

RETO

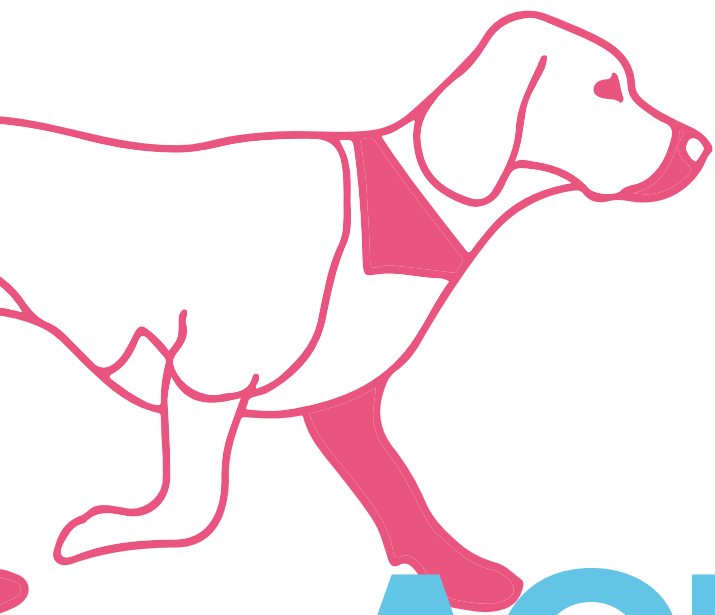
PERRO HUMANO



Ana Sofia Rengifo Garavito
Diseño de Comunicación visual
Pontificia Universidad Javeriana Cali
Peridodo 2023-1



Ana Sofia Rengifo Garavito
Diseño de Comunicación Visual
Enfásis: Marca y Empaque
Departamento de Arte, Arquitectura y Diseño
Facultad de creación y hábitad
Pontificia Universidad Javeriana Cali
Directora: Silvia Arango
Santiago de Cali, 2023-1



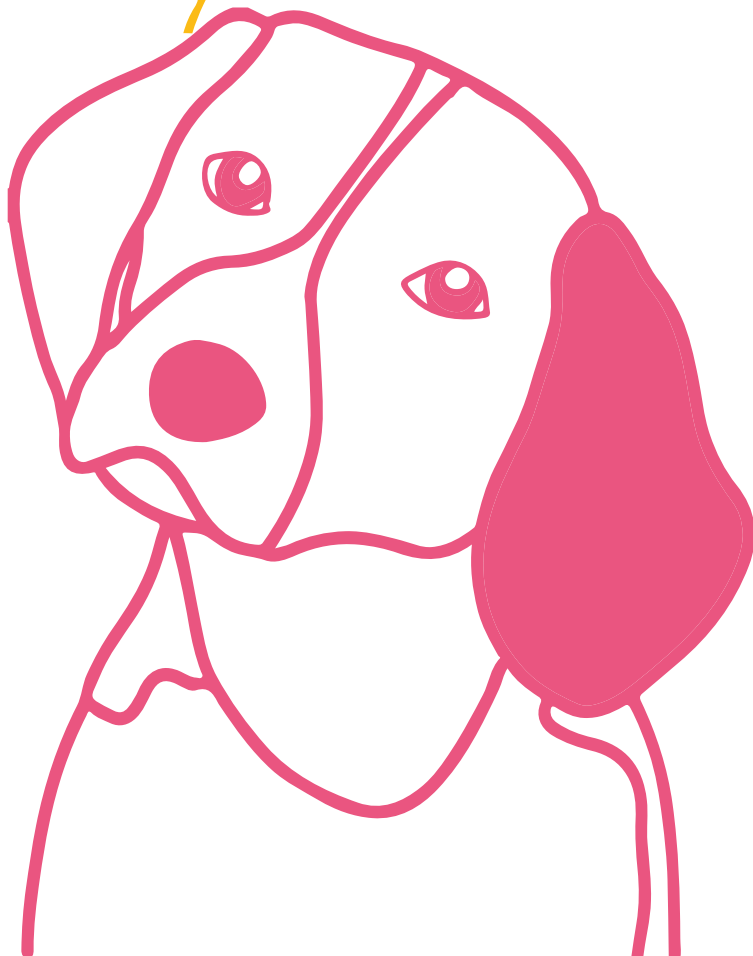
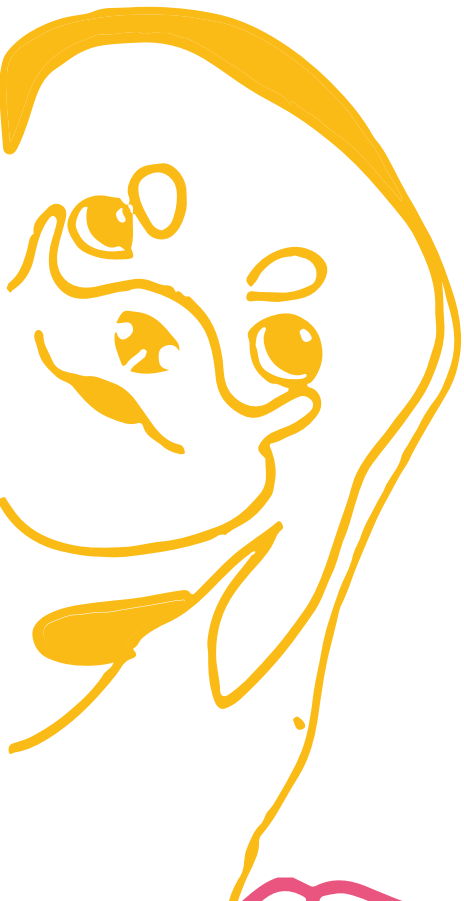
AGRADE CIMIENTOS

Quiero dar las gracias infinitas a cada una de las personas que estuvieron ahí apoyando este arduo, pero bello proceso, ya que sin su ayuda e incondicional apoyo este proyecto no hubiera sido posible. A mis padres por ser la razón por la que yo he llegado hasta donde he llegado, y que siempre han creído en mí. A mi pareja por haber presenciado y apoyado horas incansables de trabajo y haberme ayudado a nunca dejar de creer en mi misma. A mi directora de proyecto Silvia Arango, gracias por haber enriquecido mi proyecto y por haberme impulsado a creer en mi misma y a plasmar mis ideas de manera acertiva.

Gracias a la Doctora Luz Karime Zamudio por haber enriquecido con su valioso conocimiento este proyecto y por su infinita disposición. A los residentes de la Urbanización riberas de las mercedes por su participación en el desarrollo de este proyecto. A mi perra y a mi gata por ser la motivación principal de este trabajo. A mi familia, amigos y profesores por siempre creer en mí.



CONTENIDO



1. Tema del proyecto	1
2. Planteamiento del problema	2
3. Justificación y motivación	4
4. Objetivos del proyecto	5
5. Marco de referencia	6
6. Aliados	9
7. Usuario	10
8. Metodología	11
9. Benchmarking	12
10. Fase definir	14
10.1 Entrevista y Encuesta	16
10.2 Requerimientos de diseño	17
11. Fase ideo	18
11.1 Moodboards gráfico y conceptual	20
11.2 Sistema de productos	24
11.3 Bocetación	26
11.4 Identidad visual final	32
11.5 Propuesta final tarjetas	34
12. Fase valido	36
12.1 Validaciones generales	38
13. Conclusiones generales	42
14. Referencias	43
15. Anexos	44

La humanización de los perros como forma de maltrato



PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

“La humanización o antropomorfismo es asignar emociones, características, actitudes e inteligencia típicas del ser humano a los animales. Es la conducta contraria a la cosificación: los canes dejan de estar relegados a un plano inferior y se colocan a un nivel equivalente al de una persona.” (Recio, 2022).

Según Melania Gamboa la gerente de veterinarios de la organización World animal protection uno de cada cuatro dueños asegura que adquieren a sus perros sin conocer sus verdaderas necesidades, sin acondicionar la casa para ellos, sin discutir la responsabilidad que significa tener un perro, lo cual pone en riesgo la calidad de vida del animal. Además según una encuesta divulgada por esta misma organización el 95% de los latinoamericanos que tienen perros en casa los consideran más que animales, hijos. Es importante agregar que, según Àngel Casellas Grau, etólogo y profesor colaborador de los Estudios de Psicología y Ciencias de la Educación de la Universidad Oberta de Catalunya (UOC), el exceso de humanización genera problemas de comportamiento, “como la ansiedad y algunas formas de agresividad”.

Los perros son cada vez más parte importante de los núcleos familiares y representan un papel esencial para el correcto funcionamiento de estos. Sin embargo, al presentarse dinámicas de humanización donde los canes son alejados de la esencia de su especie, la calidad de vida de los animales se ve afectada de manera notoria.

Además, esto también impacta a las personas, ya que puede provocar posibles comportamientos de agresividad o reactividad en los perros. También se ven afectados los actores secundarios alrededor de la vida del perro, como vecinos, veterinarios, paseadores, entre otros.

Es común creer que los casos de humanización se dan sólo en ambientes urbanos y de ciudad al tratarse de espacios con más estrés y ajetreo, pero estos comportamientos no se condicionan solo por estos factores, un ejemplo de esto es el caso de la comunidad Riberas de las Mercedes en el municipio de Jamundi, Colombia, un conjunto con casas campestres donde abundan las familias con perros, aquí según una encuesta realizada el 53,1% de los residentes consideran a sus perros como hijos más que animales, demostrando así como debido a la necesidad innata del ser humano de dar amor se ha tergiversado el hecho de que los perros son animales y deben tratarse como tal por su propio bienestar.

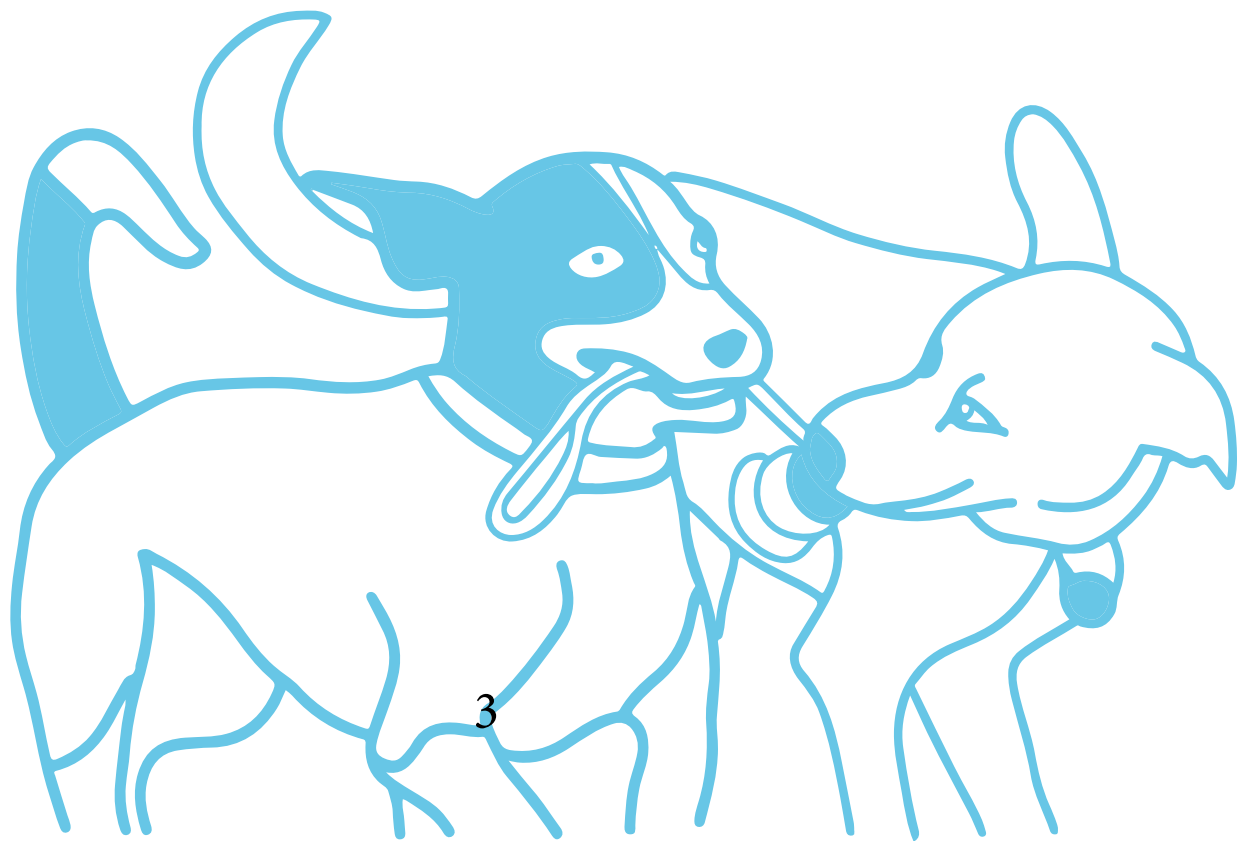
Por otra parte, existen diversos factores que han ocasionado que esta problemática crezca día a día hasta el punto donde la delgada línea entre el perro y el humano se ha eliminado peligrosamente.

Uno de los factores es la petofilia que se define como un apego excesivo a las mascotas, tal que las personas que lo padecen ven su vida condicionada por ese exceso de cariño. (Bech,2019) Esto derivado en trastornos psicológicos crecientes en la población colombiana debido a situa-

ciones familiares o laborales inestables, que los pueden llevar a aislarse por falta de tiempo de vida social y a depositar todo su amor a sus perros, volviéndolos su único contacto social lo que puede causar una relación insana. Otro factor que influye en la humanización de los perros es la falta de educación de los dueños de perros. Es fundamental conocer las necesidades de los perros para lograr no solo un bienestar físico, sino también emocional. Estas necesidades pueden parecer similares a las de los humanos, pero la forma de satisfacerlas no siempre será la misma (Calcerrada, 2021). En ocasiones, cuando las personas adquieren un perro, no siempre son conscientes de la responsabilidad que implica ni de la necesidad de ajustar la rutina a la de los perros.

Por último, si viéramos este problema desde un enfoque psicológico podría percibirse incluso con mucha más importancia, ya que al ser un perro un factor esencial en la familia, al presentar comportamientos agresivos, de estrés, ansiedad, tiene un impacto fuerte emocionalmente en los miembros de la familia, ya que puede generar una amenaza para el mismo y para los demás. Por otro lado muchas de las causas de las prácticas de humanización a perros son resultado de propietarios posiblemente con un vacío o una falta en su vida lo cual también apela al lado psicológico del problema.

