

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

Wiwa: Conectando a humanos y animales del Ecuador

Proyecto de Investigación

María Grazzia Pérez Arellano

Diseño Comunicacional

Trabajo de titulación presentado como requisito
para la obtención del título de
Licenciada en Diseño Comunicacional

Quito, 05 de mayo de 2017

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ
COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES
CONTEMPORÁNEAS

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

Wiwa: Conectando a humanos y animales del Ecuador

María Grazzia Pérez Arellano

Calificación:

Nombre del profesor, Título académico

Daniela Barra, M.A. en Diseño

Firma del profesor

Quito, 05 de mayo de 2017

DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma del estudiante: _____

Nombres y apellidos: María Grazzia Pérez Arellano

Código: 00116106

Cédula de Identidad: 172325233-2

Lugar y fecha: Quito, mayo de 2017

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a todas las personas que se dedican al rescate y bienestar animal, labor que es muy difícil de realizar sin importar el país, lengua o cultura. También, está dedicado a cada animal callejero que ha sufrido maltrato, abandono, y también a aquellos animales que viven en un hogar y forman parte de una familia.

Wiwa inició como proyecto inspirado en Chenzo, mi hijo gatuno, y Alice, mi hijo conejo. Ambos han sido un pilar fundamental para que este proyecto ayude a animales a tener la vida que merecen, lejos del maltrato y las calles.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi familia, por ser la base de mi formación como ser humano, por escucharme, aconsejarme y guiarme cuando todo parecía perdido.

Sobretudo agradezco a mi tutora, Daniela Barra, por darme el aliento y la guía necesaria para que este proyecto sea funcional y cumpla su objetivo.

RESUMEN

El rescate animal es una labor que demanda sacrificio, tiempo y recursos. En el Ecuador, esta labor se maneja por medio de canales masivos de comunicación como redes sociales. La comunicación entre fundaciones, y organizaciones y personas que se dedican al rescate y bienestar animal no es la más óptima; no solo porque se basan en el uso de redes sociales para dar respuesta a personas, si no porque a pesar de contar con números de teléfono o correos electrónicos, no se da una respuesta oportuna y rápida. El problema de no contar con un sitio único en el internet para poder publicar noticias sobre rescate y bienestar animal, genera que las redes sociales se sobre saturen de información que es muy probable que sea vista. Una solución a este problema es crear una red de comunicación entre fundaciones, organizaciones y personas que se dedican al rescate y bienestar animal, a través de la creación de la aplicación móvil, Wiwa, que les sirva como canal de comunicación exclusivo para tratar temas afines a su labor, así como ser una herramienta para conocer sobre leyes y noticias relacionadas con la tenencia responsable de animales en el Ecuador.

Palabras clave: rescate animal, animales abandonados, comunicación, app móvil, aplicación móvil.

ABSTRACT

Animal rescue is a labor that demands sacrifice, time and resources. In Ecuador, this work is managed through mass communication channels such as social media. Communication between foundations, organizations and individuals dedicated to animal rescue and welfare is not the most optimal; not only because they rely on the use of social media to respond to people, but also because despite having phone numbers or emails, there is no quick and timely response. There is currently no dedicated website to publish information about animal rescue and welfare, and social networking platforms are constantly overloaded with media, which makes the information about animal rescue less likely to be seen. One solution to this problem is to create a network of communication between foundations, organizations and individuals dedicated to the rescue and welfare of animals. This will be done through the creation of the mobile application, Wiwa, to serve as an exclusive communication channel to address related work issues, and to act as a tool that provides information regarding the news and policies related to the responsible possession of animals in Ecuador.

Keywords: animal rescue, abandoned animals, communication, mobile app

TABLA DE CONTENIDO

Introducción.....	10
Problemática	11
Pregunta de investigación.....	11
Objetivos.....	12
General.....	12
Específico.....	12
Metodología.....	12
Cuantitativa.....	12
Cualitativa.....	13
Antecedentes.....	15
Marco teórico.....	18
Proceso de diseño	21
Estética.....	21
Inspiración.....	21
Creación de marca.....	22
Nombre.....	22
Isologotipo.....	22
Tipografía.....	23
Cromática	24
Usos correctos	25
Usos incorrectos	26
Funcionalidad.....	26
Usuarios	27
Pruebas de usuario	28
Especificaciones de la aplicación	39
Árbol de navegación	39
Wireframes.....	41
Sistema de comunicación	43
Conclusiones.....	45
Referencias bibliográficas	46

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura #1. Isologotipo.....	23
Figura #2. Tipografías	23
Figura #3. Cromática inicial	24
Figura #4. Cromática final.....	25
Figura #5. Usos correctos	25
Figura #6. Usos incorrectos	26
Figura #7. Experiencia app de organizaciones	32
Figura #8. Contenido app de organizaciones.....	32
Figura #9. Propósito app de organizaciones	33
Figura #10. Navegación app de organizaciones	33
Figura #11. Legibilidad de textos app de organizaciones	33
Figura #12. Cromática app de organizaciones.....	34
Figura #13. Utilización app de organizaciones	34
Figura #14. Recomendación app de organizaciones	34
Figura #15. Experiencia app de individuos	36
Figura #16. Contenido app de individuos.....	36
Figura #17. Propósito app de individuos	36
Figura #18. Navegación app de individuos	37
Figura #19. Legibilidad de textos app de individuos.....	37
Figura #20. Cromática app de individuos.....	37
Figura #21. Utilización app de individuos.....	38
Figura #22. Recomendación app de individuos.....	38
Figura #23. Árbol de navegación	40
Figura #24. Wireframes.....	41

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo pretende dar una solución, por medio del diseño, al problema de comunicación y el manejo de información de fundaciones, organizaciones y agrupaciones que se dedican al rescate animal.

Actualmente, vivimos en una era donde la información está al alcance de todos. Cada día se crean redes sociales para compartir contenido de interés entre un grupo de usuarios. El problema de eso, es la sobresaturación de información que se recibe por diferentes canales de información. Al momento de querer algún tipo de contenido en específico, la variedad de publicaciones distrae y cansa a las personas, haciendo que se olviden o que ya no quieran buscar lo que necesitaban.

Otra complicación que surge a partir de la inmensa cantidad de canales de comunicación que existe, es que hay muchas formas de comunicarse entre usuarios. Las organizaciones de rescate y bienestar animal que tienen cuentas en redes sociales, como Facebook, responden las inquietudes de los usuarios por ese medio, pero aparte también tienen, algunos, números de teléfono y direcciones de correo electrónicos para contactarse con otros usuarios. Muchas veces la cantidad de mensajes es tan grande, que no siempre se responden las inquietudes, y como se valen de diferentes medios de comunicación, muchos mensajes no son vistos o no se responden por la falta de organización al momento de responderlos.

Es por esto que se propone la utilización de Wiwa, una aplicación diseñada para dispositivos móviles que se encarga de almacenar la información sobre rescates y bienestar

animal, y también mejora la comunicación interna entre organizaciones y personas que se dedican a dicha labor. Se pensó en crear este canal, ya que es evidente la ineficacia de tener varias redes sociales y páginas web con publicaciones sobre adopciones o afines, que no logran el objetivo de llegar a las personas y conseguir que animales sean rescatados o simplemente que se responda un mensaje dirigido a una organización.

Para lograr que Wiwa cumpla su objetivo de ser una herramienta útil, se realizaron varias entrevistas, encuestas y pruebas a futuros usuarios.

DESARROLLO

1. Problemática

Si bien es cierto que actualmente existe un sin número de organizaciones sin fines de lucro que se dedican al rescate animal, es normal que recurran a redes sociales como Facebook o Twitter para publicar casos de adopción, promoción de eventos, noticias, e incluso son un medio de comunicación entre fundaciones y personas que requieren ayuda en uno de estos temas. Esto provoca que la comunicación entre organizaciones y personas no sea la más óptima, aparte que la información publicada en redes sociales no tiene el alcance deseado por la cantidad de noticias y publicaciones de diferentes páginas de interés de los usuarios.

2. Pregunta de investigación

¿Cómo se puede lograr una comunicación oportuna y rápida entre agrupaciones, fundaciones, organizaciones y personas que se dedican al rescate y bienestar animal?

3. Objetivos

1) General

Mejorar la comunicación entre fundaciones, organizaciones y personas que se dedican al rescate y bienestar animal.

2) Específicos

a) Diseñar una red de comunicación por medio de una aplicación móvil que permita una respuesta rápida entre organizaciones y personas ajenas que desean comunicarse con alguna fundación u organización.

b) Ayudar a los usuarios a tener toda la información relacionada a rescate y bienestar animal dentro de una misma plataforma.

4. Metodología

a) Cuantitativa.

La metodología utilizada fue la encuesta. Para esto, se realizó una encuesta en línea por medio de la aplicación Survey Monkey. Se la envió a futuros usuarios por medio de Facebook y Whatsapp, con la finalidad de que sea más personal.

Muchos de los albergues y fundaciones que tienen una cuenta en Facebook comparten publicaciones sobre rescate y bienestar animal de otras páginas y usuarios. El compartir publicaciones de animales en redes sociales aumenta la probabilidad de: que los dueños encuentren a su mascota extraviada, de que algún animal sea rescatado o adoptado, o de que alguna campaña o evento sea visto por muchas personas, siempre y cuando la publicación sea compartida por diferentes personas.

