

U N I V E R S I D A D
D E L O S H E M I S F E R I O S



S A B E R Y S A B E R H A C E R

Facultad de Comunicación

Tema:

Aplicación digital que conecta usuarios, para adoptar o dar en adopción perros, como solución frente al problema de caninos abandonados en la ciudad de Quito.

Trabajo de Titulación para la obtención del Título de Licenciatura en Comunicación

Presentada por:

Christian Iván Corral Mesías

Tutor:

Alejandro Arosemena

Quito, mayo de 2019

RESUMEN

A nivel social, uno de los principales problemas que enfrenta nuestro país es el maltrato y el abandono animal. Autoridades y movimientos han realizado campañas para intentar frenar esta problemática mediante la esterilización y ferias para adopción de animales. Empleando las ventajas que nos ofrece, hoy por hoy, la globalización y partiendo de casos de éxito como los de *Uber*, *Airbnb*, *Olx*, entre otros, se ha realizado el presente proyecto. Este, basa su sustento en la cuarta revolución industrial o revolución 4.0, para crear un modelo de aplicación digital con el fin de conectar usuarios que colaboren entre sí y puedan adoptar o dar en adopción caninos, en la ciudad de Quito. Además, se ha incluido un apartado el cual busca enseñar a los usuarios diferentes consejos para el cuidado de su mascota, buscando generar un vínculo amo-animal que contribuya a la erradicación de la violencia contra estos seres. Para este trabajo, se realizó una investigación exhaustiva del contexto actual con relación al tema en cuestión y la viabilidad del desarrollo de la aplicación en nuestra ciudad. Es así como se recolectó información a través de encuestas a la ciudadanía y un análisis de medios que abarcó los meses de agosto, septiembre y octubre de 2018 en tres medios de prensa escrita del país: El Comercio, El Universo y El Telégrafo.

Palabras clave: Aplicación móvil, experiencia de usuario, adopción de caninos, cuidado, elección, llamada al cambio, concientización.

DECLARACIÓN DE PRINCIPIOS

El presente documento se ciñe a las normas éticas y reglamentarias de la Universidad de Los Hemisferios. Así, declaro que lo contenido en este ha sido redactado con entera sujeción al respeto de los derechos de autor, citando adecuadamente las fuentes. Por tal motivo, autorizo a la Biblioteca a que haga pública su disponibilidad para lectura, a la vez que cedo los derechos de publicación a la Universidad de Los Hemisferios.

De comprobarse que no cumplí con las estipulaciones éticas, incurriendo en caso de plagio, me someto a las determinaciones que la propia Universidad plantee. Asimismo, no podré disponer del contenido de la presente investigación a menos que eleve por escrito el requerimiento para su evaluación a la Comisión Permanente de la Universidad de Los Hemisferios.

Christian Corral Mesías

C.I.: 1721844254

DEDICATORIA

A Dios por siempre guiarme en mi camino, por ser mi fortaleza y mi bastión en todo momento.

A mis padres por el apoyo y la enseñanza que siempre he recibido de ellos.

A mi hermano, a mis profesores y a esta hermosa Universidad que me ha recibido durante estos cuatro años de mi vida.

ÍNDICE

1.	Introducción	10
2.	Marco Referencial	11
2.1.	Abandono animal	11
2.2.	Evolución de los medios de comunicación	13
2.3.	Concientización basada en nuevas tecnologías.....	16
3.	Metodología	18
4.	Hallazgos	19
4.1.	Maltrato animal	20
4.2.	Esfuerzos para erradicar el maltrato animal	23
4.3.	Diseño de la aplicación móvil.....	27
5.	Discusión.....	30
6.	Conclusión.....	34
7.	Propuesta	35
7.1.	Diseño de la aplicación	35
7.1.1.	Quiero encontrar un hogar	43
7.1.2.	Quiero adoptar un perrito	54
7.1.3.	Quiero consejos para cuidar mi perrito.....	62
7.2.	Campaña de difusión	63

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Análisis de medios del indicador elección	20
Tabla 2. Análisis actual de la problemática	21
Tabla 3. ¿Por qué adoptaría un perro?	24
Tabla 4. ¿A dónde acudirías para adoptar un perro?	24
Tabla 5. Acciones por parte de organizaciones para erradicar la problemática	25
Tabla 6. ¿Por qué utilizaría una aplicación para adoptar perros?	28
Tabla 7. Entrevista a experto en experiencia de usuario	29

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Fórmula de muestreo del universo Quito	19
Gráfico 2. ¿Adoptaría un perro?	23
Gráfico3. ¿Cree que hay que tener otro tipo de consideraciones en el cuidado de un perro abandonado?	24
Gráfico 4. ¿Usaría una aplicación para adoptar perros?	27
Gráfico 5. ¿Qué tipo de perro elegiría?	28
Gráfico 6. Pantalla inicial al abrir la aplicación	36
Gráfico 7. Pantallas descriptivas de los servicios que hay en la aplicación	37
Gráfico 8. Ventanas de ingreso a la aplicación	38
Gráfico 9. Ventanas de ingreso a la aplicación mediante <i>Facebook</i>	39
Gráfico 10. Ventanas de ingreso a la aplicación mediante el número celular	40
Gráfico 11. Permiso para recibir notificaciones al móvil.	41
Gráfico 12. Permiso para acceder a la ubicación.....	42
Gráfico 13. Acciones por realizar en la aplicación.....	43
Gráfico 14. Elige el perfil de tu perrito o créale uno.	44
Gráfico 15. Si aún no has creado el perfil de tu perrito, sigue los pasos.....	46
Gráfico 16. Llena las características de tu perrito.	47
Gráfico 17. ¿Cuántos años tiene tu canino?	48
Gráfico 18. Sube la foto de tu mascota.....	49
Gráfico 19. Perfil editable de la mascota.....	50
Gráfico 20. Tercera opción: contacto con la persona que quiera adoptar el perrito.....	52

Gráfico 21. Menú de hamburguesa del perfil del perrito.	53
Gráfico 22. Actualización de datos de la persona que quiere adoptar un perrito.	54
Gráfico 23. Información de contacto.	55
Gráfico 24. Opción para elegir el perrito que guste al usuario.	56
Gráfico 25. Elección afirmativa.	57
Gráfico 26. Elección negativa.	57
Gráfico 27. Información del perrito.	58
Gráfico 28. Filtrar las características a elegir del perrito.	59
Gráfico 29. Segunda opción del menú inferior para contactar con los perritos seleccionados previamente.	60
Gráfico 30. Menú de hamburguesa del usuario.	61
Gráfico 31 Interface de la tercera opción: Quiero consejos para cuidar mi perrito.	62
Gráfico 32. Modelo en el que se van a presentar los diferentes <i>tips</i>	63

APLICACIÓN DIGITAL QUE CONECTA USUARIOS, PARA ADOPTAR O DAR EN ADOPCIÓN PERROS, COMO SOLUCIÓN FRENTE AL PROBLEMA DE CANINOS ABANDONADOS EN LA CIUDAD DE QUITO.

Christian Iván Corral Mesías

Chriss7tian@gmail.com

Resumen

A nivel social, uno de los principales problemas que enfrenta nuestro país es el maltrato y el abandono animal. Autoridades y movimientos han realizado campañas para intentar frenar esta problemática mediante la esterilización y ferias para adopción de animales. Empleando las ventajas que nos ofrece, hoy por hoy, la globalización y partiendo de casos de éxito como los de *Uber*, *Airbnb*, *Olx*, entre otros, se ha realizado el presente proyecto. Este, basa su sustento en la cuarta revolución industrial o revolución 4.0, para crear un modelo de aplicación digital con el fin de conectar usuarios que colaboren entre sí y puedan adoptar o dar en adopción caninos, en la ciudad de Quito. Además, se ha incluido un apartado el cual busca enseñar a los usuarios diferentes consejos para el cuidado de su mascota, buscando generar un vínculo amo-animal que contribuya a la erradicación de la violencia contra estos seres. Para este trabajo, se realizó una investigación exhaustiva del contexto actual con relación al tema en cuestión y la viabilidad del desarrollo de la aplicación en nuestra ciudad. Es así como se recolectó información a través de encuestas a la ciudadanía y un análisis de medios que abarcó los meses de agosto, septiembre y octubre de 2018 en tres medios de prensa escrita del país: El Comercio, El Universo y El Telégrafo.

Palabras clave Aplicación móvil, experiencia de usuario, adopción de caninos, cuidado, elección, llamada al cambio, concientización.

Abstract

One of the main social problems of our country is facing is the mistreatment and abandonment of animals. Authorities and social movements have carried out campaigns to

try to stop this problem through sterilization and fairs for adoption of animals. Taking advantage of the benefits that globalization offers us and bearing in mind success stories such as Uber, Airbnb, Olx, among others, the present project has been accomplished based on the fourth industrial revolution or revolution 4.0, to create a digital application model. This application connects users who collaborate with each other and they can adopt or give canine adoption in the city of Quito. In addition, a section has been included which seeks to teach users different tips for caring for their pet, searching to generate a master-animal linkage that contributes to the eradication of violence against these living creatures. For this work, a thorough investigation of the current context was carried out in relation to the subject in question and the viability of the development of the application in our city. Thus, information was collected through citizen surveys and a media analysis that covered the months of August, September and October 2018 in three written media within our country: El Comercio, El Universo and El Telégrafo.

Keywords Mobile application, user experience, canine adoption, care, choice, call to action, awareness.

1. Introducción

Uno de los problemas que más aqueja a las distintas ciudades del Ecuador, es el maltrato animal, retratado en violencia física o simplemente abandono de los mismos en las calles.

Según datos del diario El Telégrafo, a octubre de 2018, Ecuador es el tercer país, en Latinoamérica, en el buscador *GoogleTrends* que más busca el término bestialismo, después de Puerto Rico y Bolivia.

Casos impactantes como el del perro Brauny que fue presuntamente lanzado desde la tribuna norte del estadio Capwell, en Guayaquil, en febrero de este mismo año; o el de las perritas que son rescatadas y llegan con su sistema reproductor destrozado a la clínica de la Fundación Protección Animal Ecuador son solo unos pocos casos de los muchos que se viven en el contexto actual de nuestro país.

En una encuesta realizada en la ciudad de Quito en septiembre de 2018 por diario El Comercio, se arrojó que por cada 22 personas hay un perro abandonado. La Universidad

San Francisco de Quito avaló esos resultados, añadiendo que hay 1 perro abandonado por cada 18 personas en las zonas rurales, mientras que hay 1 perro abandonado por cada 26 personas en el área urbana.

Es por esto que varias fundaciones y organizaciones han multiplicado sus esfuerzos para mejorar el cuidado de las mascotas. Diversos eventos como ferias, medias maratones, emprendimientos, cafeterías para dueños y animales, etc. Han sido los nuevos medios para intentar terminar con este gran problema que afecta a la sociedad en su conjunto.

El propósito principal del proyecto de titulación es la de proponer un diseño de aplicación digital móvil que conecte a usuarios que quieran adoptar o dar en adopción perritos, para así ayudar en la concientización sobre el problema de caninos abandonados, inicialmente, en la ciudad de Quito.

Los objetivos del trabajo investigativo son: a) Recolectar información sobre la problemática y la viabilidad del uso de una aplicación móvil para solventar dicho problema. b) Además a esto se realizará un análisis de tres medios de prensa escrita, entre los meses de agosto y octubre, para detallar y conocer el manejo que los medios aportan a esta causa social.

2. Marco Referencial

2.1. Abandono animal

Muchos son los casos de maltrato y abandono animal en el Ecuador. A simple vista se puede vislumbrar como un problema sin mucha trascendencia; pero gana importancia si nos ponemos a pensar que puede existir una conexión entre este tipo de comportamiento y el de, por ejemplo, un asesino en serie o una persona maltratadora. Alcívar, 2015, menciona que:

Existen dos tipos de crueldad animal, el maltrato directo, que consta de la falta intencional en proporcionar los cuidados básicos, la tortura, la mutilación o el asesinato de un animal, y el maltrato indirecto. Este abuso innecesario se ha convertido en un problema social de gran dimensión. La crueldad hacia los animales es uno de los componentes de la tríada sicopática junto a la piromanía y la enuresis (Alcívar, 2015, p. 4).

El abandono de caninos puede tener su origen en la materialización y cosificación que la sociedad actual está viviendo, siendo la mascota vista como un objeto más o como

un mero símbolo de estatus. La Fundación Affinity menciona que “la proporción de perros de tamaño medio y grande que llegan a un refugio es superior a su presencia en la población general canina. En consecuencia, podría sugerirse que los perros de tamaño pequeño sufren menos pérdidas y abandonos que los de talla más grande” (Fundación Affinity, 2014).

Otro de los factores que las personas analizan de gran manera a la hora de añadir un nuevo miembro a la familia, y que puede explicar también el abandono y maltrato en determinado momento es la raza que estos tienen. En una encuesta realizada, en la ciudad de Guayaquil, por Estudios de la Relación entre Animales y Humanos (ERAH), menciona que un 50% de las personas piensa que un perro de raza brinda estatus y un 60% prefiere integrar animales de raza a su hogar (Redacción del Diario el Telégrafo, 2018).

María Eugenia Fornari, tomando en cuenta el criterio de Neidhar y Boyd (2002), resalta “la importancia de conocer la mascota al momento de la adopción para darle al posible adoptante la mayor cantidad de información disponible para evitar sorpresas” (Fornari, 2014, p. 16).

Según un estudio realizado, en la ciudad de Quito, y revelado por la Universidad San Francisco de Quito, el 86% de los habitantes considera muy importante tener políticas públicas sobre el manejo adecuado de fauna. En hogares con perros, tres de cada diez tuvieron perros infectados con parásitos gastrointestinales (Revista CCCSS, 2017).

En la última década las acciones y eventos a favor de las mascotas abandonadas han ido en aumento, en el país. Es así como, la fundación Rescate Animal asegura que desde el 2011 aproximadamente han entregado en adopción 1.276 animales (Redacción Diario el Universo, 2017).

La principal forma de buscar un hogar a las mascotas es mediante ferias, según lo afirma Diario el Universo:

Las ferias por lo general se realizan pasando un mes, según el flujo de animales rescatados, y se organizan en Parque Samanes, Centro de Convenciones Simón Bolívar o Villa Canina. Estas ferias de adopción son anunciadas con unos siete días de anticipación en redes sociales, además de que cuentan con el apoyo de talentos de pantalla como María Teresa Guerrero, Juan José Jaramillo, Eduardo Andrade y Andrea Rendón, para que el público pueda conocer sobre las mismas (Redacción Diario el Universo, 2017).

De esta forma se puede ver los esfuerzos que organizaciones, fundaciones y gobiernos descentralizados están haciendo para intentar erradicar el problema del maltrato y abandono animal, siendo los eventos la principal forma de llevar a cabo este fin. Más allá de esto se vislumbra un problema de fondo aún mayor, pues un gran número de personas miran a su mascota como un simple accesorio en lugar de un ser vivo que merece cuidado y respeto.

2.2. Evolución de los medios de comunicación

Marshall McLuhan, el gran erudito canadiense que se atrevió a visionar el futuro de la sociedad de la información y la aparición de medios que actualmente concebimos como comunes, en su libro *El medio es el masaje*, nos dice que “las sociedades siempre han sido moldeadas más por la índole de los medios con que se comunican los hombres que por el contenido mismo de la comunicación” (McLuhan, 1969, p. 9).

McLuhan hace un recorrido de todos los grandes medios que la humanidad uso para comunicarse. Por supuesto no son únicamente los medios digitales los que influenciaron de forma directa en la sociedad, sino también los órganos sensibles del ser humano. Es así como, en primer lugar, las sociedades **prealfabéticas** hicieron uso del oído. “Oír era creer”, según palabras de MacLuhan. Posteriormente “al hombre le cambiaron un ojo por el oído” (McLuhan, 1969, p. 44). Hace aproximadamente 3000 años de historia en occidente apareció el **alfabeto**, cambiando totalmente la forma en la que el hombre percibía el mundo. Años después fue la la **escritura** la que llegó a ocupar el puesto principal en la sociedad, pues ya no era solo la transmisión de conocimientos a través de determinados símbolos, sino que ahora se podía compartir ideas, “dio arquitectura y ciudades; trajo caminos y ejércitos, la burocracia (...) la mano que llenaba la página de un pergamino edificaba una ciudad” (McLuhan, 1969, p. 48). Es así como la invención de la imprenta marcó un precedente en la forma en la que vivían las ciudades y, por supuesto, en la forma de adquirir conocimientos; incluso se podría afirmar que son los cimientos para lo que vendría más adelante, la democratización de la información.

