

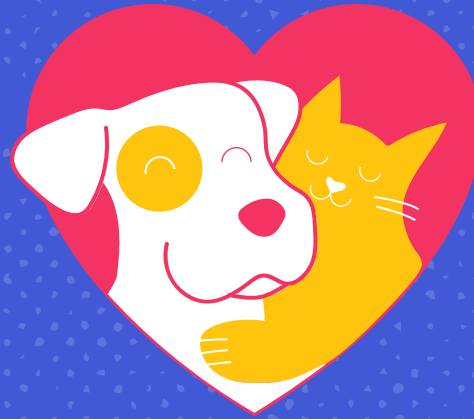
PEDACITO MÍO

Kit para acompañar el proceso de duelo ante la
pérdida de un animal de compañía

Memoria para optar a Título de Diseñadora, mención Industrial y Servicios

Francisca Mancilla Henríquez

Profesor Guía: Pablo Domínguez González
Santiago, Chile
Julio, 2022



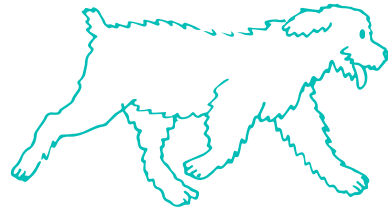
PEDACITO MÍO

Kit para acompañar el proceso de duelo ante la
pérdida de un animal de compañía

Memoria para optar a Título de Diseñadora, mención Industrial y Servicios

Francisca Mancilla Henríquez

Profesor Guía: Pablo Domínguez González
Santiago, Chile
Julio, 2022



Dedicado a todos los fieles animales de compañía que han partido.

Siempre vivirán en los corazones de quienes los amaron.

Quiero partir agradeciendo enormemente a mi familia por su apoyo incondicional en todas las decisiones que he tomado en mi vida. Los adoro.

A Yair, mi gran compañero y apoyo fundamental en todo momento, te amo tanto.

Mi profe guía Pablo Domínguez, quien me escuchó y ayudó a enfocar el mundo de posibilidades de esta tesis.

A cada una de las personas que participaron en las encuestas y ayudaron a modelar este proyecto.

A mi perrito Thor, por acompañarme siempre, incluso mientras escribo estos agradecimientos.

Y a Woody, gracias por ser una inspiración.
Este proyecto es para ti

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

Resumen	8
Abstract	9
Introducción	10
Fundamentos del área de estudio	11
Problemática	
Objetivos	12
Objetivo General	
Objetivos Específicos	
Metodología	13

MARCO TEÓRICO

Animal de Compañía

Domesticación y vínculo persona-animal de compañía	16
La Tenencia Responsable y su Regulación en Chile	21

Duelo

¿Qué es el duelo?	24
¿Qué sucede cuando la mascota muere?	28
El rito funerario como hito del duelo	30

Diseño

Diseño emocional	32
Diseño emocionalmente duradero	35
Diseño Positivo	36

FORMULACIÓN PROYECTO DE DISEÑO

Contexto	38
Usuario	46
Estado del arte	51

PROCESO DE DISEÑO

Planteamiento del proyecto	63
Mapa estado preliminar	64
Levantamiento de Requerimientos y Atributos	65
Conceptualización	69
Conceptos Estructurales	70
Lluvia de ideas	74
Propuesta Formal	76

DESARROLLO PROPUESTA DE DISEÑO

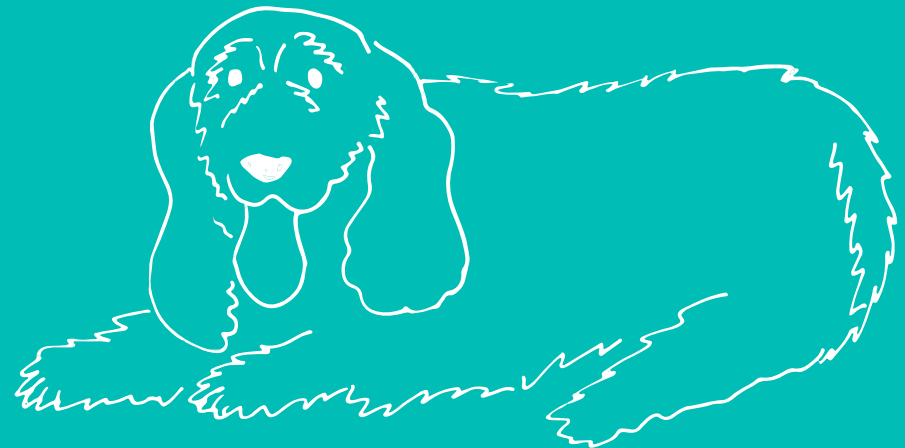
Identidad visual	78
Quemador de esencias: Amigo de Luz	82
Guatero de semillas: Amigo de Semillas	92
Macetero: Amor Floreciente	101
Bitácora de los buenos recuerdos	109
Packaging	119
Validación	126
Plan de negocios y costos	133

CONCLUSIONES	136
---------------------	-----

PROYECCIONES	137
---------------------	-----

BIBLIOGRAFÍA	138
---------------------	-----

INTRODUCCIÓN



RESUMEN



Los animales de compañía a través de los años han logrado posicionarse en el núcleo familiar de tal manera que se han considerado un integrante más en las familias. Por lo que el deceso del animal puede ser tan significativo como la pérdida de un ser querido para el cuidador de este, trayendo consigo diferentes consecuencias a nivel psicológico, físico y social.

Este proyecto se enmarca dentro del enfoque cualitativo, centrado en el estudio del proceso de duelo ante la pérdida de un animal de compañía y generación de productos que respondan a los requerimientos concluidos. La recolección de información relevante se llevó a cabo mediante encuestas sobre el tema y una exhaustiva revisión de material e información de artículos científicos y tesis de Diseño, Psicología, Medicina Veterinaria y Administración de empresas relacionadas con la relación entre las mascotas y humanos, el proceso de duelo y la industria de los rituales exequiales/fúnebres.

Como resultado del análisis realizado al Marco Teórico, Estado del Arte y Contextualización, el proyecto obtiene una propuesta de diseño que consiste en la realización de elementos simbólicos tangibles de acompañamiento durante el proceso de duelo por la pérdida de un animal de compañía y la realización de los respectivos prototipos para identificar la materialidad y proceso productivo más pertinente para cada caso.

Palabras Claves

Animal de compañía
Empatía
Acompañamiento
Proceso de Duelo
Productos customizables

The companion animals through the years have managed to position themselves in the family nucleus, being considered one more member of the family. Therefore, the death of the animal can be as significant as the loss of a loved one for its caregiver, bringing with it different consequences at a psychological, physical and social level.

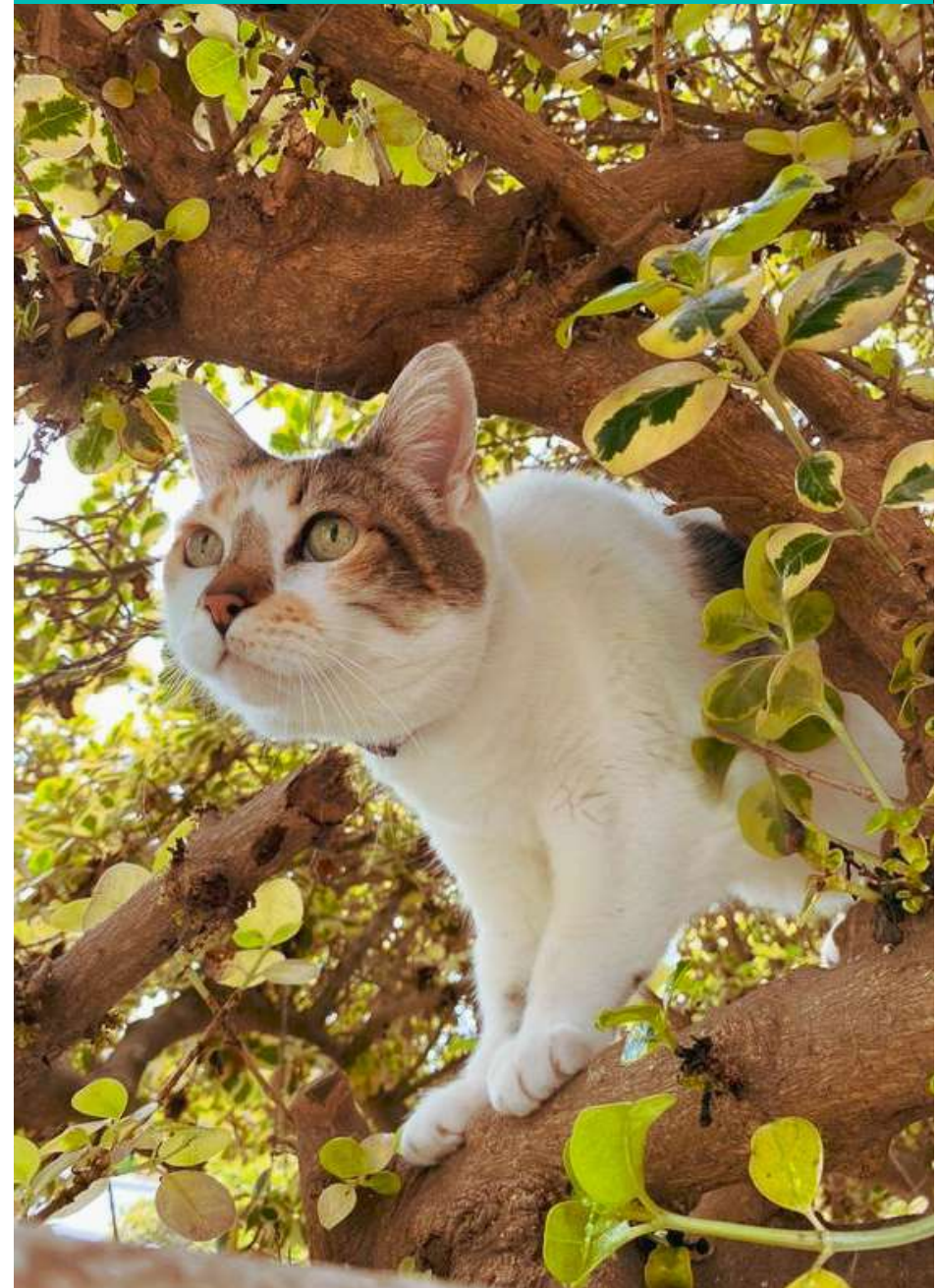
This project is part of a qualitative approach, focused on study of the grieving process by the loss of a companion animal and the generation development of products that respond to postulated requirements. The collection of relevant information was carried out through surveys on the subject and an exhaustive review of material and information from scientific articles and theses on Design, Psychology, Veterinary Medicine and Business Administration related to the relationship between pets and humans, process of bereavement and funeral rituals industry.

As a result of the analysis carried out on the Theoretical Framework, State of the Art and Contextualization, this project obtains a design proposal that considers the realization of tangible symbolic elements of accompaniment during the grieving process of the loss of a pet and the realization of the respective prototypes to identify the most relevant materiality and production process for each case.

Key Words

Pet
Empathy
Accompaniment
Grieving process
Customizable products

ABSTRACT



INTRODUCCIÓN



La Escuela de Medicina Veterinaria de la Pontificia Universidad Católica de Chile junto con el Programa Mascota Protegida de la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo (Subdere) realizaron el primer Censo de perros y gatos en Chile (2022). Se contabilizaron 12.482.679 caninos y felinos con dueños, de los cuales se distribuyen en 8.306.650 y 4.176.029 respectivamente. Para evidenciar la gran cantidad de población animal que existe en el país, se puede comparar con el número de habitantes entregado por el Censo realizado en Chile el año 2017 que logró contabilizar a 17.574.003 personas. Simplificando esta información, la razón matemática entre habitantes en Chile y perros y gatos domésticos en el país es de 1,4.

Estos datos no solo expresan la cantidad de animales en relación a habitantes en Chile, sino que también una implícita evolución en la relación entre las personas y animales, ya que estos últimos según lo expresado por Zinn y Beck (2014) han pasado de ser una fuente de alimento, abrigo y protección a ser considerados compañeros de vida, un integrante más en el núcleo familiar y dependiendo del significado y valor que el cuidador le atribuya (Schvaneveldt, et al., 2001), el animal incidirá directamente en la vida de este, generando un impacto a nivel psicológico y emocional (Gomez, et al., 2007), se convierte en un acompañamiento incondicional, aumentando la autoestima e integración social.

Así como las mascotas aportan beneficios de carácter formativo a quienes conviven con ellas, su deceso puede ocasionar síntomas similares al que una persona experimenta tras el fallecimiento de un pariente cercano (Wrobel y Dye, 2003, en Walsh, (2009b)). Sin duda, el duelo es uno de los procesos más dolorosos que puede vivir el ser humano. Sumado a lo anterior, el proceso de duelo producto de la pérdida de una mascota puede llegar a ser difícil de experimentar adecuadamente producto de los prejuicios por parte del entorno social que minimizan la importancia de la pérdida o partida del animal llevando muchas veces a la invalidación de la emoción del cuidador de esta.

Fundamentots del problema

En Chile existen más de 12 millones de perros y gatos considerados como mascotas que viven en un hogar, estos animales cumplen un rol fundamental en el núcleo familiar pasando a ser un integrante más, ocasionando un impacto a nivel psicológico y social en las personas que conviven con ellos.

La muerte es un factor inevitable del ciclo vital y lastimosamente los animales de compañía tienen expectativas de vida significativamente más bajas que la del ser humano, por lo tanto, es muy común que una persona pase por más de un proceso de duelo ante la pérdida de una mascota a lo largo de su vida. Este tipo de duelo a veces no es mayormente valorado debido a que se trate de la muerte de un animal, no obstante, en este proyecto se enfatizará en la importancia de realizar acciones y procesos conmemorativos de despedida ante la muerte del animal de compañía y ayuda para que las personas puedan superar cada etapa del duelo.

Delimitación del problema

Esta investigación está enfocada en la comprensión del vínculo generado entre Humano-Animal y proceso de generación de productos enfocados en el acompañamiento del proceso de duelo ante la pérdida de un animal de compañía.

Tipo de investigación

Investigación de carácter cualitativo.

Problemática

La comprensión de la importancia de los animales de compañía y su vínculo con sus cuidadores ayudaría a generar una propuesta enfocada en el acompañamiento de las personas que estén pasando por un proceso de duelo ante la pérdida de la mascota.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Generar una propuesta de línea de productos enfocados en la colaboración y acompañamiento simbólico durante el proceso de duelo ante la pérdida del animal de compañía de su cuidador.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Comprender el vínculo generado entre Humano-Animal doméstico y la relevancia que se le da en la actualidad.

Indagar sobre el proceso de duelo en personas que han sufrido la pérdida de su mascota.

Analizar estrategias, técnicas y materialidades de distintas áreas que permitan formular herramientas adecuadas de acompañamiento durante el proceso de duelo en los cuidadores. (a través de un producto/ kit).

INDICADORES

Levantamiento y análisis de información de tesis relaciona

Realización de encuestas, entrevistas y dinámicas en redes sociales para determinar cómo es el proceso de duelo.

Desarrollo de maquetas y prototipos de los productos propuestos.

METODOLOGÍA

Para definir el desarrollo del proyecto de diseño, se decidió elaborar la metodología de Doble Diamante de Design Council, debido a que se puede proponer una línea de trabajo tanto convergente como divergente logrando así comprender el sistema más adecuado para lograr cumplir los objetivos, detectar oportunidades y errores en momentos oportunos para llegar a una solución final capaz de satisfacer las necesidades del usuario.

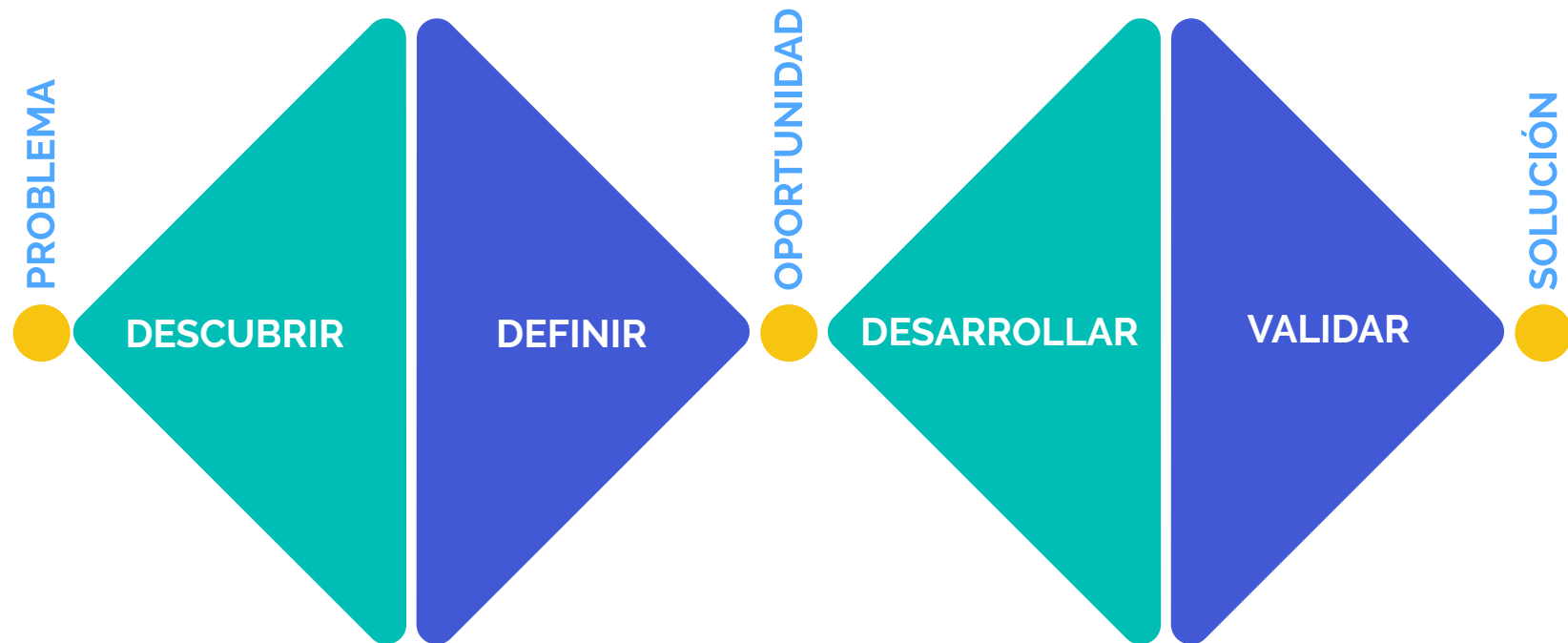


FIG. 1, Esquema método doble diamante, elaboración propia

● PROBLEMA

DESCUBRIR

PROPÓSITOS

Levantamiento de tópico
Seleccionar área de estudio
Investigación básica

ACCIONES

Revisión temas contigentes y de interés personal.
Conversación con profesor guía
Construcción modelo teórico, mapa conceptual con tópicos relacionados al tema.

RESULTADOS

Elección tema de investigación.
Orientación enfocada al tema
Selección de tópicos relacionados para poder redactar el marco teórico.

DEFINIR

Identificar el usuario

Elaboración de la propuesta

Previsualización de propuesta de diseño

Realización de encuestas, entrevistas, mapa de empatía y creación de arquetipo.

Revisión estado del arte, creación de requerimientos y atributos.

Tabla de estado preliminar

Definición del usuario ideal para el proyecto.

Obtención de características esenciales para el producto final.

● OPORTUNIDAD

DESARROLLAR

Formulación de productos y servicios

Creación de la marca e identidad visual.

Prototipado y testeo

Brainstorming con respecto a los conceptos identificados.

Prueba de materiales.

Elección tema de investigación.

Orientación enfocada al tema
Selección de tópicos relacionados para poder redactar el marco teórico.

VALIDAR

Levantamiento de tópico

Seleccionar área de estudio

Investigación básica

Revisión temas contigentes y de interés personal.

Conversación con profesor guía

Construcción modelo teórico, mapa conceptual con tópicos relacionados al tema

Elección tema de investigación.

Orientación enfocada al tema
Selección de tópicos relacionados para poder redactar el marco teórico.

● SOLUCIÓN

MARCO TEÓRICO

DOMESTICACIÓN Y VÍNCULO PERSONA - ANIMAL DE COMPAÑÍA

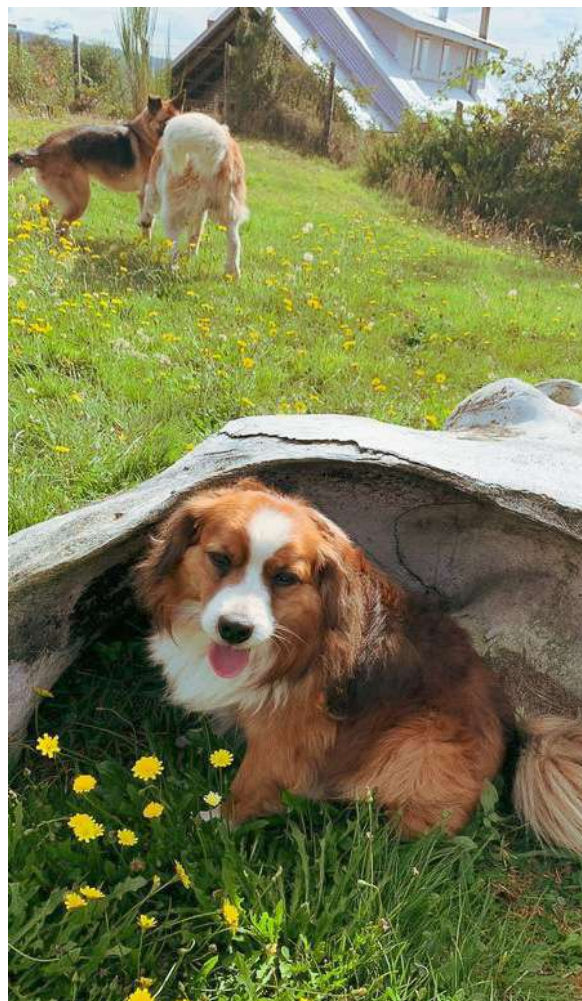
Para Walsh (2009) la domesticación y socialización que se ha dado entre seres humanos y animales fue un proceso de cooperación y coevolución dado a la necesidad que compartían de tener un refugio, comida y protección, dando cabida a la generación de vínculos afectivos entre ellos. Si bien esta relación está conformada por humanos y animales de diferentes especies, al paso de las décadas se ha orientado en la cercanía entre personas y animales domesticados, esto es debido a la vinculación e interacción entre ellos (Páramo, et. al., 2011).

La Antrozología se define como el estudio científico interacciones humano-animal. (DeMello, 2012). Este vínculo ha sido definido por la American Veterinary Medical Association (AVMA) como la relación dinámica y beneficiosa tanto para las personas y otros animales, influenciada por los comportamientos elementales para la salud y bienestar mutuo (Wollrab, 1998). Esta definición hace referencia al deseo de convivir con animales y al amor que las personas sienten por estos animales (Fine & Mackintosh, 2016).

Actualmente, algunas especies de animales son respetados e identificados como compañeros de vida indispensables para la supervivencia y salud de las personas. Esto hace referencia a las denominadas mascotas o animales de compañía (Díaz, et. al., 2016), los cuales tienen la particularidad de no cumplir un rol económico y práctico para el humano (Mornement, 2018), sino que genera interacciones íntimas con su respectivo cuidado, considerándolo como individuos únicos, empáticos y conscientes de la relación existente (Sanders, 1993). Las relaciones saludables entre los cuidadores y animales de compañía implican interacciones significativas que tienen una gran influencia tanto en la conducta y salud tanto humanos y animales (Fine, 2019). Las relaciones entre mascotas y cuidadores se caracterizan por el afecto mutuo y duradero (Herzog, 2014)



Un caso a destacar es lo que ocurre con los animales de especie canina, quienes desde sus inicios, su domesticación fue enfocada principalmente en trabajos de arreo de trineos, caza y pastoreo de ganado (dependiendo de la cultura y espacio geográfico en el que habitaban) fue evolucionando hasta convertirse en la mascota favorita en los hogares de todo el mundo (Serpell, 2000). Hoy en día existe un gran apogeo de la especie canina como mascota, esto es debido a su fácil tenencia, la compañía que brindan, sus peculiares y distintivas personalidades, además que son divertidos de observar (Gómez, et. al., 2007). Y complementando con lo anterior, el prestigioso científico y autor de *Dog Is Love: Why and How Your Dog Loves You* Wynne (2019) remarca que los perros se convirtieron en los perfectos compañeros debido a la gran capacidad que tienen ellos de amar, por lo que se vuelven seres únicos para las personas que se relacionan con ellos, pudiendo conformar intensos vínculos afectivos con sus cuidadores a lo largo de sus vidas (Tópal, et. al., 1998)



Otra de las especies mundialmente populares en los animales de compañía son los gatos (Mori et al., 2019). Uno de los factores que inciden en el vínculo generado entre el cuidador y un gato doméstico es el temperamento de este animal de compañía (Travnik, et. al., 2020) pues la compatibilidad entre ambos juega un papel fundamental para la generación de esta relación y la búsqueda del bienestar del felino.

Según la Encuesta de Cadem realizada el año 2019 Los animales de compañía que también predominan dentro de los hogares en Chile son las aves domésticas, conejos, hámster, reptiles, peces, erizos de tierra, tortugas, entre otros. Sin embargo, algunas relaciones con ciertas especies pueden tornarse relativamente parasociales y hasta unilaterales, a diferencia de las lazos creados con los caninos y felinos. (Díaz Videla, 2020)

TEORÍAS DEL VÍNCULO HUMANO-ANIMAL

Dentro de la antrozoología se pueden encontrar tres teorías que fundamentan el vínculo humano-animal, estas son la hipótesis de la biofilia, la teoría del apego y la teoría del apoyo social (Fine, 2019).

La hipótesis de la biofilia

El término biofilia significa “amor a la vida o cosas vivientes” (Fine & Mackintosh, 2016) y haciendo referencia a la asociación instintiva de los humanos con el mundo natural, implicando el deseo de las personas y su inclinación a prestar atención y conectarse con animales son una tendencia biológica (Wilson, 1984). Esta hipótesis justificaría por qué las personas experimentan una conexión emocional y compasión hacia un animal herido, incluso desear la tenencia de un animal de compañía (Herzog, 2014).

La teoría del apego

Desarrollada por John Bowlby (1969) para describir en un comienzo la relación existente entre padres y niños pequeños acerca de brindar protección y cuidados. Hoy esta teoría encaja perfectamente en las dinámicas relacionales entre cuidadores y sus mascotas (Díaz Videla, 2017a). De acuerdo con Bowlby, las personas, como muchos animales, están biológicamente predispuestos para buscar y conservar un contacto físico y conexión emocional con figuras que se vuelven familiares, a las que les confía protección tanto física y psicológica (Sable, 2013).

Teoría del Apoyo Social

Esta teoría tiene relación con los aspectos vinculares y mecanismos por los cuales la tenencia de mascotas puede traer consigo beneficios a la salud de las personas (Serpell, 2006). Estos se derivan en gran medida del rol de los animales como apoyo social, amortiguando el estrés de la vida diaria de su cuidador. La evocación mental y presencia física de un animal de compañía incrementarían la autoconfianza y disminución de la presión arterial de su cuidador ante la presencia de una situación estresante (Videla, 2020).

LA MASCOTA, UN INTEGRANTE MÁS EN LA FAMILIA

Para Leow (2018) tanto los miembros humanos de la familia como sus mascotas desarrollan un sistema funcional en base a la integración del animal en las rutinas del hogar. Estas pueden ser como compartir la cama, horarios de la merienda o incluso festejos socioculturales. Además de considerarse la mascota como una compañía según Rivas, Pautt & Bent (2017) es también un agente de resiliencia ya que genera bienestar y es un puente para la comunicación entre los miembros del hogar. Debido a la incidencia del animal de compañía dentro de la familia, se plantea la tipología Familia Multiespecie. Este concepto se fundamenta gracias al lazo afectivo creado entre los integrantes y debe considerarse como núcleo familiar al igual que la sociedad conyugal, parental o simple, respetando sus derechos y responsabilidades (Disconzi, et. al., 2017)

Desde la psicología se ha señalado que se evidencian comportamientos diferenciales entre familias integradas por humanos que incorporan a su animal de compañía en su núcleo familiar, ya que sus dinámicas tienen variaciones respecto a núcleos familiares sin mascotas (Zuñiga-Benavides, 2021) En los siguientes párrafos se expresan a rasgos generales diferentes etapas de la vida de una persona y el

vínculo tradicional que genera con una mascota inserta en su núcleo familiar.

Los niños que establecen relaciones con animales poseen mayor confianza interactiva (Walsh, 2009), mayor autoestima y seguridad. Esto se debe a que le atribuyen un rol de hermanito menor a los que hay que cuidar (Turner, 2005).

Ya entrando a la adolescencia, las personas experimentan sentimientos de soledad e incompreensión por los demás, por lo que la mascota cumple un rol de compañía y apoyo, convirtiéndose en una fuente de amor incondicional.

