

Fundación Universitaria
SAN MATEO

DISEÑO GRÁFICO



Fundación Universitaria
SAN MATEO

**PROGRAMA DE DISEÑO GRÁFICO
FACULTAD DE INGENIERÍA
PROFESIONAL EN DISEÑO Y REALIZACIÓN DE MEDIOS DIGITALES
TECNOLOGÍA EN DESARROLLO DE SOFTWARE**

**ADOPTAPP – APP MÓVIL DE ADOPCIÓN DE ANIMALES DOMÉSTICOS QUE HABITAN
LAS CALLES DE BOGOTÁ.**

TRABAJO DE GRADO MODALIDAD DE OPCION DE GRADO

JOHN STEVEN PEREZ RUIZ

JEISON NISPERUZA

DIRECTOR (A)

OMAR ALONSO GARCÍA MARTÍNEZ

BOGOTÁ, COLOMBIA

2018

NOTA DE SALVEDAD DE RESPONSABILIDAD INSTITUCIONAL

“La Fundación Universitaria San Mateo NO se hace responsable de los conceptos emitidos en el presente documento, el departamento de investigaciones velará por el rigor metodológico de la investigación”.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	14
CAPITULO I	16
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	16
PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	16
JUSTIFICACIÓN.....	17
<i>Para qué se realiza este proyecto</i>	19
<i>Por qué una aplicación móvil</i>	19
<i>Finalidad del proyecto</i>	20
OBJETIVOS	21
<i>Objetivo general</i>	21
<i>Objetivos específicos</i>	21
CAPITULO II	23
MARCO TEÓRICO	23
APLICACIÓN MÓVIL.....	24
NAVEGADOR	26
RED SOCIAL.....	27
TIENDA DE APP / APP´S STORE	28
ESTADO DEL ARTE	29
ANTECEDENTES LOCALES EN LA WEB.....	37

CAPITULO III	40
DISEÑO METODOLÓGICO	40
CRONOGRAMA A DESARROLLAR	41
TIPO DE INVESTIGACIÓN	44
POBLACIÓN	45
<i>Perfil de consumidor</i>	<i>47</i>
TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	47
CAPITULO III	49
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	49
RESULTADOS DEL OBJETIVO ESPECÍFICO NO. 1	49
<i>Plan de marketing digital</i>	<i>49</i>
RESULTADOS DEL OBJETIVO ESPECÍFICO NO. 2	85
<i>Descripción del desarrollo de software</i>	<i>85</i>
<i>Implementación.....</i>	<i>86</i>
RESULTADOS DEL OBJETIVO ESPECÍFICO NO. 3	87
<i>El Papel del diseño gráfico en la creación de aplicaciones móviles y estrategias proyectos</i> <i>sociales.....</i>	<i>87</i>
CAPÍTULO V	90
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	90
BIBLIOGRAFÍA	92
ANEXOS.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

FIGURA 1. IMAGEN DE APP “GOOGLE PLAY” DE PEREZ, JOHN 2018	29
FIGURA 2. IMAGEN DE APP “DOGMATES” DE PEREZ, JOHN 2018.....	30
FIGURA 3. IMAGEN DE APP “MASCOTAS EN ADOPCIÓN” DE PEREZ, JOHN 2018.....	31
FIGURA 4. IMAGEN DE APP “MEJOR AMIGO – ADOPTA MASCOTAS” DE PEREZ, JOHN 2018	33
FIGURA 5. IMAGEN DE APP “ADOPTA UN PERRO” DE PEREZ, JOHN 2018	34
FIGURA 6. IMAGEN DE APP “MI CLUB DE MASCOTAS” DE PEREZ, JOHN 2018	35
FIGURA 7. IMAGEN DE APP “GUAU! QUÉ PERROS” DE PEREZ, JOHN 2018	36
TABLA 1. CRONOGRAMA A DESARROLLAR.....	44
FIGURA 8. BOCETOS DE IMAGEN DEL PRODUCTO DE PEREZ, JOHN 2017	52
FIGURA 9. BOCETOS DE IMAGEN DEL PRODUCTO V2 DE PEREZ, JOHN 2017	53
FIGURA 10. BOCETOS DE IMAGEN DEL PRODUCTO V3 DE PEREZ, JOHN 2018.....	53
FIGURA 11. COMPOSICIÓN DE IMAGEN DEL PRODUCTO DE PEREZ, JOHN 2018.....	54
FIGURA 12. COMPOSICIÓN DE IMAGOTIPO DE PEREZ, JOHN 2018	54
FIGURA 13. IMAGEN DE IMAGOTIPO “DOGCARE LOGO PROFESSIONAL AND STYLISH DOG LOGO” DE PINTEREST, 2018.	56
FIGURA 14. IMAGEN DE IMAGOTIPO “DR. FRANCISCO GALERA, MÉDICO VETERINARIO” DE AEROSTUDIO DESIGN, 2017.....	56
FIGURA 15. IMAGEN DE IMAGOTIPO “CAVAGNOLI, CLÍNICA VETERINARIA + PESHOP” DE FELIPE FACCHIN, 2014.....	56
FIGURA 16. SIMULACROS DEL PRODUCTO 1 DE PEREZ, JOHN 2018.....	57
FIGURA 17. SIMULACROS DEL PRODUCTO 2 DE PEREZ, JOHN 2018.....	58

FIGURA 18. SIMULACROS DEL PRODUCTO 3 DE PEREZ, JOHN 2018.....	58
FIGURA 19. SIMULACROS DEL PRODUCTO 4 DE PEREZ, JOHN 2018.....	59
FIGURA 20. SIMULACROS DEL PRODUCTO 5 DE PEREZ, JOHN 2018.....	60
FIGURA 21. WIREFRAMES DE UI DE PEREZ, JOHN 2018	60
FIGURA 22. WIREFRAMES DE UI DE PEREZ, JOHN 2018	60
FIGURA 23. WIREFRAMES DE UI DE PEREZ, JOHN 2018	60
FIGURA 24. WIREFRAMES DE UI DE PEREZ, JOHN 2018	61
FIGURA 25. WIREFRAMES DE UI DE PEREZ, JOHN 2018	61
FIGURA 26. WIREFRAMES DE UI DE PEREZ, JOHN 2018	61
FIGURA 27. WIREFRAMES DE UI DE PEREZ, JOHN 2018	61
FIGURA 28. WIREFRAMES DE UI DE PEREZ, JOHN 2018	61
FIGURA 29. WIREFRAMES DE UI DE PEREZ, JOHN 2018	61
FIGURA 30. WIREFRAMES DE UI DE PEREZ, JOHN 2018	62
FIGURA 31. WIREFRAMES DE UI DE PEREZ, JOHN 2018	62
FIGURA 32. WIREFRAMES DE UI DE PEREZ, JOHN 2018	62
FIGURA 33. WIREFRAMES DE UI DE PEREZ, JOHN 2018	63
FIGURA 34. WIREFRAMES DE UI DE PEREZ, JOHN 2018	63
FIGURA 35. WIREFRAMES DE UI DE PEREZ, JOHN 2018	63
FIGURA 37. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA DE PEREZ, JOHN 2018.....	75
FIGURA 38. SIMULACRO DE PLAN DE MARKETING DIGITAL 1 DE PEREZ, JOHN 2018	80
FIGURA 39. SIMULACRO DE PLAN DE MARKETING DIGITAL 2 DE PEREZ, JOHN 2018	80
FIGURA 40. SIMULACRO DE PLAN DE MARKETING DIGITAL 3 DE PEREZ, JOHN 2018	80
FIGURA 41. SIMULACRO DE PLAN DE MARKETING DIGITAL 4 DE PEREZ, JOHN 2018	81
FIGURA 42. SIMULACRO DE PLAN DE MARKETING DIGITAL 5 DE PEREZ, JOHN 2018	81

FIGURA 43. SIMULACRO DE PLAN DE MARKETING DIGITAL 6 DE PEREZ, JOHN 201881

FIGURA 45. EVIDENCIA DESARROLLO DE MATERIAL AUDIOVISUAL DE PEREZ, JOHN 2018 .82

FIGURA 46. EVIDENCIA DESARROLLO DE MATERIAL AUDIOVISUAL DE PEREZ, JOHN 2018 .83

FIGURA 47. EVIDENCIA DESARROLLO DE MATERIAL AUDIOVISUAL DE PEREZ, JOHN 2018 .84

FIGURA 48. EVIDENCIA DESARROLLO DE MATERIAL AUDIOVISUAL DE PEREZ, JOHN 2018 .84

FIGURA 49. EVIDENCIA DESARROLLO DE MATERIAL AUDIOVISUAL DE PEREZ, JOHN 2018 .84

FIGURA 50. EVIDENCIA DESARROLLO DE MATERIAL AUDIOVISUAL DE PEREZ, JOHN 2018 .85

FIGURA 51. CÓDIGO QR LINK ARTÍCULO DE PEREZ, JOHN 201889

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cronograma a desarrollar.....	46
--	----

DEDICATORIA

Dedicamos este documento y el desarrollo del proyecto a todos los asesores académicos que colaboraron en la evolución del mismo.

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a todos los participantes del proyecto que creyeron en él y siempre estuvieron al tanto del desarrollo tanto escrito como en productos finales, profesores, asesores, tutores, actores, ingenieros y amigos, que trabajaron fuertemente para cumplir con las metas establecidas.

RESUMEN

Creación de una aplicación móvil para facilitar la adopción de mascotas, la aplicación estará disponible para sistemas operativos Android, con una interfaz similar a una aplicación de servicios por medio de anuncios, además, el usuario tendrá la opción de elegir su publicación como persona individual o fundación/organización sin ánimo de lucro.

Por medio de un plan de marketing digital se promocionará la aplicación móvil creando comunicación tanto con los usuarios como con las fundaciones interesadas. Con ello se busca que estas fundaciones que tienen animales domésticos para adopción los puedan publicar en la plataforma y facilitar su trabajo.

Como valor agregado este proyecto tendrá un espacio tipo clasificados donde los usuarios tengan posibilidad de publicar reportes de mascotas pérdidas, por medio de un foro, para que, aquellas personas que tengan indicios sobre el clasificado puedan comunicarse con la persona que publicó la pérdida.

PALABRAS CLAVE: App, marketing digital, interfaz.

ABSTRACT

Creation of a mobile application to facilitate the adoption of pets, the application will be available for Android operating systems, with an interface similar to a service application through advertisements, in addition, the user will have the option to choose their publication as an individual or foundation / non-profit organization.

Through a digital marketing plan, the mobile application will be promoted, creating communication with both users and interested foundations. This seeks to ensure that these foundations that have pets for adoption can publish them on the platform and facilitate their work.

As an added value, this project will have a classified type space where users have the possibility of publishing reports of lost pets, through a forum, so that those who have indications about the classified can communicate with the person who published the loss.

KEY WORDS: App, digital marketing, interface.

INTRODUCCIÓN

Este proyecto consiste en la elaboración de una aplicación móvil para dispositivos Android, con la función de publicar y adoptar mascotas por medio de anuncios virtuales, la aplicación tendrá como propósito reunir en un solo espacio aquellas personas que deseen adoptar mascotas, deseen publicar su mascota para adopción, o aquellas instituciones o fundaciones sin ánimo de lucro que tengan un establecimiento físico donde cuiden a estas mascotas y quieren publicarlas virtualmente para adopción.

Este proyecto tiene puesta la mira central en el análisis de plataformas virtuales, tales como tiendas virtuales, navegadores web, aplicaciones de compras en línea y redes sociales. Para ello se desarrollan algunos términos y se analiza la interfaz de estas plataformas, como su composición, su diagramación, sus ventajas y desventajas.

Con base en las tiendas virtuales de aplicaciones móviles más importantes, se realiza un estudio del arte de los proyectos similares implementados en otros países, con esto se busca identificar los elementos que funcionan como factor denominador de las aplicaciones con sentido social por medio de anuncios, se describen características tales como diagramación, navegabilidad, funcionalidad, usabilidad y experiencia de usuario.

Teniendo como base los referentes estudiados y el estado del arte de este proyecto, se evidencian avances desde el papel del diseño gráfico, realizando propuestas gráficas a lo que sería el producto como tal; Imagotipo, colores y composición son algunos conceptos que se tendrán en cuenta para definir la línea gráfica que seguirá el proyecto.

La metodología de trabajo de la aplicación móvil interpretará el papel de puente intermediario entre los grupos objetivo mencionados anteriormente, además, contará con un espacio tipo foro, en donde los usuarios que han perdido a sus mascotas puedan divulgar dónde, cuándo y cómo se perdieron, para que la comunidad pueda comentar frente al foro si ha tenido algún indicio de la mascota perdida, o si, la encontró, puedan contactarse directamente con el dueño.

El trabajo de la App inicia en el momento en que el usuario se registra y comienza a buscar en los anuncios de la comunidad su mascota elegida, luego se contacta con la persona que publicó el anuncio con los datos que tendrá que ingresar para su contacto, hasta ahí llega el trabajo de la aplicación.

CAPITULO I

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Presentación del problema de investigación

Desde el campo de los medios digitales como aplicaciones móviles, se puede proponer una plataforma virtual, en donde los interesados en aportar un grado a la disminución de mascotas abandonadas puedan reunirse, formar una comunidad animalista, observar y evaluar detalladamente los movimientos y adopciones que la plataforma dispone al servicio, además, se pueden implementar nuevas plataformas virtuales interconectadas, como redes sociales y foros ambientalistas virtuales interconectado de una formas fácil y breve a los partícipes más importantes, los usuarios.

Ventajas de implementar medios digitales (App).

En Colombia y Latinoamérica hay un gran porcentaje de mascotas abandonadas en las calles, parques, plazas, entre otros, debido a la ausencia de estaciones en el año es más fácil para los animales adaptarse al ambiente en las calles, por ende crece su proliferación llevando en consecuencia calles sucias, enfermedades, daño a las basuras y ataque a los niños.

