



CuidaDog

Experiencia transmedia para guiar a los nuevos cuidadores en el proceso de adaptación con su cachorro, caso de estudio: Fundación Empáticas.

Proyecto de Grado

Yeny Fernanda Martínez Moreno

Mariana Silva Castilla

Paula Andrea Villarraga Torres

Bogotá D. C., 2025

CuidaDog

Experiencia transmedia para guiar a los nuevos cuidadores en el proceso de adaptación con su cachorro, caso de estudio: Fundación Empáticas.

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

Diseñador Digital y Multimedia

Director (a):

Luis Alberto Lesmes Sáenz

Línea(s) de énfasis:

Tecnologías multimedia

Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca
Facultad de Ingeniería y Arquitectura
Programa de Diseño Digital y Multimedia
Bogotá D. C., 2025

Aval del Proyecto

Firma del Director(a) de proyecto de grado

Firmas de los jurados



Bogotá D. C., junio de 2025

La Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca respeta los conceptos académicos emitidos por los estudiantes de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura a través de sus proyectos de investigación y no se hace responsable de su contenido.

Las ideas expresadas en los citados trabajos no constituyen compromiso institucional y son responsabilidad exclusiva de cada autor.

Atentamente,

JAMES ALBERTO ORTEGA MORALES
Decano Facultad de Ingeniería y Arquitectura

NOMBRE Y FIRMA NOMBRE Y FIRMA
Estudiante(s) Estudiante(s)



ÉTICA, SERVICIO Y SABER

Dedicatoria

Yeny Fernanda: Dicen que nadie viene a salvarte, pero muchas personas, cosas y rarezas me han salvado, incluso si no tenían la intención de hacerlo.

A mi abuela que partió al cielo creyendo inmensamente en mí, hasta el último día. A mis padres, Stella y Juan, por enseñarme a no rendirme, a luchar con determinación por mis sueños y a comprender que, aunque el camino no siempre sea fácil, cada esfuerzo vale la pena. A mis hermanos Karen y Cristian, por su apoyo incondicional, por creer en mí incluso cuando yo dudaba y por recordarme siempre que soy capaz de alcanzar grandes cosas. A mi compañero de viajes y aventuras, Juan Sebastián porque siempre me ha ayudado a construir una visión y versión muy pulida desde el conocimiento y la introspección. A mis familiares cercanos por estar ahí para apoyar mis ideas. A mi combo de amigos, todos, pero en especial a Diego, Fer, Sofi, Miller, Nata y Valen porque en ellos he encontrado fortaleza, inspiración y refugio, a Kentaur porque me han permitido crecer y creer en mis sueños desde una perspectiva muy creativa, diferente. A mi combo de pelos (Purr, Batata, Watila, Cocoa y Mocca), por levantarme el ánimo, innumerables veces, cuando ya no creía posible muchas cosas. Al programa DDM porque siempre creyó esto posible. Finalmente, a todos los perritos y gaticos sin hogar, que esperan ese amor incondicional, que aman sin pedir nada a cambio y que merecen tener cuidadores responsables y un lugar donde ser felices.

Mariana: A mi mamá, mi motor de vida y la persona más incondicional y berraca que conozco. Todo lo que soy hoy es gracias a tu esfuerzo, a tu forma de nunca rendirte y a tu amor que siempre encontró la manera de sostenerme, incluso cuando yo misma te lo puse difícil. Gracias por enseñarme a ser fuerte, por acompañarme en cada paso y por demostrarme que el amor verdadero siempre está.

A José, que, aunque no está conmigo ahora, fue un apoyo inmenso en los inicios de mi carrera. Agradezco cada madrugada en la que nos cruzamos, cuando yo apenas me iba a dormir y tú ya salías a trabajar; agradezco los desvelos que compartiste conmigo por mis tareas y esos desayunos hechos con amor sin que tuvieras obligación alguna, tú me enseñaste lo que es ser paciente y resiliente

A Toto, la inspiración más pura de este proyecto. Pensar en todos los perritos como tú, llenos de amor y merecedores de recibirlo de vuelta, fue lo que me impulsó desde el inicio. Siempre será mi mayor dolor saber que no pude hacer más por ti, pero también será siempre mi gratitud más grande por todo lo que me dio en nuestro breve tiempo juntos.

Y a Pegaso, que, con su crianza, difícil, desafiante y profundamente hermosa, me dio las herramientas para entender que un proyecto como este no solo es posible, sino necesario. Pegaso ha sido la compañía más fiel que he tenido: siempre sabe cuándo estoy bien y cuándo no, qué apoyo brindar, y cómo hacerme sentir acompañada incluso en mis días más pesados dándome apoyo incluso cuando no sabía que lo necesitaba.

Paula: A mis hermanas, que partieron siendo angelitos, pero que siempre han estado conmigo guiando mi camino. Este logro también es suyo, porque, aunque no pudieron crecer ni cumplir sus propios sueños, hoy los cumpla por ustedes, con la certeza de que su luz me acompaña en cada paso.

A mi mamá, porque es más fácil ser valiente cuando estás a mi lado. Gracias por tu fuerza, por tu amor inquebrantable y por enseñarme a nunca rendirme. Hoy cumpla este sueño por ti y gracias a ti, porque tu valentía ha sido siempre mi mayor ejemplo.

A mi novio Santiago, por ser mi refugio en los días difíciles y mi mayor apoyo al final de este camino. Gracias por sostenerme y creer en mí, incluso cuando yo dudaba, gracias por ser mi calma en medio de la tormenta.

Agradecimientos

En primera instancia a nuestras mascotas, porque gracias a ellas superamos momentos de crisis con pelos y mucho amor, ellos que nos permitieron potenciar nuestro camino profesional, amar diferente, y le dieron sentido a este proyecto en toda su esencia, esto es una pequeña muestra de amor, de nuestra parte, nos emociona, el poder comunicar aquellos requerimientos básicos que todo cuidador debe tener para brindar una vida digna a estos héroes. Gracias a toda la manada de peludos de este equipo, porque representan, inspiran, y sobre todas las cosas a lo largo de sus cortas vidas nos han enseñado de lealtad, amor y paz.

Yeny Fernanda: Principalmente agradezco a la vida. A mis compañeras de proyecto, por su dedicación, esfuerzo y compañía en el proceso. A mis directores por su empeño en hacer de este un proyecto un proceso de aprendizaje y de crecimiento, gracias por su acompañamiento continuo y orientación. A mi familia y amigos por apoyarme siempre desde el inicio de mi carrera, por ser incondicionales y brindarme su cariño que me impulsaron a seguir adelante en los momentos de dificultad y fueron esenciales para alcanzar esta meta. Agradezco a la fundación Empáticas por abrirnos las puertas y permitirnos conocer la realidad de las mascotas en adopción, por brindarnos su conocimiento y orientarnos de la mejor manera en el proceso.

Mariana: A todas las personas que, de una u otra manera, aportaron a este proyecto, gracias por su tiempo, su disposición y su voluntad de ayudar, a los veterinarios, entrenadores y a la Fundación Empáticas, quienes ofrecieron su conocimiento, su espacio y su apoyo para hacer posible esta investigación. A mi mamá, mis hermanas, tita, mis abuelitos y a mi pareja Sebastián, gracias por acompañarme en cada etapa de este proceso. Ustedes fueron mi mayor sostén: estuvieron pendientes de mí, me animaron cuando la motivación flaqueaba y me ofrecieron su apoyo incondicional. Gracias por creer en mí incluso en los momentos más difíciles.

A mis compañeras, por su paciencia, su esfuerzo y su compromiso. Este proyecto no habría sido lo mismo sin el trabajo compartido y el empeño que cada una puso para sacarlo adelante.

Y finalmente, a Pegaso y Ash, mis por siempre cachorros, que estuvieron conmigo en cada noche de desvelo y en cada jornada larga de trabajo. Su compañía, cariño y amor incondicional fueron una motivación constante.

Paula: A mis abuelitos, por su amor infinito y por preocuparse siempre por mí. Gracias por acompañarme con motivaciones y consejos que me han guiado hasta aquí. A mis hermanos, Daniel y Jerónimo, porque en ustedes encuentro la inspiración para seguir creciendo y ser una mejor versión de mí misma cada día. A mis padres, porque todo lo que soy y todo lo que he logrado se los debo a ustedes. Gracias por su amor, su entrega y su ejemplo. Este logro también es suyo, porque sin ustedes nada de esto habría sido posible

“Los perros poseen una cualidad que es rara entre los humanos, la capacidad de hacer que te sientas valorado simplemente por ser tú”

Caroline Knapp

Resumen

CuidaDog propone una experiencia transmedia orientada a fortalecer el conocimiento sobre la tenencia responsable de perros, enfocada en personas que adoptan cachorros en Bogotá. A través del Diseño Centrado en el Usuario (DCU), se identificaron las principales necesidades de los nuevos cuidadores y se desarrolló una estrategia educativa basada en tres momentos clave de adaptación: los primeros 3 días, 3 semanas y 3 meses.

La propuesta integra recursos digitales, gráficos y presenciales, como un prototipo de alta fidelidad como guía interactiva, un folleto de bienvenida, un kit físico y un taller con el propósito de acompañar al adoptante durante las primeras etapas de convivencia. El proyecto busca generar una experiencia cercana y empática que contribuya al aprendizaje práctico sobre el bienestar animal y fomente relaciones más conscientes entre cuidadores y sus mascotas.

Palabras clave: tenencia responsable, simulación digital, educación multimedia, bienestar animal.

Línea(s) de profundización: Productos audiovisuales

Abstract

CuidaDog proposes a transmedia experience designed to strengthen knowledge about responsible dog ownership, focusing on people who adopt puppies in Bogotá. Through **User-Centered Design (UCD)**, the main needs of new caregivers were identified, leading to the development of an educational strategy based on three key stages of adaptation: the first 3 days, 3 weeks, and 3 months.

The proposal integrates digital, graphic, and in-person resources, including a high-fidelity interactive prototype, a welcome brochure, a physical kit, and a workshop aimed at supporting adopters during the initial stages of coexistence. The project seeks to create a close and empathetic experience that promotes practical learning about animal welfare and encourages more conscious relationships between caregivers and their pets.

Keywords: Responsible pet ownership, digital simulation, multimedia education, animal welfare.

Research lines: Audiovisual products.

Tabla de contenido

Aval del Proyecto	5
Dedicatoria.....	9
Agradecimientos	13
Abstract.....	19
Tabla de contenido	20
Listado de figuras	24
Listado de tablas.....	26
Listado de anexos.....	27
1.Formulación del proyecto	29
1.1 Introducción	29
1.2 Justificación	31
1.3 Definición del problema	33
1.4 Hipótesis de la investigación	36
1.4.1 <i>Hipótesis explicativa</i>	36
1.4.1 <i>Hipótesis propositiva</i>	37
1.5 Objetivos	37
1.5.1 Objetivo general.....	37
1.5.2 Objetivos específicos.....	38

1.6 Planteamiento metodológico	40
1.7 Alcances y limitaciones	45
2. Base teórica del proyecto	48
2.1 Marco referencial	48
2.1.1 <i>Antecedentes</i>	48
2.1.2 <i>Marco teórico Contextual</i>	52
2.1.3 <i>Marco Disciplinar</i>	59
2.1.3.1 Comunicación transmedia	59
2.1.3.2 Gamificación y simulación educativa	60
2.1.3.3 Accesibilidad y experiencia de usuario (UX)	61
2.1.4 <i>Marco Conceptual</i>	65
2.1.5 <i>Marco Institucional</i>	67
2.1.6 <i>Marco Legal</i>	68
2.2 Estado del Arte	71
2.3 Caracterización de usuario	82
2.3.1 <i>Usuario potencial</i>	84
2.3.1.1 <i>Parejas que adoptan conjuntamente un cachorro</i>	84
2.3.1.2 <i>Familias con hijos</i>	85
2.3.2 <i>Usuarios secundarios</i>	87
2.3.3 <i>Usuario especializados e instituciones</i>	88
2.3.4 <i>Usuario indirectos</i>	88

3. Desarrollo de la metodología, análisis y presentación de resultados	91
3.1 Criterios de diseño	91
3.1.1 <i>Dimensión pedagógica</i>	92
3.1.2 <i>Dimensión emocional</i>	93
3.1.3 <i>Dimensión tecnológica–transmedia</i>	95
3.2 Árbol de objetivos de diseño	96
3.3 Requerimientos y determinantes de diseño	98
3.4 Hipótesis de producto	100
3.5.1 <i>Objetivos específicos de la fase</i>	102
3.5.2 <i>Métodos y técnicas empleadas</i>	103
3.5.3 <i>Análisis y hallazgos</i>	107
3.6 Desarrollo y análisis fase 2.....	110
3.6.1 <i>Objetivos específicos de la fase</i>	110
3.6.2 <i>Métodos y técnicas empleadas</i>	111
3.6.3 <i>Análisis y hallazgos</i>	112
3.7 Desarrollo y análisis fase 3.....	114
3.7.1 <i>Objetivos específicos de la fase</i>	114
3.7.2 <i>Métodos y técnicas empleadas</i>	115
3.8 Desarrollo y análisis fase 4.....	130
3.9.1.2 Resultados por elemento.....	138

3.9.1.2 Oportunidades de mejora	139
3.8 Prestaciones del producto	140
3.8.1 Aspectos morfológicos	140
4. Conclusiones	146
4.1 Conclusiones	146
4.2 Viabilidad del proyecto	149
4.2.1 Segmentos de cliente	150
4.2.2 Propuesta de valor.....	151
4.2.3 Canales.....	153
4.2.4 Relaciones con los clientes	155
4.2.5 Fuentes de ingresos	156
4.2.6 Actividades clave	157
4.2.7 Recursos clave	159
4.2.8 Socios clave.....	159
4.2.9 Estructura de costes.....	161
4.2.9 Tabla de costos	163
4.3 Consideraciones	165
Referencias.....	168
Anexos	181

Listado de figuras

Figura 1: Árbol de problemas	35
Figura 2: Árbol de Objetivos	39
Figura 3: Planteamiento metodológico	44
Figura 4: Línea del tiempo	51
Figura 5: Marco Contextual Integrado	57
Figura 6: Relación Conceptual entre el Problema, Marcos Teóricos y la Propuesta CuidaDog	70
Figura 7: Ciclovia Zoolidaria	72
Figura 8: Plataforma Digital con Pelos y Señales	73
Figura 9: Plataforma Digital Pettza	74
Figura 10: Plataforma Digital Adopta Bogotá	75
Figura 11: Sitio Web RESCATADOGS	76
Figura 12: Manual para la Tenencia Responsable de mascotas	77
Figura 13: Aplicación Woofz	78
Figura 14: Plataforma web IDPYBA	80
Figura 15: Manual de lineamientos de política pública nacional	81
Figura 16: Sondeo.	83
Figura 17: User persona	86
Figura 18: Journey Map	90
Figura 19: Árbol de Objetivos	97
Figura 20: Hipótesis de producto.....	101
Figura 21: Entrevistas a profesionales en veterinaria	104

Figura 22: Entrevistas a entrenadores caninos	105
Figura 23: Entrevista a encargado de la fundación empáticas	106
Figura 24: MoodBoard de referencias para CuidaDog.....	116
Figura 25: Pruebas de Color y tipografía.....	116
Figura 26: Creación de logotipo, iconos, selección de tipografías	117
Figura 27: Creación de patrones	118
Figura 28: Creación de personajes	119
Figura 29: Mapa de navegación de la experiencia CuidaDog.	121
Figura 30: Versiones de Folletos	122
Figura 31: Versión final del folleto	124
Figura 32. Versiones prototipo.....	125
Figura 33: Versión del prototipo final.	127
Figura 34: Versión Final de tarjetas kit	128
Figura 35: Versión Final Taller	129
Figura 36: Jornada de adopción, Fundación Empáticas	132
Figura 37: Fotografías y capturas de pantalla de usuarios probando el prototipo	134
Figura 38: Productos testeados.....	136
Figura 39: Capturas de pantalla del usuario navegando por la experiencia.	137
Figura 40: Evidencia de interfaz	145
Figura 41: Triángulo ágil	149
Figura 42: Matriz de impacto y esfuerzo de la estrategia CuidaDog	151
Figura 43: <i>Buyer persona</i>	154

Listado de tablas

Tabla 1	63
Tabla 2	98
Tabla 3	112
Tabla 4	163

Listado de anexos

Anexo A. Encuesta aplicada a adoptantes y potenciales adoptantes de perros en Bogotá (2025)	181
Anexo B. Diagrama de Árbol de Problemas	181
Anexo C. Diagrama de Árbol de Objetivos	181
Anexo D. Planteamiento Metodológico	182
Anexo E. Línea del tiempo	182
Anexo F. Marco Contextual Diagrama del marco contextual	
Marco Contextual Anexo G. Relación Conceptual	182
Anexo H. Sondeo de percepción	182
Anexo I. User Persona	183
Anexo J. Tipología de usuarios de CuidaDog	183
Anexo K. Journey Map	183
Anexo L. Árbol de Objetivos	183
Anexo M. Hipótesis de producto	183
Anexo N. Encuesta de semiestructurada futuros cuidadores	184
Anexo O. Entrevista con profesionales en salud animal.	184
Anexo P. Entrevista con adiestradores caninos	184
Anexo Q. Entrevista fundación empáticas	184
Anexo R. Determinantes y Requerimientos por producto. ...	184
Anexo S. Guiones narrativos	185
Anexo T. Folleto CuidaDog	185
Anexo U. Prototipo CuidaDog	185
Anexo V. Tarjetas descriptivas del kit	185
Anexo W. Taller presencial posterior a las tres semanas	185
Anexo X. Portafolio Yeny Fernanda Martínez Moreno	186

Anexo Y. Portafolio Mariana Silva Castilla	186
Anexo Z. Portafolio Paula Andrea Villarraga Torres	186

1. Formulación del proyecto

1.1 Introducción

La relación entre los perros y los seres humanos ha evolucionado de una domesticación con fines prácticos a una convivencia basada en vínculos emocionales. Hoy en día, los perros forman parte del hogar y de la familia. No obstante, este cambio también ha dado lugar a comportamientos de consumo poco conscientes, en los que se adquieren mascotas sin tener presentes los compromisos reales de su cuidado y bienestar.

Según Luna Cortes (2019), en Colombia muchas veces el materialismo y la búsqueda de estatus social influyen en la manera en que las personas adquieren una mascota. En muchos casos, las decisiones sobre tenencia responsable son relegadas frente a motivaciones simbólicas, debilitando el verdadero compromiso del bienestar animal. Como consecuencia, esta tendencia cultural deriva en el abandono y maltrato, lo que se traduce en refugios sobrecargados y casos de abandono cuando las expectativas iniciales no se cumplen.

El problema que aborda este proyecto es el desconocimiento que tienen los cuidadores sobre la tenencia responsable, especialmente al momento de adquirir un cachorro. De acuerdo con el Ministerio de Salud y Protección Social (2017), esta "implica suplir animal con sus necesidades básicas como alimentación, refugio, ejercicio, cuidado veterinario y socialización, comprendiendo que su bienestar depende del equilibrio entre el entorno físico, la salud y la

relación con el cuidador. Pese a lo anterior, Casasola-Rivera (2023) advierte que muchas personas minimizan los cuidados, limitándose a cubrir necesidades básicas, como proporcionar únicamente agua y comida, negándole al perro atención y estimulación emocional, generando ansiedad, estrés y desequilibrio en el animal, esta falta de comprensión lleva a los cuidadores a sentirse frustrados o impotentes, sin saber qué necesitan sus perros ni cómo satisfacer sus necesidades.

El proyecto busca generar conciencia acerca de la adopción responsable por medio de una estrategia transmedia en un proceso de aprendizaje y acompañamiento empleando recursos interactivos que orienten al cuidador en el momento de adaptación del cachorro a su nuevo hogar, fomentando una relación empática y consciente.

La propuesta aborda tres momentos clave del proceso de adaptación —los tres primeros días, las tres semanas y los tres meses— integrando aspectos fundamentales que van de la mano en el proceso: la actividad física y mental, la alimentación, el adiestramiento básico, la salud e higiene y el vínculo emocional. De manera integral, estas etapas fomentan una crianza responsable y amorosa, transformando la duda e incertidumbre del adoptante en oportunidades de aprendizaje y fortalecimiento del lazo humano-animal.

1.2 Justificación

En los últimos años, se ha visto un aumento en el interés por la adopción de perros en Colombia. Desde 2020, más de 1.000 animales se han entregado en adopción en Bogotá (Alcaldía de Bogotá [AMB], 2021). Sin embargo, esta tendencia convive con una preocupante realidad: tenemos en las calles más de 66.000 perros sin control, y se han reportado casi 11.000 abandonos en la ciudad (Ringo, 2024). Una de las principales causas de esta problemática se relaciona con la falta de información y orientación adecuada sobre la tenencia responsable que deben tener en cuenta las personas al momento de adoptar, lo que conduce a situaciones de hambre, enfermedades, abandono y maltrato (Medina Bojacá, 2011).

Hoy en día, la información de cuidados es dispersa y de difícil acceso, lo que dificulta que los adoptantes la entiendan y la apliquen. Ante esta situación, el proyecto pretende desde el Diseño Digital y Multimedia fortalecer el conocimiento de los nuevos cuidadores sobre la tenencia responsable de perros, en especial en la etapa de cachorros, a través de una experiencia transmedia que los guíe en las primeras fases de adaptación del cachorro en su nuevo hogar.

La propuesta inicia en el momento en que una persona piensa en adoptar un cachorro, combinando materiales audiovisuales, interactivos y pedagógicos, que se irán articulando en diferentes momentos del proceso: un folleto inicial, una guía digital interactiva, un kit con elementos indispensables, y un taller audiovisual, para aprender haciendo, experimentando y sintiendo el cuidar, además de informar, la estrategia pretende generar empatía, reflexión y

transformación en las prácticas cotidianas de cuidado.

El proyecto "CuidaDog" se desarrollará en colaboración con la Fundación Empáticas, quienes actuarán como caso de estudio, la fundación es una organización con experiencia en procesos de adopción de cachorros y sensibilización sobre bienestar animal. Su participación permite reconocer necesidades reales de orientación y acompañamiento, garantizando que la propuesta se elabore desde la realidad y sea de beneficio para los refugios en Bogotá.

La experiencia se estructura en las tres fases de adaptación del cachorro a su nuevo hogar que son: los tres primeros días, las tres primeras semanas y los tres primeros meses. En cada fase, el cuidador es instruido en temas como alimentación, actividad física y mental, adiestramiento básico, salud e higiene y vínculo emocional. Este acompañamiento pretende fortalecer el vínculo humano-animal, generar confianza y mejorar la vida del cachorro.

Si bien esta solución no erradica el abandono animal, quiere hacer de la adopción un acto responsable, amoroso y formador. A través de la educación y la empatía, el proyecto fomenta una cultura de tenencia responsable que crea vínculos más saludables y duraderos entre las personas y sus mascotas.

1.3 Definición del problema

Hoy en día las personas se relacionan con sus perros de una manera más sentimental, de hecho, muchas personas los consideran parte de su familia, una evolución cultural que también se ve en el aumento del mercado para mascotas. Este sector ha crecido un 84,9 % y ciudades como Bogotá (25 %), Cali (18 %) y Medellín (17 %) encabezan la tenencia de mascotas (Brandstrat y Offerwise, citado en Bancolombia, 2021). No obstante, miles de perros son abandonados o devueltos a refugios. En las calles de Bogotá deambulan más de 66.000 animales, sin control y se denuncian alrededor de 11.000 casos de abandono (Ringo, 2024).

El proyecto está enfocado en la ciudad de Bogotá y en el proceso de adopción canina de cachorros, período ideal para establecer hábitos, rutinas y vínculos afectivos. Aun así, muchos cuidadores primerizos se ven superados por la falta de información práctica y apoyo formativo, impidiendo el desarrollo de una convivencia estable y saludable.

Entre las principales causas de esta problemática se encuentran la falta de instrumentos pedagógicos accesibles y la falta de guía emocional para los nuevos adoptantes. Si bien hay campañas institucionales de tenencia responsable, se quedan en un plano informativo, lejos de la realidad del cuidador.