Se ha identificado que durante la juventud, muchas parejas que aún no han querido concebir hijos (Salas, 2018), han optado por adoptar una mascota (Díaz, 2015), la cual los ayudará a adquirir la capacidad para ofrecer cuidados alimentarios, afecto y contención.

Muchos de los cuidadores en su etapa de juventud se refieren a sus mascotas como sus hijos, especialmente las de género femenino ya que tendrían la tendencia a desarrollar un rol maternal hacia estas.



En la etapa de la adultez del ser humano es donde se puede evidenciar un gran apego, ya que el animal de compañía cumple diferentes roles, entre ellos, ser fuente de consuelo, compañeros en quienes confiar (Lem, et. al., 2013) e incluso ser sustituto para llenar el vacío que dejó algún miembro de la familia (Albert, et. al., 1988).

Finalmente cuando los miembros de familia atraviesan la adultez mayor, encontrarán en sus mascotas fuente de distracción y expresión de afecto.



Citando las líneas de Acero (2017) "El cambio más importante en la relación humano-animal contemporánea es la significación del animal de compañía como miembro de la familia". Como se ha mencionado anteriormente, ya es una realidad, los animales de compañía están insertos en la vida de las personas de manera íntima, llegando a ser parte del núcleo familiar, trayendo consigo una influencia positiva en la salud humana y contribución en la felicidad de quienes interactúan con ellos. Esta influencia ha sido estudiada desde aspectos neurofisiológicos, psicosociales y terapéuticos (Friedmann, et. al., 1980).

Las mascotas tienen un impacto directo en el bienestar psicológico y emocional de los que lo rodean. Según Gómez, Atehortúa y Orozco (2007) "En estados de depresión, estrés, duelo y aislamiento social, las mascotas se convierten en un acompañamiento incondicional, aumentando la autoestima y el sentido de responsabilidad, que necesariamente genera una mejor integración con la sociedad". De esta manera, los animales aportan a la salud mental de sus cuidadores.

Desde la perspectiva neurofisiológica se ha evidenciado que al tener una interacción positiva, en este caso, compartir con un animal, el ser humano libera dopamina, endorfinas, oxitocina y vasopresina, las hormonas responsables del proceso biológico que desata el sentimiento de felicidad (Brown, et. al., 2012)

También logran mejorar la vida comunitaria, como "antídoto" para el anonimato humano en sitios públicos de la sociedad actual. Un ejemplo es cuando entre vecinos se solicitan favores que giran en torno a la mascota, creando un lazo de alta confianza y solidaridad entre ellos (Wood, et. al., 2005).

Así como los animales de compañía o mascotas aportan beneficios a la salud y bienestar de las personas, su partida puede generar enormes vacíos en los sistemas que están insertos. Se ha reportado que el 85% de sus dueños afirman mantener síntomas de duelo por el fallecimiento de su mascota, donde en más de un tercio de los mismos mantienen éstos síntomas pasados seis meses (Walsh, 2009b).

TENENCIA RESPONSABLE DE MASCOTAS



FIG. 2, Esquema resumen Tenencia Responsable elaboración propia

Según la Organización Mundial de Sanidad Animal (2015), la tenencia o propiedad responsable de animales de compañía se entiende como la situación en que una persona acepta y se compromete a satisfacer las necesidades tanto comportamentales, ambientales y físicas del animal de compañía que acogió, previniendo cualquier riesgo que puede ocasionar para la comunidad, tanto para otros animales o para el medio.

En diciembre de 2021 la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo (Subdere) en conjunto con la Facultad de Medicina Veterinaria de la Pontificia Universidad Católica (PUC) realizaron la primera Encuesta Nacional de Tenencia Responsable (considerando solo las especies canina y felina), en la cuál se obtuvieron los siguientes resultados:

4.916.792 viviendas tiene al menos una mascota en Chile, de las cuales 67% (8.306.650) corresponde a caninos y el 33% (4.176.277) felinos. Por otro lado, existen 4.049.277 animales que no tienen ninguna supervisión.

El 89,1% de las personas encuestadas tienen mascota por compañía, 4,7% por seguridad y solo el 1,5% para caza.

Sobre el ámbito de la salud, se rescata que el 65% lleva a su mascota al veterinario al menos una vez al año, el 50,3% tiene su vacunación al día y el 71,3% le realiza una desparasitación cada seis meses a su animal de compañía.

En ámbitos geográficos, el 84% de la especie canina a nivel nacional se encuentra localizada en zona urbana, por lo que el 16% se encuentra en zona rural. En el caso de los felinos, el 86% se encuentra en zona urbana y el 14% en zona rural.



La Ley de Tenencia Responsable de Mascotas y Animales de Compañía o Ley Cholito promulgada en Chile el año 2017 (SUBDERE, 2017), se define como un conjunto de obligaciones que debe cumplir la persona que decide aceptar a una mascota o animal de compañía. Dentro de los requisitos descritos en esta ley, se destacan los siguientes puntos que deberá cumplir la persona que esté a cargo de la mascota:

Registrar al animal de compañía ante la autoridad e implementar un dispositivo electrónico (microchip) el cual tiene un código único de 15 dígitos y permite asociar a dicho código todos los datos del animal y de su responsable. Este registro contempla un sistema único, estandarizado e incorporado al animal de manera inseparable.

Responsabilizarse de su alimentación e higiene tanto del animal como del espacio en donde habita.

Velar por el bienestar del animal a lo largo de su vida. De lo contrario, el abandono de animales es considerado maltrato y crueldad animal y será sancionado de acuerdo a lo establecido en el artículo 291 bis del Código Penal.

Velar por la salud de su mascota. Dentro de los cuidados de salud más importantes para un animal de compañía se encuentra el acceso a asistencia médica veterinaria (World Small Animal Veterinary Association, 2016), a la vacunación correspondiente a su edad, el control de parásitos tanto internos como externos, su identificación y esterilización. Este último es un factor importante dentro de las estrategias de prevención de sobrepoblación animal, ya que es fundamental evitar los nacimientos de camadas no deseadas para disminuir la población de mascotas sin hogar (Rohlf, et. al., 2010).

Responder civilmente por los daños que cause el animal a terceros (Núñez, 2019).

Los ministerios del Interior y Seguridad Pública, Salud y Educación (a nivel central) y las municipalidades (a nivel local) son los encargados de fiscalizar y responsabilizarse por el cumplimiento de la "Ley Cholito" y por otro lado organizaciones sociales de cuidado y protección animal tendrán que promover la educación en la ciudadanía.

¿Qué es el duelo?

Según la Real Academia Española (2020), el duelo se define como

“Demostraciones que se hacen para manifestar el sentimiento que se tiene por la muerte de alguien, dolor, lástima, aflicción o sentimiento”

La palabra duelo proviene del latín y viene de dos raíces; por un lado significa pena, dolor y también duellum, que alude a combate entre dos fuerzas. A nivel conceptual, ambos aluden al dolor, sufrimiento y desafío (Morer, et. al., 2017). El duelo es, por regla general, la reacción frente a la pérdida de una persona amada o de una abstracción que haga sus veces, como la patria, la libertad, un ideal, etc.” (Freud, 1917, p.1). Se considera como un proceso psicológico producido a partir de la muerte de una persona o ser querido, es una experiencia humana universal, única (en el sentido en que cada individuo reacciona de manera diferente) y conduce a la necesidad de adaptación a una nueva situación (Barreto, et. al., 2008).

Tipos de duelo

Para el Psicólogo Pangrazzi (1993), existen variadas clases de duelo de acuerdo al tipo de pérdida experimentada por una persona. Estas pérdidas pueden ser sobre un aspecto de sí mismo, de objetos externos, emocionales, pérdidas ligadas con el desarrollo y la pérdida de la vida, considerada uno de los duelos más significativos y pertinentes para la investigación de este proyecto, la cual involucra la pérdida total dada por el fallecimiento de un ser querido, este puede ser un familiar, amigo o amiga, e incluso, una mascota. Según este autor, el duelo dependería del tipo de vínculo afectivo que existía con lo perdido, siendo un apego mayor, la persona sentirá más dolor.

Calvo (2005) menciona diferentes tipos de duelo, entre ellos: el que se experimenta de forma normal, el crónico, el que imposibilita a la persona en su vida cotidiana, el congelado, que dificulta la demostración de emociones, aplazado, como dice su nombre, la persona posterga la demostración de sus emociones, la incredulidad, la negación y el anticipatorio.

Modelos de duelo

El duelo es un proceso normal que atraviesan todas las personas en algún momento de sus vidas y es por esto que se debe respetar la forma en que lo afronta cada persona ya que es un proceso único. “No todo el mundo atraviesa todas ni lo hace en un orden prescrito.” (Kübler Ross & Kessler, 2005)

Existen diversas teorías que ayudan a comprender mejor el proceso de duelo, la más reconocida fue la propuesta por Elisabeth Kübler-Ross en el año 1969 en su libro Sobre la muerte y los moribundos, este modelo es ampliamente generalizado y popularizado por su sencillez y comprensión, siendo un referente para muchos profesionales para ejemplificar la pérdida de un ser querido. En él se especifican 5 fases:

Primera fase: negación y aislamiento

Es muy habitual comenzar negando que el hecho que está sucediendo es verdad por lo que una persona intenta engañarse a sí misma como método de defensa y amortiguación del choque directo de la pérdida (o incluso antes de que fallezca, en el caso de que el animal de compañía tenga una enfermedad terminal). Generalmente la negación es una defensa provisional y pronto será sustituida por una aceptación parcial.

Segunda fase: ira

Cuando la persona ya no puede seguir negando lo sucedido, comúnmente comienza la fase de la ira, la cual se caracteriza por la búsqueda de culpables o responsables que detonaron el deceso. Esta etapa se caracteriza por demostrar sentimientos de ira, rabia, envidia y resentimiento.

Tercera fase: pacto o negociación

En esta etapa la persona comienza a conectar con la realidad de la pérdida al momento en que se empiezan a explorar qué hacer para revertir la situación, empieza a afrontar el momento que está viviendo, guardando la esperanza de que nada cambie y se compromete gradualmente a recuperarse personalmente.

Cuarta fase: depresión

Primero que todo se debe hacer la distinción entre la depresión clínica entendida como un trastorno del estado anímico (Muñoz, 2020), en cambio la depresión descrita por Kübler-Ross es más específicamente un conjunto de emociones vinculadas a la pérdida del ser querido. Esta etapa es una de las más complejas de sobrellevar ya que la persona asume tanto emocional como intelectualmente la realidad de la pérdida. Bajo esa lógica, es habitual encontrar sentimientos de tristeza, fatiga, desesperanza, melancolía, entre otras.

Quinta fase: aceptación

En esta última fase del duelo, es esperable que la persona logre comprender y aceptar que las pérdidas son parte del ciclo de la vida. Acepta ese dolor emocional con el que tiene que convivir en un mundo en el que no se encuentra ese ser querido que extraña. A pesar de que el duelo.

Por otro lado, el modelo descriptivo de Neimeyer (2012) responde a las posibles limitaciones planteadas en modelo de Elisabeth Kübler-Ross (1969), trayendo concepciones más actuales desarrolladas en torno al proceso de duelo y la construcción de significados (Alonso, et. al., 2019) , postulando que las pérdidas importantes traen una serie de desafíos que aparecerán en distintas etapas de la vida sin un orden determinado, por lo que no es necesario darles un fin o superar la muerte de manera definitiva. Estos desafíos se enfrentan de manera individual dependiendo de los propios recursos de la persona y la naturaleza en la que se desarrolló la pérdida. Estos serían:

Reconocer cuál es la realidad de la pérdida a nivel emocional

Este reconocimiento incluye la conciencia de que no es un proceso individual, sino también familiar. Lo que implica abordar este proceso con todos los involucrados, especialmente con los más susceptibles y cercanos al fallecido, niños, adultos mayores, entre otros.

Revisar el mundo de significados

Experimentar una pérdida puede afectar en el sistema de significados. Alterando posiblemente la manera de ver el mundo, cuestionar las creencias personales en función a la pérdida vivida e incluso replantear la actitud y valores propios de cada persona. En este desafío se debe integrar la pérdida en nuestro sistema de significados que se tiene en la cotidianidad.

Abrirse al dolor

Identificando los matices de los sentimientos y emociones experimentadas tras la pérdida. Abrazar el dolor que provoca la pérdida (Melo, 2020). Dando a entender que el duelo es un proceso dual (Stroebe, et. al., 1999), que alterna entre sensaciones y acciones personales y de la relación que tenía con lo que se pierde. El proceso se puede complejizar si se dedica a sólo una orientación, excluyendo a la otra.

Reconstruir la relación con lo que se ha perdido

El objetivo de este desafío es poder transformar la relación con lo perdido, desde la perspectiva de que la muerte no significa un fin, por lo tanto, la persona deberá replantear el vínculo con aquello perdido y convertirlo de una relación basada en la presencia física a una conexión simbólica.

Reinventarse

Consiste en el cambio interior que está procesando la persona que vive un duelo, la reconstrucción de los significados más importantes, los que afectan en la propia identidad y en su carácter social. Este paso es muy personal y no hay una forma concreta de medir los resultados, sin embargo, esta reinversión logra ser positiva si se realiza con madurez.

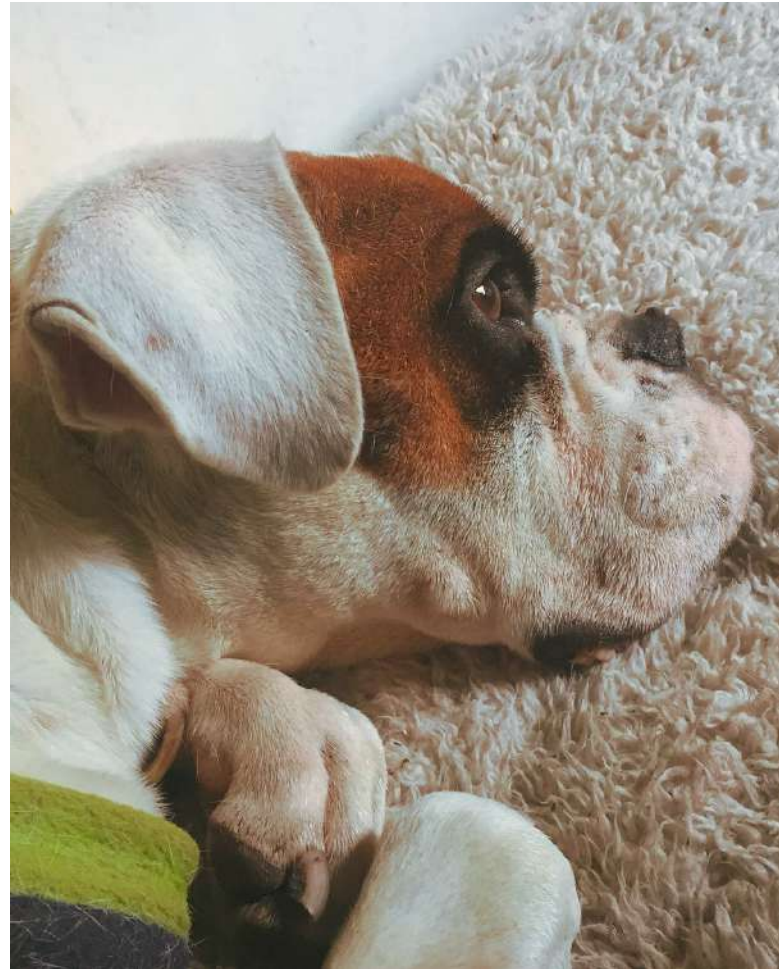
Las características más relevantes que podemos encontrar en esta propuesta descriptiva de Neimeyer en comparación con el modelo de Elisabeth Kübler-Ross son: el énfasis en develar los significados personales, sin imponer o idealizar aspectos que se consideren en un duelo "normal". La propuesta se aleja de la idea en que para vivir un duelo exitoso se debe superar y dejar atrás al fallecido. A su vez, Neimeyer plantea conservar de manera sana y positiva los vínculos simbólicos. Por otro parte, asume el duelo como un proceso colectivo y no individualista, teniendo en cuenta el impacto que ocasiona en la familia y grupos cercanos, siendo consciente de que existe una posibilidad de crecimiento personal a raíz de un proceso de duelo.

¿QUÉ SUCEDE CUANDO LA MASCOTA MUERE?

El proceso de duelo es transversal a todos aquellos vínculos significativos que se hayan establecido con personas, ideales, objetos tangibles e intangibles y, por consiguiente, con mascotas (Holguín, et. al., 2021)

Las relaciones afectivas con animales han sido tradicionalmente deslegitimadas, tanto por la ciencia como por el saber popular. Estos vínculos han sido acusados de resultar desadaptativos, antieconómicos, caprichosos o patológicos (Serpell, 1996).

El duelo es único y personal, teniendo en consideración esto, existen personas a las que su proceso de duelo que se vive tras la muerte de una mascota puede ser equiparable al proceso de duelo que se vive tras una pérdida humana (Field, et. al., 2009), en el cual se le pueden atribuir tres características específicas que lo destaca: las actitudes sociales, la culpa y la ausencia de ritos (Moreno, 2015).



Desvalorización del luto por un animal de compañía ante la sociedad

Aunque se reconozca en diferentes investigaciones que el dolor ocasionado tras la pérdida de un animal puede llegar a ser similar a lo experimentado con un ser querido o pariente, su vivencia en su entorno no lo es tanto ya que se encontrará con actitudes sociales no reconocen este duelo por una mascota como tal (Adams, et. al., 2000), ya que se suele considerar que una mascota es reemplazable y no se legitima el vínculo entre la persona y el animal (Wrobel, et. al., 2003).

La sociedad suele no darle una oportuna validación a este proceso vivido por personas cuidadoras de animales, esperando que este sea un sufrimiento leve, de recuperación rápida (Doka, 2008) y que no interfiera en el rendimiento de sus realizaciones laborales, estudiantiles o domésticas. Por lo que las personas que estén pasando por este proceso pueden sentirse obligadas a actuar de forma normalizada rápidamente tras la pérdida, e incluso, podrían negarse a expresar sus sentimientos o solicitar ayuda si lo necesitaran por el miedo a ser juzgados (Durkin, 2009).

La Culpa

Este sentimiento de debilidad es muy frecuentado durante el proceso de duelo ante la muerte de una mascota (Quackenbush, et. al., 1984). Los factores que pueden influir para que se genere este doloroso sentimiento a la persona son los siguientes:

El cuidador de la mascota tiene completa responsabilidad del bienestar de esta (similar a lo que ocurre entre la relación Mamá-Hijo) por lo que si el deceso del animal de compañía fue ocasionado por un suceso imprevisto (por ejemplo un accidente automovilístico o se escapó del hogar y lo atacaron otros animales (Planchon, et. al., 2002) la persona se puede condenar por lo acontecido (Hunt, et. al., 2006).

La muerte asistida o por eutanasia es una decisión compleja para el cuidador de la mascota, ya que incrementa la inquietud de que si realmente está eligiendo la alternativa correcta. Es en ese momento cuando deberá priorizar el bienestar de su animal por sobre las razones personales de apego (Davis, et. al., 2003). Los médicos veterinarios también consideran un dilema con la eutanasia: por un lado, acabaría con el sufrimiento del animal

aliviándolo de manera permanente, por el otro, acelerando su muerte se estaría impidiendo darle la oportunidad al animal de recuperarse (Henoa, 2017), en este segundo punto cabe el factor económico "cuando el tratamiento recomendado a un paciente es altamente costoso se incrementa la posibilidad de realizar la eutanasia en dicho animal, mientras que tener lo financiero resuelto hace que el proceso de toma de decisiones para el propietario sea más complejo" (Morris, 2012).

Otros factores determinantes en la generación de culpa en el proceso de duelo ante la pérdida de un animal de compañía es la pérdida ambigua (Walsh, 2009), esto ocurre cuando el cuidador no puede satisfacer las necesidades del animal y decide darlo en adopción o, lamentablemente, abandonarlo. También se considera la acumulación de pérdidas, la cual hace alusión a una serie de momentos y pérdidas significativas para el cuidador aparte del fallecimiento de la mascota, tales como: una ruptura amorosa, familiar o laboral o algún suceso que le cause dolor (Walsh, 2009).

EL RITO FUNERARIO COMO HITO DEL DUELO

Según Espejo(1997) los ritos de duelo o mortificación "son remitentes en sentido inverso al mundo mítico, pues sirven para transformar a los muertos en antepasados". La práctica y significación atribuida a los ritos funerarios depende de factores específicos que la comunidad le otorgue, como son las creencias religiosas, clima, estatus social y geografía (Torres, 2006), existen diferentes tipos de ritos funerarios, entre los más comunes y transversales se encuentran las prácticas velatorias, incineraciones, enterramientos, cremaciones, momificaciones y construcción de monumentos.



Ritualización para animales de compañía

Los ritos funerarios, dependiendo de la creencia y cultura de la persona, toma gran importancia en el proceso del duelo como una alternativa formal de despedida. En el caso del que el fallecido sea una mascota puede que haya una ausencia de ritos, lo cual ocasiona una dificultad en la resolución del duelo de la persona, impidiendo de alguna manera honrar a su mascota y despedirse públicamente (Adam, et al.,1999) . Dentro de las alternativas disponibles de rituales se encuentran (Reyes, 2019): funerarias de mascotas encargadas de la manipulación respetuosa del animal, recuerdo personalizado y posterior entrega de los restos de este. Los cementerios de mascotas, al igual que los cementerios tradicionales, son un espacio de descanso y respeto en el que puede ser ornamentado con flores y esculturas sobre la lápida de la mascota fallecida.

Muchas personas que viven en casas prefieren realizar una sepultura casera en el patio de su hogar, esta alternativa suele ser más económica y permite tener los restos de la mascota en un lugar cercano y ornamentado a gusto propio. Y finalmente la cremación, la cual se ha convertido en una alternativa muy cómoda para las personas que no pueden enterrar a la mascota pero si quieren conservar los restos de su mascota querida.

Pese a que actualmente se encuentran disponibles los servicios descritos anteriormente, estos suelen verse más un procedimiento que un ritual como tal, por consiguiente, dificultan crear un gesto conmemorativo hacia el animal (Chur-Hansen, 2010)

La periodista y escritora argentina Valeria Schapira en su libro *Adiós, cómo afrontar la partida de nuestros mejores amigos* (2018) relata de manera íntima su vivencia personal de cómo experimentó la pérdida de su mascota. Dentro de su narrativa se encuentran recomendaciones de cómo conmemorar la partida de la mascota, entre ellas se encuentran encender una vela, officiar una misa en conmemoración al animal de compañía, ofrecerle un tributo por escrito, guardar en una cajita sus juguetes favoritos, correa, collar. Y además, realizar ofrendas simbólicas, participar activamente en fundaciones de rescate animal, ser hogar de tránsito de algún animal callejero que lo necesita y colaborar en la medida que se pueda.



En modo de reflexión para la conclusión de este capítulo, se decide extraer un fragmento del libro *Espérame en el arcoíris: Cómo afrontar el duelo por la pérdida de tu mascota* (2019) de la autora española Laura Vidal

“El amor no se acaba por la presencia o ausencia del ser amado, el amor permanece más allá y es precisamente ese amor lo que seguirá manteniéndonos unidos, cada vez que lo recordemos, cada vez que nuestras historias compartidas vengan a nuestra mente y nos enfoquemos en los momentos alegres, nos llenaremos de todo lo bueno de ese ser que amamos y que vivirá para siempre en nosotros”.

Tras la recolección de información relevante acerca del vínculo existente entre el humano- animal de compañía y el duelo, puede surgir la duda ¿por qué esta investigación debe tener una resolución desde el diseño industrial y servicio? Una respuesta acertada es que el diseño aspira a conectar al usuario con un concepto u objeto en una experiencia positiva y memorable, debe crear un lazo emocional y duradero (Caldas, 2021).

Para este proyecto de investigación y desarrollo de productos enfocados en el proceso de duelo debido a la pérdida de un animal de compañía es fundamental generar objetos capaces de evocar reacciones emocionales en las personas que las manipulan (Jacob, 2018), orientándose en la experimentación sensorial y lograr empatizar con el usuario.

Diseño Emocional

Hoy en día el factor emocional del diseño juega un rol fundamental en la decisión del usuario al elegir un producto. Los factores que inciden en la elección es la estética y función simbólica de los objetos, ya que el usuario busca experimentar a través de la apariencia, forma, textura, colores, etc un sentimiento de pertenencia, personalización e identidad (Currálo, 2017).

El origen de este enfoque en el diseño se podría considerar desde los años 90's, no obstante, cabe destacar que desde hace más tiempo se viene considerando que el diseño, en su nivel más básico, trata de representar objetos más deseables. Para Desmet y Hekkert (2007) se centra en la importancia de la semántica detrás del producto diseñado y la experiencia positiva que se le otorga al usuario, obteniendo una reciprocidad entre persona y objeto.



MODELO: NIVELES DE DISEÑO EMOCIONAL

Donald Norman, profesor emérito de ciencia cognitiva en la University of California, es uno de los mayores exponentes de la literatura e investigación acerca de la ingeniería de la usabilidad, ha descrito en su libro "Emotional Design" (2003) que el Diseño emocional vendría siendo el modo de diseño centrado en la interacción entre el usuario y el objeto, compartiendo no solamente las funciones prácticas deseadas, sino que también, la provocación de respuestas emotivas en la persona que está utilizando el producto debido a su interacción sensorial. El objetivo de este vendría siendo la generación de una experiencia placentera y personal, dando como resultado, la creación de un vínculo más allá del objeto en sí.

Siguiendo la lógica de Donald Norman, en su libro Emotional Design. Why we love (or hate) everyday things, la relación usuario-objeto tiene una influencia tanto interna como externa, basándose siempre en tres "niveles de diseño", los cuales son: El nivel visceral es el más básico y hace referencia a la capa automática del cerebro, en palabras simples, es la primera impresión que genera la mente ante un objeto, generando un juicio rápido de lo que es bueno o malo, seguro o peligroso y cómo reaccionar primeramente ante ello.

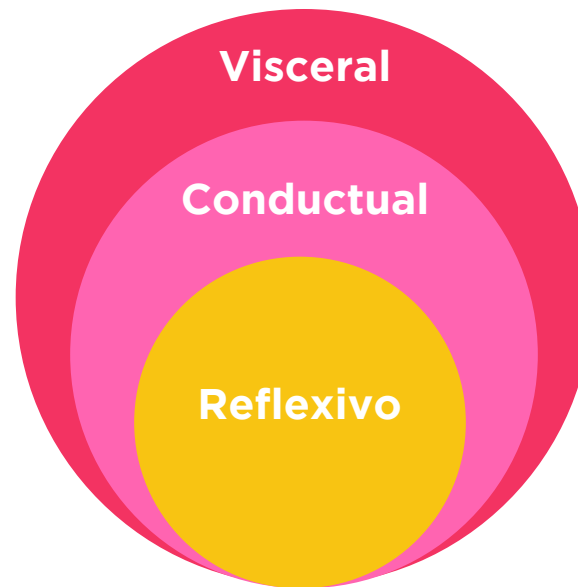


FIG. 2 , Niveles de diseño emocional
elaboración propia

El nivel de comportamiento consiste en los procesos cerebrales que controlan los comportamientos rutinarios. Hacen referencia a la experiencia de interacción de un producto para satisfacer las necesidades.

Finalmente, el nivel reflexivo es la sección contemplativa del cerebro, la conciencia. Para llegar a este nivel, se requiere de experiencia, memoria y reflexión (Norman, 2004).

Estos tres niveles pueden interactuar entre sí, moldeando la experiencia deseada en el usuario. No obstante, para lograr diseñar basándose en uno o más de los tres niveles, se debe considerar lo siguiente: si se quiere involucrar el nivel visceral, se requiere diseñar para que los sentidos perciban primeramente, es decir, conmover en primera instancia, lograr respuestas emocionales pertinentes para un contexto específico. Si se quiere diseñar para el nivel de comportamiento, se debe centrar en los comportamientos de las personas, comprendiendo sus necesidades y requerimientos a la hora de utilizar el producto. Y finalmente se encuentra el nivel reflexivo, este tiene la dificultad que a diferencia del visceral, que es biológico, este apela a lo cultural, funcionando a largo plazo (Di Nella, 2014).

Alan Cooper, diseñador estadounidense definió en su libro *About Face 3: The Essentials of Interaction Design* (2007) tres tipos de objetivos del usuario, tomando en cuenta los niveles cognitivos y formas de diseñar postulados por Norman(2004)

Objetivos de experiencia

Según Cooper, Cronin y Reimann (2007:92) estos objetivos están relacionados con el nivel visceral, son simples, personales y universales y consisten de cómo el usuario quiere sentirse durante el uso del producto, la expectativa. El desafío de este punto es que se deben poder trasladar las expectativas personales a elementos que logren transmitir esa emoción esperada.

Objetivos finales

Estos representan las motivaciones del usuario al realizar actividades en las que tenga que utilizar un producto en particular. Estos objetivos se centran en el diseño de interacción del producto y aspectos funcionales del diseño industrial. Los objetivos finales deben cumplirse para que el usuario piense que este producto vale su tiempo y dinero y así lograr una experiencia satisfactoria.

