenas de vida, que le otorgue el dinamismo y la vida que tienen los animales, pues no hay que olvidar el propósito comunicativo, al tratarse de animales, llenos de vida, esperanza y amor.

7.3. Sobre la fotografía

Tabla 22. Resultados cuantitativos del análisis sobre la fotografía.

	UAEPEA - CBA	IDPYA	Fundación Paraíso de la Mascota	PetFinder
Cumple	2	7	7	2
Cumple medianamente	6	1	2	6
No cumple	1	1	0	1
No aplica	3	3	3	3

A partir de los resultados cuantitativos de las heurísticas en la categoría de fotografía, se obtiene que el referente con "mejor fotografía" es la Fundación Paraíso de la Mascota, pues, aunque su semejante el IDPYA - Instituto distrital de protección y bienestar animal obtuviera el mismo puntaje en "cumple", este contiene un punto de "no cumple".

Al ver los ejemplos de la Fundación Paraíso de la Mascota, podemos concluir que sus fotografías son "el mejor ejemplo" pues atraen al usuario y muestran la esencia del animal, a través de su vulnerabilidad, belleza y soberanía, al retratarlos en su individualidad y en contacto con su entorno, implementando una secuencia definida de fotos, que aunque sean similares en el lenguaje técnico, como planos y ángulos, al tener una personalidad tan diferente entre un animal y otro, cada uno tiene su propia alma, otorgándole mucha personalidad y profesionalismo a la página.

7.4. Sobre la interfaz

Tabla 23. Resultados cuantitativos del analisis sobre la interfaz.

	UAEPEA - CBA	IDPYA	Fundación Paraíso de la Mascota	PetFinder
Cumple	14	20	15	36
Cumple medianamente	9	5	3	2
No cumple	15	19	15	5
No aplica	6	0	11	1

De acuerdo a los resultados cuantitativos obtenidos para la categoría de la interfaz, se puede concluir que el referente que cumple con una interfaz que le otorga una mejor experiencia al usuario es PetFinder, ya que le otorga una ruta clara, simple y eficiente, con controles claros, iconos fácilmente identificables y espacios en blanco que le dan un respiro de información al usuario, además que le otorga poder de decisión, al permitirle decidir la sección que desea ver y filtrar los animales de acuerdo a sus preferencias.

7.5. Sobre el contenido

Tabla 24. Resultados cuantitativos del analisis sobre el contenido

	UAEPEA - CBA	IDPYA	Fundación Paraíso de la Mascota	PetFinder	Toronto Humane Society
Cumple	0	2	1	2	2
Cumple medianamente	0	0	1	0	0
No cumple	2	0	0	0	0
No aplica	1	1	1	1	1

Por una parte, teniendo en cuenta los resultados cuantitativos obteniendo para la categoría de contenido, se puede observar que hay 3 referentes que cumplen adecuadamente con las heurísticas propuestas, pues siguen una similitud en la información expuesta sobre el animal, colocando los datos técnicos como el sexo, especie, fecha de nacimiento, etc., en orden, seguidos por su historia, unos escritos en primera persona y otros en tercera persona.

Sin embargo, se debe añadir un plus a la asociación "Toronto Humane Society" pues además de mostrar la información básica, en algunos casos agrega un video para cada animal donde sus cuidadores interactúan con él o se le ve en un campo libre, siendo ellos mismo y jugando, lo que le permite al usuario tener una mayor cercanía con el animal y generar una mayor empatía.

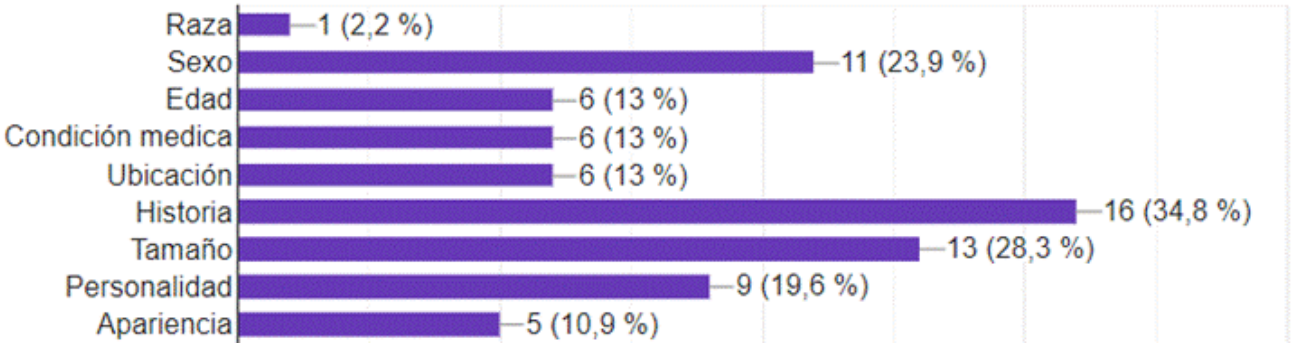


Figura 55. Resultados de los factores importantes por los adoptantes. Encuesta 'Sobre tu experiencia en procesos de adopciones de animales'. https://forms.gle/VJgjV5kLw6SfwVza7

Por otra parte, al analizar los resultados obtenidos en la encuesta "Experiencia en adopciones" (Bolaños, V., comunicación personal, 11 de septiembre de 2024; véase Anexo F) con 46 encuestados, se tiene en cuenta que los datos que más consideran los usuarios al escoger qué animal adoptar, son: 1 historia, 2 tamaño, 3 sexo y 4 personalidad, de 5to lugar edad, condición médica y ubicación, de penúltimo la apariencia y de última la raza. Datos relevantes para la realización de los filtros y su organización jerárquica, los cuales ayudan a optimizar el tiempo de búsqueda al reducir la cantidad de información.

Por ello, se toma la decisión de no incluir la raza en los filtros e información, pues aparte de que genera una "discriminación" por los animales de raza y los criollos, no aporta a la misión del portal.

Tercer capítulo: A abordar el problema

8. Metodología

La metodología implementada para la creación de la interfaz y planeación de la experiencia de usuario está basada en el design thinking, la cual permite darles solución a los problemas centrados en los usuarios, aplicando diversas técnicas y pasos para solucionar problemas complejos de innovación y responsabilidad social, comúnmente utilizada para el desarrollo de nuevos productos o servicios, pues permite afrontar el problema desde múltiples puntos de vista. (Laoyan, S. 2024)

Se debe tomar en cuenta que el design thinking no es una metodología lineal, por lo que, al momento de planear y ejecutar, se vuelve a las mismas fases una y otra vez. Además, considerando que los usuarios de la herramienta son las personas, pero la razón de su realización son los animales para difundir que necesitan un hogar.

Las fases que componen la metodología basada en el design thinking propuestas por el Instituto de Diseño Hasso-Plattner (o "d.school") de la Universidad de Stanford (Laoyan, S. 2024) son las siguientes:

8.1. Empatizar

Al iniciar el proyecto, no se tenía claridad sobre que elaborar, pero una cosa era clara, se quería trabajar el tema de las "mascotas" o animales de compañía, un proyecto que busque tanto el bienestar ambiental (enfocado en los animales) tanto que pueda generar una ganancia económica, que permita tanto sostenerse a sí mismo como apoyar con donaciones para los demás animales, por lo que a medida de la investigación, buscando tomar un rumbo, se encontró la problemática del abandono animal en la ciudad de Cali y el hacinamiento que enfrentan las fundaciones/asociaciones/organizaciones que luchan contra esto (problemática abordada más extensamente en el planteamiento del problema).

Por ello, a través de las visitas a la Fundación Paraíso de la Mascota y la Unidad Administrativa Especial de Protección Animal (UAEPA) / Centro de Bienestar Animal (CBA) se intentó abordar el problema de manera empática, encontrando el problema de difusión, comprensión y actualización que estaban implementando para publicar a los animales disponibles para adopción, tomando en cuenta la posición de los administrativos que trabajan con estos animales, como las personas que buscan adoptar y los inconvenientes que tenían con estas herramientas que utilizan actualmente.

Hablando con las personas pertenecientes a cada entidad, se escucharon las ideas que tenían acerca de la realización de una aplicación para la promoción de estos animales y sus opiniones acerca de la propuesta del portal web, pues al tomar en cuenta a los usuarios finales, la idea de la aplicación no fue bien recibida, ya que entre sus opiniones y pensamientos estaba el que una aplicación podría volver el proceso más tedioso y conllevar cargas innecesarias, por lo que a una web se puede ingresar más cómodamente desde el buscador, accediendo desde cualquier dispositivo y en cualquier momento algo sería algo más eficiente, sin tener que instalarlo y que ocupe espacio.

Además, en cada toma de decisiones como la jerarquía y composición de la información presentada, en los filtros implementados y en el material de interés incorporado, fueron tomadas a partir de las necesidades e intereses de las personas adoptantes y los usuarios de la herramienta (fundaciones, administradores y visitantes), sin dejar de lado que el objetivo y razón principal es el aportar a la disminución de animales en situación de abandono.

8.2. Definición

Para esta fase se consideran muchas posibilidades de cómo contribuir a la disminución del problema, opciones

como: mejorar la identidad gráfica para redes, hacer un libro álbum informativo, etc., con las cuales se podía pronosticar que no iban a tener un mayor alcance o podría caer en el error de replicar los mismos problemas que ya se tenían, por ello para encontrar una solución adecuada había que tener claro el problema a buscar solución, el cual es:

> Necesitamos diseñar una herramienta donde las fundaciones/asociaciones puedan publicar a los animales disponibles para adopción, optimizando una de las fases de adopción, y los potenciales adoptantes puedan acceder a esta para a ver los animales, conocer sus características e historia de una manera fácil y sencilla, para generar empatía con ellos y finalizar con una posible adopción, para así contribuir a la disminución del hacinamiento en estas entidades y a su vez el número de animales en situación de abandono en las calles de Cali.

8.3. Ideación

Para cada una de las partes del desarrollo de la herramienta, desde el desarrollo de la herramienta, diseño de la interfaz e identidad gráfica, se tomaron en cuenta diferentes opciones, siempre buscando la manera ptima de realizarla.

Desarrollo de la herramienta: al principio al considerarse que Viviana iba a hacer la realización completa de la herramienta, desde su diseño hasta desarrollo, se consideraron diferentes lenguajes de programación y prototipado, como HTML, WIX, WordPress, Figma, etc.; sin embargo, al ser así y al querer que el resultado sea lo más próximo y realista posible, se buscó un/una ingeniera de sistemas que pudiera hacer la parte del desarrollo.

Diseño de la interfaz: a partir de los puntos a tomar en cuenta en el marco teórico, los referentes analizados y las propuestas del director del proyecto, se realiza un recorrido por diferentes estilos de página web, de características comerciales por el modo en que están dispuestos los elementos y para hacer la página más llamativa, desde la perspectiva del desarrollo, se considera la opción de Parallax, para darle dinamismo a partir del scroll.

Identidad gráfica: Para esta parte, se toma como referencia el libro The Branding Method de Carolina Cairos, que presenta una guía detallada de cómo realizar una identidad gráfica que funcione e impacte, dando consejos y recomendaciones, desde factores como el valor y la diferenciación hasta de la gráfica y los costos.

8.4. Prototipo

Para realizar el prototipo del portal web, se realiza en la aplicación web colaborativa Figma, que brinda la posibilidad de realizar prototipos de alta fidelidad, lo que permite a los usuarios y los desarrolladores hacerse una imagen mental de cómo será el proyecto en su fase final, hacer pruebas y así afianzar.

Para ello, primero se realiza una versión inicial de las representaciones visuales básicas (wireframes; véase Anexo G) del portal web, para planear su estructura, camino, disposición de los elementos, sin centrarse en elementos del diseño como la tipografía, colores y demás elementos gráficos. Definiendo de esta manera el flujo de la interfaz, qué elementos podrá visualizar cada perfil de usuario, centrándose en la funcionalidad y usabilidad.

Después, en equipo con María Paula Giraldo, estudiante de ingeniería de sistemas, se realiza la definición de las capas, flujo y comportamiento de los elementos en Figma, para definir qué funciones tendrán los botones o elementos, para luego, la diseñadora Viviana, aplique los elementos gráficos como colores, definición de textos, contenido, ilustraciones, texturas, que le darán vida al proyecto y muestran un prototipo de más alta fidelidad.

8.5. Pruebas

El prototipo realizado en Figma, es sometido a un testeo con un grupo de personas diversas, lejanas al proyecto, que comprenden las edades y características dispuestas para los usuarios finales. A las cuales se les realiza una prueba por realización de tareas, poniendo atención a cuál es la ruta que toma para realizarlas, qué confusiones se pueden generar en el flujo, lenguaje de trabajo y percepción del diseño. Después, al analizar las grabaciones y los comentarios de los usuarios, se decide hacer ajustes para que la implementación final tenga un menor margen de error.

9. Desarrollo

9.1. Arquitectura de la información

La arquitectura de la información facilita la navegación, mejorando la experiencia del usuario al organizar el contenido de forma lógica y clara (Rosenfeld, Morville, & Arango, 2015), para así conectar las necesidades del usuario con los objetivos del portal.

9.1.1.Usuarios del portal web

- **Potencial adoptante:** personas que entran a la página a buscar un animal para adoptar.
- **Fundaciones constituidas:** organización con un perfil en la página, que se encarga de actualizar su información y subir a la base de datos a los animales que tienen disponibles para adopción.
- **Administrador/a:** persona encargada de subir a la base de datos a los animales disponibles para adopción solicitados por personas naturales
- **Usuario (visitante):** persona que entrar a curiosear a la página.
- **Hogar de paso:** Personas naturales que le brindan hogar de paso a un animal y están en busca de un hogar definitivo, por lo que quieren difundir su adopción.