La humanización de los perros como forma de maltrato plantea un problema preocupante en la sociedad. El exceso de apego, la falta de educación, así como los trastornos psicológicos asociados, son algunos de los factores que contribuyen a esta problemática. Los perros merecen cubrir sus necesidades físicas y emocionales de acuerdo con

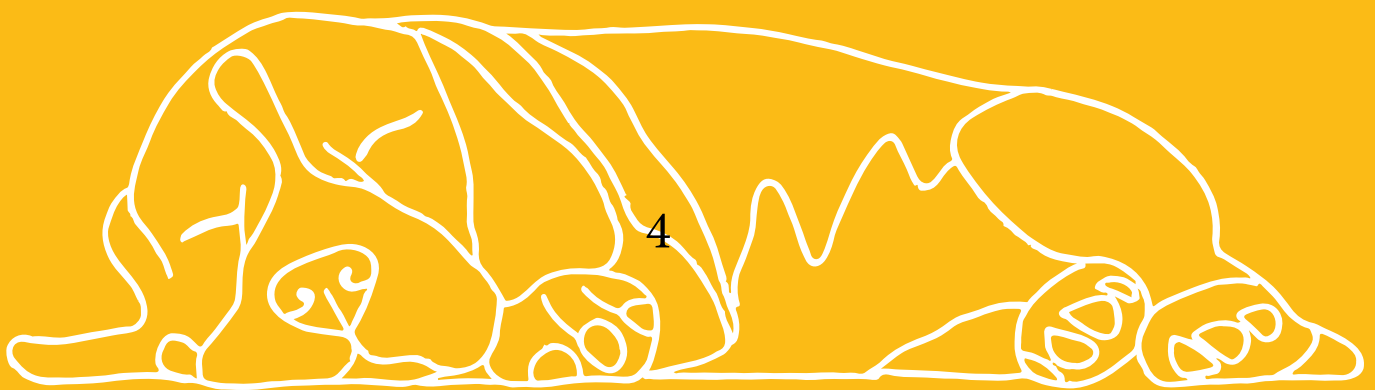


JUSTIFICACIÓN Y MOTIVACIÓN

La humanización de los animales o más científicamente conocido como antropomorfismo es la facultad de darle cualidades o rasgos humanos a un animal. Es una tendencia que ha tomado fuerza en los últimos años. Un ejemplo de ello es como las personas visten a sus animales como si fueran niños sin importar las condiciones climáticas ni las características físicas del animal. Estas atribuciones humanas que se da a los animales, que parecen ser símbolos de amor profundo pueden llegar a ser negativas para ellos. Según Raul Valadez Azúam miembro del instituto de investigaciones antropológicas de la UNAM, "cuando se le atribuyen acciones humanas a un can por ejemplo, se rompe con la interacción hombre-perro que se formó desde hace 20 mil años. Además, introducir a un animal a un esquema que no es parte de su esencia afecta su perspectiva".

La delgada línea entre respetar al animal, brindando el cuidado adecuado y considerarlo como otro ser humano se ha vuelto cada vez más imperceptible. De hecho, una encuesta realizada en el 2019 por la firma de análisis JWT Intelligence, señaló que el 89% de los estadounidenses solteros y el 91% de los que conviven en pareja creen que los animales de compañía son hijos de hecho. Estas cifras son solo una muestra de los alcances de la humanización de las mascotas en la actualidad y de cómo las personas se alejan cada vez más de la realidad de los animales. Se ignoran sus verdaderas necesidades y reemplaza la esencia de lo que son: especies totalmente diferentes al ser humano. Esto conlleva situaciones de estrés y maltrato para ellos.

Para abordar de forma adecuada la humanización de los perros, es fundamental sensibilizar a las personas sobre las verdaderas necesidades de sus mascotas y los efectos negativos de la humanización. El diseño de una estrategia de comunicación visual con un enfoque pedagógico puede ser una herramienta efectiva para promover una relación saludable entre las personas y sus mascotas, recordando la importancia de respetar la naturaleza canina y garantizar su bienestar.



OBJETIVOS



General

Generar una estrategia de comunicación visual bajo un enfoque pedagógico para la sensibilización de la comunidad Riberas de las Mercedes, ante las necesidades de los perros frente a los efectos de la humanización que pueden terminar afectándolos.

Específicos

1

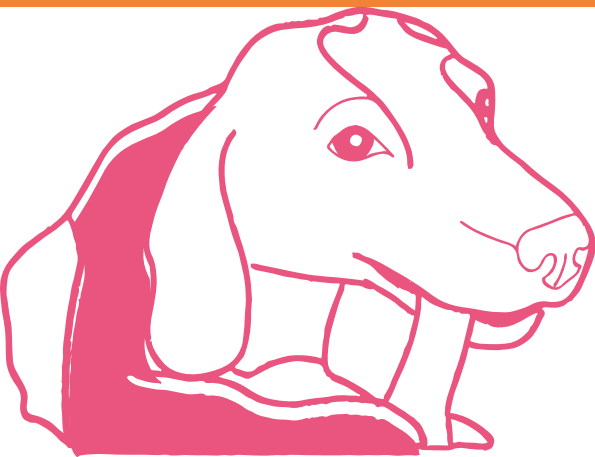
Identificar las principales causas y consecuencias de las prácticas de humanización de los perros y cuáles llegan a considerarse maltrato.

2

Reconocer las necesidades de los perros para la correcta relación y convivencia dentro del núcleo familiar.

3

Diseñar e implementar materiales gráficos informativos y educativos que resalten las necesidades y cuidados específicos de los perros, con el fin de fomentar una convivencia responsable y evitar prácticas de humanización.



MARCO DE REFERENCIA

El proyecto “Perro Humano” se basa en varios conceptos fundamentales que ayudan a comprender la problemática de la humanización de los perros y plantear estrategias para abordar de manera efectiva la intervención. Estos conceptos clave son la humanización, la familia multiespecie, el comportamiento natural de los perros, el tono de comunicación y la pedagogía.

HUMANIZACIÓN

¿Qué significa la humanización y por qué es perjudicial?

“La humanización o antropomorfismo es asignar emociones, características, actitudes e inteligencia típicas del ser humano a los animales. Es la conducta contraria a la cosificación: los canes dejan de estar relegados a un plano inferior y se colocan a un nivel equivalente a una persona”. (Recio, 2022).

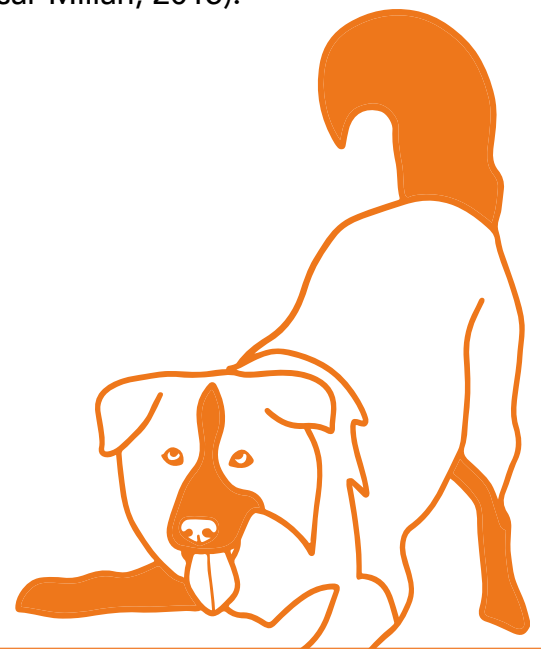
Es importante destacar que tratar a un animal con amor y respeto no implica verlo como un ser humano. Esta delgada línea es en la que se encuentran muchos propietarios de perros en la actualidad. Al adquirir un perro, ya no solo se espera tener una mascota, sino que cada vez se busca que se asemeje más a nosotros en su comportamiento y pensamiento. A medida que pasan las generaciones, las personas han optado por tener perros en lugar de hijos, encontrando en ellos el reemplazo perfecto y descuidando así las verdaderas necesidades de estas mascotas, perjudicándolas en el proceso.

Según una encuesta realizada por el proveedor mundial líder de datos y análisis Growth from knowledge, en cinco países de Latinoamérica, incluyendo Colombia, el perro lidera como la mascota preferida en un 83%. “El mejor amigo del hombre” también es el preferido en las principales ciudades de Colombia, como Medellín y

Barranquilla, donde el 86% de las personas con mascotas mencionan tener un perro. En Bogotá, el porcentaje fue del 80% y en Cali del 74% (Revista Semana, 2020).

A un perro humanizado se le restringe expresar sus conductas naturales de su especie y se obvian las necesidades propias de la especie, además el comportamiento del can es interpretado desde la variedad emocional del humano: celos, molestia, estrés parecen mover sus actos. ¿Será un perro verdaderamente feliz si ya no se le trata como lo que es?.

“Los perros tienen su naturaleza, y es maravillosa, no solo habría que respetarla; sino aprender de ella.” (Cesar Millan, 2015).



FAMILIA MULTIESPECIE

“El concepto tradicional de la familia humana ha cambiado: ahora, además de las familias conyugales, hay muchas otras formas de unión que también son categorizadas como familia. Teniendo en cuenta que también se establecen vínculos afectivos con otras especies, se viene reconociendo a los animales de compañía como parte de la denominada familia multiespecie”. (Secretaría de ambiente de bogota, 2022)

Es importante entender que los perros no pueden ser ese miembro humano faltante, estos merecen un trato diferencial que reconozca las características y necesidades de cada especie, esto se complica a convivir ambas especies en un mismo ambiente y es ahí cuando los humanos empezamos a tratar como iguales a los animales. Es por esto que el concepto de familia multiespecie puede ser interesante, ya que debería hacer énfasis en el reconocimiento de la naturaleza animal. Al adquirir un perro deberíamos estar conscientes que la metodología familiar deberá

cambiar y adaptarse a las necesidades del perro, nosotros adaptarnos a ellos no ellos a nosotros. Otro factor y un subconcepto de las familias multiespecie, son los conocidos perros niñeras, perros adquiridos por ser dóciles y tranquilos para que puedan así pasar el mayor tiempo posible “cuidando” de los miembros más pequeños de la familia, tarea que claramente no les corresponde, sometiéndolos a un estrés innecesario y tomando el riesgo de crear situaciones peligrosas por reactividad del perro que termine afectando la funcionalidad del núcleo familiar, llegando así incluso a situaciones de abandono.

La noción de familia multiespecie invita a reflexionar sobre la importancia de reconocer y respetar las necesidades y naturaleza propias de cada especie dentro del ámbito familiar. Se busca promover una convivencia armoniosa entre los seres humanos y los perros, entendiendo que los perros no son simples sustitutos de miembros humanos, sino seres con requerimientos específicos y una esencia única.

VINCULO HUMANO-ANIMAL

¿Amor desmedido por los perros? ¿Petofilia?

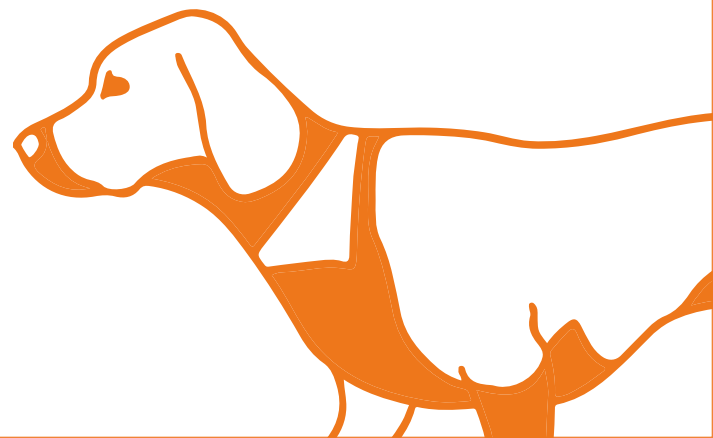
La petofilia o petophiliaes, se trata de un apego tal que las personas que lo padecen ven su vida condicionada por ese exceso de cariño. Si una persona pasa más tiempo con animales que con su círculo social y su fuente de satisfacción solo proviene de ellos, podríamos estar ante uno de estos casos. (Bech, 2019).

Como ocurre en cualquier relación, se vuelve perjudicial cuando trae más efectos negativos que positivos. Las personas que sufren de este amor desmedido por sus mascotas podrían estar canalizando sus emociones y frustraciones en los animales. Es importante tener en cuenta que dar amor nunca es malo, siempre que no se descuiden aspectos básicos de la diferencia entre el perro y la persona, lo cual podría terminar afectando al animal.

Este tipo de comportamientos se deben más a un factor cultural, a veces el perro llega a suplir un vacío o una carencia en la vida de la persona,

que suele ser de tipo afectiva, esto es peligroso ya que la persona implicada puede distorsionar la realidad y poner ciertas altas expectativas en el animal que no le corresponden. “Este “amor desmedido muchas veces se traduce como una manera como el dueño trata de que su perro se vea y se sienta tan bien como esa persona quiere sentirse, un reflejo de lo que le gustaría ser y provocar en los demás.” (Bech, 2019)

El amor desmedido por los perros puede ser perjudicial cuando se convierte en un vínculo desequilibrado que afecta tanto a la persona como al animal.



COMPORTAMIENTO NATURAL DE LOS PERROS

“La etología es una ciencia que se encarga de estudiar el comportamiento de los animales. Este estudio nos permite conocerlos mejor, poder predecir algunos de sus comportamientos y prevenir aquellos que no son deseables.” (Soler, 2020)

Conocer y entender el comportamiento de los perros no solo evita comportamiento agresivos y lesiones, sino también mejora la calidad de vida del perro, así los propietarios pueden aplicar la correcta educación, detectar situaciones que puedan causar ansiedad, y así mejorar la relación perro-humano.

Los perros, al igual que las personas, tienen sus propios códigos de lenguaje. A través del lenguaje corporal, se puede interpretar su estado emocional. Conocer estos comportamientos es esencial para una comunicación adecuada. No saber interpretar las señales de un perro puede

llevar a muchos problemas de comportamiento, frustración y estrés.

Educar sobre el comportamiento natural de los perros y aprender a leer sus señales para establecer una comunicación efectiva y una convivencia armoniosa permite proporcionarles un entorno seguro y satisfacer sus necesidades emocionales y físicas de manera adecuada.