Objetivos de la vida

Representan los impulsos y motivaciones más personales del usuario, explicando por qué él está tratando de lograr los objetivos finales que busca en el objeto, va más allá del contexto del producto que se ha diseñado, describen los deseos a largo plazo y atributos de imagen propia de la persona. Estos objetivos están relacionados con el nivel reflexivo. Existen diferentes técnicas que pueden ser útiles en la exploración de conceptos para la elaboración del producto, estos son investigaciones etnográficas, modelado cultural, moodboards y escenarios de contexto (Cooper, et al., 2007)

EL DISEÑO EMOCIONALMENTE DURADERO

Este diseño sostenible se enfoca en la relación de la significación y lugar de los productos en la vida del usuario, la contribución de tales objetos en la cotidianidad de la persona, posicionando al diseño como una pieza central del cambio social, económico y ambiental positivo (Chapman, 2009) Por lo tanto, el diseño emocionalmente duradero apunta en comprender apegos emocionales del usuario hacia el producto (Mugge, 2008), sin embargo, la mayoría de los objetos "favoritos" de las personas son en gran parte herencias familiares o regalos recibidos por personas que aprecian, trayendo por conclusión que este apego hacia el objeto está condicionado por su contexto social y cultural (Kleine & Baker, 2004) por lo que se genera un gran desafío al momento de desarrollar este proyecto enfocado en el diseño emocional duradero ¿Cómo convertir el objeto a diseñar en un producto que pueda generar un vínculo emocional de apego? (Mugge, 2008)

Para este proyecto de diseño es necesario poder traspasar una visión de durabilidad a través de las emociones (Chapman, 2005) , que el usuario genere un apego al tal punto que no desee descartar el producto antes de que este se vuelva inutilizable, así contribuiría en disminuir la generación de residuos y evitar que pierda valor en las creencias del usuario (Juez, 2006) También se debe considerar proporcionar una experiencia de usuario que trascienda a través del tiempo , evocando la empatía del consumidor y su crecimiento personal (Chapman, 2005), enriqueciendo la cultura y la sensorialidad (Lupo, 2012)

En conclusión, al escoger diseñar para emociones que perduran en el tiempo para el usuario, es necesario estar consciente del contexto particular de este, para así poder predecir y acertar en el impacto emocional deseado en la interacción persona-producto (Desmet, 2002)

EL DISEÑO POSITIVO

El diseño positivo es aquel que aparece cuando se crea una experiencia, producto o servicio que provoque una respuesta emocional placentera a través de su diseño, ya sea de manera directa o indirecta (Desmet, 2013). Este tipo de diseño logra encontrar la posibilidad de crear productos, experiencias o servicios que cuenten con un significado importante para los usuarios, permitiéndoles involucrarse y ser más sensibles sobre las actividades significativas positivas del producto (Cardozo, 2020). Jimenez (2016) uno de los autores del libro Diseño Positivo: Guía de referencia, plantea premisas básicas del diseño positivo: El poder de la innovación: hace referencia a la manera en que el diseño positivo imagina y realiza futuros optimistas, ofreciendo oportunidades de mejorar el bienestar del usuario. La ciencia de la felicidad tiene como finalidad otorgar inspiración y desarrollo personal satisfactorio en el usuario, aumentando su felicidad, libertad y contribución social.

Tomando este enfoque para este proyecto requiere buscar el bienestar del usuario configurado, este tiene como requisito estar experimentando el duelo producto de la pérdida de un animal de compañía, que vendría siendo un proceso con emociones negativas, posteriormente se trabajará en desarrollar experiencias duraderas estratégicas para contribuir con la felicidad del usuario (Jiménez, 2016)

FORMULACIÓN DEL PROYECTO

CONTEXTO

Encuesta y análisis acerca del proceso de duelo tras perder a una mascota

Para la estructuración del Usuario y contextualización sobre tema desde una perspectiva cualitativa se realizaron dos encuestas, la primera que denominaremos **Encuesta A** (Proceso de duelo que se tiene ante la pérdida de una mascota) fue realizada entre el 2 al 14 de julio del 2021 obteniendo 603 respuestas de participantes chilenos entre 16 y 71 años, difundida a través de las redes sociales Facebook e Instagram.

La segunda encuesta que denominaremos **Encuesta B** (El duelo que se tiene ante la pérdida de mi animal de compañía) fue realizada entre el 2 al 14 de abril del 2022 obteniendo 96 respuestas de participantes chilenos entre 18 y 55 años, difundida a través de las redes sociales Facebook e Instagram.

Un detalle a destacar es que esta encuesta fue difundida en medios de comunicación que están al alcance de usuarios que participan en grupos dedicados a las mascotas y seguidores de la cuenta personal de instagram, en ambas plataformas se dió la posibilidad de participación libre.

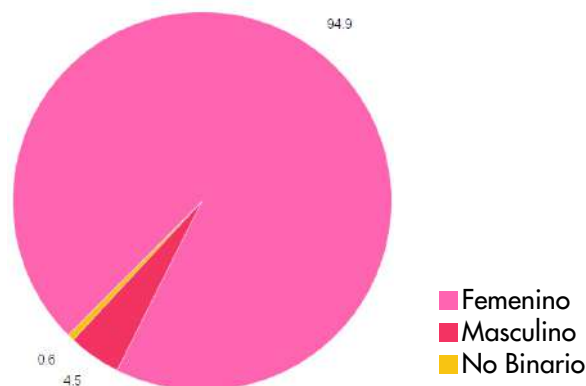
Datos obtenidos y conclusiones:

INFORMACIÓN PARA LA CONFIGURACIÓN DEL USUARIO

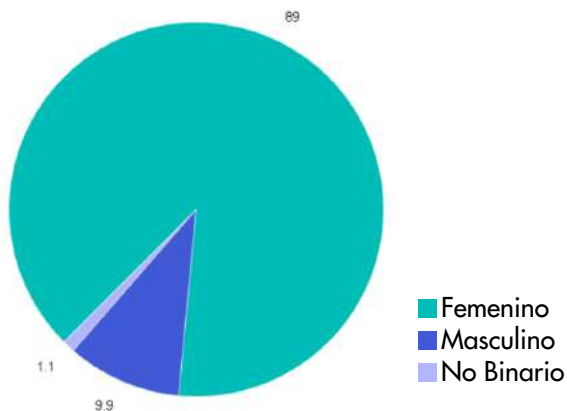
Género

En ambas encuestas se dió una tendencia de participación femenina, La **encuesta A** con un 94,5% de participación de mujeres (572 participantes) y en la **encuesta B** obtuvo un 89% (81 participantes).

Resultados encuesta A



Resultados encuesta B



Edad

Para la pregunta del rango de edad en ambas encuestas se realizaron intervalos de 5 años, partiendo de Hasta 18 años, entre 19-24 años, 25-29 años, 30-34 años, 35-39 años, 40-44 años, 45-49 años y más de 50 años. A pesar de que los resultados fueron diversos ya que varios intervalos obtuvieron preferencias similares, se decide seleccionar los dos intervalos correlativos más populares obteniendo el rango etario seleccionado para este proyecto desde los 19 hasta los 29 años.

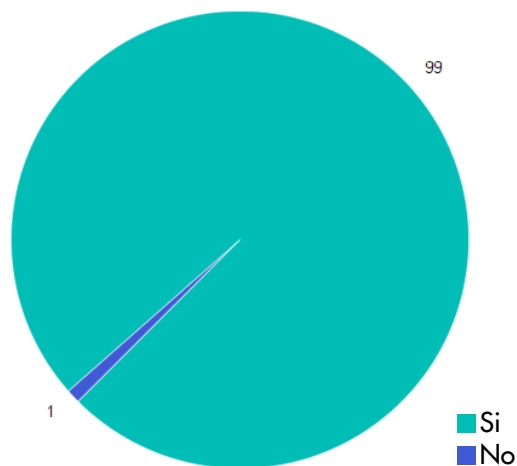
Contexto Geográfico y habitacional

En la **encuesta B** se realizaron 2 preguntas enfocadas en el contexto geográfico de las y los encuestados. En la pregunta *¿De qué región eres?* se obtuvo como respuesta mayoritaria la Región Metropolitana con un 71,7% de preferencia, seguido por la Región de Valparaíso con un 8,7%, luego se produce un empate entre la región del Libertador General Bernardo O'Higgins y Los Lagos con un 4,3% respectivamente, por lo que se puede concluir que para esta etapa del proyecto es factible enfocar la distribución del producto dentro de la Región Metropolitana, no obstante, en una etapa futura se puede proyectar la gestión de distribución a regiones.

También se realizó la pregunta *¿Qué tipo de vivienda habitas?* en la que se obtuvo que el 77,2% de los participantes respondieron que viven en casa, el 12% en parcela y el 10,9% en departamento.

¿Consideras que tu mascota fue parte de la familia?

Esta pregunta de la **encuesta B** dió como resultado que el 99% de las y los encuestados respondieron que sí consideraban a la mascota parte de la familia (el 1,1% respondió que no No, pero para otro familiar del núcleo s ; por ejemplo: era la mascota de mi hija/o). Este resultado es un aporte ya que reafirma parte de la investigación expresada en el Marco Teórico de este proyecto de diseño.



Especie del animal de compañía

Animal	Cantidad Encuesta A	Cantidad Encuesta B
Perro	468	68
Gato	103	19
Conejo	6	1
Pájaro	8	0
Roedor	8	4
Tortuga	2	0
Erizo	8	1

Se identificaron a rasgos generales 7 especies de animales diferentes en la realización de la encuesta A y 5 en la **encuesta B**. El 77,6% de los participantes de la **encuesta A** y el 73,1% afirma haber tenido un animal de especie canina, esta preferencia por los canes se similar con las cifras oficiales del Registro Nacional de Mascotas de Chile Actualmente, en donde el 79,6% (1.218.182) de los animales inscritos (1.529.576) corresponden a perros. Por consiguiente se decide enfocar el proyecto en la especie canina debido a su popularidad y posibilidad de aceptación ante un producto fabricado de manera masiva.

Involucración del participante con la mascota

En las encuestas A y B se solicitó a los participantes indicar qué tan involucrados estaban en el bienestar, cuidado y protección de la mascota, para facilitar y estandarizar la respuesta que se quería obtener, se les presentó una escala del 1 al 5 con oraciones que ejemplifican el grado de involucramiento.

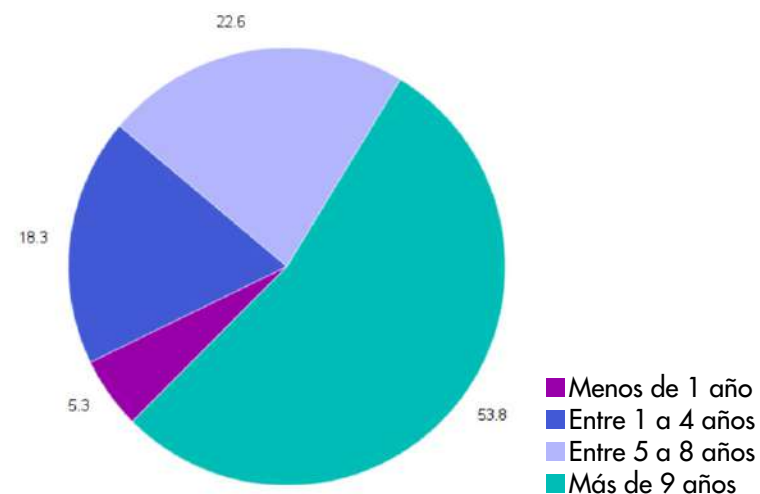
- 1.- No tenía intención de cuidarlo.
- 2.- Era la mascota de otra persona que vive en el hogar, procuraba que no se escapara.
- 3.- Procuraba que tuviera agua y comida y que no se escapara.
- 4.- Procuraba que tuviera agua y comida, le limpiaba sus desechos y pasaba tiempo agradable con él.
- 5.- Costeaba sus gastos, limpiaba sus desechos, le daba agua y comida y estaba atenta si necesitaba algo.

El 77,6% de los participantes de la **encuesta A** y el 68,8% de la **encuesta B** señalaron la opción 5 "Costeaba sus gastos, limpiaba sus desechos, le daba agua y comida y estaba atenta si necesitaba algo". Con estos resultados se puede inferir que los participantes de la encuesta tenían responsabilidades sobre la mascota.

Edad de la Mascota al momento del deceso

En esta pregunta de la **encuesta B** se señaló que el 53,8% de las mascotas de los encuestados vivieron más de 9 años, se puede inferir que la mascota fallecida estuvo acompañando a sus cuidadores el tiempo suficiente para haber formado un vínculo emocional.

Resultados encuesta B

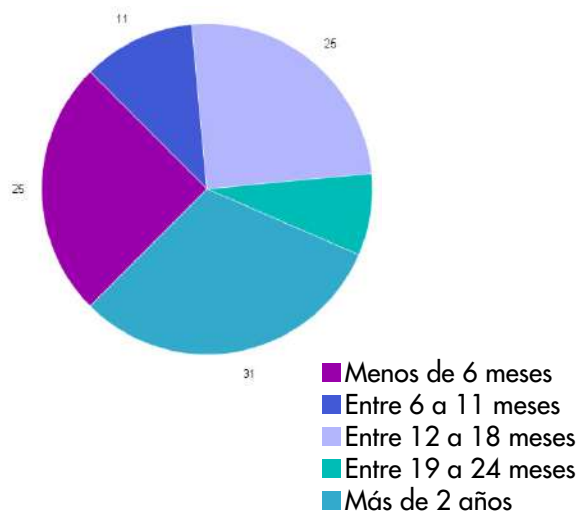


INFORMACIÓN ACERCA DEL PROCESO DE DUELO

Tiempo transcurrido desde el deceso del animal de compañía

En esta pregunta formulada en la **encuesta B** se busca determinar si el tiempo del deceso influye en las respuestas de una persona encuestada que haya perdido a su mascota recientemente presentó diferencias comparadas con una persona que ha estado viviendo su duelo por más tiempo y así poder determinar características del usuario del proyecto.

Resultados encuesta B



Circunstancias del deceso del animal de compañía

Los resultados de la **encuesta B** obtuvieron una inclinación por el deceso causado por enfermedades propias de la vejez del animal con el 33,3%, no obstante, el siguiente porcentaje significativo fue por accidente, este tipo de muerte sorpresiva puede volverse traumática para el cuidador. También la opción de enfermedad a temprana edad se repite en la encuesta.

Circunstancias del deceso del animal de compañía

En esta pregunta realizada en la encuesta A y B se busca identificar el rito más popular, si las personas conservan los restos de su mascota, si estos permanecen en un lugar específico en el hogar o si aparecen otras alternativas no comunes.

En la **encuesta A** el 74% de los encuestados enterró a su mascota en las dependencias de su vivienda, el 23,1% optó por cremación y conservar las cenizas y el 3% optó por cementerio de mascotas.

En la **encuesta B** el 56,3% optó por enterrar a su mascota en las dependencias de su vivienda, el 33,3% prefirió cremación, el 3,1% por cementerio de mascotas y el 7,3% no conservó los restos de su mascota.

En los resultados de ambas encuestas se evidenció una preferencia por enterrar a su mascota en el hogar, seguido de la cremación, en ambas opciones los restos permanecen en la vivienda de sus cuidadores.

Rito fúnebre realizado para la mascota

En esta pregunta realizada en la encuesta A y B se busca identificar el rito más popular, si las personas conservan los restos de su mascota, si estos permanecen en un lugar específico en el hogar o si aparecen otras alternativas no comunes.

En la **encuesta A** el 74% de los encuestados enterró a su mascota en las dependencias de su vivienda, el 23,1% optó por cremación y conservar las cenizas y el 3% optó por cementerio de mascotas.

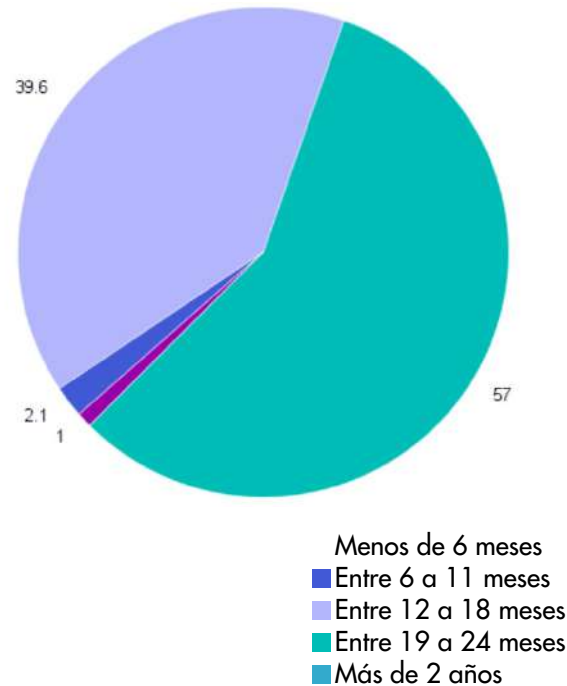
En la **encuesta B** el 56,3% optó por enterrar a su mascota en las dependencias de su vivienda, el 33,3% prefirió cremación, el 3,1% por cementerio de mascotas y el 7,3% no conservó los restos de su mascota.

En los resultados de ambas encuestas se evidenció una preferencia por enterrar a su mascota en el hogar, seguido de la cremación, en ambas opciones los restos permanecen en la vivienda de sus cuidadores.

Etapas de duelo tradicional

Utilizando información expresada en el marco teórico acerca de las etapas del duelo propuestas por Elisabeth Kübler-Ross se formula la pregunta de la **encuesta B** con el objetivo de probar si los encuestados se sienten identificados actualmente con alguna de las etapas postuladas.

Resultados encuesta B



Sensación de acompañamiento durante el duelo

Esta pregunta presentada en la **encuesta B** planea configurar de mejor manera al usuario ideal del proyecto, obteniendo como dato verídico si la persona se sintió acompañada durante su proceso de duelo. El concepto de acompañar es fundamental en el prototipo final del proyecto,

El 72,6% de las y los encuestados respondieron que sí, el 10,4% respondió que no y el 8,3% que le es indiferente, que prefería vivir el proceso sola/o.

Representación artística para conmemorar a tu mascota

Esta pregunta realizada tanto en la Encuesta A como en la B tiene como objetivo diagnosticar el interés que se tiene para la realización de una expresión artística como forma de conmemorar al animal de compañía fallecido.

Los resultados obtenidos en ambas encuestas fue mayoritariamente positivo, la respuesta si obtuvo un 72,6% de preferencia en la encuesta A y un 75% en la encuesta B. La opción tal vez obtuvo 23,1% en la encuesta A y 15,6% en la encuesta B.

Opiniones personales

Finalmente se decidió realizar una pregunta de carácter no obligatorio dentro de la encuesta A y B en la que los participantes puedan expresarse y escribir sobre cómo les gustaría que se abordara el tema del luto por la pérdida de una mascota. A continuación se citarán 5 opiniones representativas, destacando los conceptos más importantes e indicando el sexo de la persona que respondió, su ocupación, la especie de la mascota fallecida y el tiempo transcurrido desde el deceso.

“Creo que es necesario que se visibilice este dolor, para que quienes pasen por este proceso no sientan vergüenza, pidan ayuda y busquen grupos de apoyo. Al día siguiente de la muerte de Carlota (mi gata) me puse a buscar en redes sociales grupos de luto por mascotas, sin embargo no encontré ninguna agrupación chilena, lo cual fue bastante decepcionante”. - Javiera, 23 años, estudiante de Ingeniería, perdió a su mascota felina hace un mes y medio.

“Creo que se ha avanzado bastante, cada vez es más común que las personas expresan su pena por la enfermedad o fallecimiento de una mascota. Antes era un proceso muy interno y por lo tanto podría no ser bien procesado. Quizás sería bueno reforzar que el duelo que se sufre es tan relevante como el de cualquier ser querido, técnicas para abordarlo con los niños, evitar los "reemplazos" de mascotas y signos de alerta frente a duelo mal elaborados”. - Pamela, 37 años, Psicóloga, perdió a su mascota canina hace 2 años.

“Creo que debería tomarse mayor peso a esta situación, que exista mayor empatía en el círculo cercano y algún protocolo de contención en el ámbito académico-laboral. Debería haber mayor concienciación sobre el luto de una mascota y explicar que es normal sentirse mal, ya que hay personas que viven el luto y piensan que está mal sentirse mal y otros que ven el luto desde fuera y piensan que es una estupidez que otro se sienta mal por un animal no humano. Creo además que podría haber formas saludables/positivas para poder expresar los sentimientos por los que uno pasa en cada fase, ya sea de manera artística como mencionaba en otra pregunta o de otra forma”- Anaís, 22 años, estudiante de Medicina Veterinaria, perdió a su mascota roedor hace 3 semanas.

“La pérdida de una mascota resulta en un dolor tan intenso como la muerte de un familiar, pero socialmente no está normalizado el vivir el duelo como tal. Por lo mismo está la imposición de sobreponerse y vivir el siguiente día como si nada, pero a su vez el dolor terrible de la pérdida y no poder afrontarla como uno estime pertinente (generalmente es: “no llores tanto”, “pero si ya pasó tiempo”, “cómo aún te va a afectar tanto”, etc.); la muerte de una mascota debiera vivirse sin imposiciones y sentir dolor sin vergüenza al cuestionamiento del resto de la sociedad”. -Carolina, 33 años, perdió a su mascota canina hace 2 años.

“La verdad que eso depende de cada amo ya que eso depende de varios factores incluso económico en relación a la sepultación ya que el cementerio canino es super caro y uno por dinero prefiere sepultar en casa. Y el luto es decisión de cada persona como lo vive”. - Jazmín, 27 años, dueña de casa, perdió a su perro hace 2 años.

Para concluir la pregunta de opiniones personales, se realizó una “Nube de conceptos” para determinar qué palabras se repetían más en los comentarios de los participantes de las encuestas A y B.



FIG. 4, Nube de conceptos
elaboración propia

Conclusiones obtenidas

Las encuestas realizadas lograron configurar el contexto base con el que se trabajó para el proyecto de Diseño:

La edad y género del usuario ideal (considerando las características más populares de los encuestados).

La región metropolitana fue la más escogida, por lo que se puede proponer un medio de transporte de envío que considere esta zona primeramente.

El vínculo existente con la mascota fallecida fue muy importante, ya que se identificó que hay personas que convivieron más de ocho años con sus respectivas mascotas.

El deceso del animal de compañía más popular fue por causas naturales.

Adicionalmente, en la nube de conceptos, las palabras Mascota, Respeto, Familia, Empatía, Incondicional y Luto fueron las más nombradas en las opiniones personales de las personas encuestadas, por lo que es pertinente utilizarlas en los próximos procesos de conceptualización del proyecto de Diseño.

USUARIO

Se determina que el usuario de este proyecto se concentra son mujeres entre 19 a 29 años que recientemente han perdido a su animal de compañía, por lo que están en un actual proceso de duelo. Ellas aprecian mucho a los animales, se autodenominan “pet lover” ya que consideran que la mascota es un integrante más en su familia. No tienen hijos ya que por decisión propia optaron priorizar otros aspectos de su vida, sin embargo, no están insertas en el mundo artístico (no estudiaron o se desempeñan en esta área), no obstante, siente un gran interés por aprender cosas manuales y terapéuticas.

La decisión de este perfil es en base a los resultados de las encuestas A y B (analizadas en el Contexto) realizadas acerca del proceso de duelo tras perder a una mascota recientemente, las cuales tuvieron un 94,9% y 89% de participación femenina, este dato es crucial ya que la difusión de esta encuesta se realizó en redes sociales en las que tanto hombres como mujeres y personas no binarias podían participar.

También se justifica esta decisión con los siguientes recopilados bibliográficas: Realizando un comparativo generalizado entre la relación humano-animal de compañía se puede identificar que las mujeres presentan actitudes maternas hacia las mascota (Tangen 2008), tienden a calificarlas como miembros de la familia, perciben esta relación tan importantes como si se tratase de otra persona, por su parte, según Risley-Curtiss, Holley y Kodiene (2012) los hombres también los pueden considerar dentro del grupo familiar pero no de forma equivalente como otro miembro humano (Risley-Curtiss, et. al., 2012). Cuando se trata de una pérdida, las mujeres pueden llegar a la elaboración de un proceso de duelo similar al que se puede experimentar ante la pérdida de su propio marido o hijos, en cambio los hombres lo perciben de forma tan estresante como la pérdida de un amigo cercano (Gage, et. al., 1991).

Desarrollo del arquetipo

Definición de arquetipo de usuario

A partir de la contextualización realizada en base a las encuestas A y B, se identifican los usuarios ideales para el proyecto, reconociendo características demográficas, el vínculo que tuvieron con su mascota fallecida, proceso de duelo, entre otros puntos. En base de aquella información, se realiza la metodología de persona para crear al arquetipo ideal del producto, utilizando un mapa de empatía, el cual permite generar variantes más fieles a la realidad.

Diseño de entrevista

Para una caracterización profunda del usuario ideal del proyecto, es imprescindible la realización de entrevistas a personas reales que voluntariamente participaron en las encuestas de contextualización anteriormente descritas. Posterior a eso, se genera un análisis cualitativo de personas que participaron voluntariamente en la entrevista y así configurar un perfil que agrupe conceptos y características comunes (Saavedra 2017). Para obtener el arquetipo de usuario, se realiza el mapa de empatía con las preguntas ¿Qué oye? ¿Qué piensa y siente? ¿Qué ve? Y ¿Qué dice y hace? (Hormazabal, 2016)

¿Qué oye?

Hace referencia a lo que le dicen las personas que le influyen, a quienes o a qué medios de comunicación escucha.

¿Qué ve?

Acontecimientos que aprecia, la forma en que percibe su entorno, medios que visualiza, personas con las que se relaciona.

¿Qué hace y qué siente?

Comportamientos y acciones que realiza, emociones personales, actividades que hace, medios que utiliza.

¿Qué dice y qué piensa?

Opiniones y hechos que piensa, la forma en que las dice, las emociones expresa la persona, cuáles son sus anhelos y expectativas.



FIG. 5, Mapa de empatía, elaboración propia

¿Qué piensa y siente?

Le motiva estar con sus amigas y su familia.
Le encanta viajar y siempre está ahorrando para unas próximas vacaciones.
La muerte de su mascota le significó una gran pena y cambio en su rutina.

¿Qué ve?

Le gusta meterse a las redes sociales en sus tiempos libres, como Instagram, Facebook y Tik Tok.

Le gusta guardar fotografías y cada cierto tiempo las vuelve a ver.

Se junta con sus amigos al menos semana por medio

Le gusta las películas de acción, románticas y ciencia ficción.

Ve series en plataformas de streaming.

¿Qué oye?

Le gusta la música pop anglo también el reggeaton y rock.

Tiene una buena relación con sus compañeras de trabajo, las considera sus amigas y siempre la apoyan.

Siempre le recomiendan no sobre exigirse en su trabajo.

Su familia está orgullosa por sus logros personales y laborales.



¿Qué dice y hace?

Le gusta adquirir productos de pymes y por lo general va a ferias itinerantes.

Se autodenomina pet lover e intenta cooperar con fundaciones de rescate animal.

Aunque es un poco introvertida, le gusta conversar y socializar.

Esfuerzo

Ella siempre busca un lugar de trabajo que tenga buen ambiente laboral, ha tenido malas experiencias de ambientes tóxicos.

Prioriza su tiempo en tareas importantes y compartir con su pareja.

Durante la pandemia decidió alejarse de amigos que consideraba mala influencia.

Resultados

Está muy feliz de haber podido ahorrar y viajar a países que soñó conocer.

Ha obtenido un puesto de trabajo que le gusta mucho y se desafía constantemente en mejorar y aprender nuevas disciplinas.

Platilla de preguntas

Para la elaboración del arquetipo se realizan varias entrevistas a personas con características que sean compatibles con la información concluida en la contextualización, estas serían personas que se perciben del sexo femenino, tengan entre 19 a 29 años y hayan perdido recientemente a su mascota.

Si bien las preguntas no están explícitamente escritas como las del mapa de empatía, el objetivo de estas es de igual modo conseguir la información personal de manera directa para comprender de mejor manera al usuario ideal.

Preguntas
Nombre, edad y género
Ocupación
Estado sentimental
Con quien vive
Estabilidad de ingresos y métodos de pago
Mascota
Qué libros y revistas lee
Pasatiempos preferidos
Películas favoritas
RRSS que más interactúa
Marcas de preferencia
Estilo de vestirse
Música que escucha
Qué te inspira
Vida social
Creencias en la vida

FIG. 6, Preguntas encuesta, elaboración propia

Respuestas obtenidas

Javiera tiene 23 años, estudia Ingeniería Civil y vive con su madre y abuela. Actualmente se encuentra soltera y hace unos meses falleció su gata a una edad adulta. Ella recibe mesada y utiliza tarjeta de débito para comprar productos y servicios.

Dentro de sus pasatiempos está leer, hacer yoga e ir al cine. Javiera escucha música mayormente anglo como The Beatles y Taylor Swift.

Sus marcas favoritas son Mango, Desigual, Lounge, Samsung y Casaideas.

Su RRSS favorita y que ocupa más es Instagram y se considera una persona sociable.

Catalina tiene 26 años, ella es Contador Auditor y vive con su mamá y su hermana. Falleció su perrita mestiza a una edad avanzada.