9.1.2. Objetivos de los usuarios

- **Potencial adoptante:** Conocer a los animales, conocer información de adopción, conocer requisitos de adopción, guardar animales de interés
- **Fundaciones constituidas:** publicar información sobre animales disponibles, guardar información de adopción, organizar información de animales, editar información de los animales, ver estadísticas.
- **Administrador/a:** gestionar fundaciones, gestionar animales, agregar perfil de fundación, agregar animal disponible para adopción, gestionar solicitudes de adopción, gestionar solicitudes de asociación.
- **Usuario (visitante):** ver animales adoptables, ver información sobre el portal, enviar solicitud de asociación.
- **Hogar de paso:** enviar solicitud de publicación.

9.1.3. Historias de usuario

Las historias de usuario se utilizan para explicar de manera informal, desde el punto de vista del usuario, las acciones que se quiere realizar en la herramienta y el porqué, traducidas en el funcionamiento del software (Asana. 2024). Por ello, se define las historias, para cada rol dentro del portal.

9.1.3.1. Potencial adoptante

1. Como potencial adoptante, quiero seleccionar la especie del animal desde el inicio para lograr enfocarme solo en las opciones que me interesan y así agilizar el proceso de búsqueda
2. Como potencial adoptante, quiero seleccionar la ubicación de los animales para lograr ver solo aquellos que estén cerca de mí y así ahorrar tiempo al buscar opciones relevantes
3. Como potencial adoptante, quiero filtrar los animales por edad para lograr enfocarme solo en aquellos que se ajusten a mis preferencias y ahorrar tiempo en mi búsqueda
4. Como potencial adoptante, quiero filtrar los animales por sexo para lograr enfocarme en las opciones que prefiero y ahorrar tiempo en mi búsqueda
5. Como potencial adoptante, quiero filtrar los animales por tamaño para lograr encontrar más rápidamente los que se ajusten a mi espacio y estilo de vida.
6. Como potencial adoptante, quiero filtrar los animales por su condición médica para lograr encontrar

más fácilmente aquellos cuyas necesidades de cuidado se ajusten a mis posibilidades

7. Como potencial adoptante, quiero filtrar los animales por sus necesidades de cuidado y comportamiento para lograr encontrar más fácilmente aquellos que se adapten a mi estilo de vida y experiencia

8. Como potencial adoptante quiero poder hacer clic en la imagen o nombre del animal para lograr acceder a información detallada y conocer más a fondo su historia y características.

9. Como potencial adoptante, quiero poder acceder a mi perfil de usuario para lograr tener mi información personal guardada y así agilizar el proceso de adopción sin tener que rellenar mis datos repetidamente

10. Como potencial adoptante, quiero poder marcar como favoritos o guardar los animales que me interesan para lograr encontrarlos fácilmente en futuras visitas y agilizar mi proceso de adopción.

11. Como potencial adoptante, quiero poder guardar mi información de acceso para lograr iniciar sesión rápidamente en mi cuenta sin tener que introducir mis datos cada vez.

12. Como potencial adoptante, quiero ver la galería de fotos del animal de forma directa para lograr conocer más sobre él rápidamente, sin tener que navegar a otra página.

13. Como potencial adoptante, quiero ver la foto del animal en su perfil detallado para lograr identificarlo rápidamente y recordar fácilmente sus características, lo que me ayudará a tomar una decisión informada sobre la adopción.

14. Como potencial adoptante, quiero ver un gráfico que muestre la altura y el tamaño del animal para lograr tener una mejor comprensión de sus dimensiones y asegurarme de que se adapta a mi espacio.

15. Como potencial adoptante, quiero ver una sección que cuente la historia del animal para lograr empatizar con su experiencia y sentirme más conectado emocionalmente, lo que podría influir en mi decisión de adopción.

16. Como potencial adoptante, quiero hacer clic en el botón de adoptar para lograr acceder rápidamente a los pasos del proceso de adopción y al número de contacto, lo que me permitirá completar la adopción de manera eficiente y estar listo para comunicarme con la persona o asociación.

17. Como potencial adoptante, quiero poder retroceder a la página sin perder mi ubicación actual ni mi historial de búsqueda, para facilitar futuras exploraciones y optimizar mi tiempo en el sitio.

18. Como potencial adoptante, quiero que la herramienta destaque los animales en adopción urgente, para poder ayudar a aquellos que más lo necesitan y asegurarme de que encuentren un hogar rápidamente.

19. Como potencial adoptante, quiero que los animales ya adoptados no aparezcan en la lista de disponibles para evitar confusiones y facilitar mi búsqueda de animales aún en adopción.

20. Como potencial adoptante, quiero poder acceder a las PQRS a través de la barra lateral para colocar mis manifestaciones e inquietudes de una manera rápida.

21. Como potencial adoptante, quiero poder acceder a mi perfil a través del botón de usuario/ver perfil para editar mi información personal, rápida y eficiente

22. Como potencial adoptante, quiero poder cerrar la sesión de mi perfil a través del botón de usuario/cerrar sesión para ver la información de la página como visitante.

23. Como potencial adoptante, quiero poder ver qué tipo de adopción precisa cada animal en su perfil para poder ayudar a aquellos que más lo necesitan y asegurarme de que encuentren un hogar rápidamente.

9.1.3.2. Fundación constituida

1. Como fundación constituida, quiero acceder a mi perfil desde la página principal para lograr actualizar fácilmente el contenido y gestionar la información de manera más eficiente.

2. Como fundación constituida, quiero tener la capacidad de agregar rápidamente un animal a la lista de adopción, para que la información en la página se actualice al instante y los potenciales adoptantes puedan ver los animales disponibles en tiempo real.

3. Como fundación constituida, quiero cambiar el estado de un animal de 'disponible' a 'adoptado' para mantener actualizada la página y reflejar correctamente el estado de los animales.

4. Como fundación constituida, quiero poder editar fácilmente la información de un animal ya publicado, para garantizar que el contenido de la página esté siempre actualizado y refleje la situación actual del animal

5. Como fundación constituida, quiero registrar la información del adoptante en el momento de la adopción del animal, para asegurar un registro completo, facilitar el seguimiento y apoyo a los adoptantes en el futuro.

6. Como fundación constituida, quiero acceder a una lista de animales adoptados que incluya los datos de sus cuidadores y estadísticas relevantes, para mantener un registro completo y generar informes detallados sobre los procesos de adopción.

7. Como fundación constituida, quiero poder editar fácilmente la información de contacto en nuestro perfil, para asegurar que los interesados siempre tengan acceso a la información más actualizada sobre nuestra fundación.

8. Como fundación constituida, quiero clasificar la necesidad de adopción de cada animal como 'urgente' o 'normal', para que los interesados puedan identificar rápidamente los casos prioritarios y acceder a su información de manera destacada en la página principal.

9. Como fundación constituida, quiero ver la fecha de la publicación del animal desde la lista de animales,

para tener un control sobre el tiempo de publicación y que animales darles prioridad.

10. Como fundación constituida, quiero acceder a las estadísticas de mi perfil y animales publicados para conocer la visibilidad de la página y crear estrategias a partir de esos datos.

9.1.3.3. Administrador/a

1. Como administrador/a, quiero acceder a mi perfil desde la página principal para optimizar la gestión del contenido y facilitar la actualización de la información de manera eficiente.

2. Como administrador/a, quiero poder añadir rápidamente un animal a la lista de adopción para asegurar que el contenido de la página esté siempre actualizado y disponible para los potenciales adoptantes.

3. Como administrador/a, quiero crear un perfil para las personas que ofrecen hogar de paso, incluyendo sus datos de contacto, para que los posibles adoptantes puedan comunicarse fácilmente con ellos y facilitar el proceso de adopción.

4. Como administrador/a, quiero actualizar el estado de un animal de 'disponible' a 'adoptado' para asegurar que la información en la página esté al día y refleje con precisión la situación actual de los animales.

5. Como administrador/a, quiero poder editar de manera sencilla la información de un animal ya publicado, para garantizar que el contenido de la página esté siempre actualizado y refleje con precisión su estado y necesidades.

6. Como administrador/a, quiero acceder a una lista de los animales adoptados junto con los datos de sus cuidadores, para mantener un registro completo y facilitar el seguimiento y la comunicación con los adoptantes

7. Como administrador/a, quiero clasificar la necesidad de adopción de cada animal como 'urgente' o 'normal', para que los interesados puedan identificar rápidamente los casos prioritarios y acceder a su información de manera destacada en la página principal.

8. Como administrador/a, quiero poder editar de manera sencilla la información de la página, para garantizar que los visitantes reciban datos actualizados y relevantes sobre nuestra fundación y los animales disponibles para adopción.

9. Como administrador/a, quiero poder editar de manera sencilla la información de las fundaciones y asociaciones, para asegurar que la página esté siempre actualizada y proporcioné datos precisos a los visitantes interesados.

10. Como administrador/a, quiero poder eliminar fundaciones y asociaciones de la página, para asegurar que solo se muestre información vigente y relevante, mejorando así la claridad y la experiencia del usuario.

11. Como administrador/a, quiero poder acceder a las solicitudes de publicación a través de un botón en el inicio, para ver a los animales que les están dando hogar de paso y puedan tener un mayor alcance.

12. Como administrador/a, quiero poder ver las solicitudes de publicación urgentes de primera en la lista, para darle prioridad de publicación.

9.1.3.4. Usuario (visitante)

1. Como usuario visitante, quiero explorar libremente la lista de animales en adopción general, para descubrir si alguno me interesa y considerar la posibilidad de adoptarlo

2. Como usuario visitante, quiero poder compartir fácilmente la publicación de un animal en adopción, para enviársela a alguien que pueda estar interesado y que pueda acceder directamente a la información del animal

3. Como usuario visitante, quiero acceder fácilmente a información relevante sobre adopciones y animales de compañía, para aprender más sobre el proceso y estar mejor preparado para adoptar

4. Como usuario visitante, quiero ver la información de como poder asociar mi fundación/asociación, para poder contactar con el portal y tener mi perfil donde dar a conocer los animales que tengo y necesitan hogar

9.1.3.5.Hogar de paso

1. Como persona natural que brinda hogar de paso, quiero contar con un botón de "¿tienes un animal para dar en adopción?", para contactar fácilmente al portal y enviar los datos del animal bajo mi cuidado, para que sea publicado y difundido rápidamente

9.1.4. Organización del contenido del portal

Se clasifica y se estructura el contenido del portal de acuerdo a cada sección, organizando la información de una manera jerárquica para priorizar los objetivos de los usuarios (Rosenfeld, Morville, & Arango, 2015). Esta parte contiene secciones tanto generales como especializadas, ya que algunas no están disponibles para todos los usuarios.

A. Secciones principales

- Inicio
- Animales en adopción (por categorías: perros, gatos, todos, necesidad urgente y por zona)
- Información de adopción (contacto y ubicación)
- Sobre nosotros (misión, visión, contacto)
- Iniciar de sesión
- Perfil
- Favoritos
- Publica un animal
- Asóciate con nosotros
- Comentarios o sugerencias
- Lista de fundaciones
- Solicitudes de publicación

- Solicitudes de asociación
- Estadísticas

B. Secciones detalladas

- Ficha de animal con nombre, tipo de adopción, fotos, tamaño, historia, sexo, personalidad, condición médica y bueno con
- Datos de adopción con guía para adopción responsable y datos del lugar o persona con la que se encuentra el animal como ubicación, teléfono y correo
- Inicio de sesión con opción de registrarse, olvide mi contraseña, ingresar con Google o Apple
- Perfil del potencial adoptante con foto, nombre, cédula, correo, teléfono, fecha de nacimiento, ocupación, condición médica y zona
- Comentarios y sugerencias con información como transparencia de revisión, aviso de alcance, respuestas y recomendaciones
- Estadísticas con datos por 7 días, 30 días e históricos

9.1.5. Prototipado

Se implementan diagramas para explicar de forma visual la organización del contenido en el portal y el flujo de tareas que este ofrecerá, siguiendo las recomendaciones de Rosenfeld, Morville y Arango en Information Architecture: For the web and beyond (2015). Estas representaciones facilitan la comprensión tanto del diseño como de la experiencia del usuario, y se desarrollan en dos etapas principales:

A. Diagrama de flujo (Véase completo en Anexo L)

Se elabora un diagrama de flujo que representa el recorrido que los usuarios deben seguir para realizar las tareas asociadas a los objetivos del portal. Este diagrama detalla los pasos, decisiones y conexiones entre diferentes secciones, asegurando que el flujo de interacción sea intuitivo y lógico para cada tipo de usuario.

B. Wireframes (véase anexo G)

Después, se diseñan wireframes para representar la estructura visual y jerárquica del contenido. En ellos, se ubican los elementos clave de cada pantalla, como encabezados, menús, botones y áreas de contenido. Además, se especifica la función, comportamiento y relaciones de estos elementos, proporcionando una base para el diseño detallado y el desarrollo posterior del portal.

Estas herramientas no solo ayudan a visualizar y planificar la interfaz del portal, sino que también son esenciales para comunicar las decisiones de diseño a los equipos involucrados, garantizar la alineación con los objetivos del proyecto y optimizar la experiencia del usuario.