En una encuesta que realicé a 40 personas, les pregunté cuál era el medio en el que leían casos de adopción o animales extraviados, el 45% de los encuestados eligió a

Facebook como el medio más usual para encontrar noticias sobre estos casos. Luego se les preguntó si luego de ver la noticia la compartían con sus contactos, lo cual resultó en que el 52% de los encuestados si reenvía a sus contactos la información recibida. Finalmente se les preguntó cómo calificarían el uso de las redes sociales como medio de compartir información relacionada con rescate animal, el 47% respondió como “bueno”, el 25% respondió con “excelente” y un respondió 27% “regular”.

En conclusión, Facebook es un medio de difusión de publicaciones sobre animales que más acogida tiene entre los usuarios, de los cuales la mitad de ellos comparte la información para que tenga más alcance. Sin embargo, es notable que no se considera al uso de redes sociales como el más eficiente para compartir y difundir información sobre rescate y bienestar animal.

b) Cualitativa.

Para entender el problema de comunicación de persona a organización, traté de comunicarme con 20 organizaciones de diferentes partes del país enviándoles un mensaje por interno en Facebook, ya que es una de las redes sociales más utilizadas, en un período de dos días, con el fin de averiguar un promedio de tiempo de respuesta, y la eficiencia de contactarme por este medio. En el mensaje solicitaba ayuda con el presente trabajo de titulación, por lo que pedía que me brinden un poco de su tiempo para realizar una entrevista personal con los encargados de la organización.

De las 20 agrupaciones contactadas, sólo 6 respondieron mi mensaje, dentro de las 48 horas que di para este experimento, las cuales fueron: ARCA, Humanimal, Acción Animal Ecuador, Observatorio Nacional Respeto a la Fauna Urbana, Fundación Camino a Casa y Runa. Lo que supone que el nivel de respuesta es del 25% dentro de la comunicación persona-organización. Las otras organizaciones tardaron hasta 3 meses en responder el

mensaje. Las organizaciones que respondieron mi solicitud para que me ayudaran con el proyecto, respondieron varias preguntas que envié vía Facebook, ya que no tenían tiempo de una entrevista personal, o se encontraban en otra ciudad.

Otro ejercicio cualitativo fue ayudar a encontrarle casa a un cachorro de mi barrio utilizando únicamente Facebook como medio de divulgación de información. Creé el post y lo publiqué en mi muro, al cabo de 1 semana solo 2 personas compartieron la publicación. Entonces decidí empezar a publicar en las páginas de fundaciones para ver si se compartían más rápido. El resultado fue que en páginas como PAE, Urbanimal y Patitas Callejeras, que son de las más grandes del país, la publicación se compartió varias veces, y más rápido a diferencia de otras páginas, pero no hubo interesados, por lo que el cachorro fue adoptado por un vecino de mi barrio.

En conclusión, si bien las redes sociales demuestran ser un buen medio de divulgación de información de organizaciones de rescate animal para publicar sobre adopciones, hogares temporales, ayuda con donaciones y animales extraviados, hay que tomar en cuenta que valerse únicamente de este medio supone que todas las personas que siguen a la página deberían ver la información que se publica diariamente por una organización en específico, pero las redes sociales no se utilizan únicamente por estas organizaciones, si no que comparten espacio en la sección de noticias de una persona con numerosas publicaciones de amigos, páginas y publicidad, por lo que no se garantiza que todas las publicaciones sean vistas, a no ser que la persona entre a la página de dicha organización.

5. Antecedentes

Dentro de la vida diaria de un ecuatoriano, el encontrarse con un animal callejero o abandonado es algo muy normal. No todos los animales nacieron en las calles, sino que la mayoría fue víctima del maltrato o del abandono de sus antiguos dueños. El abandono aparte de ser un problema para el animal, se vuelve un problema para la ciudadanía en general, ya que los animales callejeros son portadores de enfermedades que pueden ser perjudiciales para humanos y otros animales; sus desechos biológicos contaminan el ambiente y pueden causar heridas a humanos y otros animales.

Una investigación realizada en la ciudad de La Habana, Cuba, a perros 461 callejeros arrojó datos que alrededor del 15% de los animales utilizados en la investigación estuvieron infectados con diferentes gusanos intestinales, los cuales pueden afectar al ser humano tales como la toxocariasis humana (Hernández, Núñez, & Pelayo, 2007). Los cadáveres de animales callejeros también resultan un problema, ya que según el veterinario Jaime Viteri: “al estar un cuerpo inerte a la intemperie, se esparcen en el aire bacterias, situación que puede llegar a producir incluso enfermedades intestinales” (Perros muertos complican la salud, 2009).

Los desechos de los animales representan un problema para los ciudadanos. Se estima que un perro adulto produce 340 g/día de heces (Salamanca, Polo, & Vargas, 2011), esto con un estimado de 150 000 de perros callejeros en la ciudad de Quito, resultaría en 51 toneladas de heces al día (Cadena, 2013). La agresión por parte de animales callejeros hacia animales domésticos se genera cuando se presentan disputas territoriales, en estos casos los humanos también pueden resultar agredidos.

En vista del problema que resulta para la ciudadanía ecuatoriana la presencia de animales callejeros, se aprobó en el 2009 el Reglamento de Tenencia y Manejo Responsable de Perros, el cual contiene 32 artículos para el bienestar animal, así como sanciones y multas correspondientes. El artículo 6 de dicho reglamento, el literal b anuncia que está prohibido “Abandonar o mantener los perros en lugares que se encuentren en estado de aislamiento” (Reglamento de Tenencia y Manejo Responsable de Perros, 2009). Dicho esto, el abandono animal es prohibido por la ley, pero a pesar de ser una contravención, muchas personas lo siguen haciendo por diferentes motivos. Entre las principales causas de abandono animal se encuentran: falta de tiempo para atender al animal, tamaño del animal resulta un inconveniente para los dueños, ya no hay espacio en la casa, problemas económicos, alergias, mudanzas a otras ciudades, sus ruidos molestan a vecinos, destrozan los inmuebles de las casas, agresión contra otras mascotas o contra humanos (Causas de abandono de los animales de compañía, 2015).

Adicionalmente, el Municipio de la ciudad de Quito puso en vigencia la Ordenanza Municipal 048 de la Tenencia, Protección y Control de la Fauna Urbana en el Distrito Metropolitano de Quito el pasado 15 de abril del 2011. Esta ordenanza se crea con el objetivo de “[...] regular la fauna urbana en el Distrito Metropolitano de Quito, con el fin de compatibilizar este derecho con la salud pública, el equilibrio de los ecosistemas urbanos, la higiene y la seguridad de las personas y bienes” (Ordenanza Municipal N°48). Esta iniciativa fomenta a la ciudadanía a denunciar los casos de maltrato y abandono animal, lo cual resultó en 135 casos atendidos por el Centro de Operaciones de Emergencia desde el 2015 hasta febrero del 2016 (Pacheco, 139 perros han sido rescatados por malos tratos en Quito desde el 2015, 2016).

La labor de rescate animal es diaria, no solo para fundaciones, sino también para entidades públicas. Según datos del mes de diciembre del año 2015, fueron cerca de 80 denuncias diarias de abandono animal, y el número aproximado de animales atropellados que recogía la Empresa Metropolitana de Aseo de Quito (EMASEO) diariamente fue alrededor de 15 (Ochoa, 2015). En el caso del presente año, en las redes sociales, únicamente en la página de Facebook manejada por la Alcaldía de Quito llamada “Urbanimal”, en la semana del 28 de febrero al 4 de marzo del 2016 se publicaron 70 casos de adopción y animales extraviados. Si esta relación de 70 animales semanales se mantiene, la página Urbanimal publicaría 840 casos al año solo en la ciudad de Quito.

Ante la necesidad de una ley que proteja a todos los animales que esté vinculado con el bienestar de los seres humanos, el miércoles 15 de marzo de 2015 ante la Asamblea Nacional se realizó la primera sesión de audiencias sobre el proyecto de Ley Orgánica de Bienestar Animal, LOBA, ley que se presentó inicialmente en octubre del 2014 (¡El primer aullido de LOBA!). Actualmente, esta ley es parte del Código Orgánico del Ambiente (COA) y consta de 14 artículos relacionados con el bienestar animal (Pacheco, La normativa para regular el bienestar animal será incluida en el Código Orgánico del Ambiente, 2015). Como parte de la iniciativa de LOBA fue crear convenios con diferentes organizaciones, fundaciones, colectivos agrupaciones o personas que se dedican al rescate animal, los miembros actuales son 28.

Entonces, los esfuerzos para empezar a marcar la diferencia en temas de bienestar y rescate animal han dado frutos en la ley, pero ¿cómo se puede mejorar la comunicación entre organizaciones de rescate animal? Para dar solución a un problema de comunicación, es necesario empezar entendiendo como funcionan las redes de comunicación y como las personas lo utilizan.

6. Marco Teórico

Se sabe que el ser humano ha ido modificando la manera en la que se ha comunicado durante los años, todo con el fin de expresarse y relacionarse con los demás. Por años, muchos pensadores y científicos han elaborado teorías sobre la comunicación humana: cómo funciona, cómo está compuesta, características y medios. En 1967, Paul Watzlawick, Janet Helmick y Don D. Jackson introdujeron un libro llamado: “Teoría de la Comunicación Humana: Interacciones, patologías y paradojas” que trata sobre las comunicación humana, y habla sobre elementos e interacciones dentro de la misma.