Actualmente ejerce la carrera que estudió recibiendo ingresos estables mensuales. Ella utiliza tarjetas de crédito y débito.

Dentro de sus pasatiempos está la lectura de libros de autoayuda, dibujar, jugar play y andar en bicicleta.

Sus marcas favoritas son University club, Xiaomi, Skechers, Amphora, Faber Castell y Casaideas.

Paulina tiene 28 años, ella es Profesora de enseñanza básica y vive con sus padres.

Le gusta leer acerca de crecimiento personal, amor propio, Arteterapia y temas relacionados a la docencia. Su RRSS favorita es Instagram y las marcas que prefiere comprar son Apple, Zara, H&M, Converse, Kipling, Cmoran, Lippi, Pandora, Falabella.

Moodboard

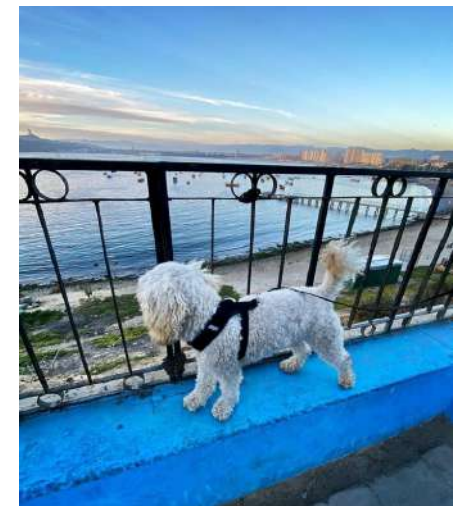


FIG. 7, Moodboard, elaboración propia

Estado del Arte

Citando al psicoanalista y escritor Thomas H Ogden (2000): "el duelo exitoso implica principalmente una demanda que nos hacemos a nosotros mismos de crear algo –sea un recuerdo, un sueño, una historia, un poema, una respuesta a un poema- que comience a encontrarse, a equipararse, con la plena complejidad de nuestra relación con lo que se ha perdido y con la experiencia de la pérdida como tal" . Se puede concluir que un proceso de duelo exitoso requiere una externalización tangible de las sensaciones que se está sintiendo la persona doliente, por lo que sería pertinente desde una perspectiva del diseño industrial, poder proponer un sistema de productos tangibles que acompañen el proceso de duelo como canal de exteriorización.

De acuerdo a la investigación realizada para el proyecto y tomando como base el marco teórico de este, la búsqueda del Estado del Arte se enfoca en acciones y productos de remembranza y co-creación como parte del proceso de duelo.

La Pintura como exteriorización de sentimientos

Esta técnica está fuertemente vinculada al área emocional ya que permite exteriorizar ideas y cargas afectivas provenientes del estado anímico de la persona (Castro, 2010). Es a través de la materialidad, el estado en que se encuentre la pintura a utilizar, el lienzo, cada espesor de la pincelada, símbolos, entre otros factores; que abren la posibilidad de libertad de expresión creativa para la experiencia de pérdida.

La Escritura como liberador emocional

Uno de los métodos más usuales en el proceso de duelo es escribir una carta dedicada al fallecido, este ejercicio puede ayudar a resolver asuntos que se consideren pendientes (Worden, 2013).

Una herramienta interesante para trabajar individual o grupalmente es realizar un "Libro Viajero" o "Bitácora" en el que la persona puede ir describiendo las experiencias que va viviendo durante el proceso (Jaramillo, 2015). Extrayendo el escrito de Ornstein (2012) "El acto creativo de escribir puede cumplir una doble tarea: facilitar el duelo y –al mismo tiempo– preservar el recuerdo de lo perdido en forma poética" se puede reafirmar la idea en que la escritura es un método para trabajar la pérdida de una manera positiva.



El Dibujo como herramienta para plasmar sentimientos hasta inconscientemente

Según Worden ha identificado 4 ventajas que traería dibujar durante el proceso de duelo:

ayuda a exteriorizar los sentimientos que se están viviendo (tanto positivos como negativos).

Si se está acudiendo o asesorando con un profesional, este puede identificar conflictos plasmados en el dibujo que quizá no los podía reconocer por sí misma la persona afectada.

Aumenta la conciencia de qué es lo que está ocurriendo y asimilación de la pérdida.

Para el profesional que revise estos dibujos, puede identificar en qué etapa del proceso de duelo se encuentra la persona.

La Fotografía y Álbumes como inmortalizador del recuerdo

Almacenar fotografías permite realizar una reconstrucción biográfica en el duelo ayudando a conservar, modificar y manipular la memoria (Martínez, 2015).

Una actividad que traería resultados positivos sería que en el grupo de personas que tenían un vínculo con el animal de compañía fallecido pudieran elaborar un álbum de recuerdos, con fotos, anécdotas escritas como una manera de conmemorar y unirse ante el dolor provocado por la pérdida de su mascota amada.



Conmemoraciones a mascotas fallecidas

En el ámbito del diseño de productos, la mayoría de los referentes que fueron encontrados, son de ayuda a las personas mayores en un aspecto físico, a las que se les llama ayudas técnicas que le permiten a ellos, mantener autonomía, en las actividades diarias como cocinar, caminar, actividades de jardinería, etc. La mayoría además se basa en los principios del diseño universal, propiciando de esta manera poder incluir a más personas sin discriminar a las personas por sus capacidades. También muchos de los productos son para acondicionar la vivienda para poder realizar con mayor facilidad actividades cotidianas.





Antecedentes Principales

Nombre

Pet Loss Gift Box

Imagen



Descripción

La Pet Loss Gift Box es un kit preparado para que una persona demuestre que le importa lo que está viviendo regalándose a alguien que esté pasando por el duelo de su mascota. La caja contiene una planta suculenta en su respectivo macetero, vela de soya con mecha de algodón, calcetines suaves y un mensaje personalizado. Su país de origen es Estados Unidos y el valor comercial es de US\$42,99.

Dog loss – Condolences Complete Care Gift Box – Warmth & Healing



La caja de regalo de simpatía Warmth & Healing busca la aceptación sincera, paz y alivio calmante con sus productos. Están enfocados en personas que hayan perdido a su mascota. Los elementos que incluye este kit son: crema corporal y facial, bomba de baño, bálsamo labial de vainilla, libro "The last Woof", aceite corporal, cuarzo en forma de corazón, caja con la temática. De origen Australiano y el valor AUD\$65.

Kit Etapas del duelo – Llamador de Ángeles y bombones



Cada etapa del duelo tiene un estado y sentimiento diferente, representados en estos bombones de chocolate rellenos creados exclusivamente para cada instante, junto con un "llamador de angeles" (joya) y la explicación de cada etapa.

Este producto es de origen colombiano, tiene un valor comercial de CO\$\$ 125,000, no obstante, fue una edición limitada.

Peluche conmemorativo con prendas de un ser querido fallecido



Confección de peluches elaborados con las telas de prendas de personas o animales que ya partieron.

Estos "Peluches eternos" cumplen la función de transformar la pena en recuerdo de los que partieron.

Libro "Espérame en el arcoíris"



"Un día recordarás a tu amigo, no con lágrimas en los ojos, sino con una sonrisa en el corazón"

Libro en que la autora explica por su propia experiencia acerca del proceso de duelo ante la muerte de su perro e incentiva al lector a poder lidiar con el dolor por la pérdida de la mascota.

Pulsera conmemorativa pérdida de la mascota



Un recuerdo simple y significativo: pulsera conmemorativa sobre la mascota que partió

Pulsera de pata de perro: la marca de pata de tu amigo siempre está en tu corazón. Y en el futuro de décadas, te encontrarás en el puente del arcoíris.

Campana de Viento conmemorativa de mascota



La campana conmemorativa llega a llenar ese silencio existente en el hogar que acaba de perder a su mascota.

Si bien no realizará el mismo sonido a un animal, no obstante, la persona puede darle significado a su propia melodía.

Está compuesta por tubos metálicos y placas metálicas que pueden ser personalizables e incluye un poema grabado. Su país de origen es Estados Unidos y el valor comercial es de US\$34,99.

Mapa Semántico

Se realiza a continuación un mapa semántico de dos ejes comparativos de manera subjetiva para clasificar a los antecedentes escogidos para investigar.



Personalizable



Tradicional



Innovador



Universal

Referentes Formales y conceptuales

Los referentes formales no tienen una relación directa al proceso de duelo, no obstante, presentan características útiles para conformar los productos finales del proyecto.

Nombre

**Calendario de Adviento
Mediano- The body Shop**

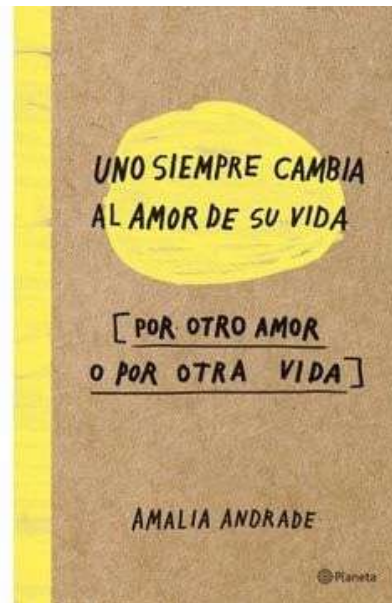
Imagen



Descripción

Caja con temática navideña que contiene 25 productos cosméticos ocultos a simple vista para el usuario. El concepto destacable de este producto es la sorpresa, ya que el usuario no sabe su contenido hasta que abre sus compartimientos. Su valor comercial es de CLP\$79.990

**Libro Uno siempre cambia
al amor de su vida de
Amalia Andrade**



Escrito por Amalia Andrade, escritora, periodista e ilustradora colombiana cuyo libro está enfocado en personas que estén pasando por una ruptura amorosa, contiene vivencias personales de la autora, actividades relacionadas con las modas de la época, como lo es la música, redes sociales y cine. Tiene un alto contenido personalizable.

**Libro Wreck this journal.
Mess de Keri Smith**



Wreck This Journal es la pieza editorial de la canadiense Keri Smith lanzada en el 2007 que tiene la particularidad de que en cada una de sus páginas aparece una instrucción de libre interpretación en la cual los lectores tendrán que ir experimentando y rellenando con los materiales y utensilios que tenga a su disposición. La finalidad de este libro "destruir" cada página, intervenir y rayar sin objetivo alguno, convirtiéndose en un buen método para desahogarse, soltar sentimientos a través de esta "destrucción".

Liunic on things



Línea de bolsos y accesorios femeninos, de Indonesia reconocido por sus estampados coloridos y diseños orgánicos.

Todos los patrones de sus productos son ilustrados en el programa Procreate.

La caja by Soyte



Cajas de suscripción de la marca Soy Tendencia. Estas tiene la particularidad de que las suscriptoras tienen el desconocimiento de su apariencia estética y el contenido de esta caja.

Su valor es entre clp \$24.990 a \$37.990 y solamente se puede adquirir al suscribirse.

Por lo general el contenido apunta a una usuario mujer de 27 años y puede ser desde accesorios de vestir, cremas, bronceadores, comida y papelería.

imoliviak



Peluches de tela confeccionados y bordados a mano. Producto estadounidense de una pequeña empresa. Se caracteriza por tener una morfología animal, bordados significativos y colores llamativos. Estos peluches son realizados a pedido y no se registraron valores comerciales en su sitio web.

Fubsies



Tienda de productos realizados en cerámica, tienen la particularidad de tener una forma naturalista y con morfología animal.

PROCESO DE DISEÑO

PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO

Oportunidad de Diseño

En base a la investigación realizada, se determinó que generar una propuesta de diseño enfocada en el acompañamiento durante el duelo ante la pérdida de un animal de compañía a través de una línea de productos especializados para que el usuario logre empatizar y sentirse único ayudaría a abarcar características no abordadas por las pocas propuestas de diseño encontradas en el mercado tanto nacional como internacional relacionados al tema de la pérdida de mascotas.

MAPA DE ESTADO PRELIMINAR

Para esta etapa del proyecto se decide confeccionar un Mapa de estado preliminar basado en la metodología utilizada en el libro *Creando valor en el diseño de servicios*.



FIG. 8, Mapa de estado preliminar, elaboración propia

LEVANTAMIENTO DE REQUERIMIENTOS Y ATRIBUTOS

Para el desarrollo del proceso de diseño del proyecto se decidió realizar un levantamiento de requerimientos y atributos con la finalidad de obtener una lista determinada de las características, funciones y condiciones que debe tener el prototipo final tomando en cuenta el contexto seleccionado en etapas anteriores y que tales requerimientos otorguen una solución a la problemática. La generación de este árbol de requerimientos y atributos estará subdividida en 5 categorías:

Práctico

Está enfocado en los aspectos utilitarios.

Hedónico

Está relacionado con las sensaciones generadas por el producto.

Indicativo

Es aquello que tiene relación con el modo de uso e información.

Simbólico

Es la significancia que genera el producto con el usuario.

Económico

Está relacionado con el costo de elaboración o uso del producto

Árbol de Requerimientos y Atributos propuestos

	Tipo de requerimiento	Descripción	Atributos
Práctico	Durabilidad	Sea capaz de cumplir su función por un prolongado tiempo (al menos un año)	Materiales resistentes. Confección con terminaciones duradera
	Seguridad	Su forma no puede dañar físicamente al usuario.	Terminaciones redondeadas, suave, sin rugosidades que puedan provocar algún daño físico al utilizarlo.
	usabilidad	Cumplir funciones derivadas de las necesidades básicas	Generar sensación de acompañamiento y pertenencia.
Hedónico	Empatía	El usuario puede relacionar el producto con su mascota fallecida.	Productos con morfología relacionable con la especie animal canina. Textos escritos de manera semi-formal en segunda persona singular. Utilización de tipografía caligráfica.
	Atractivo	Interesante para el usuario, desee adquirirlo y utilizarlo.	Propuesta gráfica y formal llamativa. Utilización de colores asociados al gusto del usuario ideal.

	Agradable	Agradable de sostener, usar y observar	Sin bordes agresivos, de tacto cálido y de apariencia amigable
Indicativo	Manipulación	Utilización intuitiva del producto.	Productos de una formalidad simple que permite deducir su uso a través de su forma y materialidad.
	Conservación	Utilización de packaging para el transporte del producto.	Packaging ergonómico a la forma del objeto.
Simbólico	Significativo	Mostrar explícitamente que este producto es para el acompañamiento en el proceso de duelo por la muerte de una mascota.	Línea gráfica y formal relacionada al bienestar emocional de una persona que ha perdido a su mascota canina.
	Personalizable	El producto puede ser intervenido por el usuario para que se genere un sentimiento de pertenencia.	Dentro del set, se incluirán productos de intervención, como lo son lápices, pinturas, etc.
Económico	Materialidad	Utilización de materiales de compra accesible y de buena calidad en el comercio chileno.	Materiales accesibles como tela crea cruda, cerámica, papel ecológico y cartón.

	Producción	Capaz de fabricarse con procesos industriales comunes	Confección y producción escalable.
	Valor comercial	Precio accesible para usuarios ideales	Conversión valor de costos y utilidad similar al precio de mercado de los productos referentes.

FIG. 8, Tabla de requerimientos y atributos, elaboración propia

CONCEPTUALIZACIÓN DEL PROYECTO DE DISEÑO

Para la generación de una propuesta de diseño se decidió por realizar un mapa de conceptos basado en la síntesis de la información expresada anteriormente en la investigación, se destacan en un recuadro rojo las palabras que se consideran como *conceptos estructurales*, los cuales tendrán un mayor desarrollo en la siguiente sección.

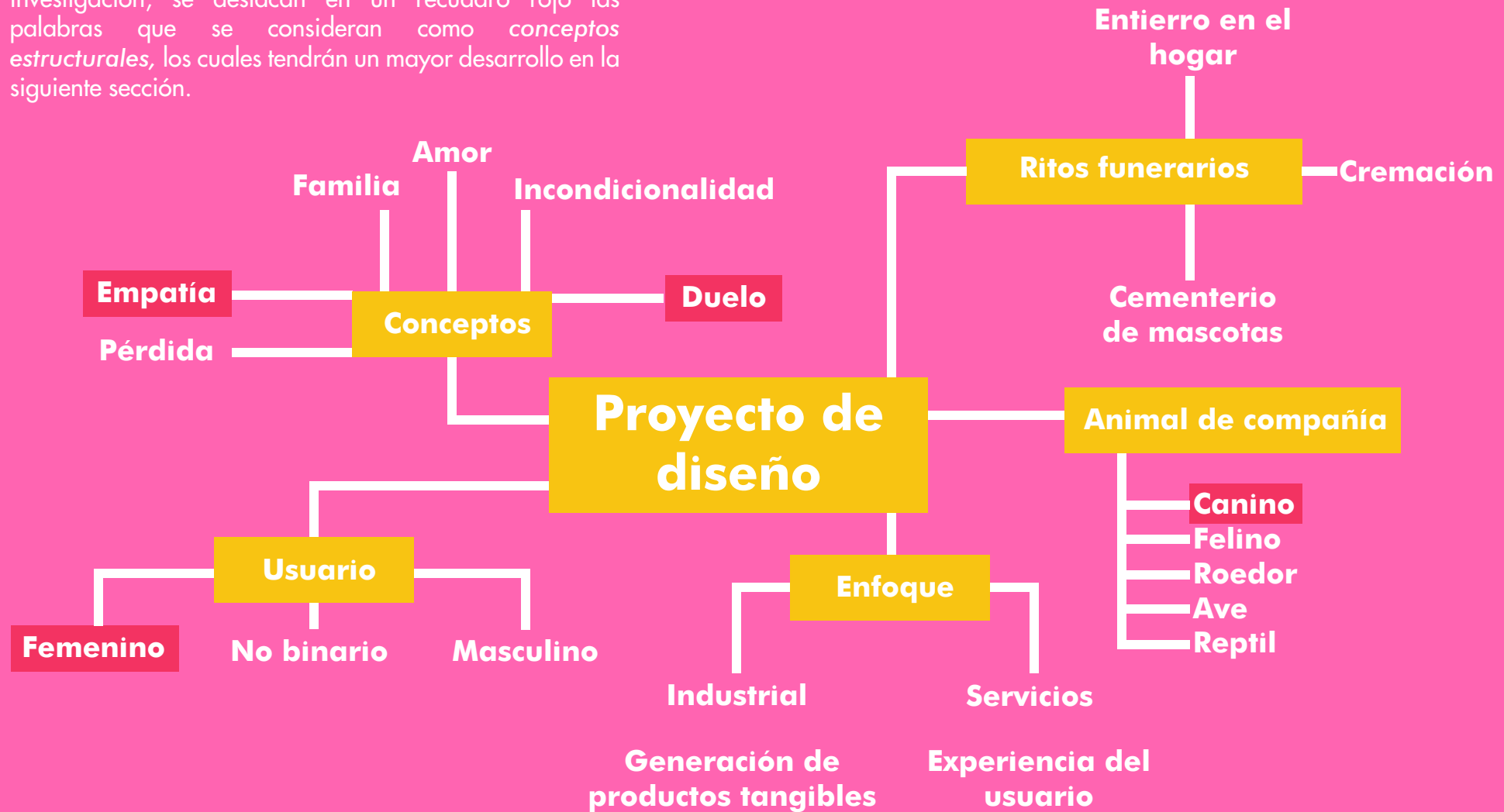


FIG. 9, Mapa conceptual de la investigación, elaboración propia

Los resultados obtenidos en el mapa conceptual anterior fue la síntesis de la investigación realizada en este proyecto, obteniéndose así los cuatro conceptos estructurales de la propuestas, estos serían la empatía, el duelo, el enfoque en un usuario de género femenino y las mascotas de especie canina.

A continuación se presentan diferentes metodologías y actividades que se realizaron para profundizar en estos cuatro conceptos estructurales desde la perspectiva de los participantes.

La Empatía

Si bien se define como el “Sentimiento de identificación con algo o alguien” (Rae, 2019), se preguntó a través de redes sociales ¿Qué entiendes por empatía? Las respuestas obtenidas fueron las siguientes:

Se puede concluir que las personas conocen el término “empatía”, saben cómo llevarlo en práctica en su cotidianeidad y el significado que le atribuyen es acertado con la definición expresada por la Real Academia Española.



FIG. 9, Respuestas encuesta sobre la empatía, elaboración propia

GENERACIÓN DE CONVERSACIÓN VIRTUAL

Se realizó un post en las redes sociales Instagram y Facebook acerca del tema, invitando a los usuarios a poder abrir un espacio de conversación de cómo fue la experiencia que tuvieron al momento del deceso de sus mascotas. Esta interacción fue de carácter experimental y se obtuvieron resultados satisfactorios y reales de personas que voluntariamente decidieron expresarse. A continuación se muestra la publicación realizada y los comentarios más destacados.

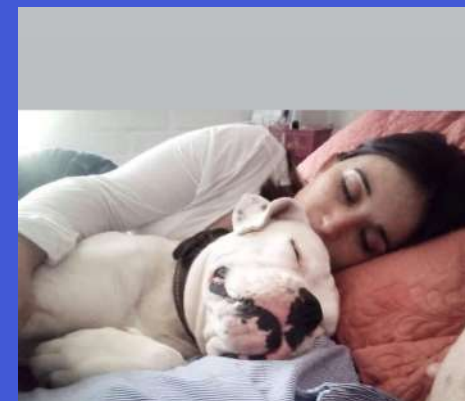
Publicación en Facebook



Me gusta 103
Comentarios 59
Compartido 2

Paulina Labarca

Es súper difícil escribir o esperar que alguien pueda entender el dolor de ver partir a tu mascota, a tu hijo de cuatro patitas a tu ángel, perdí a Gaspar el 8 de noviembre del 2020. Hasta recordar la fecha me apena, solo tenía 4 años y un paro cardíaco se lo llevó a media noche, en mis brazos hasta intenté dar respiración boca a boca, rogaba a dios que no se lo llevara, sentí cuando su corazón paró que el mío se trizaba, nunca había sentido tanto dolor, todavía lo lloro he amado a muchos perros en mi vida, pero de Gaspar estaba enamorada, el amor hacia una mascota puede ser muy fuerte y el dolor de su pérdida duele hasta el alma, pero vale la pena amarlos y cuidarlos sabiendo que en algún momento llegará ese momento tan triste y que solo lo comprende la gente que ama a sus compañeros de vida.



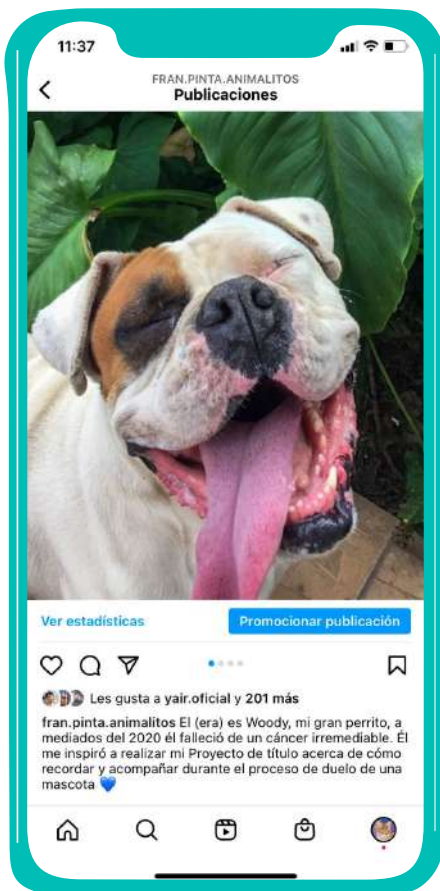
Romy Suazo Vilches

Ella era mi Frida, me la regalo mi hermano. Llego a mi vida a enseñarme tanto tantoo sobre el Amor verdadero ese que no necesita palabras, que con sólo una mirada y estar cerca es suficiente. Sufrió de muchos tumores la opere e hice por ella todo y más. Tuve que dejarla ir ya que estaba sufriendo y su calidad de vida empeoraba. Me regalo 12 años de compañía y Amor sincero. Le agradezco a la vida poder haberla tenido en la mía. Ahora tengo mi Bóxer Emma y un bulldogs rescatado ya viejito. Aunque se me parta el corazón mil veces cuando el de ellos deja de latir, no me privaría la dicha de tener un ser tan completo y especial como los perros en mi vida. Los Amo y soy Feliz junto a ellos.



FIG. 10, Respuestas en publicación de facebook, elaboración propia

Publicación en Instagram



Me gusta 201
Comentarios 11
Compartido 4

@frikipinklady

El año pasado falleció mi gatita Carlota producto de una enfermedad renal fulminante. Fue un proceso muy difícil como familia, pero hicimos todo lo posible por salvarla. En mi experiencia lo más duro fue verla sufrir, en sus últimos días ella se estaba alimentando vía sonda y ya no era la misma gatita gruñona que me había acompañado durante 8 años. Dejarla ir fue una de las cosas más difíciles que me ha tocado vivir pero siempre recuerdo todo el amor que me entregó. Mucho amor y fuerzas para quienes han vivido algo similar.

@clau2002a

Este mes fallecieron mis dos peluditos mi michi llamado Rudolf, falleció por leusemia y mi perrita dalula, falleció porque que la atropellaron, dejando a sus compañeros Joe y Scott solitos ,aún no eh superado que no están conmigo pero los amoo muchoo y es muy difícil estar sin mis bebés ,ya quiero que termine este mes.

@carlotapem

La verdad fue muy duro ..por que no lo esperaba ..y mi perrito fue y será siempre mi gran compañero amigo ..confidentes todo ,durante tantos años el era un Bóxer blanco un perro niño eterno ..siento tanto no haberle dado más tiempo debido a mi trabajo..hoy lo extraño lo siento y, huelo su olorcito,..extraño su recibimiento sus abrazitos ..y mov de colita ..lo Amaré por siempre a mi ROCKO.

FIG. 11, Respuestas en publicación de instagram, elaboración propia

Las conclusiones obtenidas en este espacio virtual de conversación son:

Se está generando una tendencia en que las personas optan por publicar y comentar abiertamente situaciones personales, en este caso la pérdida de su mascota. También están dispuestos a generar conversaciones positivas con desconocidos, un ejemplo es lo que ocurrió en la publicación de facebook, un usuario comentó que si bien no está pasando por el duelo, su mascota tiene una enfermedad terminal, este comentario generó un hilo de conversación y de apoyo por parte de otros usuarios.

El perro

Como se ha expresado durante el marco teórico, los perros se han convertido en una de las mascotas preferidas en las familias chilenas y en el mundo, pues el vínculo que genera esta especie con sus cuidadores podría denominarse único y especial. Si bien, es complejo poder describir conceptualmente a los perros, se diseñó una encuesta sobre la percepción abstracta que se tiene de ellos, este formulario fue contestado por 40 personas que calzan con la descripción del usuario y consta de 5 preguntas redactadas de una forma simple para que el encuestado pueda dar su opinión fácilmente.

A continuación se encuentra el cuadro resumen de las preguntas y respuestas obtenidas.

Percepción abstracta de Caninos	
Preguntas	Respuestas
Si tuvieras que definirlos en una palabra ¿Cuál sería?	Amor Lealtad Fidelidad Alegria Cariñoso Compañero Energía Incondicionales Infancia Ansiosos
¿Qué colores se te vienen a la mente al pensar en ellos?	Blanco Café Negro Anaranjado Rojo
¿Qué formas te vienen a la mente cuando piensas en ellos?	Curvas Orgánicas
¿Qué tipo de aroma piensas que tienen?	Oriental/ silvestres
¿Qué estación del año serían?	Primavera Verano

FIG. 11, Encuesta percepción abstracta de caninos, elaboración propia

LLUVIA DE IDEAS

Bocetos preliminares

A partir de la información reunida en el marco teórico, conceptualización, árbol de requerimientos y atributos, la búsqueda de referentes y conceptualización, se da comienzo al proceso de lluvia de ideas, en donde se generan propuestas iniciales, de las cuales se seleccionarán las más viables para así llegar al desarrollo del proyecto de diseño.