C. Prototipado en Figma

Potencial adoptante

- Computador (véase Anexo M)
- Movil (véase Anexo N)

Fundación constituida

- Computador (véase Anexo O)
- Movil (véase Anexo O)

Administrador

- Computador (véase Anexo Q)
- Movil (véase Anexo R)

Usuario visitante

- Computador (véase Anexo S)
- Movil (véase Anexo T)

Diagrama de flujo (potencial adoptante, usuario visitante y hogar de paso)

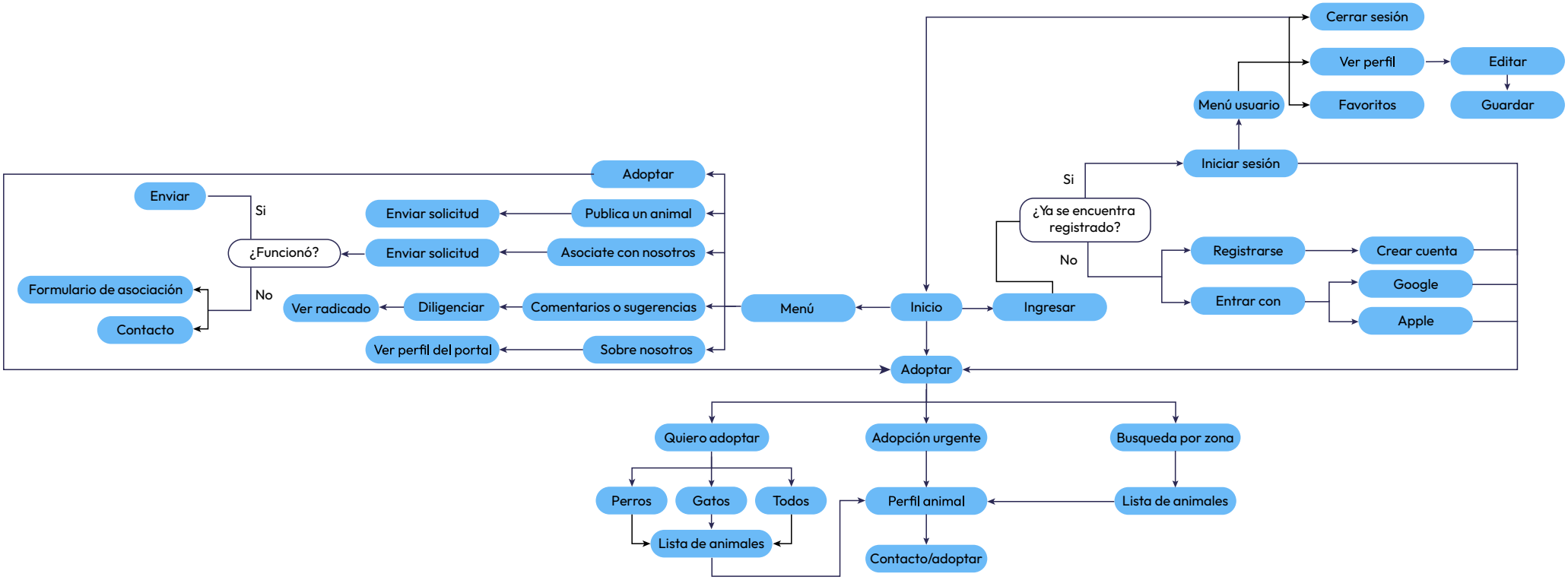


Diagrama de flujo (fundación constituida)

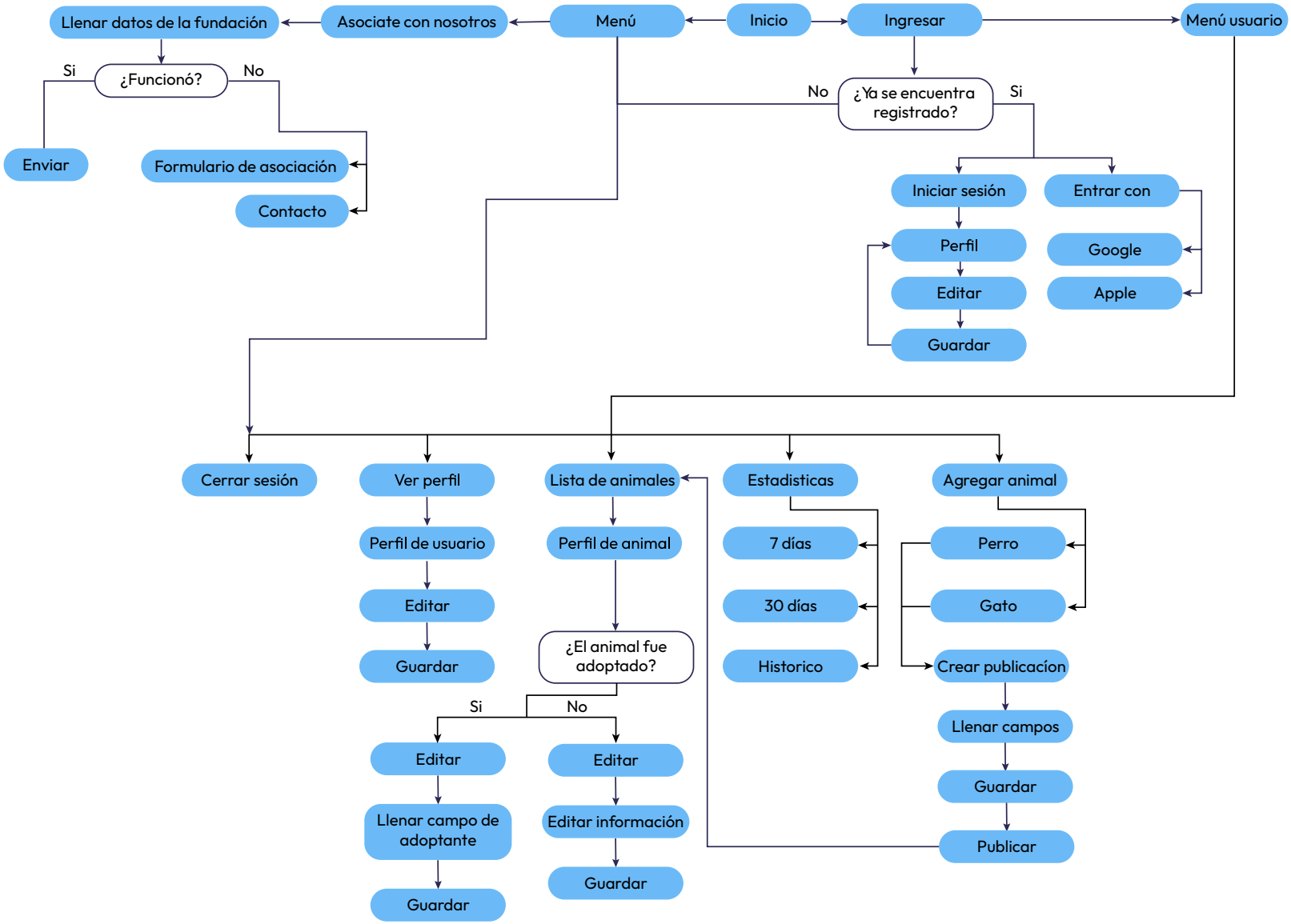
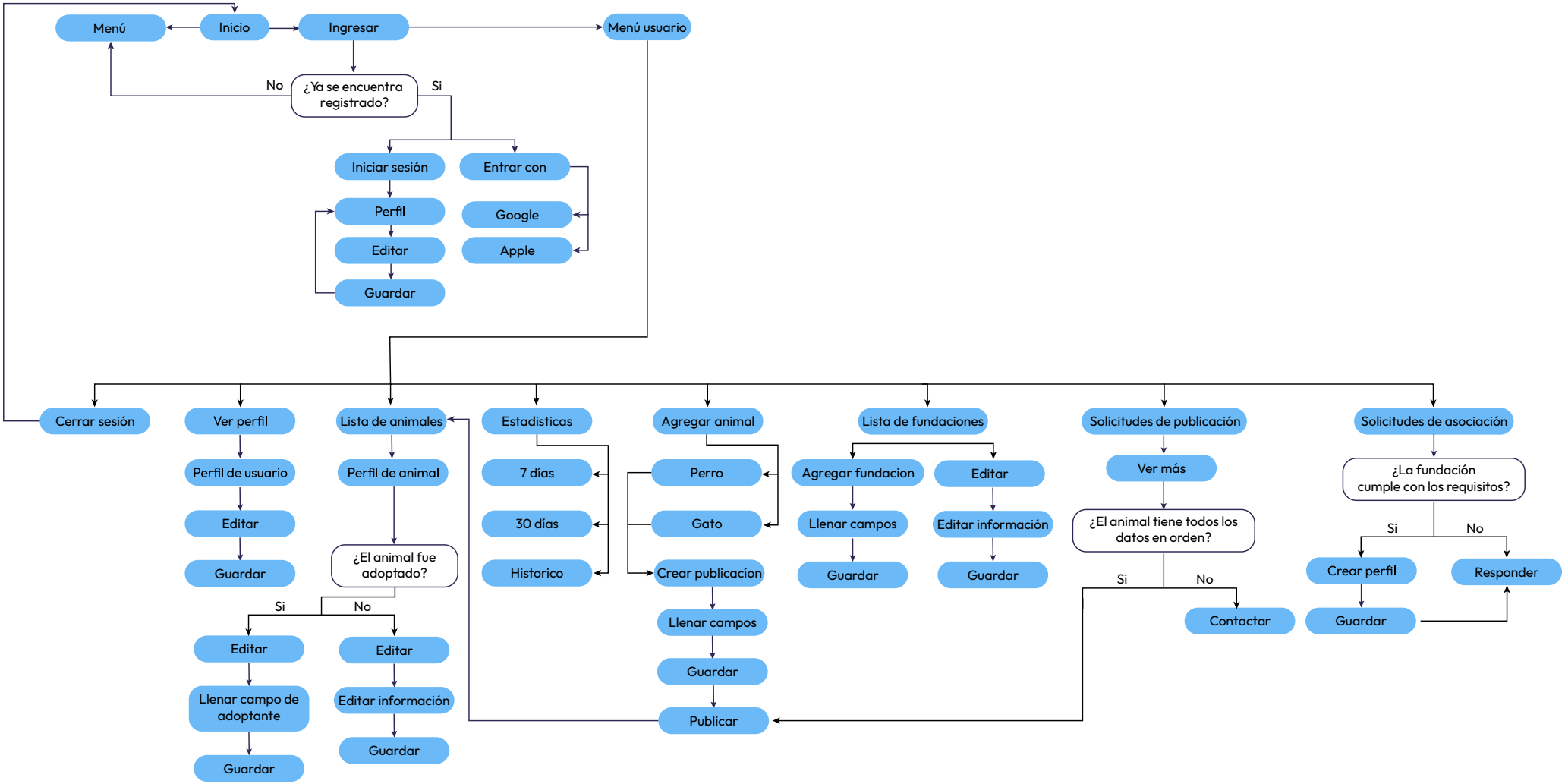


Diagrama de flujo (administrador/a)



9.2. Identidad visual

La identidad visual es desarrollada a partir de los pasos expuestos en el libro The Branding Method de Carolina Kairos para la elaboración de una identidad visual de marca efectiva, los cuales son:

9.2.1. Propósito

¿Cuál es la misión en el ámbito de la adopción?

- Promover la conexión empática de las personas hacia los animales domésticos, posibilitando la adopción responsable
- Dar a conocer a los animales disponibles para adopción y lograr un mayor alcance
- Sensibilizar acerca de la adopción y la tenencia responsable de los animales domésticos

9.2.2. Audiencia objetivo: Segmentación

Las audiencias objetivas a las que se espera llegar son bastante diversas; sin embargo, comparten características como el amor hacia los animales que los une, por ello, se harán 3 perfiles para la segmentación para poder comprender y dirigir el mensaje.

A. Familias

Características geográficas:

- Cali
- Ciudad principal o municipios cercanos
- Idioma español

Características demográficas:

- Familia nuclear
- Padres entre los 25 y 40 años de edad
- Niños entre los 5 y 15 años de edad
- Nivel de ingresos superiores a 2 SMLV

Características psicográficas:

- Amantes de los animales
- Valoran el bienestar y la salud del medio ambiente
- Responsables y activos
- Les gusta la naturaleza y su hogar
- Disfrutan del momento en familia
- Conscientes de los cuidados

Características conductuales:

- Salen a caminar por lo menos 1 vez al día
- Tienen paciencia a la hora de enseñar
- Se preocupan por la alimentación saludable
- Apoyan causas sociales o de bienestar animal

B. Adulto joven independiente:

Características geográficas:

- Cali
- Ciudad principal o municipios cercanos
- Idioma español

Características demográficas:

- Personas independientes entre 20-30 años de edad
- Ingresos superiores a 1 SMLV

Características psicográficas:

- Amantes de los animales
- Valoran el bienestar y la salud del medio ambiente
- Responsables, activos y comprometidos
- Les gusta la naturaleza
- Conscientes de los cuidados

Características conductuales:

- Les gusta el deporte o la actividad física
- Tienen paciencia
- Buscan vínculos afectivos
- Son flexibles y capaces de adaptar su rutina

C. Adulto mayor:

Características geográficas:

- Cali
- Ciudad principal o municipios cercanos
- Idioma español

Características demográficas:

- Personas entre los 50 y 70 años
- Ingresos superiores a 2 SMLV

Características psicográficas:

- Amantes de los animales
- Valoran el bienestar y la tranquilidad
- Valoran la compañía
- Les gusta la naturaleza
- Conscientes de los cuidados

Características conductuales:

- Disfrutan realizar caminatas cortas diarias
- Tienen paciencia
- Buscan vínculos afectivos

9.2.3 Propuesta de valor

¿Qué nos hace diferentes?

Único portal web en Cali que reúne diferentes fundaciones y muestra todos los animales disponibles para adopción. Muestra contenido educacional sobre la tenencia, cuidado y adopción responsable.

9.2.3. Gráfica

La identidad visual del portal se debe mostrar amigable, fácil, segura/confiable, tierna y humana

Para ellos se realizó dos propuestas iniciales de identidad visual y una final, las cuales compartían elementos similares, buscando transmitir los mismos valores y emociones, pero con aplicaciones y unos elementos gráficos que permiten que se diferenciaba entre ellos.

9.2.3.1. Propuestas

A. Moodboard

La primera propuesta tuvo como intención manejar una estética juguetona y amigable, con colores pasteles y vibrantes, acompañadas de formas orgánicas en ilustraciones simples, basadas en las formas geométricas. Acompañada de tipográficas con elementos innovadores y característicos, que evocaban calidez y cercanía.