Según una encuesta realizada por el proveedor mundial líder de datos y análisis Growth from knowledge, en cinco países de Latinoamérica, incluyendo Colombia, el perro lidera como la mascota preferida en un 83%. “El mejor amigo del hombre” también es el preferido en las principales ciudades de Colombia, como Medellín y Barranquilla, donde el 86% de las personas con mascotas mencionan tener un perro. En Bogotá, el porcentaje fue del 80% y en Cali del 74% (Revista Semana, 2020).

TONO DE COMUNICACIÓN

El tono de comunicación es la manera en que tu marca se expresa, según el entorno en que se encuentre. Es fundamental tener un tono de comunicación consistente y adecuado ya que genera una interacción efectiva con los usuarios. (Baeza, 2020).

Como el perro se ha vuelto un miembro esencial de la familia, y sagrado para las personas, es complicado abordar el tema del correcto cuidado hacia ellos, las personas solo quieren lo mejor para sus perros y los inundan de amor, es muy complicado hacerles entender que el exceso de amor puede llegar a afectar a sus perros, es por esto que debemos tratar un tono empático, debemos decirles no lo que están haciendo mal, sino que pueden hacer mejor en beneficio de sus perros, este correcto contacto solo se puede lograr con el tono de comunicación correcto.

Educar sobre el comportamiento natural de los perros y aprender a leer sus señales para establecer una comunicación efectiva y una convivencia armoniosa permite proporcionarles un entorno seguro y satisfacer sus necesidades emocionales y físicas de manera adecuada.

PEDAGOGIA

La pedagogía es la ciencia que estudia la educación. El objetivo principal de su estudio es la educación como un fenómeno sociocultural. (equipo editorial etec, 2020)

La pedagogía permite impartir conocimientos de manera didáctica y adaptada, utilizando diferentes estrategias educativas, como charlas, talleres, material educativo, actividades prácticas, entre otros. Se busca generar un proceso de aprendizaje activo y participativo, donde los usuarios puedan reflexionar sobre su forma de interactuar con sus perros y adquirir nuevas habilidades y conocimientos.

De acuerdo con el objetivo de este proyecto y a la importancia de impartir un cambio, se debe ir más allá de informar, sino de educar y generar hábitos a largo plazo para el beneficio de los perros y las personas.



ALIADOS

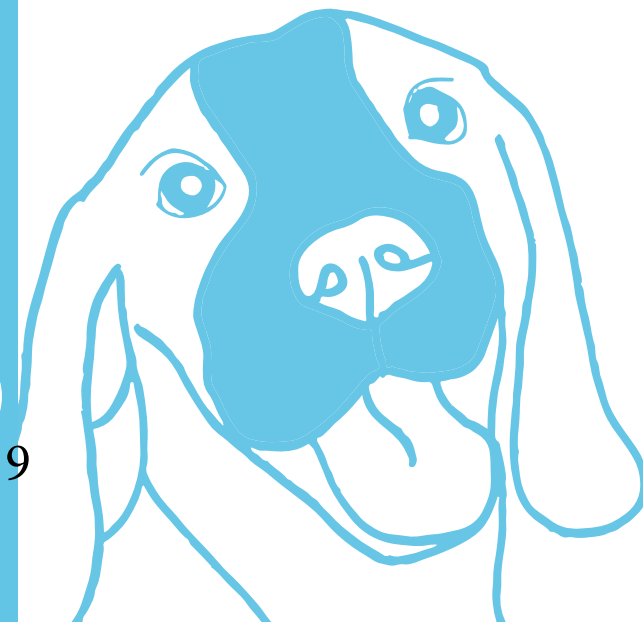
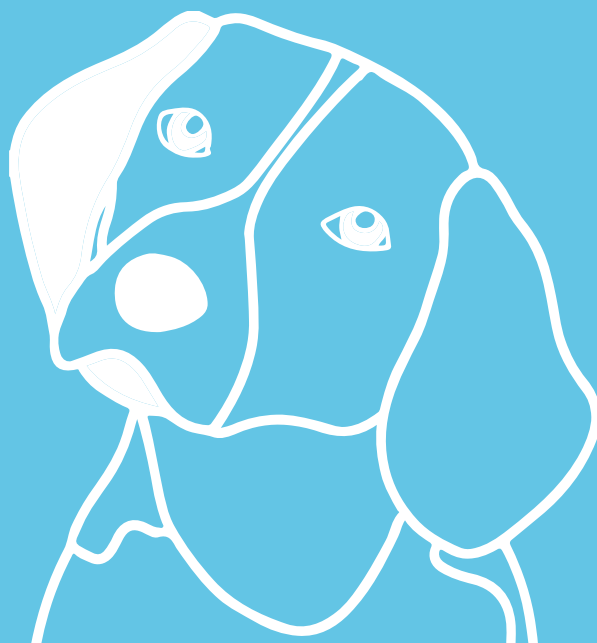
El proyecto "Perro Humano" tiene como objetivo abordar la problemática de la humanización de los perros y los efectos negativos en su bienestar.

Para llevar a cabo el proyecto, se contarán con diversos aliados y usuarios que desempeñarán un papel fundamental en su desarrollo.



Doctora Luz Karime Zamudio, Medica veterinaria de la ciudad de Cali. Ella nos brindará su valiosa opinión como especialista sobre este tema.

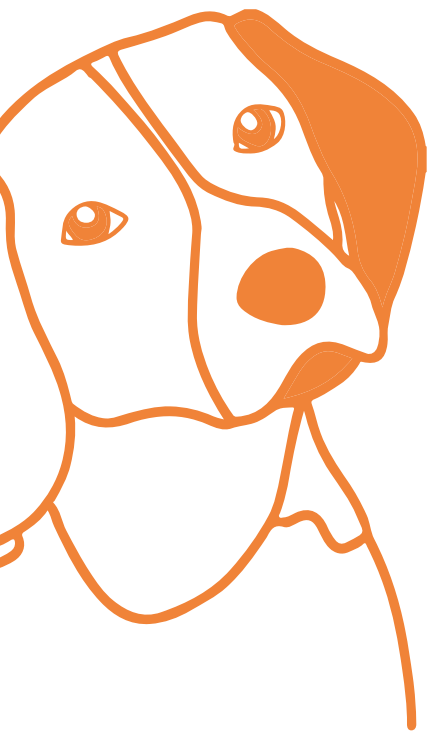
Se tendrá como aliados de contexto a los residentes de la Urbanización Riberas de las Mercedes ya que con ellos es que se realizar la difusión y además la recolección de la información esencial para la parte de investigación.



USUARIO

(Ver anexos para ver herramienta tarjeta buyer persona)

Familias residentes de la Urbanización Riberas de las Mercedes, de estrato 5-6, propietarios de 1 o más perros, con disponibilidad y preocupación de tiempo para pasar con su mascota. Familias que consideren a su mascota parte esencial de su núcleo familiar y que deseen darle al animal la mejor calidad de vida posible. Personas empáticas con los animales dispuestas a aprender y a proporcionar lo necesario para el correcto cuidado de sus mascotas.

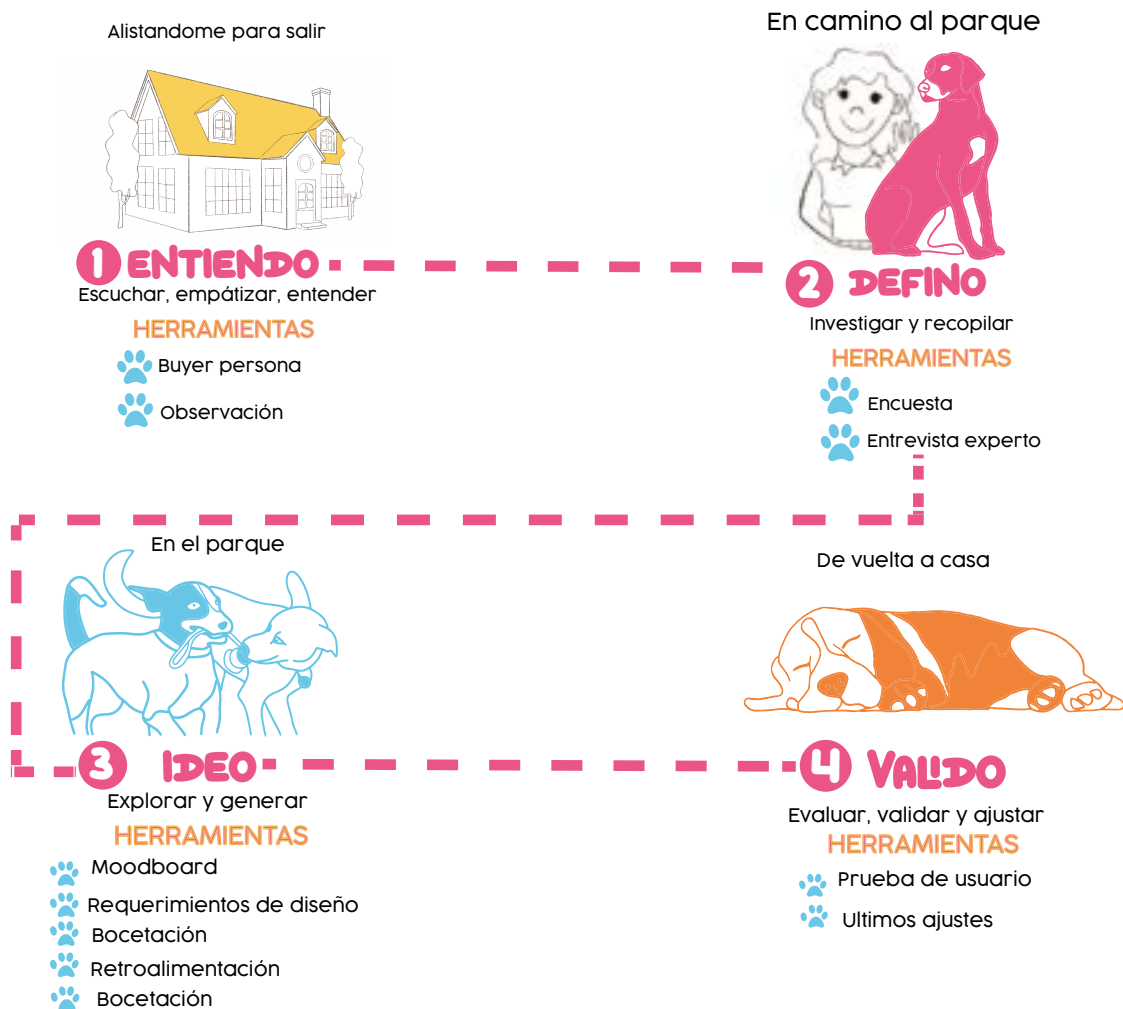


METODOLOGÍA

Human centered design + Design thinking

EL PASEO

El Design Thinking es una metodología que considera tan importante el análisis y el raciocinio como la intuición para la resolución de problemas. Esta permite construir ideas en base a la función y a emociones. Esta metodología gira alrededor de la experiencia del usuario. Su aplicación genera soluciones que de otro modo no se habrían podido implementar, permitiéndoles a los desarrolladores ponerse en los zapatos de sus propios clientes o usuarios. (zamora, 2022)



Fases Human centered design

1. Entiendo – Escuchar, empatizar y entender. Herramientas: Buyer persona y observación.
2. Defino- Investigar y recopilar. Herramientas: Encuesta y entrevista a experto.

Fases Human centered design

3. Ideo- Explorar y generar. Herramientas: Moodboard, Requerimientos de diseño y retroalimentación.
4. Valido- Evaluar, validar y ajustar. Herramientas: prototipado y prueba de usuario.

Benchmarking




Interacción

Identidad visual





Funcionalidad
pedagógica

Innovación

sectorial

Benchmarking sectorial	Interacción	Identidad visual	funcionalidad pedagógica	innovación	TOTAL
 <p>https://www.prensareader.com/mexico/col-de-puebla/20210312/282179358834233</p> <p>Artículo</p> <p>Porque no debemos humanizar a los perros</p>	<p>1</p> <p>A pesar de que es bastante informativo no ofrece ningún tipo de interacción con el lector</p>	<p>3.5</p> <p>Tiene buen manejo de color y de fotografía pero le falta personalidad</p>	<p>2</p> <p>Es más informativo que pedagógico</p>	<p>2</p> <p>Los artículos no se consideran innovadores, solo proporcionan información que ya se puede encontrar en internet</p>	<p>8,5/20</p>
 <p>https://www.eltiempo.com/vida/miedo-ambiente/en-vivo-esperos-analizan-consecuencias-de-humanizar-a-las-mascotas-538748fm_48Hw_4zM</p> <p>Nota televisiva</p> <p>La Humanización de las mascotas como maltrato</p>	<p>1</p> <p>A pesar de que es bastante informativo no ofrece ningún tipo de interacción con el espectador.</p>	<p>4</p> <p>Tiene personalidad</p>	<p>2</p> <p>Es más informativo que pedagógico</p>	<p>3</p> <p>Se puede considerar algo innovador por el buen manejo de material audiovisual</p>	<p>12/20</p>
 <p>https://www.youtube.com/watch?v_48Hw_4zM</p> <p>Video informativo</p> <p>¿Qué es la antropomorfización o humanización de los animales? ¿qué consecuencias tiene en las mascotas? ¿por qué las personas deciden la compañía de un animal?</p>	<p>1</p> <p>A pesar de que es bastante informativo no ofrece ningún tipo de interacción con el espectador.</p>	<p>3</p> <p>solo hacen uso de material audiovisual, no hay personalidad</p>	<p>2</p> <p>Es más informativo que pedagógico</p>	<p>4</p> <p>Se puede considerar algo innovador por el buen manejo de material audiovisual</p>	<p>10/20</p>
 <p>Aplicación</p> <p>Con 11 pets: cuida tu mascota podrás tener al día todo el relacionado con tu animal: vacunas, medicación, desparasitación, baños, galería de fotos, historial médico, y todo lo que puedas imaginar. No olvidaras una cita con el veterinario ni cualquier tarea que tengas que realizar con tu mascota, pues esta aplicación te mandará una alerta para recordártelo.</p>	<p>5</p> <p>Esta app permite al usuario manejarla y explorarla a su gusto, es totalmente interactiva.</p>	<p>5</p> <p>Tiene logo, paleta de color clara y personalidad</p>	<p>5</p> <p>Con esta aplicación la pedagogía es alta ya que su función es la de instruir y enseñar</p>	<p>5</p> <p>La innovación es alta con esta aplicación ya que es inteligente y te informa de acuerdo a tus elecciones</p>	<p>20/20</p>
 <p>Ejercicios finales para el bienestar animal</p> <p>curso</p> <p>Español dedicado a las mascotas para brindar a sus responsables una ventana abierta a la comprensión de sus comportamientos. Este curso ofrece algunas herramientas que ayudan a manejar las emociones de las mascotas y que facilitan la interacción con ellas. Se presentan algunas ejercicios finales que pueden usarse como vehículo transformador de emociones o patrones de comportamiento negativos de las mascotas.</p>	<p>5</p> <p>Al ser un curso depende directamente de la interacción del usuario.</p>	<p>4</p> <p>Tiene colores definidos, no tiene logo</p>	<p>5</p> <p>Con este curso la función es 100% pedagógica</p>	<p>5</p> <p>La innovación es alta con esta aplicación ya que es inteligente y te informa de acuerdo a tus elecciones</p>	<p>19/20</p>
<p>TOTAL</p>	<p>13/25</p>	<p>19.5/25</p>	<p>16/25</p>	<p>21/25</p>	