Además, es una forma práctica de involucrar a todos los individuos implicados en la problemática, ya sean las fundaciones y personas que adoptan o dan en adopción y a los animales que se encuentran en la situación de abandono. También se está haciendo uso de las nuevas tecnologías de la

información y los aplicativos móviles que han traído una nueva era tecnológica. A su vez aportar a la vida de estos seres indefensos los cuales son ignorados por gran parte de la población.

El maltrato a los animales y el abandono es un problema que radica desde la falta de tolerancia y cultura humana, sumándole a esto el crecimiento porcentual de animales en las calles que traen en consecuencia enfermedades como rabia e infecciones, desechos biológicos y alteración en las basuras de los ciudadanos afectan radicalmente el desarrollo ambiental en un barrio, ciudad y/o país. Por ello se trabaja un posible aporte a este problema con dos funciones que los caracterizan, aportar a la condición ambiental de la ciudad, y brindarle calidad de vida a los animales que al igual que nosotros, sienten y sufren este problema.

Justificación

Debido a diversas experiencias personales de los integrantes con caninos observados en parques y calles muy frecuentemente, se ha realizado un ejercicio a manera de análisis diario que consiste en contarlos cada vez que se pasaba por determinado lugar, con el pasar del tiempo se dedujo que siempre que se pasaba por el lugar estaban los mismos cuatro o cinco caninos, buscando comida en las basuras o calentándose entre sí. Esto llevó a pensar y reflexionar sobre un posible aporte a esta problemática, un aporte que no conlleve mucha

inversión o intervención de entidades, lo cual desde el papel como diseñadores gráficos se llevó a la deducción de crear una aplicación móvil que facilite el acceso a la adopción de estos animales callejeros, y que interconecte a aquellos, que sienten la necesidad de aportar a problemáticas ambientales y animalistas, evitando trámites largos y dificultades a la hora de elegir su mascota ideal. Al investigar en el tema de aplicaciones móviles similares, se encontró que en Colombia no había mayor avance o desarrollo en este campo, lo cual motivó aún más el proyecto para entrar al público con un producto innovador y social.

El proyecto se realiza porque es una forma práctica de involucrar a todos los individuos implicados en la problemática, ya sean las fundaciones y personas que adoptan o dan en adopción y a los animales que se encuentran en la situación de abandono. También se está haciendo uso de las nuevas tecnologías de la información y los aplicativos móviles que han traído una nueva era tecnológica. A su vez aportar a la vida de estos seres indefensos los cuales son ignorados por gran parte de la población.

Para evitar caer en inconformidades por parte de la comunidad, sea por inseguridad o problemas con la persona que adoptó la mascota, se realizará un plan de marketing digital en donde se establecerá comunicación con la comunidad, publicando spots y material audiovisual como instructivo y preventivo del uso de la app.

Previamente al producto final, se habría aplicado un estudio de imagen en interfaces de usuario y experiencia de usuario (UX - UI), implementando los

conceptos y conocimientos en el diseño gráfico, diseño web, contenidos digitales y realización audiovisual.

Para qué se realiza este proyecto.

- i. Para contribuir a resolver el problema de proliferación de animales domésticos en las calles de Bogotá, dándoles un hogar y una vida digna
- ii. Para implementar el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en un proyecto social sin ánimo de lucro.
- iii. Para que el proyecto tenga la posibilidad de crecer e implementarse en todo el país.
- iv. Para facilitar la intermediación de una persona que da en adopción su mascota(s) y quien está interesado en adoptarla.

Por qué una aplicación móvil.

Colombia tiene un gran crecimiento con el uso de los dispositivos móviles, lo cual hace que una aplicación abarque más población y tenga mayor usabilidad que otro tipo de plataforma o medio de difusión. Además, con la llegada de la nueva era de la generación de la comunicación, en donde los individuos están conectados unos a otros en tiempo real, rompiendo las barreras de espacio tiempo, la manera más sencilla para llegar a estos individuos es implementando productos en su campo, aplicativos virtuales.

Como un aporte en conjunto los integrantes se hacen parte de esta nueva generación de la comunicación tecnológica, si bien, ya no se compran prendas en tiendas físicas, en donde disponen factores como el tiempo, el clima, o el lugar en la distancia que se tiene que recorrer para llegar a la tienda, se reflexiona en torno a que es más sencillo usar aplicaciones de anuncios comerciales, en donde se puede elegir prendas entre un catálogo casi infinito, observar su precio, poder comprar en tiempo real, en cualquier lugar en que se encuentre con conexión a internet. Si se puede disponer de este servicios en estos tiempos, ¿Porque no se puede implementar en adopción de mascotas?, en donde el público no tenga que movilizarse hasta el lugar para poder escoger su mascota ideal, o disponer sólo en los horarios que tenga disponibilidad el lugar.

Finalidad del proyecto.

- I. contribuir a la problemática socio-ambiental de Bogotá.
- II. Disminuir la tasa de animales abandonados y darles mejor calidad de vida a los mismos,
- III. Sensibilizar a los ciudadanos ante el problema ambiental de la proliferación de animales en la ciudad.
- IV. Alcanzar un número de descargas de 100 mil en la App store de Google y conseguir una calificación mínima de 4.5 según las opiniones de los usuarios.

Objetivos

Objetivo general.

Diseñar y desarrollar una aplicación para teléfonos inteligentes del sistema operativo Android, que contribuya a resolver el problema de proliferación de animales domésticos en las calles de Bogotá dándoles un hogar y una vida digna, para el año 2018.

Objetivos específicos.

- I. Establecer un plan de marketing digital para la promoción, divulgación y comunicación con los usuarios de la aplicación.
 - Brindado de este modo el espacio de trabajo desde el diseño gráfico, se realizó un plan de marketing digital teniendo en cuenta factores como, tipos de plataformas y/o redes sociales que usar, tipo de contenido que publicar en dichas plataformas, a qué grupo llegar por medio de estas plataformas virtuales, tiempo de publicación de cada contenido y las cuentas que tendrán sociedad virtual con el proyecto, como cuentas ambientalistas y animalistas. Lo anterior con el fin de ganar usuarios y seguidores del proyecto para la formación gradual de la comunidad del proyecto, este objetivo se

encuentra desarrollado en su mayoría teóricamente, está en proceso de implementarse en el mercado.

II. Desarrollar la codificación del servicio web tipo rest comunicada con la aplicación nativa de Android.

- Creando de esta forma la responsabilidad del proyecto desde el área de ingenierías para la creación y estructuración de la aplicación con su funcionalidad interna, como lo son, las líneas de codificación, la conexión con los servidores, la revisión y actualización propedéutica del funcionamiento de la plataforma, de igual forma este objetivo se encuentra en proceso de implementación.

III. Definir el papel del diseño gráfico en el desarrollo de aplicaciones móviles y estrategias de marketing en proyectos sociales.

- Por medio de un artículo investigativo, a mediano plazo se desarrolla la experiencia en la creación de proyectos sociales y ambientales desde el área del diseño gráfico, y como las competencias del diseñador le permiten aportar a dichos proyectos, este objetivo se encuentra en desarrollo.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

Dado que la mira central de este análisis estará puesta en las plataformas virtuales que permiten adoptar mascotas ya sea por medio de anuncios de la comunidad o porqué sí mismos tienen un espacio donde cuidan temporalmente a mascotas en vulnerabilidad, para luego ponerlas en adopción, es necesario plantear algunos parámetros que sirvan de ejes conceptuales sobre los que apoyar la creación de la aplicación móvil como posible aporte al problema de ploriferaciòn de animales domésticos en las calles. Para empezar, entenderemos el concepto de aplicaciones móviles, redes sociales, anuncios digitales y navegadores. Para desarrollar este proyecto es necesario indagar en plataformas web, como, navegadores, tiendas de apps y redes sociales. Para ello a continuación se evidenciará la investigación en temas relacionados con el proyecto.

Aplicación móvil

- Para definir el concepto en cuestión debemos remontarnos al inicio de toda tecnología virtual, el hardware y software, teniendo en cuenta que el hardware es toda la parte física y tangible de los mecanismos tecnológicos y lo que permite que funcione su complemento, el software, que es toda la parte intangible y virtual. De esta forma se da paso a los primeros programas por medio de una computadora, la calculadora, calendario, navegadores, administración de cuentas, correos, entre muchos más, si bien este fue el primer paso de la era digital, con el avance de los años y la tecnología se facilitó la transferencia de datos vía inalámbrica, lo que conocemos hoy en día como el wifi o servicio de datos para el smartphone. Teniendo en cuenta estos factores se puede definir de forma sencilla la aplicación móvil como un software que funciona con transferencia de datos inalámbricos retroalimentada por un servidor de almacenamiento de información. Es evidente que la era contemporánea tecnológica trae consigo el avance de las intercomunicaciones, una aplicación móvil no se aleja de este tema, ya que al ser desarrollada con el fin de facilitar la comunicación en tiempo real o detalles de un tema en específico, una app móvil se convierte en el común denominador de los dispositivos móviles. Además, la aplicación móvil está directamente alimentada con un servidor web que en primera instancia funciona como un banco de información. Un aspecto fundamental para tomar de referencia en el proyecto, son las aplicaciones

móviles que funcionan por medio de anuncios virtuales de la comunidad, si bien, no se cuenta con referentes destacados mundialmente en aplicaciones móviles de adopción de mascotas, se cuenta con plataformas comerciales reconocidas mundialmente, que funcionan de una forma similar, "MercadoLibre", "Olx", "AliExpress", entre otras, reemplazando en estas plataformas la filosofía de compraventa con adopta y publica para adopción, se tiene como resultado una similitud de gran magnitud, por ende, estos referentes tienen un grado de importancia en cuanto a interfaz de usuario y estructura de aplicaciones móviles para este proyecto. Ahora bien, qué tan importante es una aplicación móvil en el campo social y ambiental, si bien no tiene un gran desarrollo en Colombia, se puede aportar al crecimiento sin una mayor inversión e intervención, al igual que la idea de adoptar mascotas por medio de una aplicación móvil se pueden poner en práctica muchos más proyectos e ideas que aporten a la sociedad de una forma dinámica y precisa.

"Una aplicación móvil es un programa que se descarga e instala en el dispositivo móvil de un usuario, mientras que un sitio web para móviles no es más que una página web adaptada a los formatos de tabletas y teléfonos inteligentes.¹"

¹ Tomado de: Las diferencias entre las aplicaciones móviles y sitios web móviles. 25 de Septiembre de 2017.: <https://www.unitag.io/es/mobile-websites/what-is-the-difference-between-a-mobile-application-and-a-mobile-webpage>, revisado el 12 de marzo de 2018.

Navegador

- Como lo mencionamos anteriormente, para indagar este término, conocer su origen desde el hardware y software es un punto clave, si bien mencionamos como la calculadora, el calendario y los correos como los primeros software de uso personal, también lo son los navegadores, ya que por medio de ellos podemos tener acceso a la web. Como ejemplo de la magnitud del trabajo de un navegador web usamos el comúnmente usado por la comunidad, "Google Chrome", que en un tiempo de 0,44 segundos arrojó 578,000 resultados para el término "adopción de mascotas". Un navegador web se ha convertido en el exponente más usado por la población de la era tecnológica, ya que, al trabajar una tecnología de acceso sencillo a los portales web, se tiene ingreso a las bases de información, ingreso a redes sociales, ingreso a bibliotecas virtuales, entre otros. Con el avance de las tecnologías en los últimos años, ha tenido presencia el papel del diseño web en los navegadores, brindando así, una navegabilidad cómoda, y un diseño sencillo y fácil de usar. Además, el uso de navegadores web ha facilitado la interconexión en diferentes plataformas, y brindando un sin fin de funcionalidades, desde ver anuncios, escuchar, descargar y subir música, videos e imágenes en tiempo real, sin duda el uso de los navegadores web se ha vuelto el común denominador de las nuevas generaciones.

"Un navegador de Internet es una herramienta informática que nos permite acceder a toda la información contenida en Internet. Esta información se

organiza en un conjunto de datos multimedia (que incluyen textos, imágenes, vídeos y sonidos) que se denominan páginas Web.²

Red social

Para dar un ejemplo de la magnitud de la influencia al público que puede tener el alcance a una red social, "Facebook", la red social con más usuarios y mayor descargas de su App según la Play Store, arrojó un promedio de 6,36 millones de usuarios en las primeras tres páginas relacionadas con la adopción de mascotas, para dar con la magnitud de este número de usuarios en tan solo las tres primeras páginas relacionadas, nos hacemos una idea del alcance de usuarios de las redes sociales.

Hoy en día, cualquier persona cuenta con presencia en alguna red social, sea Facebook, Twitter, Instagram, entre otras, siendo cierto que el tipo de contenido en estas redes sociales tiene en su gran mayoría un bajo índice de aporte a la educación, tecnológica, historia, entre otros, en resumen las redes sociales tienen un contenido trivial en su mayoría, sin embargo, tiene un alcance de interconexión de cientos de millones de usuarios en el mundo, además con el pasar de los años las aplicaciones han crecido tanto en su tecnología, interactividad, alcance de usuarios como en el diseño de sus interfaces y su experiencia de usuario. Las redes sociales también han tenido presencia en portales web, videojuegos y aplicaciones móviles.