Los autores entonces reconocen que el estudio de la comunicación debe dividirse en la parte sintáctica, semántica y pragmática. La sintáctica se refiere a cómo se transmite la información, trata sobre canales y propiedades del lenguaje. La semántica se refiere al significado de la comunicación. Y la pragmática se refiere al efecto de la comunicación en la conducta. Dentro de su libro presentan cinco axiomas de la comunicación para entender el mecanismo de la misma:

1) No se puede no comunicar

“Actividad o inactividad, palabras o silencio, tienen siempre el valor de mensaje: influyen sobre los demás, quienes a su vez, no pueden dejar de responder a tales comunicaciones y, por ende, también comunican” (Watzlawick, Helmick Beavin, & Jackson, 1985, pág. 50)

- Los autores se refieren a que cualquier acción, independientemente del habla y la gesticulación de palabras, da un mensaje para que sea interpretado por el receptor

- 2) En toda comunicación existe un aspecto referencial y un aspecto conativo
 - Referencial: se refiere al contenido del mensaje
 - Conativo: se refiere a cómo se interpreta el mensaje dependiendo de las circunstancias y a la relación entre los comunicantes (Watzlawick, Helmick Beavin, & Jackson, 1985, pág. 52)

- 3) La puntuación de la secuencia de hechos
 - La comunicación puede entenderse como una interacción entre participantes y “para un observador una serie de comunicaciones puede entenderse como una secuencia interrumpida de intercambios” (Watzlawick, Helmick Beavin, & Jackson, 1985, pág. 56).
 - Dentro de la comunicación existen varios hechos que alteran el mensaje original de un emisor, o el mismo puede ser malinterpretado por no seguir un orden.

- 4) Comunicación digital y analógica
 - Digital: se refiere al uso del lenguaje verbal y escrito como contenido de la comunicación.
 - Analógico: se refiere a la conducta y acciones no verbales que permitan relacionar el mensaje con el medio digital. (Watzlawick, Helmick Beavin, & Jackson, 1985, pág. 61)

- 5) Interacción simétrica y complementaria
 - Simétrica: igualdad y diferencia mínima entre la conducta de los sujetos (reciprocidad).

- Complementaria: máximo de diferencia entre la conducta de los sujetos. (Watzlawick, Helmick Beavin, & Jackson, 1985, pág. 69)

También se puede entender que el proceso de comunicación se puede comprender como una red multidimensional, donde varios procesos se dan simultáneamente y donde quienes intervienen son nudos interceptores y, a la vez, redes por donde se van construyendo los mensajes (Watzlawick, Helmick Beavin, & Jackson, 1985). Una red se refiere a un sistema organizado que consta de nodos, los cuales se pueden relacionar entre sí a través de aristas (Meirelles, 2013, pág. 49). En el caso de la comunicación humana, los vértices son seres humanos y las aristas son los mensajes que se transmiten (también se podría dar el valor de canal y medio).

Dentro del estudio de las redes de comunicación de personas el networking es un término que ha sido parte de los estudios modernos de marketing y administración. El networking parte de una base: las relaciones humanas. Estas relaciones que existen entre personas se llaman “contactos”, los cuales resultan fundamentales a la hora de hacer negocios o buscar ayuda con algún trabajo. “Trabajar tus contactos” es la traducción literal de networking, y es una herramienta que permite trabajar las redes de comunicación entre tus conocidos para beneficio personal o de alguna empresa (Capel, 2014).

En el caso de trabajar con una aplicación de comunicación es importante tener en cuenta el networking, ya que va a permitir expandir la red de contactos de una fundación u organización y de esta manera tener más respaldo para difundir y manejar información.

Es importante entender a la comunicación humana como una red de interacciones sociales, ya que de esta manera se puede proceder a pensar en soluciones para una red y no un individuo.

7. Proceso de Diseño

a) Estética.

El estilo que llevará la aplicación Wiwa está inspirado en la época victoriana. En esta época, los animales de compañía empezaron a ser llamados mascotas, y se empezó a fijar reglas y lazos entre animales y humanos tal como explica Philip Howell en el libro *At Home and Astray: The Domestic Dog in Victorian London*. Según Philip, los perros sobretodo, se ganaron un lugar en la casa de los humanos, en sus corazones e incluso en sus cementerios. La relación que hoy conocemos como “el perro es el mejor amigo del hombre” empezó a forjarse en esa época, donde se integró a los animales como parte de la comunidad de humanos, y son los valores que precisamente guían a este proyecto.

b) Inspiración.

Para esta aplicación, me inspiré en las historias de animales rescatados, animales que no tuvieron la mejor suerte al nacer, pero que gracias a personas conscientes y valerosas lograron dejar su vida en las calles y formar parte de una familia para siempre.

Quizás las historias de rescates sean repetitivas y tal vez suenen aburridas y nada sorprendentes, pero al ver que es posible ayudar a un animal a dejar su sufrimiento y darle una mejor vida, es algo que para mí vale la pena ver y aprender del ejemplo, sobre todo porque hablamos de vidas y animales que se merecen una vida mejor.

La mayor inspiración para crear esta aplicación es mi gato, Chenzo. Él es un gato rescatado del refugio felino “Maneki” quien fue víctima de maltrato y abandono. Al ir al refugio y preguntar sobre su historia, la encargada del refugio me contó que él, sus dos hermanas y su mamá fueron abandonados en un basurero metidos en un costal. Gracias a los vecinos de la zona, lograron que Chenzo y sus hermanas se salvaran, pero

lastimosamente su mamá no logro sobrevivir por la infección y la desnutrición que tenía. Luego de enterarme de la historia de Chenzo, entendí que si es posible cambiar la vida de un animal, y que gracias a las personas que se dedican a esta labor, posiblemente yo nunca hubiera tenido a mi gato alado mío en este momento.

Los animales abandonados y las personas que se dedican a rescatarlos son mi mayor motivación para crear una solución a los problemas que se derivan de la comunicación entre organizaciones, para que así su labor sea más fácil de realizar y su trabajo sea reconocido en todo el país.

c) Creación de Marca.

i. Nombre.

El nombre de la aplicación es WIWA que significa: animal en el idioma kichwa. Decidí darle un nombre en kichwa, porque ese idioma es parte de las raíces culturales del país, y es aquí en Ecuador, donde esta aplicación va a ser utilizada. Aparte de evocar a la memoria ancestral, la palabra Wiwa es muy fácil de pronunciar y leer, haciendo que la misma sea atractiva para personas de toda edad.

ii. Isologotipo.

Para el isotipo quise representar la unión entre humanos y animales, pero quería un objeto que sea fácil de reconocer, pero que exprese el vínculo entre humanos y animales al verlo. Es por esto que el collar es el isotipo de Wiwa, porque es un símbolo de unión entre un humano y su mascota. El reconocer a un animal como parte de la familia de un humano, supone confiar en el mismo y aceptar las condiciones que se presenten en el futuro.

La tipografía de Wiwa para el isotipo está compuesta por círculos para dar más uniformidad entre caracteres. Tiene ancho fijo y utiliza caracteres de caja baja para simular el grabado del nombre de la mascota en la placa de identificación.



Figura # 1. Isologotipo

iii. Tipografías.

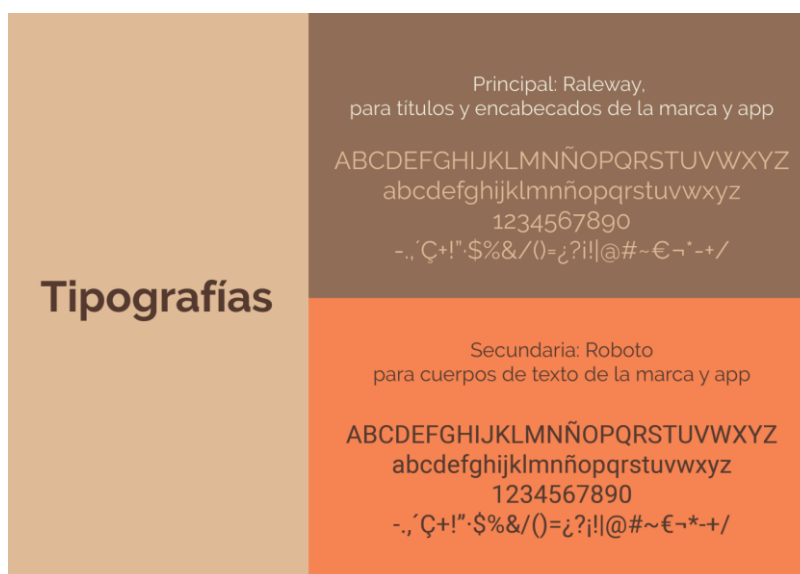


Figura # 2. Tipografías

iv. Cromática.

La cromática se basa en una paleta de colores del pelaje de perros y gatos mestizos, aquella raza que es la que más sufre con el abandono y el maltrato. Para la selección de los candidatos, me basé en las últimas publicaciones de casos de adopción en la página de Facebook de PAE (Protección Animal Ecuador), sitio que recibe la mayor cantidad de casos de ayuda para animales. Junto con las fotos de las publicaciones de PAE y la herramienta de Adobe Color CC, pude encontrar una gama de colores repetitiva dentro de las fotos de los candidatos, dando como resultado una gama de marrones con negro y blanco.

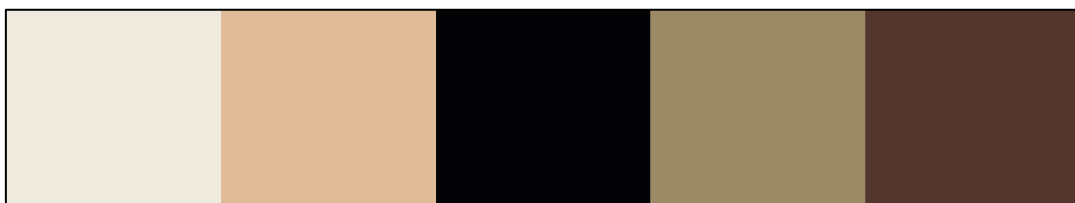


Figura # 3. Cromática inicial

- **Principal:** Compuesta de los colores de la paleta sacada de la página del PAE, pero con modificaciones en sus porcentajes para dar más armonía entre los mismos. Se encuentra en el Iso-logotipo, y en la aplicación como colores base de la misma.
- **Secundaria:** Son 4 colores pasteles, inspirados en la época victoriana y los dulces, los mismo que contrastan con la paleta principal destacando secciones y categorías dentro de la aplicación.