Figura 56. Moodboard propuesta 1, compuesto por imágenes tomadas de diversas fuentes con Pinterest.

La segunda propuesta, tuvo la intención de manejar un estilo vintage, con una gráfica vibrante, lúdica y diversa, con tipografías experimentales, colore vivos y contratantes, siendo suavizados por los tonos beige, además de hacer uso de elementos grafitos de tipo escolar, como pines, manchas, papel arrugado y rasgado. Lo que transmite un ambiente de cercanía emocional, creatividad y educativo, comunicando cercanía humana y de cuidado.



Figura 57. Moodboard propuesta 2, compuesto por imágenes tomadas de diversas fuentes con Pinterest.

B. Tipografía

A partir del moodboard, se tomó una idea general de la estética y lo que se quería transmitir a partir de ella, por lo que se escogieron estas tipografías.

Para títulos, propuesta 1:



Figura 58. Tipografía para títulos propuesta 1. Obtenida de Adobe Fonts, por Hannes von Döhren.

La tipografía elegida es la Brevia, de tipo grotesca, sin serifas, peso grueso, terminaciones redondeadas, formas orgánicas y con bajo contraste, características que le brindan un aspecto moderno, funcional, sólido, amigable y con gran legibilidad. Transmitiendo a través de sus formas la empatía, confianza, seguridad, cercanía y amabilidad.

Para párrafos, propuesta 1:



Figura 59. Tipografía para cuerpos de texto de la propuesta 1. Obtenida de Google Fonts, por Smartsheet Inc y Rodrigo Fuenzalida, 2023.

La tipografía elegida es la Outfit, sans serif, moderna, con una geometría sencilla y limpia, con formas redondeadas y proporciones uniformes, lo que le otorga al diseño un aspecto profesional y contemporáneo, haciendo contraste con la tipografía principal Brevia que contiene unas formas más juguetonas y amigables, brindando legibilidad para que la información y las instrucciones sean fáciles de comprender, seriedad para otorgarle seguridad a los usuarios y un tono accesible para todo público.

Para títulos, propuesta 2:



Figura 60. Tipografía para títulos de la propuesta 2. Obtenida de Google Fonts, por Ek Type.

La tipografía es de tipo decorativo, orgánico, trazos gruesos, gran peso, bajo contraste, terminaciones redondeadas, formas irregulares y cortes poco inusuales, transmitiendo un aspecto fuerte, dominante, dinámico, juguetón y experimental.

Siendo ideal para un diseño que requiera comunicar un

mensaje amigable, innovador y accesible, bueno para atraer a un público juvenil.

Para cuerpos de texto, propuesta 2:

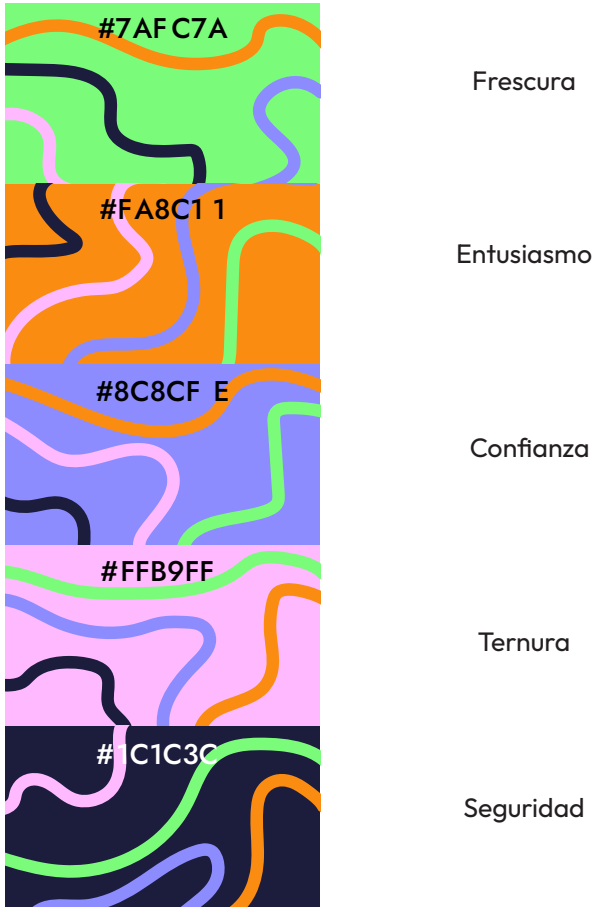


Figura 61. Tipografía para cuerpos de texto de la propuesta 2. Obtenida de Google Fonts, por Owen Earl, 2020.

La tipografía es una sans serif geométrica, con líneas limpias y uniformes, con proporciones regulares, tiene un estilo minimalista por su simpleza, modularidad geométrica y versátil. Lo que le aporta al diseño, confianza, profesionalismo y accesibilidad. Siendo ideal para proyectos que buscan conectar emocionalmente con el público mientras mantienen claridad y legibilidad.

B. Paleta de color

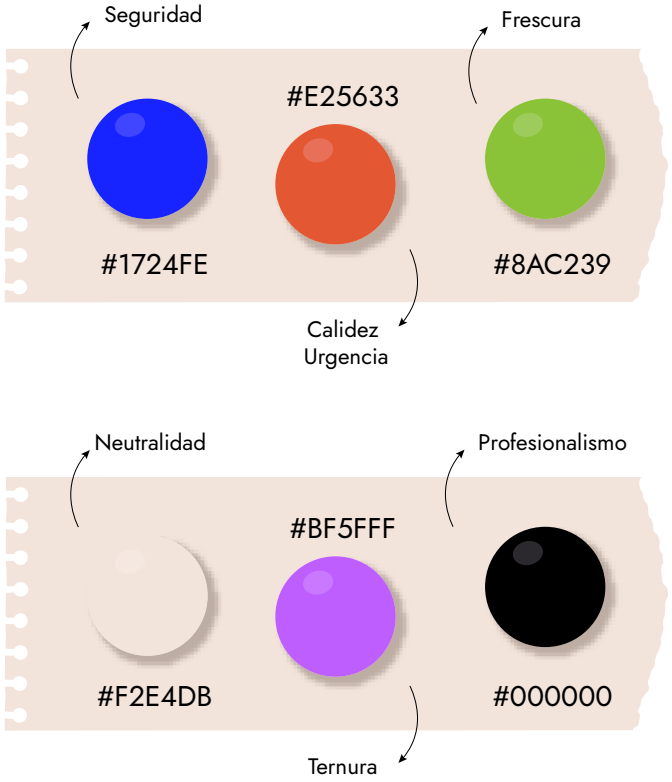
Propuesta 1:



Una paleta de color que otorga modernidad, energía cálida y vibrante al diseño, generando contraste por su implementación de colores, pasteles, neones y oscuros.

Sin embargo, es una paleta de color perfecta para dirigirse a un público joven e infantil, como en la herramienta se quiere llegar a diferentes públicos y en muchos casos adultos, podría no ser ideal y llegar a molestar a los ojos de las personas, por lo que este elemento fue descartado.

Propuesta 2:



Una paleta de color vibrante, que otorga al diseño, energía, entusiasmo, frescura y protección.

Sin embargo, al ser una paleta de color tan vibrante, podría generar incomodidad en los usuarios mayores, saturándolos de color e información.

D. Identificador

El nombre surge a partir de una de las historias de amor y fidelidad más grandes de la historia, por parte de un perro hacia un humano, Hachiko, el perro japonés de raza Akita, que, durante casi 10 años, esperó a su dueño a las afueras de la estación de Shibuya, después de que este muriera a causa de una hemorragia cerebral repentina, a sus 53 años. Hachiko, iba cada mañana y cada tarde, esperándolo, sin importarle que clima estuviera haciendo, aguantando lluvia, nieve y calor, siempre sentado en el mismo lugar, a la espera de que pareciera el doctor, con la esperanza de volverlo a ver (Gil, J. C. 2023).

Una historia que en definitiva inspiro a muchas personas y a toda una generación, a partir de la película del 2009, tomando en cuenta que sus espectadores, ahora son los potenciales adoptantes del portal, por lo que se pueden conmover, generar un sentido de pertenencia y sentirse relacionados de una u otra forma con el nombre.



Figura 62. Fotografía de Hachiko. Obtenida de BBC news.

Propuesta 1:

En la primera propuesta, para el símbolo gráfico, se optó por realizar un logotipo, elaborado con la tipografía Brevia en bold bold, donde en mayúsculas "HACHI" va con las formas rellenas y en minúsculas "KO" en líneas, para hacer un juego de palabras.

Sin embargo, por tener las formas más rectas, a causa de las mayúsculas, se veía un diseño muy plano y rígido, que no convención del todo.



Figura 63. Identificador, propuesta 1.

Propuesta 2:

En la segunda propuesta, para el símbolo gráfico, también se optó por realizar un logotipo, elaborado con la tipografía Modak en regular, con la primera letra "H" en mayúscula y el resto en minúsculas. Por sus formas, la tipografía se asemeja un poco a las formas esponjosas y curvas de los animales, como sus patas. La tipografía fue modificada en sus contra-formas para dar un mayor contra y sea identificable desde lejos.

Sin embargo, al tener tan bajo contraste y un gran peso visual, la propuesta no gusto mucho, pues no era muy lecturable y podía comunicar algo contrario.



Figura 64. Identificador, propuesta 2.

Propuesta 1:

HACHI
ko

HACHI
KO

Aa Outfit
abcdefghijklmnop
qrstuvwxyx

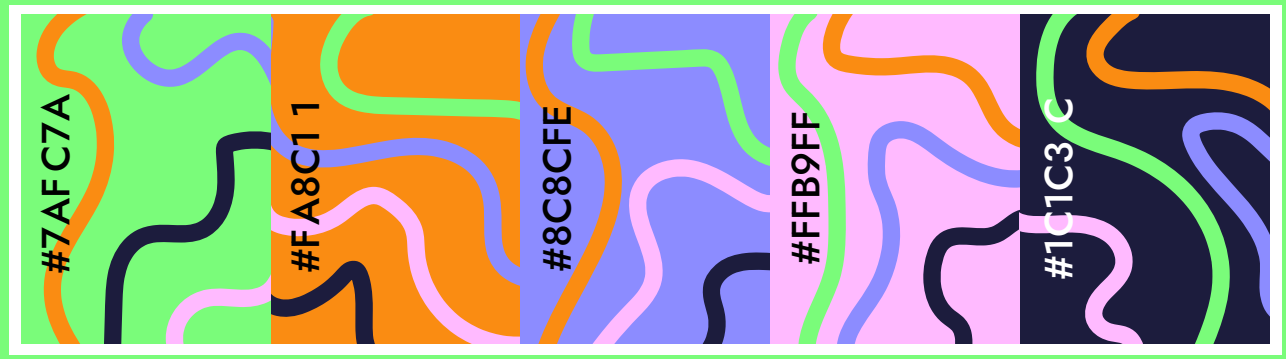
Perros

HACHIKO

Encuentra un amigo fiel

Gatos

Aa Brevia
abcdefghijklmnop
qrstuvwxyx



Propuesta 2:

Hachiko

ENCUENTRA UN AMIGO FIEL

Hachi
ko

Hachi
KO

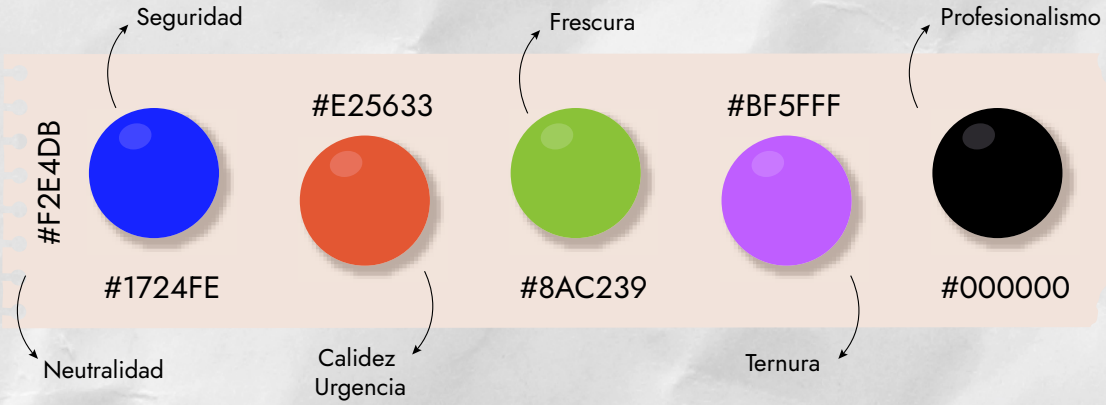
Aa Modak

abcdefghijklmnopqr
stuvwxyx

Energía, amabilidad y confiabilidad

Aa Josh

abcdefghijklmnopqr
stuvwxyx





9.2.3.2. Propuesta final

A. Moodboard:

La propuesta final unió conceptos de las dos primeras propuestas, transmitiendo dinamismo, un entorno amigable, emocional y lúdico. Donde se involucra el carisma de los animales, con la empatía de las personas, la enseñanza y labor de las entidades de rescate y protección animal. Conteniendo ilustración con trazos, fotografías a blanco y negro, texturas, formas abstractas y tipografías experimentales orgánicas. Buscando ser inclusivo, simple, accesible y llamativo.