No sectorial

Benchmarking no sectorial		Interacción	Identidad visual	funcionalidad pedagógica	innovación	TOTAL
	En este SUPERCURSO vas a poder aprender estrategias efectivas y duraderas para motivar buenos comportamientos y gestionar conflictos de una manera positiva.	5 Al ser un curso depende completamente de la interacción del usuario	3 Buen uso de fotografía pero no tiene personalidad	5 Tiene alta funcionalidad pedagógica al tratarse de un curso que se centra en educar.	3 Ya existen muchas modalidades de cursos, a pesar de esto es innovador	17/20
	Con esta aplicación encuentra los cuidados necesarios que necesita tu planta según su especie, encuentra tips y consejos para ser el mejor cuidador de plantas	5 Al ser una aplicación depende de las acciones del usuario	5 Tienen una paleta de color definida tienen un logo y una personalidad	4 Tiene media alta funcionalidad pedagógica al tratarse de una aplicación que puede educar por medio de su contenido.	5 Es una solución innovadora rápida a la mano y fácil de usar	20/20
	En este podcast buscamos entender como asumir un consumo responsable através de distintas familias	4 A pesar de no tener interacción directa con el usuario, permite que esté escuchando a su gusto y en el tiempo que más lo desee	4 Tienen una identidad definida pero podrían ampliar la paleta de color	4 tiene una funcionalidad pedagógica media alta ya que el contenido tiene como función educar	4 Es innovador al tratarse de una forma diferente de educar a las personas, más dinámica	16/20
	el libro "7 Pasos hacia tu efectividad" le servirá a crear mejor hábitos para ser efectivo en 7 días.	3 Al ser un libro su nivel de interacción con tal no es muy alto pero sí permite que la persona lleve la lectura a su tiempo	3 tiene un estilo minimalista pero le falta personalidad de marca	3 tiene una funcionalidad pedagógica media baja ya que es más informativo	2 Al tratarse de educar no es muy innovador ya que es plano y tedioso.	15/20
TOTAL		17/20	16/20	18/20	17/20	

Se han analizado 8 referentes claros, en el sectorial los 4 referentes tratan el tema de la humanización, hay unos más informativos como videos de YouTube y artículos mientras que otros analizan el factor pedagógico como cursos y aplicaciones. En él no sectorial analizamos más la funcionalidad y la innovación, aquí encontramos podcasts, aplicaciones y cursos.

Como conclusiones importantes de este benchmarking encontramos que más que difundir información debe haber una experiencia de usuario, una identidad visual clara y con personalidad marca la diferencia. Además, un tono amigable causa mejor respuesta del usuario y es esencial el uso de herramientas digitales ya que facilitan la interacción del usuario.



FAS

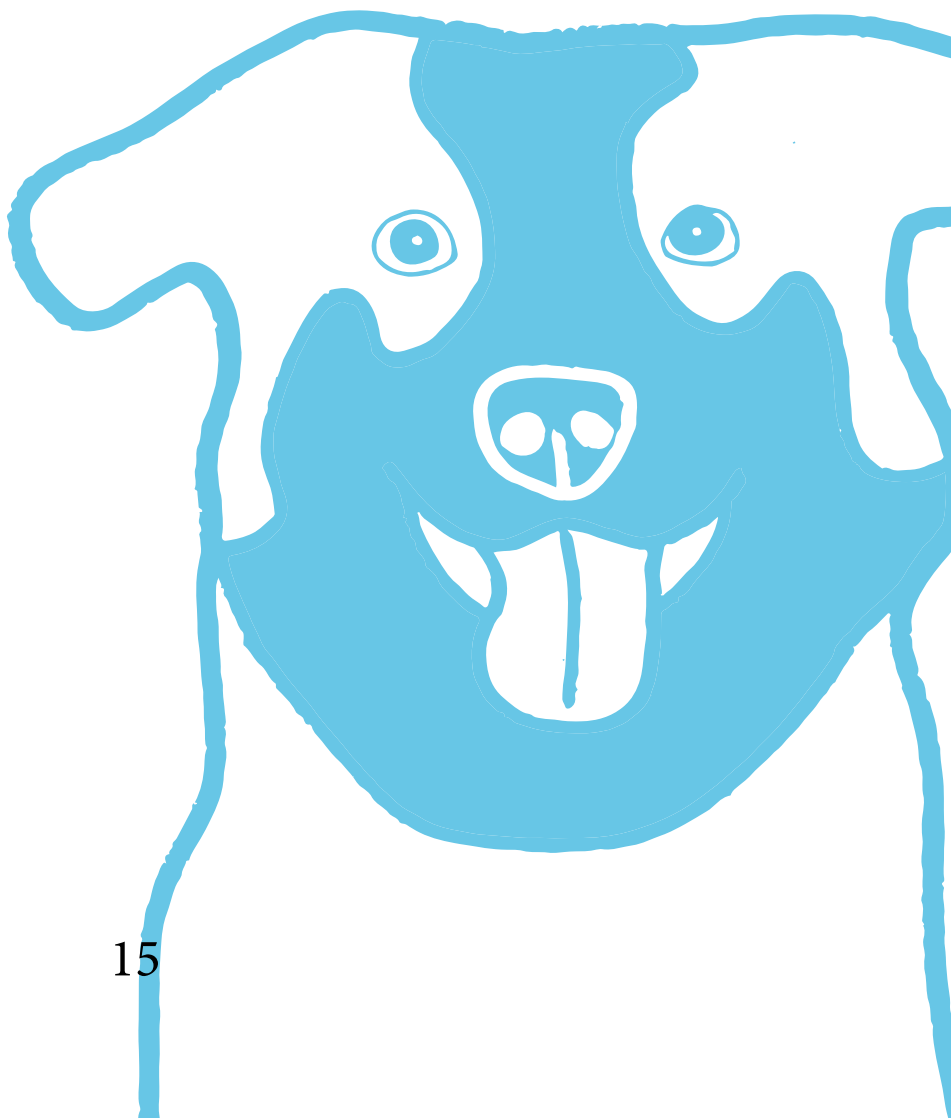
DEF

Esta es la fase donde se investigó y realizó el proyecto, durante esta etapa se consultó a la experta Luz Karime Zamudio la cual nos dio su perspectiva profesional acerca de la humanización del espacio. Luego se realizó una encuesta a nuestros usuarios sobre la urbanización ribera de las Mercedes, y nos ayudaron a entender en

SE 2

FINIR

y se recopiló la información necesaria para la fase se realizó una entrevista a nuestra aliada los proporcionó su valiosa opinión y punto de vista sobre la criminalización de los perros como forma de maltrato, en nuestro usuario de contexto, los residentes de la ciudad de Bogotá los cuales dieron algunos datos demográficos y su posición respecto al tema.



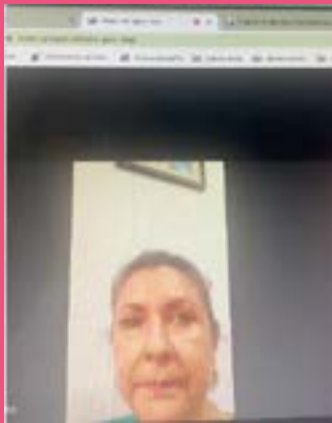
ENTREVISTA

(Ver anexos para guía de preguntas)

Fecha: 20 de febrero del 2023

Técnica: Digital plataforma zoom.

Objetivo: Fortalecer el proceso de recopilación de información, con la perspectiva de una especialista en el tema.



CONCLUSIONES

1. Idealizar y tratar como humanos a los perros, es una de las principales causas de humanización.
2. Darles de nuestra comida, llevarlos en coches o bolsos y vestirlos sin motivo alguno es humanización como forma de maltrato.
3. Hay actos de humanización inofensivos, que son aquellos que no afectan sus necesidades básicas.
4. La falta de conocimiento de las verdaderas necesidades de los perros es una de las principales causas de humanización.
5. Dentro de las principales necesidades de los perros esta la buena alimentación, ejercicio y un ambiente propicio para su genotipo.

ENCUESTA

(Ver anexos para ver todas las respuestas)

Técnica: Formulario de Google

Objetivo: Explorar en los usuarios el conocimiento frente a la humanización de los perros.

Muestra: 33 Residentes de la Urbanización Riberas de las Mercedes.



CONCLUSIONES

Algunos de los resultados

1. El 54,5% de la muestra consideran a su perro un hijo y no un animal.
2. El 63,7% consideran que su perro tiene altos comportamientos humanos.
3. La mitad de la muestra no conoce muy bien las necesidades de su perro.
4. El 84,8% desean aprender acerca del debido cuidado de sus perros.
5. El 54,5% consideran que darle de su comida a su perro no le hace daño.
6. El 45,5% consideran que su perro necesita una almohada y cobija por las noches

Requerimientos de diseño

Después de la primera fase, la de entender, donde se recopiló datos e información importante por medio de herramientas como encuestas y entrevistas, se llegó a los siguientes requerimientos de diseño:

REQUERIMIENTOS DE DISEÑO

NECESIDAD	REQUERIMIENTO	TIPO	D/O	DESCRIPCIÓN
Importante tener varios medios de difusión para poder llegar a la mayor cantidad posible de usuarios.	Diversidad canales de difusión	E/C	O	Debe haber un amplio sistema de productos que favorezcan la difusión del reto. Adaptable a varios medios.
Importante tener un tono de comunicación empático con el usuario.	Tono de comunicación empático	E/C	O	No debemos recalcar ni culpar al usuario por lo que hace mal, sino que debemos enseñarle a hacerlo mejor.
Es importante que el producto tenga un Lenguaje y gráfica amigable y cercano.	Lenguaje y gráfica amigable y cercana	E/C	O	Tono de comunicación en primera persona, gráfica que haga sentir cómodo y conectado al usuario.
Es importante que la interacción con el usuario sea alta.	Alta interacción	F/O	O	La funcionalidad del producto debe basarse en la interacción con el usuario.
Es importante que el producto tenga una funcionalidad informativa y pedagógica.	Función informativa y pedagógica	T/C	O	El producto debe informar pero no solo eso, sino que debe educar de manera objetiva y eficaz al usuario.
Es importante que el producto sea de fácil acceso, fácil comprensión y fácil uso.	Fácil uso	T/C	O	El producto debe ser claro en su funcionamiento y debe ser de fácil acceso y funcionalidad.
Es importante hacer uso de la ilustración para hacer más atractiva la gráfica,	Gráfica apoyada en ilustración	E/C	D	La gráfica apoyada por ilustraciones sería más amigable y cercana con el usuario.