² Tomado de: CyL Digital. ¿Qué es un navegador de Internet. 19 de noviembre 2010: <https://www.cyldigital.es/articulo/que-es-un-navegador-de-internet>, revisado el 31 de marzo de 2018

"Las Redes Sociales pueden definirse como un conjunto bien delimitado de actores -individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, etc.- vinculados unos a otros a través de una relación o un conjunto de relaciones sociales"³

Tienda de App / App´s store

Una tienda de App´s se puede definir como, un portal digital donde hay un catálogo de App subidas por cualquier persona o entidad para los usuarios. Algunas de estas App tiene libre descarga y otras tienen un costo por descarga o costos dentro de la aplicación por determinados servicios o productos, las tiendas de App han tenido presencia tanto en portales web, dentro de los últimos sistemas operativos como "Windows Tienda", en dispositivos móviles como la "Play store" y "Apps store". Subir una aplicación móvil a algunas de estas plataformas web facilita el alcance de la misma a los usuarios. A continuación se

³ Tomado de: La teoría de redes sociales, Carlos Lozares 1996, de Universitat Autònoma de Barcelona. Departament de Sociologia:
<http://www.raco.cat/index.php/Papers/article/viewFile/25386/58613>, revisado el 12 de marzo 2018

detallan algunos elementos característicos de una tienda de App:



Figura 1. Imagen de App "Google Play" de Perez, John 2018

"...son grandes plataformas de comercio electrónico que agrupan a desarrolladores y usuarios, ofreciendo a estos últimos, toda la oferta de aplicaciones móviles y una serie de servicios asociados como búsquedas, merchandising, pagos, etc."⁴

Estado del arte

Mediante una búsqueda en el navegador de aplicaciones de Google Play se evidenció con una pequeña lista de aplicaciones con funcionalidades similares al proyecto, integradas en otros países.

Se expone la investigación de los proyectos de Apps con actividades similares, el navegador utilizado fue Google Chrome en el sitio web Google Play,

⁴ Tomado de: Las tiendas de aplicaciones móviles, Ecosistema ICEMD. 26 de mayo 2016: <http://blogs.icemd.com/blog-mobile-business-y-apps/las-tiendas-de-aplicaciones-moviles/>, revisado el 10 de marzo de 2018

también expone los países en los que han sido implementados y sus desarrolladores.

1. Dogmates

Desarrollada por: "Interaction" Agencia de publicidad digital.

País: Costa Rica

Webgrafía: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.dogmatesmobile>

Interfaz gráfica:



Figura 2. Imagen de App "Dogmates" de Perez, John 2018

Análisis: Esta aplicación es la que tiene más fuerza en la tienda de aplicaciones en su categoría, maneja una paleta de colores pastel, y tiene una navegabilidad sencilla y fácil de aprender, sin embargo, se queda corta en cuanto a extensión de la información, su contenido es pobre y no aparece información completa del artículo, como historia de la mascota y sus características a fondo, además tiene algunos fallos de navegabilidad, sin embargo entre la lista de aplicaciones

similares es la más completa a nivel de diseño y funcionalidad, ofrece algo que puede ser crucial, el login desde la cuenta de "Facebook", lo cual agiliza el tiempo en que usuario tiene que registrarse a la aplicación con sus datos personales, sin embargo pensamos que puede ser un arma de doble filo, ya que al no tener los datos completos de usuario se correría un riesgo en la gestión de su adopción.

2. Mascotas en adopción

Desarrollada por: "HALLMORE ARGENTINA" Agencia de Software

País: Argentina

Webgrafía:

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.hallmoreapps.mascotasenadop>

Interfaz gráfica:



Figura 3. Imagen de App "Mascotas en adopción" de Perez, John 2018

Análisis: En cuanto a diseño de interfaz se queda corta ya que maneja un diseño muy poco amable con el usuario, por otro lado maneja un completo trabajo de recopilación de información y tiene una muy completa navegabilidad la cual extiende las funciones de la aplicación., utiliza colores que no van acorde a la temática, y posee un logo muy complejo y agresivo visualmente, sin embargo, cumple con el fin. En esta área es crucial aclarar que no basta con hacer que la aplicación funcione de acuerdo a su filosofía, sino que, también hay que pensar en un diseño donde el usuario se sienta cómodo y se maneje una interfaz agradable para la comunidad, sin dejar de lado su funcionalidad y navegabilidad.

3. Mejor amigo - Adopta Mascotas

Desarrollada por: "MacLenon" Desarrollador

País: Argentina

Webgrafía:

<https://play.google.com/store/apps/details?id=grupo4.encontraunamigo>

Interfaz gráfica:

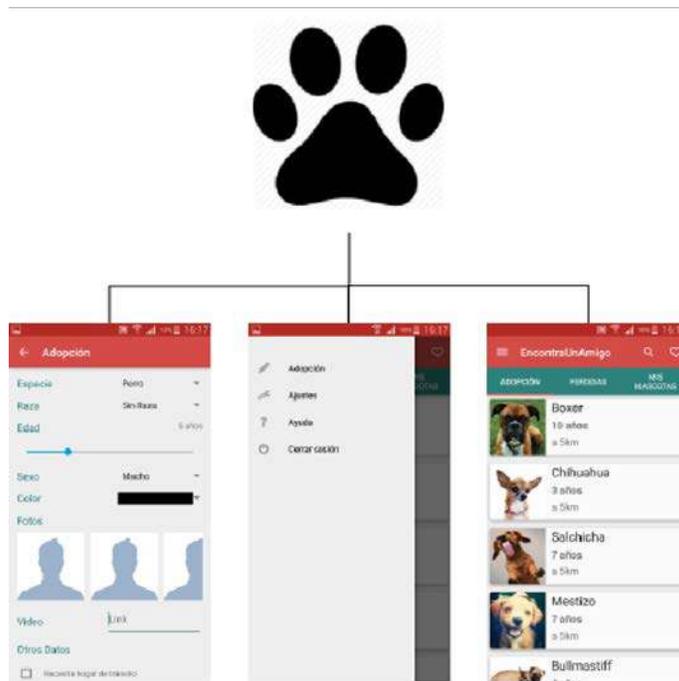


Figura 4. Imagen de App "Mejor amigo – Adopta mascotas" de Perez, John 2018

Análisis: Esta aplicación tiene una perfecta combinación entre navegabilidad, funciones y diseño, lo cual armoniza la experiencia de usuario, maneja una paleta de colores acorde y agradable, además maneja funciones de filtro de búsqueda, lo cual es clave a la hora de buscar anuncios específicos, que irían relacionados con las necesidades.

- Ejemplo: si vivo en un apartamento pequeño, por lo cual solo tengo que buscar dichas mascotas de un tamaño pequeño o mediano y con solo filtrar la búsqueda tengo acceso a solo los anuncios que me interesan.

4. Adopta un perro

Desarrollada por: "Moveando" Agencia de publicidad digital

País: España

Webgrafía:

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.moveando.adoptaunperro>

Interfaz gráfica:



Figura 5. Imagen de App "Adopta un perro" de Perez, John 2018

Análisis: No maneja una paleta de colores acorde a la temática, falta aplicar la psicología de color en esta aplicación, es muy similar a la primera aplicación que se expuso, maneja la misma filosofía y de igual forma se queda corta en cuanto a extensión de la información, haciendo que sus funciones sean muy limitadas, tampoco maneja un diseño muy agradable al usuario, tiene unas funciones de compartir o guardar anuncio, lo cual es muy acertado, como cuando se quiere compartir el anuncio de la mascota a alguien que esté

interesado, lo puedo hacer por medio de redes sociales, es decir, interconectividad más allá de la aplicación.

5. Mi club de mascotas

Desarrollada por: "DevProject" Agencia de software

País: No hay información

Webgrafía:

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.moveando.adoptaunperro>

Interfaz gráfica:



Figura 6. Imagen de App "Mi Club de mascotas" de Perez, John 2018

Análisis: Esta plataforma maneja una interfaz sencilla, colores acorde al tema, iconos y línea gráfica que se mantienen presentes en la navegabilidad, una presentación de artículos completa, información de contacto, tamaño, e

historia, un amplio listado de artículos y variedad de funciones, su diseño de interfaz no va más allá de lo genérico, por lo que se queda corta en esta parte.

6. Guau! qué perros

Desarrollada por: "Bukosabino" Agencia de software

País: España

Webgrafía:

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.moveando.adoptaunperro>

Interfaz gráfica:

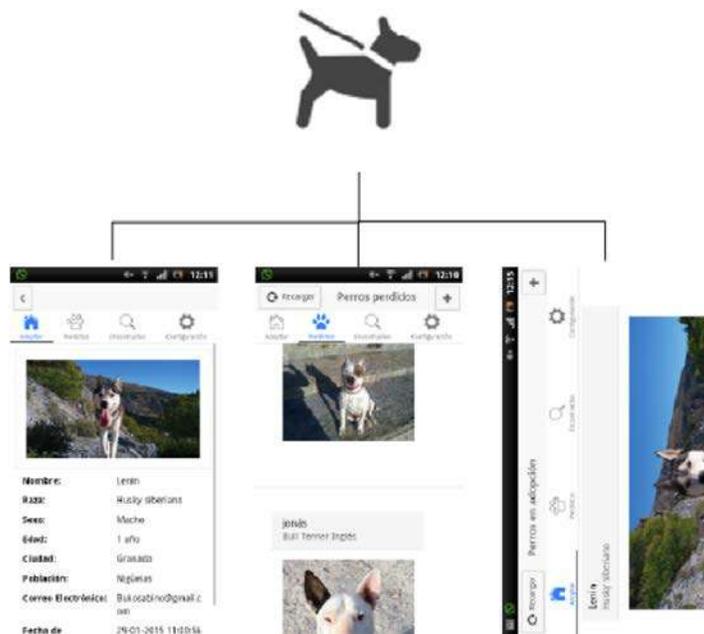


Figura 7. Imagen de App "Guau! Qué perros" de Perez, john 2018

Análisis: Esta App está fuertemente desarrollada por un equipo de software muy competitivo, que se ve reflejado en la navegabilidad, accesibilidad, interfaz, y

funcionalidades, maneja un diseño diferente a los referentes anteriores, ya que trabaja menús e iconos en la parte superior, manejando tendencias web, que no habíamos visto plasmadas en los anteriores mencionados, tiene unas funcionalidades limitadas pero completas entre sí y maneja un arte limpio y sin colores fuertes dándole jerarquía a las mascotas en las fotos directamente.

***El contenido del listado anterior se realizó con fines académicos y con el fin de estudiar los proyectos similares realizados anteriormente.*

Antecedentes locales en la WEB

En el mes de octubre del año 2017 se realizó una búsqueda en portales web con los primeros resultados de fundaciones, asociaciones y afines, se encontró el siguiente listado de posibles fundaciones en la ciudad de Bogotá que ayudan a solucionar este problema actuando como fundaciones donde le dan hogar temporal a estos animales mientras consiguen un hogar.

1. Pedigree adóptame.

Plataforma: Web

Webgrafía: <http://www.pedigreeadoptame.co/>

Análisis: Este portal web, además de ser desarrollado por una marca internacional que fuertes avances en proyectos animalistas, tiene un amplio listado de fundaciones privadas que trabajan el tema de adopción,

además, maneja una filosofía de trabajo lo cual no es muy común en los diferentes referentes que hemos visto. Maneja una línea gráfica con sentido, una navegabilidad sencilla y agradable al usuario.

2. **Huellitas sin hogar.**

Plataforma: Web

Webgrafía: <http://huellitas.social/>

Análisis: Maneja una interfaz muy sencilla y con colores acorde a la temática, imágenes en ancho completo, un menú en el centro y que está presente en toda la navegabilidad, para facilitar la interactividad con el usuario, referencia fundaciones y mascotas en adopción, manejando una funcionalidad muy completa.

3. **Adopciones Bogotá**

Plataforma: Web

Webgrafía: <http://www.adopcionesbogota.com/>

Análisis: En principio se ve un trabajo de diseño agradable y con fundamentos, sin embargo, la saturación de anuncios publicitarios hace que pierda totalmente la arquitectura y funcionalidad del sitio web, haciendo muy complejo la navegación del mismo, de igual forma, maneja un amplio listado de artículos y funcionalidades que ayudan a la elección de la mascota, en resumen, el abuso de los anuncios daña totalmente tanto el diseño como la navegabilidad de un sitio web.

4. **Adopta Bogotá**

Plataforma: Web

Webgrafía: <http://www.adoptabogota.com/>

Análisis: Maneja una intercomunicación con distintas redes sociales, pero está lejos de establecerse como sitio web, quedando como un simple blog, donde se suben artículos, el diseño tampoco resalta dentro del entorno dándole una interfaz muy por debajo del promedio.

5. **Adopta no compres**

Plataforma: Web

Webgrafía: <https://www.adoptanocompres.org/>

Análisis: Un sitio web muy completo, lleno de interactividad, integra multimedia, y retroalimentación con diferentes redes sociales, tienen presencia de marketing digital en Facebook e Instagram, tiene diferentes sitios donde puedo interactuar, como donar, publicar, compartir, leer casos, entre otros, en un sitio web completo y con una psicología de trabajo que se ve a primera vista.

CAPITULO III

DISEÑO METODOLÓGICO

A continuación, se narrará toda la experiencia de creación de la App, hasta la fecha, para iniciar la parte conceptual fue necesario hacer un trabajo de campo en los diferentes parques y zonas residenciales de Bogotá, principalmente se trabajan zonas del promedio socioeconómico de Bogotá, es decir, se visitaron pequeños parques de zonas socioeconómicas 2 y 3, en localidades como Kennedy, Bosa y Los Mártires, que apuntaron a tener una presencia de por lo menos dos perros callejeros en cada parque que fue visitado, a esto le agregamos que según reportes de colaboradores de algunos lugares indican que el parque es el hogar de estos animales, y buscan su comida entre las basuras.

Lo anterior generó una expectativa de resolver la situación ambiental y proliferación de perros y gatos en dichas zonas, para ello se dio inicio al proyecto en cuestión, el segundo paso fue crear desde el papel del diseño gráfico y medios audiovisuales, la imagen, líneas gráficas y conceptos de color y significancia de la aplicación móvil.

