

MANADA



**UNIVERSIDAD
DE ANTIOQUIA**
1 8 0 3

Trabajo de grado para optar al título de Comunicador Audiovisual y Multimedial

M. Rebellón Vélez

Mariana Carmona Builes

Asesor metodológico

Nicolás Mejía Jaramillo

Asesores temáticos

Luis Guillermo Arteaga Regalado

Edwin Alberto Zea Yanza

Universidad de Antioquia

Facultad de Comunicaciones

Comunicación Audiovisual y Multimedial

Medellín

2022

TABLA DE CONTENIDO

Planteamiento problemático	3
Objetivos	4
Mapa teórico	5
Metodología	8
Estado del arte	17
Referentes estéticos	21
Referencias bibliográficas	24

1. Planteamiento problemático

En nuestra sociedad, los animales representan un rol muy importante en la vida de muchísimas personas. Si les preguntamos a los dueños de perros o gatos qué lugar tienen sus mascotas en su hogar, será la gran mayoría la que nos responda que ellos son uno más de la familia e, incluso, muchas personas podrían respondernos que se trata de su mejor amigo. Sabemos pues que entre los humanos y sus mascotas se establecen unos vínculos especiales que afectan a ambos a nivel físico y emocional.

Los animales se han convertido en un integrante más de la familia que contribuye a nuestra felicidad. Se sabe que quienes eligen recibir a una mascota, lo hacen mayoritariamente bajo la adopción. De este modo lo presentan los datos más importantes que entregó la primera Encuesta Nacional de Tenencia Responsable realizada por la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo (Subdere) con apoyo de la Facultad de Medicina Veterinaria de la Pontificia Universidad Católica (PUC), en promedio, las personas prefieren adoptar a sus mascotas en lugar de comprarlos (Morales & Gómez, 2021).

En el 2021 se habían registrado 651 adopciones hasta la fecha 27 de agosto y el número se fue incrementando mensualmente. En enero se registraron 57 adopciones frente a 135 que se presentaron en el mes de julio. Esta información fue obtenida del Portal de Medellín/Temas/Medio Ambiente/Noticias/2021/Julio-Diciembre, en el cual, cuentan con registros únicamente del Centro de Bienestar Animal La Perla, que está adscrito a la Alcaldía de Medellín y es de alguna manera, el “único centro de adopción animal de Medellín”. Pero, aunque La Perla es el centro de adopción más conocido de la ciudad, existen también otros hogares y fundaciones que autogestionan su difusión por redes sociales para dar visibilidad a su causa. Sin embargo, es claro que muchas veces sin lograr el objetivo, debido al escaso conocimiento en el área de la comunicación digital y el marketing.

En tal punto es donde entra nuestra labor, pues queremos visibilizar una comunidad que tenga lugar en una página web que funcione como red social, en la que cada una de las fundaciones, centros y organizaciones que se dediquen principalmente a la adopción de mascotas, tengan un espacio en el que puedan crear un perfil para difundir su información y en el que contarán con nuestro apoyo focalizado en la comunicación audiovisual y multimedial. De tal modo se crearán estrategias para generar visibilización y que estas fundaciones y centros sean cada vez más conocidos.

El amor que le tenemos a los animales y el poco alcance que consigue la adopción y el cuidado de los mismos, en nuestro contexto, nos ha hecho unirnos. Estamos emocionadas para llevar a cabo este proyecto y sentimos una gran empatía hacia los animales que claramente nos necesitan para llevar una vida digna; y nos afecta profundamente ver tantos casos de maltrato y abandono, por lo que queremos, con nuestro proyecto, ayudar a que las fundaciones y centros de rescate tengan un mayor alcance para que así, personas como nosotras, puedan adoptar y ayudar a que estos lugares continúen creciendo y que salgan adelante.

En un rastreo realizado para conocer antecedentes al respecto, nos dimos cuenta de que en el pregrado de Comunicación Multimedial y Audiovisual de la UdeA poco se han tratado estos temas. Al parecer sólo hubo un proyecto de grado denominado ANEMOS, en el que el estudiante Jhosser David Marulanda Cardona analizó los vínculos afectivos entre humanos y animales en el Área Metropolitana de Medellín con el fin de representarlos a través de una serie fotográfica de foto ensayo.

2. Objetivos

2.1. Objetivo general: crear una empresa dedicada a la difusión y promoción de la adopción animal, estableciendo vínculos con fundaciones y centros de rescate que busquen divulgar sus servicios.

2.2. Objetivos específicos:

2.2.1. Explorar formas de integración digital entre personas, fundaciones y animales.

2.2.2. Crear una comunidad virtual activa y constante en la interacción.

2.2.3. Definir componentes de la identidad visual que permitan reconocer a la empresa como confiable, amigable y cercana.

3. Mapa teórico

3.1. Sostenibilidad

Tanto para *Manada* como para nuestros clientes y fundaciones, el principal factor clave para nuestro funcionamiento es la sostenibilidad, pues no sólo es lo que queremos proporcionarles sino, que sea una de nuestras características. Los “Negocios sostenibles son, por ejemplo, aquellos que invierten parte de sus utilidades en proyectos que benefician a las comunidades que viven cerca de sus instalaciones. Dicha inversión puede ser en educación, salud, seguridad, empleabilidad, etc.” (Orellana, 2022). Se busca que *Manada* sea una empresa sostenible, haciendo énfasis principalmente en el desarrollo social y el crecimiento económico.

3.2. Comunidad digital

Manada no pretende ser un catálogo de fundaciones y animales de compañía, en realidad tiene como objetivo generar una comunidad fiel entre fundaciones, personas y

mascotas. Esta comunidad será digital, ya que las conexiones se darán por medio de la página web de *Manada*, en la cual los usuarios podrán navegar y conectarse entre sí. Y esta conexión se dará por medio de la publicación de servicios y animales que ofrece cada fundación, por el contacto que establezcan las personas que buscan adoptar a través de las fundaciones, por los testimonios de quienes ya hayan adoptado y por las sugerencias de los usuarios. Es así como *Manada* servirá también de red social que facilitará la unión y comunicación entre todos los usuarios que la integren.

3.3. Innovación social

Manada es una empresa que busca innovar en la creación de una comunidad que gire en torno a ayudar a los perros y gatos sin hogar, ya sea de manera monetaria o haciendo parte del equipo de apoyo voluntariado que se piensa proponer. Esto con el fin de incentivar el cuidado y el bienestar de las mascotas, la educación y la conciencia, buscando reducir la tasa de abandono, que si bien no se ha realizado un censo que lance cifras exactas, según el Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal, en lo corrido del año 2021, hasta el mes de agosto, se habían atendido 720 casos. Todo esto sin olvidar que teniendo en cuenta que entre marzo 2020 y mayo 2021, “se registraron cerca de 220 perros y gatos en las calles con grave estado de salud o en alto riesgo de muerte por accidentes en la vía, envenenamiento, heridas y enfermedades degenerativas o infecciosas” (López, 2021). Por todo lo dicho anteriormente, el principal objetivo de *Manada* es conectar las personas con fundaciones de animales y generar una comunidad en torno a la conciencia, al aprendizaje y el cuidado de las mascotas.