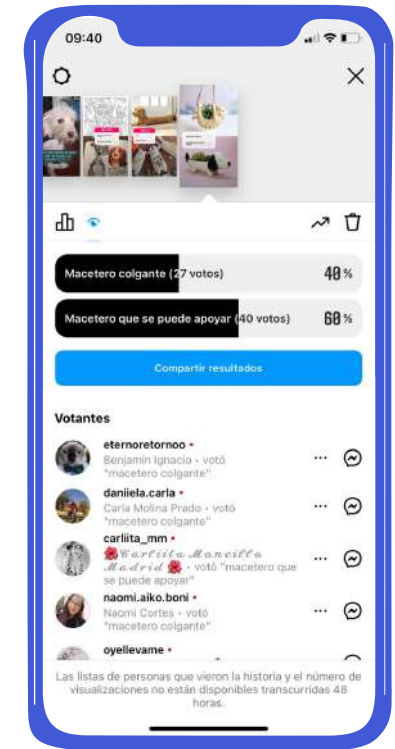
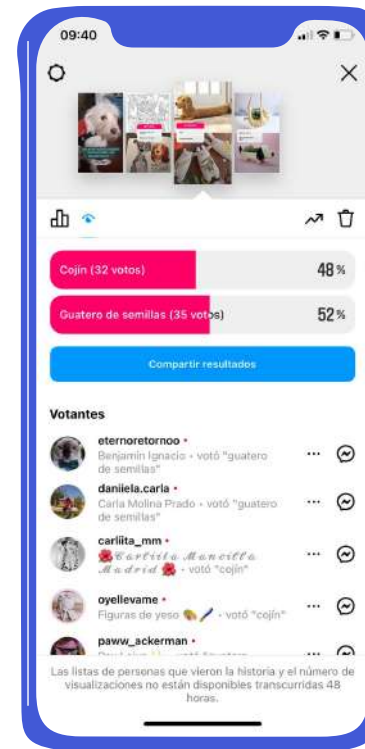
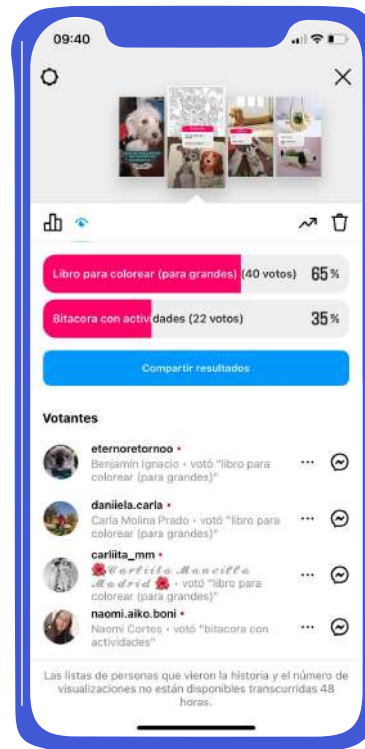
FIG. 12, Bocetos lluvia de ideas, elaboración propia

LLUVIA DE IDEAS

Elección de productos

Para reafirmar los productos que serán elaborados en la propuesta de Diseño, se genera una encuesta rápida en la red social Instagram en la cual se obtuvo una participación de 67 usuarios.

Se marcó una preferencia por los libros para colorear, guateros de semillas y maceteros que se puedan apoyar en el suelo, por lo que se optará trabajar en esos productos.



PROPUESTA FORMAL

Considerando toda la información recolectada y sintetizada en los esquemas anteriores, se da como resultado la propuesta formal del proyecto de diseño que tiene, por un lado, el componente experiencial en el que se encuentran las propuestas de los productos tangibles que acompañarán a la persona que está pasando por el duelo de su mascota fallecida, estos instrumentos serán el set de horno de aromaterapia, set de macetero que incluye una maceta, una bitácora y por último un guatero de semillas.

Y por el otro lado está el componente teórico representado por los canales de difusión de contenido y plataforma web para que el usuario pueda adquirir el producto, encontrar información adicional sobre el proceso de duelo e interactuar.

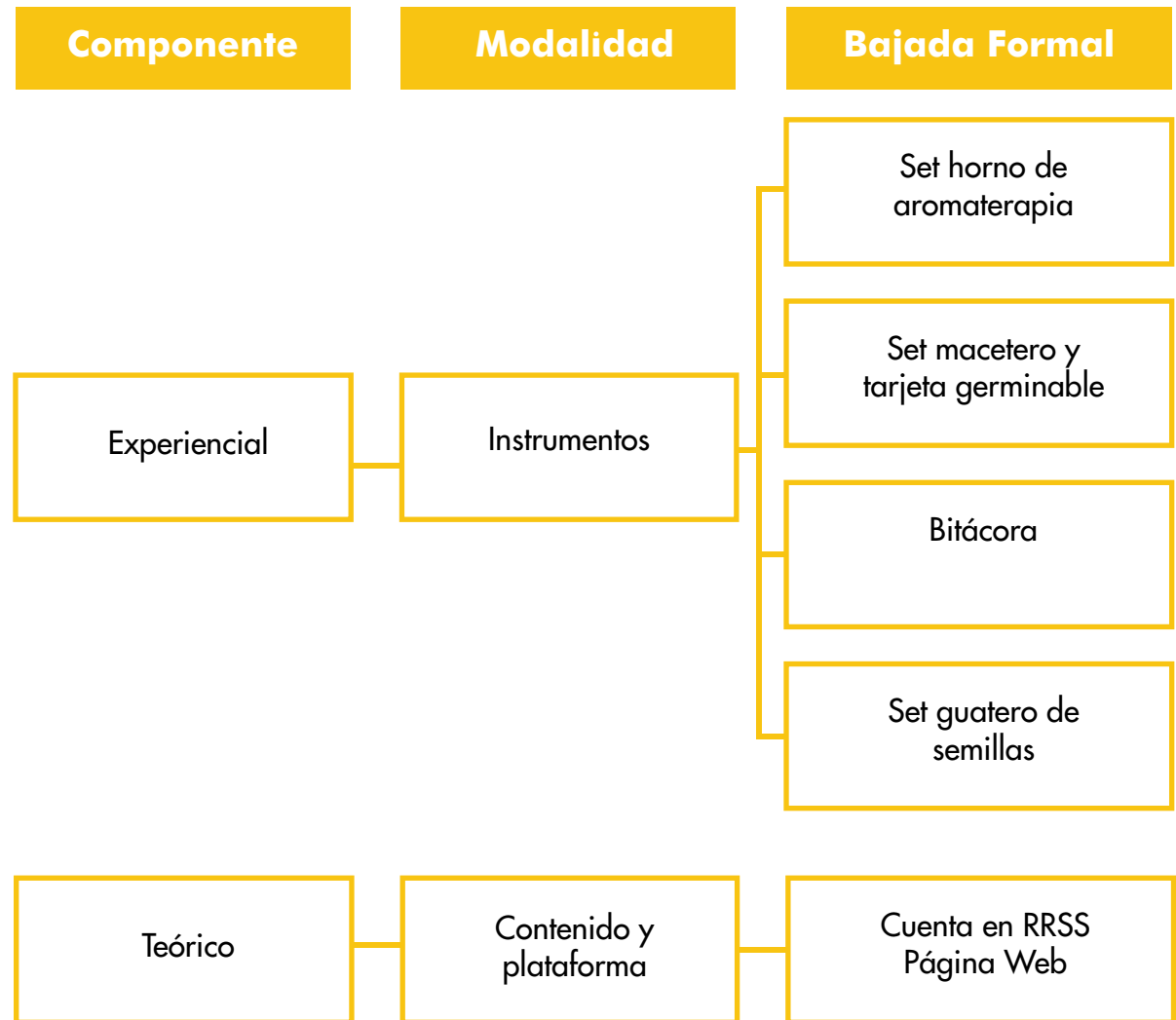


FIG. 13, mapa propuesta formal, elaboración propia

DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE DISEÑO

Tomando como base la oportunidad de diseño y la formulación del proyecto, se decide elaborar un set de productos enfocados en el acompañamiento durante el proceso de duelo ante la pérdida de un animal de compañía.

A continuación, se presenta el desarrollo de cada uno de los componentes definidos en la bajada formal del proyecto. Estos son:

Identidad Visual
Quemador de esencias
Guatero de semillas
Macetero
Bitácora
Packaging

IDENTIDAD VISUAL

MOODBOARD Y PALETA DE COLORES

Para la generación de la identidad visual del proyecto de diseño se confeccionó un tablero de inspiración se realizó con imágenes y fotografías utilizando imágenes representativas de algunos antecedentes y referentes expresados en el Estado del Arte del proyecto, para así, determinar el estilo de la marca y la familia de productos.

Ya ordenadas las imágenes, se procede a seleccionar los colores más predominantes del tablero los cuales son el amarillo, rosado, rojo, turquesa y azul (estos también ha sido utilizados a lo largo de la memoria de este proyecto). Para obtener tonalidades más armoniosas, se trabajó en la herramienta de rueda cromática disponible en Adobe Color, logrando configurar una paleta cromática con tonalidades complementarias entre si.

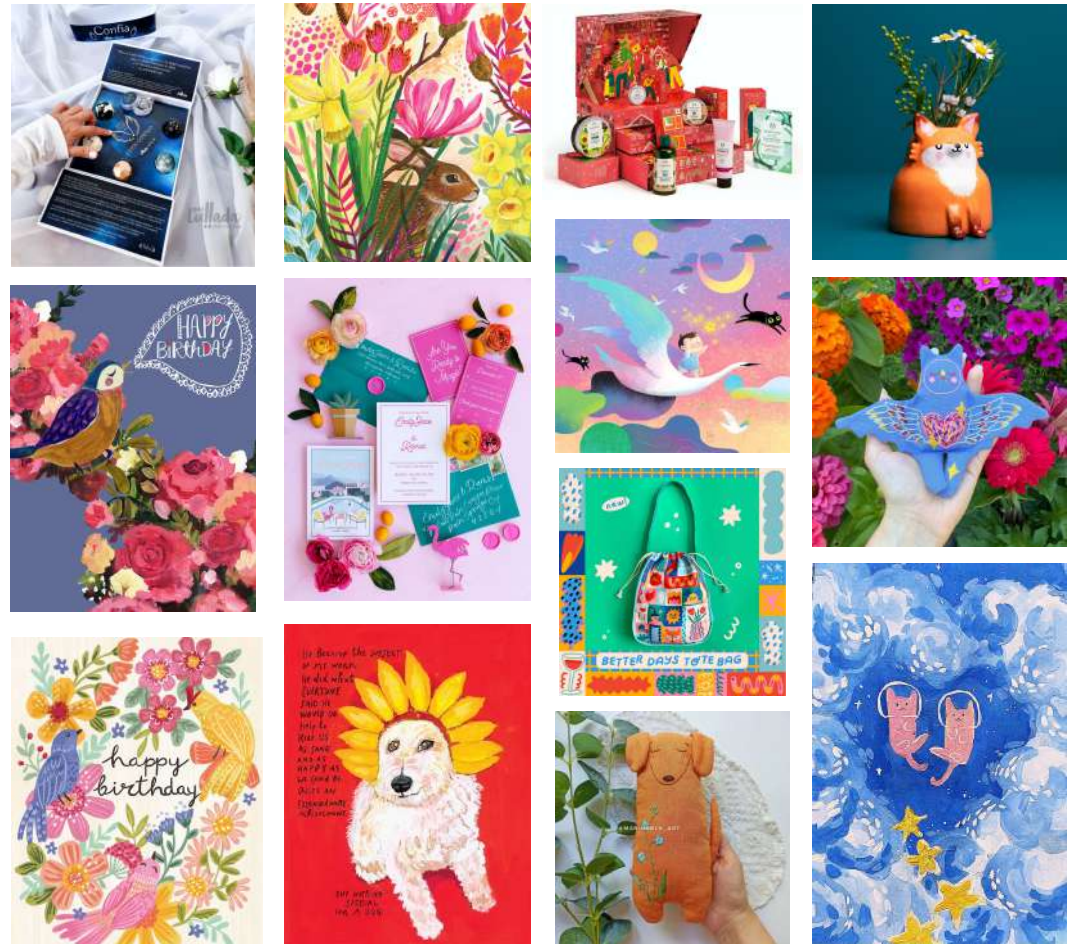


FIG. 14, Moodboard, elaboración propia

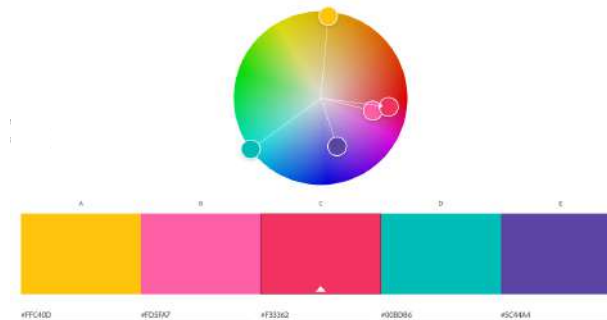


FIG. 15, Paleta de colores, elaboración propia

IMAGOTIPO

Para la realización del imagotipo de la marca, se bocetearon diferentes propuestas con tres símbolos característicos, un perro, un gato y un corazón.

Estos bocetos fueron colocados en una encuesta rápida por la red social Instagram en la que participaron 43 personas. Se obtuvo una preferencia del 60% por uno de los dibujos.

Posteriormente se digitalizaron la líneas en una tableta de dibujo y se vectorizó en el programa Adobe Illustrator. Se le aplicó la paleta de colores trabajada anteriormente y se obtuvo como resultado un imagotipo con sus trazos mejor trabajados.

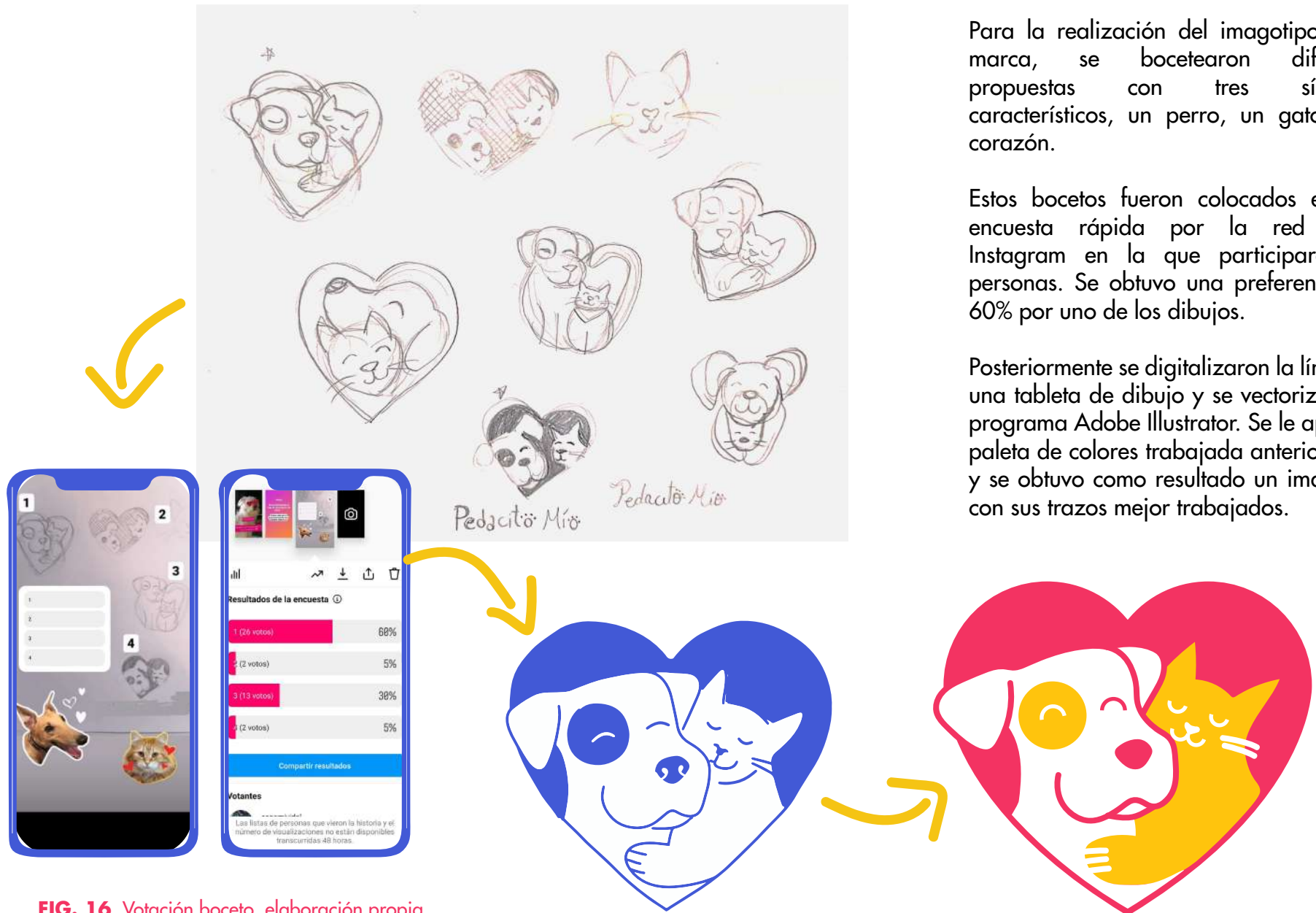
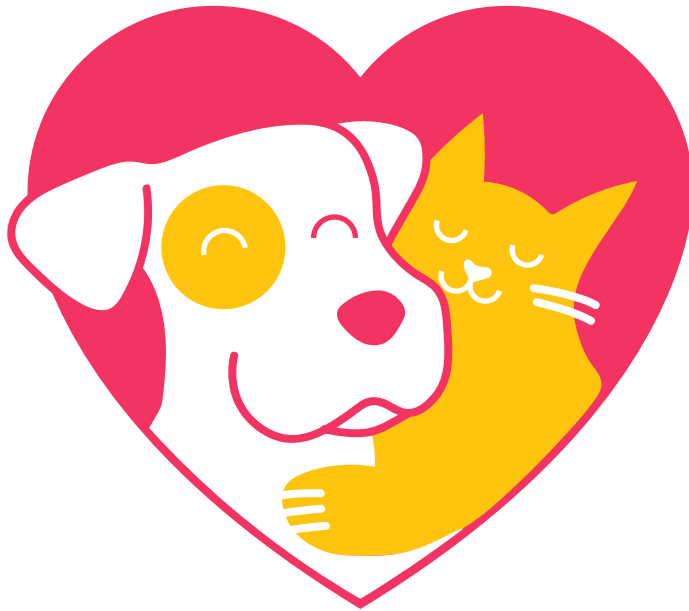


FIG. 16, Votación boceto, elaboración propia

IDENTIDAD VISUAL

Imagotipo



Naming

El nombre de la marca corresponde a "Pedacito mío", teniendo como eslogan "Una forma de recordarte". Tanto el nombre como el eslogan utilizan pronombres personales propios y palabras con diminutivo para apelar a un lenguaje coloquial más cercano y empático para el usuario, haciendo referencia directa de que el producto tiene relación con recordar a alguien que se le tiene un gran afecto y que lastimosamente ya no está presente.

Tipografía

RATIONAL MOOD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Always in my heart

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

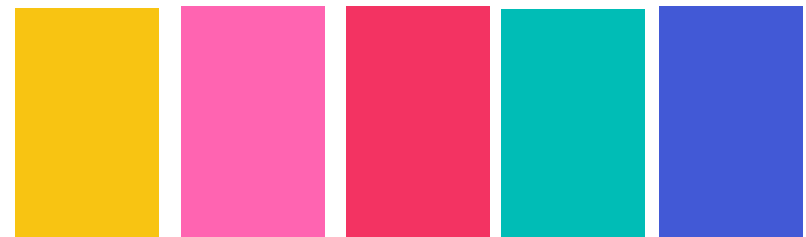
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Logotipos alternativos

PEDACITÖ MÍÖ



Paleta de Colores





QUEMADOR DE ESENCIAS: COMPAÑERO DE LUZ

IDEACIÓN

El quemador de esencias pertenece a la línea de productos de Pedacito Mío. Para comprender de mejor manera su proceso de desarrollo, se expresan en los siguientes capítulos la ideación, proceso de bocetación, prototipado, iteraciones y propuesta de proceso productivo para una proyección del prototipo final.

La idea inicial de este elemento era un cirio con una morfología similar a un animal de compañía, no obstante, en el proceso de lluvia de ideas se fue descartando ya que al derretirse la cera, esta se deformaría y podría provocar un disgusto al usuario. A pesar de este inconveniente, era necesario incluir un cirio dentro de los elementos del set, ya que su utilización ha estado presente simbólicamente en los rituales y terapias de duelo occidentales (Van Kessel, 2001)

La imposibilidad de realizar un cirio con morfología animal permitió el descubrimiento de otros productos relacionados a la calidez y fuego. Luego de una recopilación de referentes, se llegó al producto quemador de esencias o difusor de cerámica. La gran ventaja de este objeto es que permite la realización de aromaterapia, trayendo consigo nuevos beneficios al usuario que lo manipule, y al mismo tiempo puede evocar una sensación de calidez y luminosidad ya que necesita contener una vela encendida para su funcionamiento.

Para la obtención de la forma del quemador de esencias se comenzó por la realización de bocetos enmarcados en la identidad visual generada de la marca Pedacito Mío y referentes. Dentro de las características principales de los bocetos son: tener una forma curva u orgánica, representar morfológicamente a un animal de compañía de especie canina, tener en algún sector el corazón representativo de la marca Pedacito Mío.



PROTOTIPADO

De manera experimental se realizó un prototipo físico realizado con arcilla blanca. También se utilizaron herramientas para esculpir y agua. En una primera instancia se tuvo que dejar reposar el material ya que este venía con una textura acuosa, lo cual dificulta su manipulación.

Ya teniendo la arcilla en óptimas condiciones, se procedió a realizar la parte de abajo del quemador de esencias, lo que vendría siendo la zona hueca en la que se introduce la vela. Uno de los descubrimientos de este material es que al generar espacios intermedios huecos, este tendía a agrietarse y tensionarse.

Se continuó con la generación de la parte superior del producto y las piezas extras que representaban las orejas y brazos.



Conclusiones

Si bien este prototipo físico no es funcional ya que su materialidad no es óptima para la interacción directa con el fuego de la vela, se pudieron rescatar razonamientos que permitirán mejorar el producto y obtener una propuesta de proceso productivo viable.

Esculpir uno a uno no funciona como proceso de producción industrial, además existiría un alto grado de irregularidad en las piezas, pudiendo quedar todas las piezas con una forma diferente.

Las aplicaciones extras como las orejas y brazos tienden a despegarse, por lo cual es conveniente integrarlas a la forma principal o eliminarlas del modelo.

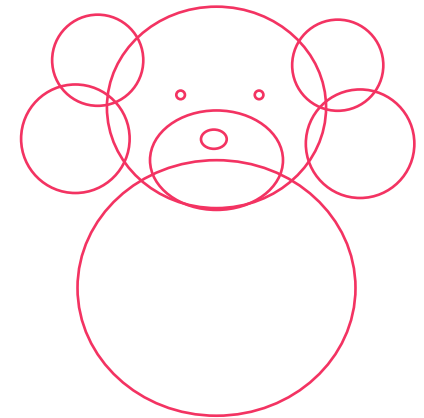
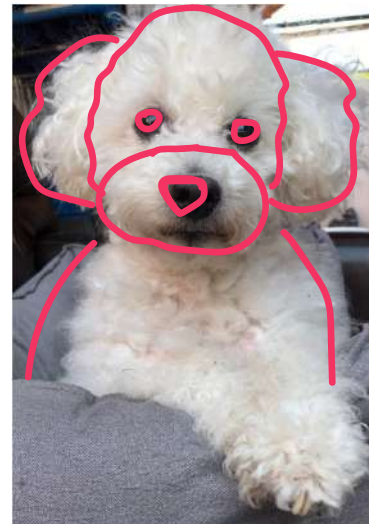
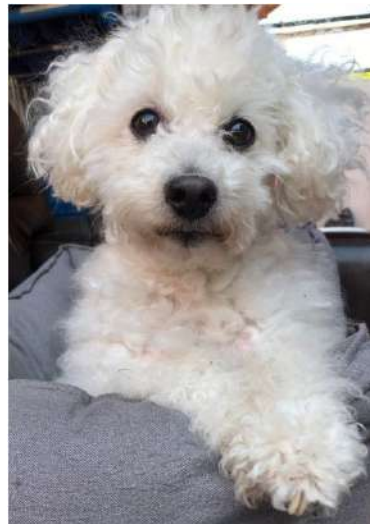
Sus dimensiones son pequeñas comparadas con los referentes formales, por lo que se debe trabajar en una escala mayor.

Iteraciones

Para la obtención de la geometría del producto quemador de semillas, se tuvo que retroceder al análisis formal de la fotografía de un animal de especie canina y generar una abstracción de sus rasgos característicos.

Tomando como ejemplo, se utilizó la fotografía de un canino macho de raza poodle, las cualidades de esta raza es el pelo largo y esponjoso, por lo que se acentúan y se perciben de mayor tamaño sus orejas y hocico. Los rasgos abstraídos de este canino fueron sus orejas esponjosas, ojos redondos, nariz y hocico prominente.

Una vez después de obtenida esta abstracción geométrica, se procede a trabajar en el segundo prototipo de manera paramétrica en el programa de modelamiento tridimensional Autodesk Inventor.

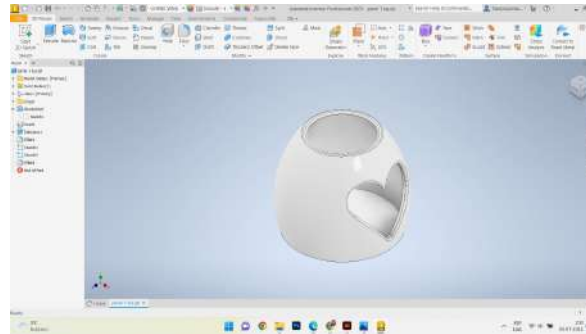


Prototipo 2

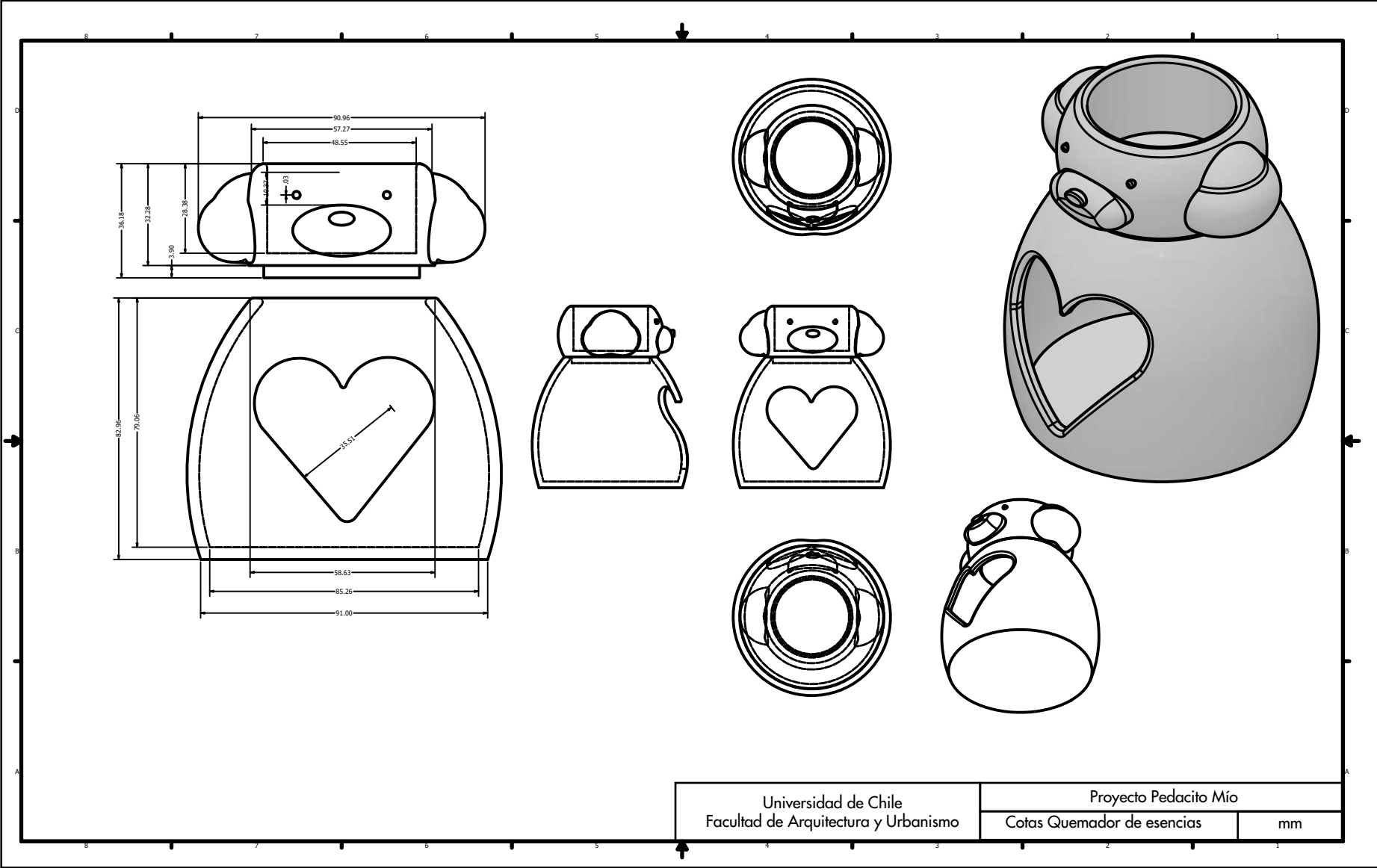
Tomando como referencia las nuevas consideraciones formales obtenidas en la iteración anterior, se comenzó a realizar un modelo paramétrico en el programa Autodesk Illustrator.

Las herramientas más utilizados para el modelado fué la confección de una semi silueta, a la cual se le aplicó una revolución en su eje central. Otro de los factores que ayudaron en la realización del prototipo fue la simetría de sus componentes, por ejemplo: gracias a la simetría de las orejas del modelo con forma de perro, se pudo replicar obteniendose un modelado más rapido.