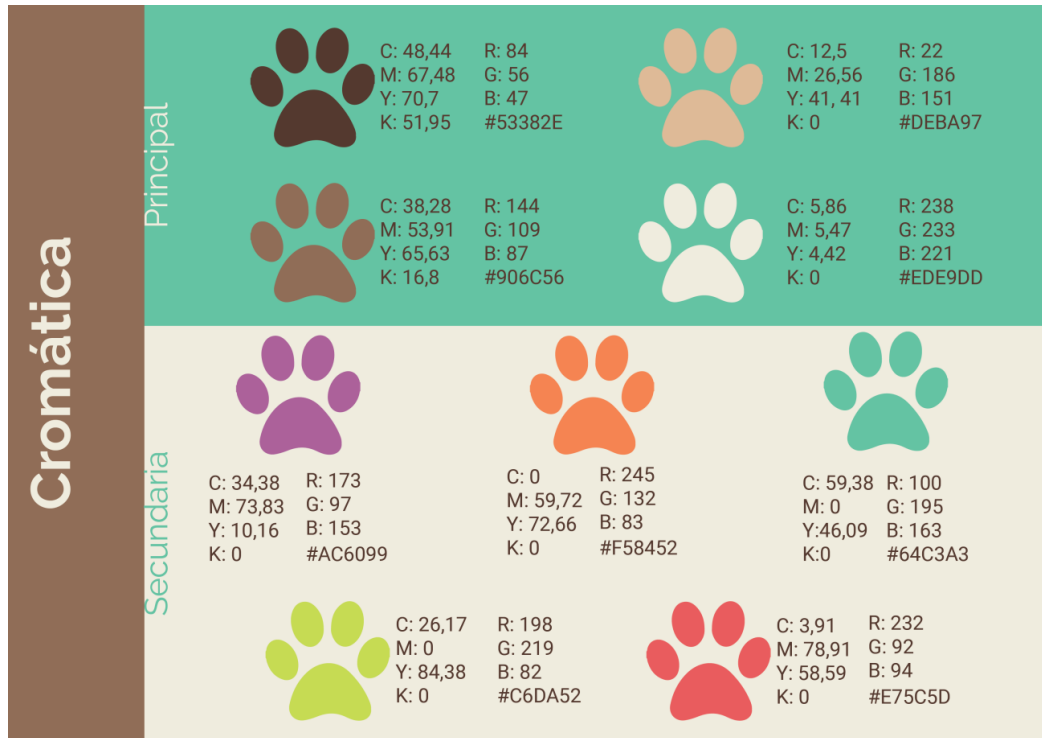


Figura # 4. Cromática final

v. Usos correctos.



Figura # 5. Usos correctos

vi. Usos incorrectos.



Figura # 6. Usos incorrectos

d) Funcionalidad.

Se trata de una aplicación diseñada exclusivamente para dispositivos móviles, como smartphones y tabletas, con el propósito de ser la plataforma de comunicación entre fundaciones y organizaciones de rescate animal con individuos ajenos a la labor, pero que tengan mascotas o estén interesados en rescates y bienestar animal. Wiwa permite la comunicación directa entre los sujetos a modo de red social exclusiva para temas de rescate y bienestar animal. Esto se hace para evitar caer en los problemas como Facebook, donde se tiene información de un vasto universo de páginas y temas, pero se hace muy difícil centrar la atención de los usuarios en un tema en específico, como el de rescate y bienestar animal.

La aplicación funciona gracias a la conectividad con internet y uso de datos móviles en caso de no contar con señal de WiFi. La conectividad es importante, ya que tomando en cuenta la cantidad de información: fotos, textos, videos, y usuarios, sería un problema si ésta estuviera almacenada en la memoria interna del teléfono o tableta. Además, la información que se publica en la app, está en constante actualización, por lo que no tendría sentido tener toda la información dentro de la memoria de los dispositivos móviles.

e) Usuarios.

Los usuarios principales de la aplicación móvil son las personas que tienen un nivel socio-económico medio a medio alto, y quienes poseen un teléfono inteligente o una tablet con la capacidad de conectarse a internet, que según cifras del Ministerio de Telecomunicaciones, representan el 46% del total de la población de Ecuador hasta el año pasado (46% de la población tiene acceso a internet, 2015).

Otra cualidad del futuro usuario es el interés por el rescate y bienestar animal. Obviamente serían las personas encargadas de fundaciones u organizaciones de rescate animal y los voluntarios de las mismas. Es importante aclarar que si bien el punto principal de la aplicación es mejorar la comunicación entre fundaciones y organizaciones de bienestar animal, también hay que tomar en cuenta a las personas que quieren comunicarse con las mismas. Es por esto que no toda la población ecuatoriana tendrá la aplicación en cualquiera de sus dispositivos móviles si no necesitan comunicar casos de adopciones o perros que se escaparon de los hogares.

La restricción de edades del usuario para la aplicación es difícil de determinar, ya que si bien una persona puede poseer un teléfono inteligente o una tablet desde temprana edad (7-10 años) no significa que estos sean usuarios potenciales de la aplicación, ya que se

requiere que el usuario sea capaz de responder mensajes de personas hacia una fundación, o manejar información de un centro de rescate en específico. Los usuarios estarían centrados en personas que manejen presidentes de fundaciones y centros de rescate y bienestar animal, así como personal de voluntariado que sea asignado a la tarea de comunicación externa de las mismas.

En cuanto a lugar de residencia, los usuarios serán exclusivamente personas que residen en Ecuador, ya que las fundaciones y organizaciones con las que se contactarían son del país.

8. Pruebas de usuario

a) Pruebas de usuario iniciales.

Ya que Wiwa se trata de una app, debe ser sometida a pruebas de usuario para que sean probadas sus funciones por sus futuros usuarios. Para las primeras pruebas, se realizó una entrevista y un focus Group con usuarios potenciales, ecuatorianos de 17 a 50 años que estén involucrados en labores de rescate y bienestar animal, o personas que tengan mascotas. Los objetivos de esta prueba inicial, fueron el de analizar las fallas del prototipo de la app, y conocer las opiniones de los participantes frente al proyecto. Se entiende por prototipo a una versión inicial de la app, la cual está presta a cambios y sugerencias de los futuros usuarios para mejorar la experiencia con la misma.

Para la entrevista, se solicitó a la encargada del refugio felino Segunda Oportunidad, María Bernarda Jara, responder algunas preguntas para evaluar el prototipo inicial de Wiwa. Bernarda maneja dos refugios: uno ubicado en Amaguaña, donde albergaba a 41 gatos hasta noviembre del 2016, y otro ubicado en Quito, donde albergaba a 15 gatos hasta noviembre del 2016. El lugar de la entrevista fue en el refugio ubicado en Quito.

Antes de empezar la entrevista, se le dio a Bernarda el prototipo de Wiwa en un teléfono celular para que la experiencia sea lo más real posible. El prototipo inicial contaba con cuatro secciones: Perfil, Publicaciones, Chat y Ubicación. Dentro de perfil estaba una imagen y un texto por defecto para mostrar cómo se vería la información de cada usuario. En publicaciones se contaba con 4 categorías: adopciones, extraviados, encontrados y eventos. El chat era una pantalla estática con una conversación entre dos usuarios para ver la distribución de la información. Por último, en ubicación estaba un mapa con la localización de varias fundaciones y refugios de animales.

Luego de haber probado el prototipo inicial, Bernarda recomendó que las publicaciones sean sectorizadas, es decir, que las publicaciones que se vean estén por ciudad o provincia para que sea más fácil encontrar noticias y publicarlas. También recomendó que no sólo se limite a organizaciones de rescate y bienestar animal, sino también a veterinarias, almacenes de comida, peluquerías caninas, entre otros.

Para el focus group, se contó con la presencia de tres personas que cumplen con el perfil de un posible usuario de Wiwa. Dos personas tienen mascotas, mientras que la otra se interesa por el rescate y bienestar animal. Para iniciar el focus group, se les explicó a los participantes el fin del proyecto y se les entregó el teléfono celular con el prototipo de Wiwa.

Luego de que cada participante utilizara y viera el prototipo, se sugirieron varios cambios para mejorar la experiencia del usuario. Una importante observación, fue que Wiwa no sólo se puede limitar a ser una plataforma para publicar contenido de rescate y bienestar animal, sino que además puede ser una plataforma de información sobre las leyes animales ecuatorianas, así como un puente con diferentes canales de noticias relacionadas con animales y tenencia responsable.

Es aquí donde Wiwa se transformó y vi la necesidad de crear otro prototipo para que cumpla con las expectativas de sus futuros usuarios. Wiwa no sólo sería una red social, sino una plataforma completa comprometida con los animales y las personas.

Luego de hacer las primeras correcciones en base a la entrevista y el focus group, pedí a un profesional para que pruebe Wiwa y de retroalimentación sobre la parte técnica de la misma. El profesional que testeó la app se llama Andrés Yajamín, quien trabaja como CTO (chief technology officer) en Jobsity, una empresa que se encarga del desarrollo web y de apps. Por cuestiones de tiempo, no pudimos tener una reunión en persona, por lo que utilizamos la plataforma InVision, que permite hacer pruebas de apps y sitios web en línea de manera gratuita.