3.4. Proyectos colaborativos

Manada es un proyecto colaborativo desde su idea y creación hasta su ejecución, pues al momento de desarrollarse fue necesario contar tanto con las estudiantes que lo han realizado, como con la Unidad de Emprendimiento que ayudó a construirla como empresa; y lo es también en su ejecución puesto que será necesaria la unión y colaboración entre entidades como lo son las realizadoras, los programadores, los diseñadores, las fundaciones, las marcas aliadas y las personas. Todo esto hace que el proyecto sea también parte de una economía colaborativa, puesto que las fundaciones se van a beneficiar económicamente al tener una visibilidad mayor dentro de *Manada* y con las donaciones, y a su vez la empresa se beneficiará a través de las fundaciones y de lo que estas generan, al igual que en el caso de las ventas de *souvenirs*.

3.5. Crowdfunding

Para subvencionar cualquier proyecto es necesario establecer unas estrategias de financiación que se van a implementar para conseguir el dinero para cada una de las etapas del proceso. Para construir *Manada* se ha contado con las herramientas que brinda la Universidad con respecto a capital humano y conocimientos de la Unidad de Emprendimiento de la Facultad de Comunicaciones y Filología. Para las etapas que siguen en el desarrollo del proyecto, como en el mantenimiento en línea y dentro de los mismos servicios que ofrece *Manada*, se planea recurrir a una forma de financiación llamada *Crowdfunding*.

“El crowdfunding ayuda a pequeñas empresas a conseguir financiación más allá de la que puedan aportar bancos, amigos y familiares. Se utiliza como fuente de financiación para proyectos muy diversos, desde campañas políticas o empresariales hasta proyectos musicales o artísticos, conseguir dinero para filmar películas o cortos” (Crowdfunding 2022.).

En *Manada* se busca la sostenibilidad tanto de la empresa como de las fundaciones aliadas por lo que por medio del *crowdfunding* se realizarán donaciones que serán destinadas

a cumplir con este propósito. La página web cuenta con un botón de donaciones que permite que las personas puedan ofrecer dinero a *Manada*. También contará con una tienda de *souvenirs* que podrán comprar los amantes de los animales, y las ganancias de esta línea de mercado serán invertidas, por lo menos un porcentaje, en la donación con la que se apoyarán las fundaciones que hacen parte de la comunidad.

4. Metodología

Por ser *Manada* un proyecto de grado de emprendimiento, se requirió de procesos y etapas distintos a los que exigen los proyectos de Investigación-creación comúnmente realizados dentro del marco de Proyecto I, sobre todo porque es un proyecto que comenzó en una fase bastante avanzada del semestre y el tiempo era un factor que jugaba en contra.

Para la investigación y realización de esta fase del proyecto, que consistió en el desarrollo de la investigación y la elaboración del *Mockup* de la página web, se estructuró el proceso en cuatro etapas: Diagnóstico, Matriz AX4, Prototipado y Validación; y una última etapa de organización de los entregables. Estas etapas aludían a un cronograma de dos meses que se coordinó con los asesores de la Unidad de Emprendimiento de la Facultad de Comunicaciones y Filología, en el cual se programaron reuniones semanales todos los martes y algunas reuniones extraordinarias para aclarar dudas o corregir los ejercicios de exploración. Cada una de las etapas se dividió en sub-etapas orientadas por ejercicios específicos para permitir el avance del proyecto, a continuación las explicamos:

Diagnóstico:

Contextualización del proyecto y definición de alcances

Esta etapa comenzó con la idea del proyecto, cuando aún no se había integrado a la Unidad de Emprendimiento; aquí se definió la Promoción de la Adopción Animal como tema y el objetivo de dar más visibilidad a la misma.

Definición del problema o problemas

Durante la definición del problema se estableció que las necesidades que abarcan el proyecto no responden a las de un proyecto de investigación-creación, por lo que se decidió hacer de *Manada* un proyecto de emprendimiento y buscar apoyo por parte de la Unidad de Emprendimiento de la Facultad. A partir de esto se organizaron reuniones semanales y ejercicios a realizar para empezar a crear desde cero un proyecto de empresa. Los procesos iniciales, correspondientes a esta etapa, ayudaron a definir las necesidades que buscaba suplir el proyecto y el por qué de la realización del mismo.

(Hacer click en las imágenes para ver el ejercicio completo).

The infographic is titled "¿Por qué?" and features a central image of a dog. Below the title, there are 15 text boxes arranged in a 3x5 grid, each containing a reason for the problem. At the bottom of the infographic, there are five small images of different animals: a blue-eyed cat, a white cat, a black dog, a white cat, and a grey cat.

¿Por qué?				
Hay personas que se ven obligadas a desistir de la adopción por desconocimiento de las responsabilidades que implica	Las condiciones en las que esperaban tenerlos no se dan	Problemas en el hogar o socioeconómicos	La familia no está de acuerdo o no tiene el tiempo o el dinero que requiere	Estudian o trabajan
Las fundaciones tienen problemas de sostenibilidad	No tienen recursos y tienen muchos animales que sostener	No reciben donaciones y las personas no adoptan	No tienen suficiente difusión	No conocen los recursos para comunicar y difundir
La tasa de abandono es muy alta y las fundaciones están llenas de animales	La mayoría son adopciones pactadas entre personas y no son supervisadas	Las fundaciones no hacen un proceso sencillo y rápido	Quieren encontrar para los animales un hogar definitivo y en las condiciones adecuadas	Hay muchas personas que se arrepienten y devuelven a los animales

Matriz AX4 (Acciones, actores, artefactos, atmósfera)

Buyer Person

El *Buyer Person* es un ejercicio en el que se perfilaron los usuarios de *Manada*, en este caso se clasificó por tipo de clientes, fundaciones, personas adoptantes y personas donantes. Para cada uno se desarrolló un perfil en el que se especificaron datos relevantes que se destacan de cada uno de los perfiles de usuarios.

(Hacer click en las imágenes para ver el Buyer Person completo).