Los resultados obtenidos en modelado paramétrico en 3d fueron satisfactorios, por lo que se decidió transformarlos en objetos tangibles mediante la impresión 3d. Este proceso demoró aproximadamente 15 horas en imprimir ambas piezas y se utilizó filamento ABS.



COTAS GENERALES



Universidad de Chile Facultad de Arquitectura y Urbanismo	Proyecto Pedacito Mío	
	Cotas Quemador de esencias	mm

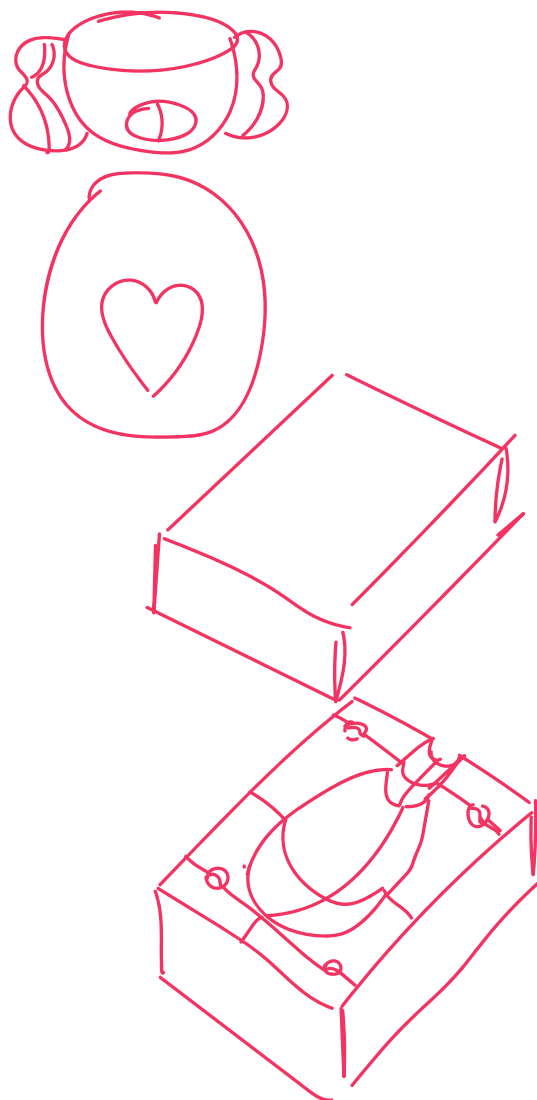
PROCESO PRODUCTIVO PARA PROPUESTA FINAL

Debido a los requerimientos físico/químicos que conlleva un objeto que tiene contacto directo con fuego, se propone la cerámica como materialidad para el producto final. Si bien en esta instancia no se concretó de manera física, a continuación se expresa el proceso productivo que se debe tener para fabricar de manera seriada el quemador de esencias Amigo de Luz del set de productos Pedacito Mío.

Elaboración del máster

Utilizando como referencia el modelo tridimensional realizado, se realizan intervenciones para convertirse en el modelo a replicar a través de la técnica de vaciado de molde.

Las iteraciones que se realizan son: convertir el modelo hueco en uno macizo, simplificación de algunas protuberancias y formas complejas, por ejemplo la extrusión de los ojos y nariz.



Molde

El molde se puede definir como la pieza utilizada para dar forma, imprimir o estampar usando un material más blando a replicar (Cornejo, 2018). A pesar de que actualmente existen moldes de resinas y siliconas, se decide elaborar uno de yeso, esto es debido a su cualidad de absorción del agua de la arcilla y su producción logra ser más económica.

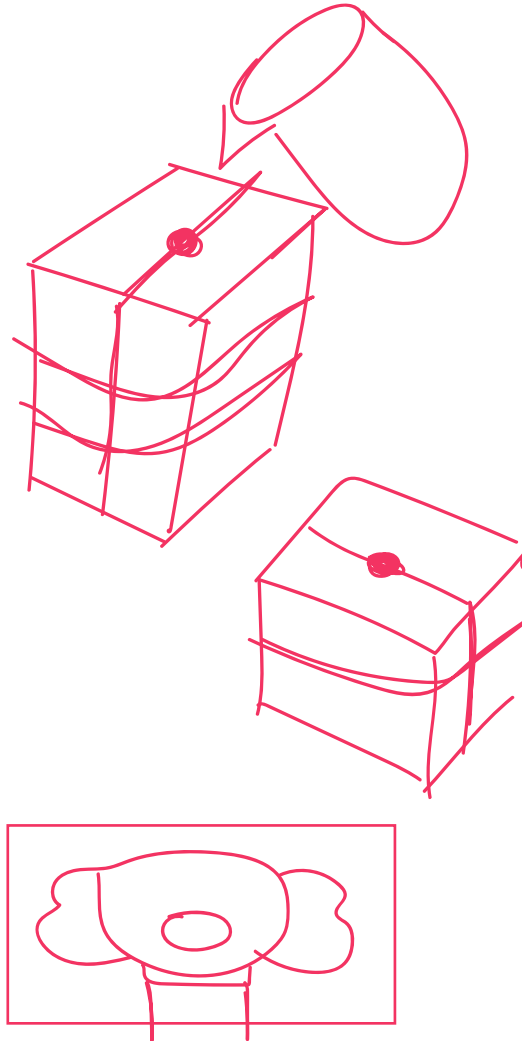
El tipo de molde a utilizar es el molde de colada, el cual permite producir serialmente, este está conformado por dos piezas para parte del quemador de esencias. Para poder delimitar este molde se utiliza una caja estructural que lo contiene mientras se realiza la copia en negativo del máster en cada pieza de este.

De acuerdo a la investigación realizada por Gladys Morín, Xavier Hung Y Arnaldo Millán (2014), se toma como referencia que la vida útil de un molde de yeso utilizado para la replicación de figuras de material cerámico sería de aproximadamente 80 reproducciones fidedignas.

Técnica de vaciado

Ya teniendo listo el molde, este se llena de barbotina preparada, es decir, la arcilla en estado líquido. Se necesita estar revisando constantemente el volumen del relleno, ya que el yeso absorbe la humedad de la pasta, disminuyendo su nivel lo que podría provocar una irregularidad indeseada en la réplica del modelo. Una vez observado el endurecimiento de los bordes, se procede a verter la barbotina sobrante del molde. Luego se espera el endurecimiento completo de la pieza para ser desmoldada correctamente.

Ya obtenida la pieza seca, se procede a pulir las imperfecciones que podría tener, teniendo en cuenta que este proceso es artesanal.



Quemado

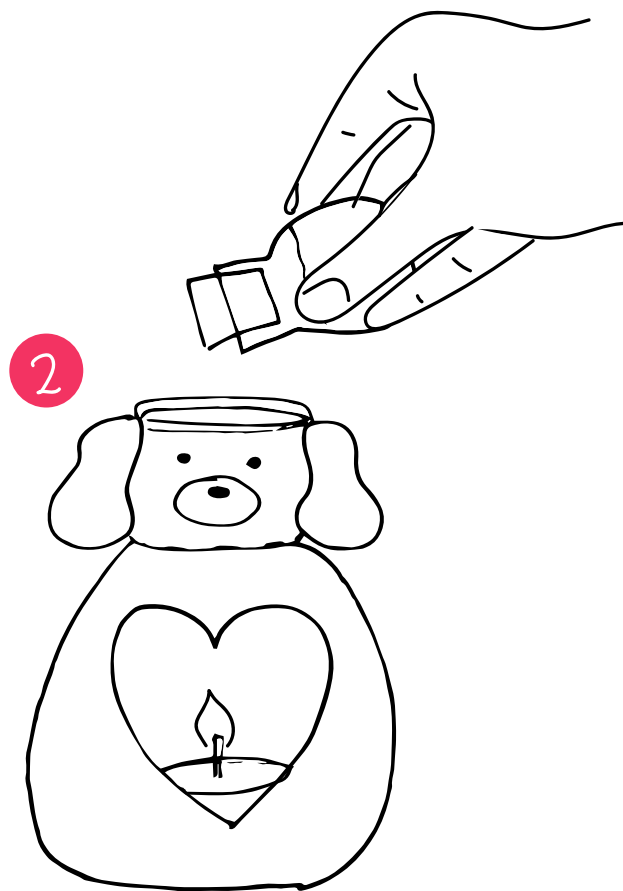
Dependiendo de las propiedades de la pasta escogida es el grado de cocción. Para este planteamiento teórico se tomó como referencia la pasta baja para vaciado 103-ATM Blanca Española, la cual tiene un punto de cocción entre 900-1060°.

Posterior a la cocción, se sumergen las piezas en esmalte transparente y se vuelve a depositar en el horno, esta vez, el esmalte se fundirá entregando un acabado vidriado a las piezas.

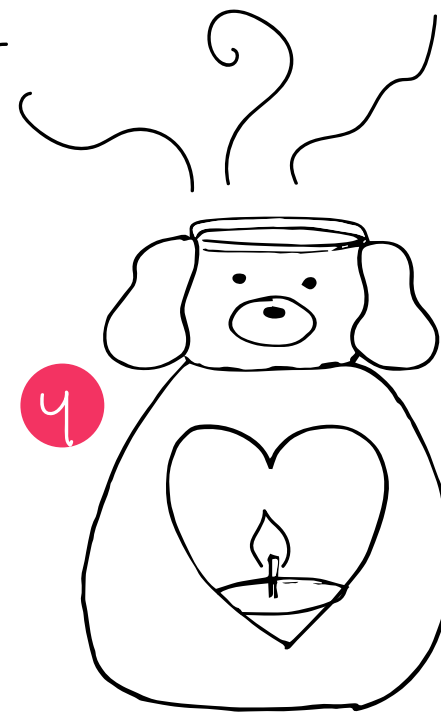
Tanto la descripción de la técnica de vaciado como de quemado fueron realizadas a partir del proceso desarrollado por Pérez (2019) en su proyecto de título "Quimera"

MODO DE USO

Como se expresa en los dibujos de abajo, la forma de usar el quemador de esencias denominado amigo de luz es bastante sencilla. Primeramente, la persona deberá introducir la vela en el interior del torso del quemador, colocar la esencia del aroma de su preferencia (dentro del kit se incluye un frasco con esencia de lavanda) se prende la vela y poco a poco comienza a esparsirce el aroma en la habitación que se haya colocado.



3



CONCLUSIONES

Como se expresa en los dibujos de abajo, la forma de usar el quemador de esencias denominado amigo de luz es bastante sencilla.

El proceso de prototipado frágil fue fundamental para lograr identificar aspectos a mejorar y formular características que no se tenían contempladas, que sin duda ayudaron a concretar una propuesta formal de mayor escala y con procesos productivos semi-industriales.





GUATERO: AMIGO DE SEMILLAS

IDEACIÓN

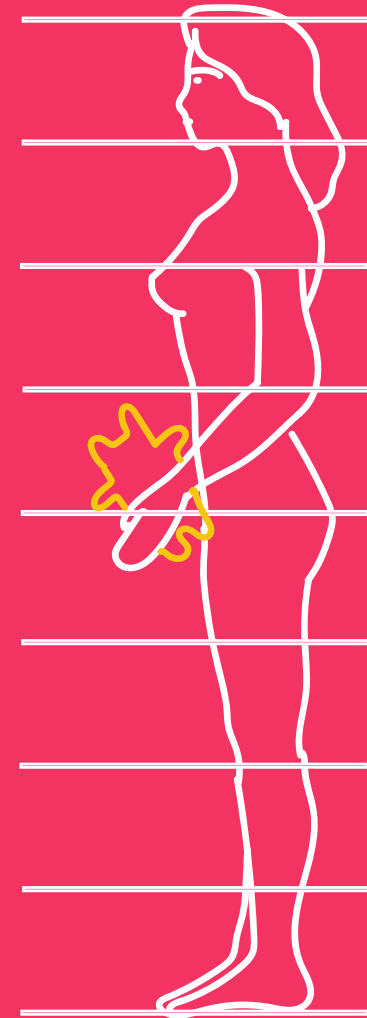
Utilizando el concepto de calidez, se comenzó a trabajar en la idealización de un producto que otorgue calor y bienestar al usuario. Tras la recopilación de antecedentes, referentes, lluvia de ideas y encuestas simples, se concluyó en la propuesta de un guatero de semillas.

Este producto es utilizado con fines terapéuticos, por lo que su inclusión en el set de productos de Pedacito Mío adquiere pertinencia ya que se le puede dar el enfoque de acompañamiento durante el proceso de duelo ante la pérdida de un animal de compañía.

Esta etapa se llevó a cabo a través de bocetos en el que se concretó la morfología deseada del producto. Esta debe ser una interpretación de un animal canino, simplificando sus extremidades y sus dimensiones son proporcionales a la antropometría del usuario ideal. También se consideraron las dimensiones de los referentes formales del producto.



Referencia antropométrica de una mujer sosteniendo el guatero de semillas.



PROTOTIPADO

Prototipo 1

Como primera instancia, se desarrolló el patrón de un guatero de semillas el cual consistía de un torso con las extremidades inferiores y la cabeza unido, los brazos, orejas y cola por separado, incluye un cierre en la espalda para poder introducir la bolsa de semillas y está relleno de algodón. Antes de coser sus partes, se pintaron flores con pintura de tela y se le realizó un bordado. Al comenzar a unirlo con la máquina de coser recta se pudo evidenciar que era complejo unir las partes pequeñas de manera exacta al torso.

Al momento de la prueba, solo se introduce la bolsa de semillas en el microondas y posteriormente se guarda dentro de la forma de animal.

Conclusiones

Al existir un relleno de algodón, el calor generado por las semillas calentadas en el microondas disminuye, por lo que el usuario solo podrá percibir el guatero con una temperatura tibia.

Hay un mayor grado de dificultad en el calce de las piezas pequeñas con las piezas grandes por lo que es mejor replantear el modelo a uno con menos partes y simplificado para optimizar el proceso de confección. El bordado del guatero se puede realizar de mejor manera cuando la tela aún no es cosida pero eso es inviable ya que el usuario recibiría el producto funcional y final.



Prototipo 2

Tomando en cuenta los puntos a mejorar del primer prototipo, se realiza un nuevo prototipo que incluye en su interior las semillas. En modo de experimentación, se confeccionó con tela sintética tipo peluche (45% modacrylic, 38% acrylic y 17% poliester). Si bien se mejoró la contención de las semillas, una vez extraído del microondas se percibe una transpiración del material que puede ocasionar sensaciones indeseadas. También este tipo de tela no permite la personalización a través de la pintura, por lo que se descarta su uso.



Prototipo 3

En este tercer modelo se utilizó tela crea cruda y se confeccionó un modelo que incluye todas las extremidades unidas de lo que vendría siendo el animal de especie canina. En su interior se incorporó una bolsa de tela llena de semillas con la forma de la capa exterior.

Los resultados se consideran exitosos ya que se logró llegar a una materialidad que no ocasiona daños al usuario, la nueva forma del patrón redujo los procesos de confección y su color crudo permite fácilmente personalizarlo con la pintura para telas.

Iteración

Posterior al resultado exitoso del prototipo tres, se realiza una nueva alternativa en la forma de sus orejas para continuar con la línea formal de los demás productos del set de Pedacito Mío

Materialidad

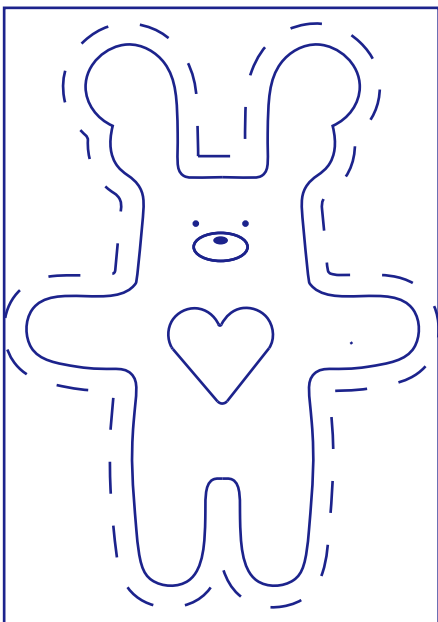
El guatero de semillas está confeccionado con tela crea cruda 100% algodón, semillas de trigo, cedrón y lavanda.



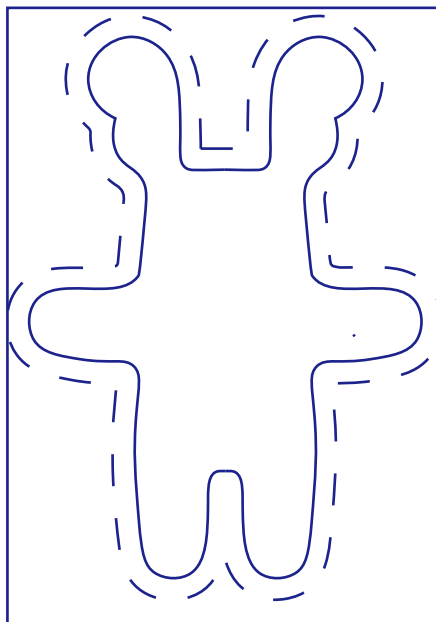
PATRÓN DE CORTE

El patrón del guatero de semillas fue realizado en el programa Adobe Illustrator con la finalidad de poder vectorizarlo respetando la simetría de su forma. Este producto está compuesto de cuatro partes:

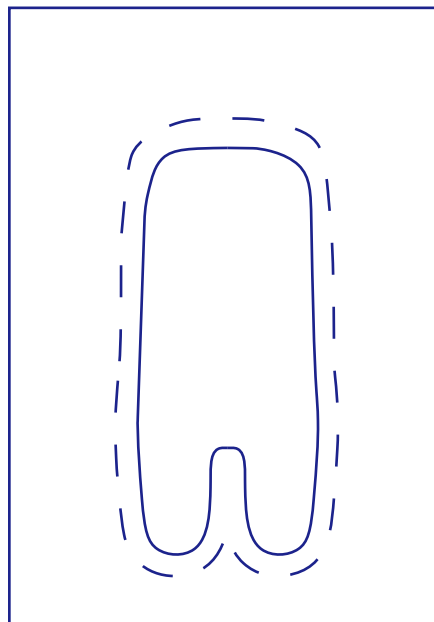
Pieza frontal externa



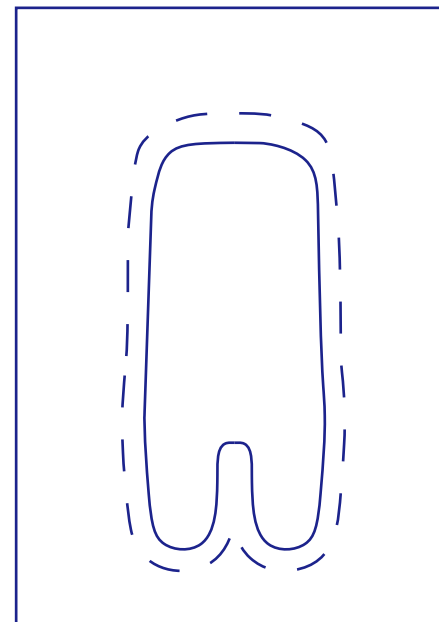
Pieza posterior externa



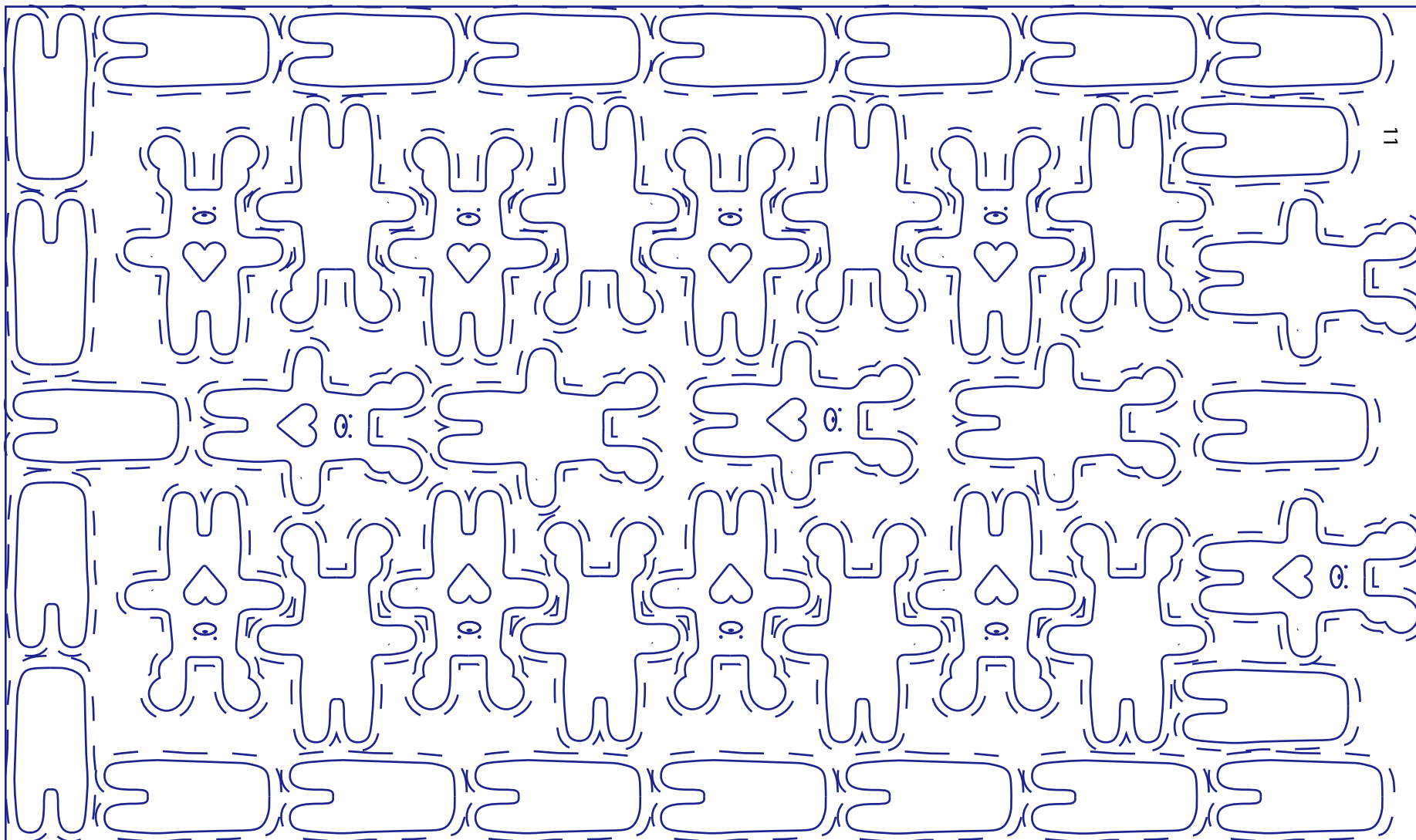
Pieza frontal interna



Pieza posterior interna



Adicionalmente se realizó una optimización de material, considerando el formato de tela crea cruda es de 170x100cm, se trazó un dibujo con las piezas ordenadas logrando acomodar once patrones de guateros de semillas por metro de tela.



PROCESO PRODUCTIVO



El guatero de semillas es un producto textil el cual tiene un proceso que permite la serialización de su modelo si se sigue los siguientes procedimientos:

Realización de Patrón

El patrón o molde es la plantilla utilizada para copiar la figura de forma serializada en la tela. El patrón del guatero de semillas de Pedacito Mío posee cuatro piezas: la pieza frontal exterior, pieza posterior exterior, pieza frontal interior y pieza posterior interior.

Recorte de la tela

Se coloca la plantilla sobre la tela y se calca el contorno (este tiene un centímetro de margen) luego se procede a recortar cada una de las piezas con una herramienta de corte (tijera o cierra).

Unión de partes

Se comienza por coser las piezas interiores con una máquina de coser recta (debido a las dimensiones del molde y curvas predominantes, se descartó la utilización de la máquina de coser tipo overlock) dejando un espacio libre para introducir las semillas y luego sellarlo.

Posteriormente se cosen las piezas exteriores dejando un espacio para introducir las piezas interiores ya rellenas con las semillas.



MODO DE USO

El set del guatero Amigos de semillas incluye pinturas especiales para tela que puede utilizar para personalizarlo y crearle su propia identidad. Un consejo es pintarlo guiándose con la foto de la mascota.

Se debe dejar secar la pintura por al menos veinte minutos a temperatura ambiente. Transcurrido ese tiempo, la persona podrá manipular sin problemas el guatero, incluso introducirlo al microondas.

Para calentar el guatero de semillas, sólo se debe introducir en el microondas y dejarlo a temperatura media por aproximadamente tres minutos.

La sensación de calor del guatero dura al menos veinte minutos, por lo que si se siente tibio, se puede volver a calentar.

Dentro de los beneficios que proporciona el guatero de semillas está la disminución de dolores al aplicarle calor, momento reflexivo y de relajación al pintarlo.



CONCLUSIONES



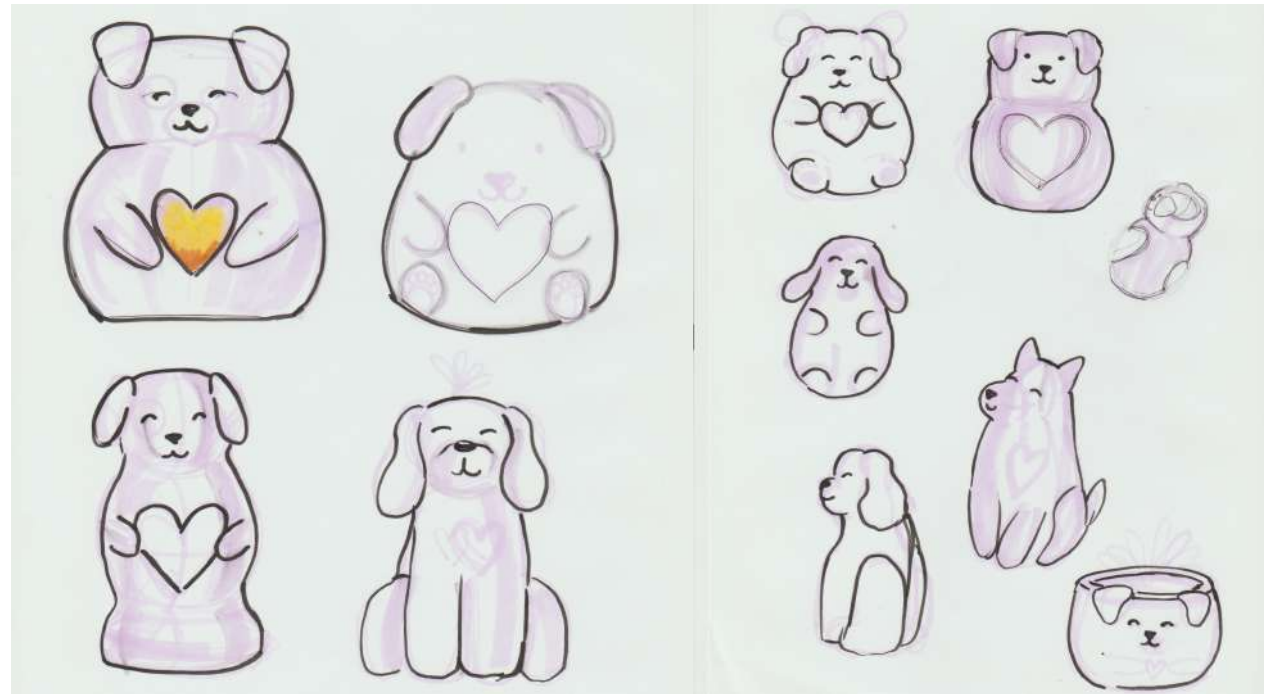
Tras el proceso de prototipado del guatero de semillas se pudieron tomar decisiones para perfeccionar la propuesta final, un ejemplo es la materialidad, se optó por utilizar una tela con una composición de 100% algodón y no una sintética.

El diseño del proceso de producción de este producto permite una serialización de este teniendo la plantilla con los moldes organizados de tal manera que logran minimizar las pérdidas por metro de tela.

KIT MACETERO: AMOR FLORECIENTE

IDEACIÓN

La propuesta de experiencia entregada por el set del macetero es poder hacer literalmente florecer tus palabras. Dentro del kit se encuentra el macetero, lápiz grafito y hojas con forma de corazón germinables, estas últimas tienen la particularidad de tener semillas incrustadas en su interior por lo que al plantarlas, estas semillas germinan, obteniéndose un proceso tradicional de cultivo.



PROTOTIPADO

Prototipo 1



El primer prototipo está conformado por una base cilíndrica con base en la cual se añadieron partes del material para representar las orejas, brazos del animal y un corazón que está sosteniendo. Lo primero que se pudo perfeccionar a partir de este acercamiento formal es que los aplicados se pueden despegar ya que al estar en relieve, estos podrían ser fácilmente pasados a llevar. Además, la realización de elementos externos encarecería un proceso productivo seriado y existirían variaciones entre los productos. Lo que se puede destacar de este primer modelo es su color blanco permite una intervención libre para el usuario.