Los resultados de la encuesta aplicada por las autoras del presente proyecto en 2025 a adoptantes y potenciales adoptantes en Bogotá (ver Anexo A) confirman esta problemática. La mayoría de los participantes manifestó que la información disponible sobre cuidado y

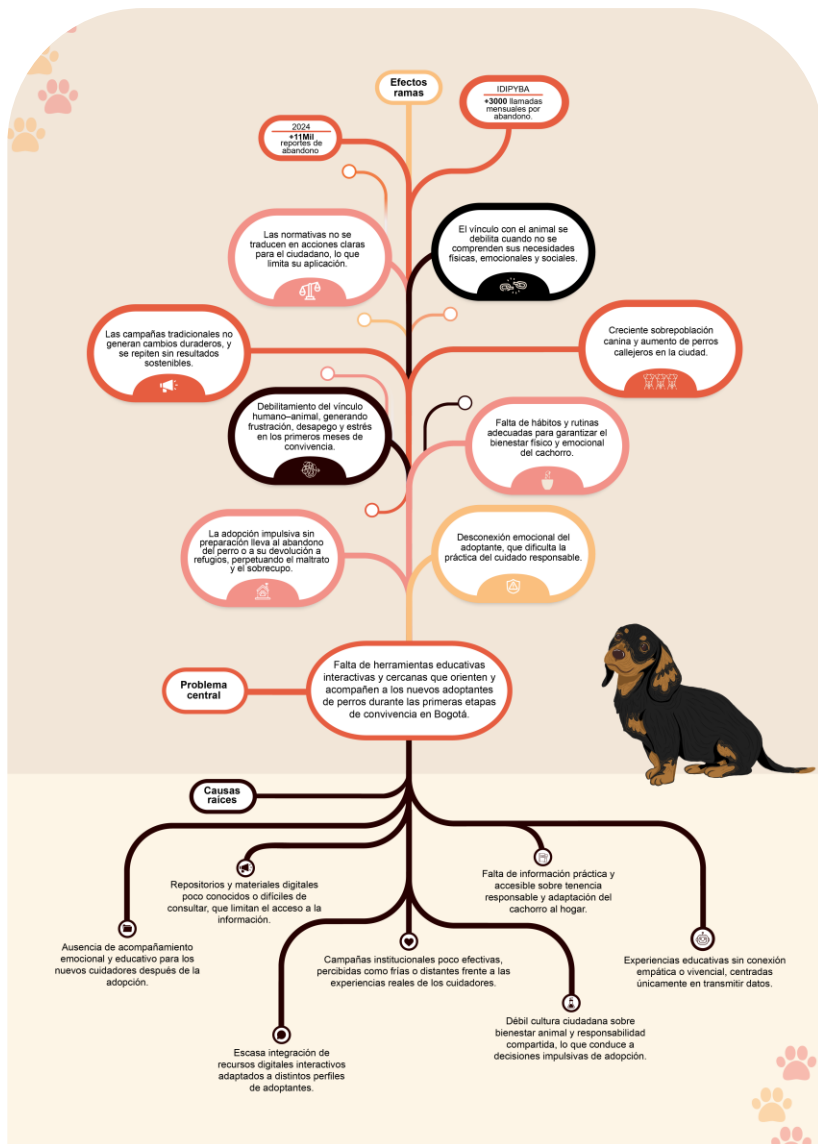
adaptación es insuficiente y poco práctica. La falta de una guía de acompañamiento muchas veces crea efectos evidentes: desinterés, frustración, deserción y quiebre del vínculo humano-animal, aportando a una cultura social irresponsable con el bienestar de los animales de compañía.

Ante esta situación, cabe preguntarse:

¿De qué manera el diseño digital y multimedia puede fortalecer la tenencia responsable de perros a través de una experiencia transmedia que guíe a nuevos cuidadores en las primeras fases de adaptación del cachorro en Bogotá?

Atender a esta pregunta resulta clave, permite abordar una problemática social desde el campo disciplinar del diseño, funcionando como impulsor de cambio y capaz de ofrecer procesos de aprendizaje empáticos y experienciales, el proyecto pretende transformar la información de tenencia responsable en una experiencia de acompañamiento, por medio de la elaboración de contenidos interactivos, visuales y narrativos, reforzando el vínculo emocional entre cuidadores y cachorros, y ayudando a construir una cultura de adopción consciente, responsable y emocionalmente conectada.

Figura 1: Árbol de problemas



Nota. La imagen muestra la relación entre el problema central del proyecto con sus causas y consecuencias, y se enmarca en la falta de herramientas educativas interactivas que promuevan la tenencia responsable de perros en Bogotá (Anexo B). Fuente: Elaboración propia.

1.4 Hipótesis de la investigación

En los siguientes apartados se reflejan las hipótesis que fomentan la evolución de la investigación; la hipótesis explicativa contextualiza la problemática, y la hipótesis propositiva se enfoca en proponer una solución a la problemática desde el área disciplinar.

1.4.1 Hipótesis explicativa

El aumento en los casos de abandono, maltrato y devolución de perros adoptados guarda una relación directa con la falta de información clara, realista y emocionalmente cercana sobre lo que implica convivir con un cachorro en sus primeras etapas. Cuando esta información es insuficiente o llega de manera superficial, los cuidadores no logran comprender las necesidades básicas del animal, y terminan actuando sin la preparación necesaria para asumir la responsabilidad de cuidado que esto conlleva.

1.4.1 Hipótesis propositiva

Si se implementa una experiencia transmedia de acompañamiento, pensada para quienes asumen el rol de nuevos cuidadores, será posible ofrecer una guía clara y pedagógica sobre tres momentos clave de la adaptación del cachorro. En cada etapa se abordarán aspectos esenciales: alimentación, vínculo emocional, salud e higiene, actividad física y mental, adiestramiento básico, con el propósito de fortalecer el lazo humano–animal y promover prácticas responsables, informadas y sostenibles.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Promover prácticas de adopción consciente y responsable en los nuevos cuidadores de perros, específicamente de cachorros, por medio de una experiencia transmedia educativa que guíe y acompañe al cuidador en los tres primeros momentos de convivencia con el cachorro, fortaleciendo la empatía y el compromiso hacia el bienestar animal.

1.5.2 Objetivos específicos

- Identificar las percepciones, creencias y vacíos de información que enfrentan los nuevos cuidadores frente a la tenencia responsable.
- Analizar referentes actuales de experiencias educativas sobre tenencia responsable y sus limitaciones, tomando en cuenta sus aspectos visuales, narrativos y pedagógicos.
- Estructurar una narrativa transmedia y los componentes físicos y digitales de la experiencia que acompañe al cuidador durante los tres momentos clave de la adaptación del cachorro.
- Evaluar la efectividad de la experiencia transmedia en la transmisión de información clara, precisa y accesible sobre la tenencia responsable, para comprobar que los nuevos adoptantes comprendan adecuadamente sus deberes, prácticas y compromisos como cuidadores.

Figura 2: Árbol de Objetivos



Nota. La figura muestra la relación entre el impacto general, los impactos esperados y los objetivos del proyecto. El esquema organiza la secuencia de acciones que buscan promover la adopción responsable mediante una experiencia transmedia centrada en el acompañamiento educativo y emocional de los nuevos cuidadores de perros (Anexo C). Fuente: Elaboración propia.

1.6 Planteamiento metodológico

El proyecto se llevará a cabo bajo el enfoque Diseño Centrado en el Usuario (DCU); este enfoque pretende priorizar la comprensión de las motivaciones, expectativas y necesidades de los usuarios en todas las fases del proceso de diseño (Interaction Design Foundation, s. f.).

Este, al ser un proceso iterativo y participativo, permite probar las ideas con los usuarios de manera continua, hacer los cambios necesarios y asegurarse de que el resultado final realmente responda a lo que ellos necesitan.

El proceso metodológico se compone de cuatro fases, cada una con sus propias objetivos y herramientas; a continuación, se detallan cada una de ellas.

Fase 1: Entender el contexto de uso:

En esta etapa, se tiene como finalidad:

- Analizar las percepciones, creencias y faltas de información que los cuidadores tienen sobre la tenencia responsable, usando como instrumentos las encuestas y las entrevistas semiestructuradas.
- Determinar las restricciones y carencias de los medios informativos actuales que tratan la cuestión de la tenencia

responsable, desde el punto de vista de los participantes a quienes el proyecto les concierne, mediante entrevistas semiestructuradas.

- Identificar los potenciales usuarios del proyecto, por ejemplo, cuidadores futuros, integrantes de la fundación Empáticas y profesionales en el área animal, mediante la creación de perfiles o arquetipos que sean representativos y faciliten la comprensión de su entorno.

Fase 2: Establecer los requerimientos de uso:

En esta etapa, se tiene como finalidad:

- Analizar la información que se ha recolectado con anterioridad, con el fin de identificar las necesidades explícitas e implícitas del proyecto.
- Establecer los requisitos funcionales, narrativos, visuales, emocionales y pedagógicos que orientarán el proceso de diseño.

- Definir los indicadores de evaluación con el fin de cuantificar la eficacia del proyecto.

Fase 3: Diseñar soluciones:

En esta etapa, se tiene como finalidad:

- Crear narrativas, ejercicios de simulación e interacción que reflejen cada uno de los momentos cruciales de la estrategia.
- Elaborar la maquetación tanto de wiframes, folleto, tarjetas y capacitación, que definan la estructura y los procesos de navegación dentro de la estrategia, considerando las especificaciones establecidas en la etapa anterior.
- Construir prototipos de manera iterativa, incluyendo validaciones parciales y poniendo en práctica modificaciones constantes.

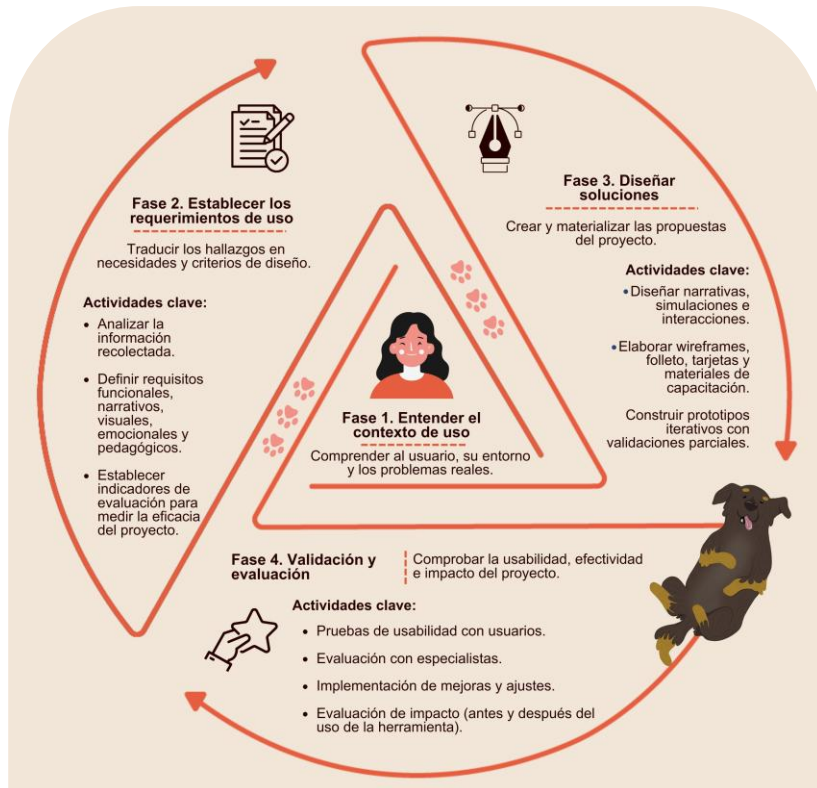
Fase 4: Validación y evaluación:

En esta etapa, se tiene como finalidad:

- Llevar a cabo pruebas de usabilidad mediante sesiones supervisadas para examinar la navegación, la dificultad, la comprensión y la experiencia general del usuario.
- Organizar una evaluación con especialistas para obtener retroalimentación que ayude a optimizar la efectividad, la pertinencia y la usabilidad del proyecto.
- Realizar modificaciones y mejoras en el diseño basados en los resultados de las evaluaciones y pruebas, retomando el ciclo metodológico cuando sea necesario.
- Realizar una evaluación de impacto, previa y posterior al uso de la herramienta, con el fin de determinar el entendimiento del conocimiento y las posturas frente a la tenencia responsable.

El empleo de esta metodología cíclica facilita la validación del proceso con los usuarios, asegurando las modificaciones requeridas para conseguir un producto operativo.

Figura 3: Planteamiento metodológico



Nota. La figura muestra las cuatro fases del proceso metodológico aplicado en el proyecto CuidaDog, basado en los principios del diseño centrado en el usuario. El esquema ilustra un ciclo iterativo: análisis del contexto, definición de requerimientos, creación de soluciones y validación del proyecto (Anexo D). Fuente: Elaboración propia.

1.7 Alcances y limitaciones

Cuidadog busca establecer un acompañamiento para el cuidador en tres de los momentos más importantes del proceso de adaptación del cachorro y de la tenencia responsable, en el contexto colombiano, y en particular en la ciudad de Bogotá, desde el campo del Diseño Digital y Multimedia, se plantea una experiencia transmedia que combine diferentes recursos: un folleto inicial, un prototipo funcional, un kit de acompañamiento y un taller presencial, el propósito no es solo entregar información, sino además ofrecer experiencias educativas y emocionales que orienten al cuidador, donde se promuevan hábitos de cuidado responsable y se fortalezca el vínculo humano y animal que se crea desde el primer día.

Alcances

- Implementar una experiencia transmedia que combine recursos digitales, piezas gráficas, narrativas y actividades presenciales, con el fin de que la inmersión y el aprendizaje del usuario aporten realmente.
- Desarrollar un prototipo funcional que entregue información clara, accesible y práctica sobre aspectos básicos acerca del cuidado responsable durante los dos primeros momentos esenciales de adopción: los tres días y las tres semanas iniciales.

- Se desarrolla en la ciudad de Bogotá, tomando como caso de estudio la Fundación Empáticas, que es un recurso fundamental como un escenario de validación y prueba de la propuesta.
- Acompañar el proceso de adaptación de los cachorros adoptados en el refugio Empáticas, ofreciendo herramientas visuales, narrativas y pedagógicas que sirvan de acompañamiento informado en estas primeras etapas.

Limitaciones

- El proyecto no reemplaza la labor de veterinarios, etólogos o entrenadores caninos, ni se ocupa de aspectos legales o de salud pública.
- Su alcance se delimita por lo que permite el diseño digital y multimedia como medio de educación, acompañamiento y visibilidad.
- Los resultados se condicionan a partir del nivel de interacción y compromiso de los usuarios con los materiales, como consecuencia a esto no es posible garantizar cambios inmediatos en las conductas de adopción.

- La experiencia se desarrollará como un prototipo académico, sin fines de comercialización en una primera etapa.
- Su implementación estará limitada en el contexto local de Bogotá, tomando como caso de estudio la colaboración con la Fundación *Empáticas*.
- La información correspondiente al tercer momento clave en la adaptación del cachorro no será incluida en la aplicación digital, debido a que esta etapa se abordará en el taller presencial, en el que se profundizará en lo que implica este nuevo ciclo.
- Cuidadog solo se centra en la fase de diseño y validación del prototipo, sin contemplar la medición de impacto a largo plazo sobre la reducción del abandono animal o cambios conductuales sostenidos.

2. Base teórica del proyecto

2.1 Marco referencial

En este apartado se busca comprender el contexto de la tenencia responsable de perros en Colombia, partiendo de sus dimensiones social, comunicativa y disciplinar dentro del campo del diseño digital y multimedia. Se analizan, entonces, las problemáticas que rodean el proceso de adopción y las prácticas de cuidado, así como el papel de las instituciones y entidades encargadas de regular o promover el bienestar animal. Finalmente, se revisan referentes conceptuales y proyectos que han trabajado en la educación y sensibilización hacia la adopción responsable.

2.1.1 Antecedentes

Para comprender la tenencia responsable de perros se requiere analizar la evolución histórica del vínculo humano–perro y los factores que han influido en su cuidado, según Koscinczuk (2017), el perro fue el primer animal domesticado por el ser humano, hace más de 15.000 años, adaptándose social y conductualmente al entorno humano.

Durante el siglo XIX, se inició una selección de razas a las que se les asignaron tareas específicas como la caza, el pastoreo o la compañía, estudios recientes, como los de MacLean *et al.* (2019), evidencian que, el comportamiento tiene bases genéticas, mientras que la socialización y el entorno que le da el cuidador son factores que determinan tanto el equilibrio emocional como la adaptación del perro.

La evolución de esta relación impulsó la aparición del concepto de tenencia responsable, que se fortaleció en 1970 junto con el crecimiento de los movimientos animalistas y las discusiones sobre bienestar animal (Medina Bojaca, 2011). En sus inicios, este concepto se centraba en atender las necesidades básicas como: alimentación, refugio y atención médica, pero con el tiempo se transformó en una dimensión ética y social, donde el bienestar animal se entiende como un compromiso integral que abarca el cuidado físico, emocional y social (Sustainability Directory, 2023). Este cambio marcó la transición de una visión funcional del animal hacia una relación fundamentada en el respeto, la empatía y la corresponsabilidad entre humanos y animales.

En Colombia, este proceso se fortaleció por medio de transformaciones de leyes significativas, según la Ley 84 de 1989 (Congreso de la República de Colombia, 1989), conocida como “Estatuto Nacional de Protección Animal”, a pesar de que aún clasificaba a los animales como bienes, posterior a esto, la consolidación de la Ley 1774 de 2016a llevó a cabo un cambio fundamental al reconocer y definir a los animales como seres sintientes, lo que llevó a establecer sanciones penales de cara al maltrato y fomentando el bienestar animal como una responsabilidad de todos (Congreso de la República de Colombia, 2016a). a su vez, la Ley 1801 de 2016b (Presidencia de la República de Colombia, 2016b) promulgó el Código Nacional de Seguridad y Convivencia Ciudadana, que regula comportamientos y medidas correctivas relacionadas con los animales; finalmente, la Ley 2455 de 2025 (Ley

Ángel) (Congreso de la República de Colombia, 2025) actualizó el estatuto, endureciendo sanciones y fortaleciendo las rutas de protección animal.

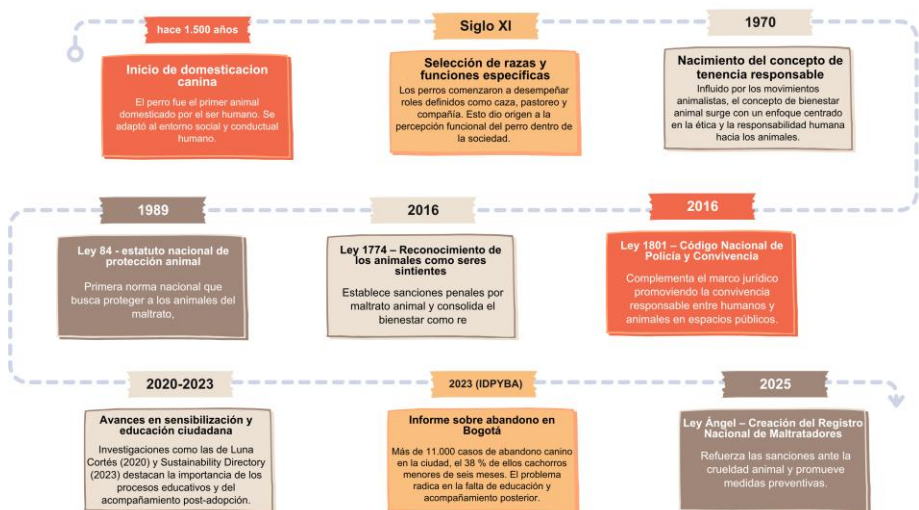
Además de esto como señalan Uessler Pinilla y Rodríguez Mateus (2023), las normas, aunque son necesarias, resultan insuficientes si no se acompañan de procesos educativos y culturales que impulsen cambios de comportamiento en la ciudadanía.

Según datos del Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal (IDPYBA), en Bogotá se registraron 11.860 reportes por presunto abandono de animales domésticos durante el año 2023, lo que refleja una problemática creciente en la ciudad, en estas cifras se evidencia que el problema no radica únicamente en la falta de adopciones, sino también en una ausencia de procesos de acompañamiento y educación responsables posteriores a la adopción (El Tiempo, 2024), como lo plantea Luna Cortés (2019), un gran número de adquirentes se originan desde la emoción o idealización de la convivencia con un cachorro, sin que haya antes una comprensión real de los factores que acompañan como compromisos económicos, tiempo, emociones y todo lo que implica adoptar conscientemente, esto lleva a que cuando la experiencia no cumple las expectativas, surge la frustración, descuido y en muchos casos el desenlace lleva al abandono.

Los primeros tres meses de vida del cachorro son una etapa crítica para el aprendizaje y la socialización, Scott y Fuller (1965) afirman que durante esta etapa, los perros desarrollan respuestas emocionales y de conducta más importantes para su vida futura, por

esta razón se considera que si se interviene pedagógicamente en esta etapa es posible prevenir comportamientos no deseados por parte del perro y, por otro lado, fortalecer el vínculo entre el adoptante y el animal desde el inicio de su convivencia.

Figura 4: Línea del tiempo



Nota. La línea de tiempo muestra los principales hitos en la evolución del vínculo humano–perro y la consolidación del concepto de tenencia responsable en Colombia, desde la domesticación hasta las leyes y acciones educativas que promueven el bienestar y la convivencia responsable (Anexo E). Fuente: Elaboración propia.

2.1.2 Marco teórico Contextual

Para entender a profundidad el problema de la tenencia irresponsable de perros, es clave también tener en cuenta los aspectos sociales, emocionales y educativos que constituyen el vínculo entre las personas y los animales. Tener un perro no es solamente alimentarlo o sacarlo, implica construir el vínculo por el que se mantienen todos estos aspectos de la comprensión, el cuidado y la responsabilidad.

El proyecto CuidaDog, surge, precisamente, de esa necesidad de ayudar a las personas que toman la decisión de adoptar un perro, y especialmente en los primeros meses de su vida, el periodo donde se establecen hábitos, confianza y afecto que darán lugar a toda su vida. En ocasiones, la falta de guía e información resultan en frustración y distanciamiento entre el cuidador y el perro, lo que el proyecto quiere poner de relieve es el aprendizaje conjunto, la conexión mutua y el bienestar compartido.

El marco contextual de CuidaDog se estructura en base a cuatro ejes: el proceso de domesticación, la evolución del vínculo humano-perro, los principios del bienestar y tenencia responsable, y la situación actual en Bogotá respecto del abandono y la falta de información.

Cada uno de estos ejes nos ayuda a comprender cómo hemos llegado a este punto, cómo ha crecido, cambiado y enfrentado el lazo entre humanos y perros, nuevos retos que al final acabará de dar forma a una herramienta digital educativa, sensible y cercana, que invite a cuidar a partir del conocimiento y del amor.

2.1.2.1 Domesticación y vínculo inicial. Para Koscinczuk (2017) La conexión entre el ser humano y el perro representa una de las más longevas y peculiares de las modalidades de convivencia inter-especies. En el transcurso de millares de años, ambos han llegado a aprender a conocerse, a acompañarse y a generar una relación que es mucho más que la estrictamente considerada como un mero acto de compañía.

El proceso de domesticación canina se sitúa entre los 50.000 a los 100.000 años al establecerse el momento que unos lobos decidieron voluntariamente acercarse a los asentamientos humanos en busca de alimento, entiéndase que esta decisión que puede parecer casual ha sido el punto inicial de una relación de cooperación, confianza y necesidad mutua de compañía mutua.

Con el paso del tiempo, esta relación constituyó, posteriormente, la aparición de distintas habilidades sociales y emocionales en los perros, aprendieron a leer los gestos humanos, a responder a nuestras emociones y a aprender de nosotros al observarnos.

En el caso de los cachorros, dicha etapa es un momento crucial; es su primer momento de su vida; es cuando nacen los momentos de confianza, de sentirse seguros y en el que empiezan a reconocer el mundo que les rodea. Cada momento de atención, cariño e interacción, marca un antes y un después que condicionará la forma de comportarse; su comportamiento y su salud emocional durante el resto de su vida.

2.1.2.2 Relación humano perro. La manera de relacionarse entre los humanos y los perros ha cambiado significativamente con el paso del tiempo. Lo que antes era una relación funcional como el trabajo, la caza o la protección ha pasado a ser un vínculo afectivo que forma parte de la propia cotidianeidad. Muchos perros dejan de ser aspectos que acompañan a los humanos para ser elementos de lo que Acero (2019) llama familias multiespecie, es decir, aquellas que constituyen hogares en los que las personas conviven en un modo recíproco con los animales, y donde estos son considerados como miembros con emociones, rutinas, etc.