Fundación Adopción Animal



Puesto
Director de la fundación

Redes sociales



Industria
Bienestar de animales sin hogar

Tamaño de la organización
Entre 1 y 10 empleados

Canal favorito de comunicación

- En persona
- Redes sociales
- Teléfono

Herramientas que necesita para trabajar

- Sistemas de gestión de contenido
- Gestión de proyectos
- Sistemas contables y de finanzas
- Correo electrónico
- Servicios de almacenamiento en la nube

Responsabilidades laborales

- Cuidado de animales
- Alimentación de animales
- Conseguir adoptantes y asegurarse de que el animal tenga un buen hogar

Su trabajo se mide en función de
Cantidad de adopciones exitosas

Jhon



Puesto
Trabajador clase media

Edad
Entre 35 y 44 años

Nivel de educación más alto
Título profesional

Redes sociales



Industria
Comercio

Tamaño de la organización
Trabajador independiente

Canal favorito de comunicación

- Redes sociales
- Correo electrónico
- Mensajes de texto

Herramientas que necesita para trabajar

- Correo electrónico
- Servicios de almacenamiento en la nube
- Sistemas de gestión de contenido
- Sistemas contables y de finanzas
- Software de facturación
- Software de creación de informes

Responsabilidades laborales
Generar ingresos, realizar donaciones a fundaciones de animales

Su trabajo se mide en función de
Cantidad de obras benéficas y apoyo a organizaciones y fundaciones en especial de animales

Su superior es
Escribe aquí

Karen



Puesto
Trabajador, clase media y ma

Edad
Entre 25 y 34 años

Nivel de educación más alto
Título profesional

Redes sociales



Industria
Cuidado de la salud

Tamaño de la organización
Trabajador independiente

Canal favorito de comunicación

- Redes sociales
- Correo electrónico
- Teléfono
- En persona
- Mensajes de texto

Herramientas que necesita para trabajar

- Dinero
- Páginas web
- Redes sociales
- Fundaciones de animales
- Horarios de alimentación
- Calendario de vacunación y desparasitación

Responsabilidades laborales

Velar por la estabilidad y calidad de vida del animal que adoptó y responsabilizarse de suplir todas sus necesidades.

Su trabajo se mide en función de

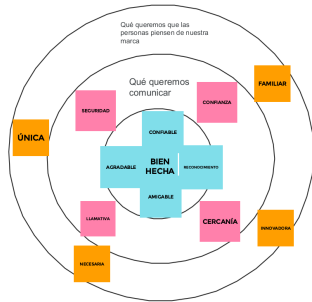
Por los cuidados y responsabilidades que tiene con su mascota adoptada

ADN de Marca

Para esta exploración alrededor de la identidad de *Manada*, la propuesta se desarrolló escribiendo palabras que representaran lo que es la esencia del proyecto y la impresión que se espera que genere en los usuarios. Realizando este ejercicio se evidenció la compatibilidad que tienen las integrantes del equipo con respecto a la idea en común y cómo se imaginan el ADN de *Manada*, como por ejemplo que se identifica a los perros, como amigables, cercanos y familiares. A raíz de esto se realizó la búsqueda de colores, tipografías y el logo que representen las características que se le dieron al proyecto y que atraigan a las personas para que continúen navegando en la página.

(Hacer click en las imágenes para ver el ADN de marca completo).

<p>¿Si tu marca fuera un animal, cual sería?</p> <p>PERRO</p> <p>DIVERSO AMIGABLE</p> <p>LINDO</p>	<p>¿Si tu marca fuera un personaje famoso cual sería?</p> <p>TOM HOLLAND</p> <p>RECONOCIDO PERSONAJE</p> <p>ADORABLE</p>	<p>¿Si tu marca fuera una película cual sería?</p> <p>COCO</p> <p>BIEN HECHA LLAMATIVA</p> <p>RECONOCIDA</p>	<p>¿Si tu marca fuera un animal, cual sería?</p> <p>un perro</p> <p>Cercano Confiable Amigable</p>	<p>¿Si tu marca fuera un personaje famoso cual sería?</p> <p>Greeicy</p> <p>Bonita Buena gente Querida por muchos</p>	<p>¿Si tu marca fuera una película cual sería?</p> <p>uno mas de la familia</p> <p>Familiar Conmovedora Emocional</p>
<p>¿Si tu marca fuera un genero musical cual sería?</p> <p>ROCK</p> <p>RECONOCIDO PERDURA EN EL TIEMPO</p> <p>ÚNICO</p>	<p>¿Si tu marca fuera una bebida, cual sería?</p> <p>GRANIZADO</p> <p>ADORABLE FRESCO</p> <p>DIVERSO</p>	<p>¿Si tu marca fuera un momento especial cual sería?</p> <p>PRIMER VIAJE EN AVIÓN</p> <p>RECONOCIDO HERMOSO</p> <p>CÓMODO</p>	<p>¿Si tu marca fuera un genero musical cual sería?</p> <p>baladas</p> <p>Conocidas por muchos Suaves Bonitas</p>	<p>¿Si tu marca fuera una bebida, cual sería?</p> <p>agua</p> <p>Necesaria Importante Famosa</p>	<p>¿Si tu marca fuera un momento especial cual sería?</p> <p>El nacimiento de un bebé</p> <p>Tierno Bonito Familiar</p>



Manada Manada Manada Manada
 Manada Manada Manada
 Manada Manada

Manada
 Manada

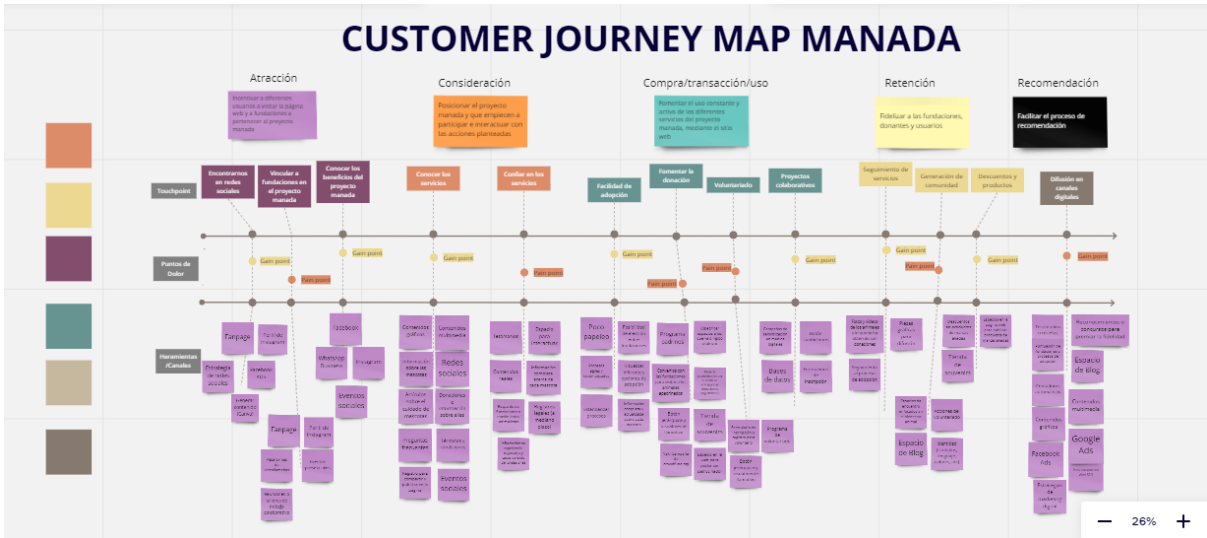
Manada
 Manada



Journey Map

Este mapa brinda una visión general de las necesidades y fortalezas que tiene el proyecto, como por ejemplo, se evalúan los factores que son importantes en la composición de la empresa y de ahí se derivan las necesidades y ganancias de cada factor y las tareas a ejecutar.