Posterior a lo anterior se empieza a trabajar con la persona asociada al proyecto, encargada de crear y estructurar la ingeniería en sistemas del proyecto, lo cual creó un binomio eficaz abarcando tanto la arquitectura de la información y la parte visual del proyecto.

Cronograma a desarrollar.

FECHA	TAREA	ACCIÓN	RESPONSABLE
14/1/18	Buscar información, fuentes y referentes.	Recolectar información sobre aplicaciones realizadas anteriormente, técnicas y metodologías empleadas.	John Perez
10/3/18	Definir la metodología del papel del área de ingenierías.	Definir y empezar a emplear las técnicas, formulaciones y arquitectura de la información para la aplicación.	Jeison Nisperuza
14/3/18	Finalizar la estructura de la aplicación	Se define la estructura final de la aplicación	John Perez Jeison Nisperuza

		por medio de wireframes	
30/4/18	Contenido inicial de la aplicación en cuanto a material gráfico y audiovisual	<p>Fecha máxima para tener definido la imagen de la aplicación, teorías de color, tipografía, formas y fotografías.</p> <p>Se debe contar con un manual de imagen corporativa, y contar con cinco (5) piezas (Como mínimo) para material de publicación en redes sociales</p>	John Perez
16/5/18	Instalación y divulgación de la aplicación en redes sociales	Según el plan de marketing digital, tener creadas las cuentas en las respectivas plataformas.	John Perez

21/5/18	Implementar el plan de marketing digital para ganar número de usuarios.	Campañas de expectativa sobre la app para empezar a crear seguidores.	John Perez
1/6/18	Primer prototipo funcional de la aplicación	Se crea el primer prototipo de la aplicación y se realizan pruebas de funcionalidad en tiempo real y con conexión al servidor.	Jeison Nisperuza
5/6/18	Pruebas y testeos de la funcionalidad de la aplicación	Se realizan encuestas, pruebas y test en tiempo real de la usabilidad de la aplicación con un grupo de personas seleccionado	John Perez Jeison Nisperuza
30/6/18	Finalización de la creación de la App	Se ajusta últimos detalles de posibles	John Perez

		fallos y errores, para lanzar el producto final	Jeison Nisperuza
11/7/8	Introducción al mercado	Se debe contar con la presencia de la app en por lo menos una (1) tienda de aplicaciones	John Perez Jeison Nisperuza
19/7/8	Estudios del comportamiento del usuario con la aplicación	Se analiza la usabilidad que ha tenido la app por parte de los usuarios y se estudian posibles mejoras.	John Perez Jeison Nisperuza

Tabla 1. Cronograma a desarrollar.

Tipo de investigación

Como herramientas investigativas para desarrollar el proyecto se tiene en cuenta que la investigación en cuestión es de **tipo cualitativa** ya que se conoce el resultado final el cual es una aplicación móvil. La forma de investigación es aplicada, ya que conforme se recolecta la información se aplica al proyecto.

La investigación dará **lugar** inicialmente en la mayoría de localidades de Bogotá, Colombia, involucrando tanto a las personas identificadas como a los animales abandonados.

El **propósito** de la investigación es aplicada, ya que conforme se desarrolle la implementación de la aplicación móvil y la creación de la comunidad animalista se tendrán en cuenta las estadísticas de rendimiento y usabilidad por parte de los usuarios, para así tomar decisiones favorables en el futuro.

Se define la investigación en cuestión como un conjunto de actividades previamente planeadas con propósito social y ambiental para apoyar a un problema que está y seguirá evolucionando con el tiempo si no se toman medidas de contribución.

Población

a) Grupo específico.

- Situación general: ingresos en promedio al mínimo salarial o mayor.
- Ocupación: Madres de hogar, estudiantes, empleados, personas cabeza de hogar, fundaciones que favorecen a los animales.

- Acceso a los servicios: viviendas con acceso a la mayoría de servicios públicos (Agua, energía eléctrica, gas, acceso a internet).

b) Grupo general.

Público joven entre 15 y 40 años de estratos socioeconómicos 1, 2, 3 Que cuenten con conocimientos en manejo de tecnologías básicas. Lo más importante, que posean una mascota que quieran dar en adopción, o, que tengan intención de adoptar un compañero para su hogar.

c) Ejemplos:

1. Joven de 18 años de estrato económico 3 que cuente con el espacio suficiente en su hogar para adoptar un perro o gato.
2. Madre de 30 años de estrato económico 3 que quiere dar en adopción su perro por motivo de viaje, y no cuenta con el espacio adecuado donde se trasladará.

Las razones por las cuales una familia decide abandonar a sus mascotas son su falta de asimilación de la responsabilidad que conlleva un perro o un gato, cuando las personas deciden irse de viaje o mudarse a un lugar más pequeño, en algunos casos, deciden retirar a la mascota de su hogar o darla en adopción, pero si este método no funciona, la solución más sencilla es dejarla abandonada en la calle.

"Las situaciones más comunes por las cuales se da el abandono son: agresividad, poca disposición de la familia para educarlos, Ansiedad por

Separación (APS) y la eliminación inadecuada, entre otras, que también se convierten en los principales motivos de consulta a especialistas.⁵

Perfil del consumidor

Juan tiene 26 años, es un estudiante universitario y empleado de un supermercado, vivía en un apartamento pequeño pero hace poco se mudó a una casa mediana, en donde tiene mucho más espacio del que necesita, él ha decidido obtener una mascota que lo acompañe, pero viendo los precios de los perros en alguna tienda virtual se dio cuenta que la mejor opción es adoptar un cachorro, de esta forma está apoyando la causa animalista que va en contra de comprar mascotas ya que estas no son productos sino seres vivos que sienten, al poder adoptar su mascota hizo una relación con el anterior dueño de su mascota, esto le ha ayudado a fortalecer su responsabilidad frente a los cuidados y atenciones que necesita su nuevo amigo.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Como herramientas de recolección de información se trabaja primordialmente con sitios web de periódicos nacionales en temas ambientales, precisamente en la ciudad de Bogotá. En el tema investigativo en avances

⁵ Tomado de: Razones por las cuales las personas abandonan a sus mascotas. 06 de Febrero de 2017. :<https://www.publimetro.co/co/estilo-vida/2017/02/06/razones-cuales-personas-abandonan-mascotas.html>, revisado el 22 de Abril de 2018

tecnológicos, se trabaja la plataforma Google Books, en donde se recolectan algunos artículos de temas de comunicación visual. Para finalizar las herramientas investigativas se tiene una base de referencia en la plataforma más amplia y completa de compra y descarga de aplicaciones móviles, la PlayStore de Google, en donde con base en las aplicaciones similares se toman referencias en cuanto lo que se ha dicho y hecho.

CAPITULO III

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Resultados del objetivo específico no. 1

Plan de marketing digital

El desarrollo de este proyecto tiene un punto clave, el marketing digital es primordial para generar tráfico en la aplicación y darla a conocer a los usuarios en la ciudad de Bogotá, además, mediante el contenido educativo y de concientización se quiere aportar a reducir el problema ambiental de la ciudad y darle calidad de vida a las mascotas, para ello se expone una estrategia de marketing digital de la siguiente manera.

Presentación general

Adoptapp - Felicidad y conciencia, es una organización de solidaridad social, que lucha contra el abandono de animales domésticos en Bogotá, desde el 2018. En los proyectos que Adoptapp implementa, la reducción de perros y gatos en las calles, también acompañado por programas paralelos que busquen la concientización (social, cultural y/o ambiental) de las personas por medio de plataformas digitales y redes sociales.

i. Misión

Contribuir a resolver el problema de proliferación de animales domésticos en las calles de Bogotá dándoles un hogar y una vida digna, por medio de aplicaciones móviles.

ii. Visión

Para el año 2020, Adoptapp se implementará no solo a nivel Bogotá sino a nivel nacional e internacional, además, estará consolidado nacionalmente por tener al menos 100.000 descargas en la plataforma "Google Play".

1. Valores

- a. inclusión (1)
- b. sostenibilidad (2)
- c. Confianza (3)
- d. Transparencia (4)
- e. Profesionalismo (5)
- f. Compromiso (6)

2. Presencia en línea

- a. Sitio web: <http://www.adoptapp.org/> (En proceso)
- b. Facebook: Adoptapp felicidad y conciencia (En proceso)
- c. Instagram: @adoptapp (En proceso)

3. Filosofía

La filosofía de Adoptapp es eliminar por completo los ideales comerciales de nuestra comunidad y reemplazarlos por ideales sociales, colaborativos, de confianza y concientización, humanizar el trabajo hacia los animales y hacerlo de la manera más voluntaria y sencilla para los demás es lo más importante para Adoptapp.

Construcción de la imagen

Para llegar al resultado final de la imagen de adoptapp se tuvo que recorrer un amplio camino entre decisión de colores y formas:

1. Las primeras versiones se trabajaron con ideas puntuales de perros y gatos, combinando formas y elementos que ayudaban a comunicar la intención del producto, las propuestas del nombre del producto estaban en su fase de incubación, por ello no se decide trabajar el nombre a fondo por el momento.



Figura 8. Bocetos de imagen del producto de Perez, John 2017

2. La segunda propuesta de la imagen se basó en elementos que se asociaron con lo ambiental por ello se usa el verde, y se combina la forma de la "P" con iconos de mascotas. En este punto se desarrolla una propuesta de nombre de la aplicación que nace desde una lluvia de ideas en el semillero de investigación de las líneas gráficas.

CONCEPTO->	ADOPTAR	2. APLICACIÓN MÓVIL
RESULTADO->	ADOPT	APP

Se decide optar por este nombre, ya que al hacer una revisión previa se encuentra que no está usada en los proyectos implementados en otros países, además, por decisión unánime, ya que al combinar dos conceptos propios del proyecto se obtiene por un lado un resultado que resulta estético tanto en la pronunciación como en la escritura del nombre del producto y el nombre identifica muy fácilmente con la intención del producto.



V.2

Figura 9. Bocetos de imagen del producto v2 de Perez, John 2017

3. Al replantearnos el mensaje que debía transmitir la imagen, se optó por cambiar su forma y elementos sin dejar a un lado el concepto ambiental, por ello se decide combinar nuevamente formas e iconos que marcaron decisivamente la imagen de Adoptapp.



Figura 10. Bocetos de imagen del producto v3 de Perez, John 2018

Al tomar la circularidad del imagotipo se quiere representar el “adopta y da en adopción”, con ello se reduce el impacto en los perros y gatos abandonados en las calles, también se decidió tomar una forma en positivo/negativo en donde el icono del perro corta con el abrazo del pictograma generando un concepto con base en dos imágenes.

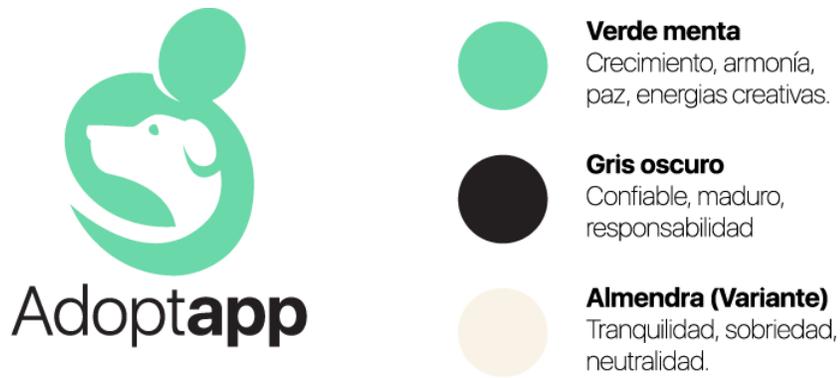


Figura 11. Composición de imagen del producto de Perez, John 2018



Figura 12. Composición de imagotipo de Perez, John 2018

Los colores de Adoptapp representan el ambiente en la ciudad que ayudamos a proteger, el gris de nuestra responsabilidad con la causa, el

blanco almendra, que representa una marca joven y amable con el público. Al elegir estos tres colores como representantes de la marca se tuvo en cuenta el mensaje que se quiere transmitir, el cual es la responsabilidad ambiental, la responsabilidad con los animales abandonados y la llegada de un proyecto amable con el usuario, representando una marca joven y autodidacta.

El slogan

Se realiza una propuesta de slogan para complementar el mensaje que se quiere transmitir al receptor con el material gráfico y audiovisual, se llega a la decisión de establecer el slogan: ***"Felicidad y conciencia"***, por motivo de la filosofía del producto el cual es mejorar en cierta medida la vida de los animales abandonados en las calles y sembrar conciencia por el problema ambiental de los perros y gatos callejeros en la ciudad.

Referentes gráficos que se tuvieron en cuenta para la construcción.

Para llegar al resultado final de la imagen del producto, fue necesario indagar en portales web para creativos, posteriormente se seleccionaron las propuestas más cercanas a los cambios que necesitaban las versiones anteriores.



Figura 13. Imagen de imagotipo “Dogcare logo professional and stylish dog logo” de Pinterest, 2018.



Figura 14. Imagen de imagotipo “Dr. Francisco Galera, Médico veterinario” de Aerostudio design, 2017.



Figura 15. Imagen de imagotipo “CAVAGNOLI, clínica veterinaria + petshop” de Felipe Facchin, 2014.

Propuesta de interfaz gráfica

Al limitar el proceso gráfico a tres colores se facilita el avance en material gráfico, de esta manera se puede evidenciar como en todas las piezas gráficas siempre hay presencia de los tres colores corporativos, además, se decide trabajar el color principal sobre una fotografía de fondo de cachorros o gatos trabajando de este modo un mensaje hacia el usuarios sin perder la identidad del producto.

En las evidencias de avances gráficos se trabajan elementos en la navegación de la App para simular la interfaz final de la aplicación, tales como, pantalla de inicio o "Home", botón de menú o "nav", artículos, favoritos, mensajes, reporta tu pérdida, ayuda, entre otros.