Pero esta extraordinaria cercanía también ha generado ciertos malentendidos acerca de lo que su cuidado y su afecto significa. Los cuidadores, en ocasiones, exteriorizan su afecto desde una mirada muy humana, olvidando que los perros tienen sus propias formas de entender el mundo y de manifestar sus emociones. Esto es, el hecho de humanizar lo que se entiende como amor puede resultar un acto entrañable, pero que a la vez puede alejar a los perros de aquello que realmente necesitan para estar bien.

El bienestar de un perro es algo más que amor y cariño. Debe haber un equilibrio entre lo físico, mental y emocional de forma integral, como dice Koscinczuk (2017), necesita rutinas fijas, que incluyen buena alimentación, descanso, juego, exploración y socialización. La falta de alimentación, descanso, juego, exploración y socialización puede provocar el surgimiento de síntomas de malestar emocional como la ansiedad, el miedo, la frustración.

En la etapa que corresponden a los cachorros, es un

momento crítico. Es el periodo de vida donde comienzan a explorar el mundo, a aprender de este y de sus personas, dónde están comenzando a construir su confianza. En el caso de que no tengan un entorno estable y con una buena guía, empiezan a autodefinirse y a ir construyendo inseguridades en su carácter que afectan a su comportamiento y bienestar emocional en la vida futura.

2.1.2.3 Bienestar animal y tenencia responsable. El bienestar animal es un balance entre las condiciones físicas, emocionales y sociales que permitan a cada uno de estos seres vivir digna y plenamente, es decir, no solo es evitar el sufrimiento, sino asegurarse de que el animal pueda desarrollarse conforme a las exigencias de su entorno, sintiéndose seguro y pudiendo desplegar su ser.

Para González Hernández y Vega Manríquez (2022) este bienestar se entiende a partir de las Cinco Libertades, las cuales son un principio que sustenta y busca garantizar que los animales estén libres de hambre y sed, de incomodidad, que no sufran dolor o enfermedad, que puedan estar libres de miedo o angustia y que puedan comportarse de manera natural. Estas libertades representan la forma ética de poder ofrecerles la vida con calidad y la vida digna que merecen, pero también suponen una guía práctica para poderlo hacer, es decir, representan un ideal.

En esta línea, Carreño Buitrago (2017) también sostiene que la tenencia responsable de los perros no es una cuestión de amor, va más allá de este. Existe un compromiso en el que se asume también

la salud, la alimentación, el control reproductivo, la socialización, el ejercicio y el acompañamiento emocional durante toda la vida del perro. Cada una de estas actividades representa una forma de cuidar y respetar a los perros que se ha de dar durante toda su vida, aunque es especialmente relevante en esta etapa de cachorro, en la que la mente y el corazón se están formando.

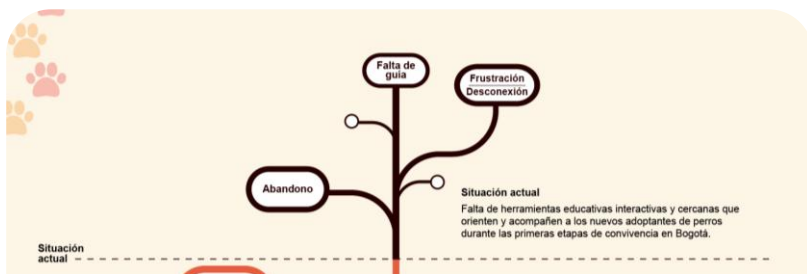
2.1.2.4 Situación de Bogotá, respecto a la tenencia de mascotas y el abandono. El abandono de perros en Bogotá continúa como una de las principales problemáticas en cuanto al bienestar animal, tal como se ratifica en la misma investigación de Uessler Pinilla y Rodríguez Mateus (2023) desde los hallazgos de su estudio, donde se encuentran entre las más aprehendidas son la falta de tiempo, el desconocimiento, la conducta de comprar sin pensar, las dificultades económicas. En muchas de estas acciones las personas que han tomado la decisión de adoptar lo han hecho sin preparaciones ni tener una idea sobre cómo es el cuidado de otro ser vivo.

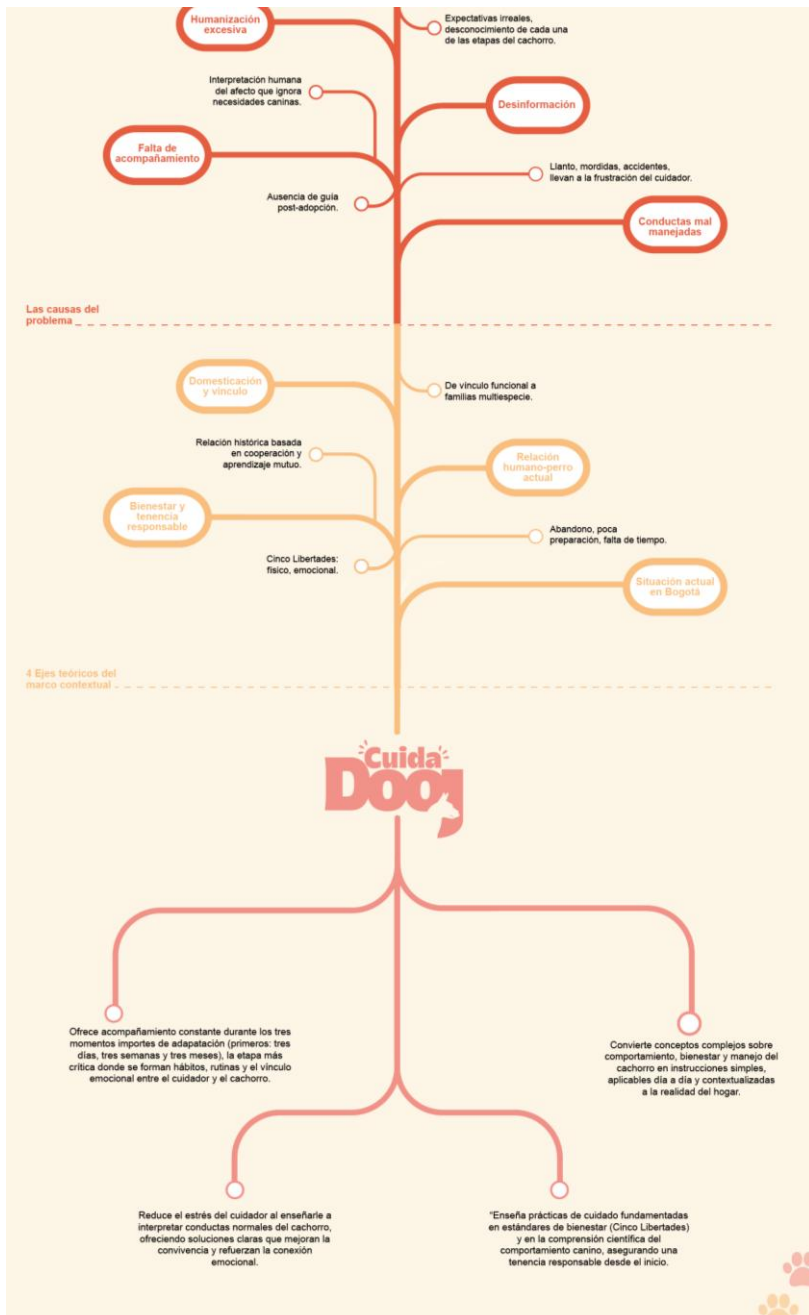
Pese a que algunas instituciones, por ejemplo, el Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal (IDPYBA) generadores de campañas de adopción, esterilización, sensibilización, el no contar con un acompañamiento formativo posterior a la adopción sigue siendo un gran vacío. Así como lo señala Virguez Mora (2022), el adoptar un perro debe dar lugar a una decisión de "corazón y no por la emoción", el de estar dispuesto e inclinado a estar acompañándolo de por vida con responsabilidad y compromiso.

Esta problemática llega a ser incluso más preocupante cuando alude a los cachorros. Los perros en sus primeros meses de su vida van atravesando un proceso de descubrimiento, aprendizaje y adaptación emocional: lloran por la noche, muerden y desguzan todo lo que se les encuentra, se ensucian, y precisan que los gestionen continuamente para poder ir asimilando las rutinas a las que tienen que adaptarse, los límites que deben seguir, y sin ese proceso continuo pueden llegar a sentirse inseguros, eludir esa frustración o incluso no ser capaces de reaccionar ante esas conductas.

Esa desconexión muchas veces tiene lugar tras la sensación de el nuevo adoptante no sabe qué hacer y puede dar lugar a una desconexión emocional con su cachorro y en algunos casos esa distancia emocional se manifiesta a través del abandono o un maltrato más implícito, el que corresponde a la negligencia emocional, que es la dependencia de un cachorro que se encuentra sin los cuidados de los cuales depende para poder llegar a desarrollarse.

Figura 5: *Marco Contextual Integrado*





Nota. El diagrama integra los elementos fundamentales del marco contextual de CuidaDog, articulando el origen histórico del vínculo humano–perro, su transformación a lo largo del tiempo, los principios del bienestar y la tenencia responsable, y la situación actual en Bogotá, para evidenciar cómo estos factores convergen en la necesidad de una herramienta de acompañamiento para nuevos cuidadores (Anexo F). Fuente: Elaboración propia.

2.1.3 Marco Disciplinar

2.1.3.1 Comunicación transmedia. La comunicación transmedia es definida como una estrategia que proyecta un mensaje a través de múltiples plataformas, donde cada una aporta algo significativo a la realización de un universo narrativo, Según Jenkins (2003), señala que “en la forma ideal de narración transmedia, cada medio hace lo que mejor sabe hacer: una película puede proporcionar una historia central, los videojuegos permiten explorar el mundo, y los cómics pueden expandir la narrativa”. En 2009, Jenkins estableció esto mediante siete principios que reúnen la expansión del contenido, la multiplicidad de puntos de acceso y la participación del público.

En el contexto de la tenencia responsable de cachorros, la comunicación transmedia juega un papel poderoso para lograr sensibilizar y educar a los futuros cuidadores ya que pueden acceder a distinta información a través de los diversos canales de comunicación como lo son: redes sociales, prototipos, talleres

presenciales y materiales audiovisuales, esta diversidad de medios no solo da mayor alcance del mensaje, Según Scolari (2013), las narrativas transmedia no solo expanden una historia a través de distintos medios, sino que también promueven la participación activa de las audiencias en la construcción de significado, convirtiéndolas en coproductoras del conocimiento y la experiencia.

2.1.3.2 Gamificación y simulación educativa. La gamificación se define como un uso de elementos y dinámicas que vienen del juego en contextos no lúdicos, con el objetivo de motivar, comprometer y del aprendizaje significativo. Según Kevin Werbach y Dan Hunter (2012) establecen que esta estrategia permite “aprovechar el pensamiento de los juegos para transformar comportamientos y generar experiencias memorables”, en su marco conceptual, ellos distinguen entre componentes como puntos, niveles, insignias, o mecánicas en las que hay retos, recompensas, turnos y dinámicas narrativas, de progresión o interacción, que pueden ser aplicadas estratégicamente en entornos educativos.

Desde una perspectiva pedagógica, la gamificación busca trasladar los principios del juego —curiosidad, logro y retroalimentación— a experiencias de aprendizaje que promuevan la participación del usuario. Como plantean Deterding et al. (2011), el objetivo no es convertir todo en un juego, sino integrar sus elementos para estimular la implicación emocional y cognitiva en contextos reales.

Desde el campo de diseño digital y multimedia se potencia esta experiencia al integrar una suma de elementos visuales, narrativos y pedagógicos que convierten lo interactivo y la experiencia de usuario en un recurso de aprendizaje.

2.1.3.3 Accesibilidad y experiencia de usuario (UX). La experiencia de usuario o User Experience (UX), se centra en comprender la manera en que una persona recibe e interactúa con un producto digital, mediante factores como accesibilidad, usabilidad y satisfacción emocional. Según la *ISO 9241-210* (2019), la experiencia de usuario se define como “las percepciones y respuestas de una persona que resultan del uso o del uso anticipado de un producto, sistema o servicio”, e implica una evaluación tanto cognitiva como emocional.

Como explica Norman (2013), la UX debe abordar no solo la funcionalidad, sino también la dimensión afectiva, ya que “la emoción es inseparable de la experiencia” (p. 45). En la misma línea, Nielsen (2012) señala que la usabilidad constituye un eje esencial de la calidad de un producto digital, al facilitar la eficiencia, la eficacia y la satisfacción del usuario durante la interacción.

En el caso del proyecto, la experiencia de usuario busca la satisfacción de nuevos cuidadores que actualmente enfrentan dificultades en el acceso a contenidos confiables y estructurados sobre el cuidado responsable de los cachorros, para alcanzar este objetivo, se tendrá como lineamiento el UX, que nos guiará en el

proceso de ideación y desarrollo del producto.

La usabilidad es fundamental para que la persona que haga uso de la herramienta digital pueda hacerlo de manera fácil, intuitiva y sin necesitar de conocimientos técnicos avanzados, cualquier persona independiente de su nivel o dispositivo tecnológico, pueda interactuar con la herramienta, la funcionalidad del desarrollo del proyecto es indispensable para asegurar que el usuario pueda hacer uso de los contenidos, recursos y canales de comunicación disponibles. Como indica la *World Wide Web Consortium (W3C, 2018)*, los productos deben diseñarse de manera que la información y las funciones sean perceptibles, operables, comprensibles y robustas.

En conjunto, la aplicación de estos principios asegura que *CuidaDog* sea una herramienta funcional, empática y universalmente usable, fortaleciendo la relación entre el diseño digital, la educación y el bienestar animal.

2.1.3.4 Fundamentos del diseño educativo y emocional.

El diseño educativo se entiende como una práctica que combina principios de carácter pedagógico, comunicativo y visual con el objeto de diseñar experiencias de aprendizaje significativas. Su finalidad no es solo informar, busca el entendimiento, la reflexión y la acción, tratando de que las personas asuman un rol activo en un proceso de descubrimiento y de conexión con el contenido.

Desde esta perspectiva, la dimensión emocional pasa a ser un eje clave en el aprendizaje vivir el conocimiento no se limita a

aprender, sino que establece relaciones afectivas con lo que se aprende. Las emociones que permiten focalizar la atención, mantener la motivación y favorecer la memoria están íntimamente conectadas con la experiencia educativa (Mayer, 2014).

El diseñador Donald Norman (2004) indica que las emociones provocan un impacto notable en la percepción, interpretación y recuerdo de las experiencias. De esta forma, un diseño empático, agradable o que despierte curiosidad puede aumentar la motivación y la efectividad en la recordación del aprendizaje. Picard (2010) resalta que las emociones no son un complemento del proceso cognitivo, sino un componente esencial para la toma de decisiones, la creatividad y la construcción de sentido.

En el caso del proyecto CuidaDog, el diseño que aborda la educación y la emoción se fusionan para acompañar a la persona cuidadora en los primeros meses de convivencia con su cachorro. Es una etapa de convivencia en la que las emociones, la paciencia y la curiosidad son clave. La propuesta persigue una estética amigable, con formas redondeadas, una paleta de colores cálidos y acogedores, que transmiten confianza, la ternura y el vínculo emocional.

El aspecto visual, la combinación de una narración empática, y recursos interactivos pretenden generar el clima deseado entre la persona cuidadora y su perro, que se caracteriza por la cercanía, la seguridad y la felicidad que se transmite en el aprendizaje.

Tabla 1

Tabla de comparación de enfoques disciplinares

Componente disciplinar	Definición / Enfoque teórico	Aplicación en CuidaDog	Valor para el cuidador / usuario
<p>Comunicación transmedia.</p> <p>Jenkins (2003, 2009); Scolari (2013).</p>	<p>Expansión del mensaje en múltiples plataformas; narrativa distribuida.</p>	<p>Permite que los contenidos de tenencia responsable lleguen por diversos canales (prototipo, redes, talleres, materiales).</p>	<p>Acceso flexible a la información según su necesidad y estilo de consumo.</p>
<p>Gamificación y simulación educativa.</p> <p>Werbach & Hunter (2012); Deterding et al. (2011)</p>	<p>Uso de mecánicas de juego para motivar, acompañar y generar aprendizaje significativo.</p>	<p>Incentiva la participación mediante retos, logros, niveles y retroalimentación visual.</p>	<p>Mantiene motivación, facilita la práctica, reduce frustración y fortalece hábitos.</p>
<p>Accesibilidad y experiencia de usuario (UX).</p> <p>ISO 9241-210 (2019); Norman (2013); Nielsen (2012); W3C (2018)</p>	<p>Diseño centrado en el usuario: usabilidad, accesibilidad, eficiencia y satisfacción.</p>	<p>Garantiza una plataforma amigable, intuitiva y comprensible para cualquier persona.</p>	<p>Facilita el acceso rápido a contenidos confiables sin complejidad técnica.</p>
<p>Diseño educativo y emocional.</p> <p>Mayer (2014); Norman (2004); Picard (2010)</p>	<p>Integración de lo pedagógico con lo emocional para generar experiencias de aprendizaje significativas.</p>	<p>Construye un ambiente visual y narrativo cálido, seguro y empático.</p>	<p>Genera confianza, reduce ansiedad, y favorece una relación positiva con el cachorro.</p>

2.1.4 Marco Conceptual

Este proyecto nace de la necesidad de fortalecer el conocimiento de los futuros cuidadores sobre la tenencia responsable de perros mediante el uso e implementación de un producto multimedial. El marco conceptual se fundamenta en los siguientes conceptos:

- **Adopción responsable:** Proceso mediante el cual una persona o cuidador asume el cuidado de un animal, teniendo como objetivo principal el compromiso para satisfacer sus necesidades físicas, emocionales y sociales a corto, mediano y largo plazo, todo esto bajo los lineamientos legales y éticos que promueven el bienestar animal.
- **Bienestar animal:** Estado en el que los animales viven y se desarrollan libre de sufrimiento, enfermedades, maltrato y estrés, cubriendo sus requerimientos básicos de salud, alimentación, refugio y afecto.
- **Tenencia responsable de animales:** Condición por la cual un cuidador de un animal asume la obligación de procurarle una adecuada provisión de alimentos, vivienda, contención, atención de salud y buen trato durante toda la vida, evitando asimismo el riesgo que pudiese generar como potencial agresor o transmisor de enfermedades a la población humana y el medio ambiente.
- **Educación digital:** Uso de la tecnología de la información y comunicación para transmitir contenidos y valores educativos. En este contexto el producto multimedial servirá

para sensibilizar, instruir y acompañar a los futuros cuidadores sobre la tenencia responsable de una mascota.

- **Experiencia transmedia:** La experiencia transmedia se entiende como la integración de distintos medios (digitales, gráficos, audiovisuales y presenciales) para construir un proceso educativo continuo, inmersivo y participativo, donde cada medio aporta un fragmento único de la historia o del aprendizaje (Jenkins, 2006; Scolari, 2013).
- **Diseño centrado en el usuario (DCU):** (Norman, 1986) define la experiencia de usuario como el conjunto de percepciones y reacciones que un individuo experimenta al interactuar con un sistema o producto, incluye factores como la facilidad de uso, la eficiencia, la satisfacción y las emociones generadas durante la interacción, este enfoque permite desarrollar una experiencia transmedia educativa pensada desde la perspectiva del adoptante.
- **Gamificación:** La gamificación consiste en aplicar dinámicas y elementos del juego (niveles, logros, puntos o recompensas) en contextos no lúdicos, con el fin de aumentar la participación y el compromiso del usuario (Deterding et al., 2011).
- **Vínculo humano–animal:** Se refiere a la relación afectiva y simbólica entre humanos y animales, que genera beneficios mutuos, pero también responsabilidades éticas (Acero Aguilar, 2019).

2.1.5 Marco Institucional

El presente proyecto se desarrolla en el contexto actual de la ciudad de Bogotá, en el margen de las problemáticas relacionadas con la adopción y la tenencia responsable de perros. Este fenómeno, que ha venido en crecimiento en los últimos años debido al aumento de casos de abandono y devolución de animales, se expone la necesidad de fortalecer procesos educativos y de acompañamiento a los nuevos cuidadores.

En este escenario, la Fundación Empáticas constituye el principal referente institucional y el caso de estudio de la investigación. Esta organización sin ánimo de lucro trabaja en la promoción de la adopción responsable y el bienestar animal, enfocándose en encontrar el mejor hogar para cada perro rescatado, dirigidos a las personas que deciden integrar un nuevo compañero canino a su hogar, su labor se centra en generar conciencia sobre la importancia del compromiso emocional, ético y social que implica adoptar por medio de jornadas y actividades de adopción, buscando las mejores opciones tanto para las personas o familias adoptantes como también para que los perros tengan una vida digna.

La articulación con la Fundación Empáticas ha permitido contextualizar y validar el proyecto, esta colaboración facilitó el acercamiento a información real sobre las dificultades más frecuentes en los procesos de adopción, los hábitos de cuidado y las causas del abandono, aspectos que sirvieron, además de reuniones con expertos, como base para el diseño de los contenidos del proyecto.

2.1.6 Marco Legal

El marco legal del proyecto se fundamenta en las normas colombianas que regulan el bienestar, la protección y la tenencia responsable de animales, y actúa como sustento jurídico para lo que propone CuidaDog. Estas disposiciones establecen obligaciones para los cuidadores, sanciones frente al maltrato y mecanismos de prevención.

Durante las últimas décadas, Colombia ha transitado hacia un modelo legal que reconoce a los animales como seres sintientes, como ejemplo tenemos La Ley 1774 de 2016 que constituye un momento crucial para Colombia al declarar que los animales “no son cosas” por lo que deben recibir “especial protección contra el sufrimiento y el dolor” (art. 1) además de incorporar el maltrato como delito penal. (Ley 1774 de 2016 Congreso de la República - Gestor Normativo, s. f.), esta norma cambió y reformó el Código Civil, el Código Penal y el Estatuto Nacional de Protección Animal, lo que ayudó a impulsar que las autoridades actúen de manera inmediata ante casos de crueldad.

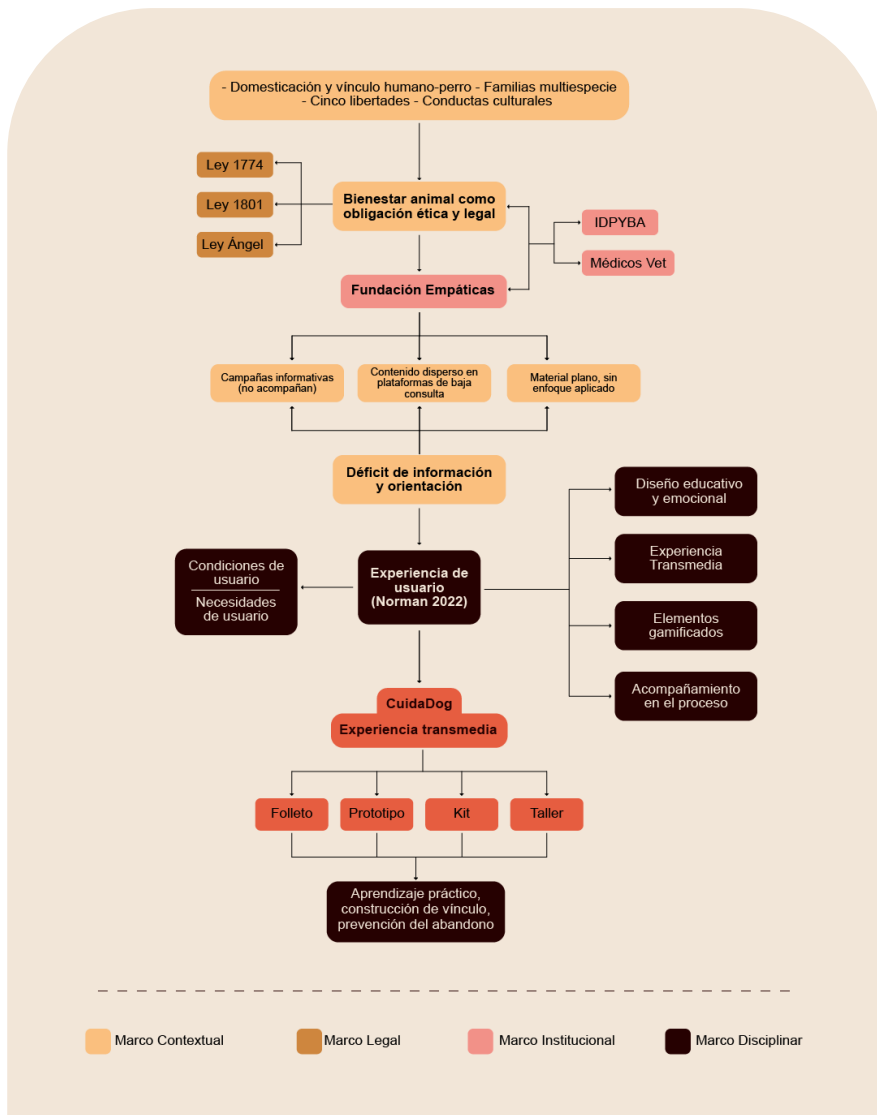
Según la Ley 1801 de 2016 (Código Nacional de Policía y Convivencia) se refuerza la responsabilidad ciudadana en la tenencia de mascotas, definiendo deberes en los que se considera garantizar su bienestar físico y emocional, establecer un control a los animales en espacios públicos, recoger desechos y evitar su abandono, también esta norma prohíbe y castiga la venta de animales en vía pública en municipios con más de 100.000 habitantes y faculta normas locales en materia de transporte y manejo animal.