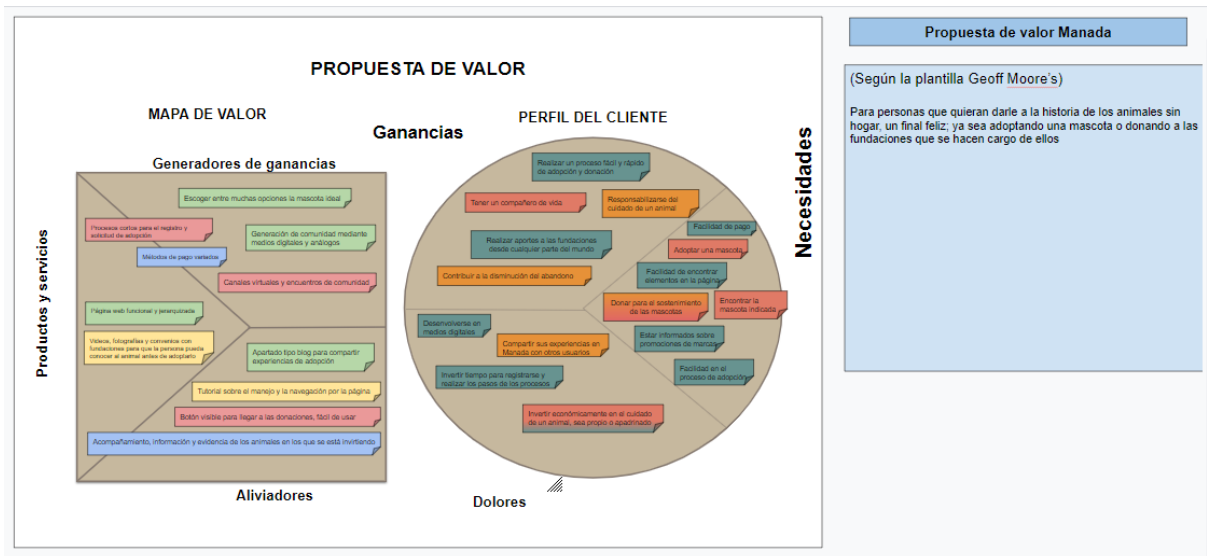
(Hacer click en la imagen para ver el *Journey Map* completo).

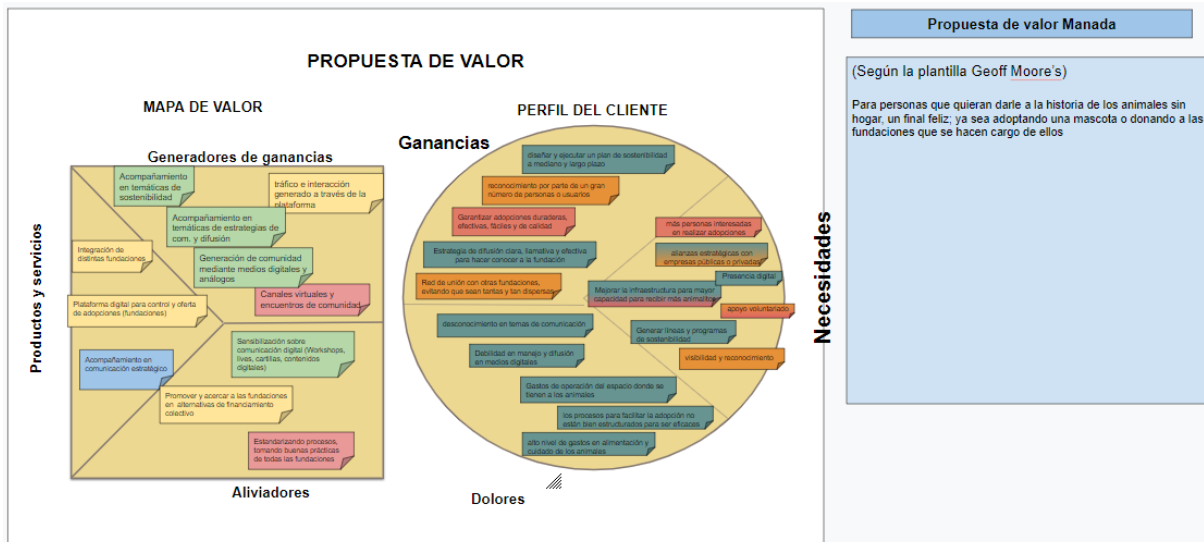


Propuesta de valor

Para la propuesta de valor se definió inicialmente un perfil de cliente para fundaciones y personas, en el cual se establecieron las necesidades, las ganancias y los dolores de cada uno. Es decir, lo que necesitan, lo que pueden obtener y los obstáculos, respectivamente. Y, a partir de esto, se creó un mapa de valor que consiste en productos y servicios, generadores de ganancias y aliviadores, es decir, las soluciones para los aspectos planteados anteriormente en el perfil del cliente.

(Hacer click en las imágenes para ver La propuesta de valor completa).