Prototipo 2



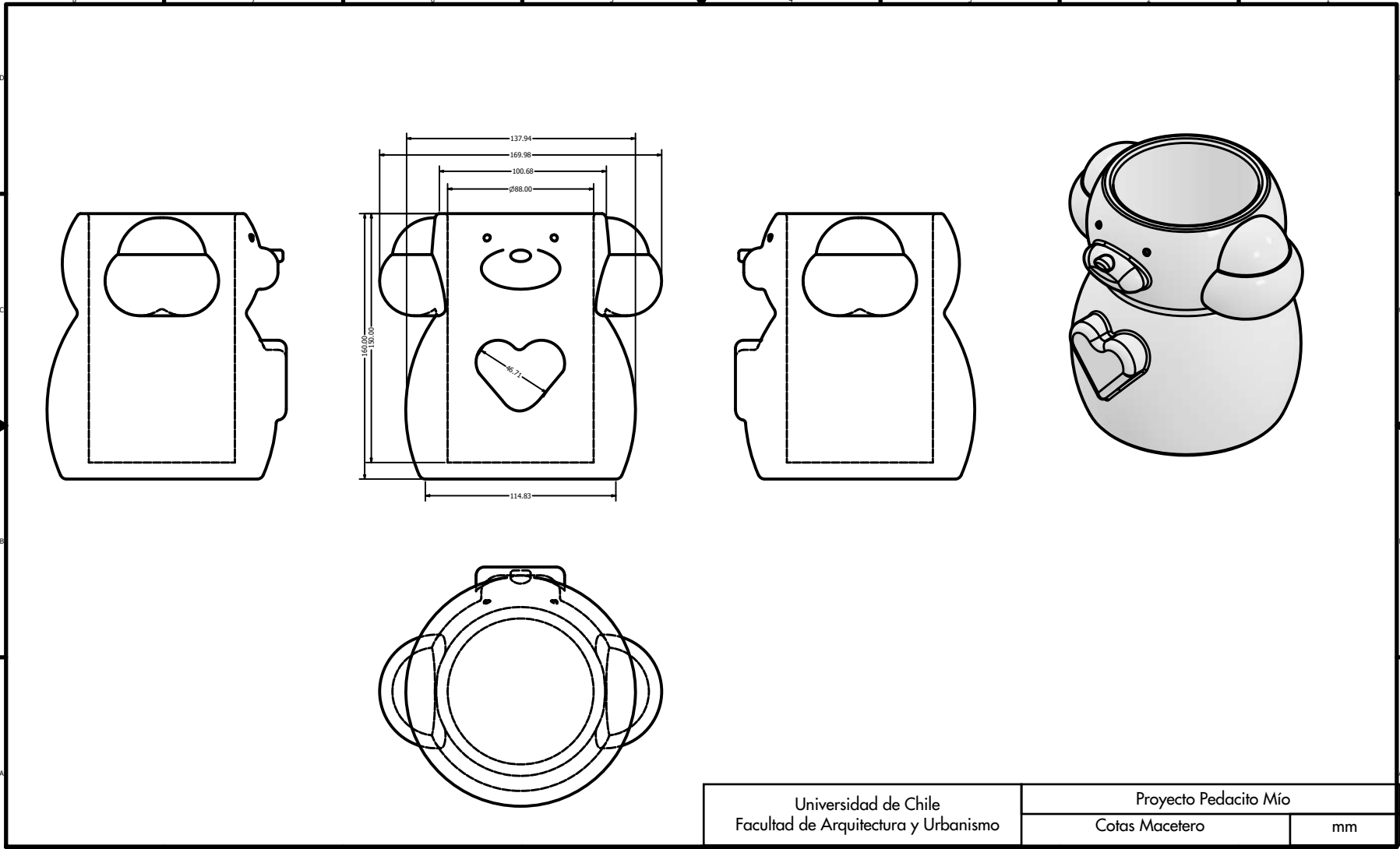
El segundo modelo es una figura moldeada de arcilla profesional. Para su modelado se utilizó de forma experimental un globo. Se colocó la masa cubriendo este elemento y se dejó secar. Al desmoldarlo ocurrió que el modelo adquirió una textura lisa en la superficie que estuvo en contacto con el globo. Si bien este procedimiento no se podría realizar de manera industrial, se concluye como pertinente la utilización de un molde específico que permita la replicación en serie de la forma del macetero.

Prototipo 3



Tomando en cuenta los puntos anteriores a mejorar, se realizó un modelamiento 3d de una nueva propuesta formal del macetero, este iría condicionado por la identidad formal que se ha configurado en los productos de Pedacito Mío como lo es el quemador de esencias, por lo que se plantea utilizar elementos característicos de ese producto para lograr visualmente una "familia" de objetos. Las características principales de este modelo es su forma curva, sus orejas redondeadas, hocico prominente y un corazón en relieve.

COTAS GENERALES



Universidad de Chile Facultad de Arquitectura y Urbanismo	Proyecto Pedacito Mío	
	Cotas Macetero	mm

PROCESO PRODUCTIVO PRODUCTO FINAL

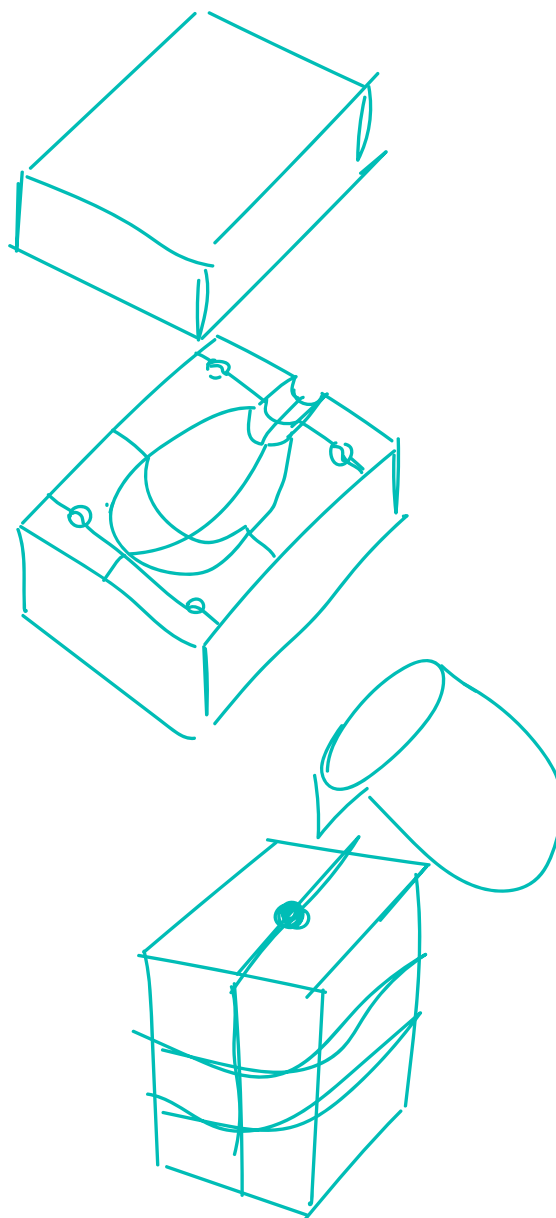
A pesar de que este macetero puede ser de diversas materialidades, como lo es el yeso, hormigón, incluso cemento, se optó seguir la línea que posee el quemador de esencias de cerámica, así se percibirá de una mejor manera que el set de Pedacito Mío es una "familia" de productos.

Elaboración del máster

Al igual que el quemador de esencias, se realizan modificaciones al modelo tridimensional, convirtiéndolo en una pieza maciza y con ángulos bien cuidados para facilitar la replicación de la forma en el molde.

Molde

La materialidad escogida para el molde es el yeso, debido a su fácil adquisición en el mercado y tiene un valor económico con respecto a las otras opciones de material, además tiene la cualidad de absorber la humedad que genera la cerámica.



Técnica de vaciado

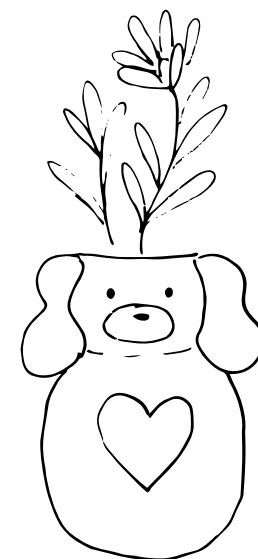
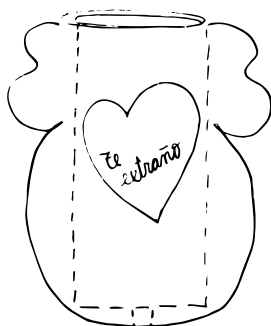
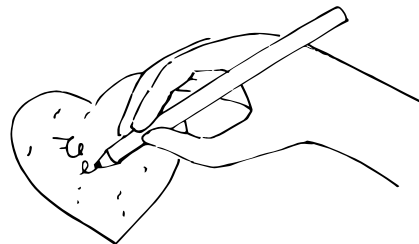
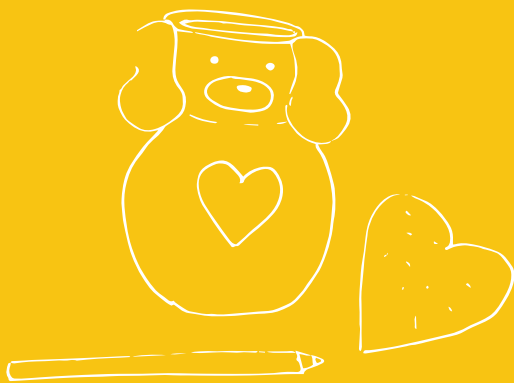
Ya teniendo listo el molde, este se llena de barbotina preparada, es decir, la arcilla en estado líquido. Se recomienda revisar el volumen del relleno al menos cada diez minutos para asegurarse de que no ocurra un desperfecto o la mezcla no esté regular en el molde. Ya teniendo la pieza endurecida, se procede a desmoldar y pulir impurezas que podrían haberse ocasionado durante el proceso.

Quemado

Para este planteamiento teórico se tomó como referencia la pasta baja para vaciado 103-ATM Blanca Española, la cual tiene un punto de cocción entre 900-1060°. Se sumergen las piezas en esmalte transparente y se vuelve a depositar en el horno, esta vez, el esmalte se fundirá entregando un acabado vidriado a las piezas.

MODO DE USO

La propuesta de experiencia entregada por el set del macetero es poder hacer literalmente florecer tus palabras. Dentro del kit se encuentra el macetero, lápiz grafito y hojas con forma de corazón germinables, estas últimas tienen la particularidad de tener semillas incrustadas en su interior por lo que al plantarlas, estas semillas germinan, obteniéndose un proceso tradicional de cultivo.



El usuario contará con papel germinable y un lápiz grafito, ambos materiales servirán para que él pueda escribir un mensaje dedicado a la mascota fallecida.

Esta carta deberá depositarla en el interior del macetero y añadirle tierra de hojas.

Las semillas del papel germinarán dependiendo del cuidado que se le ha entregado. La experiencia que se quiere generar en el usuario es que a partir de sus palabras escritas en un papel brotó este ser vivo.

Adicionalmente, la persona puede escribir el nombre completo o la inicial de su mascota en el corazón que está en relieve en el macetero.

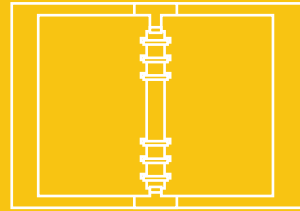
CONCLUSIONES

El set Amor floreciente logra generar una experiencia simbólica en el usuario y le genera un desafío personal al responsabilizarse de un nuevo ser vivo que es la planta germinada a partir de la carta que escribió pensando en su mascota.

La morfología del macetero logra alinearse a la identidad visual generada en la marca Pedacito Mío, un ejemplo claro de esto es la similitud formal y material con el quemador de esencias.

El resultado de esta propuesta logra ser satisfactorio y podría generarse una proyección de ser vendido en el formato set o por separado.





BITÁCORA DE LOS BUENOS RECUERDOS

IDEACIÓN

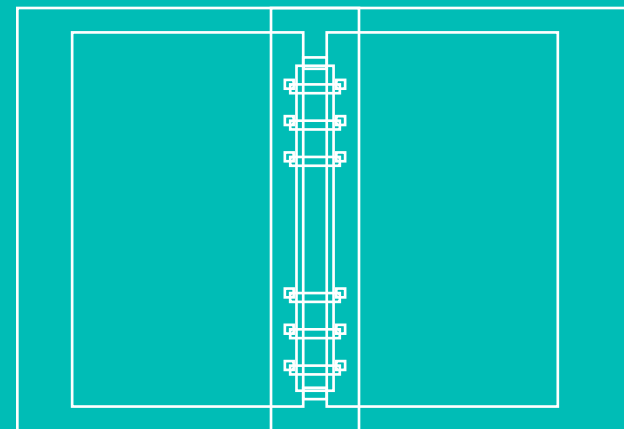
A partir de los referentes, preferencias de personas entrevistadas en contextualización y lluvia de ideas, se decide por incluir un cuarto producto al set de productos de Pedacito Mío, este es “La Bitácora de los buenos recuerdos”, una libreta personal que aporta con actividades y reflexiones escritas enfocadas al proceso de duelo de una persona que ha perdido a su mascota.

Las particularidades que se plantean en su diseño es el formato es que permite al usuario organizar a gusto las hojas pertenecientes a la bitácora, puede cambiar el orden, agregar o eliminar páginas y crear su propia narrativa. Uno de los beneficios de este formato es que así el usuario puede definir el orden que desee completar la bitácora, por ejemplo, una de las actividades la considera sensible para el momento en que se encuentra, por lo que tiene la posibilidad de aplazar esa actividad dejándola al final, a diferencia del empastado, el anillado o la encuadernación tradicional.

También se extrajo el concepto de las “cartas de empatía”, mencionadas en la lluvia de ideas. Estas consistían en tarjetas con un mensaje ya escrito con el objetivo de que el usuario del set de Pedacito Mío pueda entregárselas a las personas que quiera que lo acompañen durante su proceso de duelo. Si bien esta idea quedó sin concretarse, gracias a la Bitácora de los buenos recuerdos, la persona podrá sacar las hojas sin dificultad e incluso, puede regalárselas a la persona que quiera.

Para la realización de una narrativa itinerante se realizó una lectura completa de los referentes más cercanos como lo son Destroza este diario (Smith, 2007) y Uno siempre cambia al amor de su vida por otro amor o por otra vida (Andrade, 2015), ambos están categorizados como libros de autoayuda y tienen en común que la gran mayoría de sus páginas están escritas de forma manuscrita y con un lenguaje coloquial, esto ayuda a que el o la lectora pueda sentir una relación más cercana, en este caso, con las autoras, haciendo una experiencia más amigable. Dado lo anterior, se decide realizar el contenido con escritura manuscrita digitalizada.

Adicionalmente, se hicieron ilustraciones inspiradas en fotografías de mascotas. A continuación, se presenta el proceso realizado.



CREACIÓN DE LA NARRATIVA

Recolección de fotografías

Para lograr generar un producto de valor e involucrar genuinamente a las personas que activamente han participado en las encuestas y entrevistas de esta investigación, se decide por solicitar voluntariamente fotografías de mascotas (mayoritariamente caninos) para así poder capturar de manera caricaturesca las poses y comportamientos de estos animales de compañía. Se obtuvieron alrededor de 50 fotografías de diferentes mascotas.



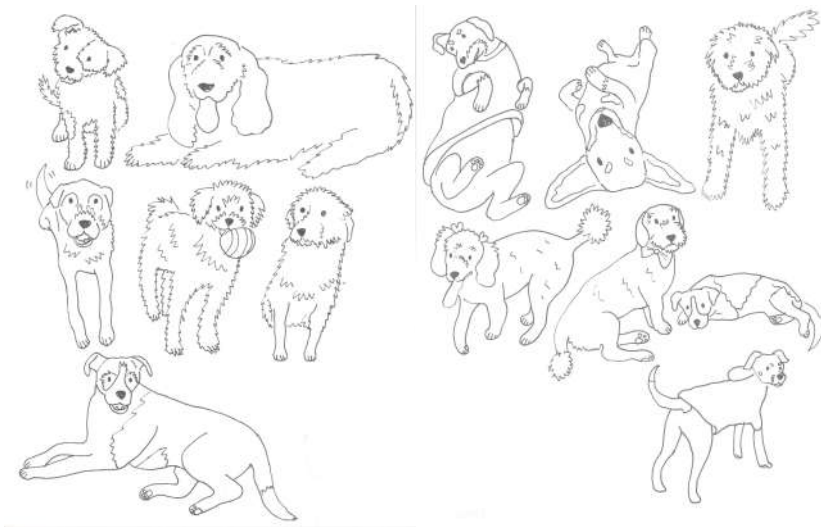
Dibujo en papel

Se realizaron 50 ilustraciones inspiradas en las mascotas que aparecían en las fotografías recolectadas. En un comienzo, se realizaron los bocetos con lápiz grafito 2B, sin embargo, se traspasaron con tira línea 0,7mm para obtener una mejor digitalización de los dibujos.



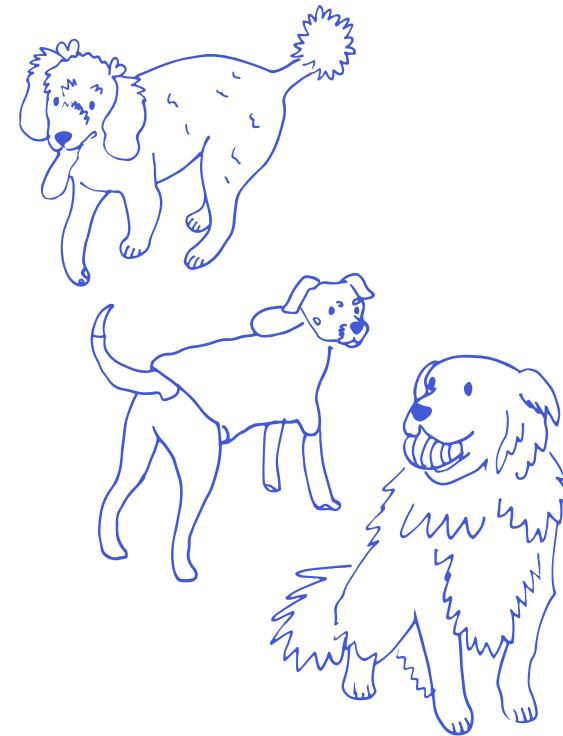
Escaneado

El proceso de digitalización de los dibujos fue realizado en una impresora multifuncional que permite escanear documentos, al abrirse el archivo digitalizado, se procede a configurar su brillo, contraste y saturación para facilitar su vectorización.

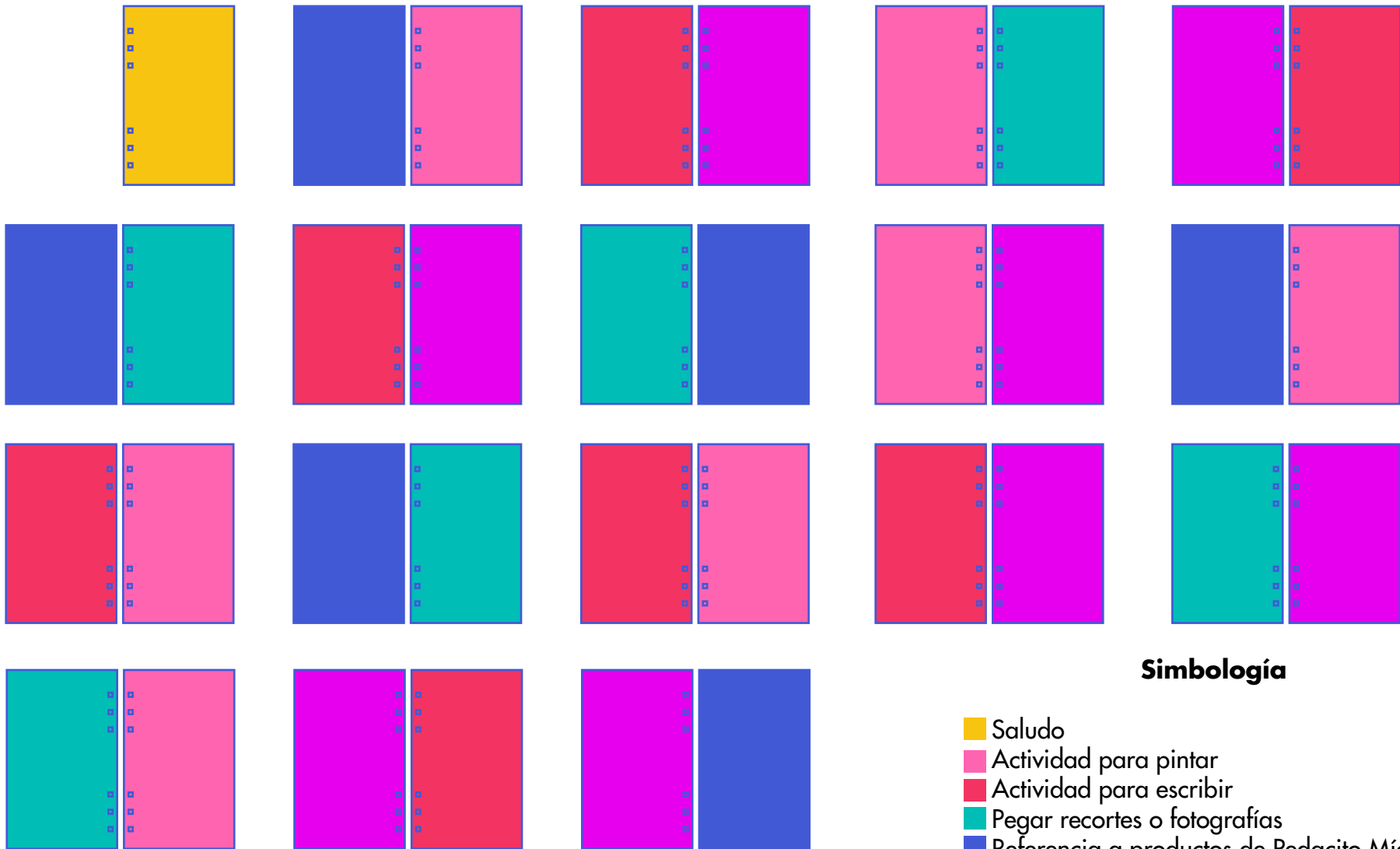


Vectorización

Los archivos escaneados son posteriormente trabajados en el programa Adobe Illustrator, en el cual se utiliza la herramienta "calco de imagen" para obtener las líneas vectorizadas del dibujo y así poder modificarlo libremente en el panel de trabajo.



ESTRUCTURA PRINCIPAL



Simbología

- Saludo
- Actividad para pintar
- Actividad para escribir
- Pegar recortes o fotografías
- Referencia a productos de Pedacito Mío
- Frase inspiradora

PROPUESTAS

Página de saludo inicial

Hola!
 En esta bitácora podrás
 ESCRIBIR, PINTAR, DIBUJAR
 REÍR, LLORAR, CANTAR
y por sobre todo, recordar a
ese ser de 4 patitas que
tanto amas.

Esta es la primera página que verá el usuario al abrir la bitácora, está escrita en manuscrita digitalizada con lenguaje coloquial, con el objetivo de empatizar con el lector y volver esta relación persona-libro más simétrica, generando la sensación de que es una conversación con alguien cercano.

Página para pintar

DATE UN TIEMPO PARA
 DESCANSAR Y MEDITAR

Dentro de las encuestas realizadas, se evidenció una tendencia por los libros de colorear para no infantiles, ya que estos ayudan a disminuir el estrés y entrega un momento de relajación.

Para estas páginas se dibujaron las mascotas en ambientes cotidianos, como en una casa, parque, super mercado, etc. Adicionalmente se verán algunos productos del set interactuando con los personajes.

Página para escribir

Son páginas inspiradas en la lógica de los libros de auto ayuda, entregando un mensaje positivo y a la vez reflexivo para que el usuario pueda tomarse un tiempo en analizar el texto, relacionarlo con su vida personal y finalmente, escribirlo en la bitácora.

Página para fotografías



Página haciendo referencia a algún producto de Pedacito Mío



Página de frase inspiradora

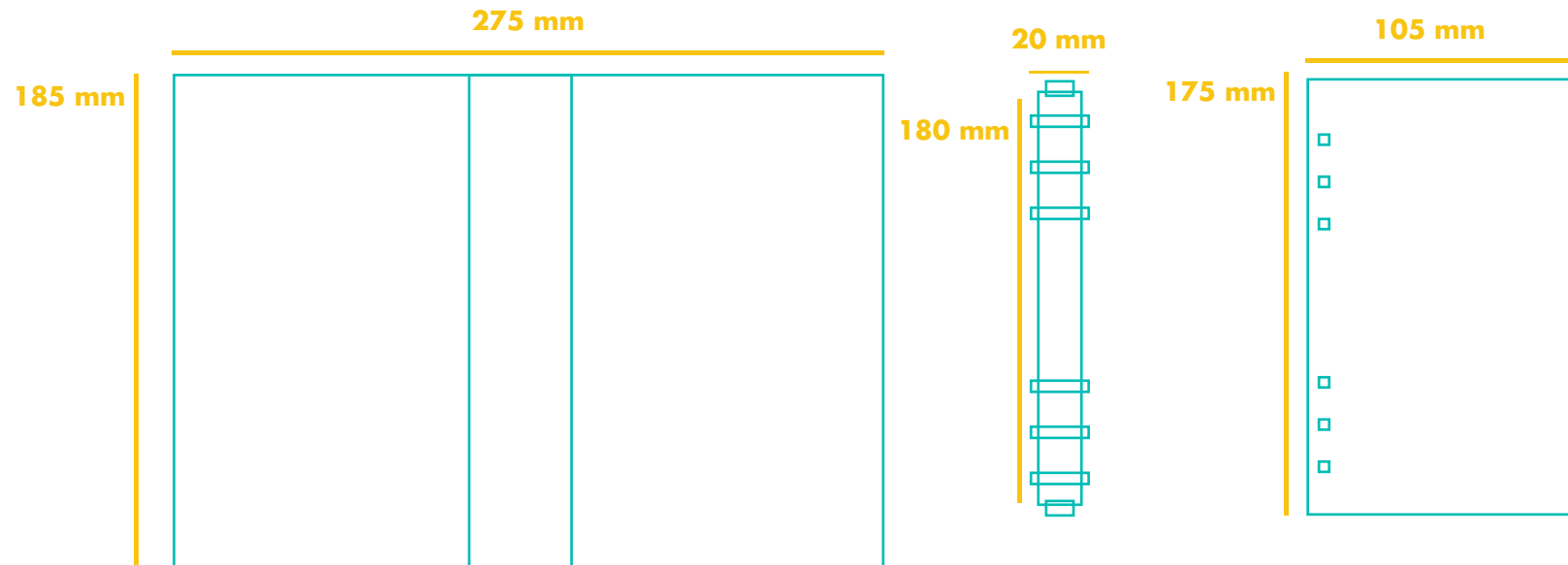


En estas páginas el usuario es invitado a poder buscar y pegar fotografías personales en la bitácora, añadiéndole un mayor valor a la libreta ya que se convirtió de ser un producto universal, a un almacenador de recuerdos.

Con la intención de generar una conversión y dinámica mezclando diferentes productos del set de Pedacito Mío, se diseñaron páginas que tienen relación con el guatero, el quemador de esencias y el macetero. En el ejemplo se hace referencia al guatero de semillas e invita a poder colorearlo idéntico al objeto original.

Estas páginas se añadieron con el propósito de alivianar el contenido que abarca emociones nostálgicas muy fuertes con frases reflexivas y positivas que alienten a tener un mejor día o esforzarse en lograr las metas propuestas. También están pensadas para que el usuario pueda sacarlas de la bitácora y regalárselas a quien quiera.

DIMENSIONES GENERALES



PROCESO PRODUCTIVO

La bitácora de los buenos recuerdos se puede categorizar en un producto de papelería por lo que existen alternativas de procesos que permiten la producción seriada de éste. A continuación, se describen los pasos tradicionales para producir la bitácora:

Impresión del contenido

Una manera de economizar la tinta de impresión fue escoger un color en particular para los trazados. Al ser monocromático, la persona tendrá una mayor alternativa de colorearlo a gusto propio. A nivel industrial se sugiere realizar la impresión en una impresora plotter u offset.