McLuhan, mencionó en su escrito, el término xerografía, el cual era un método de impresión que permitía replicar o copiar documentos o imágenes. Pero lo curioso es que ya en ese tiempo tenía la concepción de lo que hoy conocemos con el nombre de Wikipedia: “anuncia tiempos de edición instantánea. Cualquiera puede ser editor y escritor. Tome unos

cuantos libros sobre cualquier tema y hágase un libro a su medida” (McLuhan, 1969, p. 123).

Finalmente, la “televisión completa el ciclo del sensorio humano. Con el omnipresente oído y el ojo móvil, hemos abolido la escritura, la especializada metáfora acústico-visual que estableció la dinámica de la civilización occidental” (McLuhan, 1969, p. 125).

McLuhan decía que la dinámica de los nuevos medios está en que estos contengan cada una de las cualidades de sus predecesores.

Alvin Toffler, escritor y futurista conocido por sus discusiones acerca de la revolución digital, mantiene en su libro *La tercera ola* el pensamiento mcluhaniano de que las tecnologías determinan a una determinada sociedad. Se refiere a dos grandes revoluciones y la tercera que –según él– empezó en las últimas décadas del siglo pasado. En la revolución agrícola “la tecnología es utilizada para ampliar la fuerza humana o animal” (Toffler, 1985, p. 25). La segunda revolución “se caracteriza por el uso intensivo de los combustibles fósiles, de las máquinas electromecánicas, y la aparición de las factorías, la cadena de montaje y distribución, el ferrocarril, el correo, los canales, la distribución en masa, el teléfono, los diarios, la radio y el automóvil” (Toffler, 1985, p. 26). La tercera gran transformación responde a la revolución tecnológica, en donde “los trabajadores que no manejan las nuevas tecnologías se convierten en analfabetos funcionales y son condenados económicamente” (Toffler, 1985, p. 26). Además, se puede decir que “es el tiempo del discado directo internacional, el correo electrónico, el chat, la banca electrónica, el teléfono celular, el fax, las tarjetas de crédito y débito, el autoservicio electrónico, los supermercados o hipermercados, el horno de microondas, etc” (Toffler, 1985, p. 45).

A principio de siglo, en el año 2004, Kunio Nakamura acuñó el término “sociedad de la ubicuidad”, la cual se rige bajo el principio de que todas las personas pueden disfrutar en todo momento y en todo lugar de las facilidades que nos brinda la tecnología:

Especialmente las relacionadas con la facilidad de uso y la calidad de imágenes y sonido, también deben ser incorporadas. También debe ser más pequeño y más móvil orientado. En lo que respecta a los contenidos de servicio, no debe haber más contenidos que son realmente útiles para la vida de las personas y el trabajo. Y es importante que estos contenidos son conocidos y utilizados más ampliamente (Nakamura, 2004).

Nakamura además sostiene que la sociedad de la ubicuidad debe “basarse en una variedad de servicios que estén disponibles para “cualquier persona, en cualquier momento y en cualquier lugar” (Nakamura, 2004).

El año 2016 Klaus Schwab, fundador del Foro Económico Mundial, se refería a la cuarta revolución industrial o *Revolución 4.0*, la cual consiste en el perfecto engranaje de “la industria, la economía y la sociedad a toda velocidad” (Schwab, 2016, p. 12).

La premisa de su texto, el cual lleva el nombre *La cuarta revolución industrial*, se fundamenta en que la tecnología y la digitalización lo cambiarán todo. Menciona a:

Los disruptores de hoy –*Airbnb*, *Uber*, *Alibaba* y similares– eran relativamente desconocidos hace apenas unos años. El omnipresente *iPhone* fue lanzado al mercado por primera vez en 2007, y aun así había por lo menos 2.000 millones de teléfonos inteligentes a finales de 2015. En 2010, *Google* anunció su primer vehículo completamente autónomo; estos vehículos podrían convertirse pronto en una realidad generalizada en las carreteras (Schwab, 2016, p. 14).

Schwab, clasifica en tres grandes grupos, lo que él denomina, las megatendencias de la Revolución 4.0:

- a) Físicas.- Son las tienen un carácter más tangible y están. Aquí se encuentran los vehículos autónomos (automóviles sin conductor y drones inteligentes), impresión en 3D (para fabricar desde aerogeneradores hasta implantes médicos), Robótica avanzada (robots que tiene acceso a la información de la nube y de acuerdo a eso comprenden y responden) y nuevos materiales (que son capaces de limpiarse a sí mismos o volver a sus formas originales si es que se rompen, como los cristales o la cerámica) (Schwab, 2016, p. 18)
- b) Biológicas.- Basada en los avances de computo tecnológico, en donde se pueden modificar genes y tratamientos particulares en los diferentes trastornos.
- c) Digitales.- Se centra en:

Las conexiones entre las aplicaciones físicas y digitales que ha sido habilitada por la cuarta revolución industrial es internet *de las cosas* (IoT, por sus siglas en inglés), a veces llamado el «internet de todas las cosas» (...) En su forma más simple, se puede describir como una relación entre las cosas (productos, servicios,

lugares, etc.) y la gente, que resulta posible mediante tecnologías conectadas y plataformas varias (Schwab, 2016, p. 21).

Schwab menciona que, en una escala más amplia, esta megatendencia de la cuarta revolución, hacen posibles plataformas basadas en la tecnología:

Lo que ahora se llama «economía bajo demanda» (conocida por algunos como «consumo colaborativo»). Estas plataformas, que son fáciles de usar en un teléfono inteligente, ponen en contacto gente, activos y datos, y crean formas completamente nuevas de consumo de bienes y servicios. Reducen las barreras para que empresas y particulares generen riqueza al alterar los entornos personales y profesionales (Schwab, 2016, p. 23).

Tomando, nuevamente, en cuenta el pensamiento mcluhaniano de que las tecnologías determinan una época y una sociedad, se puede ver cómo los avances cada vez son más acelerados. La revolución 4.0 ya está aquí y, al corto plazo, se vislumbra un mundo totalmente digital y controlado por computadoras inteligentes, la democratización total de la información y por ende la creación de nuevos, más globales y especializados movimientos sociales que impulsen grandes cambios alrededor del planeta; sirviéndose de las ventajas que nos brinda la tecnología. Por su parte el gran reto de las empresas está en adaptarse y atender a las nuevas necesidades que esta nueva revolución traiga consigo.

2.3. Concientización basada en nuevas tecnologías

Alejandro Piscitelli, filósofo argentino, especializado en los nuevos medios, se adentra ya en el año 2008 en lo que conoceremos, más adelante, como economía colaborativa:

Podemos –y debemos– tomar en serio la cuestión de una transmutación epocal en relación con el advenimiento de la conectividad masiva y, sobre todo, de un aumento sistemático y colaborativo de la inteligencia -vía el software social - como jamás se había visto antes. Las consecuencias sociales, políticas, económicas, pero sobre todo educativas de estos procesos son inimaginables (Piscitelli, 2008, p. 38).

Se puede decir que la economía colaborativa es relativamente reciente, “la economía colaborativa es un concepto que ha emergido recientemente a nivel internacional a partir de dos publicaciones distintas (Gansky, 2010; Botsman y Rogers, 2010), que presentaban diversos casos de modelos de negocio novedosos que atendían necesidades de

los consumidores aprovechando el desarrollo de internet” (Díaz, Marcuello, & Monreal, 2014, p. 3).

Aun así, en el año 2010 “la revista *Time* catalogó a la Economía Colaborativa como una de las diez ideas que revolucionarían el mundo” (Suárez, 2016, p. 7).

El término economía colaborativa surge del anglosajón *share economy* y se la puede definir como “una nueva forma de efectuar operaciones económicas que permite conectar a personas que quieren ofrecer y recibir un bien o servicio, o financiar y recibir financiación para un proyecto, desde cualquier lugar del mundo, a través de plataformas digitales” (García & Narváez, 2016, p. 6).

Las nuevas tecnologías han influido de gran manera en el desarrollo de esta nueva concepción de economía: “La conexión a internet y la geolocalización han permitido que hábitos y acciones que se realizaban dentro del entorno social más próximo se puedan hacer ahora a nivel global, permitiendo el acceso a bienes y servicios a un precio inferior del que tienen en la economía tradicional” (Suárez, 2016, p. 10)

Y es precisamente que factores como la crisis económica, la amigabilidad con el medio ambiente y el acceso a mercados más amplios han calado profundamente en la sociedad para decantarse por esta nueva idea, alrededor del mundo:

Muchas personas tienen ingresos muy bajos o casi nulos y encuentran en el hecho de compartir una forma de vivir con poco dinero. La segunda razón es ecológica, casi todos los ámbitos de actuación de esta economía ayudan a reducir la huella ecológica ya que al compartir transporte se disminuyen las emisiones de CO₂ y con la reutilización de productos como la ropa de los niños se reduce la demanda y por ende la producción de nuevos productos que generan contaminación. La última razón es la ampliación de los vínculos sociales que este modelo permite alcanzar (Suárez, 2016, p. 11).

La economía colaborativa es el presente y futuro del mundo, pero actualmente está ante grandes retos por superar. Las quejas de ciertos grupos o gremios perjudicados con esta nueva competencia y la confianza que el usuario pueda detener en una plataforma:

Si bien es cierto que algunos negocios, como *Airbnb* o *Uber*, han generado (y siguen generando) denuncias por profesionales de los respectivos sectores, han terminado evolucionando para adaptarse a la normativa vigente y evitar así problemas jurídicos o fiscales. Pero otros, como es el caso de las plataformas de subastas y reventas online, no

acaban de encontrar su espacio en la normativa vigente (Revista Cesco de Derecho de Consumo, 2016, p. 5).

A pesar de esto poco a poco este tipo de compañías va ganando terreno y seguidores alrededor del mundo. La Comisión Europea considera que:

Los nuevos modelos de la economía colaborativa pueden aportar importantes beneficios al desarrollo y evolución del Mercado Único europeo, así como facilitar una modernización de la economía (...) Estas recomendaciones de la Comisión se traducen en el apoyo a la actividad de plataformas colaborativas como *Blablacar*, *Uber*, *Cabify* o *Airbnb*, que hasta ahora se habían encontrado con numerosas trabas a su actividad en algunos Estados miembros (Revista CESCO de Derecho de Consumo, 2016, p. 6).

3. Metodología

La metodología que se utilizó en el presente informe de investigación es mixta. Con el fin de conocer más a fondo el contexto bajo el que se va a desarrollar la aplicación digital y la viabilidad que puede tener el proyecto, se realizaron encuestas en la ciudad de Quito. Posteriormente, se procedió a analizar documentos referentes a políticas de adopción de caninos y el manejo que los medios le dan al tema. Además, para conocer más a fondo sobre la experiencia de usuario (UX, por sus siglas en inglés) se realizó una entrevista referente al tema.

Para cumplir el primer objetivo de este informe de investigación se realizaron 385 encuestas correspondientes al universo total de 2'644.145 de habitantes en la ciudad de Quito, según datos poblacionales del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), al año 2018.

Para obtener este dato se empleó la siguiente fórmula:

Gráfico 1. Fórmula de muestreo del universo Quito

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N} \right)}$$

N = tamaño de la población • e = margen de error (porcentaje expresado con decimales) • z = puntuación z

Fuente: SurveyMonkey

Tomando en cuenta que los datos arrojados, posteriores a la encuesta, contemplan un 95% de fiabilidad con un margen de error del 5%.

Para el segundo objetivo se recopilará información, desde agosto de 2018 hasta octubre del mismo año, de los tres principales medios de comunicación del país: El Comercio, El Universo y el Telégrafo; todo esto referente al manejo de contenidos en cuanto a adopción y concientización de perros, en estos medios. Posteriormente se procederá a analizar dicha información con el fin de conocer políticas de adopción de caninos y el manejo que los medios le dan al tema.

En cuanto a la experiencia de usuario (UX), se realizó una entrevista a Alejandro Arosemena, Gerente Comercial digital de xiy/media.

4. Hallazgos

Con base en las encuestas realizadas y los artículos de los tres periódicos más importantes del país, entre los meses agosto y octubre de 2018, se hizo un resumen organizado para sintetizar la información. Con el fin de presentar de forma ordenada, se ha dispuesto la información conforme a los siguientes indicadores de análisis: a) Maltrato animal. b) Esfuerzos para erradicar el maltrato animal c) Diseño de la aplicación móvil.

4.1. Maltrato animal

La información presentada en este primer indicador responde a las diferentes acciones de maltrato animal suscitadas en el Ecuador durante los meses de análisis, anteriormente señalados.

En la **Tabla 1** podemos ver como los perros actualmente se están viendo como un objeto más. Muchas personas eligen a su mascota porque les da estatus. Además, se menciona que hay personas que aceptan tener prácticas de maltrato animal.

Tabla 1. Análisis de medios del indicador elección

Medio de comunicación	Información
Diario El Telégrafo	Una encuesta realizada, en la ciudad de Guayaquil, por Estudios de la Relación entre Animales y Humanos (ERAH) arrojó los siguientes datos: El 70% de personas prefiere comprar que adoptar, 25% de personas encuestadas aludió que tenía prácticas de maltrato animal, 50% de personas piensan que un perro de raza brinda estatus, 60% prefiere integrar animales de raza a su hogar y 85% de personas cree que es importante el bienestar animal.

Fuente: Elaboración propia.

En la **Tabla 2** exponemos la problemática actual en la que está viviendo nuestro país con un gran número de perros abandonados o denigrados, incluso sexualmente. Cabe señalar que es importante conocer este tipo de prácticas para concientizarse y reflexionar hacia dónde está yendo nuestra sociedad; al practicar y consentir de manera abierta estos actos.

Tabla 2. Análisis actual de la problemática

Medio de Comunicación	Información
Diario El Comercio	El primer censo de perros abandonados arrojó el dato que: En Quito, por cada 22 personas hay un perro abandonado.
Diario El Comercio	Hay la hipótesis de que existía un perro por cada seis habitantes en Quito. Jaime Grijalva hizo un estudio más profundo y arrojó: que en zonas urbanas había un perro por cada 74 personas. En áreas rurales la población era de un perro por cada 47 personas. El promedio general era de un can por cada 59 habitantes. La Universidad San Francisco de Quito (USFQ) por su parte arrojó Actualmente hay un perro callejero por cada 18 personas en el área rural y un can por cada 26 personas en las parroquias urbanas. En general se puede decir que hay un animal por cada 22 quiteños.
Diario El Telégrafo	En el buscador <i>Google Trends</i> , Ecuador es el tercer país de América que más busca el término bestialismo. Los primeros son Puerto Rico y Bolivia.
Diario El Telégrafo	El COIP, en su artículo 249, sanciona el maltrato animal con 50 horas de trabajo comunitario y prisión de 3 a 7 días si el animal muere y no contempla el bestialismo, como en la normativa anterior. El Código Orgánico Ambiental (COA) sí prohíbe las prácticas sexuales con animales, en el artículo 146. Desde enero a septiembre de 2018, 252 denuncias por correo electrónico, 12 casos de asesoría legal en el despacho y 3 de patrocinio por muerte de animales.
Diario El Telégrafo	Gabriela Quiroga, de Raíz animal sostiene que “No puede ser que existan grupos en redes sociales que promueven la zoofilia y no se pueda hacer nada”
Diario El Telégrafo	Los llamados “vendeperros” desarrollan una actividad que, según estos grupos, exponen a cachorros a altas temperaturas, que duerman en cartones, carros o mochilas. “Pegan sus orejas con 'brujita' (pegamento, ndlr) para que así estén paraditas y tenga apariencia de lobo. Otros, en cambio, los peinan muchas veces para que parezca French Poodle”

Diario El Comercio	El 12 de septiembre del presente año se rescataron 64 animales de compañía en un mercado de Quito. 22 gatos y 42 perros que iban a ser comercializados. La Agencia Metropolitana de Control (AMC) precisó que quienes pretendían vender a esos animales incumplieron con tres normativas: no tenían carné de vacunación, mantenían a los animales bajo prácticas contrarias a cinco libertades del bienestar animal y realizaban prácticas de crianza, comercialización y reproducción sin observar la normativa vigente. Las sanciones que establece la Ordenanza 048 son: “multa que va del 45% al 90% (USD 173 a 347) de una Remuneración Básica Unificada a las personas que comercialicen animales de compañía, de manera ambulatoria, en la vía y espacios públicos”.
Diario El Telégrafo	Los animales, sean silvestres, de compañía, de trabajo, de experimentación, de espectáculo o de consumo, merecen tener una vida digna. Así lo estipula la Organización Mundial de Sanidad Animal. Lamentablemente esto no se cumple. Un ejemplo de ello sucedió en febrero de este año cuando se conoció el caso del perro Brauny, que fue presuntamente lanzado desde la tribuna norte del estadio Capwell, en Guayaquil. Pero hay otros maltratos que no salen a la luz, como las perritas que son rescatadas y llegan con su sistema reproductor destrozado a la clínica de la Fundación Protección Animal Ecuador (PAE). Según Lorena Bellolio, directora de la fundación, atendieron cinco casos de abusos sexuales en 2017. “En Ecuador en lugar de avanzar, con el Código Orgánico Integral Penal (COIP), se retrocedió al sacar a la zoofilia y al decir que el maltrato animal sea solo una contravención y no un delito”.
Diario El Comercio	Noa, una cachorra de la ciudad de Quito fue atropellada y el conductor no se detuvo a ayudarla. Necesita una operación cuyo valor asciende a los \$400 y mediante el uso de redes sociales se busca reunir el dinero, a través de sus seguidores.
Diario El Comercio	El 11 de septiembre un perrito fue abandonado en un costal, en el sector de la Recoleta, al sur de Quito. El Cuerpo de Bomberos de Quito lo rescató.