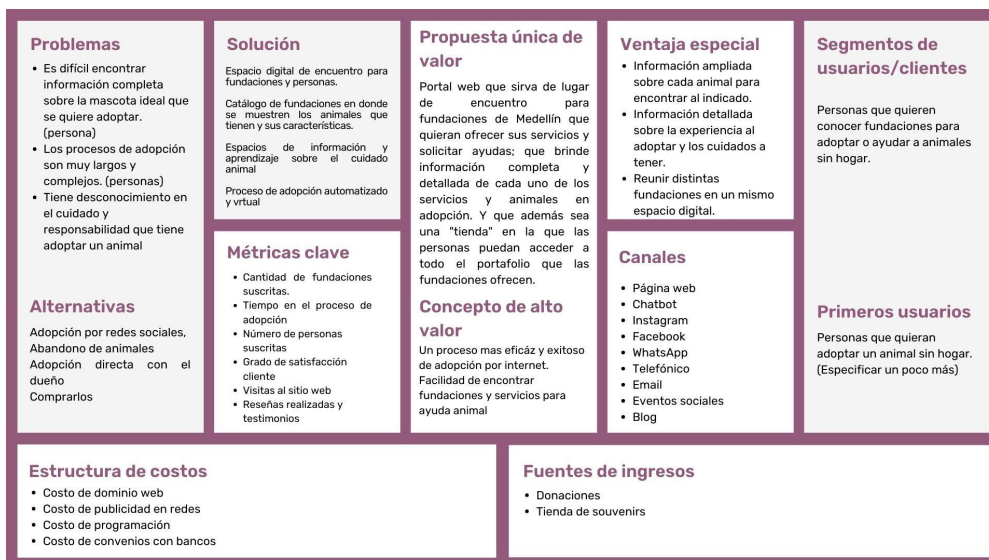
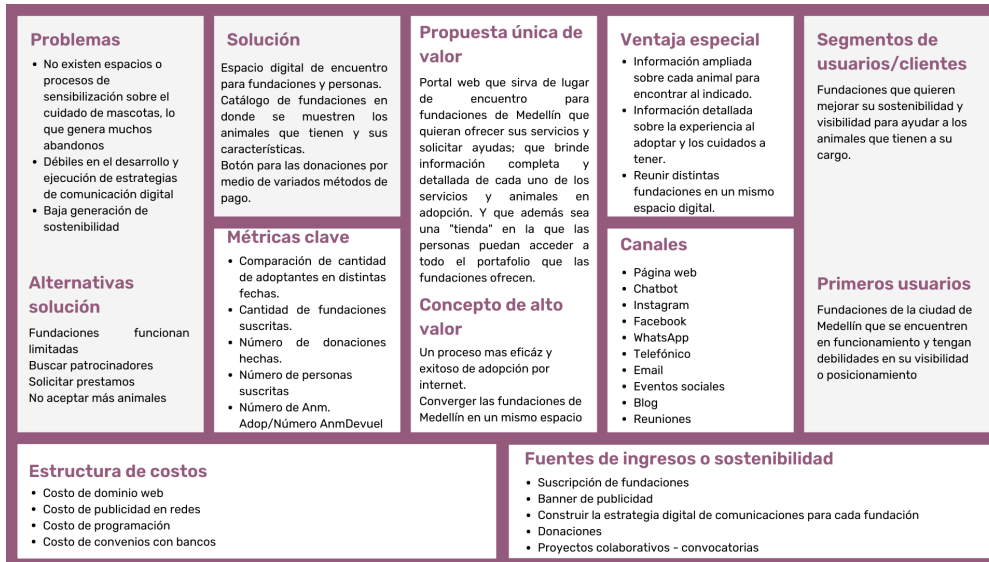


Modelo de negocio

En esta subetapa se estableció un esquema más concreto y organizado acerca de los problemas, lo que se necesitaba para solucionarlos y la formas de hacerlo. Al respecto hay que decir que para llevar un buen proceso del Modelo de negocio, se debe seguir en orden unos pasos que indican qué aspecto se define primero, y cada aspecto irá guiando al siguiente de manera en que esta definición se analice de manera correcta.

(Hacer click en las imágenes para ver el Modelo de negocio completo).

¿Cómo empezamos?



Prototipado

Para el prototipo de la página web, se reunió todo lo realizado anteriormente en la metodología y se establecieron la paleta de colores, la tipografía a utilizar, el logo del proyecto y cómo se esperaba que se viera todo en conjunto en la página web. Para realizar un acercamiento más certero, se hizo uso de la herramienta Genial.ly, que permitió realizar página por página y la interactividad dentro de estas, con algunas pocas limitaciones.

Hacer click en el link para ir al Genial.ly:

<https://view.genial.ly/62475b55203952001157e326/interactive-content-mock-up-manada>

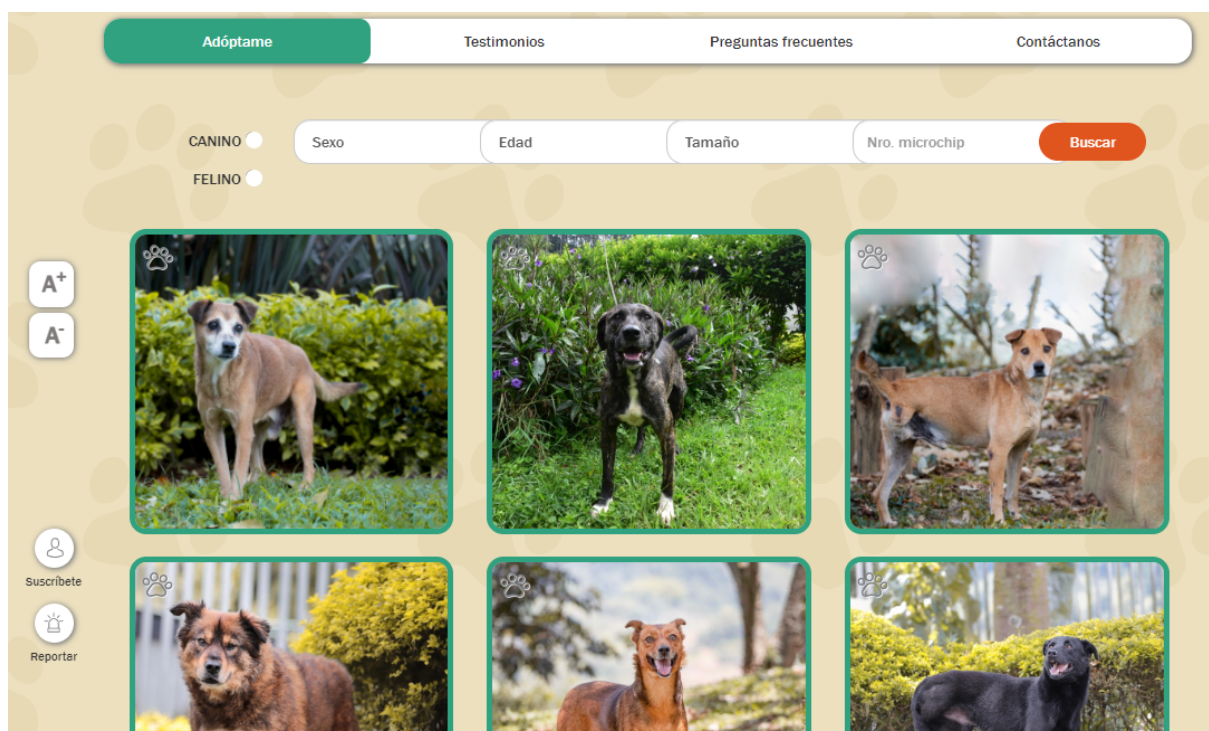
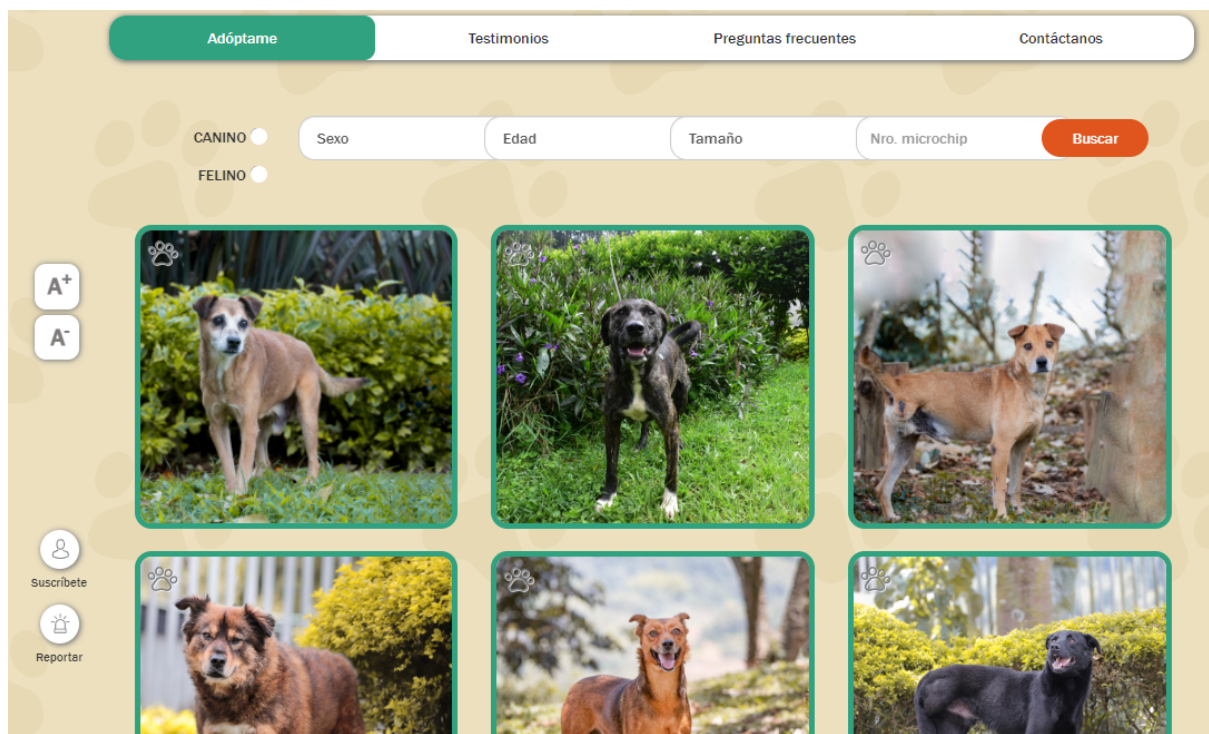
Validación