Actualmente, existe la Ley 2455 de 2025 (Ley Ángel) que fortalece el marco normativo al hacer más robustas las sanciones frente al maltrato animal, crear el Registro Nacional de Maltratadores e incluso autorizar a la autoridad para ingresar a domicilios sin orden judicial en casos flagrantes de crueldad, esta ley actualiza el Estatuto Nacional de Protección Animal (Ley 84 de 1989) y amplía las competencias del Estado para prevenir, investigar y sancionar la violencia contra los animales.

También existen disposiciones locales y programas complementario como por ejemplo, el Acuerdo 667 de 2017, que da estructura legal al IDPYBA en Bogotá para promover la adopción responsable, la esterilización y la educación ciudadana, como también la Resolución 206 de 2019 del Ministerio de Salud que regula condiciones sanitarias y de bienestar para animales domésticos, alineado con el enfoque “Una Salud” que integra salud animal, humana y ambiental, teniendo en cuenta esto CuidaDog está alineado con esa normativa al convertirla en una experiencia educativa vivencial, donde el aprendizaje, la ética y el diseño convergen para promover una tenencia responsable.

El siguiente mapa conceptual resume los factores que impactan la problemática que aborda CuidaDog, desde el contexto, antecedentes institucionales y marco legal que envuelven al adoptante. En el esquema se puede observar cómo estas dimensiones se interrelacionan y cómo la propuesta transmedia da respuesta a las necesidades de orientación, apoyo y aprendizaje práctico encontradas en los nuevos cuidadores.

Figura 6: Relación Conceptual entre el Problema, Marcos Teóricos y la Propuesta CuidaDog.



Nota. El diagrama presenta la articulación completa del problema y la solución propuesta por CuidaDog, integrando los elementos del marco contextual, legal, institucional y disciplinar (Anexo G).
Fuente: Elaboración propia.

2.2 Estado del Arte

2.2.1 Ciclovía Zoolidaria

En el año 2019 la Alcaldía Mayor de Bogotá, junto con el Instituto Distrital de Recreación y Deporte (IDRD) y el Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal (IDPYBA), ha llevado a cabo la campaña Ciclovía Zoolidaria en la localidad de Tunjuelito. Esta va de una jornada de implementación gratuita de microchips (para estratos 1, 2 y 3) acompañada de una charla sobre la tenencia responsable incluyendo recomendaciones básicas de cuidado y pautas para practicar ejercicio físico de manera segura junto a sus mascotas.

La propuesta no se limitó a prestar un servicio, sino que también le brindó herramientas a la comunidad sobre cómo mejorar su relación con sus animales de compañía, sin embargo, al tratarse de un evento aislado, se limita a difundir la información sin dar un seguimiento sobre los compromisos adquiridos por parte de los cuidadores.

Figura 7: Ciclovía Zoolidaria



Cartel de la campaña *Ciclovía Zoolidaria – Tu perro hace parte de la familia.*

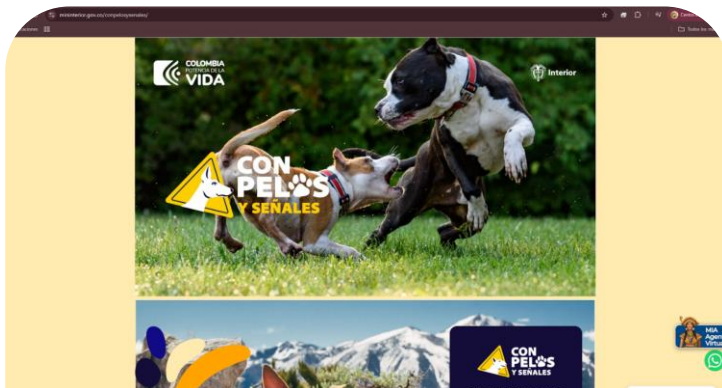
Nota. Tomado de Alcaldía Mayor de Bogotá (2019).

<https://bogota.gov.co/que-hacer/animales/aprende-sobre-tenencia-responsable-de-animales>

2.2.2 Campaña “Con pelos y señales”

En 2023, el Ministerio del Interior lanzó la campaña “Con Pelos y Señales”, su objetivo es educar a los ciudadanos sobre la tenencia responsable orientada al manejo especial de los perros que son clasificados como potencialmente peligrosos. La iniciativa buscó que las personas comprendan los riesgos las responsabilidades particulares que implica tener un perro de estos, aunque la estrategia apela a la conciencia ciudadana y busca la reflexión sobre la corresponsabilidad en la convivencia, falta un conector emocional o narrativo que haga la información más llamativa, ya que se limita a una comunicación informativa puntual.

Figura 8: *Plataforma Digital con Pelos y Señales*



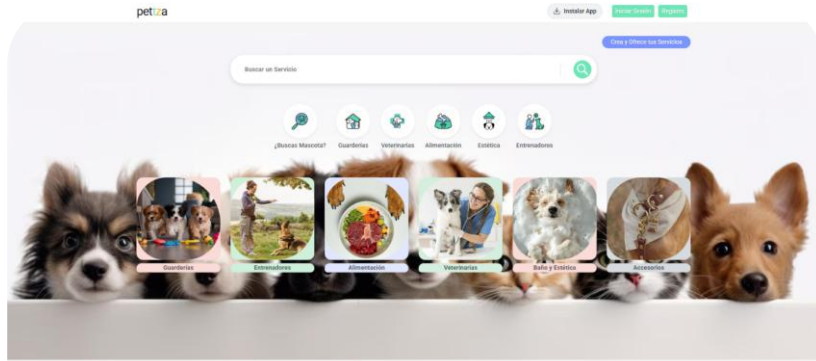
Plataforma Digital con Pelos y Señales

Fuente: <https://www.mininterior.gov.co/conpelosysenales/>

2.2.3 PettzaPettza

Esta trata de una plataforma gratuita creada en Boyacá, su propósito es conectar a cuidadores de mascotas para acceder a diferentes servicios que les sean útiles o necesarios, dentro de su localidad, se enfoca únicamente en los servicios que se ofrecen relacionados a las mascotas, pero promueve un bienestar colaborativo fomentando una comunidad responsable.

Figura 9: *Plataforma Digital Pettza*



Plataforma Digital

Pettza Fuente: <https://pettza.com/>

2.2.4 Adopta Bogotá

La fundación Adopta Bogotá, como iniciativa propia, trabaja para generar una sana convivencia entre personas, animales y sociedad. Por medio de la plataforma, específicamente en esta sección de tenencia responsable se abarca información clave sobre las necesidades físicas (Alimentación, atención veterinaria, vacunación desparasitación higiene y esterilización), y también las emocionales (cariño y socialización). La explicación de este contenido es clara y bien estructurada, aunque su contenido podría potenciarse con elementos narrativos más dinámicos que sean más atractivos para los usuarios.

Figura 10: Plataforma Digital Adopta Bogotá



Plataforma Digital Adopta Bogotá

Fuente: <https://www.adoptabogota.com/p/tenencia-responsible.html>

2.2.5 Rescatadods

Este sitio Web, realizado por estudiantes de la Universidad Pontificia Bolivariana, está estructurado como una narrativa interactiva y transmedia, se va dividiendo por capítulos que cuentan fases divididas en la preparación, la adopción y el rescate, este sitio ofrece diferentes dinámicas como, una narración que explica este proceso de preparación desde que la persona decide que quiere un perro, conexión con el perfil de instagram del sitio donde se complementa información y datos sobre los cuidados a tener en cuenta sobre la

mascota, así como un test tipo juego en Kahoot y narrativas audiovisuales con las historias de algunas personas con sus mascotas lo que ayuda a tener una mayor conexión con los usuarios haciendo de todo el proyecto una experiencia muy completa, sin embargo falta un enfoque educativo más estructurado que permita un aprendizaje más efectivo sobre los cuidados del perro.

Figura 11: *Sitio Web RESCATADOGS*



Sitio Web RESCATADOGS

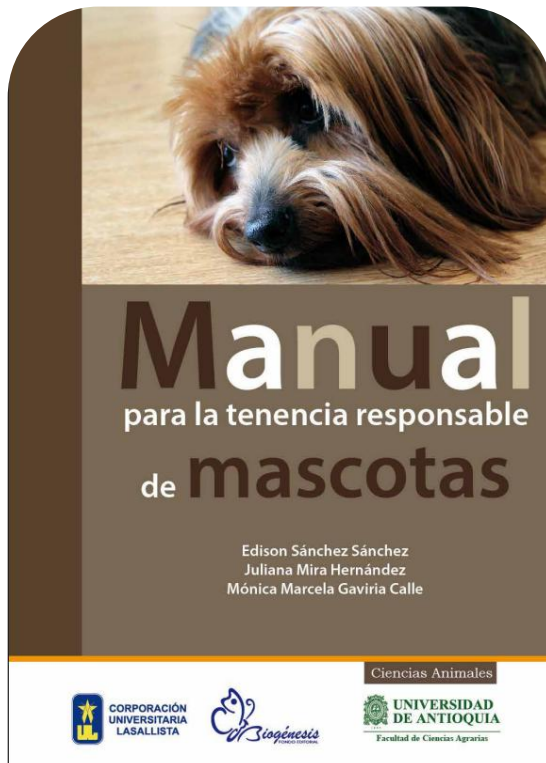
Fuente: <https://cajiasfabian.wixsite.com/rescatadogs>

2.2.6 Manual para la Tenencia Responsable de Mascotas

Esta guía fue elaborada por integrantes del grupo de investigación de la Corporación Universitaria Lasallista, es un texto que aborda desde los cuidados físicos, médicos y de higiene, así como también la parte emocional y ética de la convivencia con una mascota, es bastante

completa va desde el momento en que se decide adoptar hasta el final del ciclo de vida del perro, tiene un enfoque integral y empático, combina la información científica y técnica y la expresa desde un punto sensible y educativo, sus contenidos son claros y bien organizados, sin embargo, su alcance comunicativo y formato, se ve limitado en un documento informativo, tiene escasos recursos visuales y la falta de elementos narrativos o audiovisuales no le permite conectar con un público más amplio y fortalecer el aprendizaje práctico en la tenencia de mascotas.

Figura 12: *Manual para la Tenencia Responsable de mascotas*



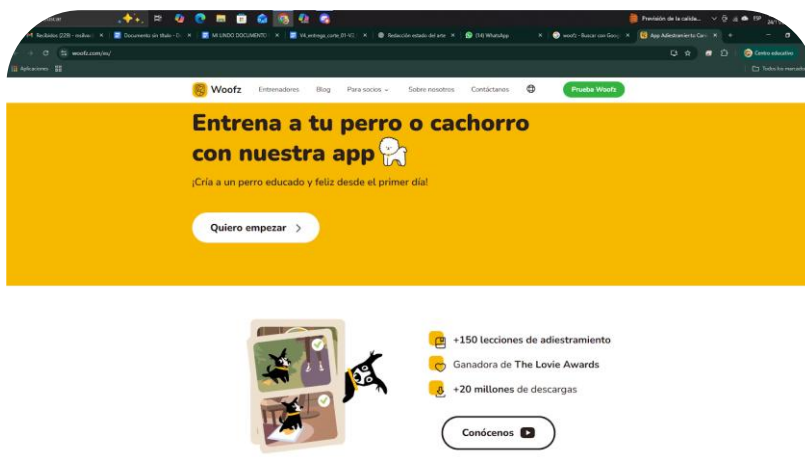
Documento PDF Manual para la Tenencia Responsable de Mascotas

Fuente: [Vista de Manual para la tenencia responsable de mascotas.](#)

2.2.7 Woofz

Es una aplicación digital del año 2020, enfocada en adiestramiento canino, con un plan personalizado para su entrenamiento, teniendo en cuenta, raza, edad y los objetivos que se quieran lograr con el perro, tiene videotutoriales paso a paso, un panel de bienestar para monitorear la salud y actividad del perro permite registrar los paseos y hábitos y está basado en métodos de refuerzo positivo. Sin embargo, tiene un modelo de suscripción, con un plan premium de pago, con precios que pueden llegar a ser bastante elevados para los usuarios, esto genera que gran parte del contenido se encuentre restringido, dejando la versión gratuita con opciones limitadas y reduciendo el acceso a la experiencia completa del sistema de entrenamiento.

Figura 13: *Aplicación Woofz*



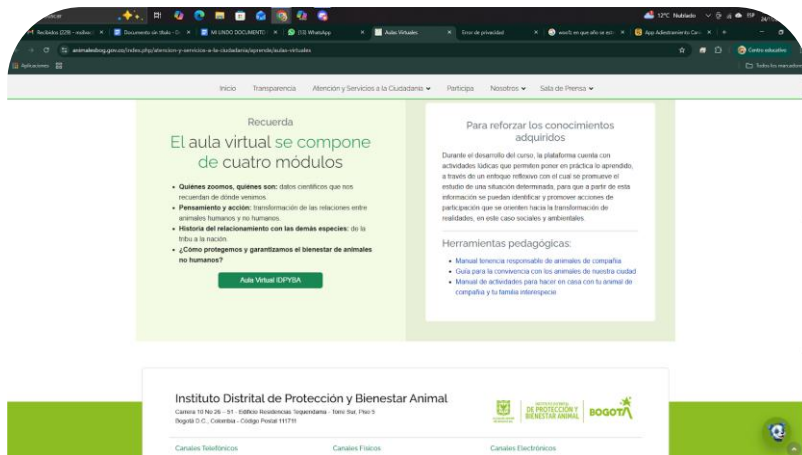
Aplicación digital Woofz

Fuente: [App Adiestramiento Canino - Woofz para Perros](#)

2.2.8 Aula Virtual Zoomos

Este es un curso teórico-práctico creado por el Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal (IDPYBA), con el fin de promover la “ciudadanía zoolodaria” en Bogotá desde el año 2020. En la página web, incluye las herramientas: Manual de tenencia responsable de animales de compañía, Guía para la convivencia con los animales de nuestra ciudad y Manual de actividades para hacer en casa con tu animal de compañía y tu familia interespecie. Es un curso gratuito y accesible para cualquier ciudadano, usa una metodología de contenidos variados como videos, presentaciones y actividades lúdicas para reflexionar y poner en práctica lo aprendido, además al ser del IDPYBA, tiene apoyo técnico y organizativo para mantenerse como programa educativo. Aun así, al entrar a la página web, algunos enlaces de las herramientas pedagógicas ya no funcionan, no muestra actualizaciones en los cambios de normativas o prácticas desde el año de publicación, no hay un sistema de seguimiento o certificación para saber si los usuarios completan el curso o interiorizan la información para aplicarla.

Figura 14: Plataforma web IDPYBA



Página Web del Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal, sección Aulas Virtuales Zoomos

Fuente: [Aulas Virtuales](#)

2.2.8 Lineamientos para una política pública nacional de tenencia responsable de animales de compañía y de producción en Colombia

Este documento fue elaborado por la Dirección de Promoción y Prevención, Subdirección de Salud Ambiental del Ministerio de Salud y Protección Social de Colombia, con el propósito de establecer las bases de una política nacional de tenencia responsable frente a las mascotas, abarcando aspectos de, salud, ambiente, educación y bienestar animal, buscando el respeto, la protección y el cuidado adecuado de estos animales. La guía aborda la tenencia desde una

perspectiva más legal y social, explicando las competencias del Estado, las entidades territoriales y el compromiso que deben llevarlos cuidadores además de promover la corresponsabilidad ciudadana frente a su bienestar, Tiene un enfoque integral y organizativo, define los deberes y responsabilidades de cada actor involucrado y busca promover el respeto hacia los animales .No constante, es un documento institucional, su lenguaje es formal y su formato es informativo, lo que limita su alcance pedagógico y emocional, carece de una dimensión cercana.

Figura 15. *Manual de lineamientos de política pública nacional*



Documento PDF Lineamientos para la política de tenencia responsable de animales de compañía y de producción

Fuente: [lineamientos-tenencia-responsables-acy.pdf](#)

2.3 Caracterización de usuario

Una vez detectada la necesidad de información y orientación en los procesos de adopción se tomó como caso de estudio a los nuevos cuidadores y adoptantes de cachorros de la Fundación Empáticas.

Con el fin de conocer sus características y qué tanto saben sobre tenencia responsable, se realizó un sondeo previo mediante Google Forms, el cual se compartió entre los adoptantes y potenciales adoptantes que consultaron a la fundación. El cuestionario recogió información sobre edad, nivel educativo, cuidados, fuentes de información y expectativas ante la convivencia con el cachorro.

Los resultados demostraron que la mayoría de los encuestados tienen entre 25 y 35 años, residen en Bogotá y se informan esencialmente usando medios digitales. Pero la mayoría de las personas que ya han adoptado, no conocían qué requería el cachorro, sintiéndose inseguros y frustrados en la adaptación.

Estos hallazgos originaron un perfil del cuidador primerizo urbano: amante de los animales, dispuesto a aprender y con carencias prácticas y emocionales. Estos hallazgos reafirman la necesidad de una herramienta educativa e interactiva que guíe a los nuevos cuidadores en las primeras etapas de convivencia con su cachorro. Para complementar lo expuesto, ver síntesis de resultados en la Figura 16, anexo H.

Figura 16: Sondeo.

Ficha resultad de sondeo de percepción.



Nota. La figura muestra los principales resultados del sondeo aplicado a 72 participantes entre 18 y 25 años. Se evidencia desconocimiento sobre la tenencia responsable, alto interés en aprender mediante herramientas digitales y preferencia por formatos breves e interactivos. (Anexo H) Fuente: Elaboración propia.

2.3.1 Usuario potencial

Corresponde a las personas que se encuentran interesadas y a las que acaban de adoptar, habitan en la ciudad de Bogotá, y se caracterizan por acceder constantemente a herramientas digitales, especialmente redes sociales y contenido audiovisual.

Su motivación principal es el deseo de compañía emocional y la construcción de un vínculo afectivo duradero con el cachorro, sin embargo, su conocimiento sobre la tenencia responsable suele ser limitado, lo que genera una separación entre la idealización del cuidado y la realidad del compromiso.

A partir del análisis de perfiles recolectados, se identifican tres categorías de usuario potencial que comparten la misma necesidad de orientación, pero en diferente forma de asumir la responsabilidad de adopción:

2.3.1.1 Parejas que adoptan conjuntamente un cachorro.

Este grupo está compuesto por parejas entre los 25 y 35 años, sin hijos o en proceso de unión en su proyecto de vida, para ellos, la adopción de un cachorro representa un acto simbólico de unión, ya que les permite compartir responsabilidades, sin embargo, durante las primeras semanas de convivencia suelen presentarse retos comunicativos y de distribución de tareas, especialmente en aspectos como la alimentación, la educación del perro, los gastos veterinarios o las rutinas diarias, lo que puede generar tensiones y sentimientos de frustración, por esto, la experiencia transmedia debe responder a

sus necesidades mediante contenidos que promuevan la corresponsabilidad, el diálogo y la planificación compartida, ofreciendo guías prácticas con recordatorios que los ayuden a establecer rutinas.

2.3.1.2 Familias con hijos, donde los padres toman la decisión de adopción. Este grupo está compuesto por familias con hijos que están en el colegio, donde los padres toman la decisión de adoptar un cachorro como una oportunidad educativa para inculcar la responsabilidad en sus hijos, aunque en la práctica las responsabilidades recaen principalmente sobre los padres, ya que los niños suelen idealizar el cuidado y perder el interés rápidamente, frente a ello, la experiencia transmedia busca acompañar a las familias en este proceso mediante contenidos universales, promoviendo la participación guiada de los niños en las rutinas de cuidado y fortaleciendo el rol educativo de los padres.

2.3.1.3 Personas solteras. Este grupo está compuesto por personas solteras que viven solas y buscan un cachorro que les brinde compañía emocional, para ellas el cachorro representa un apoyo afectivo frente a experiencias de soledad, estrés laboral o procesos de duelo, convirtiéndose en un vínculo que brinda bienestar, sin embargo este tipo de usuario enfrenta desafíos asociados a su estilo de vida individual, como la falta de tiempo o la ausencia de redes de apoyo para el cuidado diario, por esto la experiencia transmedia se plantea como un acompañante informativo y

emocional, que ofrece orientación en el proceso y recordatorios para equilibrar las rutinas personales con las del cachorro, además, integra un directorio médico que cuenta como apoyo.

Figura 17: *User persona*



Nota. La imagen representa el perfil detallado de un usuario potencial, evidenciando información clave como las motivaciones, los hábitos, expectativas frustraciones y personalidad (Anexo I).

Fuente: Elaboración propia.

2.3.2 Usuarios secundarios

Se identificaron usuarios secundarios que, aunque no sean adoptantes primerizos, pueden beneficiarse directamente del uso de la herramienta.

2.3.2.1 Propietarios actuales de cachorros. Los propietarios actuales de cachorros son personas que ya conviven con un cachorro y enfrentan retos de comportamiento como mordidas, ladridos o ansiedad por separación, la experiencia transmedia les ofrece orientaciones rápidas y confiables, mediante recursos visuales y narrativos que explican el comportamiento canino promoviendo una convivencia más equilibrada y empática entre el cuidador y su mascota.

2.3.2.2 Familias multiespecie. Las familias multiespecie están conformadas por niños, adultos mayores y/o varias mascotas, y reconocen a los animales como miembros de la familia (Acero Aguilar, 2019), la llegada de un nuevo cachorro implica un proceso de adaptación y socialización estructurada, donde se busca una convivencia armónica, segura y afectuosa entre todos los integrantes. La experiencia transmedia ofrece material educativo orientado a la correcta socialización del cachorro.

2.3.3 Usuario especializados e instituciones

Son los profesionales y organizaciones que trabajan directamente en la protección, educación y bienestar animal, entre ellos refugios y fundaciones como la Fundación Empáticas, entidades gubernamentales como el Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal (IDPYBA), la Secretaría de Ambiente y la Alcaldía de Bogotá, así como etólogos, veterinarios y educadores caninos, entre otros.

Estos actores actúan como validadores técnicos y éticos del proyecto, asegurando que los contenidos de la experiencia transmedia se ajusten a las normativas vigentes, a los principios del bienestar animal y a las buenas prácticas pedagógicas. Su participación fortalece la credibilidad institucional y abre la posibilidad de integrar la herramienta en programas públicos de adopción responsable.

Desde la perspectiva del Diseño Centrado en el Usuario (DCU), cumplen el rol de usuarios expertos o stakeholders, aportando conocimiento especializado, validando la información, apoyando su difusión comunitaria y ofreciendo retroalimentación constante para garantizar una solución ética, legal y socialmente sostenible.

2.3.4 Usuario indirectos

Los usuarios indirectos del proyecto son los perros, aunque no interactúan directamente con la herramienta transmedia, son los principales beneficiarios del conocimiento, las actitudes y los comportamientos adquiridos por los cuidadores, su inclusión se

fundamenta en la Ley 1774 de 2016, que reconoce a los animales como seres sintientes y sujetos de bienestar, otorgándoles un valor dentro de las relaciones humanas.

Figura 13: *Tipología de usuarios de CuidaDog*



Nota. La figura identifica los principales grupos de usuarios vinculados al proyecto CuidaDog (Anexo J) Fuente: Elaboración propia.

A partir de los hallazgos obtenidos durante la fase de investigación, especialmente en las emociones, las necesidades y dificultades que experimentan los nuevos cuidadores en el proceso de adaptación del cachorro. Se creó un Journey Map que ilustra el camino del cuidador desde antes de la adopción hasta la post-adaptación (Figura 14). Esta herramienta ayuda a visualizar cómo se van transformando las experiencias del usuario a lo largo de las etapas y dónde surgen las

principales necesidades de acompañamiento.