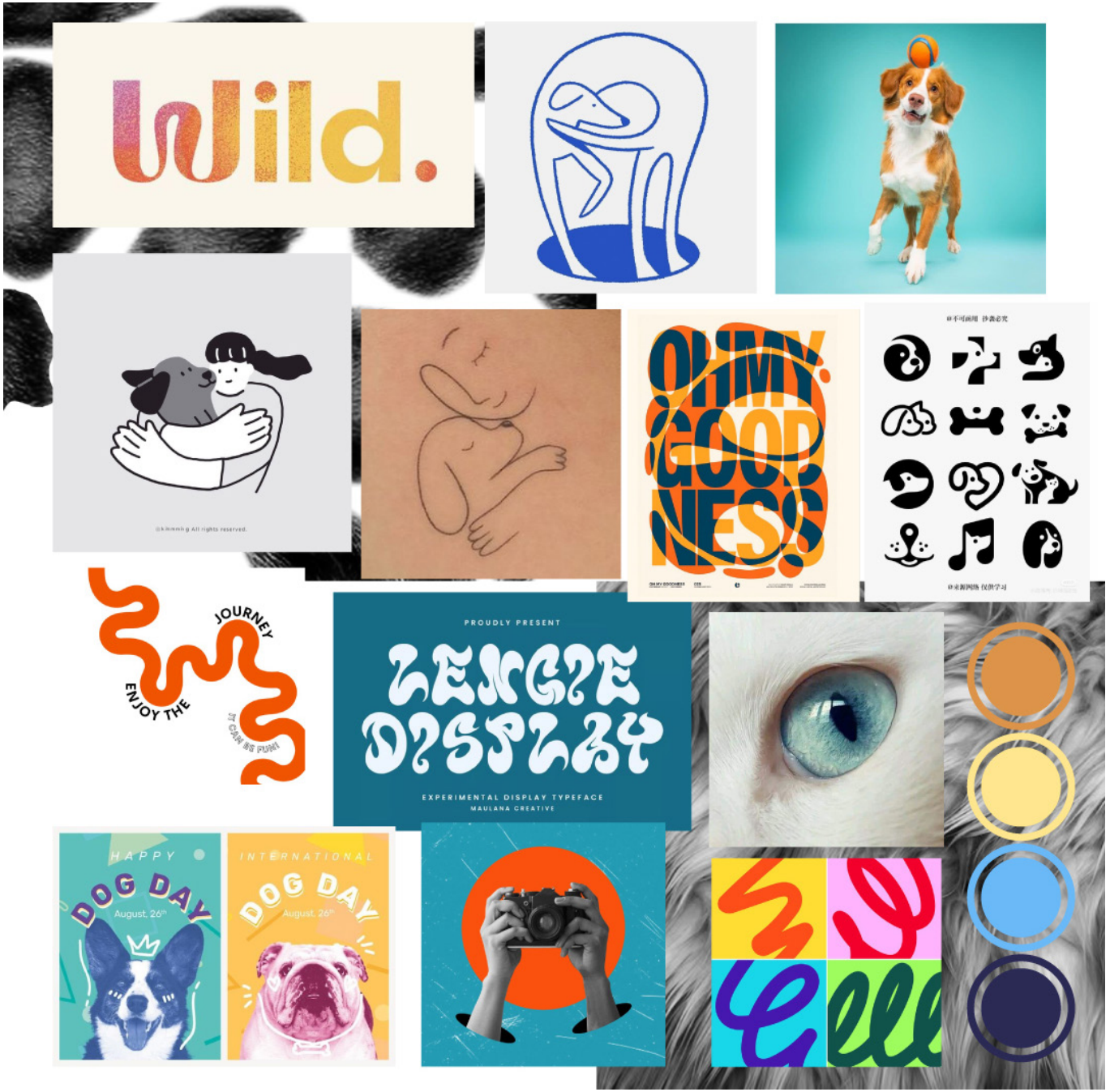


Figura 65. Moodboard propuesta final, compuesto por imágenes tomadas de diversas fuentes como Pinterest.

B. Tipografía:

La tipografía implementada es la misma de la primera propuesta.

C. Paleta de color:

La paleta de color fue extraída a partir de las tonalidades de los ojos de perros y gatos, logrando una armonía que transmite optimismo, energía, confianza, y seguridad, generando un equilibrio. Sindo, además inclusiva, pues es fácilmente diferenciable para las personas con afectaciones con el color, como el daltonismo.

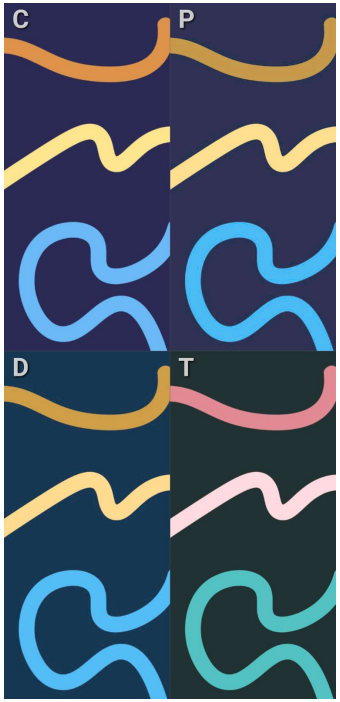


Figura 67. Comprobaciones de daltonismo para la paleta de color final. Chromatic Vision Simulator.



Figura 66. Moodboard de ojos de animales, compuesto por imágenes tomadas y recortadas de diversas fuentes.



Paleta de color, código hexadecimal y lo que transmiten según Heller, E. (2004). Psicología del color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón.

D. Identificador

A partir de la primera propuesta, utilizando la misma tipografía Brevia, se hizo la variación con el “hachi” en minúsculas, que contiene formas más orgánicas y cercanas al contexto de los animales, transmitiendo un entorno amigable, tierno y accesible.



Figura 68. Identificador “hachiko” con sus respectivas variaciones, propuesta final.

F. Brandboard

hachi
ko

hachi
KO



hachiKO

Encuentra un amigo fiel

Gatos

Perros

#6AB9F7 frescura

#DD944A cercanía

#FFE68E alegría

#2B2A55 seguridad

Aa Brevia

abcdefghijklmnop
qrstuvwxyx

Aa Outfit

abcdefghijklmnop
qrstuvwxyx

9.3. Narrativa de marca

En el portal, las historias de los animales para cada perfil serán presentadas en primera persona. En el caso de los textos se dirigirá a las personas de forma cálida y empática, por ello se les tratará de "Tú". También, a futuro, se publicará una historia de vida a partir de las adopciones para mostrar cómo esta gran acción cambia la vida de estos animales, intentando motivar a las demás personas a adoptar y que así las fundaciones/asociaciones puedan salvar más animales.

Además, los textos implementados en el portal son creados a partir del UX writing, donde en el diseño de experiencia de usuario, es una práctica que se dedica a la creación de textos para transmitir de manera clara y concisa un lenguaje que le permite al usuario interactuar con la interfaz de una manera eficaz (Morel, R. 2019).

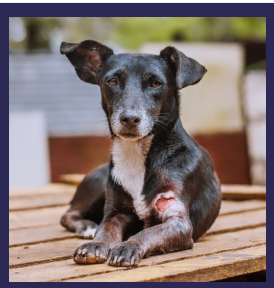
Por ello, se define que el objetivo de los textos es proporcionar un entorno donde el usuario se puede sentir cómodo y seguro con la plataforma, que la información otorgada sea clara y concisa, mediante la cual sé ofrece una ruta fácil de encontrar para la realización de las múltiples tareas, dándole un toque humano y cercano, que los usuarios se puedan sentir acompañados y en un entorno amigable.

En su mayoría, los animales a incluidos en el prototipo fueron tomados de la Fundación Paraíso de la Mascota Cali y los demás, de múltiples grupos de WhatsApp y Facebook, donde se cambiaron nombre y se extendió la historia, para generar de esta manera empatía y lograr conectar con el usuario.

9.3.1. Animales de la Fundación Paraíso de la Mascota Cali

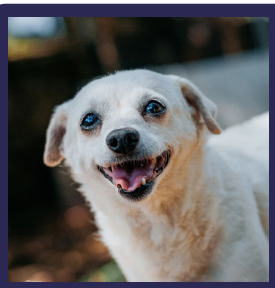
A. Perros:

Fotografías de la fundación Paraíso de la Mascota cali, por el fotógrafo Carlos Solano.



África

Urgente



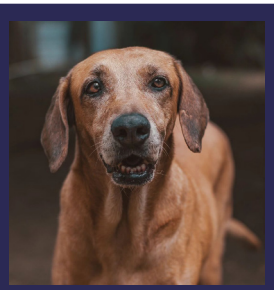
Princesa y Cobarde



Morocho

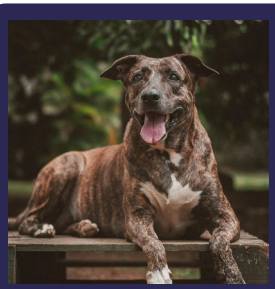


Coki



Esperanza

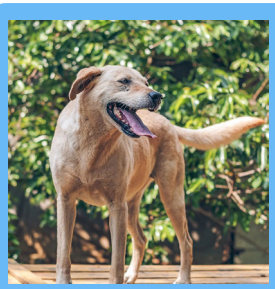
Urgente



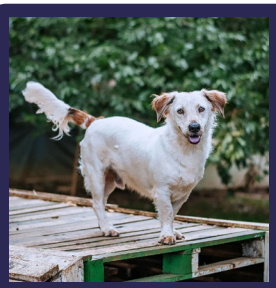
Linda



Abby



Martina

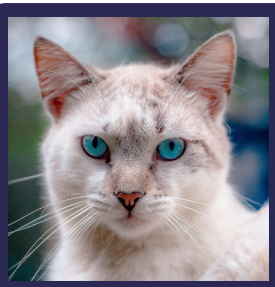


Sammy



Mono

Adoptado



Bob

B. Gatos:



Thor



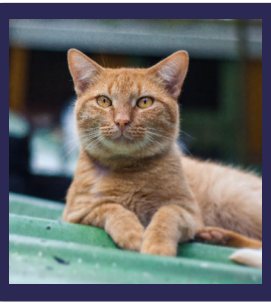
Moisés



París y Leo



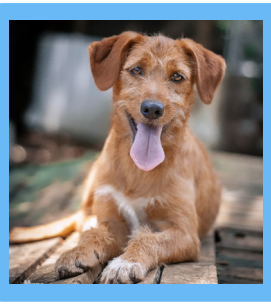
Artemisa



Valentino



Monito



Isis



Fito y Paco



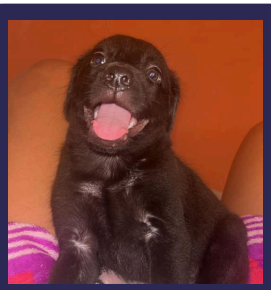
Atlas

Urgente



Sombra

Adoptado



Tango

Fotografías tomadas de diversas fuentes como grupos de adopción de Facebook y Whatsapp.



Mila

9.3.2. Animales de personas brindando hogar de paso

A. Perros

B. Gatos:

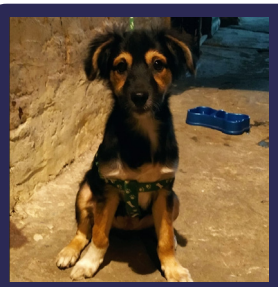


Luna



Max

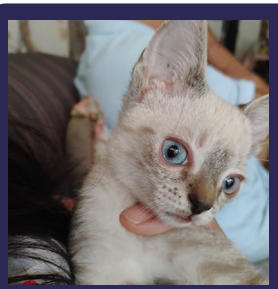
Urgente



Sami



Kandy



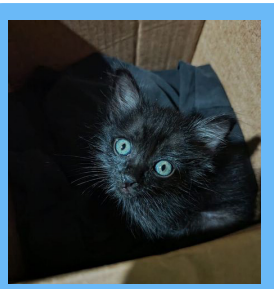
Leo



Lolo



Sasha



Toby



Simón



Nina

9.3.3. Guía de adopción responsable

La guía de adopción responsable es una cartilla ubicada en la pestaña de información de adopción del animal, donde explica de una manera general los puntos para tener en cuenta para llevar una adopción responsable y así evitar posibles inconvenientes como un proceso lento, que los animales sean devueltos a los refugios o en el peor de los casos, un abandono (Véase Anexo J).

Por ello, esta guía contiene los siguientes puntos:

A. Introducción a la adopción responsable:

- Importancia
- Beneficios de adoptar
- Compromiso emocional, económico y de tiempo que implica adoptar

B. Requisitos generales para adoptar

- Edad mínima del adoptante
- Adecuación del perfil
- Estabilidad económica
- Entorno adecuado para el animal

C. Proceso general de adopción

- Formulario
- Recepción de documentos
- Entrevista
- Visita al hogar
- Firma de compromiso
- Donación

D. Bienestar y cuidado del animal

- Alimentación
- Ejercicio y juegos
- Importancia de visitar veterinarias regulares
- Higiene y limpieza

Esto ayudará a que el potencial adoptante se prepare para llevar un proceso rápido y a prevenir posibles inconvenientes.

Cuarto capítulo: Reflexión

10. Evaluación del proyecto

10.1. Protopersona

10.1.1. Objetivo

Agilizar el proceso de adopción, promoviendo la responsabilidad y el bienestar de los animales, para reducir el hacinamiento en los refugios. Ayudando a los usuarios que desean adoptar a encontrar el animal ideal para ellos, que se adapte a su estilo de vida. A las fundaciones a tener un mayor alcance al centralizar la información. A las personas que otorgan hogar de paso, un lugar donde puedan publicar el animal y este pueda encontrar un hogar de forma rápida. Curiosos, que deseen informase sobre los animales en su ciudad, apoyar o informarse sobre la tenencia responsable.

10.1.2.Tipos de usuarios

- **Adoptantes potenciales:** Personas interesadas en adoptar un animal.
- **Entidades y fundaciones de rescate:** Organizaciones que buscan una plataforma para publicar perfiles de animales disponibles para adopción y que las personas se puedan contactar con ellos o visitarlos.
- **Personas con refugios temporales o cuidadoras:** Personas que albergan animales temporalmente y desean difundir su adopción.
- **Voluntarios o personas que desean apoyar:** Usuarios interesados en donar, apadrinar o conocer sobre la tenencia responsable, pero que no necesariamente buscan adoptar.
- **Administradores:** personas encargadas de gestionar el adecuado funcionamiento de la página.