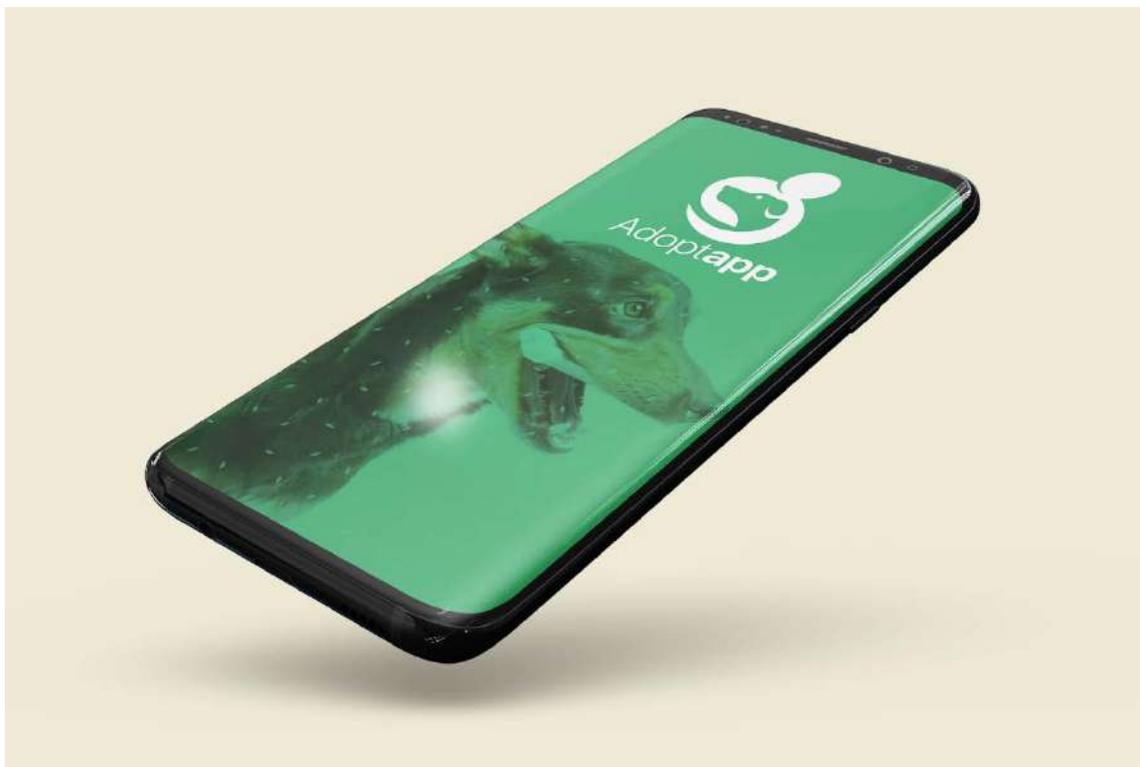


Figura 16. Simulacros del producto 1 de Perez, John 2018

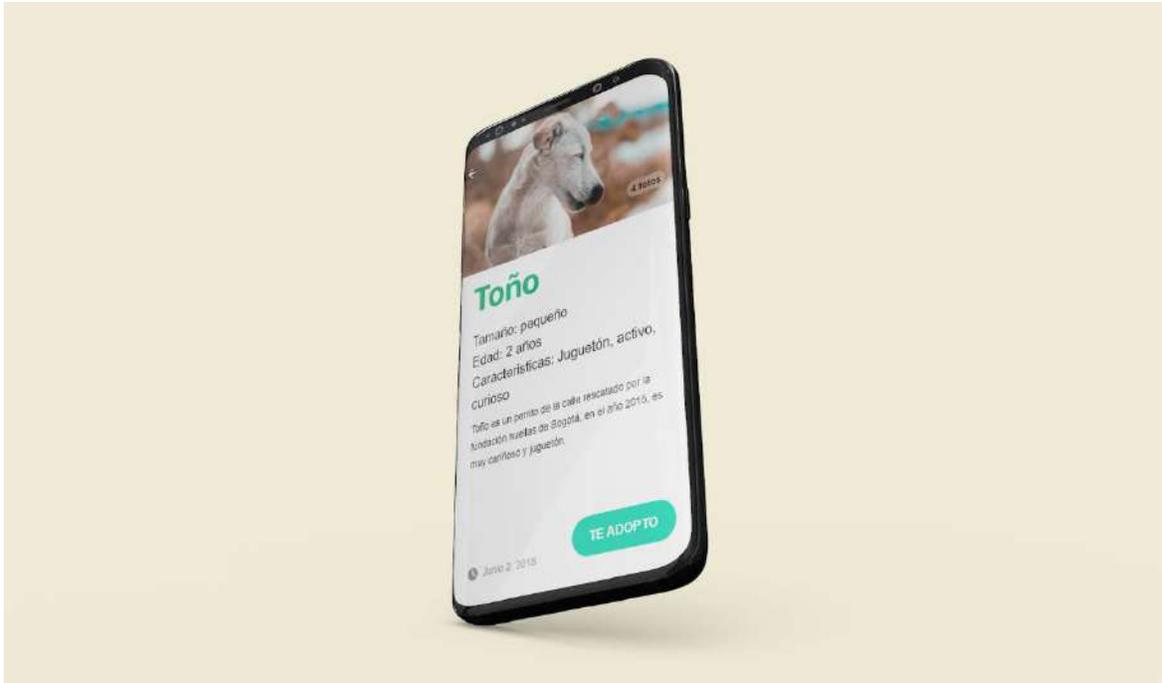


Figura 17. Simulacros del producto 2 de Perez, John 2018

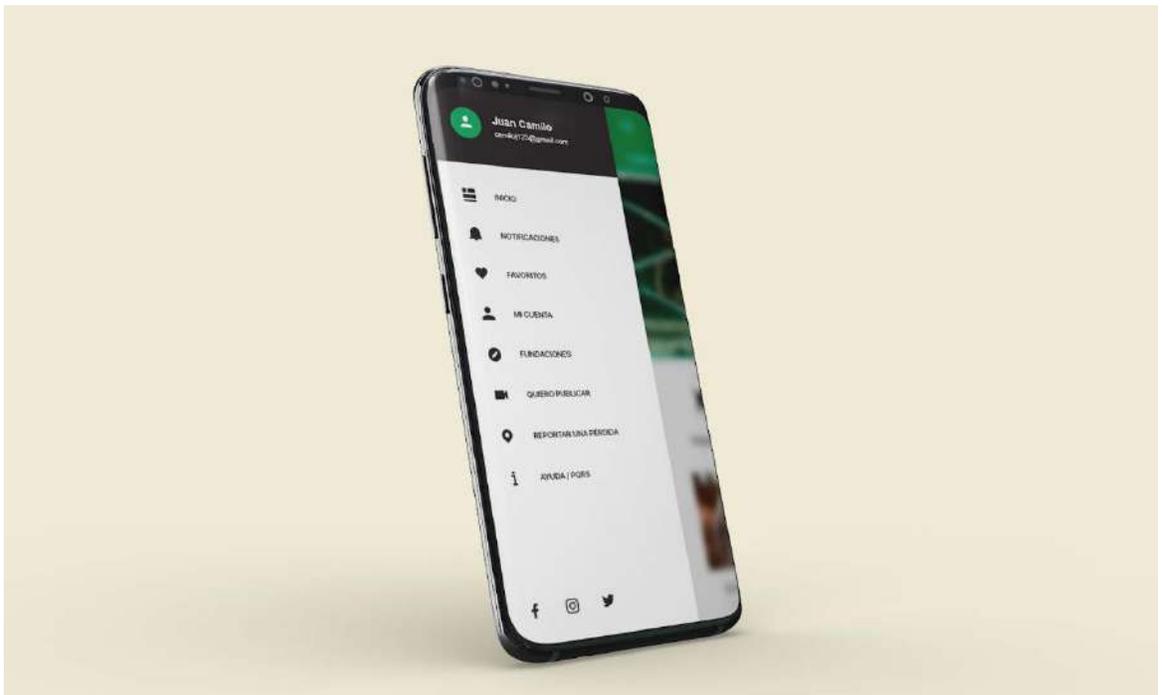


Figura 18. Simulacros del producto 3 de Perez, John 2018

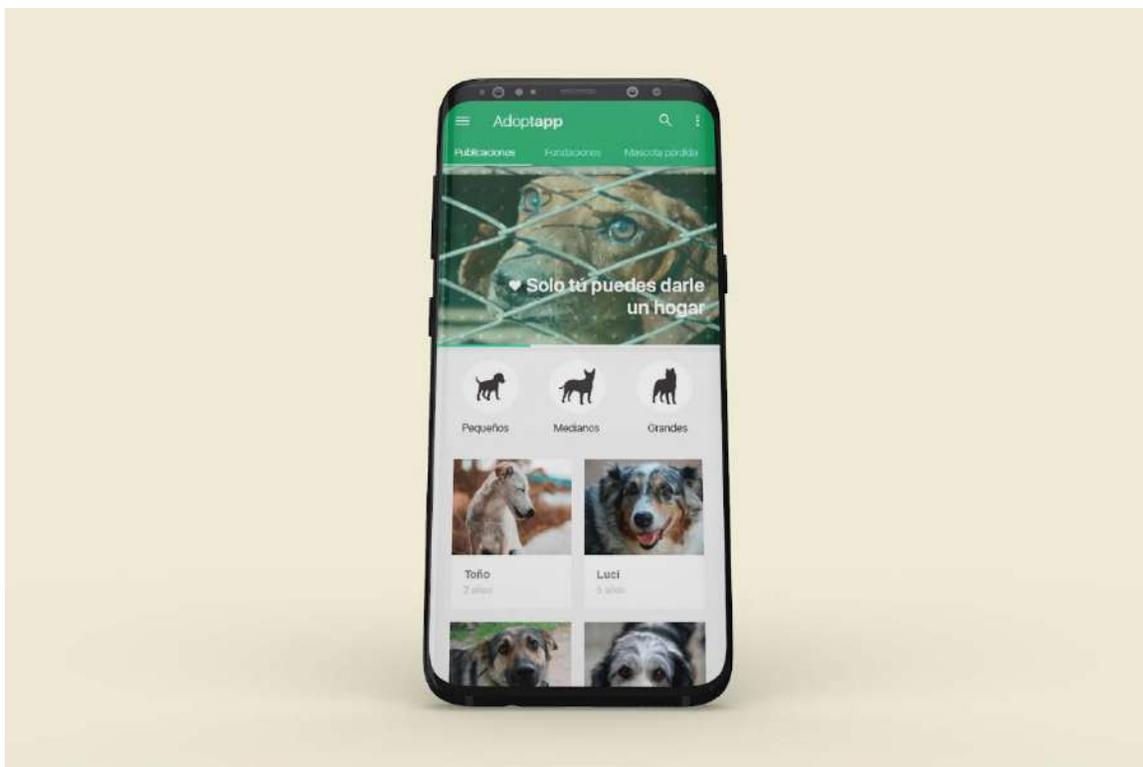


Figura 19. Simulacros del producto 4 de Perez, John 2018

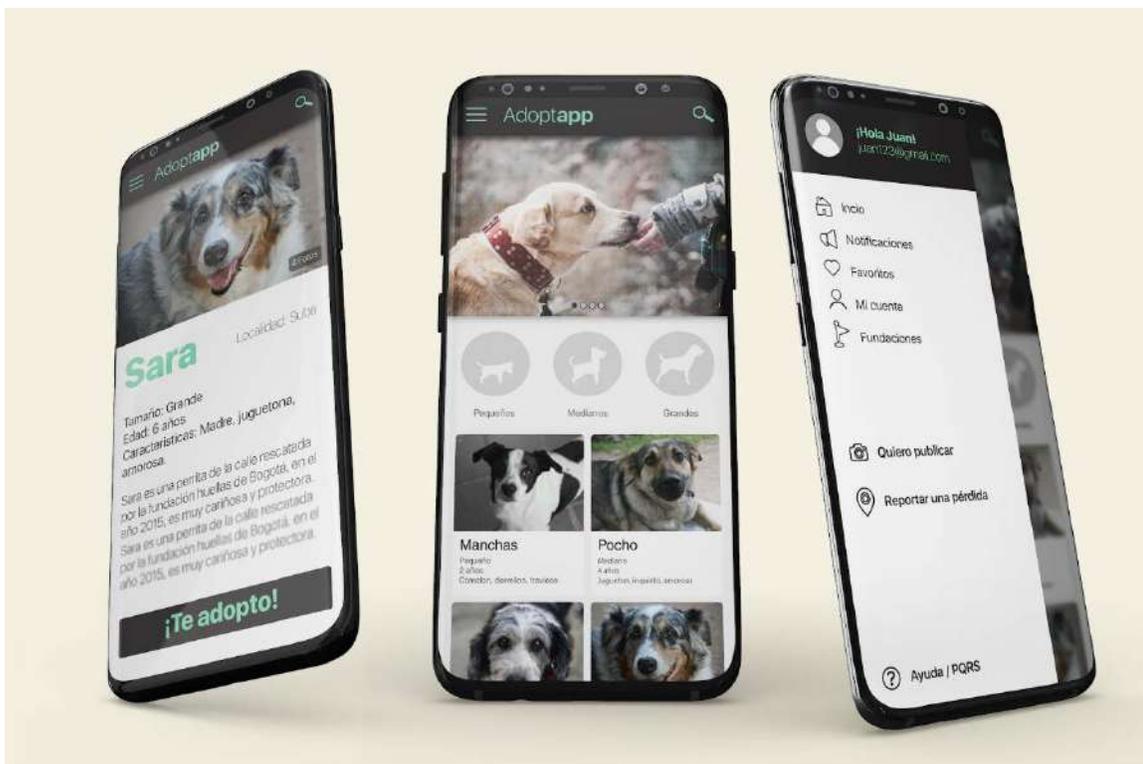


Figura 20. Simulacros del producto 5 de Perez, John 2018

Wireframes de UI (User interface - Interfaz de usuario)