En el Journey Map resume cómo interactúan emociones, necesidades, problemas comunes, intervenciones de CuidaDog, evidenciando los momentos críticos donde la vivencia se fragmenta y requiere apoyo pedagógico. Esto permite identificar oportunidades clave para el diseño de la experiencia transmedia, reafirmando la necesidad del folleto, el prototipo, el kit, y el taller como herramientas diferenciadas en el proceso, sirve como una guía para tomar decisiones en la construcción de la solución desde el diseño.

Figura 18: *Journey Map.*



Nota. La figura presenta el Journey Map del cuidador, evidenciando la evolución de emociones, necesidades, problemas, intervenciones CuidaDog y puntos de contacto a lo largo de las etapas de adopción (Anexo K) Fuente: Elaboración propia.

3. Desarrollo de la metodología, análisis y presentación de resultados

3.1 Criterios de diseño

Los criterios de diseño del proyecto CuidaDog nacen como respuesta a las necesidades encontradas en el proceso de adopción de cachorros, como son: la falta de orientación práctica, emocional y formativa. Estos criterios representan un conjunto de lineamientos conceptuales, estéticos, pedagógicos y tecnológicos para desarrollar una experiencia transmedia de aprendizaje centrada en el usuario, basada en el diseño emocional y certificada por expertos en bienestar animal.

La finalidad de los criterios es que la propuesta sea significativa, accesible y empática, acompañando gradualmente a los adoptantes en las primeras fases de adaptación del cachorro: los primeros tres días, tres semanas y tres meses. Con este acompañamiento se pretende fomentar la tenencia responsable, fortalecer el vínculo humano-animal y la empatía interespecie, convirtiendo la información en aprendizaje y el aprendizaje en compromiso.

Luego de analizar el estado del arte y las campañas actuales de bienestar animal, se encontró que, si bien existen campañas que promueven la adopción responsable, muchas son discontinuas, sin acompañamiento afectivo o profundidad pedagógica. Estas conclusiones dieron pie a un criterio de diseño completo para CuidaDog:

Formular una experiencia transmedia para parejas jóvenes, familias con hijos y personas solteras que acuden a la Fundación Empáticas a adoptar un cachorro y necesitan orientación clara, práctica y emocionalmente significativa para las primeras etapas de convivencia, mejorando el vínculo humano-animal y fomentando la tenencia responsable con recursos digitales, narrativos y presenciales.

De este principio general se desprenden tres dimensiones interdependientes de diseño: **pedagógico, emocional y tecnológico-transmedia**, con el fin de enlazar los propósitos formativos con la experiencia estética y funcional del proyecto.

3.1.1 Dimensión pedagógica

La dimensión pedagógica constituye el núcleo estructural de CuidaDog. Su diseño se fundamenta en los principios del aprendizaje experiencial propuestos por David Kolb (1984), quien plantea que el conocimiento se construye a partir de la acción y la reflexión, y en el Diseño Centrado en el Usuario, que privilegia la comprensión práctica sobre la instrucción teórica.

En esta dimensión, la experiencia se organiza en tres momentos clave: los primeros tres días, tres semanas y tres meses, que representan las etapas de adaptación tanto del cachorro como del cuidador.

Cada etapa contiene contenidos y actividades específicas sobre: alimentación, salud e higiene, actividad física y mental, adiestramiento básico, y vínculo afectivo.

El diseño pedagógico propone un aprendizaje activo y vivencial, mediante el uso de retos prácticos, ejercicios interactivos y seguimiento progresivo.

Cada módulo se apoya en principios de aprendizaje autónomo del adulto en contextos digitales (Knowles, 1980), y es validado por profesionales en etología y bienestar animal, garantizando coherencia ética y técnica.

Además, la dimensión pedagógica incorpora mecanismos de retroalimentación, donde los cuidadores pueden, consultar recordatorios y acceder a recomendaciones personalizadas.

De este modo, la experiencia no solo transmite información, sino que acompaña la aplicación del conocimiento en el contexto real del hogar, transformando la convivencia en un proceso de aprendizaje continuo.

3.1.2 Dimensión emocional

La dimensión emocional busca fortalecer el vínculo afectivo entre el cuidador y el cachorro, partiendo de las teorías del diseño emocional (Norman, 2004) y la empatía en la comunicación social.

Esta dimensión propone trascender el discurso informativo tradicional —basado en la advertencia o el deber moral— para construir una narrativa cálida, cercana y empática, donde el usuario se sienta comprendido y acompañado.

Los contenidos visuales, narrativos y simbólicos se diseñan con base en tres principios:

- Lenguaje empático y positivo: se evita el tono de culpa, priorizando mensajes motivacionales centrados en el bienestar compartido.
- Narrativa realista y humana: los relatos se inspiran en experiencias auténticas de adopción, reflejando tanto los retos como las recompensas.
- Estética emocional: se emplea una paleta de colores suaves, ilustraciones orgánicas y las tipografías: Margin, y montserrat elegida por su legibilidad y carácter amigable, para generar confianza y serenidad.

Desde el punto de vista práctico, esta dimensión responde a la necesidad de los distintos tipos de usuarios:

- En las parejas, refuerza la comunicación y la colaboración.
- En las familias, fomenta la educación afectiva e intergeneracional.
- En las personas solteras, proporciona contención emocional y sentido de compañía.

Así, la emoción se convierte en motor del aprendizaje y la acción responsable, generando una experiencia que educa, conecta y transforma.

3.1.3 Dimensión tecnológica–transmedia

La dimensión tecnológica–transmedia integra las anteriores mediante un ecosistema de medios articulados y participativos.

Inspirada en los principios de la narrativa transmedia (Jenkins, 2006; Scolari, 2013) y la gamificación educativa (Deterding et al., 2011), esta dimensión garantiza que el aprendizaje se extienda más allá de un único canal, promoviendo la continuidad y la interacción en distintos contextos. La estructura se compone de cuatro componentes principales:

1. Folleto físico entregado al momento de la adopción, con códigos QR que enlazan a contenidos digitales (prototipo digital).
2. Kit de acompañamiento, entregado a los tres días posteriores a la adopción, con elementos tangibles, y de uso constante, acompañados de tarjetas de guía con códigos QR que enlazan a Instagram.
3. Prototipo funcional con retos diarios, seguimiento de rutinas y sistema de logros simbólicos.

4. Taller presencial en la Fundación Empáticas, donde los adoptantes comparten experiencias y reciben asesoría directa de expertos para el culminar el momento correspondiente a los tres meses de adaptación, y una breve introducción a la etapa de adolescencia del perro.

Este sistema híbrido permite que los usuarios experimenten la educación desde la acción y la comunidad. El diseño de la interfaz digital se basa en los principios de usabilidad y accesibilidad de la norma ISO 9241-210 (2019), priorizando: navegación intuitiva, lenguaje visual inclusiva, contrastes adecuados.

La integración de redes sociales (Instagram) fomenta la creación de una comunidad de aprendizaje, donde los cuidadores puedan compartir avances, dudas y experiencias, convirtiendo la educación individual en un proceso colectivo.

3.2 Árbol de objetivos de diseño

Los objetivos de diseño del proyecto CuidaDog orientan la creación de una experiencia educativa transmedia, articulada en torno a un prototipo funcional, un folleto informativo, un PR Kit de bienvenida y un taller presencial.

Estos objetivos permiten traducir los criterios pedagógicos, emocionales y tecnológicos previamente definidos en acciones concretas de diseño, garantizando que la propuesta sea accesible, empática y formativa, y que acompañe de manera efectiva a los

adoptantes durante las primeras etapas del proceso de convivencia con su cachorro.

Figura 19: Árbol de Objetivos



Nota. La imagen presenta el árbol de objetivos del proyecto, destacando el objetivo general y los objetivos específicos de comunicar, usabilidad, experiencia transmedia e impacto de mercado (Anexo L). Fuente: Elaboración propia.

3.3 Requerimientos y determinantes de diseño

El diseño de la experiencia transmedia orientada a la tenencia responsable de cachorros se estructura a partir de cinco dimensiones de determinantes que orientan metodológicamente el proyecto, y de un conjunto de requerimientos derivados que ponen en marcha esos principios en acciones concretas de diseño, comunicación y tecnología. La articulación entre determinantes y requerimientos garantiza coherencia interna, pertinencia pedagógica y una alineación directa con las necesidades reales de los adoptantes.

Tabla 2

Tabla de Determinantes y Requerimientos

Dimensión	Determinantes	Requerimientos
Conceptual	Fundamentos teóricos y metodológicos en: DCU, Diseño Emocional, Aprendizaje Experiencial, Principios éticos de bienestar animal, Narrativa transmedia.	<ul style="list-style-type: none"> • Estructurar la experiencia en los momentos 3-3-3. • Integrar principios éticos y de bienestar animal en todos los contenidos. • Basar cada módulo en evidencia científica sobre conducta y cuidado. • Mantener coherencia conceptual entre medios físicos y digitales.

<p>Comunicativas y narrativas</p>	<p>Mensajes claros y empáticos; narrativa transmedia coherente; lenguaje cercano; identidad visual consistente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener continuidad narrativa entre folleto, app, kit y talleres. • Usar lenguaje conversacional, empático y basado en evidencia. • Integrar infografías, videos y guías visuales. • Aplicar principios transmedia (expansión, continuidad, participación).
<p>Tecnológicas</p>	<p>Capacidades técnicas necesarias: accesibilidad, responsividad, integración QR– prototipo, usabilidad y seguridad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar un prototipo intuitivo y responsivo. • Integrar notificaciones inteligentes por etapa. • Garantizar funcionamiento fluido del flujo dentro del recorrido de la experiencia. • Cumplir normas de seguridad y accesibilidad.

<p>Emocionales y sociales</p>	<p>Reconocimiento del viaje emocional del adoptante; acompañamiento; enfoque en vínculo; construcción de comunidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Incorporar mensajes de apoyo emocional según etapa (ilusión, ansiedad, sobrecarga, vínculo). • Integrar gamificación ligera. • Proveer recursos motivacionales y recordatorios. • Fomentar la interacción social entre adoptantes.
--------------------------------------	---	---

3.4 Hipótesis de producto

Se proponen cuatro posibles líneas de producto basadas en el capítulo dos y el estado del arte, diseñadas para responder a los vacíos informativos, emocionales y pedagógicos que enfrentan los nuevos cuidadores en la adaptación del cachorro. Estas alternativas consideran las tendencias actuales en aprendizaje, comunicación transmedia y educación digital para el bienestar animal.

A partir de las características y hábitos del público adoptante, los enfoques planteados son: una experiencia transmedia integral, un Chatbot, una guía ilustrada y un simulador interactivo. Estas hipótesis permiten comparar perspectivas, reconocer ventajas y limitaciones, y orientar la elección de la solución más adecuada.

Figura 20: Hipótesis de producto

Hipótesis	Producto	✓	✗
Los cuidadores aprenden mejor cuando la información se presenta en varios medios conectados.	Experiencia transmedia con contenidos físicos, digitales y narrativos.	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor alcance. • Varios puntos de acceso. • Se adapta a distintos estilos de aprendizaje. • Facilita la recordación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Requiere varios canales, medios. • Puede perder continuidad. • Parte del contenido depende de internet. • Su éxito depende del compromiso del usuario.
Los adoptantes toman mejores decisiones cuando pueden resolver dudas al instante.	Chatbot educativo con respuestas rápidas y disponibles 24/7.	<ul style="list-style-type: none"> • Acompaña en tiempo real. <ul style="list-style-type: none"> • Reduce ansiedad. • Fácil acceso. • Fortalece el aprendizaje autónomo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Requiere internet. • Depende de la calidad del contenido. <ul style="list-style-type: none"> • No reemplaza a un profesional. • Puede ser difícil para usuarios poco digitales.
Los cuidadores comprenden mejor al cachorro cuando pueden interpretar sus señales corporales.	Guía visual ilustrada sobre posturas, emociones y expresiones.	<ul style="list-style-type: none"> • Consulta rápida. • Facilita la empatía. • Previene errores de manejo. • Fácil de integrar en otros medios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Puede quedarse corta en casos complejos. • Es material estático. • Depende de que el usuario la revise. • Requiere actualización.
Las personas deciden mejor cuando conocen de antemano las rutinas reales del cuidado.	Simulador interactivo de escenarios y responsabilidades.	<ul style="list-style-type: none"> • Reduce adopciones impulsivas. • Aclara expectativas. • Permite ensayar decisiones. • Útil para todo tipo de adoptantes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Requiere desarrollo técnico. • Necesita dispositivos. <ul style="list-style-type: none"> • Puede simplificar situaciones reales. • Algunos usuarios pueden no sentirse atraídos por el formato.

Nota. La imagen compara distintas hipótesis de productos, evaluando sus ventajas y limitaciones para determinar su pertinencia (Anexo M).

Fuente: Elaboración propia.

3.5 Desarrollo y análisis fase 1

La primera fase del proceso metodológico, denominada “Comprender el contexto de uso”, tuvo como propósito identificar las percepciones, creencias, vacíos de información y limitaciones comunicativas presentes en torno a la tenencia responsable de perros, con el fin de construir una base sólida que guio el desarrollo de la experiencia transmedia CuidaDog.

Siguiendo los lineamientos del Diseño Centrado en el Usuario (DCU), esta fase se enfocó en el reconocimiento del entorno real de los futuros cuidadores, considerando sus motivaciones, expectativas, conocimientos y emociones, así como los contextos institucionales y profesionales vinculados con el proceso de adopción.

3.5.1 Objetivos específicos de la fase

De acuerdo con lo definido en el planteamiento metodológico, esta etapa buscó cumplir con los siguientes objetivos:

- Analizar las percepciones, creencias y vacíos de información que enfrentan los cuidadores respecto a la tenencia responsable, mediante entrevistas semiestructuradas y encuestas.
- Diagnosticar las limitaciones de las herramientas informativas actuales sobre tenencia responsable, desde la perspectiva de los actores involucrados en el proceso de adopción.

- Identificar los posibles usuarios del proyecto, incluyendo futuros cuidadores, personal de la Fundación Empáticas y profesionales del campo animal, a través de la construcción de perfiles representativos que permitieran entender sus contextos, motivaciones y necesidades.

3.5.2 Métodos y técnicas empleadas

Para cumplir con los objetivos anteriores, se aplicaron las siguientes herramientas:

- **Encuestas estructuradas:** Aplicadas a 50 personas con experiencia en la tenencia de perros. Estas buscaban reconocer comportamientos cotidianos, prácticas de cuidado, fuentes de información y percepciones sobre las campañas de adopción y bienestar animal (ver Anexo A, ver Anexo H).
- **Encuestas semiestructuradas:** Realizadas a 13 personas que habían adoptado recientemente o estaban en proceso de adopción, con el fin de comprender las emociones, expectativas y dificultades experimentadas durante las primeras semanas con el cachorro (Ver Anexo N).

- **Entrevistas con expertos:** se entrevistaron dos médicos veterinarios especializados en salud animal, dos entrenadores en comportamiento canino, para identificar problemáticas asociadas a la falta de conocimiento de los adoptantes (Ver Anexo O, y Anexo P).

Figura 21: Entrevistas a profesionales en veterinaria



Nota. La imagen reúne los aportes principales de las entrevistas realizadas a los médicos veterinarios Diego Castro y Magaly Soler, destacando recomendaciones esenciales sobre salud, responsabilidad y cuidado durante las etapas tempranas del cachorro (Anexo O). Fuente: Elaboración propia.

Figura 22: Entrevistas a entrenadores caninos



Nota. La imagen reúne los aportes principales de las entrevistas realizadas a los entrenadores caninos Ximena y Juan, resaltando recomendaciones sobre manejo temprano, exploración, socialización, interpretación del comportamiento y autonomía del cachorro (Anexo P). Fuente: Elaboración propia.

- **Entrevista institucional:** se desarrolló una entrevista con el equipo de la Fundación Empáticas, organización aliada del proyecto, que aportó una visión desde la gestión de adopciones y la observación de casos de devolución de animales. **(Ver Anexo Q).**

Figura 23: Entrevista a encargado de la fundación empáticas



Nota. La imagen presenta la perspectiva de Brayan Álvarez, representante de la Fundación Empáticas, respecto a los desafíos emocionales, económicos y de responsabilidad que enfrentan los adoptantes durante las primeras semanas con el cachorro (Anexo Q). Fuente: Elaboración propia.

Cada técnica fue diseñada bajo el principio del DCU, buscando obtener información directa desde los actores que viven la experiencia de adopción, evitando la suposición y privilegiando la evidencia empírica.

3.5.3 Análisis y hallazgos

El procesamiento de la información recolectada permitió identificar tres grandes líneas de análisis: percepción del cuidado, uso de la información y contextos emocionales de adopción.

- **Percepción y conocimiento sobre la tenencia responsable:**
Los resultados mostraron que una gran mayoría de los encuestados no conoce campañas institucionales sobre tenencia responsable o, en los casos en que las identifican, las consideran demasiado teóricas, impersonales y poco aplicables a la vida cotidiana.

Bryan, rescatista activo de la fundación, afirmó que las campañas “no enseñan a convivir con el perro, solo a cumplir reglas”, lo cual pone en evidencia la necesidad de estrategias comunicativas más cercanas, que integren información práctica con acompañamiento emocional.

Asimismo, los temas que despertaron mayor interés fueron alimentación, salud básica y adiestramiento positivo, seguidos de rutinas de higiene y socialización temprana. Esto confirma que los futuros cuidadores desean aprender, pero carecen de fuentes confiables y pedagógicamente adecuadas para hacerlo.

- **Motivaciones y emociones asociadas a la adopción:** Los hallazgos evidencian que la decisión de adoptar está impulsada principalmente por factores emocionales. Las parejas jóvenes adultas fueron el grupo más representativo entre los encuestados: adoptan por el deseo de compañía, afecto y rutina compartida, pero suelen subestimar el esfuerzo y el compromiso que requiere la crianza.

Los veterinarios entrevistados mencionaron que esta falta de preparación repercute directamente en el bienestar del cachorro, llegando incluso a elevar la tasa de mortalidad en los primeros meses por errores en vacunación, alimentación o socialización.

- **Limitaciones de las herramientas existentes:** Se diagnosticó que las herramientas informativas actuales —folletos, campañas en redes o charlas ocasionales— no acompañan al adoptante en el tiempo, sino que ofrecen información estática y fragmentada, y mayoritariamente enfocada a la esterilización.

De acuerdo con los datos obtenidos en la Fundación Empáticas, muchos adoptantes devuelven a los cachorros cuando descubren las exigencias de cuidado real, lo cual evidencia una desconexión entre el mensaje educativo y la experiencia vivida.

A partir de la información recolectada, se identificaron tres grupos de usuarios principales:

- **Parejas jóvenes adultas (25–35 años):** Interesados en adoptar un cachorro como parte de su vida cotidiana y emocional.
- **Adultos solteros:** Buscan compañía emocional, pero enfrentan limitaciones de tiempo o espacio.
- **Familias con hijos pequeños:** Los padres asumen la decisión de adopción para enseñar responsabilidad a los niños, pero no siempre cuentan con información suficiente.

De igual manera, se establecieron usuarios secundarios (fundaciones, veterinarios y educadores caninos), cuya participación resulta esencial para la validación y difusión del proyecto.

3.5.4 Oportunidades de diseño identificadas

El análisis de los resultados permitió definir tres oportunidades clave de intervención que orientaron las siguientes fases del proyecto:

- **Transformar la información en experiencia:** Los cuidadores necesitan más que datos; requieren interacción, acompañamiento y empatía durante el proceso de adopción.
- **Educar a través del juego y la emoción:** Las herramientas educativas deben ser interactivas, narrativas y visualmente atractivas, para mantener la atención del usuario y generar recordación.

- **Acompañar los tres momentos críticos de adaptación del cachorro:** Los primeros tres días, tres semanas y tres meses, identificados como etapas sensibles en la relación humano–animal, deben estructurar la narrativa y los contenidos pedagógicos del proyecto.

Estas oportunidades constituyen la base del modelo transmedia educativo de CuidaDog, que combina medios físicos, digitales y presenciales para guiar al adoptante en su proceso de aprendizaje.

3.6 Desarrollo y análisis fase 2

La segunda fase del proceso metodológico tuvo como propósito traducir los hallazgos obtenidos en la fase 1 de comprensión del contexto de uso, en un conjunto claro y verificable de requerimientos funcionales, narrativos, visuales, emocionales y pedagógicos que orientarían el desarrollo de la experiencia transmedia CuidaDog.

Siguiendo el enfoque del Diseño Centrado en el Usuario (DCU), esta etapa se fundamentó en el principio de que toda solución de diseño debe responder a necesidades reales y ser evaluable mediante criterios objetivos que garanticen su pertinencia y eficacia.

3.6.1 Objetivos específicos de la fase

- Analizar la información recolectada y detectar necesidades explícitas e implícitas, revisar patrones de comportamiento,

dificultades, confusiones frecuentes y expectativas de los cuidadores, transformándolos en factores de diseño concretos.

- Establecer requerimientos funcionales, narrativos, visuales, emocionales y pedagógicos que servirían como hoja de ruta para el desarrollo de cada producto transmedia, garantizando consistencia y coherencia entre componentes.
- Determinar un criterio verificable que permitiría evaluar la calidad, el impacto y el uso real de cada componente durante las fases de testeo.

3.6.2 Métodos y técnicas empleadas

El proceso se llevó a cabo mediante dos acciones principales:

- **Traducción de problemas a factores de diseño:** Cada necesidad detectada se convirtió en un subproblema, que luego se transformó en un requerimiento de diseño
- **Construcción de criterios de evaluación:** Para cada requerimiento se definió un indicador que permitiera verificar su cumplimiento durante los testeos y validar su pertinencia con usuarios reales.

3.6.3 Análisis y hallazgos

El análisis permitió establecer cinco grupos principales de determinantes y requerimientos clave, donde convergen las necesidades funcionales, emocionales y pedagógicas de los usuarios:

Tabla 3

Tabla de Determinantes y Requerimientos fase desarrollo.

Determinante	Requerimientos	Determinante	Hallazgos
Determinantes conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> • Secuencia guiada 3 días – 3 semanas – 3 meses. • Progresión de contenidos. • Estructura clara del ecosistema. 	Organizar la experiencia según los momentos críticos del adoptante.	Los adoptantes viven ciclos marcados de adaptación y necesitan comprender “qué viene después”.
Determinantes pedagógicos	<ul style="list-style-type: none"> • Contenidos claros y aplicables. • Información contextualizada. • Guías prácticas paso a paso. • Validación por expertos. 	Facilitar el aprendizaje situado y reducir errores por desinformación.	Los cuidadores requieren explicaciones “aterrizadas”, simples, aplicables en casa.
Determinantes comunicativos y narrativos	<ul style="list-style-type: none"> • Narrativa cálida, paso a paso. • Mensajes que acompañan emocionalmente. • Microhistorias y ejemplos contextualizados. • Continuidad narrativa entre piezas. 	Acompañar emocionalmente, reduce sensación de estar “solo con el cachorro” y organiza la progresión lógica.	Adoptantes mencionaron sentirse abrumados y buscan instrucciones claras y cronológicas.

Determinantes visuales	<ul style="list-style-type: none"> • Ilustraciones pedagógicas • Iconografía clara y amigable • Reducción de carga textual • Coherencia visual entre folleto, prototipo y kit 	Facilitar la comprensión rápida y reducir la dificultad de aplicar información técnica.	Usuarios reportaron dificultad para entender textos densos y valoraron mucho los recursos visuales.
Determinantes emocionales y sociales	<ul style="list-style-type: none"> • Mensajes de validación (“esto es normal”). • Tono cálido y cercano. • Dinámicas motivacionales (progreso, logros). • Ilustraciones que transmitan calma. 	Reducir inseguridad, miedo a equivocarse y sensación de sobrecarga emocional.	Los adoptantes expresaron temor de “hacer algo mal” y necesidad de sentirse acompañados.
Determinantes funcionales	<ul style="list-style-type: none"> • Navegación simple. • Máximo 4 clics por flujo. • Recordatorios. • Pantallas claras y jerarquizadas. 	Permitir que el usuario pueda interactuar sin frustración y con rapidez, especialmente en situaciones de estrés.	Necesidad de organizar rutinas, recordar tareas y comprender pasos clave del cuidado.

Para consultar los determinantes y requerimientos específicos de cada producto, ver el Anexo R.