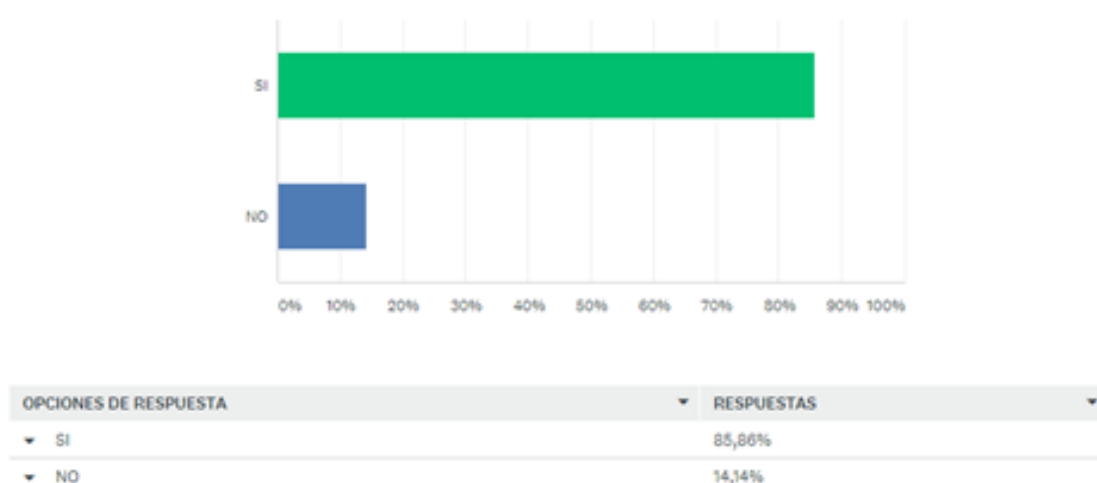
Fuente: Elaboración propia.

4.2. Esfuerzos para erradicar el maltrato animal

Para poder buscar una solución a una problemática es importante conocer el aporte real que personas, organizaciones y autoridades pueden brindar a la misma. En este segundo indicador abordaremos en una primera instancia la opinión de las personas con respecto al tema. En un segundo apartado expondremos las acciones que organizaciones y autoridades están realizando para aportar su granito de arena.

A continuación, en el **Gráfico 2**, **Gráfico 3**, **Tabla 3** y **Tabla 4** podemos ver respuestas abiertas y cerradas formuladas a la ciudadanía.

Gráfico 2. ¿Adoptaría un perro?



Fuente: Elaboración propia.

Al preguntarnos si adoptaríamos un perro, el 85,86% de personas respondieron que, si adoptarían un perro, mientras que el 14,14% restante, dio una respuesta negativa. De esta forma se puede ver que hay una gran acogida sobre la idea de adoptar en lugar de comprar una mascota.

Tabla 3. ¿Por qué adoptaría un perro?

Pregunta	Dato
¿Por qué adoptaría un perro?	Como respuesta a esta incógnita, las personas que dieron una respuesta afirmativa señalaron que sí adoptaría un perro porque piensan que son seres vivos al igual que nosotros. Además, piensan que les estarían dando una segunda oportunidad de ser amados y tener una familia. Por el contrario, las personas que valoraron una respuesta negativa aludieron a que ya tienen una mascota y otros que sus papás no les permitirían. Otra de las respuestas comunes es que no les gustan.

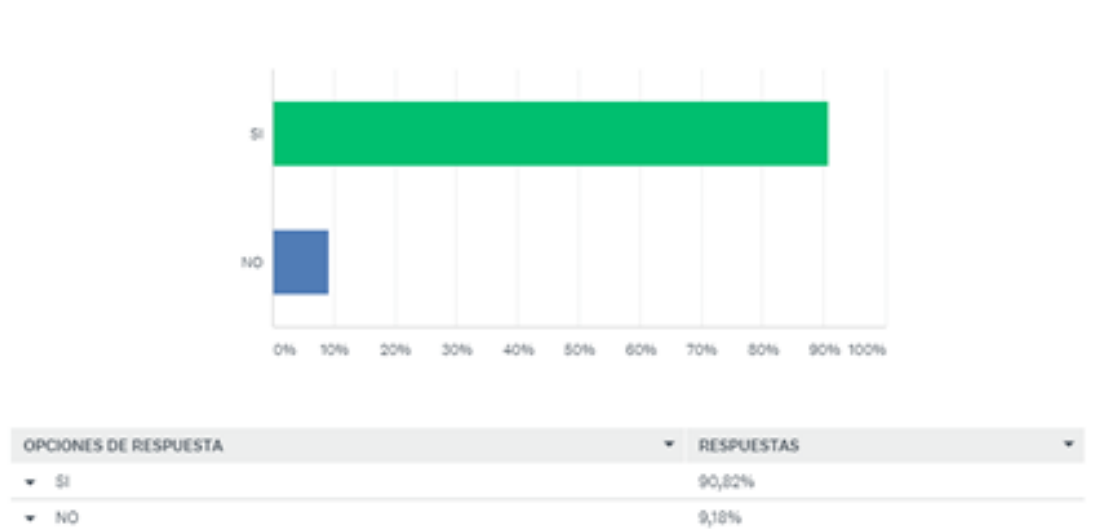
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4. ¿A dónde acudirías para adoptar un perro?

Pregunta	Dato
¿A dónde acudirías para adoptar un perro?	Los resultados que se obtuvieron a través de esta interrogante, fue que la mayoría de las personas acudirían a organizaciones o fundaciones para perritos como: el PAE, PETA. Mientras que otro grupo, afirmó que los recogería de la calle; mientras otros buscarían en redes sociales.

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico3. ¿Cree que hay que tener otro tipo de consideraciones en el cuidado de un perro abandonado?



Fuente: Elaboración propia.

Los resultados a la pregunta sobre si se cree que hay que tener otro tipo de consideraciones en el cuidado de un perro abandonado, fueron: un 90,82% en posición afirmativa, sobre si hay que tener otro tipo de consideraciones en el cuidado de un perro abandonado. Mientras el 8,18% de encuestados respondieron que no piensan que hay que tener otro tipo de consideraciones.

En la **Tabla 5** podemos apreciar cómo actualmente en el país se están llevando a cabo varias ferias y exposiciones con el fin de propagar una cultura de adopción de mascotas. A estas ferias no únicamente van las fundaciones, sino también varios emprendimientos que ofrecen servicios y productos para nuestras mascotas. Entonces se puede decir que estos eventos tienen una temática para perros.

Tabla 5. Acciones por parte de organizaciones para erradicar la problemática

Medio de comunicación	Información
Diario El Universo	En la “Maratón de adopciones” llevadas a cabo el 27 y 28 de octubre en Guayaquil, parque Los Samanes, se concentraron “emprendimientos, productos y servicios para el cuidado de perros y gatos.” Además, participaron “más de 60 expositores entre tiendas y fabricantes de alimento, pet shops, laboratorios, moda, accesorios, clínicas veterinarias y otras entidades públicas y privadas relacionadas a la industria de las mascotas en el país”
Diario El Comercio	“Queremos crear nuevos espacios y formas de relacionarse y un nuevo estilo de vida tanto para las personas y sus mascotas”, agrega. Precisamente, esa es la esencia de lo <i>‘pet friendly’</i>: abrir nuevos sitios de convivencia responsable entre las personas y los animales. Esto responde a la ola de tenencia responsable que se promociona en todo el mundo: parte de ser un dueño responsable implica enseñar a los perros a socializar.
Diario El Comercio	Proyecto Nación Animal organizó el Reto Animal 5k, en el Parque Metropolitano Guanguiltagua. Deportistas de todas las edades y sus mascotas llegaron, desde las 06:00, para participar en la tercera edición de la prueba. 250 perros y 450 personas estuvieron en la línea de salida, a un lado del primer parqueadero, para calentar y estirar sus

	músculos. Proyecto Nación Animal es una entidad que organiza eventos, con el fin de concienciar a la ciudadanía sobre el cuidado de los animales.
Diario El Telégrafo	En Guayaquil, “animalistas, activistas por la defensa de los animales y el medio ambiente, hombres, mujeres y niños, todos marcharon la tarde del domingo 14 de octubre unidos por una misma causa: la protección de la naturaleza”. La manifestación fue replicada en Quito, Ibarra y Manta, donde activistas también caminaron llevando su mensaje ambiental.
Diario El Telégrafo	El sábado 27 de octubre tendrá lugar la tercera feria “Durán, a mover la patita con <i>coffee</i>”, organizada por el Municipio durandefío en el parque ecológico de La Primavera 2. Aquí habrá juegos familiares y para mascotas, patio de comidas, venta de accesorios y feria de adopciones para encontrarles un hogar a los animalitos rescatados. El evento será de 12:00 a 18:00
Diario El Telégrafo	El sábado 8 y Domingo 9 de septiembre nuevamente se llevó a cabo una feria para la promover la adopción de perritos rescatados; todo esto bajo el nombre de Feria Guayaquil Mascotas 2018.
Diario El Comercio	Al llamar al Sistema Integrado de Seguridad ECU911 los operadores direccionan la emergencia a entidades encargadas Sobre el destino de los animales rescatados, Ripalda agrega que las entidades encargadas del manejo de fauna urbana en cada jurisdicción se encargan de ese proceso. En ocasiones se coordina la atención con fundaciones y organizaciones de rescate y en otros casos son los mismos Gobiernos Autónomos Descentralizados que asumen la custodia y rehabilitación de estos.
Diario El Comercio	Agencia Metropolitana de Control (AMC) anunció que retiraría los perros que se encuentren en el espacio público sin correa y collar o sin su persona responsable. Cristina Zapata, miembro de Animalízate, manifestó que “hay prioridades como campañas masivas de esterilización en todos los barrios de Quito, campañas de educación por todos los canales de comunicación, prohibir absolutamente la venta de animales, tanto en lugares públicos como en <i>petshops</i>, por Internet, y cerrar criaderos” A pesar de eso, la Ordenanza 048 que regula la tenencia, protección y control de la fauna urbana en Quito no señala que se deba retirar el animal, a menos que exista maltrato evidente. Karina Pizco, coordinadora del Centro de gestión zoonosanitaria, “El manejo del

Municipio para control de población es el de atrapar, esterilizar y soltar”

Diario El Comercio Minerva fue abandonada en una feria de adopciones en el Parque Bicentenario de Quito.

La Fundación Paraíso Huellas se hizo cargo de ella y se encargó de rehabilitarla y prepararla para que sea parte de una familia. La vacunaron y la esterilizaron.

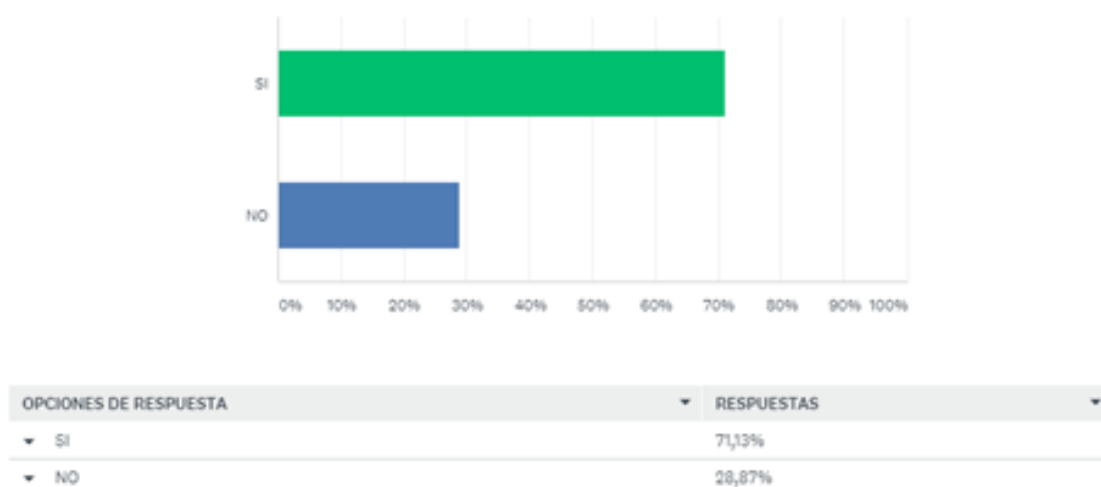
Fuente: Elaboración propia.

Actualmente en el Ecuador se está luchando por mejorar la relación que se tiene con las mascotas, es por eso que se realizan campañas y se comparte amplio contenido en medios de comunicación referente al cuidado y adopción responsable, además de ferias, maratones y nuevos proyectos o emprendimientos con temáticas de animales.

4.3. Diseño de la aplicación móvil

En este tercer indicador, al igual que en el anterior, es importante conocer la opinión de las personas; esto debido a que la aplicación móvil es hecha para los usuarios. Es así que en este indicador presentaremos la información más relevante que utilizamos para posteriormente diseñar la *app*.

Gráfico 4. ¿Usaría una aplicación para adoptar perros?



Fuente: Elaboración propia.

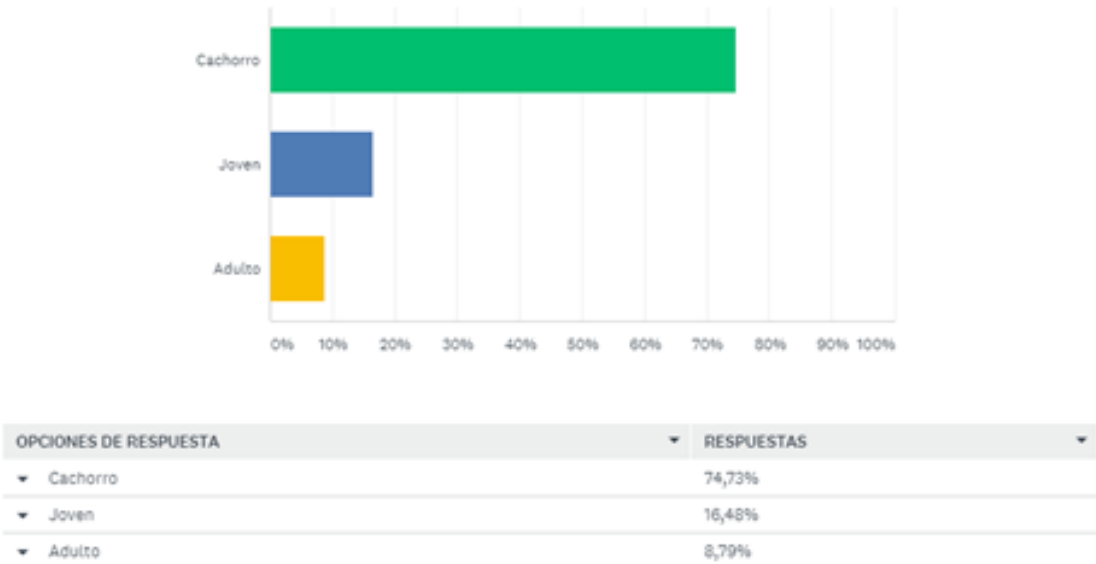
Frente al cuestionamiento sobre el uso de una aplicación para adoptar perros, las respuestas fueron: afirmativos en un 71,13%, mientras que un 28,87% alude a que no acudiría a una aplicación para adoptar perros. Indudablemente esta pregunta es vital para el presente proyecto puesto que, si se hubiera obtenido una respuesta negativa, hubiera sido inviable el pensar en una aplicación móvil como solución.