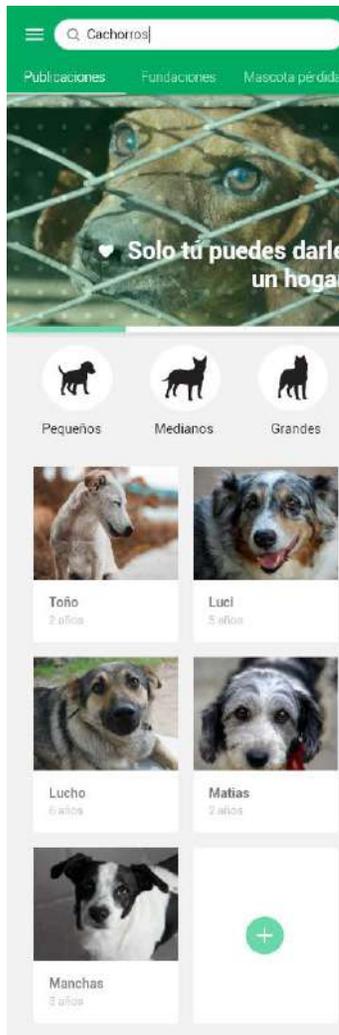


Figura 21. Wireframes de UI de Perez, John 2018

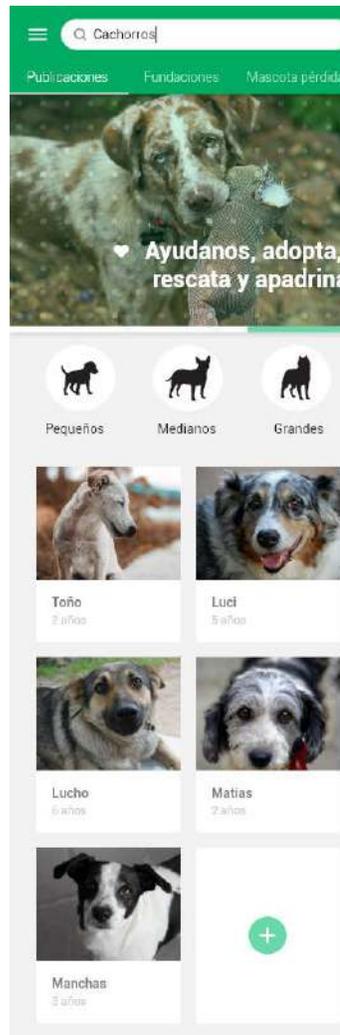


Figura 22. Wireframes de UI de Perez, John 2018

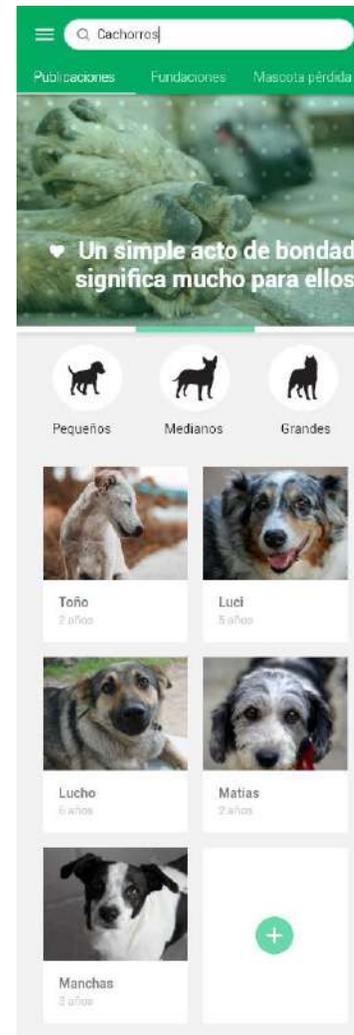


Figura 23. Wireframes de UI de Perez, John 2018



Figura 24. Wireframes de UI de Perez, John 2018



Figura 25. Wireframes de UI de Perez, John 2018

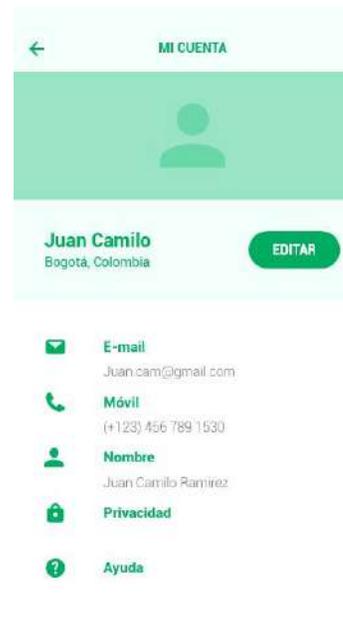


Figura 26. Wireframes de UI de Perez, John 2018

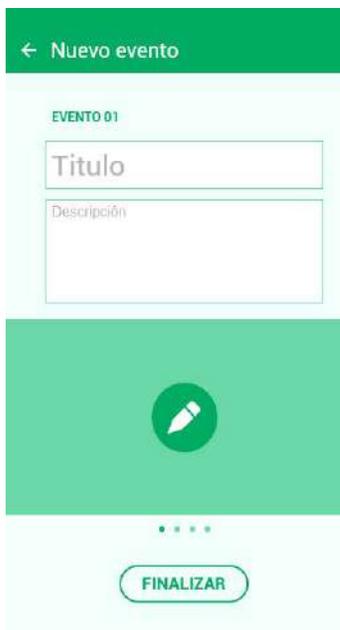


Figura 27 Wireframes de UI de Perez, John 2018

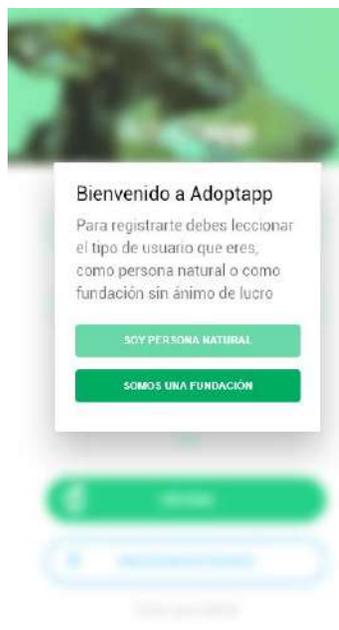


Figura 28. Wireframes de UI de Perez, John 2018



Figura 29. Wireframes de UI de Perez, John 2018

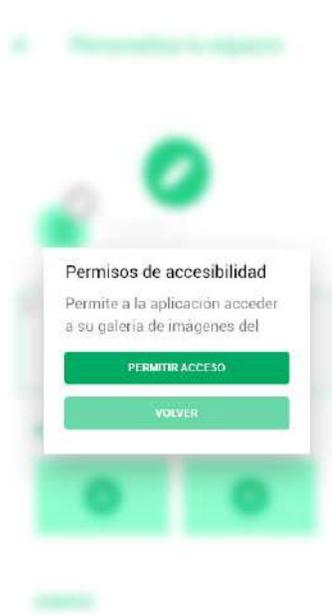


Figura 30. Wireframes de UI de Perez, John 2018



Figura 31. Wireframes de UI de Perez, John 2018



Figura 32. Wireframes de UI de Perez, John 2018

←

Información personal

Fecha de nacimiento
09/09/1987

Ciudad/Departamento
Bogotá

País
Colombia

Localidad
Teusaquillo

Móvil
(+ 57) 312 345 7894

Móvil 2
(+ 57) 312 345 7894

Al crear una cuenta, acepta nuestros
Terminos del servicio y políticas de privacidad

→

Figura 33. Wireframes de UI de Perez, John 2018

☰ Adoptapp Tengo un problema

Publicaciones Fundaciones Mascota pérdida

FUNDACIÓN &
15 MASCOTAS PARA ADOPCIÓN
Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt.

FUNDACIÓN Y
15 MASCOTAS PARA ADOPCIÓN
Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt.

FUNDACIÓN A
11 MASCOTAS PARA ADOPCIÓN
Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt.

FUNDACIÓN Z
12 MASCOTAS PARA ADOPCIÓN
Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt.

Términos y condiciones
Trabaja con nosotros
Ayuda/PQRS
Contacto

Figura 34. Wireframes de UI de Perez, John 2018

←

Adoptapp

johncamilo@mail.com E-mail

***** Contraseña

CONTINUAR

INICIA SESION CON FACEBOOK

Crear una cuenta

Figura 35. Wireframes de UI de Perez, John 2018

Prototipo de la arquitectura UI (User interface - Interfaz de usuario)

Mediante plataformas de creación y desarrollo de arquitectura para dispositivos móviles se obtiene un prototipo final en su primera versión, aplicando las normatividades según el manual de identidad corporativa.

[LINK Prototipo UI](#)



Figura 15. Código QR Link Prototipo de UI de Perez, John 2018

Manual de identidad corporativa

Se realizó el manual de identidad corporativa para el producto, donde se define el concepto de la marca, sus diferentes aplicaciones y reglamentos de uso.

[LINK Manual de identidad](#)





John Pérez - Realizador audiovisual. Copyright © 2018. Todos los derechos reservados. Su distribución y divulgación debe contar con los permisos de los autores.



PALABRAS CLAVE

Antes de dar inicio al manual de identidad corporativa se plantean las siguientes palabras clave para identificar el tipo de imagen que usa la marca y sus semejantes.

ISOTIPO

Parte simbólica de la marca.
La marca es reconocida sin el texto.

LACOSTE

LOGOTIPO

Se habla de un logotipo cuando se
identifica por el texto.

ZARA

IMAGOTIPO

Combinación de imagen y texto.
Estos pueden funcionar por separado


LACOSTE

ISOLOGO

El texto y el ícono se encuentran
agrupados, no funciona uno sin el otro



IMAGOTIPO

SIGNIFICACIÓN

El Imagetipo de "Adoptapp" nace de la combinación de elementos simbólicos que en conjunto funcionan como principal emisor del mensaje y filosofía de la marca que se quiere transmitir al público. Se manejan pictogramas básicos para facilitar la recepción de los elementos al espectador.

Tanto los elementos como el movimiento del Imagetipo están en función de transmitir amor hacia las mascotas circularidad en la rescatación y salvación de los animales domésticos.

El Imagetipo está diagramado de tal forma que encaje a la perfección en un cuadrado proporcional que funciona como icono de las aplicaciones móviles.

los colores empleados en el Imagetipo están empleados de tal forma que la marca exprese sutileza, amabilidad, cordialidad, sentido ambientalista y profesionalismo, se manejan colores verde menta, almendra y gris.



12

Adoptapp. todos los derechos reservados, prohibida su distribución sin autorización del autor (2013)

VARIANTES

Debido a que la app puede aparecer en numerosos lugares que pueden ser tanto digitales como impresos, el logo puede adaptarse a diferentes soportes, puede incluir la versión original simétrica, versión con eslogan, versión horizontal, versión logotipo o isotipo.

Version con eslogan. Esta versión sólo debe ser utilizada en campañas promocionales y de concientización, de lo contrario se utilizará la versión original sin eslogan.

Version horizontal. Se ha incluido esta variación del Imagetipo para ser utilizada en donde el espacio vertical limite la ubicación del mismo.

Version logotipo. Se ha incluido esta variación para permitir flexibilidad en la diagramación del logotipo en lugares complejos, consiste en ubicar solo el texto de la marca. Esta variación es permitida siempre y cuando no altere las reglas de uso.

Version isotipo. Se ha incluido esta variación para permitir flexibilidad en la diagramación del isotipo en lugares complejos, consiste en ubicar solo la imagen de la marca. Esta variación es permitida siempre y cuando no altere las reglas de uso.



14

Adoptapp. todos los derechos reservados, prohibida su distribución sin autorización del autor (2013)

APLICACIONES PLANAS Y POSITIVO

El imagotipo puede manejarse a un solo color sólido y también en positivo y negativo, cuando el fondo sea muy oscuro se empleará el fondo positivo totalmente sólido, sin escalas de gradientes.



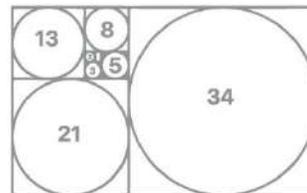
16

Adoptapp. Todos los derechos reservados. Prohibida su distribución sin autorización del autor. (2013)

RETÍCULA

Por medio de la planimetría es posible mantener las proporciones geométricas de los elementos del imagotipo, como unidad mínima de la cuadrícula de la planimetría se ha tomado el punto de la "1" que hace parte de espacios proporcionales mínimos.

Se aplican proporciones aureas que permiten la circularidad del imagotipo y mantienen una imagen estéticamente proporcional.



18

Adoptapp. Todos los derechos reservados. Prohibida su distribución sin autorización del autor. (2013)

Área de reserva

ÁREA DE RESERVA

Se debe respetar un área mínima de reserva de 1", espacio de seguridad que se debe mantener vacío, sin logotipos, textos, imágenes y/o gráficos.



20

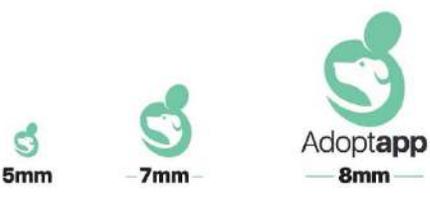
Adoptapp. Todos los derechos reservados. Prohibida su distribución sin autorización del autor (2013)

Tamaño mínimo de reproducción

TAMAÑOS MÍNIMOS DE REPRODUCCIÓN

El tamaño mínimo de reproducción nos ayuda a conocer la máxima reducción que puede soportar la marca.