3.7 Desarrollo y análisis fase 3

La tercera fase del proceso metodológico, denominada “Diseñar soluciones”, tuvo como propósito transformar los hallazgos obtenidos en las fases previas en propuestas tangibles de diseño. Esta etapa integró la definición de contenidos, la estructuración de los productos transmedia, la producción de la identidad visual del proyecto y el desarrollo de prototipos funcionales para validar su pertinencia con los usuarios identificados.

Siguiendo los lineamientos del Diseño Centrado en el Usuario (DCU) y de metodologías de diseño iterativo, esta fase se enfocó en convertir la información en soluciones, articulando decisiones pedagógicas, comunicativas, narrativas, visuales y tecnológicas que dieran forma al universo CuidaDog.

3.7.1 Objetivos específicos de la fase

De acuerdo con el planteamiento metodológico, esta etapa buscó cumplir con los siguientes objetivos:

- Traducir los hallazgos de la fase 1 y 2 en lineamientos de diseño que orientaran la construcción de los componentes físicos, digitales y presenciales del proyecto.
- Diseñar y desarrollar la identidad visual del proyecto CuidaDog, incluyendo logotipo, paleta cromática, elementos gráficos, ilustraciones y lenguaje visual.

- Estructurar los productos transmedia (folleto, prototipo, tarjetas, piezas de redes sociales y material para talleres) bajo criterios pedagógicos y emocionales identificados previamente.
- Crear prototipos de baja y media fidelidad que permitieran evaluar navegación, usabilidad, comprensión de contenidos y pertinencia narrativa.
- Validar los prototipos mediante retroalimentación de usuarios y actores institucionales, asegurando coherencia con las necesidades reales de los adoptantes.

3.7.2 Métodos y técnicas empleadas

Para el desarrollo de esta fase se utilizaron las siguientes herramientas de diseño y validación:

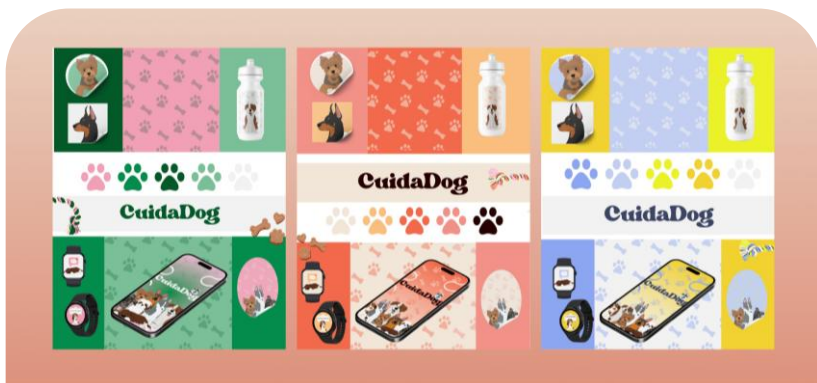
- **Definición de lineamientos visuales y conceptuales:** Se construyeron moodboards, pruebas de color para identificar el estilo visual más adecuado a la personalidad del proyecto.

Figura 24: MoodBoard de referencias para CuidaDog



Nota. La imagen reúne un moodboard visual que compila referencias de identidad gráfica, color, estilo tipográfico e ilustración del sector pet-friendly, con el fin de orientar las decisiones estéticas del proyecto CuidaDog. Fuente: Elaboración propia.

Figura 25: Pruebas de Color y tipografía



Nota. La imagen muestra las pruebas de color desarrolladas para la identidad visual de CuidaDog, explorando combinaciones cromáticas aplicadas a piezas digitales y físicas con el fin de evaluar coherencia, legibilidad y armonía visual dentro del sistema gráfico del proyecto. Fuente: Elaboración propia.

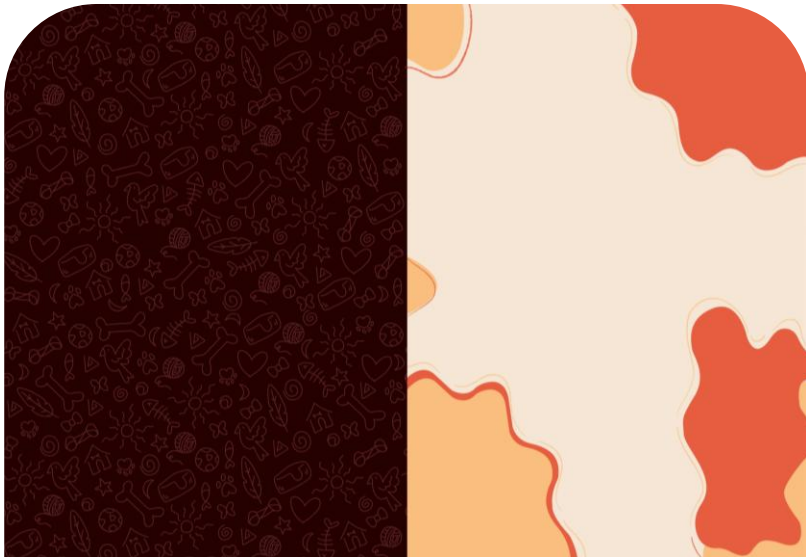
- **Creación de la identidad visual:** Se diseñó el logotipo de CuidaDog, junto con un sistema gráfico que incluye iconografía básica, ilustraciones, tipografías, patrones y personajes. Esta identidad se consolidó en un Manual de Identidad Visual que orienta la producción de todo el ecosistema transmedia.

Figura 26: Creación de logotipo, iconos, selección de tipografías



Nota. La imagen presenta el sistema visual de CuidaDog, incluyendo variaciones del logotipo, tipografías principales, paleta cromática e íconos que conforman la identidad gráfica del proyecto. Fuente: Elaboración propia.

Figura 27: *Creación de patrones*



Nota. La imagen presenta los patrones gráficos desarrollados para la identidad visual de CuidaDog, los cuales combinan íconos temáticos y formas orgánicas para reforzar la estética cálida, lúdica y amigable del proyecto. Fuente: Elaboración propia.

Figura 28: Creación de personajes



! HOLA, DE NUEVO!

Soy Paticas, ya me conoces, pero esta vez no vengo solo



Quiero presentarte a mis amigos, porque juntos vamos a aprender un montón y a crecer en este camino de cuidar y amar a los perritos
Te los voy a ir presentando uno por uno, ¿lísto?

DOGTOR DE CUIDADOS MUCHO GUSTO, SOY GREGORY



La salud es lo primero, y conmigo aprenderás que cuidarnos es una forma de amar. Baños, dientes, orejas, visitas al veterinario... todo importa, porque un pequeño descuido puede crecer mucho

Yo te enseñaré que la prevención es la mejor protección

CONSENTIDORA DE LA PANCITA ¡HOLAAA! YO SOY AREPITA

Me encanta la comida, pero ojo, no todo lo que huele rico es bueno para mí. La comida es más que llenar la barriguita: es energía, salud y bienestar



Yo te enseñaré a elegir bien, con balance y cariño, para que cada bocado sea amor

**COMANDANTE DE PASEOS Y TRUCOS
SOY ACE**



No grito, no impongo: enseño con paciencia, disciplina y respeto. Porque entrenar no es castigar, es confiar. Te guiaré en obediencia básica y buenos hábitos, siempre recordándote que un buen líder inspira, nunca obliga

Conmigo verás que entrenar también es una forma de amar

**LA ENERGÍA EN PATAS
¡WOOO! SOY CHIVA**



Siempre estoy en movimiento, porque correr, saltar y jugar me hace feliz. Pero ojo, no todo es físico: la mente también necesita retos y aventuras. Resolver, explorar y aprender cosas nuevas es otro tipo de juego genial

Conmigo aprenderás que un perro siempre necesita movimiento, estimulación y alegría. Rodar no me frena, me acelera

**EL INCONDICIONAL
HOLA, SOY TINTO**



No hablo mucho, pero siempre estoy para escuchar y acompañar. El amor se demuestra cada día en los pequeños gestos, y yo quiero enseñarte que el vínculo con tu perrito es como un lazo invisible: no se ve, pero siempre se siente fuerte

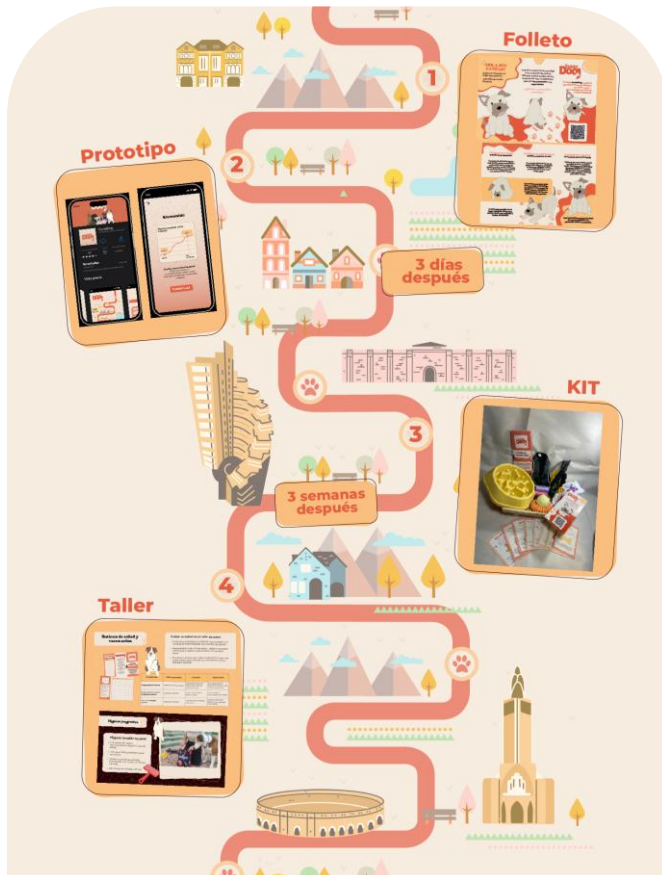
Juntos aprenderemos a confiar, entendernos y compartir tiempo de calidad

Nota. Las figuras representan el proceso de creación de personajes para CuidaDog, partiendo de bocetos preliminares y referencias fotográficas de perros reales de la Fundación Empáticas, para dar forma a ilustraciones con roles pedagógicos dentro de la experiencia transmedia. Fuente: Elaboración propia.

Con el fin de construir una identidad narrativa coherente y cercana para CuidaDog, se desarrolló un proceso de creación de personajes inspirado tanto en los bocetos iniciales como en la observación directa de los perros de la Fundación Empáticas. Esta etapa permitió definir figuras representativas que encarnan valores, emociones y aprendizajes clave del proyecto, facilitando la conexión con los nuevos cuidadores y fortaleciendo el componente educativo desde una dimensión afectiva y visual.

- **Arquitectura de contenidos:** Se definieron guiones de información, flujos de usuario y estructuras narrativas para cada producto: folleto físico, prototipo, tarjetas, taller y piezas audiovisuales (Ver Anexo S).

Figura 29: Mapa de navegación de la experiencia CuidaDog.



Nota. La imagen muestra el recorrido completo de la experiencia transmedia CuidaDog, organizado como una guía paso a paso que integra el folleto, el prototipo, el kit y el taller en los distintos momentos de adaptación del cachorro. Fuente: Elaboración propia.

- **Prototipos de baja y media fidelidad:** Se elaboraron wireframes, maquetas impresas y prototipos navegables que permitieron explorar jerarquías visuales, interacción y secuencias de contenido.

Figura 30: Versiones de Folletos



Nota. La imagen reúne las tres versiones del folleto informativo de *Paticas*, pieza inicial del recorrido CuidaDog diseñada para guiar al adoptante. Fuente: Elaboración propia.

El folleto de CuidaDog presenta, de manera introductoria y acompañada de un lenguaje cercano, los tres momentos esenciales del proceso de adaptación de un cachorro durante sus primeros meses en un nuevo hogar. En él, el personaje Paticas guía al lector a través de las etapas “Primeros 3 días”, “Primeras 3 semanas” y “Primeros 3 meses”, explicando los cambios emocionales, conductuales y de rutina que experimenta un cachorro al integrarse a su familia. Asimismo, el folleto destaca la importancia de la paciencia, la socialización gradual, el establecimiento de rutinas y el vínculo afectivo como elementos centrales del proceso de adaptación.

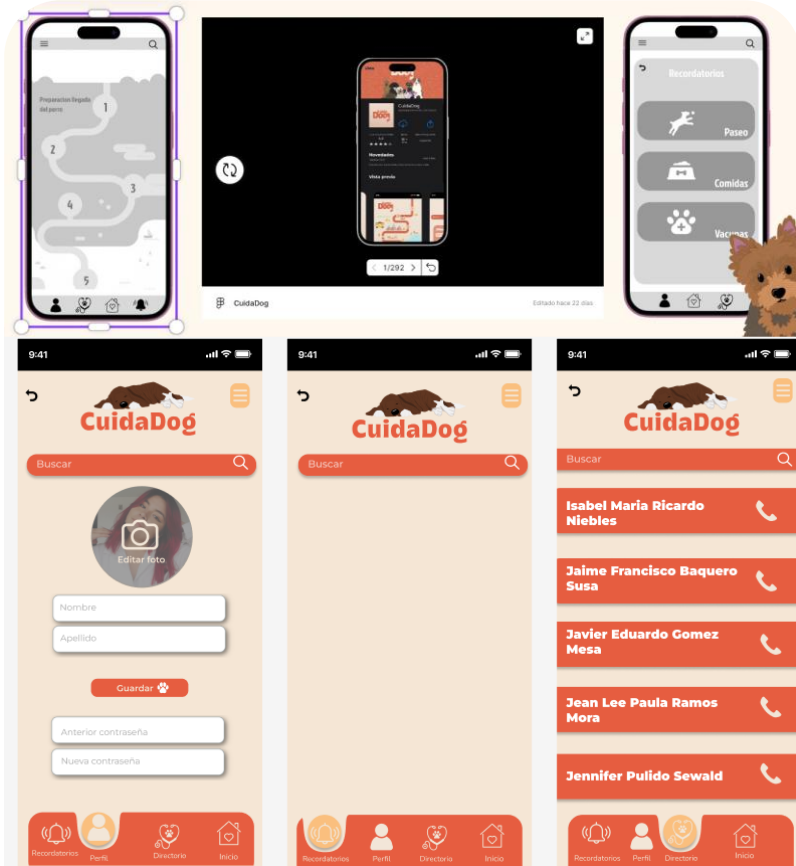
Este material funciona como el primer punto de contacto de la experiencia CuidaDog y cumple un rol pedagógico fundamental, ya que prepara al adoptante antes del uso de los demás recursos transmedia. Su diseño, ilustraciones y narración permiten al usuario comprender que la adopción implica compromiso, responsabilidad y acompañamiento activo, sentando las bases para una tenencia responsable.

Figura 31: Versión final del folleto



Nota. El folleto presenta de manera ilustrada y sencilla las tres etapas clave de adaptación del cachorro durante los primeros tres días, tres semanas y tres meses, apoyándose en el personaje “Paticas” para guiar al adoptante y reforzar la importancia del acompañamiento emocional y responsable en este proceso (Anexo T) Fuente: Elaboración propia.

Figura 32. Versiones prototipo



Nota. La imagen presenta las diferentes versiones del prototipo de CuidaDog, mostrando avances en la navegación, interfaz y diseño funcional. Fuente: Elaboración propia.

El prototipo interactivo de CuidaDog materializa la propuesta transmedia del proyecto a través de una herramienta diseñada para acompañar al nuevo adoptante durante las fases críticas de adaptación del cachorro. Su estructura integra contenidos educativos, experiencias guiadas y elementos gamificados que permiten aprender haciendo, fortaleciendo la confianza y el vínculo humano–animal.

La navegación está organizada en un recorrido progresivo que responde a dos de los tres momentos de adaptación —primeros 3 días, primeras 3 semanas—, facilitando al usuario una orientación contextualizada según la etapa que esté viviendo. Cada sección ofrece microcontenidos claros, actividades prácticas, recomendaciones de expertos y retos diarios que buscan reducir la incertidumbre, mejorar la toma de decisiones y prevenir comportamientos que puedan derivar en abandono.

El prototipo también incorpora módulos de consulta rápida, recordatorios personalizables, insignias de progreso y un sistema visual amable que mantiene coherencia con la identidad emocional del proyecto. Su enfoque pedagógico–emocional asegura que el adoptante reciba acompañamiento cercano, accesible y constante, convirtiendo la experiencia de adaptación en un proceso más seguro, empático y estructurado.

Figura 34: Versión Final de tarjetas kit

CARNÉ DE VACUNACIÓN

Tipo: Salud
Escudo vital

Registra vacunas y controles.
Permite un seguimiento médico claro.
Facilita la atención en emergencias.



El carné de vacunación no es un simple papel: es la **historia clínica básica** del perro. Mantenerlo actualizado ayuda a prevenir enfermedades graves y garantiza una atención rápida en caso de emergencia.

¡QUÉ ALEGRÍA VERTE LLEGAR HASTA AQUÍ!

Has demostrado que el amor también se aprende: con paciencia, dedicación y pequeños gestos que transforman vidas.

Tu peludo confía en ti, y juntos están construyendo algo hermoso: una historia de cuidado, respeto y compañía verdadera.

Únete a nuestra comunidad en Instagram **@Cuidadog_25**



Síguenos, comparte y motiva para inspirar a más personas a adoptar con amor y responsabilidad.

Nota. Las tarjetas presentan la descripción funcional y pedagógica de cada elemento incluido en el Kit CuidaDog destacando su propósito dentro de las rutinas de cuidado, seguridad, salud y fortalecimiento del vínculo humano-perro. Cada tarjeta integra información breve, clara y orientada a guiar al adoptante durante el proceso de adaptación del cachorro y el aprendizaje de prácticas responsables (Anexo V). Fuente: Elaboración propia.

Figura 35: Versión Final Taller

Higiene progresiva

Higiene también es amor

- Los baños son según recomendación, según el tipo de pelaje.
- Usa agua tibia y shampoo para cachorros.
- Si aún no se siente cómodo, introdúcelo con calma, premios y caricias.
- ¡No olvides el cepillado dental!



Tres semanas de amor, constancia y nuevos aprendizajes

Semana 1
Adaptación

Todo es **NUOVO**

Comienza a confiar y reconocer su nuevo hogar

Semana 2
Confianza y aprendizaje

Se fortalece el **vínculo**

Aprende su nombre, empieza a responder a órdenes simples y a seguir rutinas.

Semana 3
Más energía y seguridad

Reforzar hábitos

Reconoce los espacios, horarios y reglas

Hoy celebramos su constancia y descubrimos juntos lo que viene

Han superado la etapa más desafiante: la adaptación.

Nota. La imagen muestra parte de los contenidos finales del taller de CuidaDog, destacando hábitos, constancia y vínculos afectivos que fortalecen el proceso (Anexo W). Fuente: Elaboración propia.

- **Validación con usuarios:** Se realizaron sesiones de coevaluación con futuros adoptantes, fundación aliada y profesionales del área animal. Estas sesiones permitieron identificar ajustes necesarios para mejorar comprensión, claridad pedagógica y usabilidad.

Cada herramienta fue seleccionada con base en principios DCU, priorizando la iteración constante y la participación de los usuarios en la toma de decisiones de diseño.

3.8 Desarrollo y análisis fase 4

La cuarta fase del proceso metodológico, denominada “Validación y evaluación de la experiencia transmedia”, tuvo como propósito analizar el desempeño real de los componentes diseñados, identificar oportunidades de mejora y determinar el nivel de comprensión alcanzado por los usuarios frente a la tenencia responsable de cachorros. Esta etapa permitió verificar la pertinencia pedagógica, comunicativa y tecnológica del ecosistema CuidaDog, asegurando que cada elemento del proyecto respondiera de manera efectiva a las necesidades identificadas en las fases previas.

Siguiendo los principios del Diseño Centrado en el Usuario (DCU) y del modelo de iteración continua, esta fase integró procesos de evaluación con usuarios finales y especialistas, análisis del comportamiento interactivo y medición del impacto educativo.

El desarrollo y los resultados de estas evaluaciones se presentan a continuación en los análisis derivados de los distintos tests realizados.

El proceso de evaluación de CuidaDog se desarrolló en dos etapas de testeo progresivo, con el propósito de validar la usabilidad, pertinencia pedagógica, coherencia narrativa y efectividad comunicacional de la experiencia transmedia. Ambos ejercicios se realizaron con usuarios reales en contextos naturales de adopción, siguiendo la lógica iterativa del Diseño Centrado en el Usuario (DCU), que busca ajustar los productos a partir de la retroalimentación directa de los participantes.

3.9.1 Primer Testeo: Validación inicial del prototipo digital

3.9.1.1 Contextualización. El primer testeo se realizó durante una jornada de adopción organizada por la Fundación Empáticas, los usuarios interactuaron con un prototipo de baja fidelidad de CuidaDog, que incluía pantallas iniciales, navegación básica y módulos educativos, con el fin de identificar la percepción y navegación de los posibles usuarios.

Figura 36: Jornada de adopción, Fundación Empáticas



Nota. La imagen documenta una jornada de adopción realizada por la Fundación Empáticas, evidenciando el contexto real de interacción entre los perros en proceso de adopción y la comunidad. Fuente: Elaboración propia.

El objetivo de este testeo fue analizar la usabilidad y experiencia de usuario, identificar problemas de navegación e interacción, y finalmente recolectar insights para realizar iteraciones y hacer más sólida y funcional a Cuidadog.

Se puso a prueba la usabilidad de la interfaz “servicios”, esto con el fin de evaluar la experiencia del usuario para poder identificar posibles problemas con el diseño, ruta de, navegación, aspectos de usabilidad, como la legibilidad, claridad y finalmente la satisfacción del usuario.

El primer testeo se llevó a cabo con 5 personas, en edades en un rango entre 17 y 85 años, haciendo parte a personas que recién adoptan, como también interesados en la adopción, adultos mayores cuidadores de hogar, esta diversidad de usuarios permitió evaluar el nivel de accesibilidad del prototipo y la viabilidad.

3.9.1.2 Principales hallazgos.

- **Navegación y comprensión general:** La mayoría de los participantes entendió fácil y rápidamente la intención de la aplicación y completó las tareas asignadas, en los resultados se apreció que tres de cada cinco usuarios lograron navegar con fluidez, incluso en una versión de baja fidelidad.
- **Identificación visual y jerarquía de contenidos:** Algunos usuarios tuvieron algo de dificultad en temas de distinción de algunos de los botones, textos informativos, lo que afectó la

interacción inicial, se detectaron también problemas menores de legibilidad, como fuente pequeña y mensajes extensos, lo que llevó a tomar decisiones de diseño a partir de estos parámetros para la iteración de un segundo prototipo

- **Experiencia y percepción emocional:** Los usuarios valoraron positivamente la navegación por niveles, el propósito educativo y el apartado visual general del prototipo, a pesar de esto se encontró que dos participantes manifestaron la necesidad de unas instrucciones iniciales que los guiará desde la primera interacción.

Figura 37: *Fotografías y capturas de pantalla de usuarios probando el prototipo*



Nota. La imagen muestra el registro fotográfico de los usuarios interactuando con el prototipo de CuidaDog durante el proceso de testeo, permitiendo observar reacciones, patrones de uso y dificultades reales en un contexto natural de adopción.
Fuente: Elaboración propia.

- **Conclusiones del primer testeo:** A partir del primer testeo fue posible validar el funcionamiento y percepción general de Cuidadog además de confirmar su potencial educativo, además también se evidenció que la propuesta logra comunicar propósito y también fomentar la exploración dentro de la aplicación a partir de esto fue posible identificar áreas de mejora en términos de claridad visual, simplificación de textos siendo más concretos y una necesidad de orientación inicial dentro del prototipo.

3.9.1 Segundo Testeo: Evaluación integral de la experiencia transmedia

El objetivo del testeo fue evaluar la coherencia y pertinencia de 4 de los productos de la experiencia, la cual se conforma por un folleto introductorio, además del respectivo prototipo de media fidelidad y un Kit de bienvenida, a partir de este ejercicio se permitió comprender y validar cómo los distintos elementos tienen una relación clara entre sí para ofrecer un acompañamiento integral al adoptante.