10.1.3. Perfiles:

Fotografías tomadas de FreePik para ser utilizadas como ejemplo, no representan a las personas reales de las pruebas.



Olivia (adoptante primeriza)

- **Edad y ocupación:** 25 años, ingeniera
- **Contexto o situación:** Olivia está buscando compañía, ya que se acaba de independizar y ha pensado en adoptar un gato. Vive en un departamento, por lo que tiene poco espacio, trabaja todo el día y llega en la noche a disfrutar del tiempo en casa.
- **Objetivos:** Quiere adoptar un gato adulto, que se adapte a su estilo de vida, tranquilo y tenga buena salud.
- **Frustraciones:** Le inquieta la falta de información clara y detallada sobre cada animal, teme que el proceso sea largo y confuso porque no cuenta con mucho tiempo.
- **Motivaciones:** Ama a los animales y desea ofrecer un hogar estable, está motivada por la compañía y comodidades que le puede ofrecer al animal, y el compromiso social.
- **Preferencias de interacción:** Prefiere usar una interfaz amigable, segura, y acceder a fotos e información detallada del animal desde su celular, le importa la historia y las fotos.



Julio (padre de familia)

- **Edad y ocupación:** 40 años, guarda de seguridad
- **Contexto o situación:** Julio está buscando un amigo fiel para su familia, tiene hijos pequeños y quiere que el perro comparta con ellos muchos juegos. Vive en una casa con espacio.
- **Objetivos:** Quiere adoptar un perro joven, que se adapte a su estilo de vida y el de su familia.
- **Frustraciones:** Le inquieta la falta de información clara y detallada sobre cada animal, teme que el proceso sea largo y confuso, porque no cuenta con mucho tiempo.
- **Motivaciones:** Ama a los animales y a su familia, tuvo un perro con el que se crio y quiere que sus hijos vivan esa hermosa experiencia.
- **Preferencias de interacción:** Prefiere usar una interfaz amigable, simple, ya que no sabe mucho sobre tecnología. Quiere acceder a fotos e información detallada de la ubicación del animal desde su celular, para ir directamente al lugar y conocerlo, valora las características como la salud y la edad.



Graciela (Adulta mayor pensionada)

- **Edad y ocupación:** 57 años, pensionada
- **Contexto o situación:** Graciela está buscando compañía, ya que se encuentra sola. Por las tardes sale a caminar un rato muy corto, vive en una casa grande con jardín.
- **Objetivos:** Quiere adoptar un perro senior o gato tranquilo, que se adapte a su estilo de vida, con salidas a caminar en las tardes, ver la televisión y dormir.
- **Frustraciones:** Le preocupa que la información sea muy enredada y no poder encontrar el animal ideal para ella, ya que un perro o gato con mucha energía no podría adaptarse a su estilo de vida, además que no puede hacer muchas modificaciones en la casa por su salud.
- **Motivaciones:** Ama a los animales y la tranquilidad, quiere una compañía con la cual envejecer y se puedan entender, le quiere dar la oportunidad a un viejito de conocer lo que es un hogar.
- **Preferencias de interacción:** No se le da muy bien la tecnología, por lo que quiere encontrar la información lo más simple posible, ver los datos de contacto y llamar.



Jairo (Dueño de una fundación)

- **Edad y ocupación:** 33 años, profesor
- **Contexto o situación:** Jairo tiene una fundación con bastante trayectoria, tienen el albergue con más de 300 animales; sin embargo, no han conseguido llegar a las suficientes adopciones, haciendo que ya no puedan rescatar ni recibir más animales.
- **Objetivos:** Quiere encontrar una plataforma con un gran alcance en el que puedan publicar y gestionar sus animales.
- **Frustraciones:** Le preocupa que la plataforma sea muy difícil de gestionar, ya que no tiene conocimientos sobre programación.
- **Motivaciones:** Ama a los animales, todo su esfuerzo y trabajo es un pro de ellos, quiere encontrarle a todos un hogar amoroso, seguir rescatando más y sostener el tratamiento de los que están enfermos.
- **Preferencias de interacción:** Prefiere usar una interfaz amigable, donde pueda acceder de forma sencilla, actualizar la información y recopilar datos para hacer control de las adopciones y mejorar su gestión.



Amanda (Animalista, hogar de paso)

- **Edad y ocupación:** 30 años, ilustradora
- **Contexto o situación:** Amanda encontró hace poco a un cachorro, había sido abandonado bajo la lluvia, no tiene mucho espacio, ya que vive sola en un departamento y por el momento solo se puede mantener a sí misma; sin embargo, no le daba el corazón para dejar al perrito a su suerte, por lo que quiere buscarle un hogar responsable y amoroso.
- **Objetivos:** Quiere buscarle un hogar definitivo al cachorro en un lugar con bastante alcance, ya que los grupos de WhatsApp y redes sociales no han funcionado.
- **Frustraciones:** Le preocupa que el proceso sea muy enredado y no pueda hacer seguimiento del adoptante, para asegurarse de que el animal quedo en buenas manos.
- **Motivaciones:** Ama a los animales y piensa que todos se merecen un buen hogar.
- **Preferencias de interacción:** Prefiere usar una interfaz amigable y segura, donde no le pidan demasiados datos para su publicación.



Edgar (Tutor de un gato y curioso)

- **Edad y ocupación:** 22 años, estudiante
- **Contexto o situación:** Edgar es un estudiante universitario que ama a su gato, vive en una pieza de una vivienda con ambiente no familiar, se vino a vivir a Cali para estudiar y todas las noches de estudio su gato es su única compañía, pero no sabe cuáles son los mejores cuidados para él.
- **Objetivos:** Quiere encontrar información sobre la tenencia responsable de los animales y más adelante buscarle un hermanito a su gato.
- **Frustraciones:** Le preocupa encontrar información muy técnica, regada y que los procesos de adopción tardados.
- **Motivaciones:** Ama a los animales y piensa en un futuro cuando pueda tener su casa para sí solo, adoptar un gato que le pueda hacer compañía al que ya tiene, además de brindarles todas las comodidades.
- **Preferencias de interacción:** Prefiere usar una interfaz amigable y que se actualice constantemente, donde no se necesite registrar para ver las publicaciones.



Lucia (Administradora nueva)

- **Edad y ocupación:** 25 años, comunicadora social
- **Contexto o situación:** Lucia, ha sido contratada para gestionar el portal y trabaja desde casa.
- **Objetivos:** Realizar adecuadamente labores como: revisar el flujo de adopciones y gestión de las fundaciones; revisar y publicar solicitudes de animales que están en hogares de paso, crear nuevos perfiles para fundaciones; revisar y contestar comentarios y sugerencias; y colocar nuevo contenido en la página.
- **Frustraciones:** Le preocupa que la gestión sea muy enredada, permitiendo que cometa fácilmente errores.
- **Motivaciones:** Ama a los animales y quiere ayudar con su trabajo para contribuir a la disminución de animales en situación de calle.
- **Preferencias de interacción:** Prefiere usar una interfaz amigable y que sea fácil de actualizar, donde no necesite tener grandes conocimientos de programación para modificarla.

10.2. Pruebas de usabilidad

Para entender cómo interactúan las personas con el portal, se realizan las primeras pruebas de usabilidad moderada en el prototipo de Figma, con participantes que cumplan características similares al protopersona. Se define una guía de tareas que se les pedirá realizar, cronometrando el tiempo de ejecución y analizando posibles confusiones. Así, se podrán identificar errores que afecten el cumplimiento de los objetivos y que puedan llevar a los usuarios a abandonar el sitio web, además de evaluar si el proyecto cumple con sus expectativas y reduce riesgos. (Gutiérrez, E. 2019)

10.2.1. Tareas de estudio

A. Potencial adoptante

- **Exploración general:** acabas de entrar al portal web por primera vez. Toma unos minutos para explorar libremente y dime qué es lo que te llama la atención.
- **Registro en el portal:** estás curioseando en el portal y deseas guardar como favoritos varios animales que te interesaron, para ello regístrate en el portal y crea tu usuario
- **Busca un animal específico:** supongamos que estás en busca de un perro ¿Podrías mostrarme como lo buscarías y si encuentras alguna información relevante?
- **Busca un animal específico:** supongamos que estás en busca de un gato ¿Podrías mostrarme como lo buscarías y si encuentras alguna información relevante?
- **Ver detalles del perfil de un animal:** encuentra un animal que te llame la atención y entra a su perfil. Revisa la información disponible y dime si sientes que es suficiente para tomar una decisión de adopción.
- **Conoce cómo adoptar:** te gustó un animal que viste y crees que es el indicado para adoptar, busca sus datos, como ubicación donde se encuentra, número de contacto de los cuidadores y proceso de adopción.
- **Busca un animal por adopción urgente:** tu principal interés es ayudar a los animales que más lo necesitan, por ello buscas animales que estén necesitando urgentemente un hogar, ¿cómo los buscarías en el portal?
- **Búsqueda por ubicación:** vives en el sur de la ciudad, por lo que quieres buscar una fundación que quede cerca a tu casa, realiza una búsqueda por zona
- **Manda un comentario o sugerencia:** imagina que tuviste un inconveniente con una persona que tenía un animal y quieres poner un comentario sobre la situación al portal, ¿dónde buscarías para ponerla?
- **Consultar favoritos:** Imagina que anteriormente entraste al portal y guardaste algunos animales que te interesan como favoritos. Accede a tu registro y consúltalos.

B. Fundación constituida:

- **Asociación al portal:** eres una fundación nueva que busca un lugar donde sus publicaciones de los animales tengan un mayor alcance y orden, busca donde puedes mandar tu solicitud para asociarte al portal
- **Ingreso al portal:** eres una fundación inscrita en el portal y quieres entrar a tu perfil, inicia sesión y mira tu perfil.
- **Agregar a un animal:** a tu fundación ingresó un nuevo animal disponible para adopción, por lo que quieres agregar su perfil, busca la opción para agregarlo.
- **Editar publicación de un animal:** a un animal que tienes en tu fundación, anteriormente publicado, le encontraron un problema de salud, por lo que debes cambiar sus datos en la publicación, ¿cómo editarías su perfil?
- **Cambiar datos de adopción:** los tutores de un animal adoptado anteriormente se cambiaron de ubicación, por lo que necesitas actualizar los datos de su adopción, ¿cómo lo harías?
- **Ver estadísticas:** ha finalizado la semana y quieres analizar como han ido las adopciones y que mejorar, para ello mira las estadísticas de tu fundación que recolecta el portal
- **Editar perfil de fundación:** tu fundación se ha mudado, por lo que necesitas cambiar la información de ubicación, ingresa a tu perfil y edítalo

C. Administrador

- **Ingreso al portal:** Eres el administrador del portal, por lo que debes iniciar sesión para acceder a todos los controles. Accede y revisa tu perfil.
- **Revisión de solicitudes de publicación:** Como parte de tu rutina diaria, revisa las nuevas solicitudes de publicación enviadas por personas que brindan hogar de paso. Revisa la información de la primera solicitud y publícala.
- **Agregar una fundación:** Una nueva fundación ha enviado una solicitud para asociarse al portal. Ingresa a la lista de fundaciones y agrégala.
- **Consultar estadísticas:** Ha finalizado el año y deseas analizar cómo han progresado las adopciones y qué mejoras realizar. Consulta las estadísticas recopiladas por el portal.
- **Editar perfil:** Los datos del portal han cambiado y necesitas actualizarlos. Ingresa a la sección de perfil y edítalos.
- **Revisión de comentarios y sugerencias:** Ve a la sección de comentarios y sugerencias de los usuarios, revísala la primera queja y respóndela.
- **Monitorear publicaciones activas:** Revisa la lista de animales, modifica una publicación de una animal disponible para adopción, editando su perfil y asegurándote de que toda la información esté actualizada.

D. Usuario visitante

- **Visualización de todos los animales:** eres una persona curiosa y no tienes ninguna preferencia para

adoptar, busca donde puedes ver toda la lista de los animales sin filtros

- **Dudas sobre el portal:** eres un visitante y no tienes muy claro de que trata el portal, busca información sobre este y su misión.

E. Persona natural dando hogar de paso

- **Pública a un animal:** eres una persona normal que encontró a un animal en la calle, decides acogerlo para darlo en adopción y buscan donde publicarlo, busca como mandar una solicitud al portal para publicar al animal.

10.3. Informe de hallazgos

El día 12 de noviembre de 2024 se realizan las primeras pruebas de usabilidad del prototipo (véase Anexo H), con 4 personas con perfiles similares a las protopersonas, para los roles de Administrador, Usuario visitante, Persona brindando hogar de paso y Potenciales adoptantes (adoptante primerizo y adulto mayor) de los cuales se tuvieron los siguientes resultados:

El éxito de las pruebas será medido en términos de cumplimiento de tareas donde:

1. El usuario de prueba realiza la tarea eficientemente y sin dudas: Cumple exitosamente
2. El usuario de prueba realiza la tarea con dudas o con un flujo de trabajo irregular: Cumple medianamente
3. El usuario de prueba tuvo dificultades y no pudo realizar la tarea: No cumple

A. Administrador

Tabla 26. Resultados prueba de usuario para el rol de administrador.

Tarea 1	Tarea 2	Tarea 3	Tarea 4	Tarea 5	Tarea 6	Tarea 7
Cumple exitosamente	Cumple medianamente	Cumple medianamente	Cumple medianamente	Cumple exitosamente	Cumple exitosamente	Cumple exitosamente

¿Por qué no cumplió las tareas?