En caso de app móvil, el tamaño más reducido al que se puede llegar es a 8mm de ancho, cuando el tamaño se reduce a menos de 8mm se cambia inmediatamente al uso del isotipo sin texto, esto por tamaños de legibilidad. El tamaño mínimo que soporta el isotipo es de 5mm de ancho, no es válido un uso de marca a menor tamaño.



22

Adoptapp. Todos los derechos reservados. Prohibida su distribución sin autorización del autor (2013)

COLORES CORPORATIVOS

Los colores aplicados en la marca están estrictamente limitados para no romper el esquema de recepción del usuario en la filosofía de la marca.

Se manejan colores pastel, sobrios y claros; se maneja el verde menta como color primario y característico de la marca acompañado de un color gris oscuro; además, se trabaja una variante en color almendra que puede ser válida en campañas de promoción de la marca.



PMS: 3385U/2412 C
 CMYK: 60/0/45/0
 RGB: 106 / 216 / 189
 HEX: 6AD9A9



PMS: 2310U (25%)
 4956 C (200)
 CMYK: 34/11/0
 RGB: 249 / 243 / 231
 HEX: F0F8E7



PMS: Neutral Black C
 Neutral Black U
 CMYK: 0/0/0/95
 RGB: 35 / 31 / 32
 HEX: 2E2D2C

TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

La identidad posee únicamente una tipografía usada; se emplea el tipo de fuente san-serif o sin serifas, que facilita su lectura desde dispositivos digitales; se maneja una fuente proporcional en cuanto altura y anchura para mantener sus proporciones estéticas.

se puede manejar toda la familia de fuentes en cualquier tipo de publicación promocional, desde Heavy, Bold, medium, regular y light.

SF UI Display, Thin

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890
 !"#%&'()*=?!*"[]-.,:;<>

SF UI Display, Regular

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890
 !"#%&'()*=?!*"[]-.,:;<>

SF UI Display, Bold

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890
 !"#%&'()*=?!*"[]-.,:;<>

SF UI Display, Heavy

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890
 !"#%&'()*=?!*"[]-.,:;<>

NORMAS DE UTILIZACIÓN

La imagen de la marca está adaptada para funcionar en diversos entornos tanto digitales como impresos. No requiere de excesivas normas de utilización. Únicamente aspectos básicos que afectan la integridad y composición de la marca.

Usos incorrectos x >>

- Deformación x
- Deformación y
- Girar el logotipo
- Cambiar sus colores
- Degradados
- Invertir sus colores
- reducir el tamaño
- reducir el espacio

Usos correctos >>

- Sobre fondos claros
- Sobre fondos oscuros
- Sobre degradados suaves
- Sobre fondos medios
- Sobre imágenes
- Sobre degradados fuertes

28

Adoptapp todos los derechos reservados, prohibida su distribución sin autorización del Autor 2017

APLICACIONES

ICONO APP MÓVIL

La aplicabilidad más importante de la marca es en el icono de la aplicación móvil, por ello, su aplicación es de suma importancia y por ningún motivo se debe cambiarle la diagramación, tonalidad y forma del mismo.



Salvo algunas excepciones se puede manejar un alternativo del icono de la app, sin embargo, deben ser casos especiales. Solo se pueden manejar las siguientes variaciones:



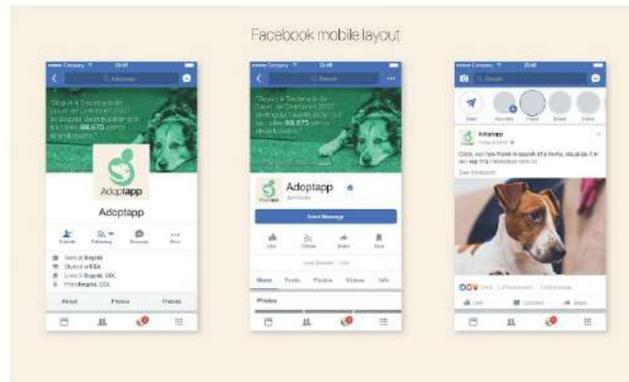
32

Adoptapp todos los derechos reservados, prohibida la distribución sin autorización del autor (2013)

APLICACIONES DIGITALES

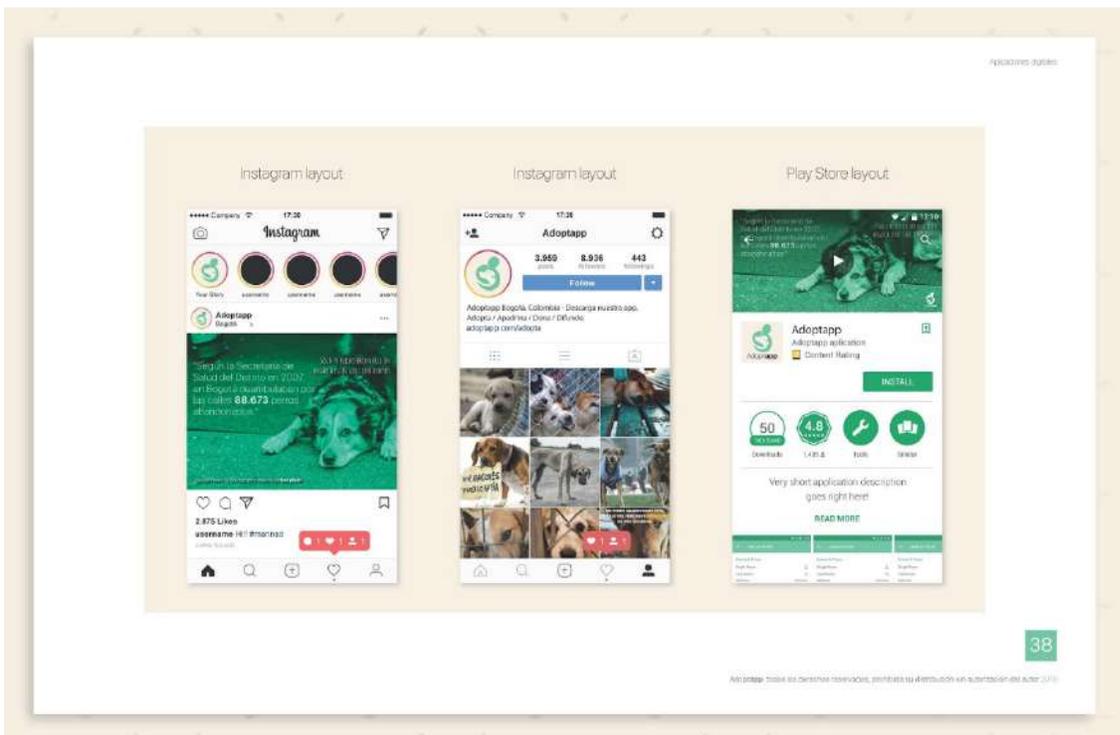
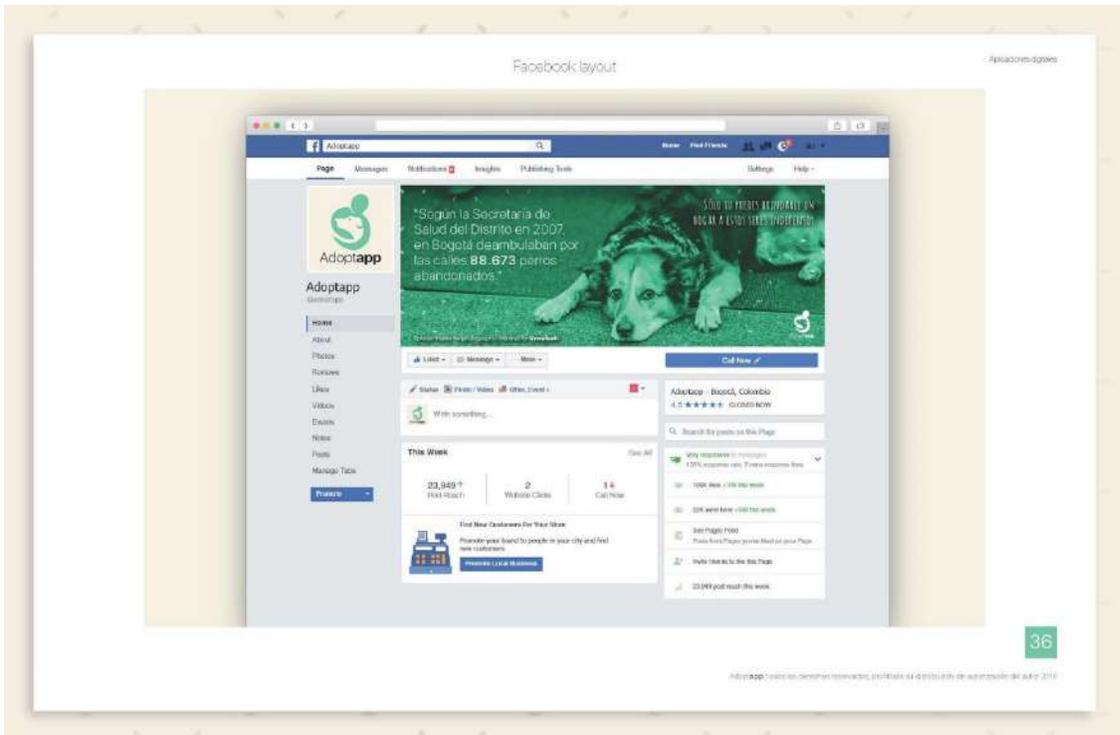
Un aspecto esencial para dar a conocer una app móvil es por medio de redes sociales, blogs, páginas de opinión, entre otros.

El tipo de contenido que se publique por parte de los usuarios no tendrá mayor restricción en diseño. Sin embargo, el contenido publicado en redes sociales, por la marca actuando en nombre propio, como por ejemplo, flyers de promoción, banner o material audiovisual, debe obedecer las reglas de color y concepto de la marca.



34

Adoptapp todos los derechos reservados, prohibida la distribución sin autorización del autor (2013)



APLICACIONES IMPRESAS

Dado que la marca está en por ciento enfocada en dispositivos móviles y redes sociales, no posee aplicaciones impresas, en el caso de ser exigido por parte de asociados o promotores, se ha realizado una serie de aplicaciones tanto impresas como merchandisign para expandir "Adoptapp" a escala nacional e internacional.



MERCHANDISIGN





Figura 37. Manual de identidad corporativa de Perez, John 2018

Modelo de estrategia digital

De la siguiente manera se establecen varios parámetros para diseñar el plan de medios de una organización social y mejorar su **presencia en las redes sociales**:

1. Qué objetivos se quieren alcanzar en el marketing digital.

Lo primero que debe preguntarse el proyecto de la aplicación es para qué quiere estar presente en las redes sociales.

- i. El objetivo es promocionar la aplicación y darla a conocer con una propuesta de diseño innovadora siguiendo tendencias en diseño, además de generar más tráfico de usuarios al sitio.
- ii. Conseguir mayor usabilidad de la plataforma.
- iii. Estar en constante comunicación con los usuarios de la plataforma.

2. Target

Una vez delimitados los objetivos, es importante definir el target de la aplicación y su perfil. De este modo, será mucho más sencillo desarrollar contenidos de su interés y lograr más participación e implicación.

i. FUNDACIONES

Todas aquellas entidades o grupos sociales que trabajen en la causa animalista, que posean un lugar en donde rescaten, cuiden y/o adopten animales domésticos, principalmente gatos y perros.

ii. PERSONAS NATURALES

Público joven entre 25 y 30 años de estratos socioeconómicos 2 y 3, con ingresos en promedio al mínimo salarial o mayor. Que cuenten con conocimientos en manejo de tecnologías básicas.

3. Qué plataformas usar

No hay que saturar al público enviando la misma información a través de todos los canales. Se definió inicialmente presencia principalmente en **Facebook, Instagram, Twitter, Youtube**, las razones para pautar son las siguientes:

- i. son las redes sociales con mayor alcance a los usuarios.
- ii. Ofrecen una viralidad basada en las recomendaciones de los propios usuarios.
- iii. Se desarrollan y miden en tiempo real.
- iv. Permiten dirigirse a un público concreto gracias a su avanzada segmentación.
- v. No exige una inversión elevada para empezar a funcionar.

4. Qué contenido publicar.

- i. Contenido de fundaciones, grupos e iniciativas sociales que ayuden a los animales y temas relacionados.
- ii. Contenido promocional para la aplicación como:
Infografías digitales, infografías animadas, spots

publicitarios, flyer digital, historias de mascotas, casos, retroalimentación de las adopciones por medio de la aplicación.

5. Tiempos de publicación.

Publicación de contenido por lo menos tres veces por día, revisión de comentarios, generar ideas alternativas de contenido en la página.

- i. **Cronograma de publicación:** Cada día en la gestión de publicaciones se hará de la siguiente manera, de cada cinco (5) publicaciones, tres (3) serán contenido relacionado con fundaciones sociales y demás descrito anteriormente, el horario para publicar dicho contenido se repartirán dos en horas alrededor de las siete u ocho de la mañana, y el último en horas de las doce y una del mediodía. Lo anterior con fin de mantener la publicación del contenido el mayor tiempo posible y que esté al alcance de los usuarios.
- ii. **Clasificación de los contenidos:** Contenido primario, es el contenido que incentiva explícitamente el tráfico hacia la aplicación y/o promociona el mismo. Contenido secundario, es contenido relacionado con acciones

sociales, ayudas a los animales y de fundaciones o entidades que realicen dichas actividades.

- iii. **Línea editorial:** Que es el Contenido relacionado en sí, se comunicarán temas de interés relacionados con fundaciones sociales, actividades de beneficencia, agencias y entidades promotoras de este tipo.
- iv. **Herramientas y recursos:** energía eléctrica, conexión a internet, acceso a la página de un ordenador, software de diseño especializado:
 - 1) Adobe Illustrator, Corel Draw, Canvas, entre otros para realizar contenido publicitario o promocional
 - 2) Adobe Photoshop, para editar fotografías
 - 3) Adobe After Effects, para hacer animaciones promocionales
 - 4) Adobe Premiere pro, para editar contenido audiovisual.