Esta etapa fue la fase final en el ejercicio académico para el trabajo de grado. Para este punto ya se tenía el *mockup* elaborado en *Genially*, por lo que se hizo una reunión con los profesores Luis Arteaga y Edwin Zea, de la Unidad de Emprendimiento de la Facultad de Comunicaciones y Filología, quienes evaluaron el prototipo interactuando con el *mockup*, explorando cada uno de los botones y las funciones de la página web. Tras realizar esta exploración, cada uno brindó sus aportes a la retroalimentación, comentarios y sugerencias que se tenían con respecto a la página web, en general y detalladamente.

5. Estado del arte

La perla: es el Portal Ambiental de la Alcaldía de Medellín, que cuenta con paneles de adopciones tipo galería que contienen las fotos de los animales y una descripción física muy corta. También contiene testimonios en los cuales las personas cuentan sus experiencias con los animales que adoptaron a través del portal. Por otra parte hay preguntas frecuentes y

contactos. Esta permite también la opción de filtrar las búsquedas en el panel de adopciones y registrarse en la página.



Organización Salvar: es una fundación sin ánimo de lucro dedicada a rescatar gatos y perros en estado vulnerable y a cuidarlos para darlos en adopción y que puedan tener una segunda

oportunidad. Para promover la organización y para su sostenibilidad, cuentan con una página *web* en la que hablan acerca de quiénes son, cuál es su equipo, de qué formas se pueden ayudar (por medio de adopción o donación) y tienen su propia tienda virtual de *souvenirs*, de la cual sacan un porcentaje de las ventas para ayudar a los animales vulnerables.



ESTO ES SALVAR

Somos una organización sin ánimo de lucro de Medellín (Colombia) que vela por defender y promover los derechos de los animales. Rescatamos perros y gatos vulnerables para brindarles una segunda oportunidad por medio de la adopción.

Nuestra mayor motivación es transformar vidas, llevar felicidad a las familias por medio de estos animales que han tenido una vida difícil y a su



PLAN PADRINO



Si quieres ayudar y no sabes cómo, puedes hacerlo de forma muy sencilla. Si tienes cuenta bancaria puedes autorizarnos para realizar un débito automático mensualmente, es decir, el banco retirará de tu cuenta el monto de dinero que tú elijas cada mes. Únete perteneciendo al "Plan padrino" y ayúdanos a Salvar más colitas.