FAS

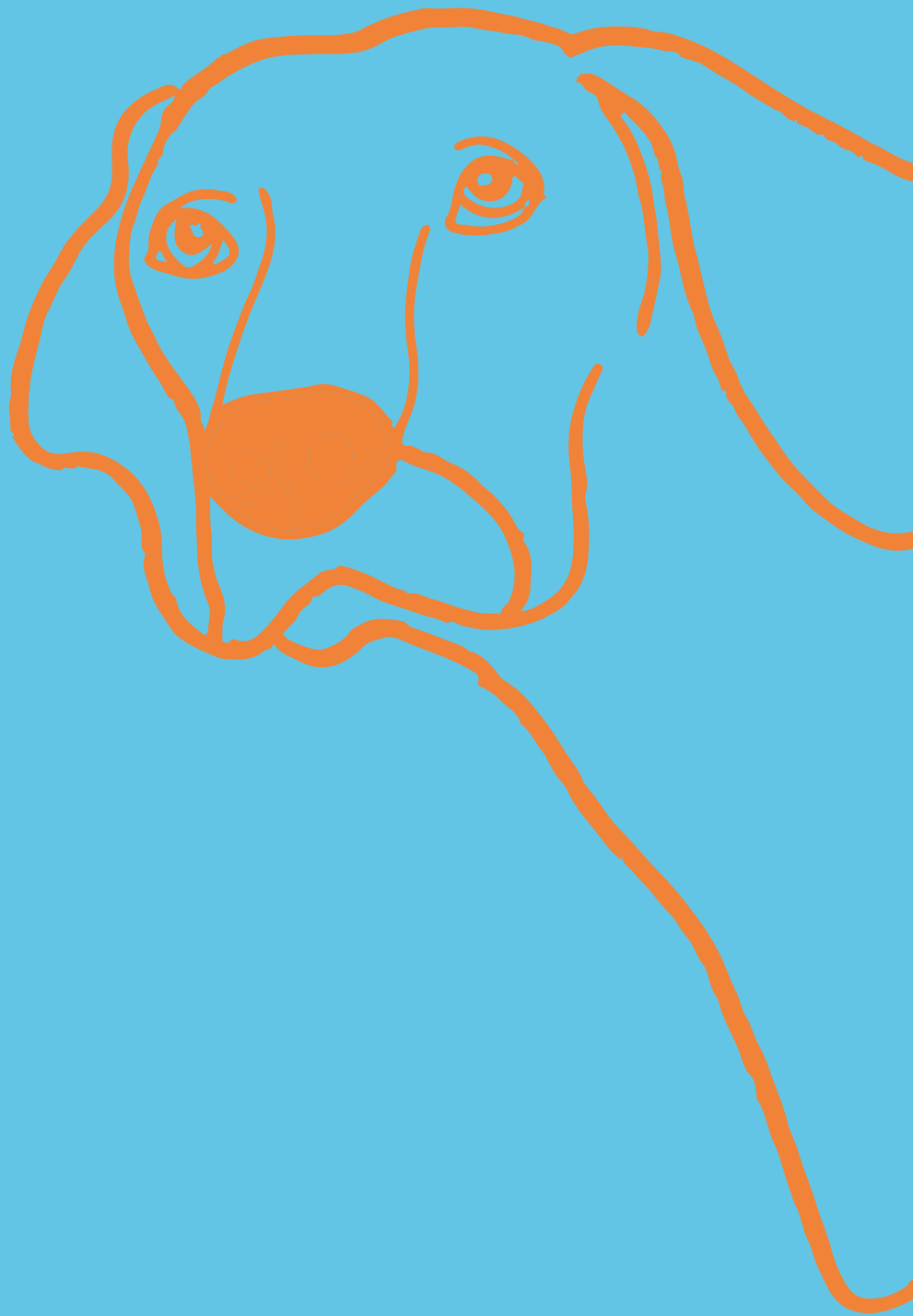
IDE

Esta es la fase donde ser plazma
investigación, en un sistema



SE 3

EAR



arán los conceptos dentro de la
de productos bien planteado

MOODBO

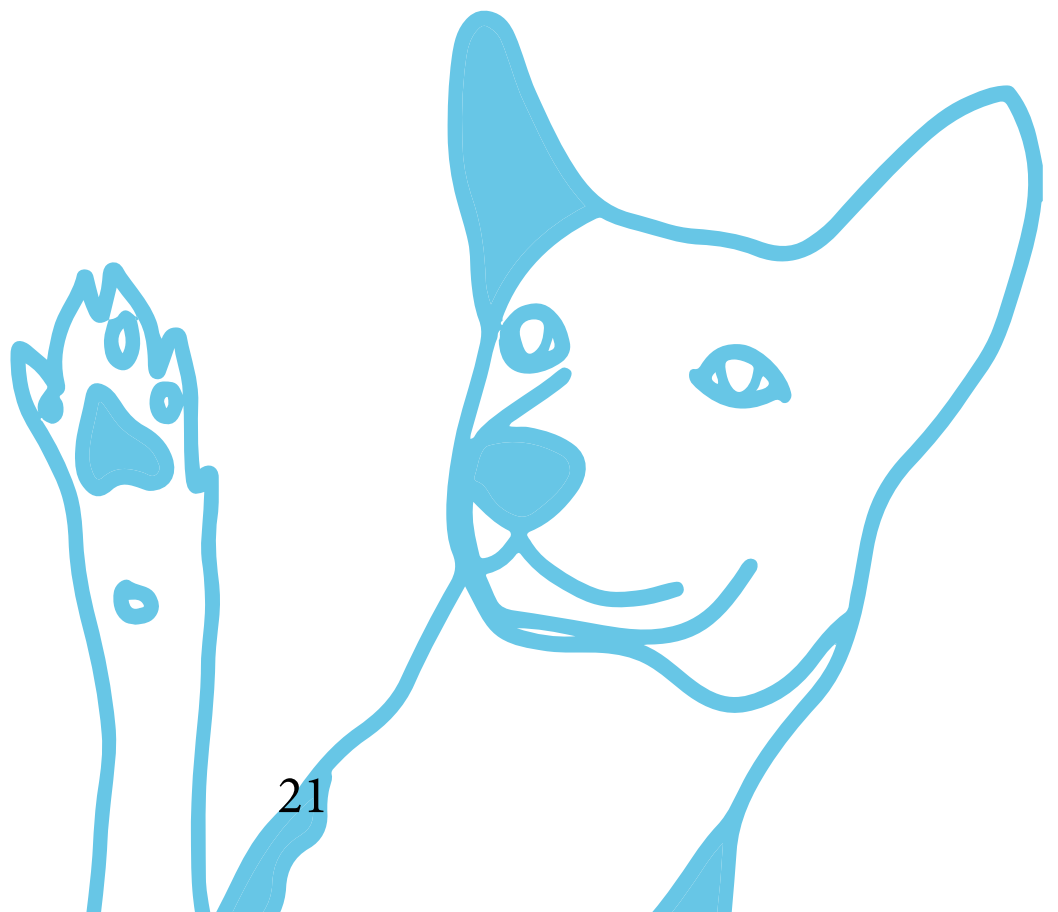


DARD

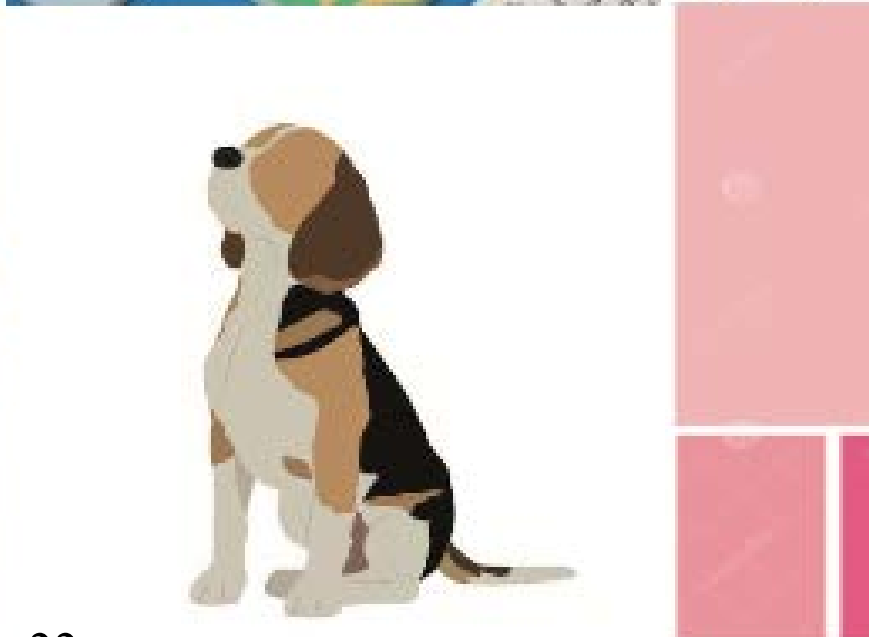
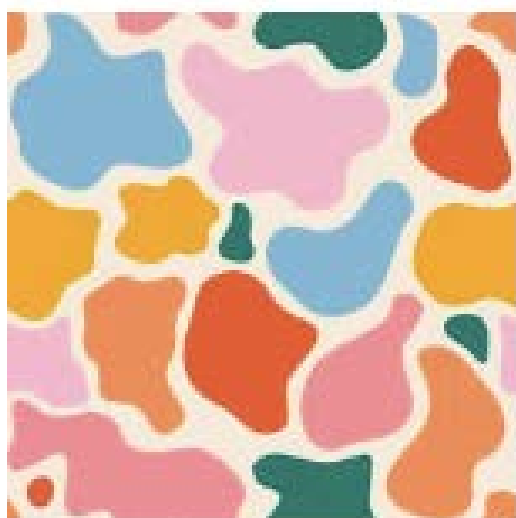
conceptual



Este moodboard conceptual se recopilan imágenes del concepto de humanización de los perros en el cual se basó el proyecto, estas imágenes representan como las personas han empezado a idealizar y atribuir aptitudes humanas a una especie diferente en este caso los perros.



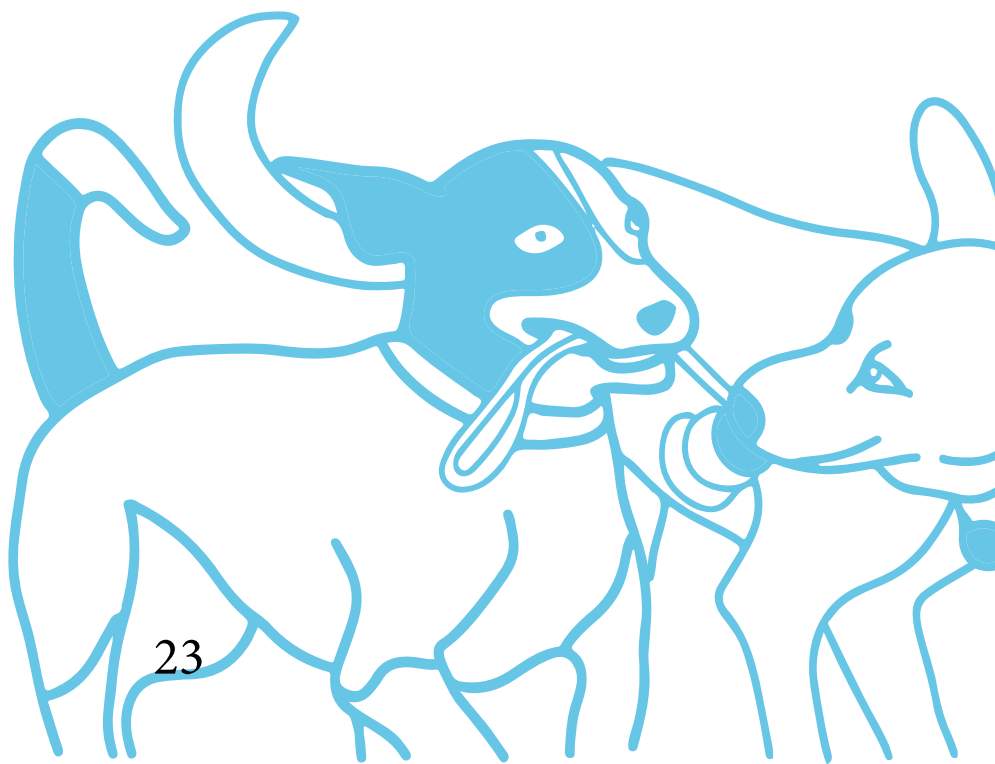
MOODBO



BOARD gráfico

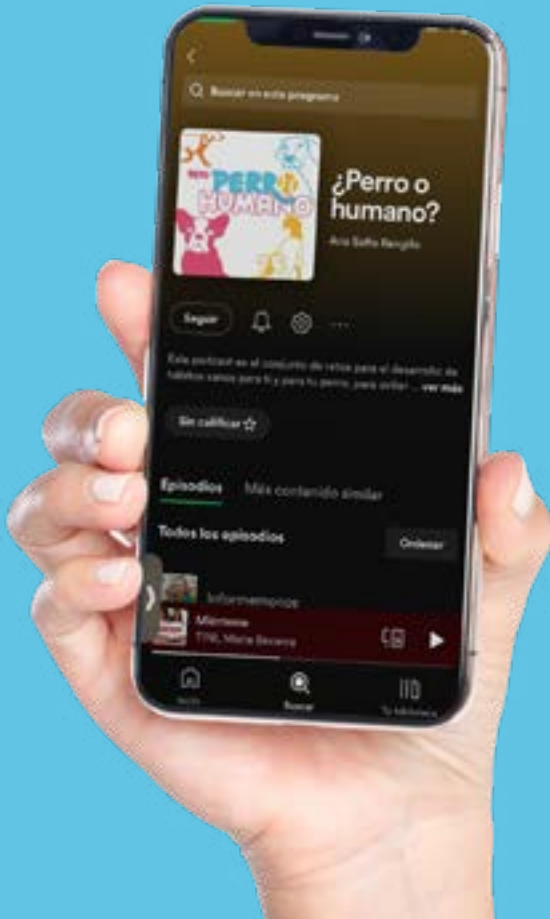


Este Moodboard gráfico recopila imágenes, ilustraciones y paletas de color que guiaron al proyecto a tener una línea gráfica más clara, tenemos colores vibrantes y juguetones, tenemos ilustraciones de tendencia infantil que acompañan la estética de la gráfica y fortalecen el tema de la empatía y tenemos también un referente de un juego de tarjetas.



SISTEMA DE

PRODUCTOS



Podcast Reto perro Humano

Cap informativo-veterinaria

Luz karime

Introducción.

Episodio en casa (1 capítulo
reflexión inicial+5 retos)

Episodio en el parque (5 retos)

Episodio en familia (1 cap
reflexión final+5 retos)



- Tarjetas de reto
- 5 retos (en casas)
- 5 retos (en el parque)
- 5 retos (en familia)
- 1 reflexión inicial
- 1 reflexión final

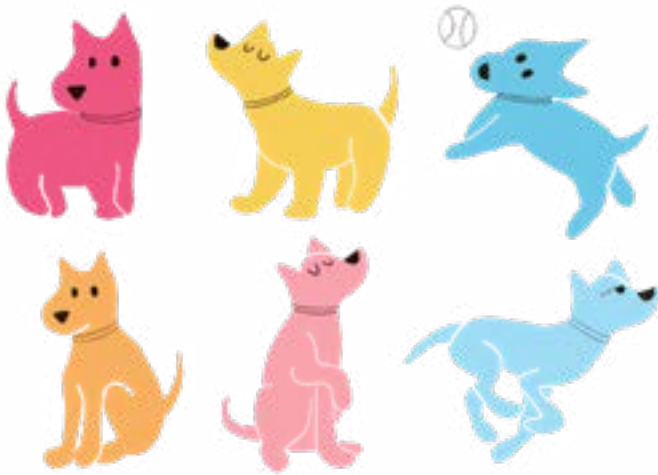
Cierre del reto

Check list
para marcar los retos
ya realizados
durante los 15 días



BOCET

Se realiza una exploración inicial, haciendo uso de colores
así también se quería conectar con los sentimientos



TACCIÓN

es llamativos y de ilustración pensando en la empatía con el usuario, sentimientos de los usuarios, lenguaje cercano y amigable.

EN
FAMILIA



EN EL
PARQUE



EN
CASA





TACCIÓN

hace uso de la fotografía acompañada de la ilustración, además de los elementos gráficos.

4
a oler

Incentiva el olfato de tu perro con el juego de los vasos esconde un premio debajo de un vaso y pon otros vacíos.



1
¿Qué tan humilde eres?

Preparamos con una pequeña reflexión preguntarte: ¿Qué tan humildemente tratas a tu perro? ¿Crees que sigues todas las necesidades de tu perro? ¿Cómo crees que puedes mejorar su vida?



2
postre

Prepara un snack saludable para tu perro: paletas de banana y fresas.

Receta: *avena, fresas.*



3
a comer

Prepara una cena saludable para tu perro: agrega a tu alimento diario ingredientes extra que lo complementen.

Ingredientes: *avena.*



4
a oler

Intenta el olfato de tu perro con el juego de los vasos: esconde un premio debajo de un vaso y pon otros vacíos.



5
a dormir

Selecciona una hora y un lugar deseado para el descanso de tu perro, prémialo cada vez que se quede ahí. Haz esto de manera esporádica lo que dure el reto.