Figura 38: *Productos testeados*

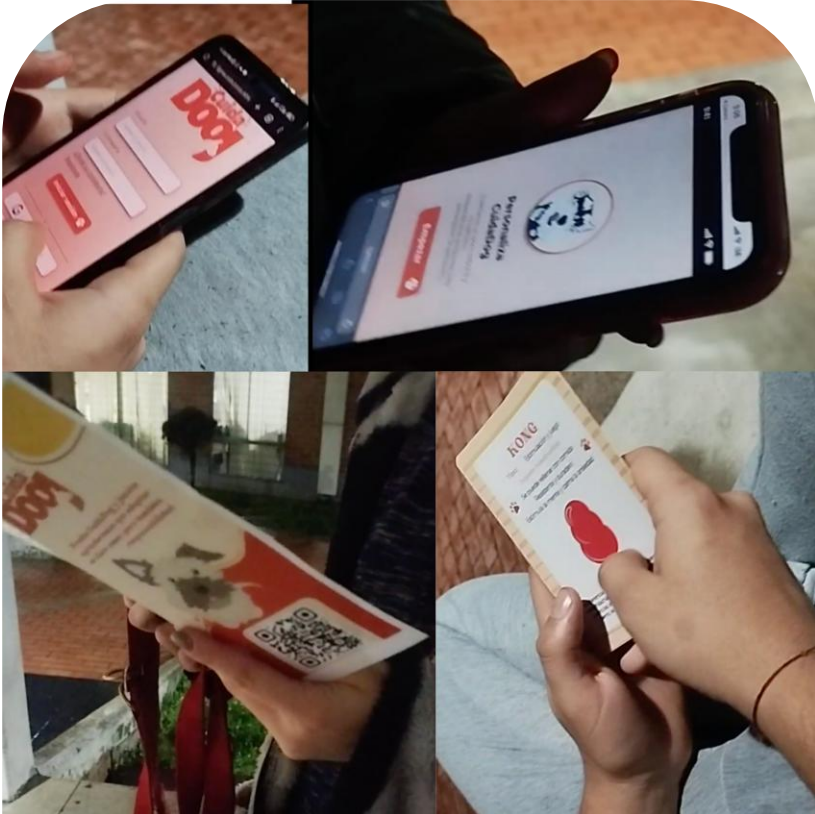


Nota. La figura muestra los productos del ecosistema CuidaDog evaluados durante el testeo, los cuales permitieron validar contenido, claridad narrativa y adecuación para el acompañamiento del nuevo adoptante. Fuente: Elaboración propia.

3.9.1.1 Diseño y participantes. Se desarrolló con cuatro usuarios, los cuales se conforman de dos hombres y dos mujeres, en un rango de edad entre los 20 y 40 años, todos los usuarios con experiencia previa en la tenencia de perros y además el uso frecuente de dispositivos móviles, la prueba fue basada en la interacción secuencial con cada producto inicialmente la lectura del folleto siguiendo a exploración de la app, para después pasar al uso de tarjetas del kit y posteriormente una conversación sobre la experiencia integral, la metodología incluyó observación directa, entrevistas

posteriores y análisis de percepción emocional y cognitiva.

Figura 39: Capturas de pantalla del usuario navegando por la experiencia.



Nota. La figura muestra el proceso de prueba del prototipo CuidaDog, donde los participantes exploran las diferentes etapas de la experiencia transmedia. Fuente: Elaboración propia.

3.9.1.2 Resultados por elemento.

- **Folleto introductorio:** Los usuarios testeados definieron el folleto como algo claro, visualmente atractivo y de alto valor pedagógico, validaron la eficacia para comunicar los tres momentos clave del cuidado responsable, a pesar de esto fue posible identificar una necesidad de ajustar el orden de lectura en cuestión de jerarquías y pesos visuales para evitar confusiones, mejorar la fluidez narrativa y ayudar al usuario a evitar la frustración mediante la optimización de textos para una lectura fácil y sin muchos pasos.
- **Prototipo funcional:** La percepción del prototipo fue definida a modo de guía práctica, entretenida y educativa, el flujo de la navegación resultó intuitiva, con contenidos apreciados debido a su claridad y avance por niveles, sin embargo, los usuarios reiteraron algunas observaciones del primer testeo.
- **Tarjetas del Kit:** Las tarjetas fueron calificadas como uno de los elementos más útiles y recordados de la experiencia completa, ya que los usuarios destacan su diseño, información concreta y aplicabilidad inmediata debido a que fueron consideradas como ideales a modo material de consulta rápida durante las rutinas diarias del cachorro.

- **Experiencia transmedia integral:** En la evaluación global, los usuarios expresaron que CuidaDog es validado como una guía integral de acompañamiento, ya que combinar educación, emoción y práctica, todos los usuarios testeados afirmaron que recomendarían la herramienta a futuros adoptantes por su tono cercano, su enfoque realista y el aprendizaje que dejaba el aplicativo.

3.9.1.2 Oportunidades de mejora. Entre los comentarios e insights más relevantes se encuentran:

- Incluir feedback de expertos, rescatistas y adoptantes primerizos para fortalecer la credibilidad.
- Incorporar un “anuario del cachorro” o espacio de registro de logros dentro del prototipo.
- Ajustar la navegación de botones y reorganizar el orden de lectura del folleto.
- Añadir una sección para validar alimentos según edad y peso del perro.

3.9.1.3 Conclusiones del segundo testeo. La evaluación integral demostró que CuidaDog cumple con su ideal de contenido educativo y emocional, conformándose como una herramienta pedagógica innovadora para la adopción responsable, además el sistema transmedia permitió evidenciar la coherencia entre sus productos y logró generar una experiencia significativa para los usuarios, los hallazgos permiten apreciar una alta aceptación del proyecto y validar su viabilidad como recurso educativo, aunque señalan mejoras.

3.8 Prestaciones del producto

CuidaDog es una experiencia transmedia educativa que tiene como aportación acompañar a los cuidadores en el proceso de adaptación del cachorro al nuevo entorno, proveyéndoles herramientas visuales y narrativas que propicien la comprensión y la aplicación de los hábitos de cuidado. Se trata de una propuesta que combina materiales tanto digitales como físicos obteniendo un entorno gráfico cercano afectivo, así como accesible, en el que el apartado visual toma un lugar destacado en la conexión emocional con el usuario

3.8.1 Aspectos morfológicos

CuidaDog es una experiencia diseñada para acompañar y guiar a los cuidadores en el proceso de adaptación del cachorro en el nuevo hogar, proporcionando herramientas visuales y narrativas que hacen más fácil la comprensión aplicación de hábitos de cuidado, ya que se combina materiales digitales y físicos en un entorno cercano, en el que su apartado visual cumple un papel fundamental en la conexión emocional con el usuario. El diseño se articula en base a una paleta cromática cálida de tonos beige, naranja, coral y marrón oscuro, que transforman una cartografía en la que se pide confianza, empatía y bienestar. Los fondos beige aportan suavidad y equilibrio (visual); los elementos en naranja transmiten energía y acción; los matices corales nutren la sensibilidad emocional y el marrón oscuro representa la estabilidad, el compromiso del cuidador que evocan confianza, empatía y bienestar. Los fondos beige aportan suavidad y equilibrio

visual; los elementos en naranja simbolizan energía y acción; los matices corales refuerzan la sensibilidad emocional; y el marrón oscuro representa la estabilidad y el compromiso del cuidador.

3.8.2 Aspectos técnico-funcionales

Los aspectos técnicos–funcionales de CuidaDog garantizan que la experiencia transmedia opere de manera coherente, fluida y accesible para los adoptantes. Estos elementos permiten la integración entre los distintos productos que conforman el ecosistema —folleto, prototipo, tarjetas de apoyo y materiales del taller— asegurando que cada componente cumpla su propósito educativo y comunicativo dentro del proceso de adopción responsable.

1. Arquitectura del ecosistema transmedia

- **Estructura modular:** Cada producto (folleto, prototipo, kit taller) funciona de manera independiente, pero están articulado mediante códigos QR y un flujo pedagógico común
- **Interoperabilidad:** El ecosistema está diseñado para permitir la transición sin fricción entre medios físicos y digitales.
- **Actualización flexible:** La arquitectura permite la incorporación posterior de nuevos módulos, herramientas o contenidos sin alterar la base existente.

2. Prototipo digital (CuidaDog)

- **Navegación guiada por etapas:** La interfaz organiza la información en dos de los tres momentos críticos (3 días, 3 semanas), facilitando rutas de aprendizaje personalizadas.
- **Sistema de recordatorios y checklist:** El prototipo ofrece listas de verificación y microtareas diarias para reforzar hábitos de cuidado responsables.
- **Contenido multimedia integrado:** Videos cortos, ilustraciones, infografías y textos breves optimizados para comprensión inmediata.

4. Folleto impreso como punto de acceso

- **Compatibilidad tecnológica mediante códigos QR:** El folleto incluye enlaces directos al prototipo, permitiendo que el usuario amplíe la información sin procesos adicionales de registro.
- **Diseño funcional:** Formato ligero, resistente y de fácil lectura pensado para el uso inmediato durante la llegada del cachorro.

5. Integración del Kit y el Taller

- **Materiales físicos funcionales:** Objetos de uso diario, como, por ejemplo: el vaso medidor y guías impresas están diseñados para activar comportamientos concretos de cuidado.
- **Taller presencial con apoyo digital:** El taller funciona como un reforzador visual y práctico, integrando ejercicios guiados y demostraciones.

6. Experiencia de usuario y accesibilidad

- **Interfaz intuitiva:** Diseñada bajo principios de UX para usuarios sin experiencia previa en cuidado animal.
- **Lenguaje claro y visual:** Pensado para maximizar comprensión rápida en situaciones de estrés inicial con el cachorro.

3.8.3 Aspectos de usabilidad

El prototipo funcional de alta fidelidad para CuidaDog, está pensado, desarrollado y diseñado con el fin de ser usado por adoptantes y nuevos cuidadores, principalmente en la ciudad de Bogotá, en la Fundación Empáticas; sin embargo, para próximas versiones también puede extenderse a otros usuarios que quieran fortalecer sus conocimientos o adquirir unos nuevos sobre la tenencia responsable, esta herramienta busca lograr un acompañamiento para el cuidador en sus primeras etapas de convivencia con el cachorro.

La usabilidad se sustenta en un diseño intuitivo y visualmente claro, donde los elementos gráficos, tipográficos e interactivos que se desarrollaron, favorecen la comprensión inmediata de las acciones a realizar, con una iconografía utilizada sencilla y coherente, que cuenta con figuras que se identifican fácilmente y botones amplios y ubicados pertinentemente que reducen pasos al usuario, la interacción, la elección de colores y la diagramación pensada de los elementos visuales logran una experiencia agradable, cumpliendo con aspectos de usabilidad que se complementa utilizado con un lenguaje de tono personal, educativo y empático que se hace cercano para el usuario.

Figura 40: Evidencia de interfaz



Nota. La figura muestra la versión final del prototipo funcional de *CuidaDog*, diseñada para guiar al nuevo adoptante durante sus primeras semanas con el cachorro. Fuente: Elaboración propia.

4. Conclusiones

4.1 Conclusiones

El proyecto CuidaDog permitió comprender, a lo largo de sus diferentes fases metodológicas, que la problemática de la tenencia irresponsable de cachorros en Bogotá no se relaciona únicamente con la falta de sensibilidad o interés por parte de los adoptantes, sino principalmente con la ausencia de herramientas educativas claras, accesibles y emocionalmente cercanas que acompañen las primeras etapas de convivencia. La investigación evidenció que los nuevos cuidadores suelen enfrentarse a un proceso lleno de incertidumbre, sobrecarga emocional y desconocimiento práctico, elementos que influyen en la ruptura del vínculo humano–animal y, en los casos más críticos, en la devolución o abandono del cachorro.

En este sentido, la pregunta planteada al inicio —de qué manera el diseño digital y multimedia puede fortalecer la tenencia responsable mediante una experiencia transmedia— encontró respuesta en la creación de un ecosistema narrativo y pedagógico que articula recursos impresos, digitales y presenciales. La experiencia CuidaDog demostró que el diseño, cuando integra principios del Diseño Centrado en el Usuario, el aprendizaje experiencial y el diseño emocional, es capaz de transformar información dispersa en un proceso de acompañamiento significativo, comprensible y aplicable en la vida cotidiana del adoptante.

Los resultados obtenidos durante los testeos confirmaron la hipótesis explicativa: la falta de información clara y realista sobre las

primeras etapas de adaptación genera errores en la alimentación, socialización, salud e higiene del cachorro, afectando su bienestar y la estabilidad emocional del cuidador. De igual forma, la hipótesis propositiva también fue validada: la implementación de una experiencia transmedia organizada en los momentos fundamentales de la adaptación 3días, 3semanas, 3meses, permitió orientar al adoptante, reducir su sensación de inseguridad y facilitar el establecimiento de rutinas responsables. Los usuarios identificaron la propuesta como cercana, útil y coherente, lo que confirmó su potencial educativo.

Asimismo, los objetivos del proyecto se cumplieron de manera íntegra. Se identificaron las percepciones, carencias y vacíos informativos del público objetivo; se analizaron referentes y limitaciones de las campañas existentes; se diseñó una propuesta transmedia cohesionada y validada por profesionales en bienestar animal; y finalmente se comprobó la eficacia pedagógica del ecosistema a través de pruebas reales con adoptantes y especialistas. La articulación entre folleto, prototipo digital, tarjetas del kit y taller presencial fortaleció la comprensión del contenido, fomentó el aprendizaje práctico y consolidó una narrativa emocional que acompañó al cuidador en cada etapa del proceso.

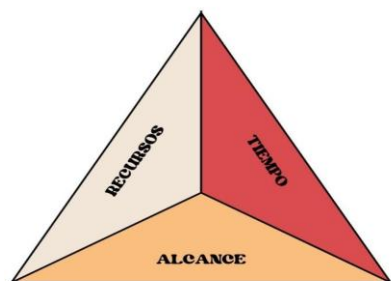
Desde la perspectiva disciplinar, CuidaDog aportó una visión renovada sobre el papel del diseño digital y multimedia en problemáticas sociales vinculadas al bienestar animal. La experiencia demostró que la educación puede potenciarse cuando se mezclan narrativas afectivas, recursos interactivos, ilustración pedagógica e

interfaces accesibles. El valor agregado radica no solo en informar, sino en acompañar, motivar y generar confianza en el usuario, elementos indispensables para promover cambios de comportamiento sostenibles.

Finalmente, la experiencia académica y metodológica permitió reconocer desafíos propios del proceso de diseño, como la iteración continua, la validación participativa y la integración de múltiples formatos. Sin embargo, también evidenció fortalezas significativas: la capacidad del diseño para articular emociones y conocimiento, la construcción de herramientas aplicables y la posibilidad de proyectar la propuesta hacia escenarios reales de implementación. CuidaDog se consolida, así como una estrategia viable, pedagógicamente sólida y socialmente pertinente, que contribuye a la construcción de una cultura de adopción responsable en Bogotá y ofrece una base sólida para futuras ampliaciones y desarrollos del proyecto.

4.2 Viabilidad del proyecto

Figura 41: *Triángulo ágil*



ELEMENTO	ESTADO MVP	INCLUYE MVP	FUTURAS FASES
Recursos	Fijos	Equipo de diseño + refugio + validación con usuarios	Expansión de equipo multidisciplinario (desarrolladores avanzados, etólogos, veterinarios permanentes)
Tiempo	Fijo	4 meses para diseño, prototipado y validación	Escalamiento comercial o integración institucional a gran escala
Alcance	Flexible	Presentación de información de 2 momentos clave en la adopción de una cachorro, contenidos pedagógicos clave, pruebas de usabilidad	Integración de 3er momento clave, Inteligencia artificial, gamificación avanzada, integraciones con refugios, programas de fidelización.

Nota. La figura ilustra el modelo del *triángulo ágil* aplicado al proyecto CuidaDog, mostrando cómo se mantienen fijos los recursos y el tiempo mientras el alcance se ajusta de manera flexible según las posibilidades del desarrollo. Fuente: Elaboración propia.

El triángulo ágil permite explicar la viabilidad de CuidaDog al mostrar que los recursos y el tiempo se mantienen fijos, mientras que el alcance es flexible y se ajusta según las posibilidades del proyecto. En este caso, los recursos corresponden al equipo de diseño, el apoyo de la Fundación Empáticas y la validación con usuarios; el tiempo se define por los plazos académicos establecidos para el diseño, prototipado y validación inicial; y el alcance se concentra en ofrecer contenidos pedagógicos sobre la tenencia responsable en los

primeros momentos de adopción, dejando para fases futuras el desarrollo de funcionalidades más avanzadas como gamificación, inteligencia artificial o programas de fidelización. Este esquema refleja cómo se garantiza un producto funcional en el corto plazo, al mismo tiempo que se proyecta su crecimiento y escalabilidad a mediano y largo plazo.

4.2.1 Segmentos de cliente

La estrategia va dirigida a personas ubicadas en la ciudad de Bogotá que han adoptado recientemente un cachorro en la fundación Empáticas y que están dispuestas a usar herramientas que les faciliten el proceso de adaptación, este grupo se caracteriza por su interés emocional en tener un animal de compañía, por razones afectivas o de apoyo familiar, sin embargo, muchos de estos adoptantes carecen de información suficiente sobre las implicaciones reales de la tenencia, lo que genera dudas frente a temas como la alimentación adecuada, la socialización temprana, las visitas veterinarias iniciales, los gastos económicos y el tiempo requerido para garantizar el bienestar del cachorro, en este caso, CuidaDog se dirige a este grupo con el fin de ofrecer una guía pedagógica, clara y accesible que permita transformar la emoción inicial en un compromiso responsable y sostenible.

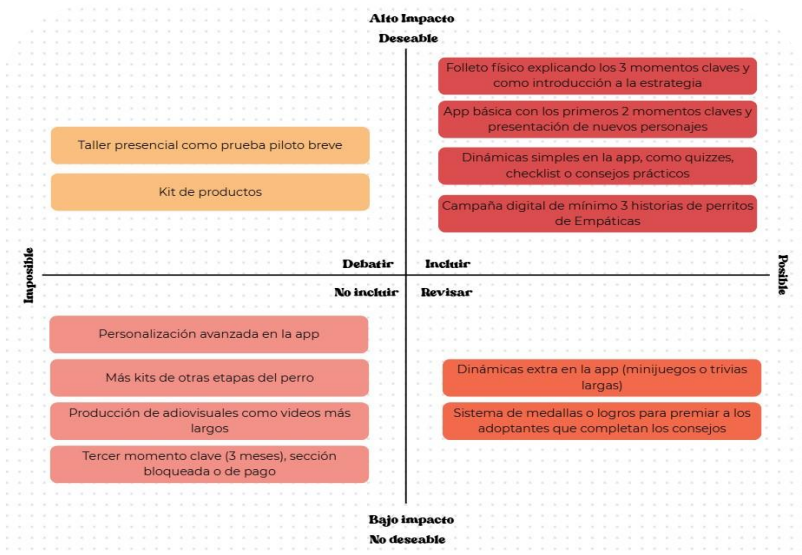
Dentro de este grupo se destacan los jóvenes adultos que buscan establecer un vínculo afectivo cercano con un cachorro, pero que carecen de experiencia previa en su cuidado, estos usuarios están dispuestos a usar recursos que reduzcan la duda y les brinden

seguridad en los primeros 3 días y 3 semanas de convivencia, ya que perciben un valor tangible en contar con información confiable y acompañamiento especializado.

También, se identifican otros clientes dispuestos a invertir en la herramienta, como refugios y fundaciones de protección animal, que pueden implementar CuidaDog como parte de sus procesos de adopción responsable, adicional, las clínicas y veterinarias forman parte de este segmento al participar en el directorio médico de la aplicación, pagando por posicionar sus servicios.

4.2.2 Propuesta de valor

Figura 42: Matriz de impacto y esfuerzo de la estrategia CuidaDog



Nota. a figura presenta la priorización de componentes de la experiencia transmedia de CuidaDog mediante una matriz de impacto–esfuerzo, donde se clasifican las acciones según el nivel de beneficio para el usuario adoptante y el esfuerzo requerido para su implementación. Fuente: Elaboración propia.

La propuesta de valor de CuidaDog está orientada a cambiar el modelo del proceso de adopción por uno centrado en una experiencia emocional, guiada y responsable de aprendizaje, que acompaña al nuevo/a cuidador/a desde el momento inicial de encuentro con su cachorro y durante el proceso de consolidación de ese vínculo en las primeras semanas de vinculación.

Su objetivo es llevar la emoción del instante del proceso de adopción hasta una responsabilidad consciente y sostenible, dándoles herramientas pedagógicas accesibles, muy cercanas y visuales para facilitar la transición compartida perro-hogar.

CuidaDog lleva a cabo esta experiencia mediante una estrategia educativa transmedia que traza un recorrido físico, digital y emocional, que busca ser coherente y de sentido. Su valor diferencial reside en la capacidad de integrar diseño, educación y empatía hasta generar una solución que no sólo informa, sino que también acompaña, mueve y transforma las relaciones entre personas y animales.

A diferencia de otros tipos de herramientas informativas o comerciales, CuidaDog pone al adoptante en el centro como un aprendiz activo, acompañado paso a paso en las etapas más críticas

de la adaptación con principios de diseño emocional, comunicación visual y pedagógica digital.

El usuario no solo recibe la información, sino también es partícipe de una experiencia interactiva que refuerza el vínculo que va estableciendo con el cachorro e intenta ayudar en la comprensión de su papel como cuidador responsable.

De manera adicional, su carácter colaborativo con los refugios, fundaciones y clínicas veterinarias tiene un aporte social y comunitario, ya que esta red de aliados permite extender la experiencia de acompañamiento más allá del momento de la adopción, ayudando a fomentar la continuidad del aprendizaje y una cultura de tenencia responsable

4.2.3 Canales

El principal canal de interacción de CuidaDog con los adoptantes de cachorros será un prototipo digital de fácil acceso, diseñada para centralizar los contenidos pedagógicos y permitir que los usuarios encuentren orientación inmediata en el momento en que más la necesitan, la herramienta contará con un diseño sencillo e intuitivo, que facilite la consulta de información práctica sobre cuidados iniciales, rutinas básicas y recomendaciones de expertos, incluso para personas con poca experiencia en el uso de recursos digitales.

También se emplearán canales de comunicación asociados a redes sociales, con el fin de aumentar la visibilidad de la herramienta y acercarla a un público joven y familiar que suele informarse a través

de estos medios, se busca reforzar el mensaje de tenencia responsable y atraer a potenciales adoptantes para que utilicen la plataforma como apoyo en el proceso de adaptación de su cachorro.

Adicional, se contempla la generación de alianzas con refugios, veterinarias y fundaciones de protección animal, que podrán recomendar CuidaDog directamente a los nuevos adoptantes como un complemento educativo a los procesos de entrega de mascotas. Estos actores, al estar en contacto directo con quienes acaban de asumir la responsabilidad de un cachorro, representan un canal estratégico para la difusión y legitimación de la herramienta. De esta manera, CuidaDog asegura no solo la llegada a su público objetivo, sino también la construcción de una red de confianza alrededor del mensaje de tenencia responsable.

Figura 43: *Buyer persona*



4.2.4 Relaciones con los clientes

La relación con los clientes se fundamenta en la confianza, la cercanía y la claridad, al tratar con nuevos adoptantes de cachorros que requieren acompañamiento en sus primeros pasos como cuidadores y tenedores responsables, ofreciendo respuestas a las dudas más comunes que surgen en la llegada del cachorro. Para ejemplificar cómo se construye este vínculo, se toma como referente el buyer persona de Juana Rodriguez, quien representa el perfil de los usuarios iniciales de la aplicación. Juana busca información que le sea clara y confiable, siente temor de cometer errores en el proceso de crianza y valora el acompañamiento, con base en este perfil, la estrategia de la relación con los clientes se centra en ofrecer orientación inmediata y práctica para los primeros tres días y tres semanas de convivencia con el cachorro.

Se implementarán mecanismos de retroalimentación que permitan al usuario expresar sus inquietudes y sugerencias respecto a la información recibida, estos recursos serán fundamentales para ajustar y mejorar constantemente la estrategia.

Adicional a esto, la relación con los clientes se fortalecerá mediante el refugio Empáticas que funcionará como mediador de confianza al recomendar la herramienta dentro de sus procesos de adopción y atención inicial.