- Para la segunda tarea, el usuario tuvo que recorrer todo el portal y revisar todos los controles para encontrar el acceso a las Solicitudes de publicación
- Tercera tarea, aunque el usuario completo rápidamente la tarea, no encontró claridad de completarla, por lo que buscó en otras partes
- Cuarta tarea, el usuario tuvo que ingresar a muchas partes para encontrar donde puede mirar las estadísticas

Comentarios:

El usuario expreso que le gustaría que en el menú que se despliega del administrador, tenga la función de agregar directamente la fundación

B. Usuario visitante

Tabla 26.1. Resultados prueba de usuario para el rol de usuario visitante.

Tarea 1	Tarea 2
Cumple exitosamente	Cumple exitosamente

Comentarios:

En la primera tarea se le pidió, además, que escogiera una animal que le interesara y nos dijera por qué, en lo que expreso que lo escogió porque tiene una cara chistosa.

C. Persona brindando hogar de paso

Tabla 26.2. Resultados prueba de usuario para el rol de persona brindando hogar de paso.

Tarea 1
Cumple exitosamente

Potenciales adoptantes

D. Adoptante primerizo

Tabla 26.3. Resultados prueba de usuario para el rol de potenical adoptante (adoptante primerizo)

Tarea 1	Tarea 2	Tarea 3	Tarea 4	Tarea 5
Cumple exitosamente	No cumple	Cumple exitosamente	No realizada	Cumple exitosamente
Tarea 6	**Tarea 7**	**Tarea 8**	**Tarea 9**	**Tarea 10**
Cumple medianamente	Cumple medianamente	No cumple	No realizada	Cumple exitosamente

¿Por qué no cumplió las tareas?

- En la segunda tarea, el portal no contaba con pantalla de registro, ni entrada por Google o Apple, entonces no pudo realizar la tarea.
- En la tarea 6, el usuario tiene dudas sobre donde se encuentra el contacto de los animales, ya que el botón que lo dirige dice “adóptame” y no contacto, piensa que ese botón es cuando ya esté listo para tomar la decisión.
- En la tarea 7, el usuario no supo que había más información en la página de adoptar, por lo que no supo como acceder a los animales urgentes para adopción. Sin embargo, después de un rato logro completar la tarea en la lista de animales.
- En la tarea 8, el usuario no encuentra la búsqueda por zona

Comentarios:

Cuando se le pidió escoger un animal en concreto, eligió a Tango, argumentando que lo eligió porque “le pareció bonito, la foto le llamo la atención porque está cachorro”.

E. Adulto mayor

Tabla 26.4. Resultados prueba de usuario para el rol de potencial adoptante (adulto mayor)

Tarea 1	Tarea 2	Tarea 3	Tarea 4	Tarea 5
Cumple exitosamente	Cumple medianamente	Cumple exitosamente	Cumple exitosamente	Cumple medianamente
Tarea 6	**Tarea 7**	**Tarea 8**	**Tarea 9**	**Tarea 10**
No cumple	No cumple	Cumple medianamente	Cumple exitosamente	No cumple

¿Por qué no cumplió las tareas?

- En la segunda tarea, le costó registrarse, ya que estaba en otra pantalla, donde ya aprecia el usuario, le toco volver al menú y entrar.
- En la tarea 5, no entendía donde estaban los datos de contacto aunque ya estuviera en el perfil, fue a buscar en otras partes
- En la tarea 6, el usuario no logró identificar cuáles eran los animales con adopción urgente
- En la tarea 7, el usuario no logró identificar donde se encontraba la búsqueda por zona
- En la tarea 8, el usuario tuvo que dar un recorrido por diferentes lugares de la página para poder completar la tarea
- En la tarea 10, el usuario lo logro identificar donde está el registro de favoritos

Comentarios:

La información que le pareció relevante sobre el animal fuel, sexo, personalidad, se pregunta cuantos años tendrá, y le gusta que diga que es bueno con las personas “le falta más información, como buzón de sugerencias para ir mirando”.

El día 14 de octubre de 2024 se realiza otra prueba de usabilidad del prototipo (véase Anexo H), con 1 persona con perfil similar a la protopersonas, para el rol de Fundación constituida, de la cual se obtuvieron los siguientes resultados:

F. Fundación constituida

Tabla 26.5. Resultados prueba de usuario para el rolde fundación constituida.

Tarea 1	Tarea 2	Tarea 3	Tarea 4
Cumple medianamente	Cumple exitosamente	Cumple medianamente	Cumple medianamente
Tarea 5	**Tarea 6**	**Tarea 7**	
Cumple exitosamente	Cumple exitosamente	Cumple exitosamente	

¿Por qué no cumplió las tareas?

- En la primera tarea, el usuario no entiende que documentos debe cargar, sugiere que sean especificados.
- En la tercera tarea, el usuario busco primero la opción de agregar animal desde el menú desplegable en el usuario.
- En la cuarta tarea, el usuario no entendió que debía editar el perfil de un animal disponible para adopción, en su lugar escogió el del animal adoptado.

Comentarios:

- El usuario nos felicitó por la labor, dice que es una herramienta muy necesaria, ya que las redes sociales a veces no es suficiente, es necesario más orden y centralización
- Dio recomendaciones sobre la diagramación de la interfaz, donde aprovechar mejor los espacios, en la parte del menú colocar la imagen más grande y centrar los métodos de ingreso con el inicio de sesión. Además, en las ediciones de los perfiles, aprovechar mejor los espacios.
- El botón de subir fotos cuando se agrega un nuevo perfil no está muy claro, por lo que tuvo dudas si es correcta su función.
- Sugiere que en las características sea agregado un campo para colocar la raza. Además, de que cuando se edite la publicación y se guarden los cambios, se muestre la pantalla ya actualizada.

El día 17 de octubre de 2024 se realiza la última prueba de usabilidad del prototipo (véase Anexo H), con 1 persona con un perfil similar a la protopersonas, para el rol de Potencial Adoptante, de la cual se obtuvieron los siguientes resultados:

G. Padre de familia

Tabla 26.6. Resultados prueba de usuario para el rol de potencial adoptante (padre de familia)

Tarea 1	Tarea 2	Tarea 3	Tarea 4	Tarea 5
Cumple exitosamente	Cumple exitosamente	Cumple exitosamente	Cumple exitosamente	Cumple exitosamente
Tarea 6	**Tarea 7**	**Tarea 8**	**Tarea 9**	**Tarea 10**
Cumple exitosamente	Cumple exitosamente	Cumple exitosamente	No cumple	No cumple

¿Por qué no cumplió las tareas?

- En la novena tarea, el usuario no pudo identificar donde se encontraba la opción de los comentarios y sugerencias.
- En la décima tarea, el usuario no pudo encontrar donde estaba la sección de favoritos, busco en el panel del usuario y su perfil, pero no lo logro encontrar.

Comentarios:

- A usuario le gusto la ilustración del banner “es como una niña acariciando a un perro”
- Al usuario le agrado la voz en el fondo de la lista de animales, ya que expresa que “es una voz agradable como chocholeandolo”
- Al usuario le gustaría que el portal especificara el rango de edad para cada categoría
- La gusto que el portal es colorido y con la información importante para tomar una decisión de adopción.

10.4. Conclusiones

Para el rol de administrador, se obtuvieron en su mayoría unos resultados exitosos, logrando completar las pruebas; sin embargo, el usuario si presento ciertas confusiones y un flujo no tan continuo, ya que le hicieron falta títulos o cuadros de apoyo, que le informaran que había completado la tarea. Además, se logró identificar, que se deben ofrecer más caminos para completar una tarea, pues al ofrecer una sola opción, hacía que el usuario tuviera que recorrer toda la herramienta para poderla encontrar.

Para los roles de usuario visitante persona brindando hogar de paso, al tratarse de una cantidad de tareas inferior a las dispuestas para los demás roles, no hubo mayor complicación y fueron completadas de manera exitosa, en un corto periodo de tiempo y si dudas. Por lo que, no se identificaron posibles correcciones a realizar.

Para el rol de potencia adoptante, en sus diversas variaciones para cada tipo de usuario, a partir de los resultados obtenidos, se llegó a la conclusión de que se deben hacer ciertos cambios para mejorar la experiencia del usuario, como agregar pantallas de confirmación, cambiar los títulos de algunas parte que especifiquen de mejor manera la acción a realizar y agregar diferentes caminos con los que se logre completar la tarea.

Para el rol de Fundación constituida, en más del 50% de las tareas se lograron completar con éxito; sin embargo, al usuario, en tres de las siete tareas le surgieron diferentes dudas y tuvo un flujo de trabajo irregular, pues no hay mayor claridad en secciones como Asociate con nosotros, pues no se especifica que archivos son los que solicita. Además, se identificó una necesidad de incluir nuevas pantallas, para brindarle una mayor claridad al usuario y logré identificar la finalización exitosa de la tarea.

11. Alcances del proyecto

11.1. Definición del proyecto

El proyecto consiste en la creación de la interfaz de usuario (UI), la identidad gráfica y la planeación de la experiencia del usuario (UX) en un portal web, que se define como un sitio web que actúa como punto de entrada o intermediario para acceder a diversos servicios, recursos o información. El cual, reúne contenido de diferentes fuentes y facilita la interacción entre usuarios y proveedores, funcionando como una plataforma centralizada para un propósito específico (Adriana. 2017), como en el caso de adopciones responsables para las diferentes fundaciones/asociaciones de Cali. Este portal tiene como propósito promover la adopción responsable, permitiendo un mayor alcance a las publicaciones sobre animales en capacidad de ser adoptados de las distintas fundaciones/asociaciones de Cali; fomentar el cuidado responsable y respeto hacia los animales a través del lenguaje y recursos informativos; por último, a través de las gestiones y planeación, que sea un portal autosostenible al propiciar un modelo de negocio.

11.2. Áreas cubiertas por el proyecto

Esta parte del proyecto abarcará los siguientes aspectos:

- **Interfaz de usuario (UI):** estructura de navegación, diseño visual, organización del contenido y diseño reponsive para su adaptación a los diferentes contenido
- **Experiencia de usuario (UX):** diseño de la interacción, establecimiento de los roles de cada perfil, evaluación de usabilidad y optimización de los procesos del usuario para garantizar una experiencia intuitiva y amigable.
- **Identidad visual:** creación de logotipo, paleta de color, tipografías, iconos, ilustraciones, animaciones, lenguaje, entre otros elementos visuales que reflejen los valores y misión del portal.

11.3. Limitaciones del proyecto

El proyecto se limita al diseño y planeación del portal, no abarcará elementos como el desarrollo tecnológico o la implementación final, ya que su programación será llevado a cabo por la estudiante de ingeniería de sistemas, Maria Paula Giraldo. Además, esta fase del portal, tampoco contendrá toda la información, ni los datos de todos los animales o fundaciones que en este momento están disponibles para adopción, ya que principalmente se hará un prototipo y prueba con ciertos animales y perfiles específicos, para verificar su correcto funcionamiento. Elementos como documentos para asociación, guías de adopción de asociación y plan de autosostenimiento, son ideas para su desarrollo futuro a largo plazo; sin embargo, en esta fase no se llevaran a cabo. Tampoco se realizara la planeación de las campañas de difusión masiva o acciones de marketing fuera de los ámbitos específicos cubiertos por el proyecto.

11.4. Público objetivo

El público objetivo considera personas que están interesadas en adoptar, que buscan opciones de animales que se adapten a su estilo de vida; fundaciones/asociaciones o entidades sin ánimo de lucro que busquen una manera de dar a conocer a los animales que tienen disponibles para adopción y así disminuir el hacinamiento en estos lugares, para poderles brindar a otros animales la oportunidad de ser rescatados; personas naturales que por algún motivo le estén otorgando hogar de paso a un animal y buscan un medio por donde publicarlo para que pueda ser adoptado; por último, personas curiosas que busquen información acerca de los animales domésticos, como contenido de adopciones responsables, cuidado u opciones para adopción a futuro.

11.5. Resultados esperados

Al finalizar el proyecto, se espera contar con un prototipo lo más cercano a la realidad posible de una interfaz funcional, una planeación y pruebas de la experiencia de usuario que cumpla con las necesidades del usuario final y un sistema de identidad gráfica coherente, significativo y llamativo. Esperando que este conjunto de entregables permita el acceso a la información sobre animales disponibles para adopción y su publicación de una manera fácil, rápida y segura.