Tabla 6. ¿Por qué utilizaría una aplicación para adoptar perros?

Pregunta	Dato
¿Por qué utilizaría una aplicación para adoptar perros?	Las personas que dijeron que sí, apelaron a que resulta mucho más fácil y menos burocrático. Además, que existiría más información sobre los perritos. Mientras tanto Las personas que dieron una respuesta negativa, dijeron que les da una concepción de que se trata a los perritos como mercancía.

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 5. ¿Qué tipo de perro elegiría?



Fuente: Elaboración propia.

Se preguntó sobre las características del perro que elegirían y la respuesta fue: un 74,73% de personas aluden que adoptarían un cachorro, un 16,48% elegiría un perro Joven, y tan solo un 8,79% de personas escogería un perro en edad Adulta.

La pregunta del **Gráfico 5** en conjunto con los datos arrojados de la **Tabla 6** fue la base para entender como diseñar el apartado de filtración dentro de la aplicación. Para evitar que las mascotas sean vistas como mercancía y como un medio discriminatorio, al iniciar la aplicación siempre se mostrarán caninos de todas las razas y edades para incentivar a adoptar a todos sin distinción alguna. Eso sí, existe un botón de filtración en dónde se podrá revisar qué tipo de perro se prefiere, para ayuda del usuario.

En la **Tabla 7**, además se añadió una entrevista sobre experiencia de usuario (UX) a un experto en el tema, para conocer más a fondo la importancia de este factor en el desarrollo de la aplicación.

Tabla 7. Entrevista a experto en experiencia de usuario

Entrevistado	Respuesta
Alejandro Arosemena, Gerente Comercial digital de xiy/media	UX, son las siglas para <i>user experience</i>. Abarca todo lo que tiene que ver con el contacto de la persona con mi marca y con el producto que se le está ofreciendo. El UX remonta su sustentación académica en la teoría de los hermanos Kelly, en su texto <i>Design thinking</i>. Aquí manifiestan que a través de la empatía se busca entender cómo va a ser el uso de cualquier cosa, desde la perspectiva del usuario y no desde el servicio. “No parte desde la necesidad de la empresa, sino desde la necesidad del usuario” Es por eso que se utiliza hoy por hoy en el desarrollo de software, para que pueda crecer exponencialmente, poniendo su énfasis en la comodidad del usuario. En cuanto a la elección de una aplicación sobre otra, puede ser definitivo, para su uso o total descarte, “ya que las aplicaciones que más se usan son las que mejor atendieron a tus necesidades y tienen un mejor flujo”.

Fuente: Elaboración propia.

5. Discusión

Es evidente que la forma de comunicarnos ha cambiado con el pasar del tiempo, más aún si pensamos en este nuevo siglo que trajo consigo grandes avances en la parte tecnológica. A lo largo de la historia de la humanidad, los medios que empleábamos para emitir y receptar información marcaban las etapas de cada sociedad. Es así como McLuhan, sostenía en su libro *El medio es el Masaje* que “las sociedades siempre han sido moldeadas más por la índole de los medios con que se comunican los hombres que por el contenido mismo de la comunicación” (McLuhan, 1969, p. 9).

Junto a McLuhan aprendimos que cada herramienta se vuelve una extensión del cuerpo. Es así como en la actualidad la tecnología, internet y nuestros dispositivos móviles nos han convertido en androides. Kunio Nakamura ya avizoraba, en una conferencia en 2004, que la sociedad se dirige a una etapa de conexión total, la conocida “sociedad de la ubicuidad” (Nakamura, 2004).

Otro de los teóricos importantes en el ámbito de la sociedad de la información, Alvin Toffler, hablaba ya en el año 1985 sobre la tercera ola o tercera revolución, en la cual son los medios digitales los que en un futuro próximo dictarían las reglas del statu quo (Toffler, 1985, p. 26)

Hasta aquí se puede ver lo que hoy por hoy nuestra sociedad vive. Un eslabón por encima se encuentra la cuarta revolución industrial o la revolución 4.0. En el año 2016 Klaus Schwab, fundador del Foro Económico Mundial, se refería este tema, el cual consiste en el perfecto engranaje de “la industria, la economía y la sociedad a toda velocidad” (Schwab, 2016, p. 12). Schwab menciona que:

Como eje fundamental de este nuevo cambio disruptivo está internet de las cosas”, (IoT, por sus siglas en inglés). El cual va acompañado por los nuevos avances físicos, biológicos y digitales, cuyo desenlace están en la inteligencia artificial mediante la actualización de información obtenida de la nube. Esto, en una escala más amplia desemboca en plataformas digitales (aplicaciones) que son fáciles de usar en un teléfono inteligente, ponen en contacto gente, activos y datos, y crean formas completamente nuevas de consumo de bienes y servicios (Schwab, 2016, p. 14)

Alejandro Piscitelli, en el año 2008, avizoraba que la tecnología en los próximos años iba a tener un gran impacto en temas sociales, siendo base fundamental la colaboración que surgiría entre los usuarios (Piscitelli, 2008, p. 38)

La economía colaborativa es un término relativamente nuevo cuya piedra angular está en el alcance y desarrollo que ha tenido internet desde su aparición. Díaz, Marcuello y Montreal, además citando estudios de Gansky, de Botsman y Rogers, anotan:

La economía colaborativa es un concepto que ha emergido recientemente a nivel internacional a partir de dos publicaciones distintas (Gansky, 2010; Botsman y Rogers, 2010), que presentaban diversos casos de modelos de negocio novedosos que atendían necesidades de los consumidores aprovechando el desarrollo de internet (Díaz, Marcuello, & Montreal, 2014, p. 3).

A partir del año 2008, en que Piscitelli develaba el futuro de los nuevos medios, han surgido números factores han hecho que este tipo de economía emergente tome fuerza en nuestro panorama actual. La recesión económica mundial; el desempleo, especialmente en los países en vías de desarrollo; y la fuerza con que los movimientos ecologistas han emergido en estos últimos años, ha sido determinante.

Por ejemplo, Suárez (2016), menciona que compartir transporte reduce las emisiones de CO₂ o que reutilizar ropa de niños, igualmente, disminuye a producción de nuevos productos (Suárez, 2016, p. 7).

Es así como apelando al sentimiento de colaboración y compromiso de las nuevas generaciones nativas digitales, los *millennials* que crecieron en conjunto con internet y los *centennials* que nacieron con un dispositivo móvil bajo el brazo, empresas como *Airbnb*, *Uber*, *Cabify*, *Olx*, han encontrado un éxito rotundo. Y es que la filosofía bajo la cual trabajan estas marcas son la de compartir, de esta forma se busca ahorrar dinero y también ayudar al planeta.

Un claro ejemplo de este compromiso con la sociedad es la cultura de protección animal que se está instaurando alrededor del mundo. En Ecuador, se vienen realizando varios eventos para las mascotas y las personas, en los cuales se incentiva a las personas a adoptar animales abandonados. La ya conocida “Maratón de adopciones” que se realiza en Guayaquil es una de ellas, en donde además se cuenta con la “participación de emprendimientos, productos y servicios para el cuidado de perros y gatos.” (Redacción

Diario el Universo, 2017) En la ciudad de Quito, también se realizan algunas ferias con este fin, principalmente en el Parque Bicentenario.

Fundaciones y organizaciones privadas, también conscientes de esta problemática de abandono de mascotas, han tenido ideas innovadoras para fomentar el vínculo que existe entre mascota y dueño. Proyecto Nación Animal, por ejemplo, organizó el Reto Animal 5k, en el Parque Metropolitano Guanguiltagua, en donde “Deportistas de todas las edades y sus mascotas llegaron, desde las 06:00, para participar en la tercera edición de la prueba. 250 perros y 450 personas estuvieron en la línea de salida, a un lado del primer parqueadero, para calentar y estirar sus músculos” (Redacción Diario El Comercio, 2018).

Pet Friendly, es una idea que en Estados Unidos y Europa ya lleva varios años realizándose. En nuestro país es otra de las iniciativas con las que se quiere fomentar el cuidado de las mascotas. Juan Pablo Jervis, dueño del local cuenta que el fin es “abrir nuevos sitios de convivencia responsable entre las personas y los animales. Esto responde a la ola de tenencia responsable que se promociona en todo el mundo: parte de ser un dueño responsable implica enseñar a los perros a socializar” (Redacción Diario El Comercio, 2018).

Gran cantidad de personas están conscientes sobre esta ola de cambio que se está gestando en la mente y el imaginario de la sociedad. Los resultados de las encuestas realizadas, en la ciudad de Quito, para la realización del presente trabajo arrojó que: el 85,86% de personas sí adoptarían un perro, mientras que el 14,14% restante, dio una respuesta negativa. Esto significa que hay una gran acogida de adoptar una mascota en lugar de comprar una. Al ser cuestionados del por qué sí, respondieron que piensan que son seres vivos al igual que nosotros, además les estarían dando una segunda oportunidad de ser amados y tener una familia.

A pesar de los resultados positivos que arrojaron las encuestas en cuanto a temas de adopción, hay un problema que se está vislumbrando. Al preguntar si es que se tiene algún tipo de preferencia a la hora de adoptar una mascota, los encuestados resolvieron que: un 74,73% de personas aluden que adoptarían un cachorro, un 16,48% elegiría un perro joven, y tan solo un 8,79% de personas escogería un perro en edad adulta.

Si es que nos sentamos y nos cuestionamos sobre la marcada diferencia entre que existe entre la elección de caninos cachorros y adultos, se puede pensar en un problema

más profundo. Actualmente la sociedad se ha dejado marcar por un ritmo de consumismo, y por ende materialismo y utilitarismo de las cosas, es por eso que mientras se cumpla un estándar de ciertas características todo va estar bien; es decir que, muchas veces, mientras sean “jóvenes”, “bonitos” y/o “chiquitos” se los adoptará sin ningún problema. Pero, arriesgándonos a pensar un poco mal, podríamos plantearnos que estos pueden ser los mismos parámetros que se evalúan antes de abandonar a una mascota.

La Fundación Affinity menciona que “la proporción de perros de tamaño medio y grande que llegan a un refugio es superior a su presencia en la población general canina. En consecuencia, podría sugerirse que los perros de tamaño pequeño sufren menos pérdidas y abandonos que los de talla más grande” (Fundación Affinity, 2015).

Alcívar (2015) menciona que la crueldad hacia los animales es uno de los componentes de la tríada sicopática junto a la piromanía y a enuresis. Además, resalta “la importancia que se le debe dar a este tema, ya que no solo afecta directamente a los animales, es muy preocupante afecta a todos, ya que muchos estudios han determinado que existen vínculos entre el abuso a los animales y violencia contra las personas” (Alcívar, 2015, p. 4)

Resulta preocupante el solo ponernos a pensar que las acciones que las personas transmiten a los animales se puedan ver reflejadas con las personas. Según el diario El Telégrafo, Ecuador es el tercer país de América que más busca el término bestialismo en el buscador *Google Trends*, únicamente superado por Puerto Rico y Bolivia. Mientras que diario El Comercio, en una encuesta realizada en Quito, menciona que por cada 22 personas hay un perro abandonado.

Varios han sido los casos de maltrato animal entre los meses de agosto, septiembre, octubre de 2018, según lo han retratado los tres medios con mayor trascendencia en el país: El Comercio, El Telégrafo y El Universo.

Diario el Telégrafo, en una de sus noticias, relata el caso de los llamados “vendeperros” en un mercado de la ciudad de Quito. Estos grupos desarrollan una actividad que exponen a cachorros a altas temperaturas, que duerman en cartones, carros o mochilas. “Pegan sus orejas con 'brujita' (pegamento, ndlr) para que así estén paraditas y tenga apariencia de lobo. Otros, en cambio, los peinan muchas veces para que parezca French Poodle” (Redacción del Diario el Telégrafo, 2018)

Otros casos igual de impactantes son abarcados por los medios de comunicación. El mismo diario El Telégrafo, recuerda el caso de Brauny, una perrita que fue, presuntamente, lanzada desde la tribuna norte del estadio Capwell, en Guayaquil (Redacción del Diario el Telégrafo, 2018). Además, recalca que hay casos que no salen a la luz de “perritas que son rescatadas y llegan con su sistema reproductor destrozado a la clínica de la Fundación Protección Animal Ecuador (PAE)” (Redacción del Diario el Telégrafo, 2018).

En una nota de diario El Comercio, se menciona el caso de un perrito que fue abandonado, el 11 de septiembre, en un costal en el sector de la Recoleta, al sur de Quito (Redacción Diario El Comercio, 2018). En otra noticia cuenta el caso de Noa, una cachorra de la ciudad de Quito que fue atropellada y el conductor no se detuvo a ayudarla. Necesita una operación cuyo valor asciende a los \$400 y mediante el uso de redes sociales se busca reunir el dinero, a través de sus seguidores (Redacción Diario El Comercio, 2018).

6. Conclusión

Han sido varios los casos que hemos podido ver sobre el maltrato animal en nuestro país, y solo hemos llevado a cabo un análisis de medios de tres meses. Frente a todo lo expuesto, lo importante es quedarse con lo bueno, con las personas encuestadas que respondieron que sí adoptarían un perro, porque son iguales a nosotros y se merecen una segunda oportunidad para ser queridos. Esas personas que se preocupan por marcar un cambio en la sociedad y que como vimos anteriormente centran sus esfuerzos con ideas innovadoras como el “*Pet friendly*”, el “Reto animal 5k”, los emprendimientos y las fundaciones que hacen ferias y marchas en varias ciudades del Ecuador.

La economía colaborativa es el presente y el futuro del mundo en el que vivimos. Uno de los puntos más álgidos a los que ha llegado, hasta ahora, el desarrollo tecnológico, la sociedad de la ubicuidad y la tercera ola o tercera gran revolución.

Lo importante es ser consciente del uso que le estamos dando a la tecnología. Cuestionarnos si la tecnología está al servicio de las personas o nosotros nos estamos dejando consumir por ella.

La adopción animal es solo uno de los tantos temas que nos va a llevar a reconstruimos no solo como sociedad, sino también como personas. Quedan aún muchos problemas en la actualidad, debido a las crisis económicas, la mala gestión de los

gobiernos y la misma avaricia de la gente. Pero como vimos anteriormente, el trato que le damos a nuestras mascotas es el fiel reflejo de cómo nos comportamos con los demás.

La aplicación propuesta es solo un pequeño granito de arena, pero que representa el inicio de un cambio más grande y más profundo. Esto ligado al inmenso aporte que hoy por hoy nos regala la tecnología, esperando llegar a los lugares más recónditos del planeta; allá dónde se necesite ayuda y se puedan generar nuevos proyectos y aplicaciones cuyo fin sea la auto sustentabilidad, es decir que se logre conectar a alguien que necesite con alguien que tenga y quiera compartir.

7. Propuesta

7.1. Diseño de la aplicación

Uno de los objetivos que se planteó en un inicio fue el de hacer un diseño de una aplicación digital que conecte a usuarios que quieran adoptar o dar en adopción perros cuyo fin es el de ayudar a solucionar y concientizar sobre el problema de caninos abandonados en el Ecuador. La aplicación se llama *Puppies love* y cuenta con un diseño muy dinámico, tomando en cuenta la experiencia de usuario (UX).