En InVision, se trabaja con imágenes solas por paso, es decir, que se debe diseñar cada pantalla dependiendo la acción que se realice, ej: si se aplasta el menú desplegable deben ser dos imágenes, una con la pantalla normal, y otra con el menú desplegado. Lo interesante de trabajar con esta herramienta, es que permite trabajar en conjunto con otros usuarios y hacer comentarios o colaborar en tiempo real.

Luego de editar la navegación de la app, compartí el proyecto a Andrés, quien luego me dio retroalimentación por medio de comentarios en cada sección de la navegación. Me sugirió que edite el menú de la sección de perfil, que cambie la vista del mapa de ubicación, que edite la diagramación de ciertas páginas y que elimine botones innecesarios.

En general, la navegación dentro de Wiwa estaba bastante clara y no se mencionaron comentarios negativos con respecto a eso. Los cambios sugeridos son de

detalles de íconos y de distribución de elementos para que sea más fácil para el usuario utilizar el app de manera intuitiva.

b) Pruebas de usuario finales.

Tomando en cuenta las anteriores retroalimentaciones, tanto de usuarios como de profesionales, el proyecto Wiwa fue actualizado. Se mejoraron las secciones de búsqueda dentro de la app, como la de ubicación, y se rediseñó la sección de Tips e Información para que sea más amigable con los usuarios. Luego de subir las pantallas corregidas a la plataforma InVision, se procedió a realizar otras pruebas de usuarios, la que incluye también a fundaciones y centros de rescate. Se realiza las pruebas a usuarios normales y a organizaciones por separado, ya que si bien el app funciona igual para ambos usuarios, hay contenidos que pueden ser manejados únicamente por las organizaciones, e incluso el perfil es diferente para este tipo de usuarios.

Se inició entonces pruebas de usuario dirigida a organizaciones de rescate y bienestar animal, se empezó por contactarlas vía Facebook, ya que es la red social que más se utiliza para publicar información de interés. Se envió un mensaje pidiendo la participación en la prueba del proyecto a organizaciones de Quito y Cuenca. Las organizaciones de Quito a la que se envió la solicitud fueron: Güellas Refugio Canino, Refugio Felino Mininos Felices, ALA Ecuador (Ayuda a los Animales), Clínica Veterinaria La Pradera, Fondo Animal, Fundación Zoológica del Ecuador, Refugio Segunda Oportunidad Gatos, PAE (Protección Animal Ecuador), Fundación Camino a Casa y Patitas sin Casa. En Cuenca, los contactados fueron: FAAN (Fundación Familia Amor Animal) y a Refugio del mejor Amigo. Fueron en total doce organizaciones contactadas, de las cuales seis respondieron la petición, y sólo tres accedieron a probar la app.

Con las tres organizaciones que accedieron a probar la app; ALA Ecuador, Clínica Veterinaria La Pradera y FAAN, se realizó el siguiente proceso. Primero, se preguntó si prefieren una visita para que prueben la app, o que sea vía web. Las tres organizaciones prefirieron que la prueba se la haga vía web, debido a que no tenían mucho tiempo para programar una cita en sus oficinas. Segundo, se les pidió un mail de contacto para enviarles un link donde la app está alojada en InVision. Tercero, se envió una encuesta de ocho preguntas para que evalúen al proyecto.

Las respuestas de las encuestas a las organizaciones fueron las siguientes:

En general, ¿Cómo califica la experiencia con Wiwa? (3 responses)

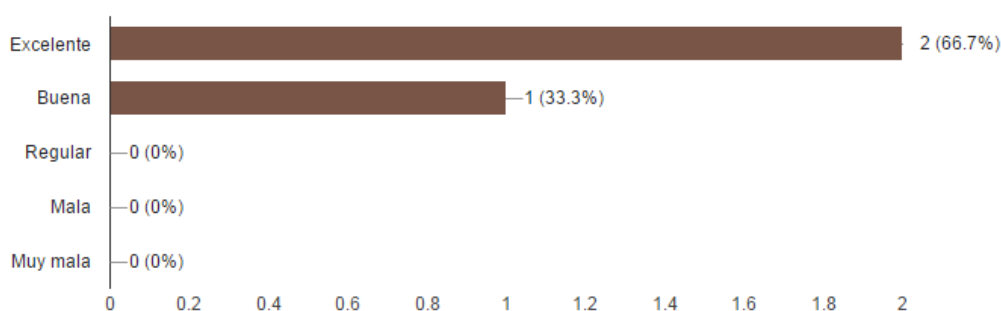


Figura # 7. Experiencia app de organizaciones

¿EL contenido de la app le pareció adecuado? (3 responses)

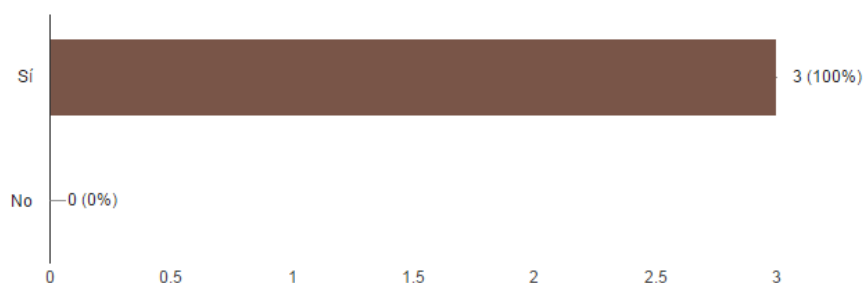


Figura # 8. Contenido app de organizaciones

¿Entiende el propósito de la app? (3 responses)

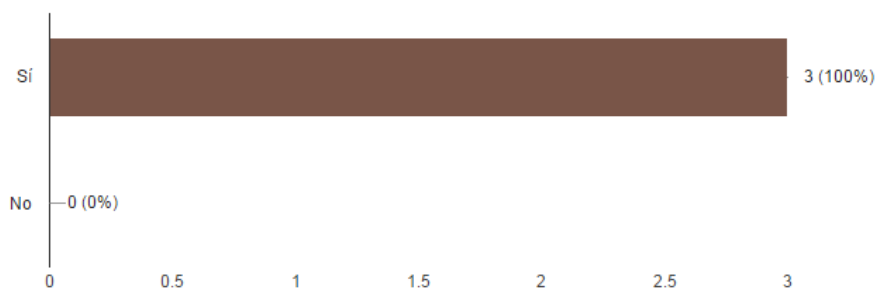


Figura # 9. Propósito app de organizaciones

¿Le fue fácil navegar por la app? (3 responses)

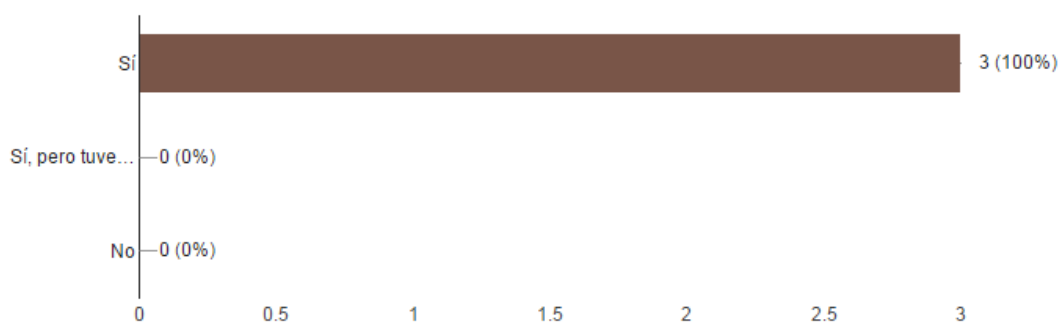


Figura # 10. Navegación app de organizaciones

¿Los textos fueron legibles? (3 responses)

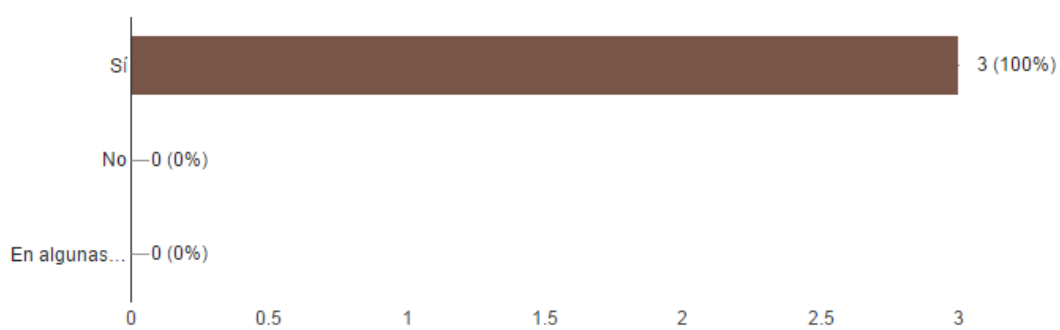


Figura # 11. Legibilidad de textos app de organizaciones.