6
Comunemos

Durante estos 10 días trata a mantener por lo menos 10 minutos a tu perro. *Ejercitelo.*



7
Hay amigos

Llévate a tu perro a un lugar donde socialice con otros de su especie, es esencial para él.




8
Practiquemos

Practica los trucos básicos con tu perro, estimula su cerebro. *Trucos: atras.*



8
Practiquemos

Practica los trucos básicos con tu perro, estimula su cerebro.



9
Juguemos

Llévate uno de los juguetes de tu perro y juega con él en un ambiente diferente a la casa, así recibirá más estimulación.



10
Practiquemos

Llévate a tu perro a un lugar pet friendly ahí podrá practicar sus comportamientos en ambientes sociales.



11
Comunemos

Con toda la integración de la casa salgas a dar una caminata al menos 2 veces a la semana.



12
Bañemosnos

Desde un baño en familia a su perro que todos participen.



13
a aprender

Hagan sesiones de entrenamiento con tu perro, que todos en la casa participen así el perro se conectará con todos.



14
a jugar

Juguemos con tu perro por lo menos 10 minutos al día, así él suplirá esa necesidad y se conectará con toda la familia.



15

Terminemos con una pequeña reflexión preguntarte: ¿De qué manera puedes generar mejores hábitos con tu perro? ¿Qué aprendiste durante estos 15 días? ¿Qué hará mejor de ahora en adelante con y para tu perro?



VÍVE EL RETO

Aquí encontrarás en orden las tarjetas del reto ¿perro o humano? En cada tarjeta encontrarás la explicación del reto y un código QR que te llevará a un podcast con más información.

5

A DORMIR

Incentiva el olfato de tu perro con el juego de los vasos, esconde un premio debajo de un vaso y pon otros vacíos.



4

A OLER

Incentiva el olfato de tu perro con el juego de los vasos, esconde un premio debajo de un vaso y pon otros vacíos.



1

REFLEXIONA

Empecamos con una pequeña reflexión, pregúntase:
 ¿Qué tan humanamente tratas a tu perro?
 ¿Crees que suples todas las necesidades de tu perro?
 ¿Cómo crees que puedes mejorar su vida?



3

A COMER

Prepara una cena saludable para tu perro, agrega a su alimento diario ingredientes extra que lo complementen.
 Ingredientes extras



3

A COMER

Prepara una cena saludable para tu perro, agrega a su alimento diario ingredientes extra que lo complementen.
 Ingredientes extras



2

POSTRE

Prepara un snack saludable para tu perro: Paletas de banano y fresa.
 Receta extras



6

CAMINEMOS

Llévate una de las juguetes de tu perro y juega con él en un ambiente divertido a la vez, así recibirás más estímulos.



6

JUGEMOS

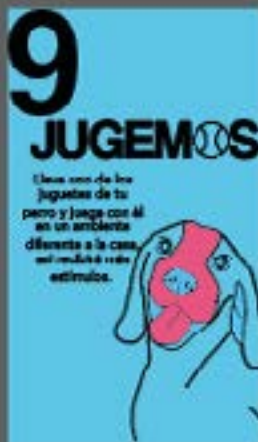
Llévate una de las juguetes de tu perro y juega con él en un ambiente divertido a la vez, así recibirás más estímulos.



9

JUGEMOS

Llévate uno de los juguetes de tu perro y juega con él en un ambiente divertido a la vez, así recibirás más estímulos.



11

CAMINEMOS

Con todos los integrantes de la casa salgan a dar una caminata al menos 2 veces a la semana.



10

PRACTIQUEMOS

Llévate a tu perro a un lugar pet friendly ahí podrá practicar sus comportamientos en ambientes variados.



12

BAÑEMONOS

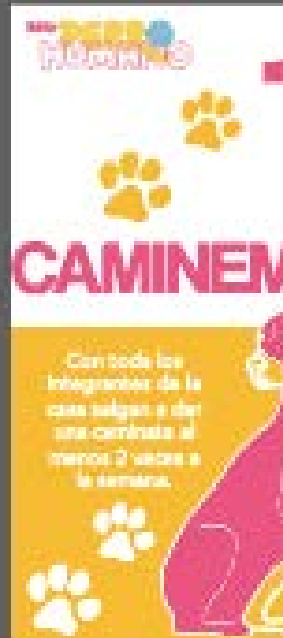
Dañe un baño en familia a su perro que todos participen.



12

CAMINEMOS

Con todos los integrantes de la casa salgan a dar una caminata al menos 2 veces a la semana.





ER POSTRE

Prepara un snack saludable para tu perro: Paletas de banano y fresa.



2

POSTRE

Prepara un snack saludable para tu perro: Paletas de banano y fresa.

Receta
atras

3



A COMER

Prepara una cena saludable para tu perro, agrega a su alimento diario ingredientes extra que lo complementen.

Ingredientes
atras

2

POSTRE

Prepara un snack saludable para tu perro: Paletas de banano y fresa.

Receta
atras



9



10

PRACTI QUEMOS

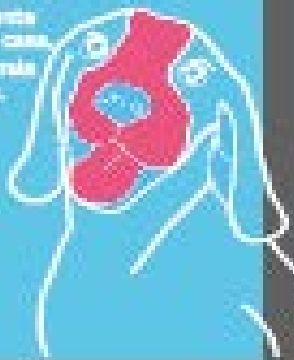


Llévate a tu perro a un lugar pet-friendly ahí podrás practicar sus comportamientos en ambientes sociales.

9

JUGEMOS

Llévate uno de los juguetes de tu perro y juega con él en un ambiente diferente a lo casa, así recibirá más estímulos.



11

CAMINEMOS

Con todos los integrantes de la casa salgan a dar una caminata al menos 2 veces a la semana.



11



12

BAÑE MONOS

Dañe un baño en familia a su perro que todos participen.

10

PRACTI QUEMOS

Llévate a tu perro a un lugar pet-friendly ahí podrás practicar sus comportamientos en ambientes sociales.



12

BAÑE MONOS



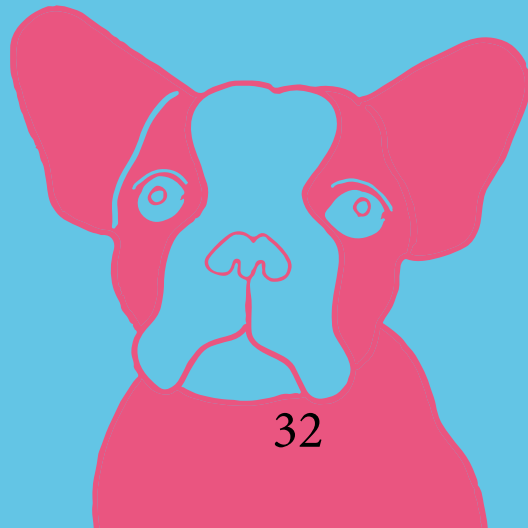
IDENTIDAD V



Fuente: Dilo world

Paleta de color divertida, llamativa y amigable.

Se hizo una primera propuesta de logo para el reto, este es totalmente tipográfico y hace uso de la paleta de color elegida previamente para la realización de las tarjetas, se quería hacer alusión de una pelota para perro por medio de la o de la palabra "perro".



VISUAL RETO

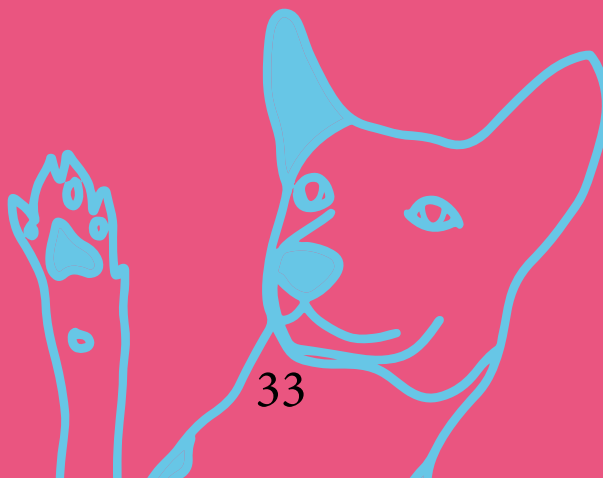
Divertido, amigable, entusiasta



Fuente: Dilo world

Paleta de color divertida, llamativa y amigable.

Después de una exploración más profunda y una retroalimentación de la docente Angela Maria Sanchez se modificó el logo, sustituyendo el color a la palabra "perro" para que resaltara más, también se cambió la o que hacía la alusión de la pelota, se le agregó los detalles curvos que le dieran más personalidad y claridad además de cambiar su color de azul a amarillo. Por último se le quitó el trazo a la P



PROPUESTA FINAL



ESTRUCTURA TARJETA



Para finalizar el proceso de exploración gráfica se llegó a una propuesta sólida sobre la línea gráfica, y el diseño de las tarjetas de reto, la cual conserva colores de la primera paleta que se propuso y se modificaron algunos, además se cambió la tipografía de los números de las tarjetas, usando la Coolvetica regular que le da más sencillez y claridad al diseño. También se hizo uso de una retícula para la estructura de las tarjetas así se verían simétricas, organizadas y posibilitarían una buena legibilidad y comprensión al usuario.



Feed del podcast



Mensaje cadena de whatsapp



Volante para entregar en la porteria

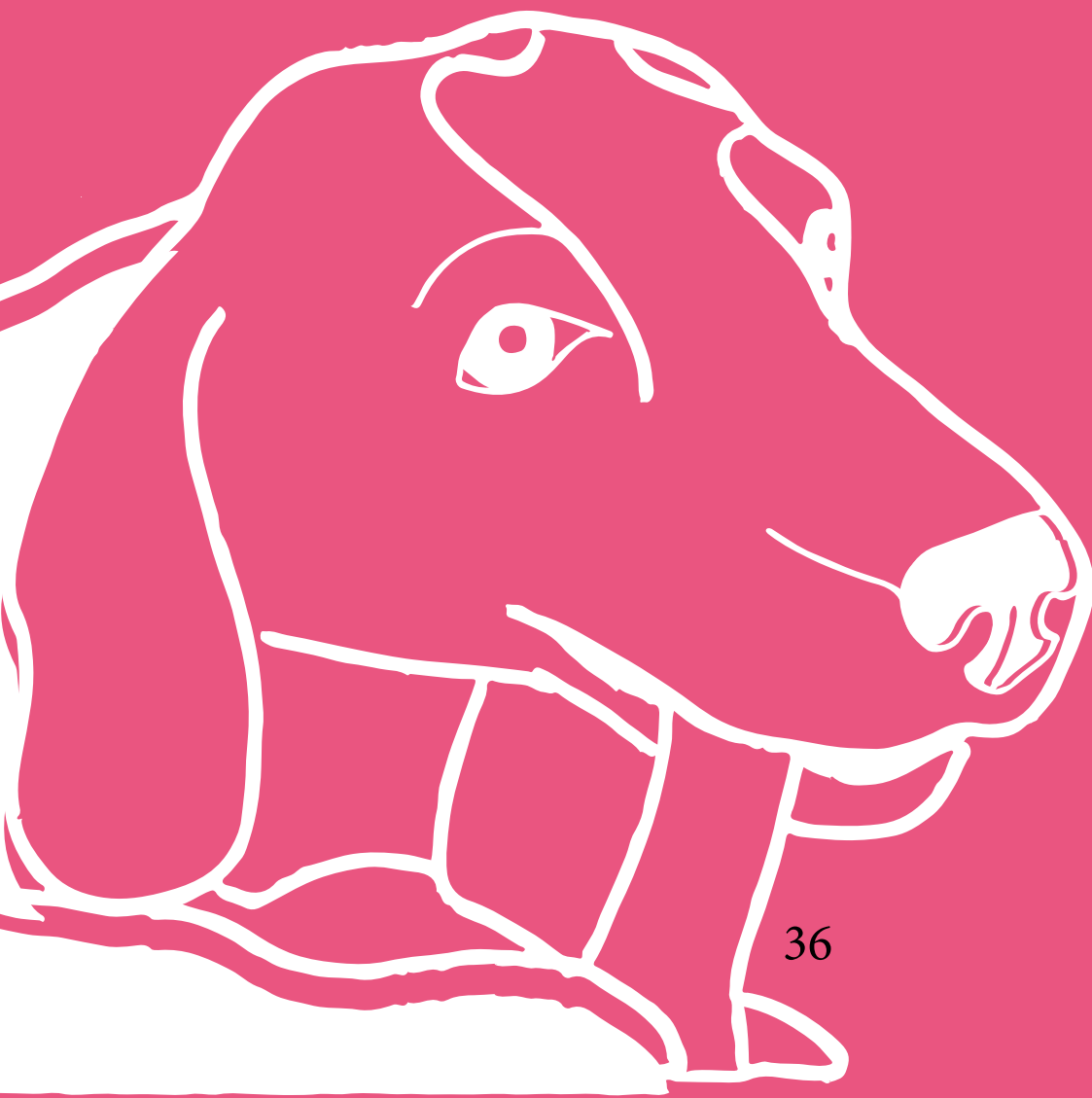


Piezas para poner en la Urbanización



Diseño del empaque de las tarjetas, instructivo con guía de colores para cada respectiva categoría de reto.





FAS VAL

Para el proceso de Validación de la Urbanización FAS, los residentes de la Urbanización FAS recibirán tarjetas de validación y que realizarán los trabajos de validación. Mandarán evidencia fotográfica de los trabajos realizados. Se pidió que realizarán una encuesta de validación de sus principios.