Cabe resaltar que todas las imágenes que se van a presentar se podrán visualizar cada una de las opciones de la *app*, detallando cómo esta reacciona al presionar un botón o al introducir información no válida. Al momento de abrir, lo primero que va a salir es la del logo de la aplicación:

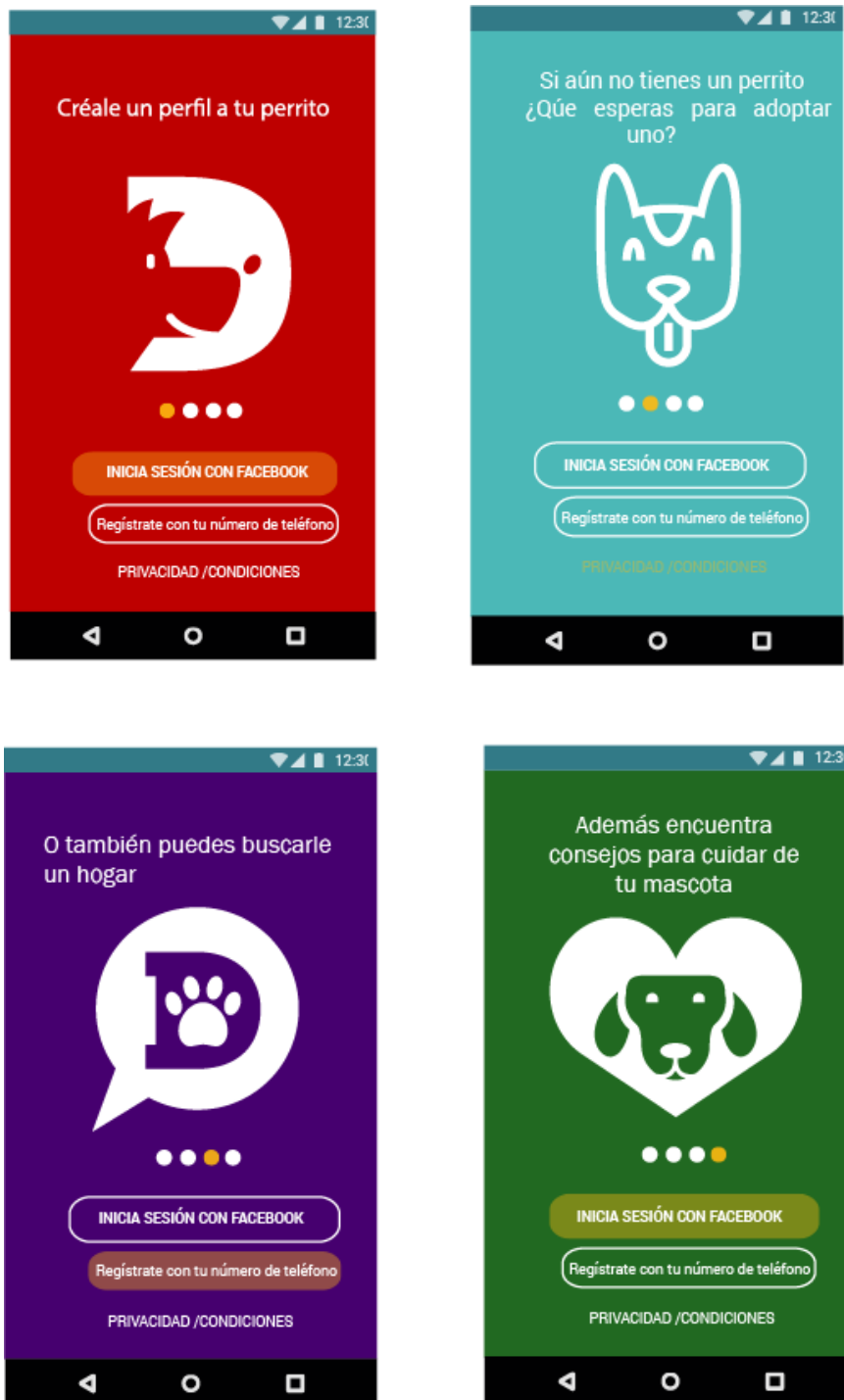
Gráfico 6. Pantalla inicial al abrir la aplicación



Fuente: Elaboración propia.

A continuación, aparecerán las siguientes opciones:

Gráfico 7. Pantallas descriptivas de los servicios que hay en la aplicación



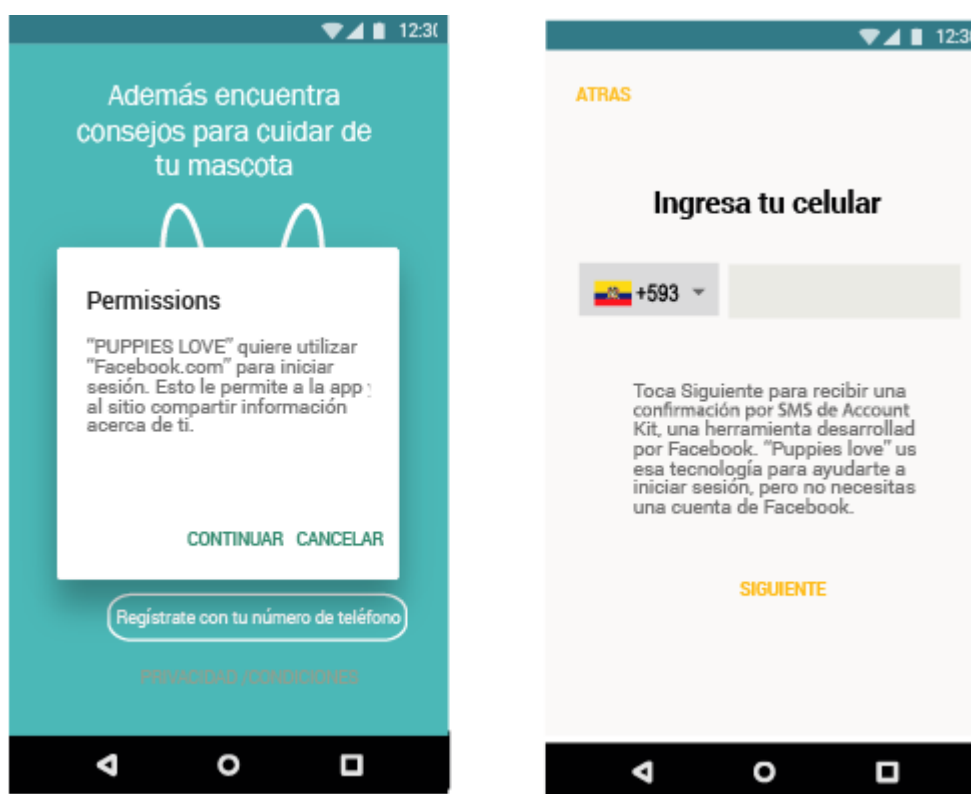
Fuente: Elaboración propia.

Al presionar uno de los botones se puede visualizar que cambia de color, tiñéndose de amarillo.

Además, cuenta con un menú de navegación lateral. Para cambiar de opción en opción únicamente hay que deslizar la pantalla hacia la derecha o izquierda.

Para acceder a la aplicación, *Puppies love* necesita que el usuario que desee usarla se conecte con Facebook o mediante el número de celular.

Gráfico 8. Ventanas de ingreso a la aplicación



Fuente: Elaboración propia.

A la izquierda la ventana de permiso para ingresar a la aplicación mediante *Facebook*. A la derecha la ventana para ingresar mediante el número de teléfono.

Si se elige la opción de Facebook, se abrirán las siguientes pantallas:

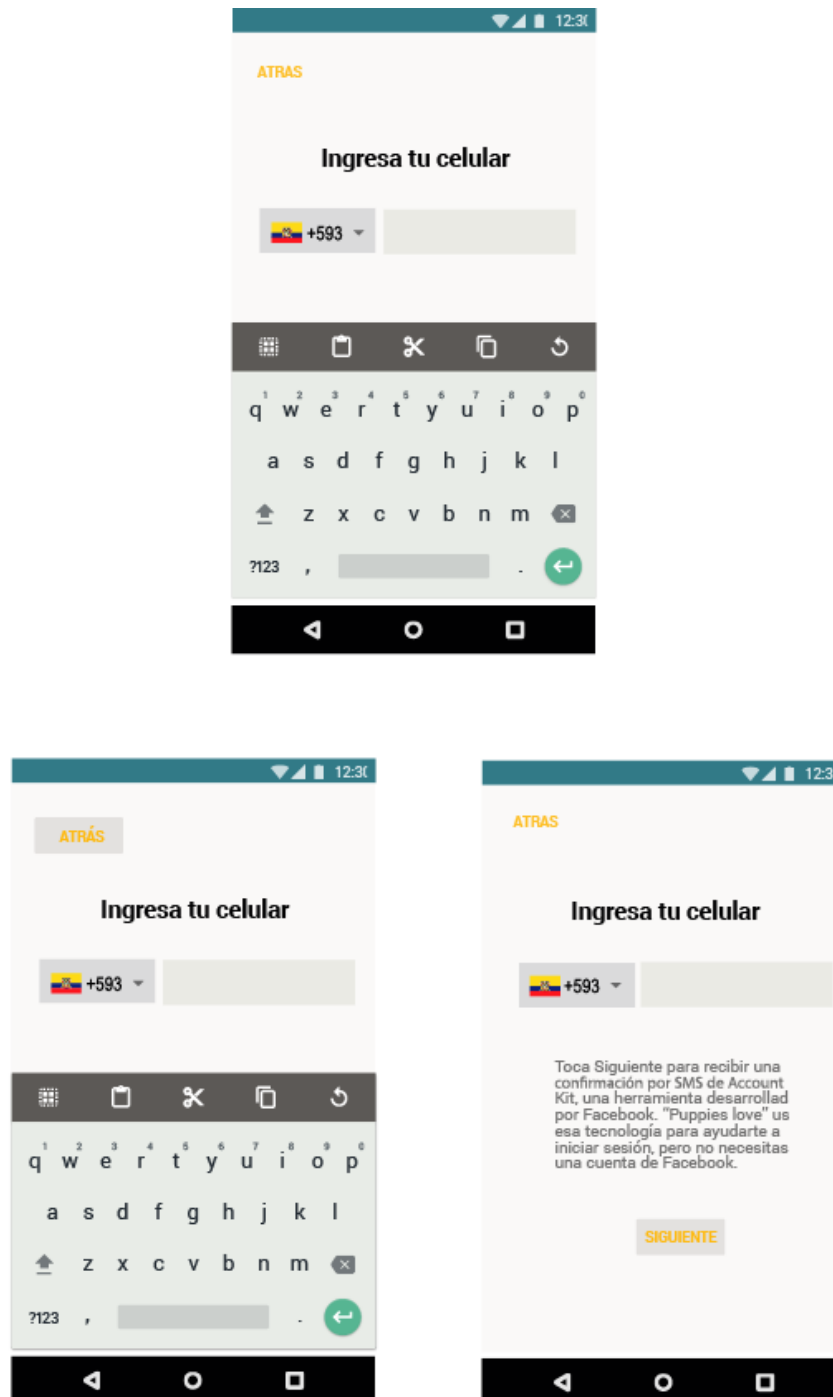
Gráfico 9. Ventanas de ingreso a la aplicación mediante *Facebook*.



Fuente: Elaboración propia.

Si elegimos la opción de entrar por el teléfono sucede lo siguiente:

Gráfico 10. Ventanas de ingreso a la aplicación mediante el número celular



Fuente: Elaboración propia.

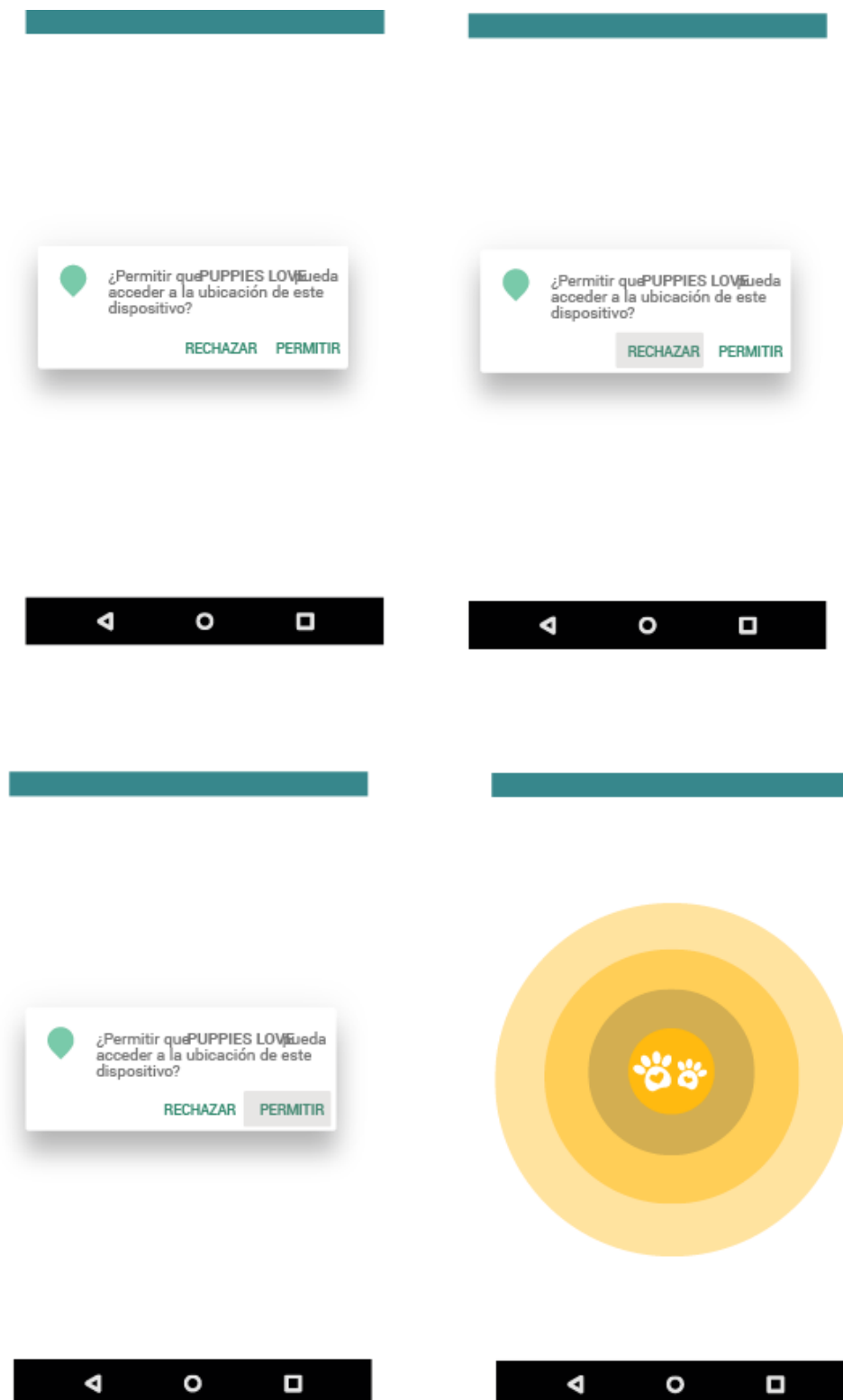
A continuación, *Puppies love* solicitará varios permisos al usuario.

Gráfico 11. Permiso para recibir notificaciones al móvil.



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 12. Permiso para acceder a la ubicación.