¿Los colores dentro de la app le parecieron adecuados? (3 responses)

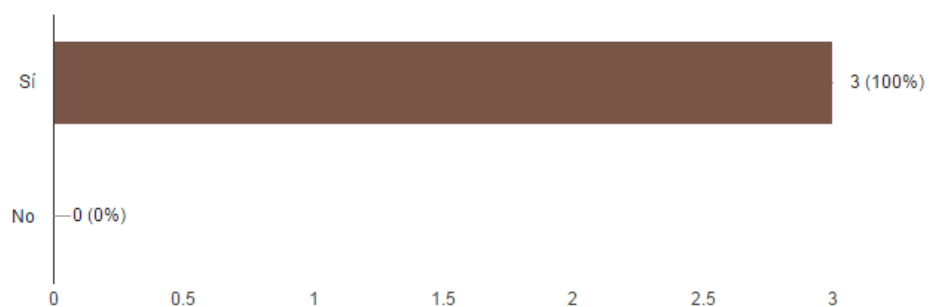


Figura # 12. Cromática app de organizaciones

¿Utilizaría la app? (3 responses)

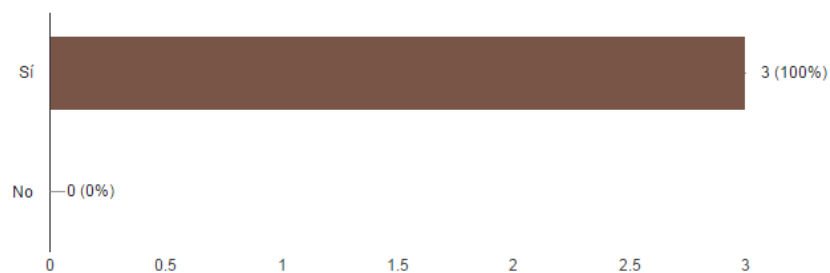


Figura # 13. Utilización app de organizaciones

¿La recomendaría? (3 responses)

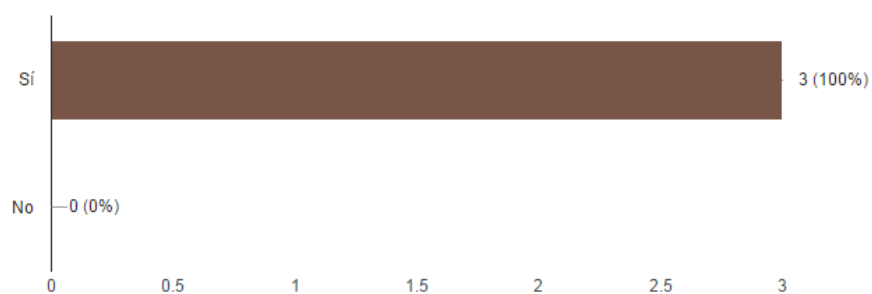


Figura # 14. Recomendación app de organizaciones

En general, el proyecto tuvo buena acogida y fue del agrado de los usuarios de las organizaciones de rescate y bienestar animal. Las personas que realizaron el testeo, dijeron que utilizarían la app de Wiwa, ya que es una herramienta que facilita su labor de rescate y bienestar animal. La recomendación que surgió de este grupo, fue que la sección de publicaciones; adopciones, rescates, encontrados y eventos, sea filtrada de acuerdo a la provincia y ciudad de los usuarios, para que la búsqueda sea más fácil y rápida.

Por otro lado, en las pruebas de usuarios que no pertenecen a organizaciones de rescate y bienestar animal, se realizó el mismo procedimiento. Se realizaron pruebas con 31 personas que se ubican dentro del perfil de usuarios de la app Wiwa; personas ecuatorianas de 13 a 50 años que tengan animales domésticos, o que se dedican al rescate independiente de animales abandonados de la zona urbana de ciudades del país. Para realizar las pruebas, se preguntó si es mejor coordinar una cita, o si prefieren que sea vía web. Dos de los 31 participantes accedieron a una cita personal para mostrarles el proyecto, los restantes, decidieron hacerlo vía web porque viven en otra provincia, o no tenían tiempo.

Con las dos personas que se hizo el testeo personal se hizo el siguiente procedimiento. Primero, se les explicó el objetivo del proyecto de manera rápida. Segundo, los usuarios utilizaron InVision para navegar por la app. Por último, finalizado el testeo del proyecto se entregó la encuesta en base a su experiencia.

Con las 29 personas restantes, se realizó un proceso similar al anterior para realizar las pruebas de usuario. Primero, se compartió el link para que puedan visualizar el app dentro de la plataforma de InVision. Segundo, los usuarios probaban el app dentro de la plataforma. Finalmente, llenaban la encuesta que fue compartida por Google Forms.

La encuesta de usuarios individuales y organizaciones contienen las mismas preguntas, pero se las dividió para no mezclar ni confundir los resultados de ambos participantes. En la encuesta de usuarios individuales, podemos observar los siguientes resultados:

En general, ¿Cómo calificas la experiencia con Wiwa? (31 responses)

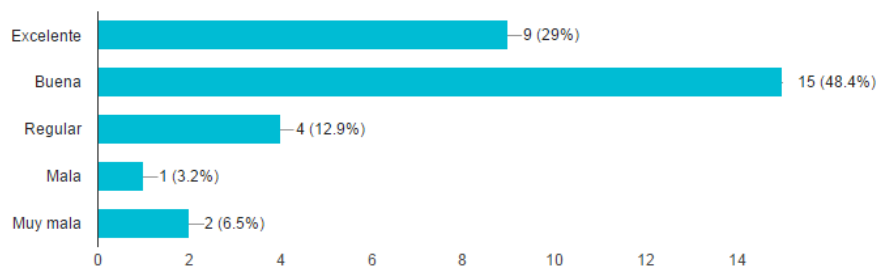


Figura # 15. Experiencia app de individuos

¿EL contenido de la app te pareció adecuado? (31 responses)

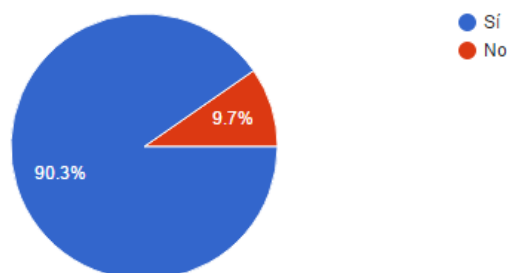


Figura # 16. Contenido app de individuos

¿Entiendes el propósito de la app?

31 responses

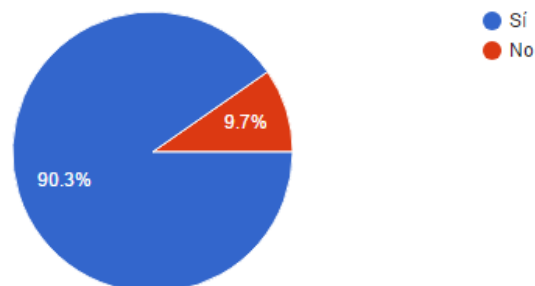


Figura # 17. Propósito app de individuos.

¿Fue fácil navegar por la app?

31 responses

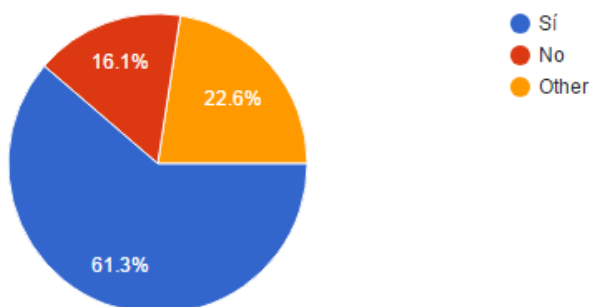
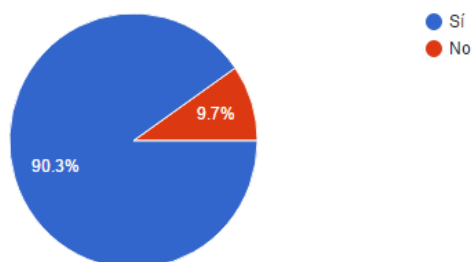


Figura # 18. Navegación app de individuos

¿Los textos fueron legibles? (31 responses)



Figura

Figura # 19. Legibilidad de textos app de individuos

¿Los colores dentro de la app te parecieron adecuados? (31 responses)

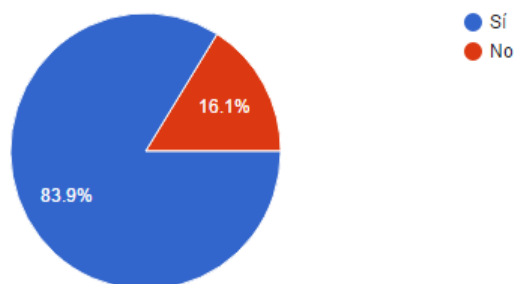


Figura # 20. Cromática app de individuos.

¿Utilizarías la app? (31 responses)

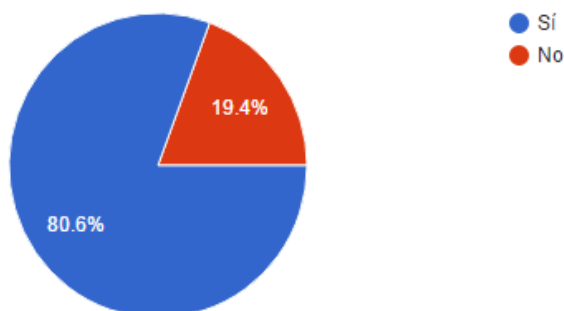


Figura # 21. Utilización app de individuos

¿La recomendarías? (31 responses)

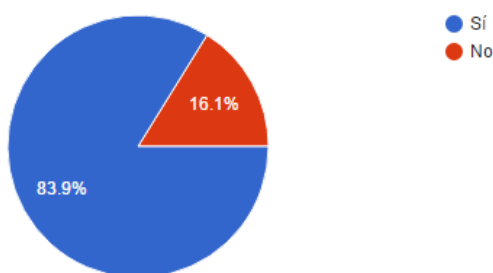


Figura # 22. Recomendación app de individuos

En general, el proyecto tuvo buena acogida entre los usuarios individuales. El mayor problema para muchos participantes fue la navegación, ya que al no ser una app real no se tiene control sobre ciertos aspectos de la navegación entre secciones y contenido. El 80% de los participantes utilizarían y recomendarían el app una vez que esté disponible para sus dispositivos móviles. La recomendación más común entre los participantes, fue sin duda mejorar la navegación del app, y diagramar de manera más amigable los textos que se encuentran en la sección de “Tips e Información”.