ESTERILIZACIÓN
\$90.000 COP

DONA



VACUNAS Y DESPARASITACIÓN
\$60.000 COP

DONA



TRATAMIENTO VETERINARIO
\$400.000 COP

DONA



ALIMENTO PARA MASCOTAS
\$80.000 COP

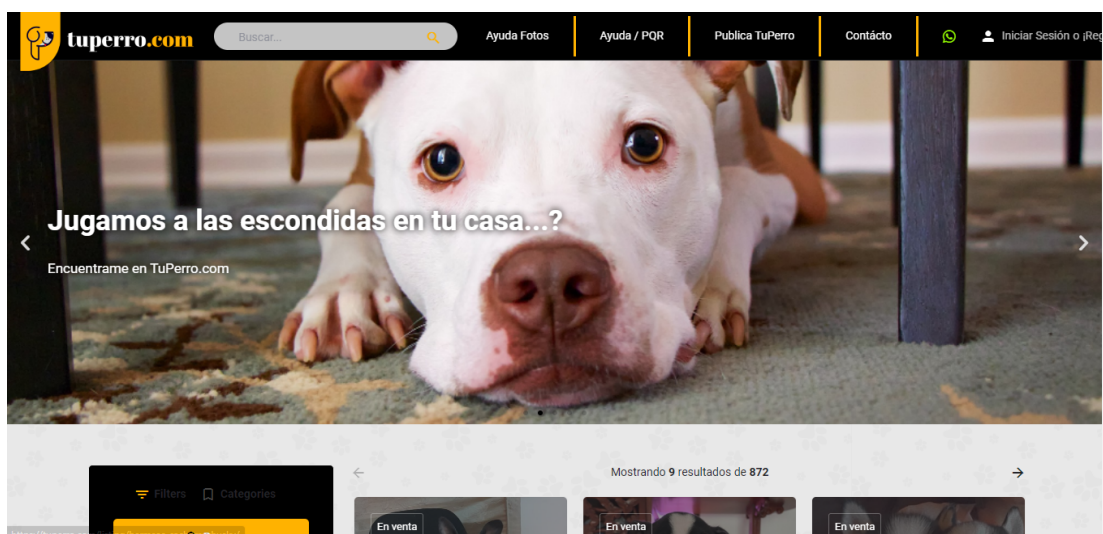
DONA

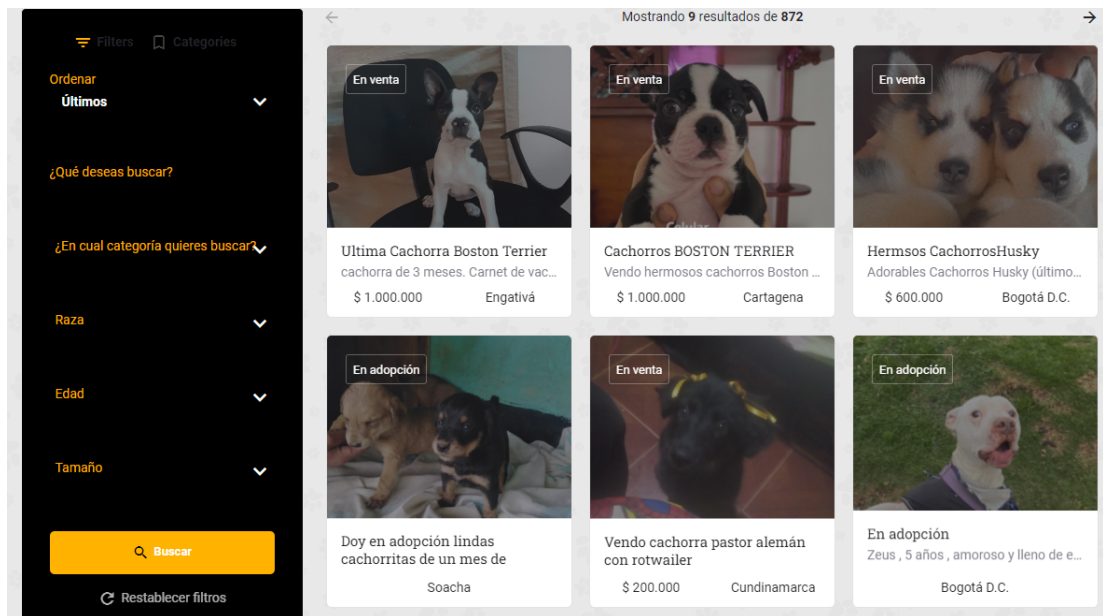


PADRINO LIBRE
\$50.000 COP

DONA

TuPerro.com: es una página en la que las personas pueden adoptar o comprar perros, esta cuenta con un buscador que clasifica y filtra las búsquedas según las necesidades de cada usuario, como raza, edad, tamaño, etc. Cuenta con un panel denominado (Ayuda fotos) en el que le explican al usuario cómo tomar buenas fotografías de los perros; otro de nombre (Ayuda/PQR) en el que se encuentra el tarifario de publicaciones, con precios que oscilan entre los \$0 y los \$200.000 pesos por paquete. En el siguiente panel está la opción de publicar, en la que el usuario puede escoger el paquete de publicaciones que se ajuste a su presupuesto y necesidad; y finalmente un panel de contacto, un enlace a whatsapp, la opción de registro de la página y un carrito de compras.





6. Referentes estéticos

Organización Salvar: con respecto al alcance y la visibilidad que busca tener *Manada*, se tendrá un espacio visual agradable, llamativo y confiable, que invite a los usuarios a navegar el sitio y a quedarse en este, todo esto por medio de la combinación de colores, tipografías, divisiones de espacios e imágenes usadas. Es a raíz de lo anteriormente mencionado que la Organización Salvar es un referente para *Manada*, ya que los colores que se emplean en su sitio web logran armonía y un atractivo que invita a pertenecer allí, al igual que el contenido que se muestra, la organización de la página y la tipografía que utilizan.

Además de lo anterior, en el portal web de *Manada* se implementará la adopción por niveles, es decir, de acuerdo a la cantidad donada, se estará en una categoría más o menos avanzada de donante; y *Salvar* es un referente para esto con su Programa Padrino, que se basa en donar diferentes cantidades de dinero escogiendo el aspecto para el cual irá este mismo, ya sea para una esterilización, vacunas, tratamiento, etc.



ESTO ES SALVAR

Somos una organización sin ánimo de lucro de Medellín (Colombia) que vela por defender y promover los derechos de los animales. Rescatamos perros y gatos vulnerables para brindarles una segunda oportunidad por medio de la adopción.

Nuestra mayor motivación es transformar vidas, llevar felicidad a las familias por medio de estos animales que han tenido una vida difícil y a su



PLAN PADRINO



Si quieres ayudar y no sabes cómo, puedes hacerlo de forma muy sencilla. Si tienes cuenta bancaria puedes autorizarnos para realizar un débito automático mensualmente, es decir, el banco retirará de tu cuenta el monto de dinero que tú elijas cada mes. Únete perteneciendo al "Plan padrino" y ayúdanos a Salvar más colitas.



ESTERILIZACIÓN

\$90.000 COP

DONA



VACUNAS Y DESPARASITACIÓN

\$60.000 COP

DONA



TRATAMIENTO VETERINARIO

\$400.000 COP

DONA



ALIMENTO PARA MASCOTAS

\$80.000 COP

DONA



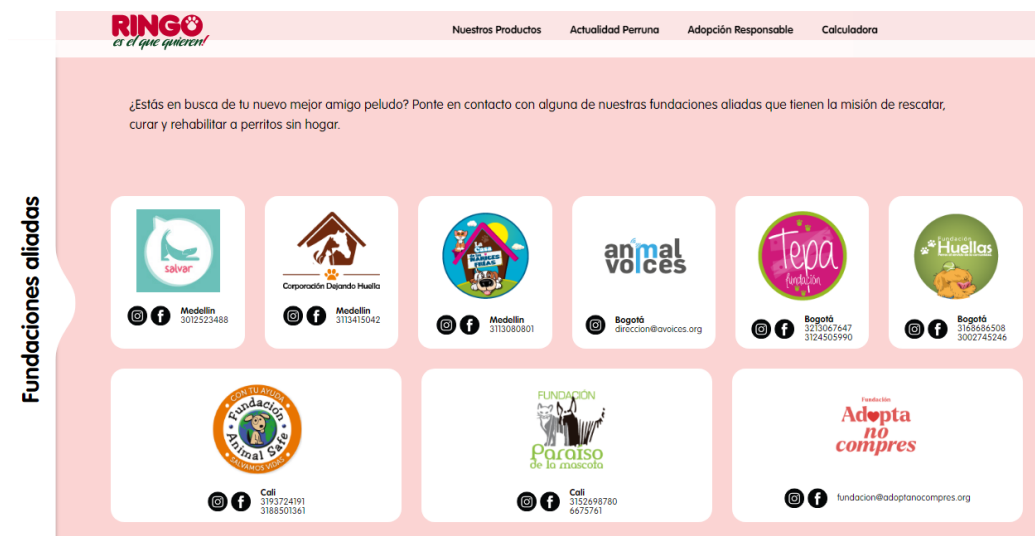
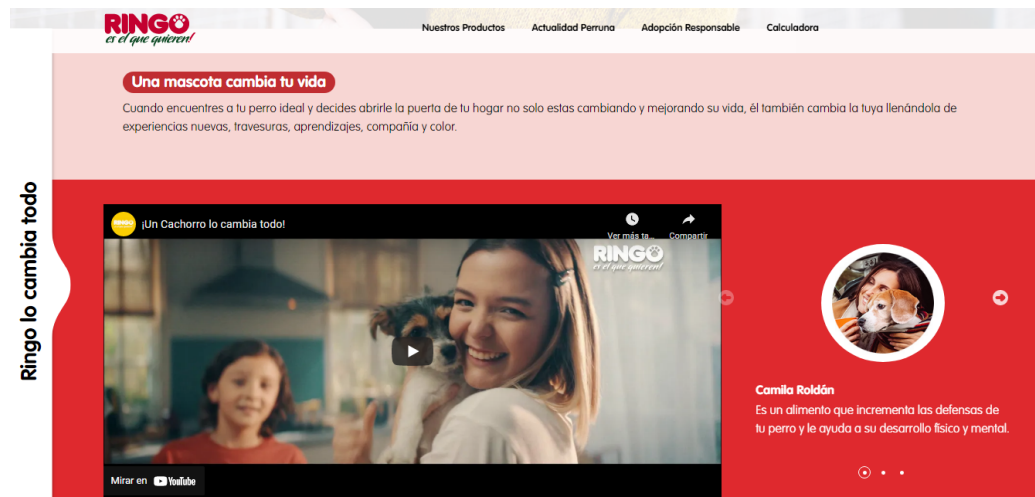
PADRINO LIBRE