Evidencias de avances en el plan de marketing digital

Los avances que se han hecho en el plan de marketing digital, además del factor argumental se han hecho algunas presentaciones de como quedara la estructura básica en la presencia de la marca en las diferentes redes sociales.



Figura 38. Simulacro de plan de marketing digital 1 de Perez, John 2018



Figura 39. Simulacro de plan de marketing digital 2 de Perez, John 2018

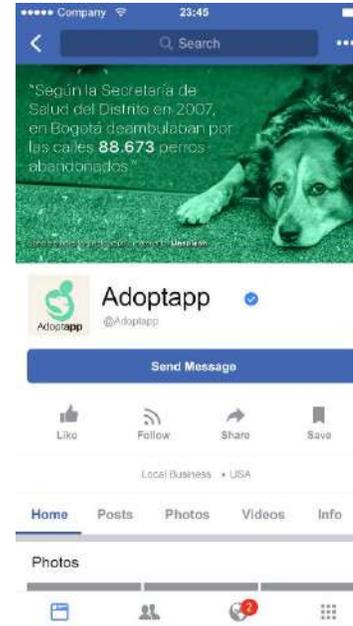


Figura 40. Simulacro de plan de marketing digital 3 de Perez, John 2018



Figura 41. Simulacro de plan de marketing digital 4 de Perez, John 2018



Figura 42. Simulacro de plan de marketing digital 5 de Perez, John 2018



Figura 43. Simulacro de plan de marketing digital 6 de Perez, John 2018

Material audiovisual

Como evidencia de avances en el material audiovisual previsto según el plan de marketing digital se plantea inicialmente la realización de una producción audiovisual con el fin de contar con un spot tipo publicitario dirigido a fundaciones y entidades sociales con el motivo de incentivar el uso de la aplicación para publicar sus mascotas en adopción.

[LINK Spot Publicitario destinado a fundaciones](#)



Figura 44. Código QR Link spot de Perez, John 2018

Evidencia de desarrollo en el material audiovisual:



Figura 45. Evidencia desarrollo de material audiovisual de Perez, John 2018



Figura 46. Evidencia desarrollo de material audiovisual de Perez, John 2018



Figura 47. Evidencia desarrollo de material audiovisual de Perez, John 2018

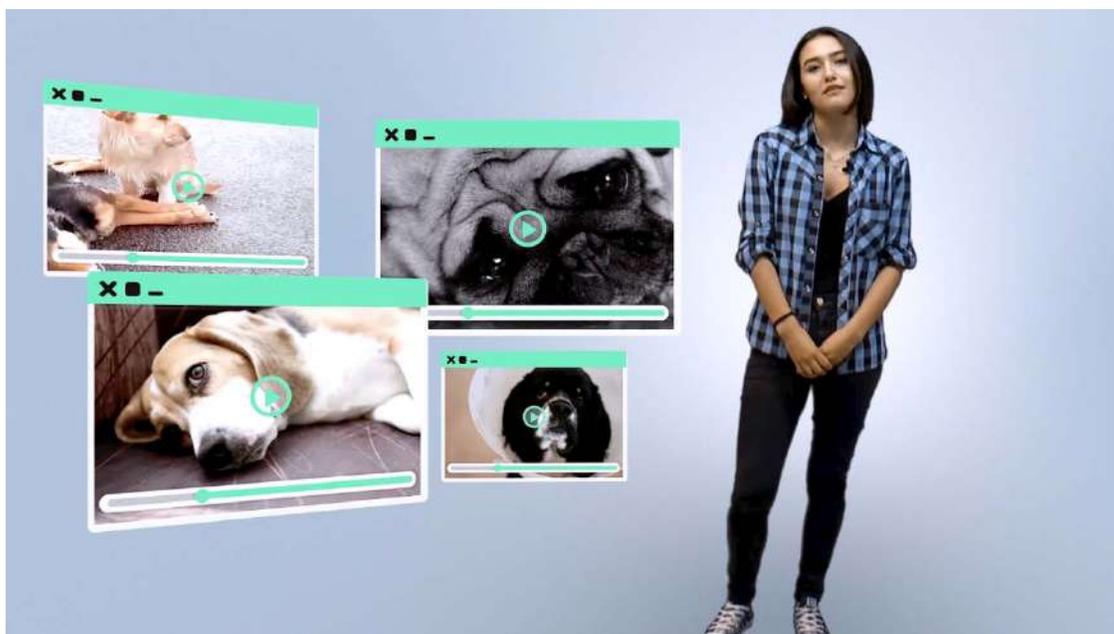


Figura 48. Evidencia desarrollo de material audiovisual de Perez, John 2018



Figura 49. Evidencia desarrollo de material audiovisual de Perez, John 2018



Figura 50. Evidencia desarrollo de material audiovisual de Perez, John 2018

Resultados del objetivo específico no. 2

Descripción del desarrollo de software

Teniendo en cuenta el rápido avance de la tecnología, donde las personas tienen teléfonos con amplia funcionalidad y capacidad, para llevar a cabo tareas complejas como pagos en línea entre otras, decidimos aprovechar este hito y llevar a cabo nuestro proyecto por medio de una plataforma móvil, esta va a permitir a las personas del común tomar la decisión de adoptar una mascota, ver sus fotos, hábitos y demás características que le permitan llevar a cabo una adopción satisfactoria.

La metodología propuesta para el desarrollo de la aplicación móvil se fundamenta en las investigaciones previas en aplicaciones móviles, aplicando temas de experiencia de usuario con lenguajes de desarrollo y teniendo en cuenta los últimos estándares de desarrollo de software, para sacar adelante nuestro proyecto, una de las características más importantes es que este tipo de plataformas están orientadas a servicios, lo cual permite que el sistema pueda tener un crecimiento horizontal, sin afectar en gran medida las funcionalidades existentes, para esto usamos el patrón de diseño MVC (Model View Controller), Este patrón plantea la separación del problema en tres capas: la capa Model, que representa la realidad; la capa Controller , que conoce los métodos y atributos del modelo, recibe y realiza lo que el usuario quiere hacer; y la capa Vista, que muestra un aspecto del modelo y es utilizada por la capa anterior para interactuar con el usuario.

Implementación

El sistema consta de una base de datos modelo relacional de uso libre y altamente robusta como es PostgreSQL, la cual tiene también soporte geográfico, para el desarrollo de la API Rest, se hace uso de Spring, que es un framework para el desarrollo de aplicaciones y contenedor de inversión de control, de código abierto para la plataforma Java y que maneja el patrón de diseño MVC que ayuda al crecimiento horizontal de la aplicación y facilita su mantenimiento, en cuanto al manejo de la persistencia, se hace uso de Hibernate, que es una herramienta de mapeo objeto-relacional (ORM) que

facilita el mapeo de atributos entre una base de datos relacional tradicional y el modelo de objetos de una aplicación, mediante archivos declarativos.

Con esta herramienta solucionamos el problema de la diferencia entre modelos de datos que nos facilita el modelo de comunicación entre objetos y aplicaciones.

Adicionalmente en este proyecto se integran tecnologías como MAVEN que se encargan de la gestión de las dependencias y GITHUB para el control de versiones.

Para el desarrollo de la aplicación cliente se hace uso Android nativo, el cual permite aprovechar los recursos de la máquina (Teléfono), como lo es la cámara, el GPS, los sensores, entre otros. Esta aplicación esta internamente separada por capas, como lo es la capa de estilos, Layouts y controladores (La parte lógica de la aplicación).

Este objetivo aún está en proceso dada la complejidad y robustez que requiere las funcionalidades de la aplicación según su estructura, además, no se profundiza en términos ni complejidades ya que la dirección del proyecto está enfocada en el diseño gráfico, medios audiovisuales y diseño social.

Resultados del objetivo específico no. 3

El Papel del diseño gráfico en la creación de aplicaciones móviles y estrategias proyectos sociales

para iniciar la parte conceptual fue necesario hacer un trabajo de campo en los diferentes parques y zonas residenciales de Bogotá, principalmente se trabajan zonas del promedio socioeconómico de Bogotá, es decir, se visitaron pequeños parques de zonas socioeconómicas 2 y 3, en localidades como Kennedy, Bosa y Los Mártires, que apuntaron a tener una presencia de por lo menos dos perros callejeros en cada parque que fue visitado, a esto le agregamos que según reportes de colaboradores de algunos lugares indican que el parque es el hogar de estos animales, y buscan su comida entre las basuras.

Lo anterior generó una expectativa de resolver la situación ambiental y proliferación de perros y gatos en dichas zonas, para ello se dio inicio al proyecto en cuestión, el segundo paso fue crear desde el papel del diseño gráfico y medios audiovisuales, la imagen, líneas gráficas y conceptos de color y significancia de la aplicación móvil.

Posterior a lo anterior se empieza a trabajar con la persona asociada al proyecto, encargada de crear y estructurar la ingeniería en sistemas del proyecto, lo cual creó un binomio eficaz abarcando tanto la arquitectura de la información y la parte visual del proyecto.

El diseño gráfico tiene un alto grado de relevancia a la hora de crear cualquier tipo de proyecto, pero en temas específicos, el diseño social está fuertemente segmentado a crear una **crítica social** hacia una problemática y generar conciencia, inquietud, inconformidad e incomodidad del

receptor, sin embargo, en este caso, se ha socializado con asesores y expertos en temas animalistas, llegando a la conclusión que el tipo de contenido que va dirigido al consumidor puede ser muy frágil y vulnerable, creando ideas equivocadas hacia el proyecto y alejando la audiencia, dando como resultados indicadores muy negativos en la campaña de crecimiento de seguidores y usuarios.

Teniendo en cuenta lo anterior, se trabaja un artículo digital e impreso que resume en trabajo realizado en este proyecto hasta el momento.

[LINK PUBLICACIÓN DIGITAL - ARTICULO](#)



Figura 51. Código QR Link Artículo de Perez, John 2018

CAPÍTULO V.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El proyecto en tema conceptual está bien definido y tiene sus objetivos claros, además, es un proyecto que no se ha implementado en Colombia, lo cual conlleva una innovación tanto tecnológica como social, su creación y desarrollo tiene dos puntos centrales, los cuales son el papel de la ingeniería de sistemas y el papel del diseño gráfico.

La estructuración de la aplicación está basada en las principales aplicaciones de compra y venta de artículos, enfocada en el tema social, además, contribuye a la plantación de valores y responsabilidades a las nuevas generaciones.

La idea de aportar a un problema social, crear una comunidad ambientalista y animalista, ayudar a encontrar mascotas de forma sencilla, todo a la palma de la mano en un dispositivo móvil, en cualquier lugar con conectividad a internet, las veinticuatro horas del día, resulta muy positivo al crecimiento de las nuevas tecnologías de la información y comunicación en Colombia.

Además, la implementación de un plan de marketing bien estructurado genera tráfico hacia la aplicación por medio de las redes sociales, creando así la comunidad que se busca implementar al proyecto, tanto por parte de fundaciones interesadas como por parte de usuarios del promedio.

Si bien es necesario tener un fuerte equipo de respaldo de desarrollo y programación para gestionar el contenido de manera oportuna y resolver cualquier error en la funcionalidad, también hay que tener en cuenta que para iniciar se cuenta con un fuerte equipo tanto gráfico como de sistemas.

Por último, se tiene previsto implementar los términos y condiciones de uso, además de la protección a las bases de datos de los usuarios, Habeas Data, este campo se tiene planificado trabajar de la mano con alguien especializado en leyes, para eximir al proyecto y todos su integrantes de inconvenientes legales.

BIBLIOGRAFÍA

ECOSISTEMA ICEMD. (mayo 26, 2016). Las tiendas de aplicaciones móviles. 10/03/2018, de Ecosistema ICEMD Sitio web: <http://blogs.icemd.com/blog-mobile-business-y-apps/las-tiendas-de-aplicaciones-moviles>. Visitado 5 de enero de 2018.

GUIA DIGITAL BETA. (2015). ¿Qué es una Interfaz?. 2 de Octubre de 2017, de Guia digital Beta Sitio Sitio web: <http://www.guiadigital.gob.cl/articulo/que-es-una-interfaz>. Visitado 2 de noviembre 2017.

JUAN CARLOS MEJIA LLANO . (Enero 2, 2018). Inicio Redes Sociales Estrategia Redes Sociales Estrategia en Redes Sociales: cómo crear un Plan Estratégico de Social Media paso a paso. Marzo 18, 2018, de Blog Marketing Digital, Social Media y Transformación Digital | Juan Carlos Mejía Llano Sitio web: <http://www.juancmejia.com/redes-sociales/estrategia-en-redes-sociales-como-crear-un-plan-estrategico-de-social-media-paso-a-paso>. Visitado 1 de Febrero 2018.

RIAÑO, C., DE LA ROSA, J., & BERMÚDEZ, D. (2010). Metodologías para el diseño de cartel social desde América Latina. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. Visitado el 15 de Abril 2018.

TAPIA, A. (2007). El diseño gráfico en el espacio social. México: Designio.
Revisado el 15 de Abril 2018.

UNITAG. (2016). Las diferencias entre las aplicaciones móviles y sitios web móviles. 25 de Septiembre de 2017, de Unitag Sitio web: <https://www.unitag.io/es/mobile-websites/what-is-the-difference-between-a-mobile-application-and-a-mobile-webpage>. Visitado 8 de Octubre de 2017.

WILLIAM RINCÓN. (20 de abril de 2007). Los perros abandonados en Bogotá: un problema ambiental. 20 de Agosto de 2017, de El Tiempo Sitio web: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-3521938>. Visitado 27 de Septiembre de 2017.