En conclusión, las pruebas de usuario, tanto de organizaciones como de individuos, mostraron que Wiwa tuvo una buena acogida entre los participantes. Este proyecto pretende ser lanzado al mercado una vez finalizadas las pruebas importantes, por lo que

conocer la opinión de los usuarios es esencial para brindar una app de calidad. Me di cuenta que entre los usuarios particulares que formaron parte de la prueba, el 9% desconocían el propósito del proyecto, por lo que su reacción fue negativa en los resultados de la encuesta, entonces es importante dar una introducción previa a los usuarios, ya sea por medio de canales de promoción, o dentro de la descripción de la app en las tiendas de android y la Appstore. En general, hay que mejorar la navegación de ciertas secciones de la app para mejorar la experiencia de usuario y lograr que uso sea, de ser posible, intuitivo.

9. Especificaciones de la aplicación

a) Árbol de navegación

Dentro del desarrollo de aplicaciones móviles, es necesario contar con un árbol de navegación. Éste permite conocer a los desarrolladores el orden de las páginas, y el comportamiento de la app dependiendo de qué botón se aplaste, o qué acción se realice por el usuario. La navegación debe ser lo más fácil de seguir, ya que si se complica, el usuario puede perder el interés rápidamente, o se pueden presentar problemas mayores como pérdida de información. Mientras más intuitiva y fácil sea la navegación dentro de la app, el usuario se sentirá más a gusto con la misma. (Cuello y Vittone: 2013).

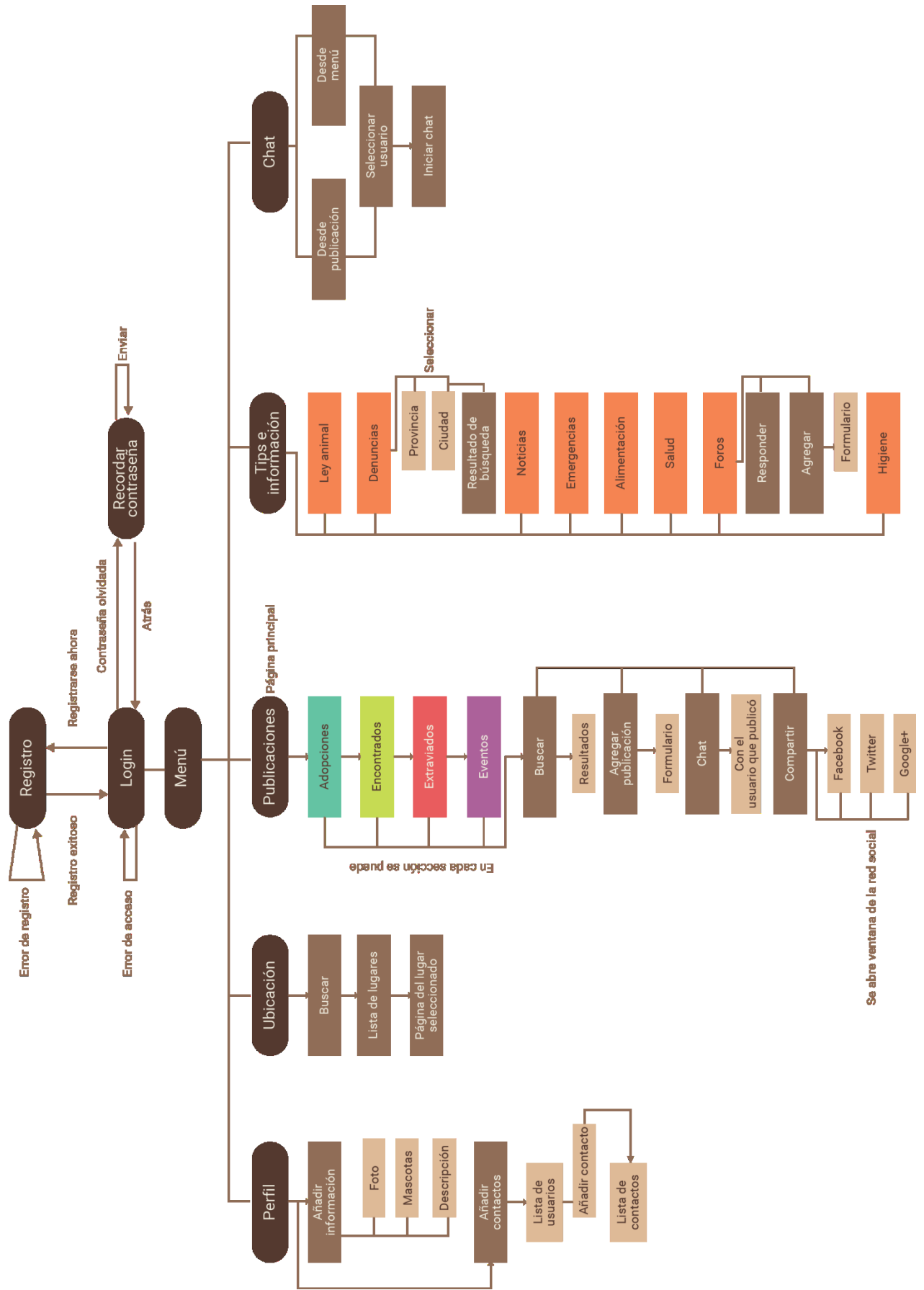


Figura #23. Árbol de navegación

b) Wireframes

Los Wireframes se refieren a la diagramación de cada pantalla y sección dentro de la app (Cuello y Vittone: 2013). En la diagramación, se toman en cuenta los espacios, imágenes, cuerpos de texto, menú y botones de cada sección de la app. Esta diagramación previa nos permite tener una idea de cómo se verá el app antes de poner los elementos reales. Es muy útil, ya que se pueden corregir errores de lectura y organización para evitar problemas futuros.

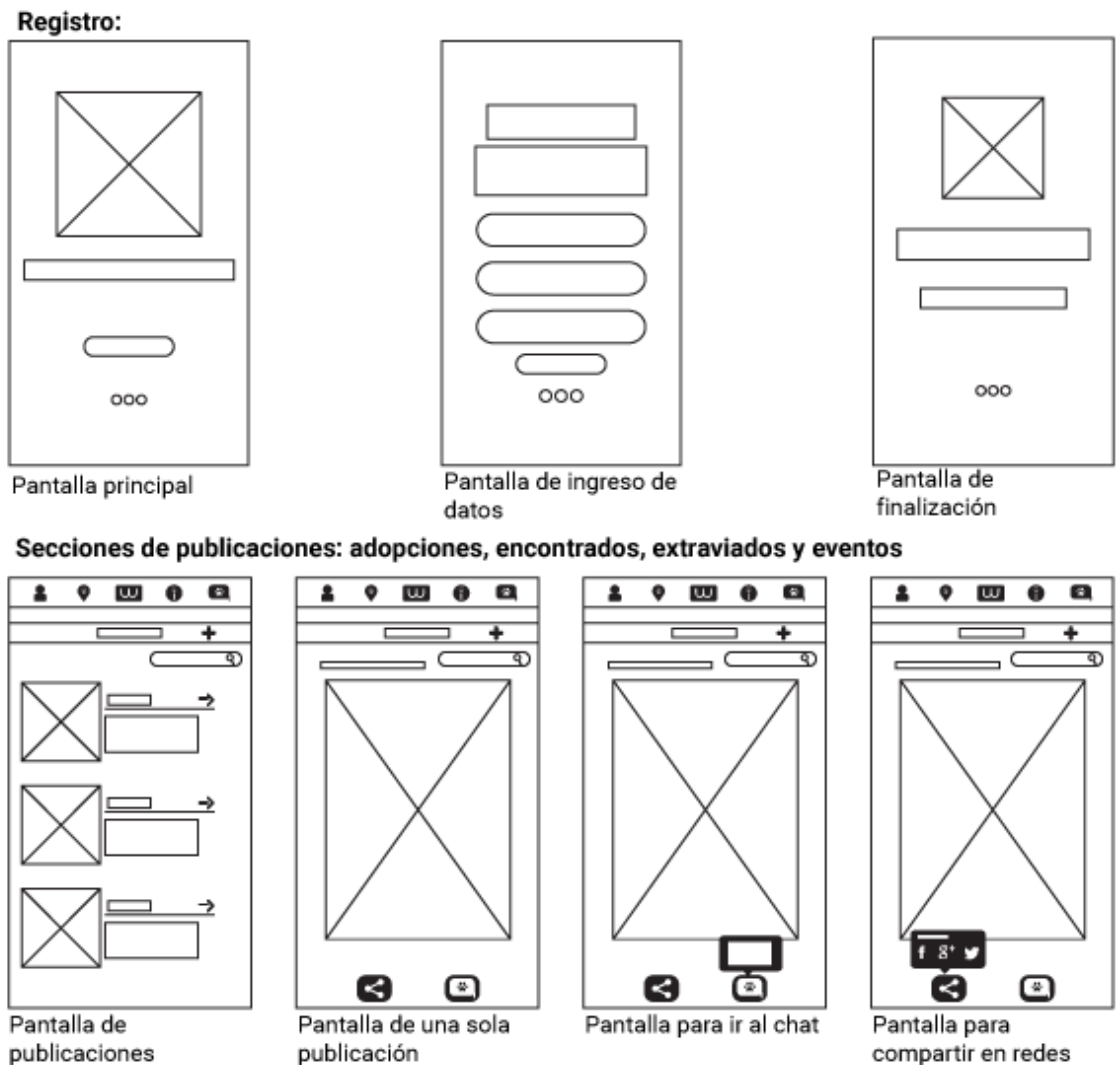
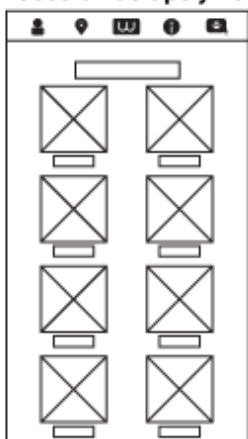
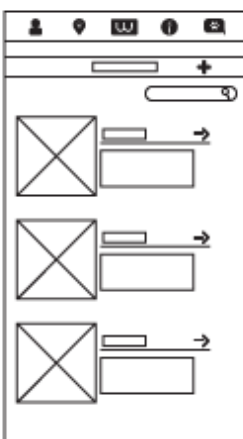