\$50.000 COP

DONA

Ringo: La página de Ringo, en su apartado de adopción, reúne varias fundaciones aliadas a la marca, para que las personas que ingresen al portal *web* y quieran adoptar, encuentren fácilmente dónde y cómo pueden hacerlo. Este apartado es un referente importante para Manada, puesto que la página recogerá fundaciones en un solo espacio digital y le facilitará a los usuarios conocer de estas, saber los servicios que ofrecen, los animales que se pueden adoptar y su proceso para hacerlo.

Aparte de esto, y como ya se mencionó anteriormente, la identidad visual de la página es un aspecto primordial al momento de darle visibilidad a Manada; y por el uso de colores, tipografías, espacios e imágenes, la página web de Ringo es atractiva para el usuario y un referente para este proyecto.



Perros para adoptar en Medellín: en la búsqueda de una adopción responsable y segura, *Manada* determinó que uno de los factores importantes para que esto se cumpla, es informarle a las personas todos los cuidados y responsabilidades afectivos y económicos que conlleva el tener una mascota, para que así se realice un proceso consciente y se disminuya el abandono; aspecto que se evidenciará en la página web de Manada. Es por esto que el *blog*

Perros para Adoptar en Medellín es un referente, ya que en sus artículos hablan de las cosas que se deben saber antes de tener un perro.

3 cosas que debes saber antes de adoptar un perro

Ahora que ya sabes cuáles son las mejores fundaciones para encontrar perros para adoptar en Medellín, es importante que sigas algunos consejos que tenemos para darte, antes de que des el gran paso de llevar a un nuevo compañero a tu hogar.

1. Debes tener tiempo:

A los perros no les gusta estar solo y por eso siempre buscan la compañía de sus dueños. Por eso, si vas a adoptar un perro piensa si en verdad tienes el tiempo para compartir todos los días con él, sacarlo a pasear, darle de comer, etc. No se trata de que no trabajes y pases todo el día en casa, sino de que diariamente puedas compartir una buena porción de tu tiempo con tu perro.

2. ¿Cachorro o viejo?

Debes averiguar qué es lo que más se adapta a tu estilo de vida. En la fundación en la que adoptes a tu perro pueden orientarte con respecto a este tema.

Pero nosotros podemos adelantarte que, los cachorros tienen mucha energía y sobre todo durante el primer año de vida son demasiado inquietos y requieren de mucha atención.

Por su parte, los perros ancianos son muy relajados, calmados y no necesitan realizar tantas actividades para quemar energía en el día; sin embargo, estos últimos sufren más enfermedades y requieren de un mayor control veterinario.

3. Tendrás que gastar dinero:

No gastarás una enorme cantidad de dinero al mes en tu mascota, a menos que tenga alguna enfermedad y requiere de un cuidado muy especial. Pero el gasto que regularmente se hace en los perros no es tampoco insignificante. Por lo cual, tienes que estar preparado para poder realizar estos gastos, ya que tienes que comprar alimentos, medicinas, juguetes, accesorios, pagar las consultas al veterinario, pagar las vacunas, esterilización y todo lo que sea necesario para tu mascota.

Con estos consejos que te hemos dado y la lista de fundaciones para encontrar perros para adoptar en Medellín ya puedes iniciar tu búsqueda del peludo perfecto para tu vida.

No te asustes con la responsabilidad que representa un perro, pues cuando te adaptas al animal y aprendes a vivir con todo lo que implica tenerlo en tu vida, toda la experiencia fluye y es completamente agradable.

Ánimate y adopta pronto a un perrito, te aseguramos que será una de las mejores decisiones de tu vida.

7. Referencias bibliográficas

Morales, N., & Gómez, C. (2021, August 20). *Ringo y Mirringo continúan con el rescate de los animales en estado de abandono*. LaRepublica.co. Retrieved from <https://www.larepublica.co/empresas/ringo-y-mirringo-continuan-con-el-rescate-de-lo-s-animales-en-estado-de-abandono-3220035>

Pérez, M. J. (2022, January 20). *El 99,7% aseguró que sus mascotas contribuyen a su felicidad*. T13. Retrieved from

<https://www.t13.cl/noticia/nacional/primera-encuesta-nacional-mascotas-997-aseguro-contribuyen-su-felicidad>

Orellana Nirian, P. (2020, August 2). *Sostenibilidad - Qué es, definición y concepto* | 2022. Economipedia. Retrieved from

<https://economipedia.com/definiciones/sostenibilidad.html>

Comunidades Virtuales. (n.d.). *Concepto*. Retrieved April 23, 2022, from:

<https://concepto.de/comunidades-virtuales/>

López, S. (2021, August 20). *Por más perros y gatos felices, mejor alimentados y cuidados en Colombia*. ACIS. Retrieved from:

<https://acis.org.co/portal/content/noticiasdeinteres/por-m%C3%A1s-perros-y-gatos-felices-mejor-alimentados-y-cuidados-en-colombia>

QUE SON LOS PROYECTOS COLABORATIVOS | *Web Oficial EUROINNOVA*.

(n.d.). Euroinnova. Retrieved from:

<https://www.euroinnova.co/blog/que-son-los-proyectos-colaborativos>

Crowdfunding - Qué es, definición y concepto | 2022. (n.d.). Economipedia. Retrieved

from <https://economipedia.com/definiciones/crowdfunding-micromecenazgo.html>