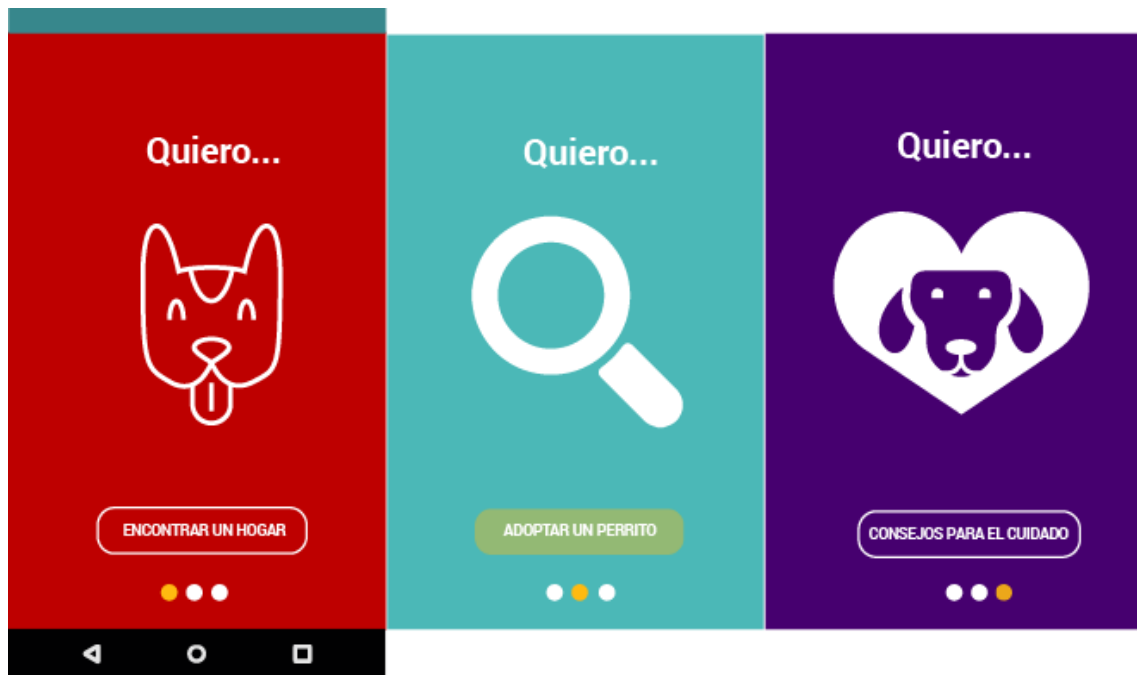


Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se despliegan las siguientes opciones:

Aquí igual que en las anteriores pantallas, se puede visualizar el momento en el que un botón es presionado, y el mismo botón en estado normal.

Gráfico 13. Acciones por realizar en la aplicación



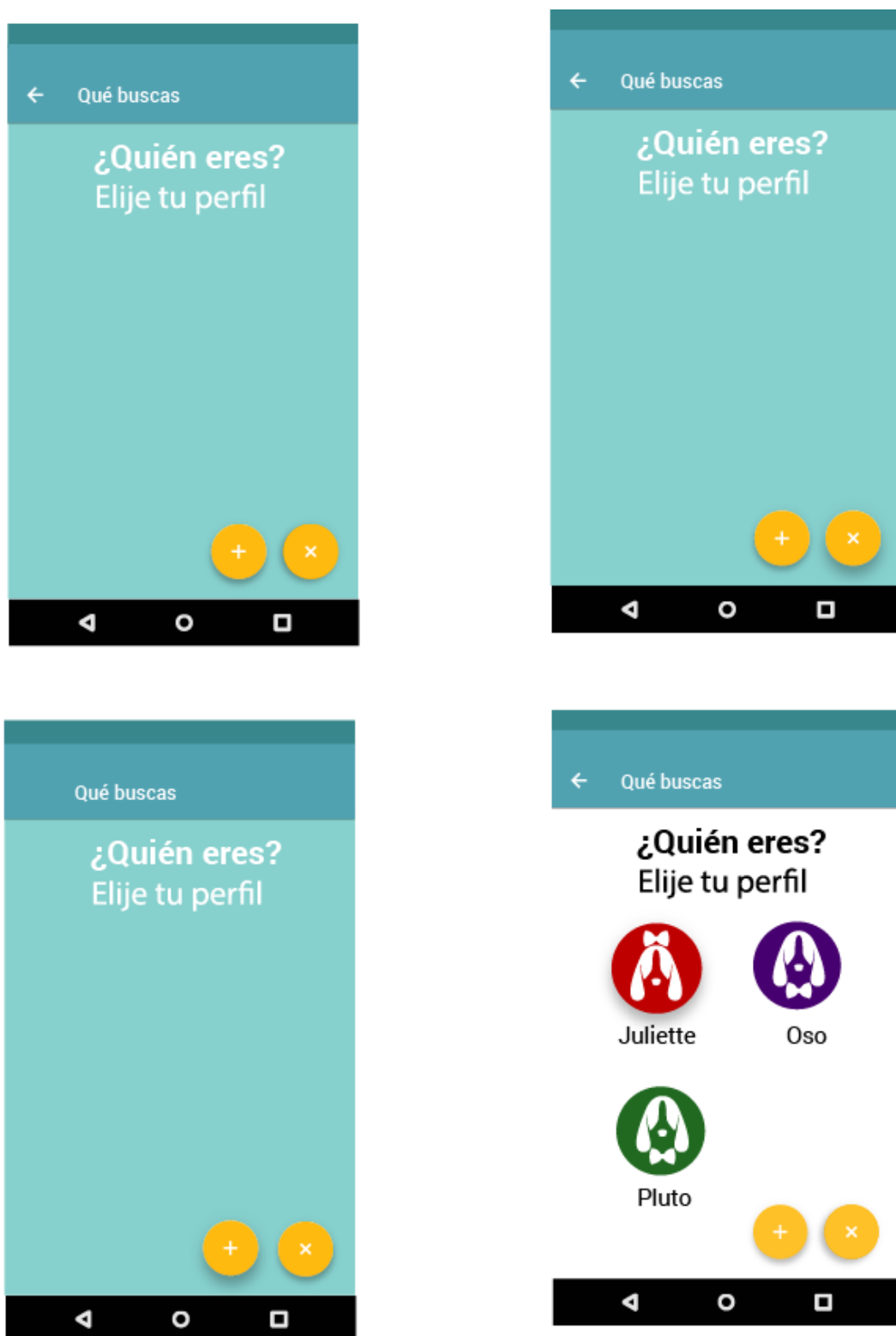
Fuente: Elaboración propia.

7.1.1. Quiero encontrar un hogar

Al elegir esta opción se podrá dar en adopción a los perritos. Ya sean rescatados en las calles por personas particulares o por fundaciones. Además, se podrá dar en adopción a los caninos recién nacidos que no puedan quedarse en sus hogares, por razones varias.

Las siguientes pantallas se despliegan al elegir esta primera opción:

Gráfico 14. Elige el perfil de tu perrito o créale uno.

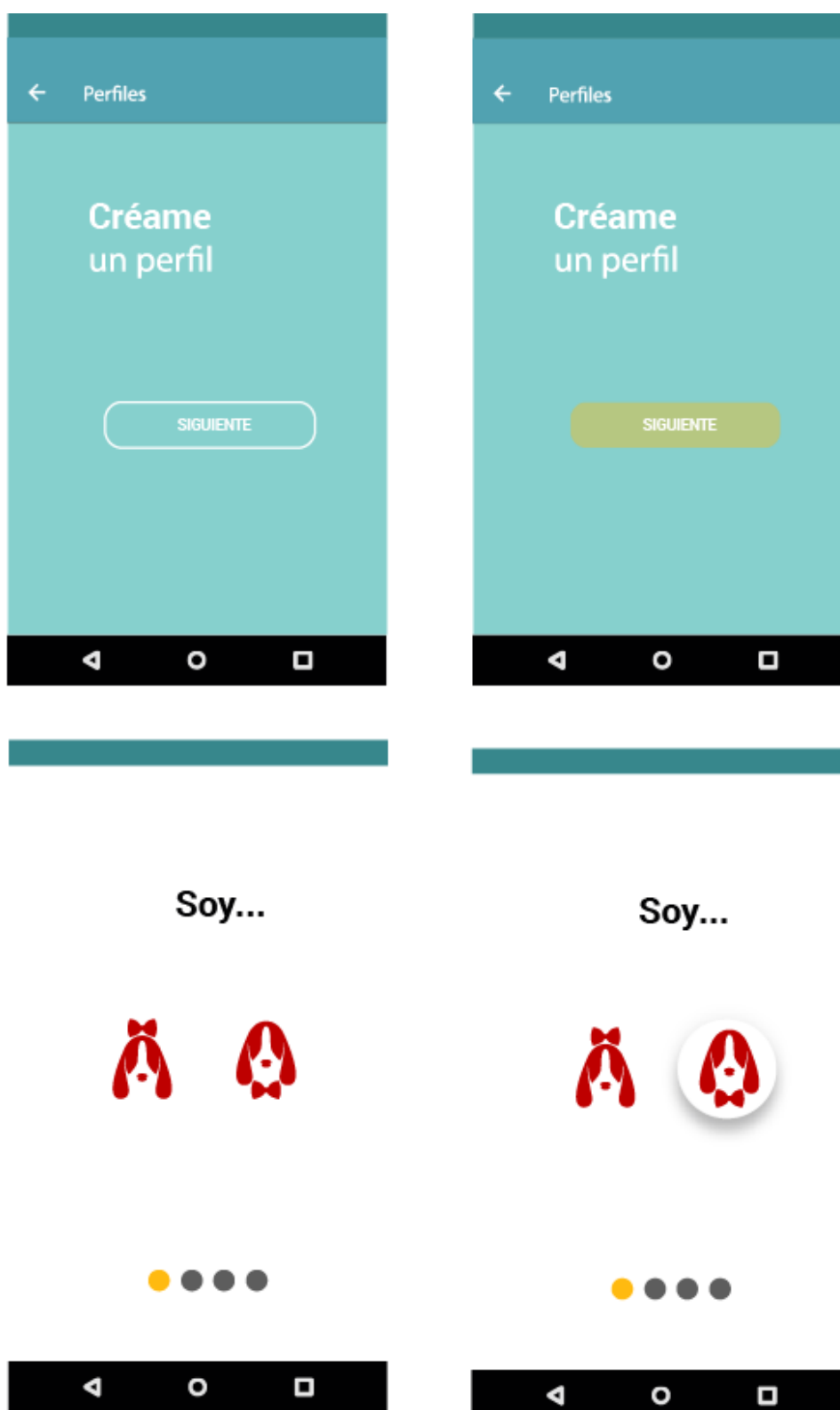


Fuente: Elaboración propia.

Dependiendo de si se elige el botón más (+), el botón eliminar (X), o algún perfil se sombrea levemente el color, entendiéndose que, al igual que en las demás imágenes, se ha elegido esa opción.

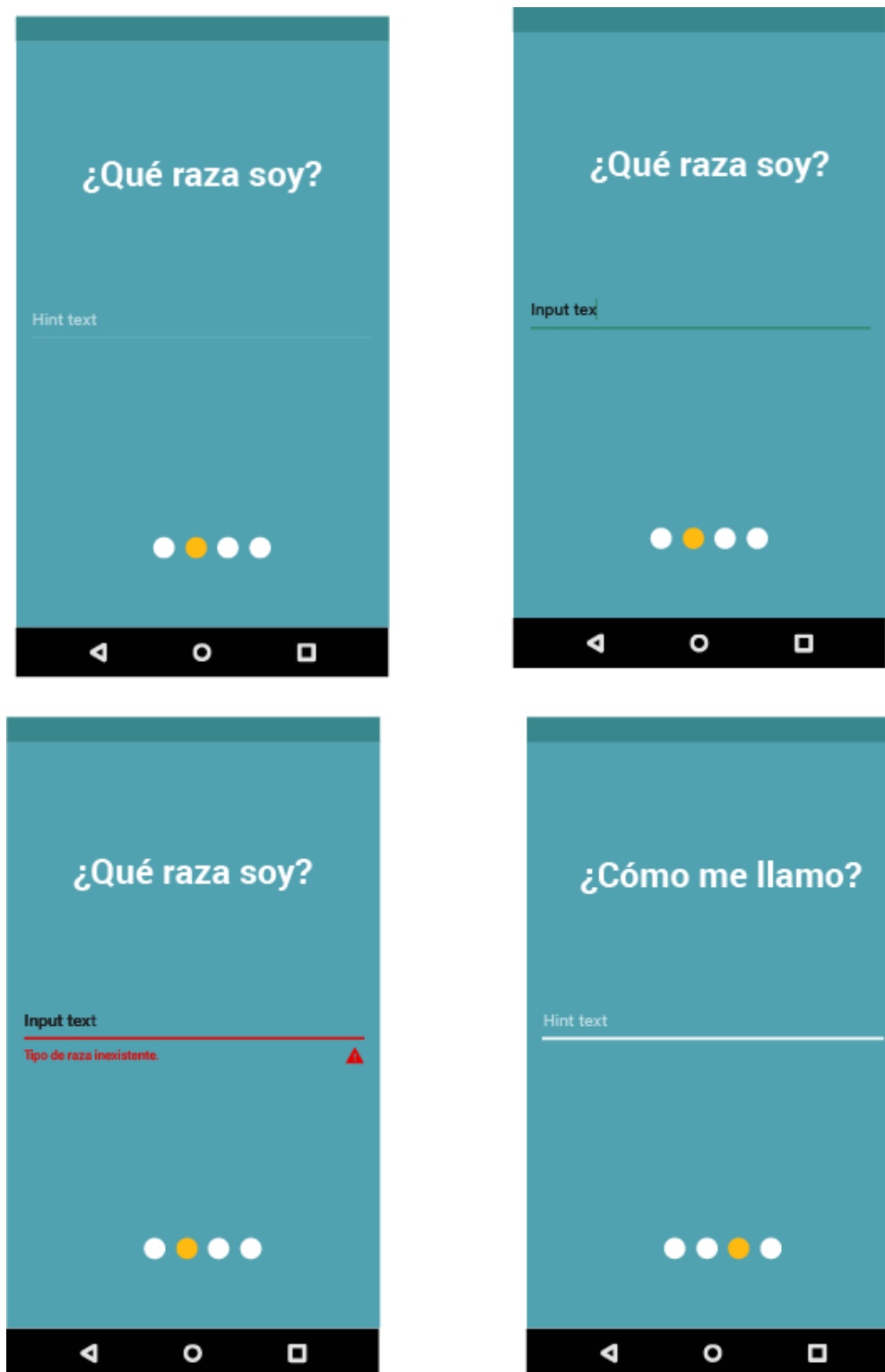
En la cuarta pantalla se puede ver cuando ya están creados los perfiles de los caninos. Si se quiere eliminar alguno, se arrastra el ícono del canino a la x, Si se quiere agregar otro se presiona el símbolo más (+).

Gráfico 15. Si aún no has creado el perfil de tu perrito, sigue los pasos.



Fuente: Elaboración propia.

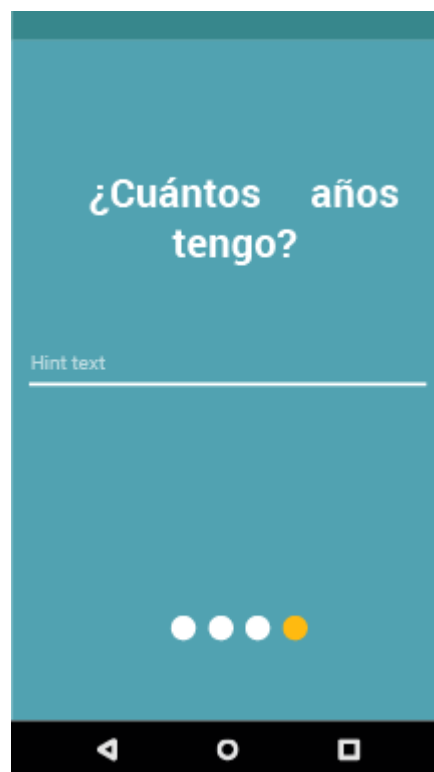
Gráfico 16. Llena las características de tu perrito.



Fuente: Elaboración propia.

En la anterior imagen, se puede ver cómo sería esta opción antes de meter el texto, una vez ya insertado o cuando ponemos un texto erróneo

Gráfico 17. ¿Cuántos años tiene tu canino?



¿Cuántos años tengo?