4.2.5 Fuentes de ingresos

Las fuentes de ingresos de CuidaDog vienen de distintos modelos de monetización, pensados para garantizar su sostenibilidad y rentabilidad, estos se realizan a través de las siguientes fuentes principales:

- Para la financiación inicial se contempla la participación en convocatorias y concursos de innovación tecnológica desarrollados por entidades como MinTIC, que signifiquen una oportunidad para obtener recursos, ganar visibilidad y validez en el sector de soluciones digitales, estos recursos servirían como capital semilla para la realización del producto y el desarrollo de funcionalidades clave.
- La implementación de un directorio médico veterinario dentro de la aplicación, en el cual clínicas y profesionales podrán pagar por situar y destacar sus servicios, este directorio no solo generará ingresos adicionales, sino que también facilitará a los usuarios encontrar servicios confiables y cercanos.
- Adicional, se contempla ampliar las fuentes de ingresos con la inclusión de alianzas estratégicas por parte de marcas relacionadas con el bienestar animal con productos como alimentos, productos de higiene, accesorios y servicios

veterinarios, también se evalúa la posibilidad de generar ingresos adicionales a través de contenidos premium, que entrarían a partir del tercer momento clave, el cual será desarrollado en futuras versiones.

4.2.6 Actividades clave

Las actividades clave de CuidaDog se enfocan en garantizar la efectividad de la estrategia, priorizando acciones que aseguran un servicio útil y confiable para los recién adoptantes de cachorros, en primer lugar, se encuentra la producción y distribución del folleto informativo inicial, que presenta de manera clara los tres momentos importantes en el cuidado del cachorro y actúa como puerta de entrada para invitar a los usuarios a descargar y explorar la aplicación.

Otra actividad fundamental corresponde a la producción de contenidos pedagógicos transmitidos en el prototipo, taller y uso del kit práctico, y que permita difundir la información en diferentes formatos (videos, infografías, guías) para adaptarse a los hábitos de consumo de los adoptantes.

Estos contenidos están estructurados en torno a los cinco pilares esenciales del cuidado responsable de los perros, que son, salud e higiene, alimentación, adiestramiento, actividad física y mental, y vínculo afectivo con el adoptante. De esta manera la información no solo será clara y accesible, sino que también será integral, al abordar las principales dimensiones del bienestar canino. Esta labor implica no solo el diseño de materiales, sino también su validación con expertos en bienestar animal y su actualización

conforme se identifiquen nuevas necesidades en la comunidad de usuarios.

La gestión de relaciones con aliados estratégicos constituye otra actividad clave, ya que a través de refugios, veterinarias y fundaciones se facilita la difusión de la herramienta y se fortalece su credibilidad. Dentro de este punto se incluye la administración del directorio veterinario, garantizando un modelo de colaboración justo y transparente que ofrezca valor tanto a los usuarios como a los profesionales del sector.

Un aspecto innovador dentro de las actividades es la creación de un PR Kit de bienvenida para los recién adoptantes, compuesto por elementos básicos para el cuidado del cachorro, tales como alimento inicial, juguetes sencillos o productos de higiene, entregados gracias a las marcas aliadas. Este kit no solo aporta valor tangible al usuario, sino que también fortalece las relaciones con empresas del sector que encuentran en CuidaDog un canal efectivo para posicionar sus productos en un público altamente segmentado.

Finalmente, se contemplan actividades relacionadas con la difusión y posicionamiento del proyecto, que incluyen la implementación de estrategias de comunicación digital en redes sociales, la participación en concursos y convocatorias de innovación (como los de MinTIC) y el desarrollo de campañas educativas que promuevan la cultura de la tenencia responsable. Estas acciones, además de generar visibilidad, permiten ampliar la comunidad en torno a CuidaDog y asegurar su permanencia en el mercado.

4.2.7 Recursos clave

Los recursos clave son los elementos que permiten garantizar el funcionamiento, la calidad pedagógica y la sostenibilidad de la estrategia, se requiere de un equipo de desarrolladores, diseñadores y comunicadores, quienes se encargaran de mantener los distintos productos de la estrategia, optimizar la experiencia de usuario y producir contenidos transmedia atractivos, claros y validados.

4.2.8 Socios clave

Los socios clave de CuidaDog se dividen en dos grandes grupos que fortalecen su sostenibilidad y proyección. En primer lugar, los socios directos están conformados por los refugios y fundaciones de protección animal, actores esenciales en los procesos de adopción de cachorros, que no solo pueden recomendar la herramienta como parte de sus programas de sensibilización y acompañamiento, sino que también validan el componente pedagógico al integrarlo en sus dinámicas educativas. En este sentido, ya se ha iniciado un trabajo conjunto con la Fundación *Empáticas*, organización dedicada al rescate y bienestar de perros, que se convierte en un aliado estratégico para validar la propuesta y garantizar que el contenido responda a las necesidades reales de los adoptantes y de las instituciones que promueven la tenencia responsable.

Junto a estas fundaciones, las clínicas y veterinarias adquieren un rol estratégico mediante su participación en el directorio médico de la aplicación, pagando por posicionar sus servicios en un espacio digital altamente segmentado, lo que al mismo tiempo les permite generar visibilidad, fidelizar nuevos clientes y brindar atención confiable desde los primeros momentos de la tenencia.

En segundo lugar, se encuentran las alianzas estratégicas, representadas por entidades gubernamentales y programas de innovación tecnológica, como los impulsados por MinTIC, que se convierten en un soporte clave para acceder a recursos financieros, visibilidad institucional y legitimidad en el marco de iniciativas de emprendimiento digital. A esto se suman las marcas y empresas del sector de mascotas, incluyendo fabricantes de alimentos, accesorios y productos de higiene, que encuentran en CuidaDog una oportunidad para posicionar sus marcas en un público comprometido con la tenencia responsable, ya sea mediante patrocinios o aportando beneficios directos, como kits de bienvenida para los adoptantes con productos básicos para el cuidado inicial del cachorro. En conjunto, estos socios y aliados consolidan una red de apoyo que no solo respalda la viabilidad del proyecto, sino que amplía su alcance e impacto en la sociedad al fomentar la responsabilidad y el bienestar animal desde los primeros momentos de la adopción.

4.2.9 Estructura de costes

La estructura de costos de CuidaDog se concibe como el conjunto de recursos financieros necesarios para planear, desarrollar, implementar y evaluar la estrategia transmedia de acompañamiento a adoptantes de cachorros. Estos costos no se entienden únicamente como gastos operativos, sino como inversiones destinadas a garantizar la validez de la propuesta, la calidad pedagógica de los productos desarrollados y la posibilidad de transferencia y escalabilidad de los resultados.

En primer lugar, se identifican los costos de inversión inicial en investigación y desarrollo, que incluyen la fase de diseño experimental de la aplicación, la validación metodológica de contenidos pedagógicos con expertos en bienestar animal y la construcción de instrumentos de recolección de datos que permitan medir el impacto en los adoptantes. Estos costos contemplan también la producción de prototipos pilotos.

En segundo lugar, los costos fijos de operación investigativa se asocian a la conformación y sostenimiento del equipo interdisciplinar de trabajo (investigadores, desarrolladores, diseñadores y comunicadores), la infraestructura tecnológica necesaria (servidores, hosting y seguridad digital), y las estrategias de comunicación que facilitan la difusión del proyecto entre los participantes de la muestra seleccionada. En este punto también se incluyen los mecanismos de soporte al usuario, fundamentales para evaluar la pertinencia y usabilidad de la herramienta en contextos

reales.

Por otro lado, los costos variables corresponden a la producción continua de datos y contenidos pedagógicos durante la ejecución del proyecto, a la organización de talleres presenciales o grupos focales con adoptantes, y a la implementación de campañas de difusión específicas para convocar participantes y dar visibilidad a los resultados intermedios. Su carácter flexible permite ajustar la magnitud del gasto de acuerdo con el tamaño de la muestra o el alcance de cada fase del estudio.

Finalmente, se consideran los costos estratégicos, vinculados con la evaluación y escalabilidad de la propuesta, como la sistematización de hallazgos, la actualización de contenidos en función de los resultados de investigación, y el desarrollo de nuevas versiones de la aplicación que permitan ampliar la validez del modelo en contextos distintos a la ciudad de Bogotá.

4.2.9 Tabla de costos

Tabla 4.

Tabla estructura de costos.

Concepto	Valor en (COP)
INGRESOS POR CAPITAL	
Aportes Socios (recursos propios)	\$20.000.000
Otros (convocatorias, inversionistas privados)	\$30.000.000
Préstamos (sistema financiero)	\$15.000.000
INGRESOS POR OPERACIONES	
Ventas (servicios premium, directorio veterinario, kits, contenidos especiales)	\$10.000.000
<u>TOTAL</u> INGRESOS	\$75.000.000
GASTOS OPERATIVOS	
Desarrollo tecnológico inicial (app, hosting, seguridad)	\$18.000.000
Producción de contenidos <u>transmedia</u> (videos, guías, cápsulas interactivas)	\$12.000.000
Folletos y materiales impresos	\$3.000.000
PR Kits de bienvenida (fase piloto)	\$7.000.000

Talleres presenciales / eventos (logística y materiales)	\$5.000.000
Subtotal Operativos	\$45.000.000
GASTOS ADMINISTRATIVOS	
Nómina y prestaciones (equipo interdisciplinar)	\$18.000.000
Gastos de transporte y seguros	\$2.500.000
Gastos de promoción y publicidad (marketing digital, campañas)	\$8.000.000
Servicios públicos y arriendo (oficina, internet, energía)	\$4.000.000
Patentes y licencias	\$1.500.000
Registros y trámites legales	\$1.000.000
Facturas y papelería	\$500.000
Impuestos	\$3.500.000
Cuotas de préstamos	\$4.000.000
Otros (contingencias)	\$2.000.000
Subtotal Administrativos	\$45.000.000
TOTAL, EGRESOS	\$90.000.000
Superávit o Déficit al final del periodo	- \$15.000.000

4.3 Consideraciones

La propuesta CuidaDog, en su fase actual, constituye un prototipo de experiencia transmedia diseñado para acompañar a los adoptantes de cachorros durante los primeros momentos de adaptación.

No obstante, al analizar su potencial y su impacto a futuro, se hace evidente que el proyecto puede evolucionar significativamente más allá de este alcance inicial.

Las siguientes consideraciones sintetizan esta visión de prospectiva en el corto, mediano y largo plazo, incorporando posibilidades de expansión, transformación, rediseño e innovación dentro del ciclo de vida del producto.

En el corto plazo, CuidaDog se consolida como una experiencia educativa funcional que orienta al adoptante en los primeros tres días, tres semanas y tres meses de convivencia. En esta etapa inicial, las consideraciones se centran en la optimización del prototipo digital, la mejora del diseño del folleto, el fortalecimiento del kit y la sistematización del taller presencial. Los procesos de testeo demostraron que pequeñas mejoras en la jerarquía visual, la navegación y la secuencia pedagógica incrementan significativamente la claridad y accesibilidad para el usuario, por lo que la prioridad inmediata es refinar las herramientas existentes para asegurar una primera versión sólida y coherente.

En el mediano plazo, CuidaDog muestra un amplio margen de crecimiento, lo que implica extender su acompañamiento más allá de la adaptación inicial. Esta fase permitiría incorporar contenidos

especializados para las etapas posteriores del perro joven y adulto, incluyendo aspectos como rutinas de ejercicio avanzadas, socialización prolongada, estimulación cognitiva, prevención de enfermedades y transición a la adolescencia canina. Del mismo modo, se proyecta la integración de nuevas funciones dentro del prototipo, como un registro de progresos, cápsulas educativas temáticas, un sistema de seguimiento de vacunas y control de peso, módulos de entrenamiento básico y recomendaciones adaptadas por edad. En este horizonte temporal también se considera clave reforzar las alianzas con refugios, clínicas veterinarias y marcas del sector pet-friendly, facilitando que CuidaDog se convierta en un recurso adoptado por instituciones reales como parte de sus procesos de entrega y acompañamiento.

En el largo plazo, CuidaDog tiene el potencial de convertirse en un ecosistema integral que acompañe al cuidador durante todas las etapas de vida del perro, desde la etapa de cachorro hasta la adultez y la vejez. Esta visión ampliada permitiría desarrollar contenidos sobre manejo de perros geriátricos, prevención de enfermedades crónicas, cuidados paliativos, calidad de vida en la tercera edad canina, y orientación emocional para las familias en las etapas finales del ciclo de vida del animal. La expansión hacia todo el ciclo vital convertiría a CuidaDog en un referente de educación continua en bienestar animal, fortaleciendo la relación humana-perro de forma sostenida a lo largo de los años. Igualmente, el largo plazo abre la posibilidad de integrar tecnologías emergentes como inteligencia artificial para personalizar recomendaciones, gamificación

avanzada, herramientas predictivas de salud, o incluso versiones adaptadas para otras especies de compañía.

Esta visión prospectiva reafirma que CuidaDog no se limita a un prototipo académico, sino que representa una plataforma con capacidad de transformación, escalabilidad y vigencia. Su diseño transmedia facilita la inclusión de nuevos contenidos, su enfoque emocional lo mantiene cercano al usuario, y su estructura pedagógica permite que cada etapa de ampliación responda a necesidades reales del cuidador. En conjunto, estas consideraciones evidencian que el proyecto posee un ciclo de vida amplio y flexible, capaz de evolucionar de manera continua y de posicionarse como una herramienta competitiva en el ámbito del bienestar animal y la educación digital en Colombia.

Referencias

Acero Aguilar, M. (2019). *Esa relación tan especial con los perros y con los gatos: la familia multiespecie y sus metáforas*. Tabula Rasa, 32, 157–179.

<https://doi.org/10.25058/20112742.n32.08SciELO>

[Colombia+4Revistas](#)

[Unicolmayor+4revistatabularasa.org+4](#)

Alcaldía de Bogotá [AMB.]. (2021, 22 de junio). *Más de 1.000 perros y gatos se han entregado en adopción en*

Bogotá. <https://bogota.gov.co/mi->

[ciudad/ambiente/mas-de-1000-perros-y-gatos-se-han-](#)

[entregado-en-adopcion-en-bogota](#)

Bancolombia. (2021, 21 de abril). Mercado de mascotas en Colombia: crecimiento durante 2021.

Bancolombia.com. [Mercado de mascotas en Colombia: crecimiento durante 2021](#)

Botero Bernal, T. L. B. (2009). Foro: Tenencia responsable de mascotas. *Revista Colombiana de Ciencia Animal*, 2(2),1.

[admin,+28-101-1-CE.pdf](#)

Carreño Buitrago, L. A. (2017). Lineamientos para la política de tenencia responsable de animales de compañía y de producción. Dirección de Promoción y Prevención, Subdirección de Salud Ambiental.

<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/SA/lineamientos-tenencia-responsables-acy.pdf>

Casasola-Rivera, W. (2023). Asumir responsablemente una ética del cuidado animal: una reflexión sobre la condición social de los perros de compañía. *Investiga.TEC*, 16(46), 33–44.

Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., & Nacke, L. (2011). *From game design elements to gamefulness: Defining “gamification”*. In *Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference* (pp. 9–15). ACM.
<https://doi.org/10.1145/2181037.2181040>

El Tiempo. (2024, 9 de enero). *Abandono de animales en Bogotá: enero es el mes más crítico*.
<https://www.eltiempo.com/bogota/abandono-de-animales-en-enero-es-el-mes-mas-critico-842470>

González Hernández, M., & Vega Manríquez, D. X. (2022).

Tenencia responsable de mascotas: el bienestar animal y salud pública. *Universitarios Potosinos*, (280), 21.

[Tenencia responsable de mascotas: el bienestar animal y salud pública | Revista Universitarios Potosinos](#)

Interaction Design Foundation. (s. f.). *User-centered design*

(UCD). Interaction Design Foundation. Recuperado el

31 de octubre de 2025, de <https://www.interaction->

[design.org/literature/topics/user-centered-design](https://www.interaction-design.org/literature/topics/user-centered-design)

International Organization for Standardization (ISO). (2019).

ISO 9241-210: Ergonomics of human-system interaction

— *Part 210: Human-centred design for interactive*

systems. ISO.

Instituto de Protección y Bienestar Animal. (2019). *Manual de tenencia responsable de animales de compañía*

[Manual de tenencia responsable de animales de compañía - Instituto de Protección y Bienestar Animal - Bogotá, Colombia](#)

Jenkins, H. (2003). *Transmedia storytelling*. MIT Technology Review.

<https://www.technologyreview.com/2003/01/15/234540/transmedia-storytelling/>

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós Comunicación.

Jenkins, H. (2009). *The revenge of the origami unicorn: Seven principles of transmedia storytelling*. Confessions of an Aca-Fan.

http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html

Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice-Hall.

Koscinczuk, P. (2017). Domesticación, bienestar y relación entre el perro y los seres humanos. *Revista Veterinaria*, 28(1), 78–87.

<https://doi.org/10.30972/vet.2811557>

Ley 84 de 1989: Por la cual se adopta el Estatuto Nacional de Protección de los Animales y se crean unas contravenciones y se regula lo referente a su procedimiento y competencia. Diario Oficial No. 39.046. (1989, 27 diciembre). Congreso de la

República de Colombia. [Ley 84 de 1989 - Gestor](#)

[Normativo - Función Pública](#)

Ley 1774 de 2016: Por medio de la cual se modifican el Código Civil, la Ley 84 de 1989, el Código Penal, el Código de Procedimiento Penal y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial No. 49.747. (2016, 6 enero). Congreso de la República de Colombia. [Ley](#)

[1774 de 2016 Congreso de la República - Gestor](#)

[Normativo - Función Pública](#)

Ley 1801 de 2016. Código Nacional de Seguridad y Convivencia Ciudadana. (2016, 29 de julio).

Presidencia de la República de Colombia. [Ley 1801 de](#)

[2016 - Gestor Normativo - Función Pública](#)

Ley 1801 de 2016. Código Nacional de Seguridad y Ley 2455 de 2025 (Ley Ángel). Por la cual se fortalece la lucha contra el maltrato animal y se actualiza la Ley 84 de 1989. (2025, 18 de abril). Congreso de la República de Colombia. [Ley 2455 de 2025 Congreso de la República - Gestor Normativo - Función Pública](#)

Luna Cortés, G. (2019). División Social por Estratos, Materialismo y la Situación de los Perros en Colombia. *Civilizar: Ciencias Sociales y Humanas*, 19 (37), 55-68. <https://doi.org/10.22518/usergioa/jour/ccsh/2019.2/a03>

MacLean, E. L., Snyder-Mackler, N., vonHoldt, B. M., & Serpell, J. A. (2019). Highly heritable and functionally relevant breed differences in dog behaviour. *Proceedings of the Royal Society B: Biological*

Sciences, 286(1912), 20190716.

<https://doi.org/10.1098/rspb.2019.0716>

Mayer, R. E. (2014). *The Cambridge handbook of multimedia learning* (2nd ed.). Cambridge University Press.

[Incorporating motivation into multimedia learning - ScienceDirect](#)

Medina Bojacá, C. (2011). *La ética de la responsabilidad y el respeto a las mascotas – como formas de vida -, como solución al maltrato y abandono de las mismas* [Trabajo de grado de Magíster, Universidad del Bosque]. Universidad el Bosque.

[CONVIVENCIA RESPONSABLE CON LAS MASCOTAS, INTEGRANDO EL CONCEPTO DE TENENCIA RESPONSABLE DE MASCOTAS \(TRM\) Y LA BIOÉTICA](#)

Ministerio de Salud y Protección social. (2017). *Lineamientos para la política de tenencia responsable de animales de compañía y de producción.*

[LINEAMIENTOS-TENENCIA-RESPONSABLES-ACY.PDF](#)

Norman, D. A. (2004). *Emotional design: Why we love (or hate) everyday things.* Basic Books.

Norman, D. A. (2013). *The design of everyday things: Revised and expanded edition.* Basic Books.

Observatorio Ambiental de Bogotá. (2023, 19 de abril).

Maltrato animal en Bogotá: cifras 2022 y 2023.

<https://oab.ambientebogota.gov.co/maltrato-animal-en-bogota-cifras/>

Picard, R. W. (2010). *Affective computing: From laughter to IEEE*. IEEE Transactions on Affective Computing, 1(1), 11–17. <https://doi.org/10.1109/T-AFFC.2010.10>

Ringo. (2024). Abando animal en Colombia: lo que debemos entender. [Abandono animal en Colombia: lo que debemos entender](#)

Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Editorial Deusto.

Scott, J. P. y Fuller, J. L. (1965). "Genetics and the Social Behavior of the Dog." University of Chicago Press, Chicago.

Sustainability Directory. (2023). *Responsible pet ownership*.

<https://climate.sustainability-directory.com/term/responsible-pet-ownership>

Uesseler Pinilla, G., & Rodríguez Mateus, N. (2023).

Propuesta para la implementación de estrategias para el control de caninos en estado de abandono en la localidad de Kennedy, Bogotá. [Trabajo de grado en Especialización en Gerencia de Proyectos]. Universidad EAN. [content](#)

Virquez Mora, A. del P. (2022). *Análisis de las estrategias desarrolladas para la protección y bienestar animal en caninos por la Alcaldía Local de Engativá, de la ciudad de Bogotá* [Tesis de especialización, Universidad Militar Nueva

Granada]. <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/42260/1/VirquezMoraAndreaDelPilar2022.pdf>

Werbach, K., & Hunter, D. (2012). *For the win: How game thinking can revolutionize your business*. Wharton Digital Press.

World Wide Web Consortium (W3C). (2018). *Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.1*.

<https://www.w3.org/TR/WCAG21/>

Anexos

Querido lector de CuidaDog,

Para acceder a la carpeta de anexos, te invitamos a escanear el código QR que encontrarás a continuación. Allí podrás consultar materiales complementarios que enriquecen esta obra.



Anexo A. Encuesta aplicada a adoptantes y potenciales adoptantes de perros en Bogotá (2025)

Ficha de la encuesta, resultados relevantes.

[Encuesta 01 Resultados](#)

Anexo B. Diagrama de Árbol de Problemas

Diagrama de Árbol de Problemas

[Árbol de problemas](#)

Anexo C. Diagrama de Árbol de Objetivos

Diagrama de Árbol de Objetivos

[Árbol de objetivos](#)

Anexo D. Planteamiento Metodológico

Diagrama de Planteamiento Metodológico

[Planteamiento metodológico](#)

Anexo E. Línea del tiempo

Diagrama de Línea del tiempo

[Línea del tiempo](#)

Anexo F. Marco Contextual

Diagrama del marco contextual

[Marco Contextual](#)

Anexo G. Relación Conceptual

Diagrama de relación entre el problema, marcos teóricos, y CuidaDog

[Diagrama Conceptual](#)

Anexo H. *Sondeo de percepción*

Diagrama sondeo de percepción

Sondeo percepción

Anexo I. User Persona

Diagrama User Persona

[User Persona](#)

Anexo J. Tipología de usuarios de CuidaDog

Diagrama de tipología de usuarios de CuidaDog

[Tipología de usuarios de CuidaDog](#)

Anexo K. Journey Map

Diagrama de Journey Map

[Journey Map](#)

Anexo L. Árbol de Objetivos

Diagrama de árbol Objetivos de Diseño

[Árbol Objetivos de Diseño](#)

Anexo M. Hipótesis de producto

Diagrama de hipótesis de producto

[Hipótesis de producto](#)

Anexo N. Encuesta de semiestructurada futuros cuidadores

Tabla de resultados de encuesta a futuros cuidadores

[Resultado de encuesta](#)

Anexo O. Entrevista con profesionales en salud animal.

Diagrama de la entrevista

[Entrevistas con profesionales](#)

Anexo P. Entrevista con adiestradores caninos

Diagrama de la entrevista

[Entrevista con profesionales](#)

Anexo Q. Entrevista fundación empáticas

Diagrama de la entrevista

[Entrevista a encargad de la fundación \(Brayan Álvarez\)](#)

Anexo R. Determinantes y Requerimientos por producto.

Tablas de determinantes y requerimientos individuales

[Determinantes y requerimientos individuales](#)

Anexo S. Guiones narrativos

Guiones para productos prototipo y taller

[Guiones de productos](#)

Anexo T. Folleto CuidaDog

Diagramación de folleto módulo 1

[Folleto CuidaDog](#)

Anexo U. Prototipo CuidaDog

Primer pantallazo del prototipo

[Prototipo CuidaDog](#)

Anexo V. Tarjetas descriptivas del kit

Diagramación de las tarjetas del kit

[Tarjetas Kit](#)

Anexo W. Taller presencial posterior a las tres semanas

Maquetación del taller

[Taller tres semanas posteriores](#)

Anexo X. Portafolio Yeny Fernanda Martínez Moreno

Portafolio y hoja de vida

[Portafolio y hoja de vida](#)

Anexo Y. Portafolio Mariana Silva Castilla

Portafolio y hoja de vida

[Portafolio y hoja de vida](#)

Anexo Z. Portafolio Paula Andrea Villarraga Torres

Portafolio y hoja de vida

[Portafolio y hoja de vida](#)