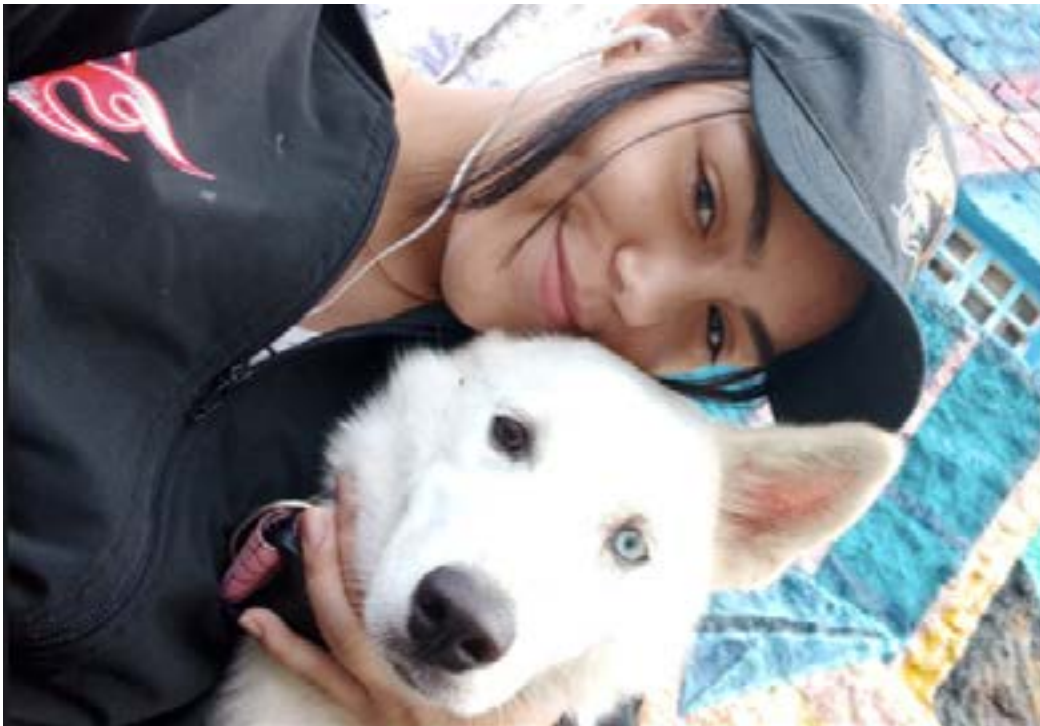
SE 3

LIDAR

En el juego de tarjetas se le pidió a 5
Riberas de las Mercedes que revisarán
los retos que desearán, se les pidió que
lo hicieran en una sesión de grabación
y videográfica. Al final también se les
pidió que escribieran una carta para
evaluar la experiencia y obtener los
principales aprendizajes.



RESID



DENTES



VALIDACIÓN

tarjetas





Evidencia fotográfica y videográfica de los retos realizados por los residentes.

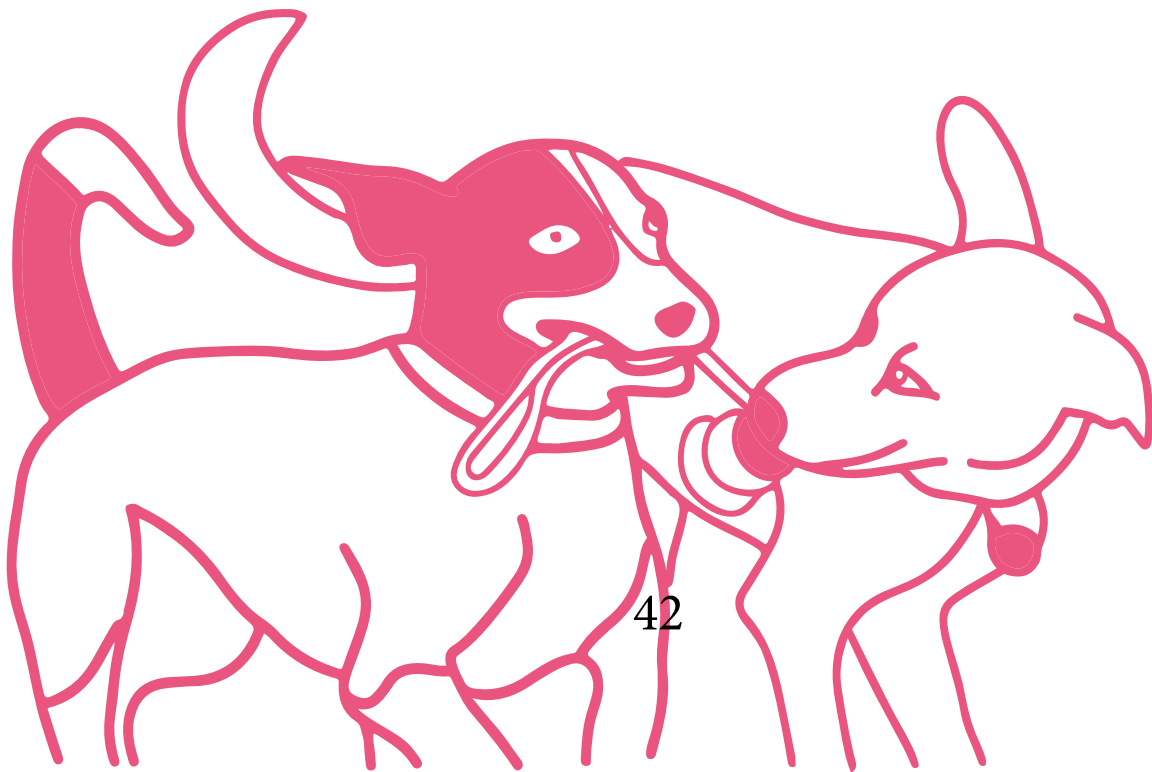
Insights principales de la encuesta:

- "Debemos dedicar más tiempo a nuestras mascotas"
- "Debemos tener límites claros entre las especies"
- "Mejóro la conexión entre mi perro y yo"
- "Mi perra se ve más feliz y sana"
- "Retos muy divertidos y sencillos de hacer"
- "Me retan a crear una rutina, va más allá de solo informar"
- "Una forma divertida e innovadora de aprender y mejorar"



CONCLU SIONES

- El usuario pudo conocer, identificar y aprender más acerca de las necesidades de su perro, por medio de los retos de hábitos.
- El usuario logro entender la importancia del debido cuidado de su perro como especie distinta y con distintas necesidades.
- Las tarjetas y el podcast marcaron la diferencia en el aspecto pedagógico, ya que además de informar le enseñó al usuario como adquirir hábitos sanos con su perro.
- El usuario se informó y se sensibilizó acerca de la humanización, sus causas y efectos, con la ayuda del capítulo informativo.
- La gráfica apoyada con ilustración de una sola línea y colores planos le dio claridad y personalidad al proyecto.



REFER ENCIAS

.<https://www.semana.com/4patas/perros/articulo/humanizar-a-los-animales-de-que-se-trata-el-antropomorfismo/202230/>

*<https://www.behance.net/gallery/159007361/Un-viaje-por-mis-emociones>

*https://www.eldiario.es/consumoclaro/perros-humanizados-son-perjuicios-tratar-mascotas-si-fueran-personas_1_9574132.html#:~:text=Humanizar%20a%20los%20perros%20consiste,y%20no%20a%20los%20caninos.

*<https://www.eltiempo.com/vida/mascotas/que-es-petofilia-y-cuales-son-sus-consecuencias-700438>

*<https://www.consumer.es/mascotas/perros-humanizados-perjudicial#:~:text=La%20humanizaci%C3%B3n%20o%20antropomorfismo%20es,nivel%20equivalente%20a%20una%20persona.>

*<https://agenciadenoticias.unal.edu.co/detalle/enfoque-intercultural-en-atencion-a-salud-reto-pendiente-del-estado>

*<https://www.ambitojuridico.com/noticias/informe/civil-y-familia/animales-como-miembros-de-la-familia-es-necesaria-una-regulacion>

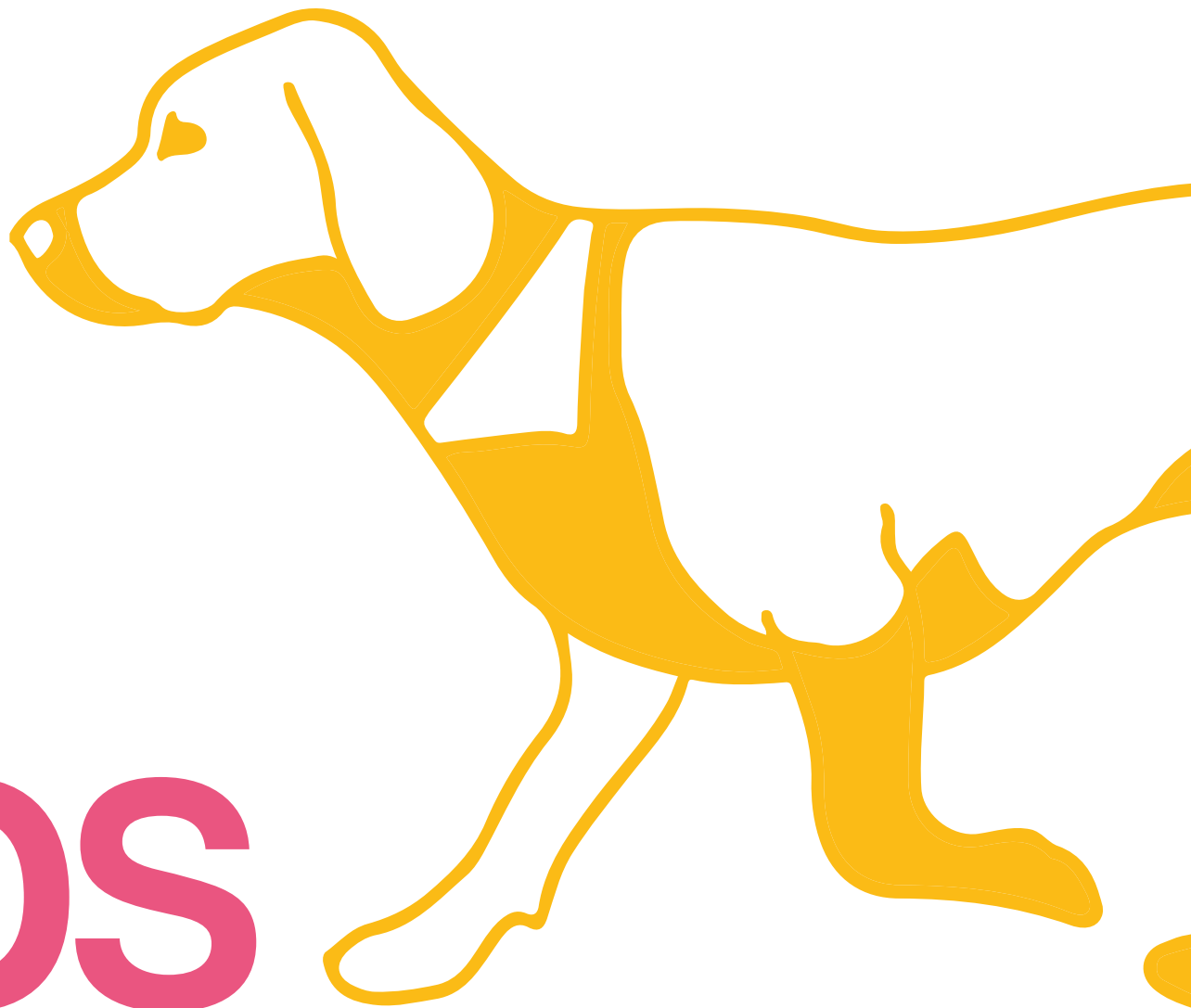
*<https://blog.genial.ly/fases-design-thinking/#:~:text=Las%205%20fases%20del%20design%20thinking%20son%3A%20empatizar%2C%20definir%2C,de%20perfeccionar%20la%20soluci%C3%B3n%20alcanzada.>

*<https://thedieline.com/blog?c=Pet+Packaging&categories.title=Pet+Packaging>



ANE

XOS



PLANTILLA BUYER PERSONA



Demografía

Nombre	Carmela Muñoz
Edad	45 años
Género	Femenino
Miembro	América, Latinoamérica/América de los mercados
Estado civil	Casada
Nivel de educación	Profesional
Ingresos	<1300000

Psicografía

Objetivo profesional	Crear y superar expectativas
Objetivos personales	ser lo mejor para sí misma y su familia, darle la mejor vida a su perro.
Creencias y valores	Cree mucho en los lazos familiares. Es una persona dedicada y apasionada abierta a nuevas ideas y observaciones. Un gran amor a los perros. Cree que el perro es el mejor amigo del hombre.

Puntos de dolor y retos

Mayor desafío y punto de dolor	Salir de su zona de confort. Balancear su tiempo. ansiedad
Obstáculos al intentar conseguir objetivos	Sobrepensar los cosas
Miedo a su imagen e imagen...	Miedo a la pérdida de sus seres queridos. Miedo al rechazo

Situación profesional

Cargo	
Nivel del puesto	Gerente (Marketing, mercadeo, etc.)
Industria	Alimenticia

Fuentes de información

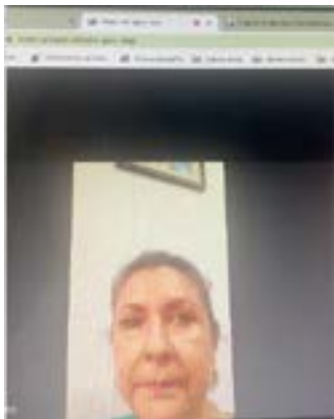
Preferencia en cuanto a blogs, redes sociales y medios (digitales e impresos)	Instagram, tik tok, spotify, youtube Le gusta ver tutoriales de entrenamiento para perros. Le gusta ver blogs de alimentación saludable para mascotas.
---	--

Proceso de compra

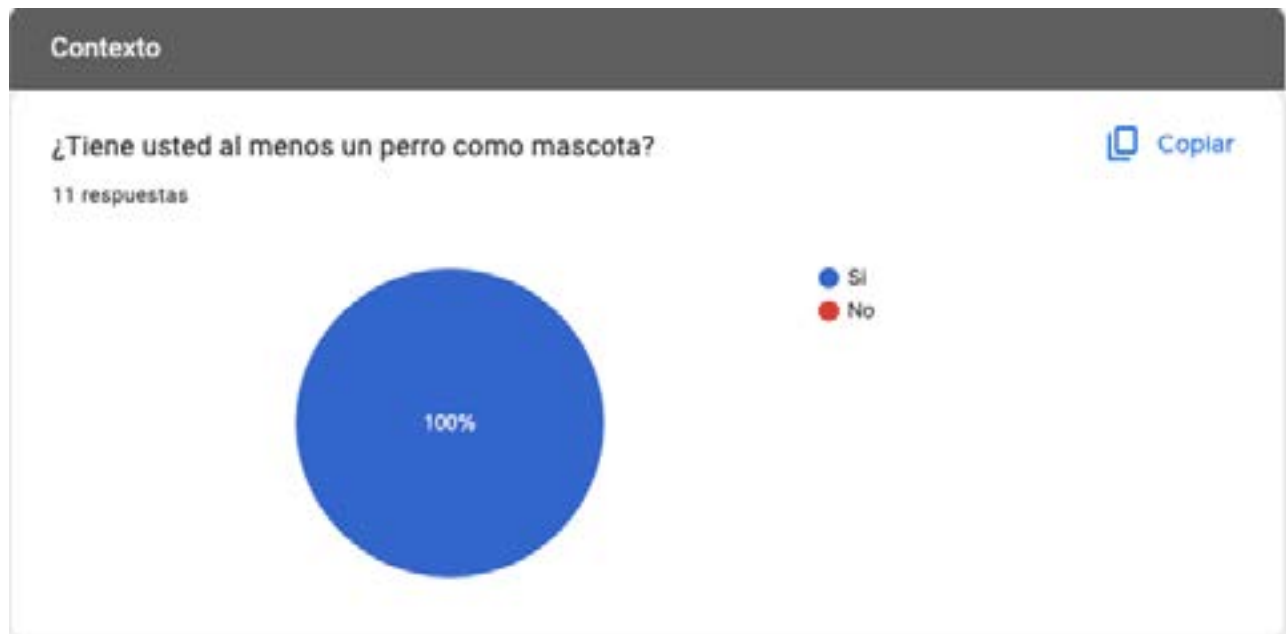
Apal a la hora de la toma de decisión	Analizar los pros y los contras antes de realizar una compra. ¿Qué le aporta?
¿Cuál le impide realizar la compra?	A veces hace falta un argumento fuerte para convencerlo, puede dudar.