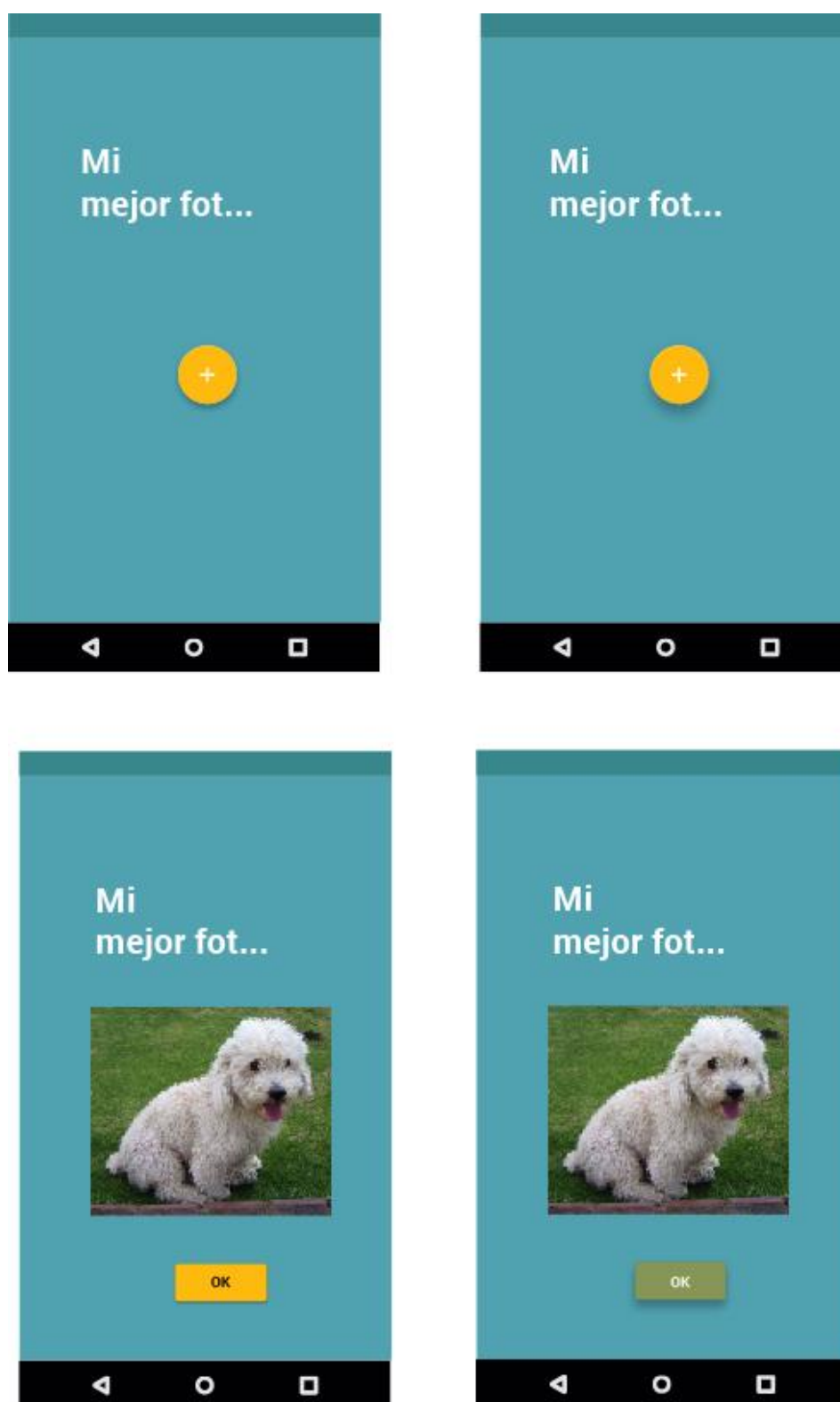
Hint text

Progress indicator: 4 dots, the 4th dot is yellow.

Android navigation bar at the bottom.

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 18. Sube la foto de tu mascota.

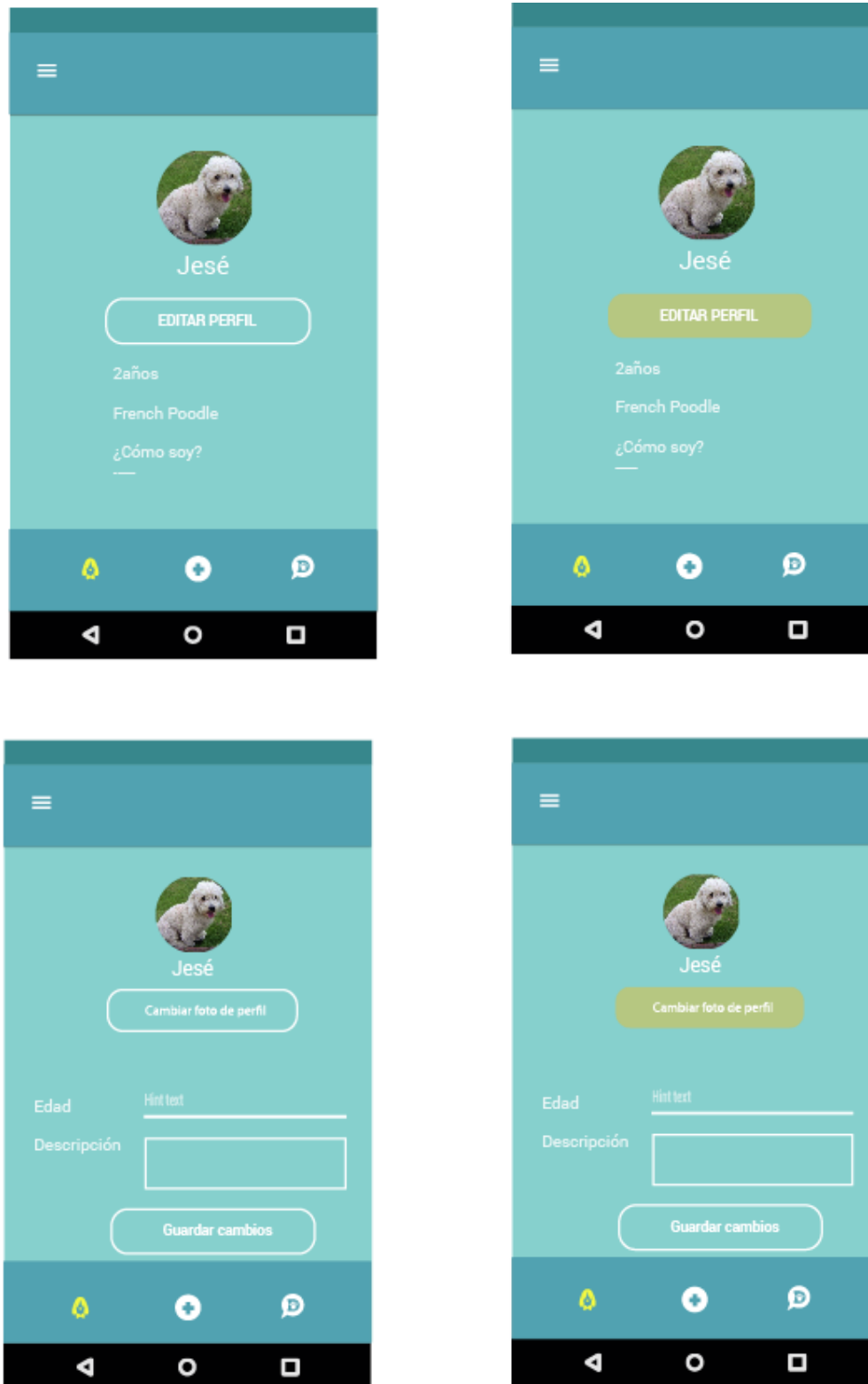


Fuente: Elaboración propia.

Listo perfil creado.

A continuación, se presentará el diseño de *interfaz* de la aplicación en su primera opción: Quiero encontrar un hogar.

Gráfico 19. Perfil editable de la mascota.

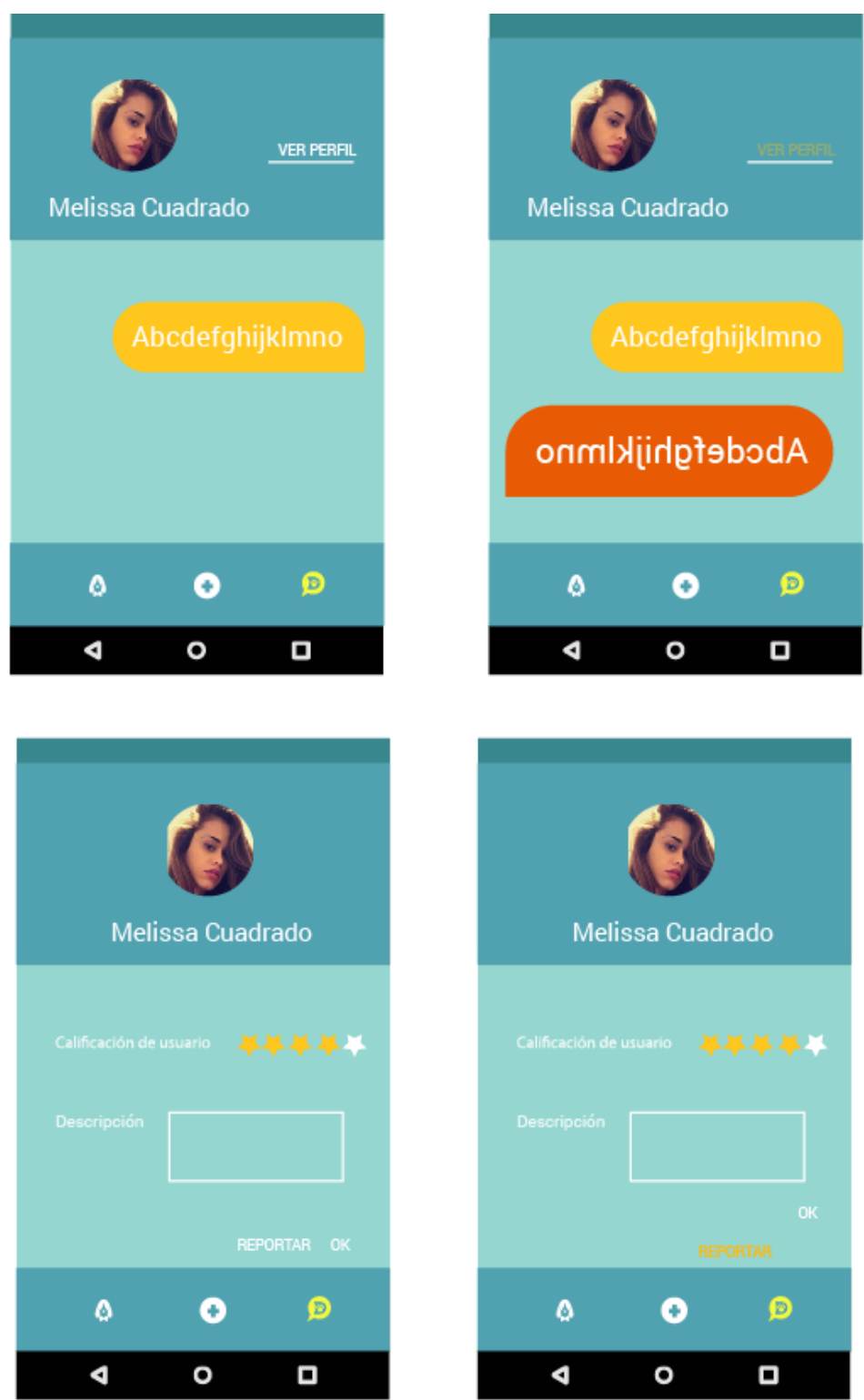


Fuente: Elaboración propia.

Aquí se puede editar la información de perfil y fotografía actual de nuestra mascota.

La segunda opción, el símbolo más (+) es para subir nuevas fotos de la mascota.

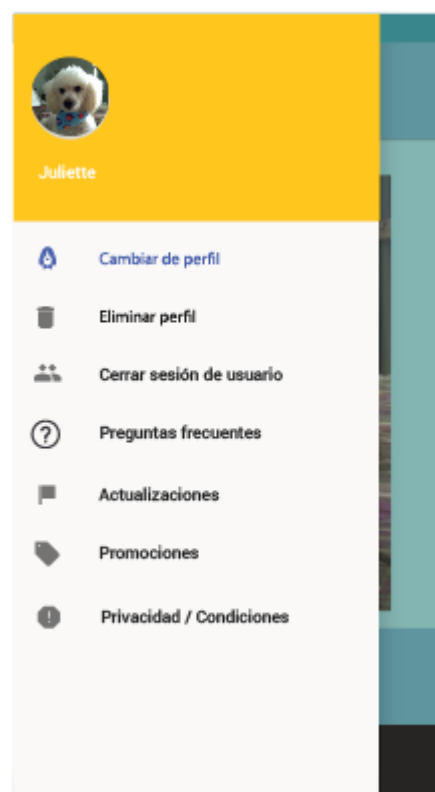
Gráfico 20. Tercera opción: contacto con la persona que quiera adoptar el perrito.



Fuente: Elaboración propia.

En la opción de mensaje, se puede contactar con las personas que estén interesadas en adoptar a la mascota. La persona que quiera adoptar la mascota tendrá una valoración sobre 5 estrellas y una pequeña descripción. Si es la primera vez que busca adoptar no existirá valoración alguna. Aun así, para proteger los intereses de la mascota, se tiene la información proporcionada al comienzo y complementaria (Perfil de Facebook, número de teléfono, nombre y apellido, fecha de nacimiento, dirección E-mail).

Gráfico 21. Menú de hamburguesa del perfil del perrito.



Fuente: Elaboración propia.

Si elegimos el menú de hamburguesa se desplegará este menú:

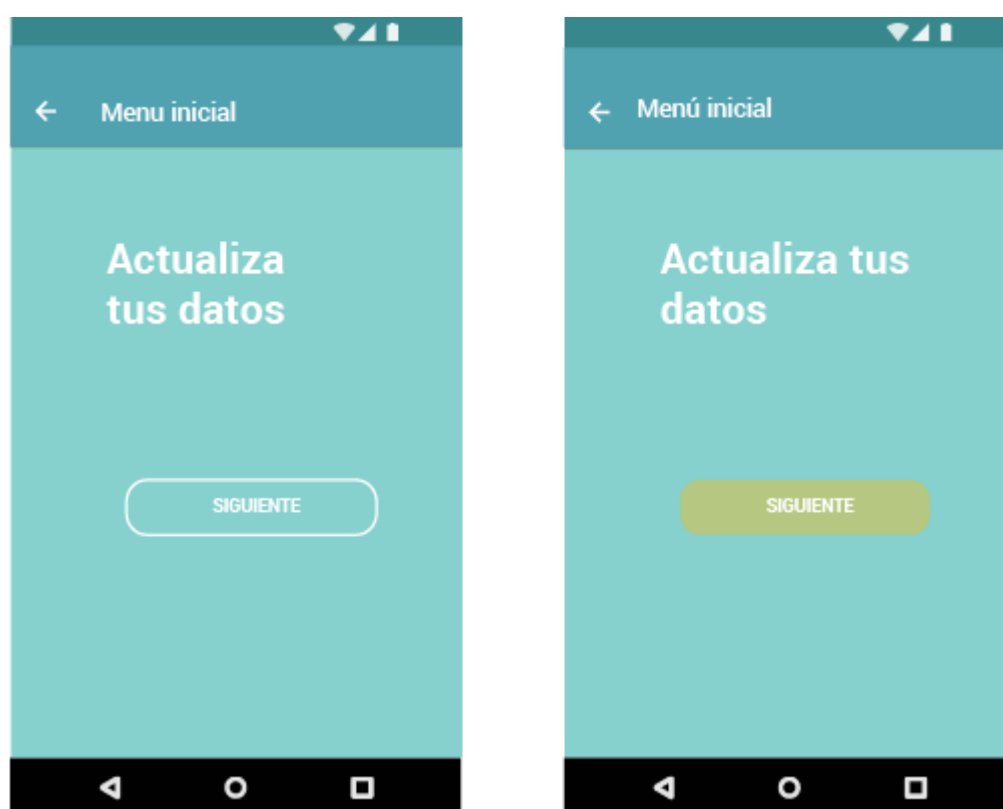
- Cambiar perfil es para cambiar el perfil del perrito que quiero dar en adopción.
- Al eliminar, se elimina ese perfil del canino.

- En cerrar sesión de usuario, encontramos la opción para cerrar sesión en la aplicación.
- En actualizaciones estarán las últimas novedades del sistema.
- En promociones se va a incluir publicidad sobre comida, ropa, veterinaria, etc.
- En privacidad y condiciones se podrán ver las políticas de la aplicación.

7.1.2. Quiero adoptar un perrito

Al elegir esta opción se buscarán perritos que quieran ser adoptados, para que tú los puedas adoptarlos.

Gráfico 22. Actualización de datos de la persona que quiere adoptar un perrito.



Fuente: Elaboración propia.

Inicialmente, se abrirá esta ventana para poder completar ciertos datos para preservar el cuidado de la mascota. Una vez que ya lo hayas hecho, no volverá a aparecer esta ventana.

Gráfico 23. Información de contacto.