Figura # 24. Wireframes

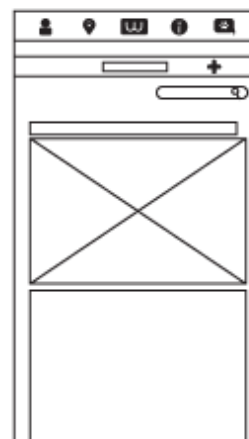
Sección de tips y noticias



Pantalla de inicio

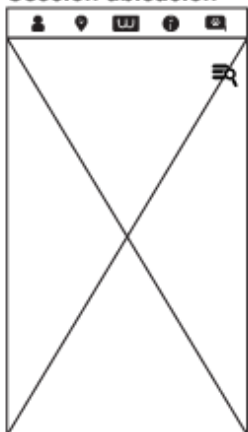


Pantalla de publicaciones

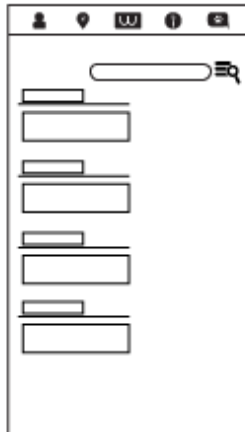


Pantalla de una sola publicación

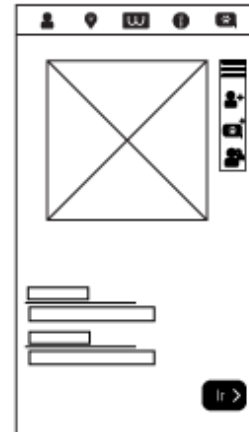
Sección ubicación



Pantalla de inicio con mapa

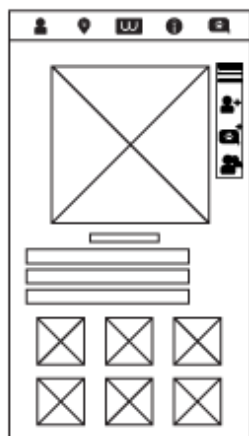


Pantalla de búsqueda

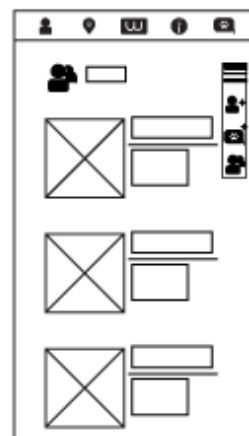


Pantalla de una sola publicación

Perfil



Pantalla de perfil principal



Pantalla de búsqueda de contactos

Figura # 24. Wireframes

Chat



Figura # 24. Wireframes

10. Sistema de comunicación

Promocionar una aplicación móvil en medios convencionales masivos es muy costoso. Dada la naturaleza de Wiwa, se pensó que el mejor canal para promocionarla es el internet, más específicamente las redes sociales: Facebook e Instagram. Con estas herramientas se puede llegar un público específico con intereses en común, que en el caso de Wiwa serían: personas interesadas en el rescate y bienestar animal, que tengan mascotas, que pertenezcan a alguna organización de rescate, o que simplemente le gusten los animales. Lo bueno de usar estas redes, es que no es tan costoso como un spot de televisión o de radio, y también es más barato que publicar en prensa escrita.

Tanto para Facebook como para Instagram es necesario crear material visual de alto impacto con una estética atractiva para la audiencia. Actualmente, las imágenes que más aceptación tienen en las redes sociales son los gifs, en el caso de facebook, y los boomerangs en Instagram. Afortunadamente, en ambas redes sociales se cuenta con la opción de “historias”, lo que permite subir imágenes y videos que luego desaparecen en 24

horas, las cuales pueden ser utilizadas para generar expectativa e informar sobre cómo usar el app.

Para poder utilizar ambas redes y poder lanzar las publicaciones pagadas, es necesario crear una Fanpage en Facebook, y una cuenta nueva en Instagram. De esta manera se logrará que los usuarios que vean dichas publicaciones lleguen a las páginas oficiales, las mismas que redirigirán a los interesados a la tienda de Android o la Appstore, para que puedan descargar el app.

CONCLUSIONES

Es evidente la dificultad de la comunicación entre individuos y organizaciones de rescate y bienestar animal si sólo se utiliza redes sociales. Muchos de los usuarios encuestados, también vieron la ineficiencia de utilizar redes sociales para la difusión de mensajes con contenido relacionado a animales que necesitan ayuda.

Con la creación de este nuevo canal de comunicación, las organizaciones, fundaciones y personas que se dedican al rescate y bienestar animal, podrán comunicarse entre ellos para temas exclusivos relacionados con animales. Esto permite reducir la confusión de mensajes que se reciben en correos personales, cuentas de redes sociales y números telefónicos.

Basándome en las pruebas de usuario realizadas a los diferentes participantes, Wiwa es un proyecto que tiene acogida y que puede ser lanzado al mercado, una vez finalizado el prototipo final. Más del 90% de los participantes, coincidieron en que la información contenida dentro de la app es necesaria y adecuada, considerando el propósito del proyecto.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ¡El primer aullido de LOBA! (s.f.). Recuperado el 3 de marzo de 2016, de LOBA: <http://loba.ec/sitio/index.php/difusion/aullido>
- 46% de la población tiene acceso a internet. (20 de Mayo de 2015). *El Universo*.
- Albán, F., Carvajal, I., Burneo, C., & Cevallos, S. (2006). *La cuadratura del círculo. Cuatro ensayos sobre la cultura ecuatoriana*. Quito: Ediciones Corporación Cultural Orogenia.
- Arias, P. G. (2013). *La cultura: estrategias conceptuales para entender la identidad, la diversidad, la alteridad y la diferencia*. Ediciones Abya-Yala.
- Cadena, G. (2013). *Estudio para la estimación de la población de perros callejeros en Mercados Municipales del Distrito Metropolitano de Quito. DMQ*. Tesis, Universidad San Francisco de Quito, Quito.
- Capel, F. L. (2014). ¿Qué es el Networking? *Gestión*.
- Causas de abandono de los animales de compañía*. (5 de mayo de 2015). Recuperado el 1 de Marzo de 2016, de Educación en Bienestar Nimal: <http://www.eba.org.mx/causas-de-abandono-de-los-animales-de-compania/>
- Cuello, J., Vittone, J. (2013). Diseñando apps para móviles. Recuperado el 03 de mayo de 2017 de <http://appdesignbook.com/es/>
- Hernández, R., Núñez, F. Á., & Pelayo, L. (2007). Potencial zoonótico de las infecciones por helmintos intestinales en perros callejeros de Ciudad de La Habana. *Revista Cubana de Medicina Tropical*(59), 234-240
- Meirelles, I. (2013). *Design for information*. USA: Rockport Publishers.
- Ochoa, K. (23 de diciembre de 2015). Hasta 80 denuncias diarias por animales abandonados. *Metro*.
- Ordenanza Municipal N°48*. (s.f.). Recuperado el 1 de marzo de 2016, de Alcaldía de Quito: <http://www.quito.gob.ec/index.php/servicios/sitios-seguros/55-otros-servicios/152-ordenanza-municipal-n-048>
- Osorio, L. L. (2006). La industria ecuatoriana y el TLC andino. *Comentario Internacional: Revista Del Centro Andino De Estudios Internacionales*(6), 118-136.
- Pacheco, M. (1 de octubre de 2015). La normativa para regular el bienestar animal será incluida en el Código Orgánico del Ambiente. *El Comercio*.
- Pacheco, M. (22 de febrero de 2016). 139 perros han sido rescatados por malos tratos en Quito desde el 2015. *El Comercio*.

Perros muertos complican la salud. (26 de mayo de 2009). *La Hora*.

Quienes somos. (s.f.). Recuperado el 3 de marzo de 2016, de LOBA:
<http://loba.ec/sitio/index.php/plataforma-loba/quienes-somos>

Salamanca, L., Polo, L., & Vargas, J. (2011). Sobre población canina y felina: Tendencias y nuevas perspectivas. *Revista de Medicina Veterinaria y Zootecnia*, 49.

Watzlawick, P., Helmick Beavin, J., & Jackson, D. D. (1985). *Teoría de la comunicación humana: Interacciones, patologías y paradojas*. Barcelona: Editorial Herder.