Quinto capítulo: Soportes adicionales

12. Referencias

1. Rincón Acevedo, E. y Guzmán Cortes, N. (2017). Causas de abandono y tenencia responsable de caninos en la comuna Frailes del Municipio de Dosquebradas. Pereira: Universidad Tecnológica de Pereira. Disponible en: https://hdl.handle.net/11059/7723
2. Radio Conexión Animal. (2019, octubre 18). En Cali hay más de 6.000 animales en albergues, fundaciones y hogares de paso. Radioconexionanimal.com. https://radioconexionanimal.com/en-cali-hay-mas-de-6000-animales-en-albergues-fundaciones-y-hogares-de-paso/
3. A. (2017, junio 22). ¿Qué son y cómo funcionan los portales Web? Blog Netcommerce; Netcommerce. https://info.netcommerce.mx/funcionan-los-portales-web/
4. Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal (IDPYBA). (2022, abril). ¿Por qué es mejor adoptar y no comprar? Animales Blog. https://www.animalesbog.gov.co/noticias/%C2%BF-qu%C3%A9-mejor-adoptar-y-no-comprar
5. Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal (IDPYBA). (2023, septiembre). ¡Por más adopciones de animales de compañía! Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal. https://www.proteccionanimalbogota.gov.co/noticias/¡-más-adopciones-animales-compañía
6. Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal (IDPYBA). (2022, agosto). Se estima que más de 66 mil perros deambulan en las calles de Bogotá. Animales Blog. https://www.animalesbog.gov.co/noticias/se-estima-más-66-mil-perros-deambulan-las-calles-bogotá
7. Pozo, D. (2023, diciembre 30). "Perros de la calle": estudio identificó las causas y consecuencias de un problema social y ambiental. CAPES. https://capes.cl/perros-de-la-calle-estudio-identifico-las-causas-y-consecuencias-de-un-problema-social-y-ambiental/
8. Agudelo, M. G. (2022, enero 12). Medellín, Cali o Barranquilla: ¿cuál es la más grande y poblada? El Tiempo. https://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/medellin-cali-barranquilla-cual-es-la-ciudad-mas-grande-644459
9. SOLLA. (2021, septiembre 2). Nutrecan al rescate: ¿cómo es la vida de un perro callejero? Sollamascotas. https://sollamascotas.com/blog/nutrecan-al-rescate-como-es-la-vida-de-un-perro-callejero/
10. El País. (2023, agosto 20). Salvar animales maltratados y en abandono, la misión casi imposible de la Unidad de Protección Animal de Cali. El País. https://www.elpais.com.co/cali/salvar-animales-maltratados-y-en-abandono-la-mision-casi-imposible-de-la-unidad-de-proteccion-animal-de-cali-1926.html
11. Chávez, A. A., & Bonilla Vásquez, G. (2017). La importancia de las redes sociales en el marketing de una compañía. Espíritu Emprendedor TES, 1(2), 1–8. https://doi.org/10.33970/eetes.v1.n2.2017.5
12. Salazar, S. J. B. (2021, junio 25). Adopción de perros y gatos en Bogotá, tendencia que crece desde 2020. El Tiempo. https://www.eltiempo.com/bogota/adopcion-de-perros-y-gatos-en-bogota-una-tendencia-que-crece-desde-2020-598818
13. Rodríguez, A. V., & Cabrera, E. C. (2019). Importancia de las tecnologías de la información y las comunicaciones, el internet y las redes sociales en el mejoramiento y de-

sarrollo de las empresas. Revista Contribuciones a la Economía. Disponible en: https://hdl.handle.net/20.500.11763/ce191tecnologias-informacion-empresas
14. Cruz, N. (2023, julio 27). Día del Perro Callejero: México encabeza la triste lista de países con más abandono de perros. SDP Noticias. https://www.sdpnoticias.com/mexico/dia-del-perro-callejero-mexico-encabeza-la-triste-lista-de-paises-con-mas-abandono-de-perros/
15. Delgado, H. N. (2023, mayo 29). En el 2023 se han registrado al menos 286 casos de maltrato animal en Cali. Noticiero 90 Minutos. https://90minutos.co/cali/en-lo-que-va-del-2023-se-han-registrado-al-menos-286-casos-de-maltrato-animal-en-cali-29-05-2023/
16. Cáceres, C. R. (2019). Técnicas quirúrgicas de esterilización en pequeños animales: los beneficios en la salud de las mascotas y el control poblacional de animales callejeros. Trabajo final de grado. Universidad Nacional de Río Negro.
17. Zazo, M. (2021, agosto 10). Perros abandonados: causas y soluciones. Tiendanimal. https://www.tiendanimal.es/articulos/perros-abandonados/
18. Chacón, P. (2023, enero 31). Hay 3 millones de perros y gatos abandonados en Colombia: este es el plan que propone la senadora Andrea Padilla para cambiar esta realidad. Infobae. https://www.infobae.com/colombia/2023/01/31/hay-3-millones-de-perros-y-gatos-abandonados-en-colombia-este-es-el-plan-que-propone-la-senadora-andrea-padilla-para-cambiar-esta-realidad/
19. Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2022). Política Nacional de Protección y Bienestar Animal. https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2022/08/20220408_Politica-Bienestar-Animal_Vers3-doc-final-ok-16062022.pdf
20. 4Patas. (2017, noviembre 14). Comprar mascotas y no adoptarlas puede fomentar el maltrato animal. Revista Semana. https://www.semana.com/perros/adopcion/articulo/comprar-mascotas-y-no-adoptar-las-fomenta-el-maltrato-animal/6695/
21. Fundación Amigos del Planeta. (2023, agosto 5). Regulación de la venta de animales domésticos en Colombia. Fundación Amigos del Planeta. https://www.amigosdelplaneta.com/2023/08/05/regulacion-venta-de-animales-domesticos-en-colombia/
22. Agronegocios. (2023, mayo 8). Conozca cuáles son las razas de perros más compradas y cuánto cuestan en el mercado. Agronegocios. https://www.agronegocios.co/mascotas/conozca-cuales-son-las-razas-de-perros-mas-compradas-y-cuanto-cuestan-en-el-mercado-3610742
23. Wild Souls. (2021, abril 5). Qué supone comprar un animal: las consecuencias sobre la venta de mascotas. Wild Souls. https://www.wildsouls.org.es/post/que-supone-el-comercio-con-animales-la-venta-de-mascotas-y-sus-consecuencias
24. Valderruten, I. (2022, diciembre 16). Centro de Bienestar Animal será inaugurado en enero. Alcaldía de Santiago de Cali. https://www.cali.gov.co/dagma/publicaciones/173439/centro-de-bienestar-animal-sera-inaugurado-en-enero/
25. Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal. (2023). Adopciones responsables: Guía para adoptantes. Bogotá, Colombia. Recuperado de https://www.proteccionanimalbogota.gov.co/adopciones-responsables-guia
26. Chicó, L. (2022, noviembre 3). Adopción de mascotas en Colombia: una tendencia que crece entre los jóvenes. El Colombiano. https://www.elcolombiano.com/mascotas/adopcion-de-mascotas-en-colombia-es-tendencia-entre-los-jovenes-KJ1960480
27. Montes, R. (2021). Estrategias para la promoción de adopciones responsables en refugios de animales. Revista de Bienestar Animal y Protección, 12(3), 45–56. https://doi.org/10.12345/revba.2021.12345
28. López, F. (2020, marzo 18). Cómo fomentar la adopción responsable de animales en redes sociales. Animales Hoy. https://www.animaleshoy.com/como-fomentar-adopcion-responsable-redes-sociales/
29. Zaragoza, M., & Méndez, C. (2021). Impacto de las campañas digitales en la tasa de adopción de animales callejeros. Estudios de Comunicación Social, 29(4), 67–83. https://doi.org/10.56789/ecosoc.2021.4.67
30. Pérez, J. C., & Salgado, D. (2020). Diseño de interfaces inclusivas para plataformas de adopción animal. Revista de Diseño Digital e Interacción, 15(2), 15–30. https://doi.org/10.6789/rddi.2020.15.2
31. Fundación Huellas de Amor. (2023). Informe anual: Impacto de la adopción en Colombia. Recuperado de https://www.fundacionhuellasdeamor.org/informe-anual-2023
32. Salinas, R. (2022, julio 15). ¿Qué tener en cuenta antes de adoptar una mascota? El Heraldo. https://www.elheraldo.co/tendencias/que-tener-en-cuenta-antes-de-adop-

tar-una-mascota-917056
33. Pardo, A. L. (2023, agosto 10). Aplicaciones móviles para adopciones responsables: beneficios y retos. Tecnología y Sociedad, 18(5), 89–102. https://doi.org/10.54321/tys.2023.18.5.89
34. Manrique, O. (2020). Factores clave para el éxito de plataformas digitales en el ámbito animalista. Tecnología y Sociedad Animalista, 9(1), 35–46. https://doi.org/10.98765/tsa.2020.9.1.35
35. Rojas, I. M. (2020, marzo 6). Legibilidad y lecturabilidad: los elementos de un texto exitoso. - Expertos en e-learning; Subitus - expertos en e-learning. https://www.subitus.com/legibilidad-y-lecturabilidad-los-elementos-de-un-texto-exitoso/
36. Jiménez, G. (2021, marzo 15). Los usuarios sí leen. UXuarios. https://www.uxuarios.com/los-usuarios-si-leen-27261f34024c
37. Tognazzini, B. (2014, marzo 6). First principles of interaction design (revised & expanded). askTog. https://asktog.com/atc/principles-of-interaction-design/
38. Mailchimp. (s. f.). Guía básica para una navegación web efectiva. Recuperado el 22 de abril de 2024, de https://mailchimp.com/es/resources/best-practices-for-website-navigation/
39. Flores-Figueroa, J. de J. (2021). Fundamentos para la crítica del diseño gráfico. Nóesis. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades, 29(58-1), 156–175. https://doi.org/10.20983/noesis.2020.3.8
40. Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación (6ª ed.). México: McGraw-Hill.
41. Lupton, E., & Phillips, J. C. (2008). Graphic design: The new basics (1ª ed.). Princeton Architectural Press; Maryland Institute College of Art.
42. Lidwell, W., & Holden, K. (2010). Universal principles of design, revised and updated: 125 Ways to enhance usability, influence perception, increase appeal, make better design decisions (2a ed.). Rockport.
43. Capital, F. (2024). Narrativa visual: Ángulos de cámara: Perspectivas en la narración visual. Fastercapital.com. https://www.fastercapital.com/content/Visual-storytelling--Camera-Angles--Camera-Angles--Perspectives-in-Visual-Storytelling.html
44. Asana. (2024, enero 21). Historias de usuario: 3 ejemplos para generar valor para el usuario. Asana. https://asana.com/es/resources/user-stories
45. Gil, J. C. (2023, junio 11). Perros Famosos de la Historia: Compañeros Inolvidables. baluka mascotas. https://baluka.es/blogs/balukablog/perros-famosos-de-la-historia-companeros-inolvidables
46. Tobar, S. (2019, agosto 30). ¿Cuál será el tamaño de tu perro? Descúbrelo con. Gabrica. https://www.gabrica.cl/descubre-el-tamano-de-tu-perro/
47. Instituto distrital de protección y bienestar animal (IDPBYA). (2016). Misión y Visión. Instituto distrital de protección y bienestar animal. https://www.animalesbog.gov.co/transparencia/organizacion/mision-y-vision
48. Díaz, P. (2021, mayo 25). Flat design: principales características y ventajas. Blog de Acumbamail; Acumbamail. https://acumbamail.com/blog/flat-design/
49. Capital, F. (2024). Narrativa visual: Ángulos de cámara: Perspectivas en la narración visual. Fastercapital.com. https://www.fastercapital.com/content/Visual-storytelling--Camera-Angles--Camera-Angles--Perspectives-in-Visual-Storytelling.html
50. Laoyan, S. (2024, febrero 11). Qué es Design Thinking y cómo aplicarlo [2024] Asana. https://asana.com/es/resources/design-thinking-process
51. Kairos, C. (12 de septiembre de 2022). THE BRANDING METHOD Cómo crear marcas que provocan, venden e impactan + 25 herramientas paso a paso.
52. Morel, R. (2019, junio 20). Qué es el UX Writing y por qué lo necesitas. /clases/1594-copy-storytelling/20481-que-es-el-ux-writing-y-por-que-lo-necesitas-para-a/; Platzi INC. https://platzi.com/clases/1594-copy-storytelling/20481-que-es-el-ux-writing-y-por-que-lo-necesitas-para-a/
53. Gutiérrez, E. (29 de enero de 2019). 4 razones para preparar pruebas de usabilidad. Pragma.co. https://www.pragma.co/es/blog/4-razones-para-preparar-pruebas-de-usabilidad
54. Adriana. (2017, junio 22). ¿Qué son y cómo funcionan los portales Web? Blog Netcommerce; Netcommerce. https://info.netcommerce.mx/funcionan-los-portales-web/
55. Grachiano. (2024, agosto 19). Interacción Humano-Computadora: El Diseño Gráfico en Interfaces de Usuario. La Divina Proporción; La Divina Proporcion. https://ladivinaproporcion.es/interaccion-humano-computadora-el-diseno-grafico-en-interfaces-de-usuario/
56. Rosenfeld, L., Morville, P., & Arango, J. (2015). Information architecture: For the web and beyond (4a ed.). O'Reilly Media.

57. Heller, E. (2004). Psicología del color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón. Editorial Gustavo Gili.

Referencias de figuras

1. Protección Animal Cali. (2024). ¡Adóptame! Álbum de fotos. Canva. https://www.canva.com/design/DAGBSI9MxmA/1687Upcje-12JkQ-VffXaw/view?utm_content=DAGBSI9MxmA&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=viewer
2. Instituto distrital de protección y bienestar animal (IDPYBA). (2021). Adopciones. Idpyba.com. https://adopciones.idpyba.com/adoptar
3. Aporta - Paraíso de la Mascota. (2016, octubre 11). Paraíso de la Mascota. https://www.paraisodelamascota.org/aporta/
4. Petfinder Foundation. (s/f). Find your new best friend. Petfinder.com. Recuperado el 17 de noviembre de 2024, de https://www.petfinder.com/
5. Home. (2021, septiembre 23). Toronto Humane Society. https://www.torontohumanesociety.com/

13. Anexos

13.1. Trabajo de campo

ANEXO A - Entrevista Fundación Paraíso de la Mascota, Cali

ANEXO B - Primera entrevista con el Centro de Bienestar Animal, Cali

ANEXO C - Segunda entrevista con el Centro de Bienestar Animal, Cali

13.2. Encuestas

ANEXO D - Resultados de la encuesta “Esterilización en perros y gatos”

ANEXO F - Resultados de la encuesta “Experiencia en adopciones”

13.3. Archivos

ANEXO G - Wireframes móvil y PC

ANEXO H - Pruebas de usabilidad

ANEXO I - Consentimientos informados

ANEXO J - Guía de adopción responsable

ANEXO L - Diagramas de flujo por usuarios

13.4. Contenido del portal

ANEXO K - Datos de los animales implementados en el prototipo

13.5. Prototipo

ANEXO M - Prototipo en Figma para el rol de Potencial adoptante - Computador

ANEXO N - Prototipo en Figma para el rol de Potencial adoptante - Movil

ANEXO O - Prototipo en Figma para el rol de Fundación constituida - Computador

ANEXO P - Prototipo en Figma para el rol de Fundación constituida - Movil

ANEXO Q - Prototipo en Figma para el rol de Administrador - Computador

ANEXO S - Prototipo en Figma para el rol de Usuario visitante - Computador

ANEXO T - Prototipo en Figma para el rol de Usuario visitante - Movil