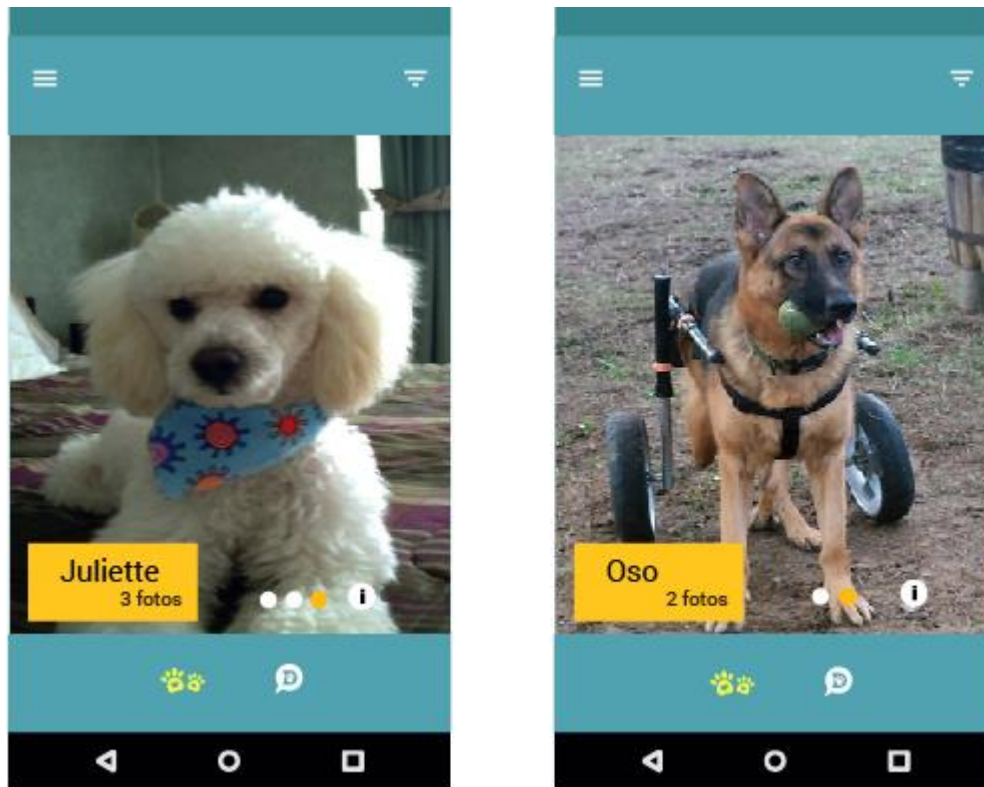
The image displays three screenshots of a mobile application interface for editing contact information. The interface is titled 'Menú inicial' at the top. The user's name is 'Melissa Cuadrado'. The form includes fields for 'Nombre', 'Apellidos', 'Fecha de nacimiento' (16 Feb 1996), 'Facebook' (https://www.facebook.com/melissa.cuadrado), and 'E-mail'. A 'Cambiar foto de perfil' button is located below the name. The 'Guardar cambios' button is highlighted in green in the bottom screenshot.

Field	Value
Nombre	
Apellidos	
Fecha de nacimiento	16 Feb 1996
Facebook	https://www.facebook.com/melissa.cuadrado
E-mail	

Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se mostrará el diseño del *interfaz*, de la aplicación, en su segunda opción: Quiero adoptar un perrito.

Gráfico 24. Opción para elegir el perrito que guste al usuario.



Fuente: Elaboración propia.

En el menú de la parte inferior la primera opción es para ir viendo los perritos que hay para adoptar.

Si desea escoger la mascota que salió en ese momento, desliza el dedo para arriba.

Si desea seguir viendo otros perritos, desliza el dedo para abajo.

Gráfico 25. Elección afirmativa.



Fuente: Elaboración propia.

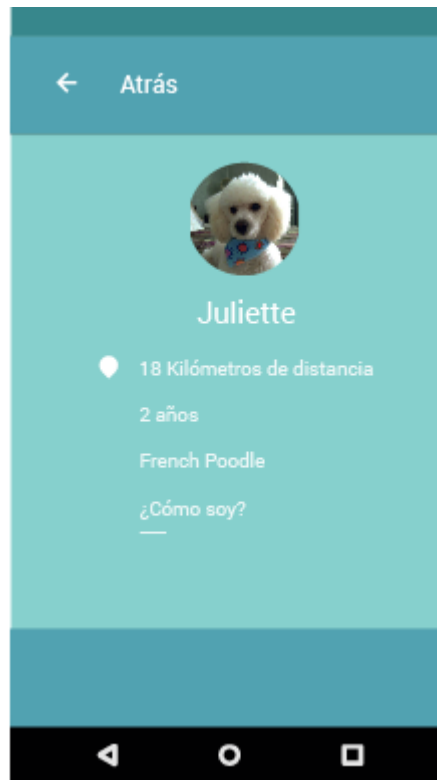
Gráfico 26. Elección negativa.



Fuente: Elaboración propia.

Si presionamos el botón (i) en la foto del perrito se abre una ventana con la información del cachorro.

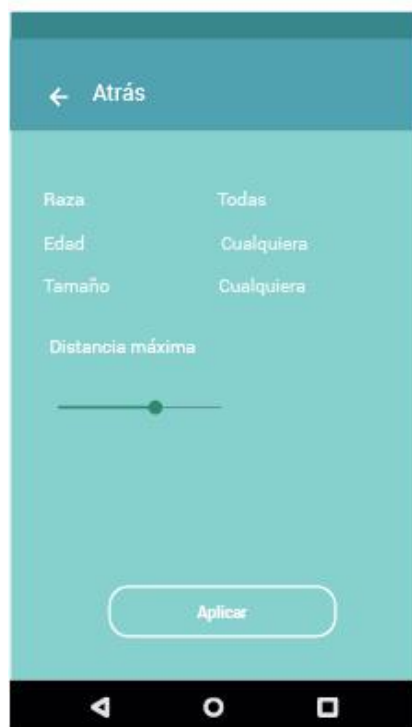
Gráfico 27. Información del perrito



Fuente: Elaboración propia.

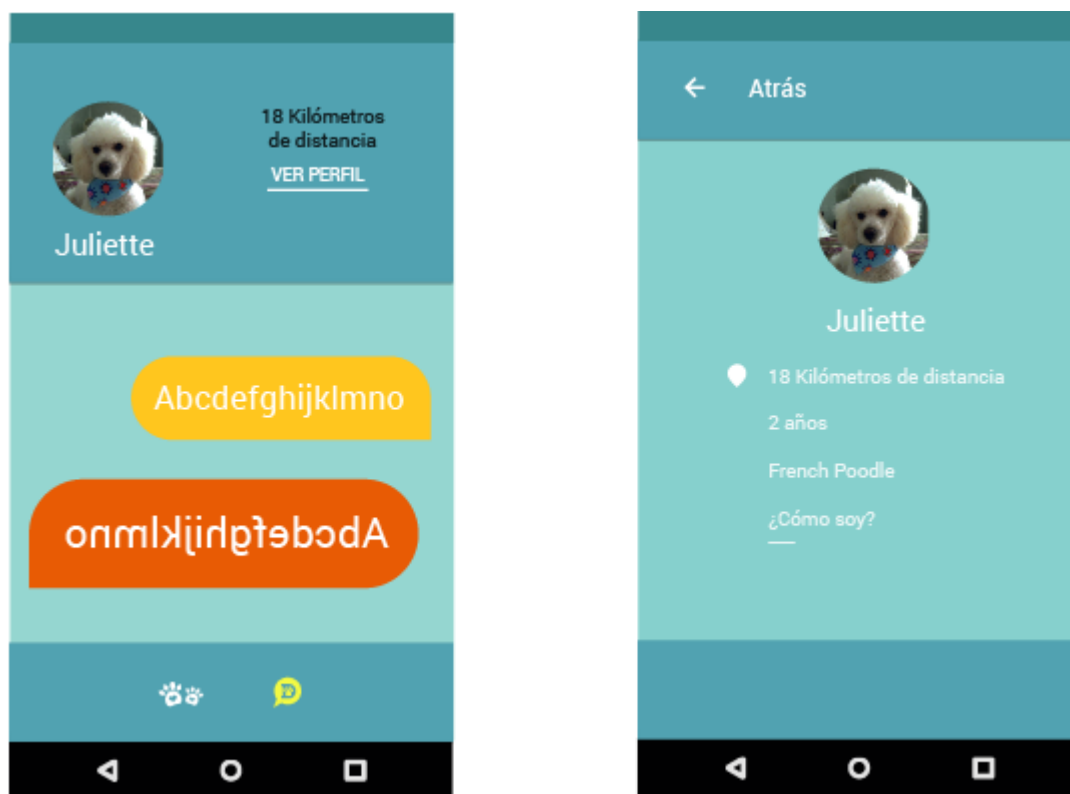
Para seleccionar información y características específicas del canino, se debe presionar el botón filtrar (como se muestra a continuación).

Gráfico 28. Filtrar las características a elegir del perrito.



Fuente: Elaboración propia.

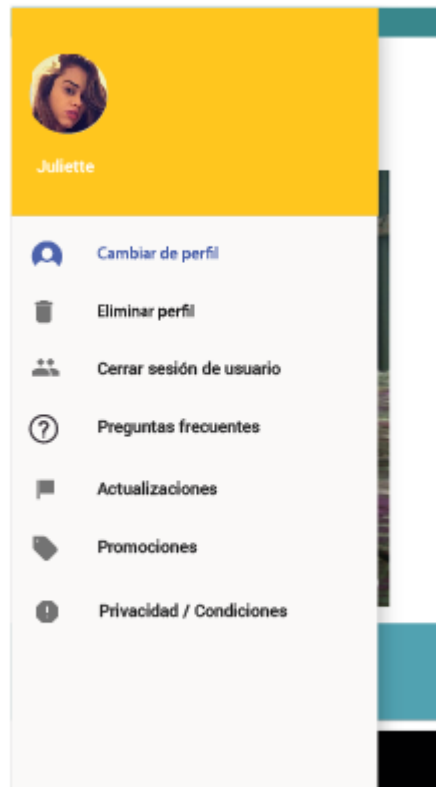
Gráfico 29. Segunda opción del menú inferior para contactar con los perritos seleccionados previamente.



Fuente: Elaboración propia.

Si se presiona el botón ver perfil, te lleva a la descripción del perrito.

Gráfico 30. Menú de hamburguesa del usuario.



Fuente: Elaboración propia.

Si elegimos el menú de hamburguesa, el cual se ubica al frente del filtrar, se desplegará este menú:

- Cambiar perfil es para cambiar el de la persona que quiere adoptar.
- Al eliminar, se elimina ese perfil de la persona.
- En cerrar sesión de usuario, encontramos la opción para cerrar sesión en la aplicación.
- En preguntas frecuentes, se mostrarán un listado de preguntas que se han ido construyendo en base a la retroalimentación de los usuarios.
- En actualizaciones estarán las últimas novedades del sistema.

- En promociones se va a incluir publicidad sobre comida, ropa, veterinaria, etc.
- En privacidad y condiciones se podrán ver las políticas de la aplicación.

7.1.3. Quiero consejos para cuidar mi perrito

Aquí se podrá encontrar *tips* para el cuidado de tu mascota.

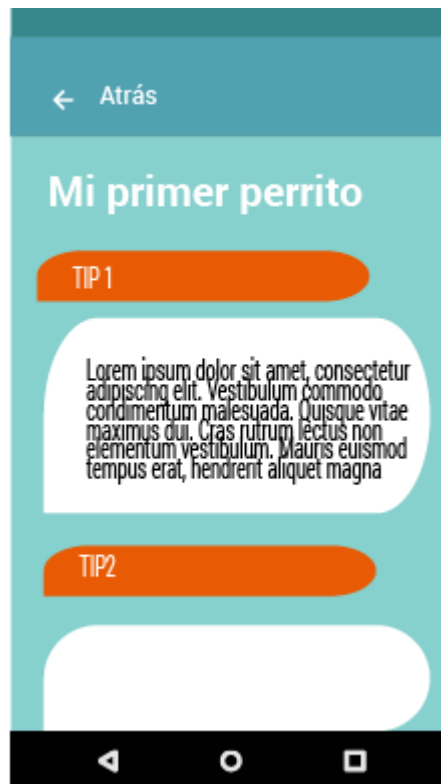
Gráfico 31 Interfaz de la tercera opción: Quiero consejos para cuidar mi perrito.



Fuente: Elaboración propia.

Al elegir una de las opciones se abrirá una pantalla con varios consejos para el cuidado de tu mascota.

Gráfico 32. Modelo en el que se van a presentar los diferentes *tips*.



Fuente: Elaboración propia.

7.2. Campaña de difusión

Se creará una página de aplicación en la plataforma *Facebook*, bajo el nombre “*Puppies love*”

7.2.1. Objetivo de campaña

El objetivo de campaña a elegir será la de buscar instalaciones de la aplicación.

7.2.2. Público objetivo

Ubicación, presupuesto y el calendario conjunto de anuncios.

- **Audiencia.-** Personas que sigan interactúen con páginas sobre cuidado animal, fundaciones como el PAE, PETA, Rescate animal, etc. Además de páginas que tengan como tema central, las mascotas, veterinarios, hoteles para animales, spas para animales. Personas que sigan a marcas de comida como Procan o Dog Chow, etc.

- **Locación.-** Ecuador.
- **Edad.-** Desde los 13 años hasta +65.
- **Género.-** Todos

7.2.3. Ubicaciones en dónde se publiquen nuestros anuncios

Se utilizará la ubicación automática de Facebook.

7.2.4. Dispositivos móviles y sistemas operativos específicos

Abierto para todos los sistemas operativos móviles.

7.2.5. Presupuesto y calendario

- Frecuencia.- Diaria
- Valor.- USD 20 diarios
- Calendario.- Se elegirá la opción: Ejecutar mi conjunto de anuncios a partir de hoy. A partir del día en que se realice el lanzamiento.

Bibliografía

- Alcívar, C. (2015). Adopción Animal. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*.
- Cátedra Fundación Affinity. (2015). *Abandono de animales de compañía en España 2014*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2018, de Cátedra Fundación Affinity: https://www.fundacion-affinity.org/sites/default/files/white-paper-estudio-fundacion-affinity-abandono-adopcion-2016-es.pdf?_ga=2.48208359.175230000.1531133600-266721550.1531133600
- Díaz, M., Marcuello, C., & Monreal, M. (2014). *Economía social y economía colaborativa: encaje y potencialidades*. España: Universidad de Zaragoza y Universidad de Valencia.
- Fornari, M. (29 de Mayo de 2014). *Repositorio Udesa*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2018, de Repositorio Udesa: <http://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/bitstream/10908/11742/1/%5BP%5D%5BW%5D%20T.L.%20Com.%20Fornari%2C%20Mar%C3%ADa%20Eugenia.pdf>
- García, D., & Narváez, I. (2016). *Economía colaborativa y financiación*. España: Diario la ley.
- McLuhan, M. (1969). *El medio es el mensaje*. Buenos Aires: Paidós.
- Nakamura, K. (2004). *Sociedad de la Ubicuidad*. Japón.
- Piscitelli, A. (2008). *Nativos Digitales*. Argentina: Santillana.
- Redacción del Diario el Telégrafo. (26 de Octubre de 2018). Maltrato animal en Ecuador.
- Redacción Diario El Comercio. (23 de Octubre de 2018). Reto animal 5k.
- Redacción Diario el Universo. (27 de Enero de 2017). Adopción de caninos.
- Revista CCCSS. (2017). Adopción animal, ser responsables con la vida y el entorno un impacto social en el Ecuador. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, 5.
- Revista CESCO de Derecho de Consumo. (2016). Agenda europea para la economía colaborativa. *Revista CESCO de Derecho de Consumo*, 6.

Revista Cesco de Derecho de Consumo. (2016). La web 2.0 como instrumento esencial en la economía colaborativa: auge de negocios de dudosa legalidad. *Revista Cesco de Derecho de Consumo*, 9.

Schwab, K. (2016). *La cuarta revolución industrial*. Barcelona: Penguin Random House Grupo Editorial, S. A.

Suárez, N. (2016). *Economía Colaborativa*. España: Universidad de Valladolid.

Toffler, A. (1985). *La tercera ola*. Plaza & Jané.