Preguntas entrevista zoom Luz Karime Zamudio

1. Que es la humanización de los perros para ti desde tu punto de vista profesional.
2. cuales son las principales causas de la humanización
3. Que consecuencias negativas podría tener el humanizar excedidamente a un perro.
4. cuales son (en manera de lista) las principales necesidades de los perros.
5. cuales son las posibles soluciones para parar el crecimiento de los tratos humanizados hacia los perros.



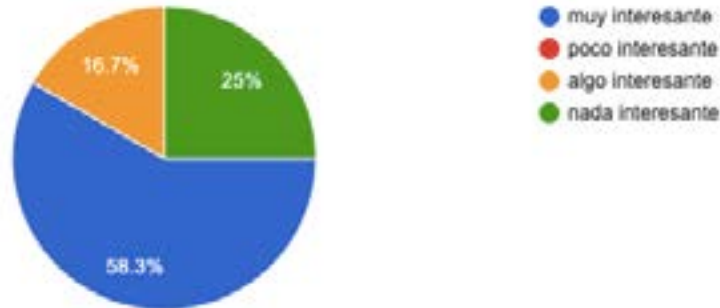
Preguntas encuesta a residentes



¿Qué tan interesante le resulta el concepto de humanizar?

Copiar

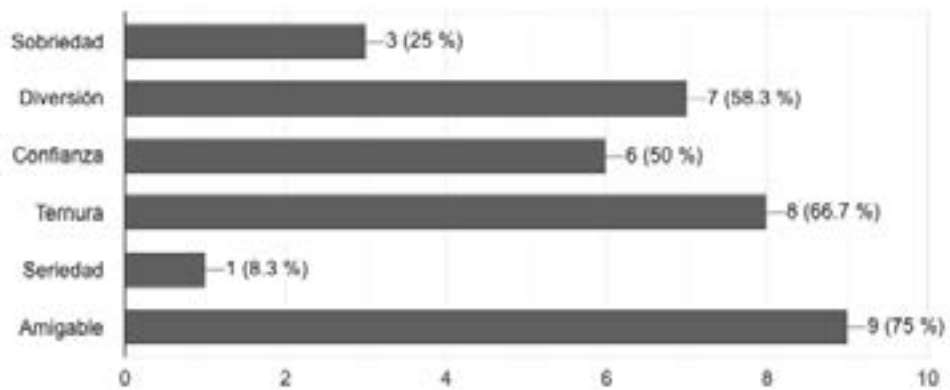
12 respuestas



Observa la siguiente paleta de color, que te inspiran estos colores, que te comunican? puedes escoger varios.

Copiar

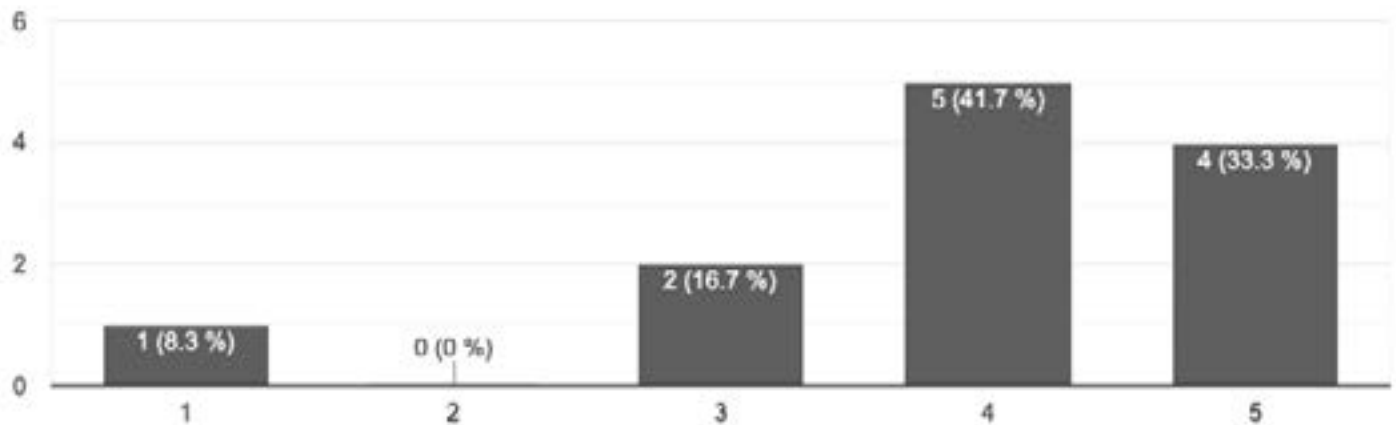
12 respuestas



Del 1 al 5 que tan entradora y llamativa te parece la siguiente pieza.

Copiar

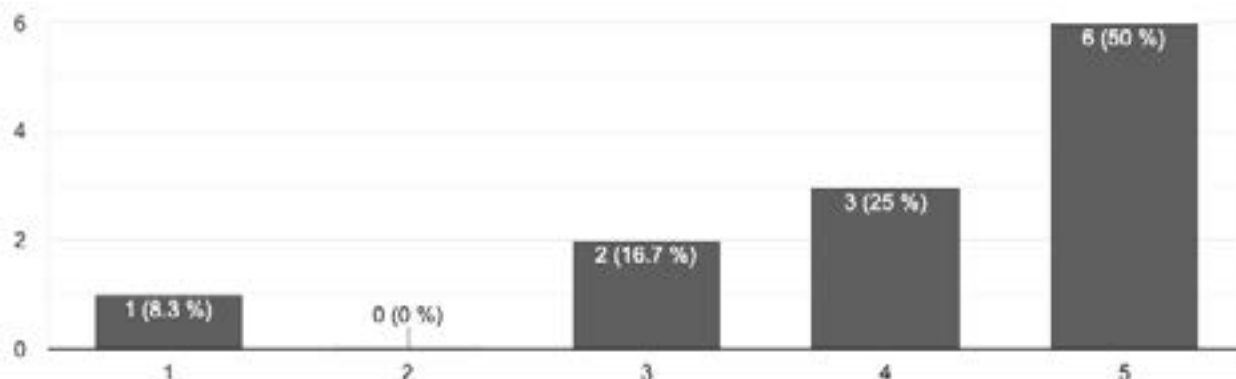
12 respuestas



¿Si te entregaran este volante, del 1 al 5 que tanto te llamaría la atención, lo leerías?

[Copiar](#)

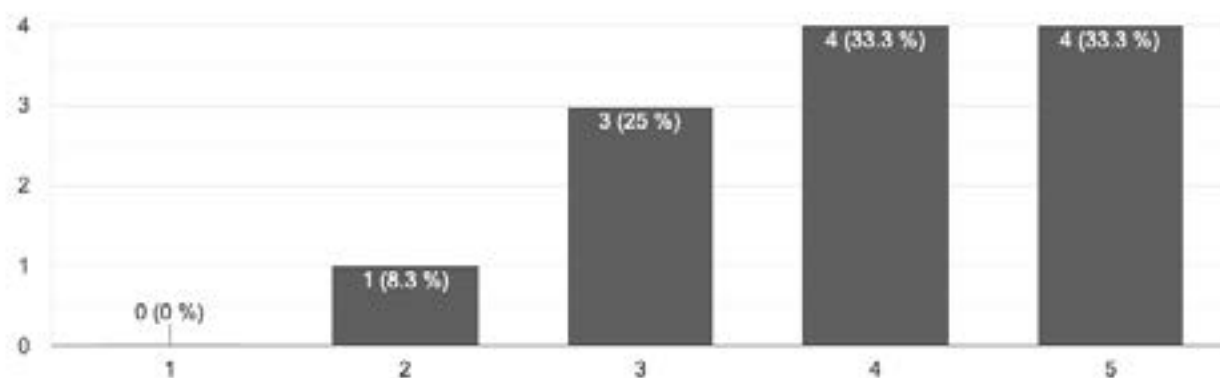
12 respuestas



Observa las siguientes piezas ¿del 1 al 5 que tan llamativas y claras son para usted?

[Copiar](#)

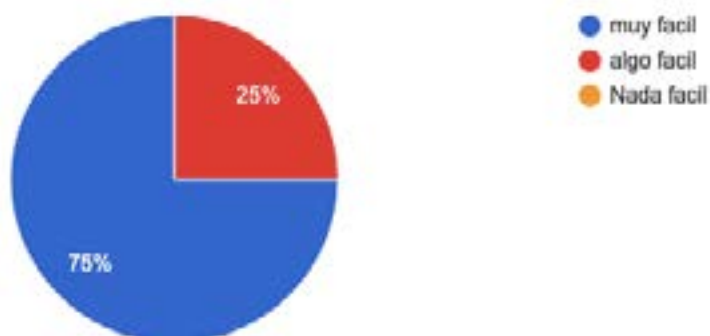
12 respuestas



¿Qué tan fácil fue para usted entender la información proporcionada en los productos?

[Copiar](#)

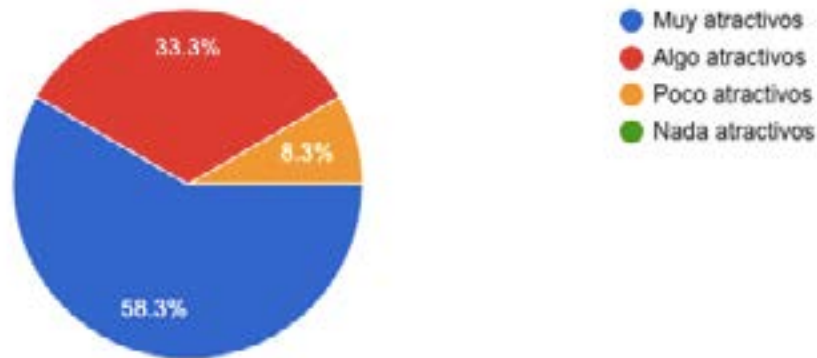
12 respuestas



¿Qué tan atractivos le parecen visualmente los productos?

 Copiar

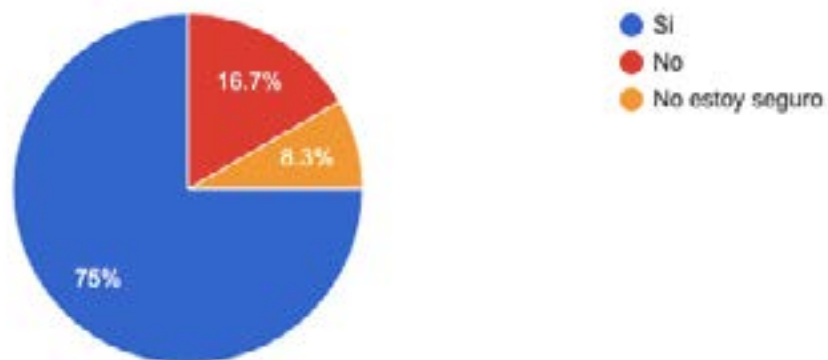
12 respuestas



¿Cree que los productos le han ayudado a entender mejor la importancia de humanizar a su perro?

 Copiar

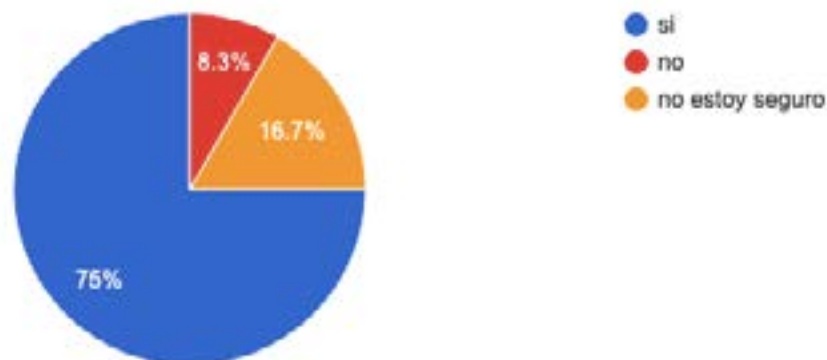
12 respuestas



¿Recomendaría usted estos productos a otros propietarios de perros?

 Copiar

12 respuestas



Observa las siguientes ilustraciones que te inspiran?

9 respuestas

Amabilidad y interacción con una mascota

Los comportamientos de los perros, y lo que tenemos que hacer con ellos

Interés por los perros

La importancia de nuestros perros

Ternura

Felicidad amor por los animales

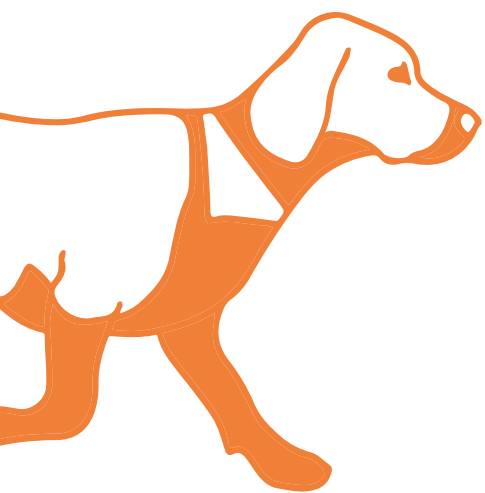
Creatividad

Aura diversificada

Cariño







RETO

PERRO

HUMANO