Corte

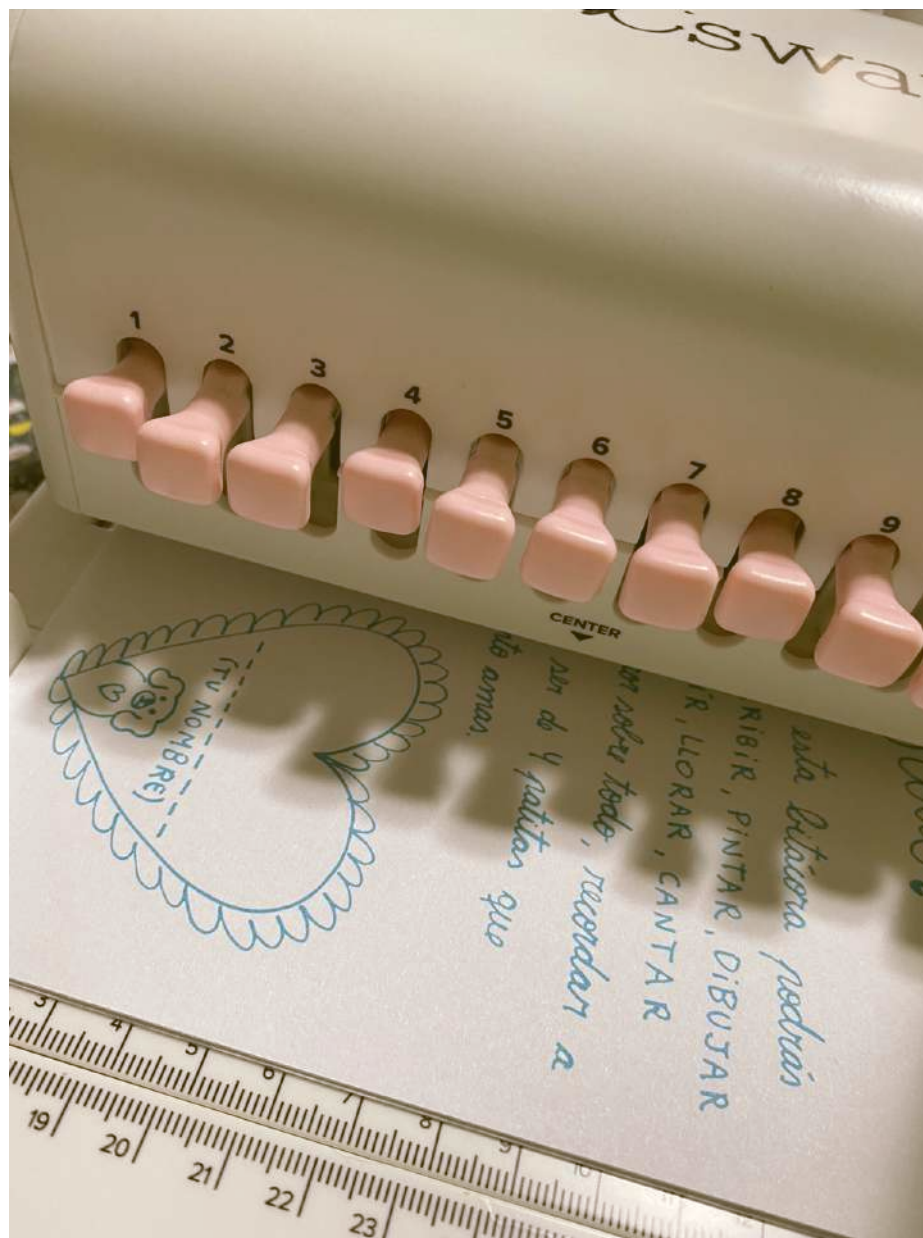
Para realizar el corte de las páginas en grandes cantidades, es necesario hacerlo con una guillotina industrial.

Perforado para anillado

La separación de los anillos de la anilla clip de metal es de 3 en 1 (tres anillos por pulgada) por lo que se debe realizar con una máquina anilladora que realice esa perforación con la separación indicada.

Encuadernación

Las hojas ya perforadas son archivadas en las anillas de clip que están adheridas a la tapa dura de la bitácora



CONCLUSIONES

La bitácora de los buenos recuerdos logra cumplir su propósito satisfactoriamente. Su contenido fue diseñado a partir de la empatía, la entrega de mensajes positivos y siempre pensando en el bienestar emocional del usuario.

La elección de narrativa cambiante resulta ser pertinente para el tipo de material que contiene la bitácora.

Uno de los puntos que se destacan es que dentro de sus páginas se logran plasmar otros productos del set de Pedacito Mío, incluso en algunas ilustraciones se ven a los perros "interactuando" con ellos.



PACKAGING

El concepto de packaging se puede definir como "todo aquello que implica la inclusión o protección de los productos para la distribución, almacenaje y venta. Esto es, los envoltorios, etiquetados y envases de los artículos comerciales" (García, 2017). Es importante poder generar un empaquetado estéticamente atractivo y práctico, ya que este influye en la experiencia del consumidor ya sea por la textura, color o forma (Peris, 2020)

Las principales características que debe tener este independiente del producto que almacene sons (Editorial Grudemi, 2021):

Brindar contención y protección al producto, se debe tener en cuenta las necesidades que posea el producto, por ejemplo el grado de fragilidad que tenga.

Ajustarse al estándar del mercado. El empaque debe tener una medida acorde el lugar donde se va a colocar a la venta y en que será transportado.

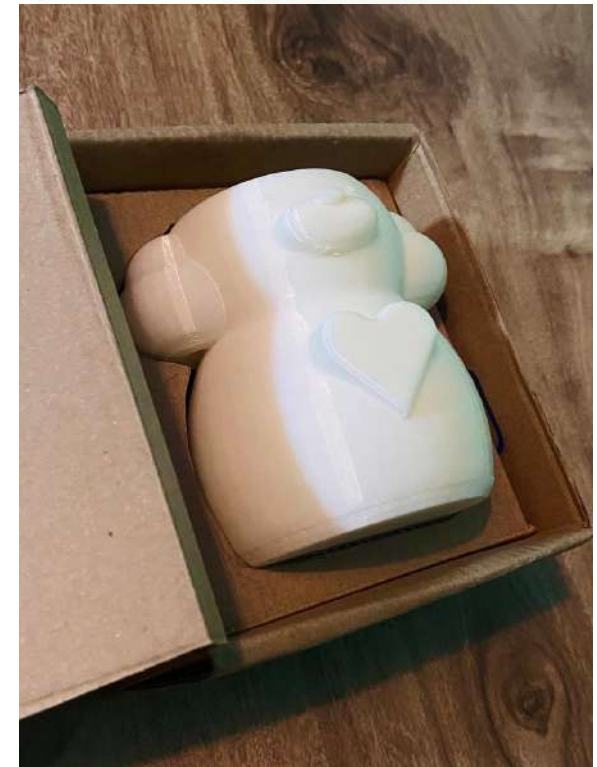
Este debe transmitir información relevante al usuario, estas suelen ser modo de uso, fecha de elaboración y caducidad, composición, etc.

Considerando las características del set de productos "Pedacito Mío" y la experiencia de usuario que se quiere generar a partir de su packaging, se realiza un listado de atributos que debe poseer:

Cada producto tiene su empaquetado por separado, esta decisión es tomada para se genere una experiencia similar a la mystery box, el usuario descubrirá el contenido del set Pedacito mío cada vez que vaya desempaquetando las cajas. Esto también permite la posibilidad de venderlos cada uno por separado.

Para el contenedor del macetero y quemador de esencias se toma como referencia morfológica el packaging de tazas de cerámica y bombones de chocolate, ya que estos están diseñados en contener objetos con una fragilidad similar a los propuestos en este proyecto.

En el caso de la Bitácora de los buenos recuerdos y el guatero de semillas, se debe utilizar un packaging enfocado a lo estético más que de contención, ya que la materialidad de estos no requiere un cuidado de contención en caso de quebrarse.



PROPUESTAS

La propuesta de packaging para el set de Pedacito Mío consistió en cuatro cajas, dos pares con las mismas dimensiones contenidas en un práctico bolso de Lona 100% algodón con motivo gráfico referente a la identidad visual de la marca.

Cada caja contenedora de los productos tiene impresa las gráficas trabajadas en toda la línea visual y en su parte posterior aparece el modo de uso de cada uno de los productos.

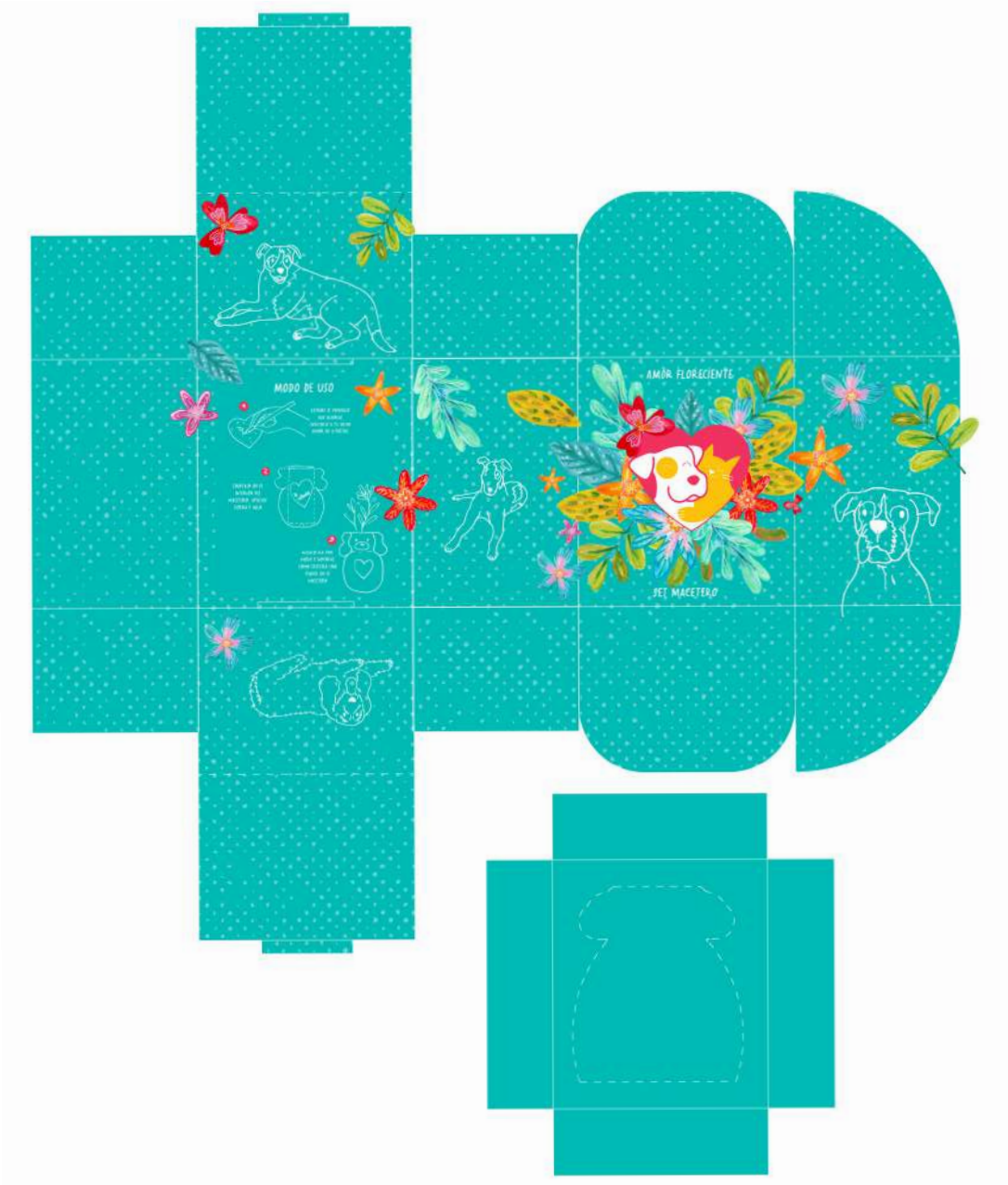
Para los productos de cerámica se les diseñó una pieza contenedora a medida para poder amortiguar cualquier especie de golpe que pueda ocasionar el deterioro del producto.



Propuesta Packaging Amigo de Semillas



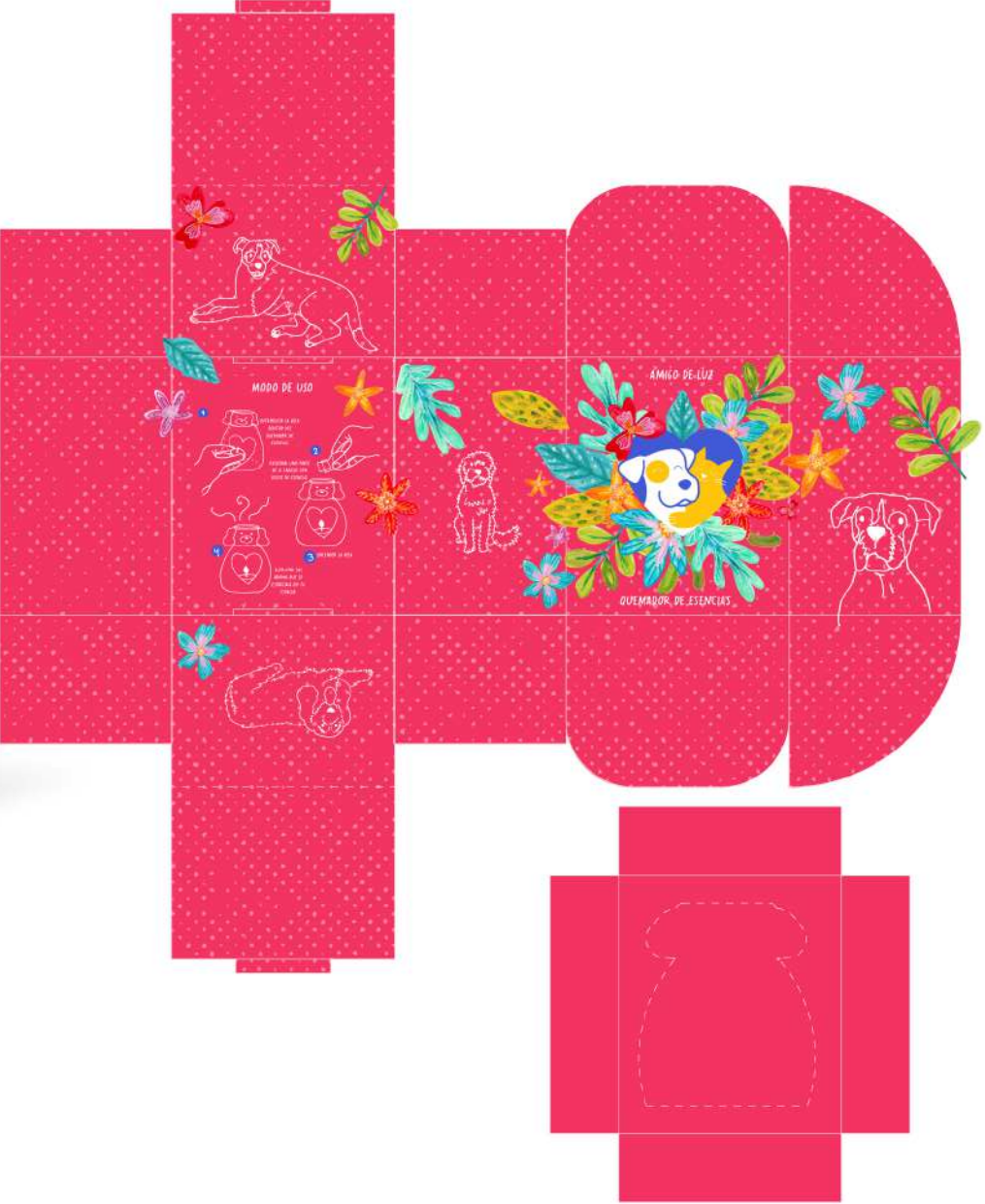
Propuesta Packaging Amor Floreciente



Propuesta Packaging Bitácora de los buenos recuerdos



Propuesta Packaging Amigo de Luz



VALIDACIÓN

La validación de la propuesta final del set de productos "Pedacito Mío" (guatero de semillas, quemador de esencias, macetero y bitácora) se realizó de manera online, esta modalidad fue elegida debido a que se tuvo que descartar las reuniones presenciales ante el actual contexto de pandemia. El universo fue de 50 personas.

Metodologías de Validación

La evaluación de los productos consistió en un formulario online, el cual se divide en cuatro secciones; la primera fue la introducción del tema y preguntas relacionadas a la persona encuestada (cuál su nombre, edad y género) con el objetivo de evidenciar que las respuestas pueden ser de personas que presentan características del usuario ideal descritas en el proyecto.

En la segunda sección se aplicó la metodología PreMo (Desmet, 2009) la cual permite identificar emociones del usuario en base a las percepciones visuales que le son presentadas (Jurado, et. al., 2016). Este modelo cuenta con 14 emociones representadas visualmente por ilustraciones de un personaje morfológicamente similar a una persona.

La aplicación de este método en el formulario consistió en la presentación (fotografía y breve descripción) de cada producto del set "Pedacito mío" y se le solicitó a la persona encuestada seleccionar dos personajes que representen de mejor manera la emoción o reacción que le genera dicho producto.



Posterior a esto, en la tercera sección del formulario, se aplicó la herramienta del diferencial semántico (Osgood, Suci y Tannenbaum, 1957). Este método ayuda a medir las cualidades que le atribuye una persona a un producto en específico. Su aplicación consiste en la elaboración de preguntas con escala lineal en la que se presentan dos conceptos opuestos (por ejemplo: Resistente- Frágil) y la persona tendrá que indicar en la escala qué descriptor es más pertinente para describir al producto estudiado.

Y finalmente en la cuarta sección se realizaron tres preguntas de respuesta corta y voluntaria de manera conclusiva, respecto a la respuesta emocional que cada persona encuestada pudo identificar en relación al set de "Pedacito mío". Las preguntas realizadas fueron:

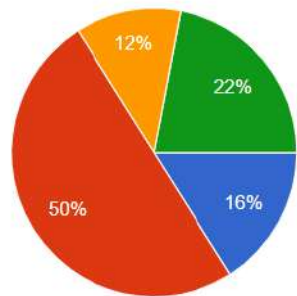
Describe la propuesta de productos "Pedacito mío" en 3 palabras

¿Con qué respuesta emocional u emoción asocias el kit de Pedacito mío?

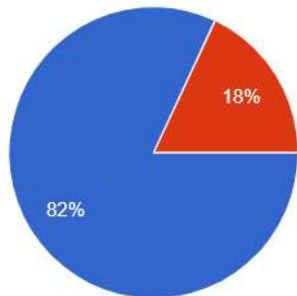
¿Considera que es un aporte para el proceso de duelo ante la pérdida de una mascota?

RESULTADOS OBTENIDOS

Estas preguntas fueron realizadas con la finalidad de comprobar si la encuesta de validación fue contestada por personas con cualidades descritas en el usuario ideal.



- Entre 18 a 22 años
- Entre 23 a 27 años
- Entre 28 y 32 años
- Más de 33 años



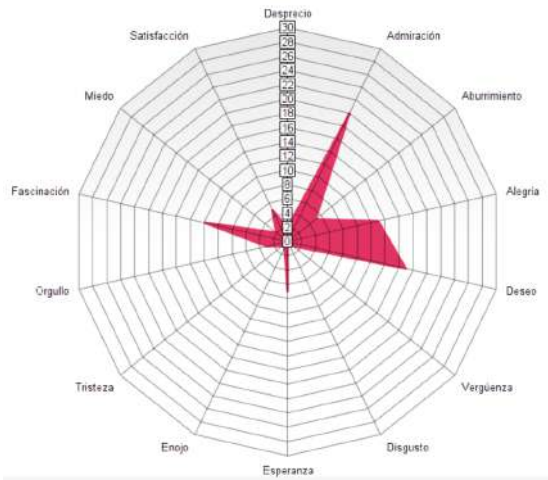
- Femenino
- Masculino
- No binario

Instrucción entregada al encuestado

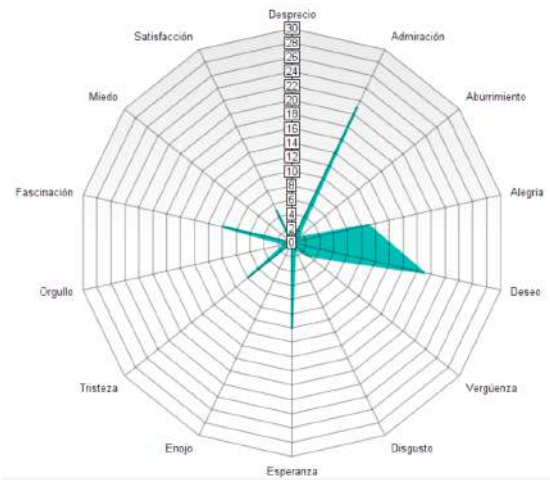
A continuación, encontrarás fotografías de los productos generados para la propuesta de "Pedacito mío", deberás elegir la imagen del personaje que represente de mejor manera la reacción/ emoción que te genera el producto de la foto (recuerda revisar los 14 personajes, estos no aparecerán con el nombre de la emoción escrita).



Quemador de esencias



Macetero

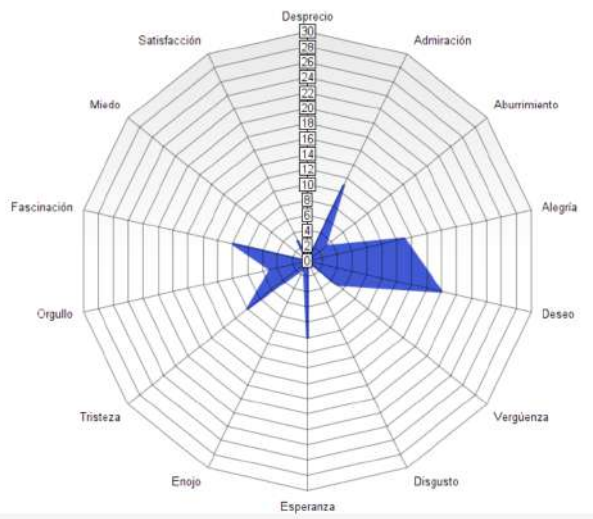


Conclusiones obtenidas

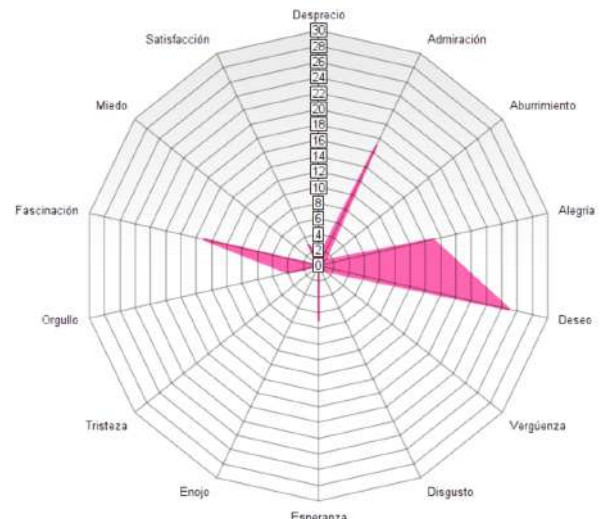
Los resultados obtenidos en la encuesta con la metodología PreMo fue satisfactoria. Hubo una gran tendencia por la preferencia de emociones positivas, las que más destacaron en todos los productos fueron deseo, alegría y admiración.

En algunos de los productos como lo son el macetero y la bitácora, hubo una inclinación por la tristeza, esta respuesta es bastante interesante y se puede relacionar con un sentimiento de nostalgia y catarsis que produzcan estos objetos en sí que hacen recordar a la mascota fallecida.

Bitácora

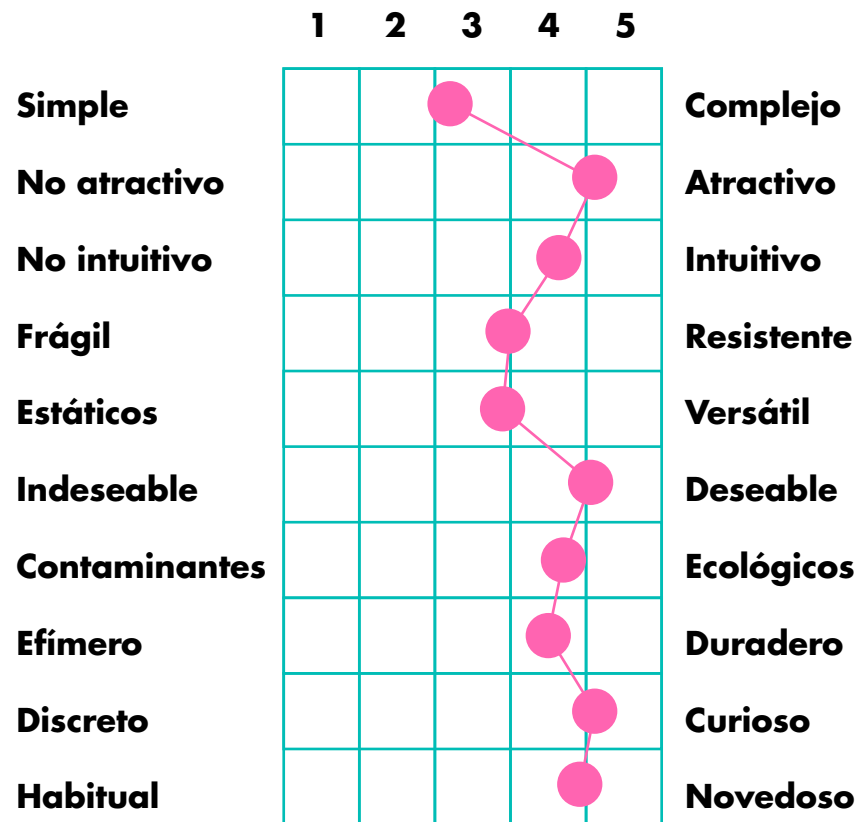


Guatero de semillas



En todos los productos hubo una preferencia por el deseo, esto es un buen indicio para las proyecciones de lanzar al mercado el kit de Pedacito Mío.

Respuestas Diferencial Semántico



Conclusiones obtenidas

Los resultados obtenidos en la sección del Diferencial semántico se pueden considerar satisfactorias, ya que los productos reflejan para el encuestado características trabajadas en la confección de cada uno de los objetos.

La cualidad simple resaltó sobre el complejo, esto es un buen indicio ya que se trabajó en abstraer en formas geométricas la representación un animal canino.

Las cualidades con mayor preferencia fueron Atractivo, Deseable y Curioso, al igual que en la metodología PreMo, esto hace un gran reconocimiento y posible éxito comercial al Kit de Pedacito Mío.

A pesar de que se percibió el set más ecológico que contaminante, se trabajará en un futuro por mejorar el impacto medioambiental que ocasione la manufacturación de cada uno de los productos.

Describe la propuesta de productos "Pedacito mío" en 3 palabras

Recopilando todas las palabras escritas en esta pregunta, se realizó una nube de conceptos en la cual se expresan todas las palabras y su tamaño corresponde a las reiteraciones de estas.

Las palabras más renombradas fueron Tierno, Recuerdo, Sensible y Cálido, esto es muy bueno ya que son conceptos utilizados en la investigación y la gente encuestada también los pudieron percibir.



¿Con qué respuesta emocional u emoción asocias el kit de Pedacito mío?

Las respuestas emocionales más nombradas en esta pregunta voluntaria fueron Recuerdos alegres, nostalgia y ternura.

¿Considera que es un aporte para el proceso de duelo ante la pérdida de una mascota?

A continuación, se destacan las respuestas más representativas y con comentarios constructivos para el proyecto

"Totalmente, ayuda a recordar a nuestras mascotas de manera tierna y cálida a reflexionar y conmemorar recuerdos y vivencias que quedarán para siempre y serán representados de otra forma, son parte de nosotros. Es como un camino del duelo y creo que lo más simbólico que tiene es cerrar el ciclo con la plantita".

"Si, por supuesto considero que es algo nostálgico pero que son actividades que se hacen con amor y marcan presencia positiva de alguien que ya no está".

"Sí, considero que es una forma bonita de "materializar" las emociones para lograr aceptar el duelo y a la vez sentir que otra persona entiende lo importante que es sentirse comprendido, en este caso con este tipos de productos enfocados en sobrellevar el luto de nuestros compañeros"

Validación presencial

Finalmente, se realiza una intervención con Javiera Fernández y Camila Rupallán (ambas dentro de las características del usuario ideal del kit de Pedacito Mío) en la que consistió en la presentación de los productos y la interacción de este en sus hogares.

También se rescataron observaciones constructivas para las proyecciones del proyecto:

Por lo general, las personas luego de vivir el duelo de su mascotas o durante este, optan por adoptar un nuevo integrante animal de compañía a la familia, por lo que se podría incluir un producto también para este integrante.

El primer prototipo fue enfocado en caninos, no obstante, existe un apogeo por los animales felinos, por lo que sería pertinente diseñar una línea para cuidadores que perdieron a su gato.

A pesar de que los productos son enfocados en mujeres entre 19 a 29 años, también puede agrandarse este grupo etario a un público más infantil con lo que respecta al guatero de semillas, bitácora y macetero.

Si bien los productos funcionan como set y familia, sería oportuno generar una propuesta de venta individual de cada uno de los objetos presentes en Pedacito Mío.



PLAN DE NEGOCIOS Y COSTOS

MODELO CANVAS

Socios Claves

Tiendas de mascotas asociadas y que dispongan un espacio para adquirir el producto. Funerarias de mascotas que posean un marketplace.

Actividades claves

Diseño de línea de producto que responda a los requerimientos. Generación de un sitio web que proporcione un método de venta con tarjeta de crédito/débito.

Recursos Claves

Línea de productos exclusivos y de elaboración semi-industrial escalable. Cuentas en redes sociales interactivas, que permiten diálogo lineal con los posibles clientes.

Propuesta de Valor

Generación de una propuesta de línea de productos enfocados en la colaboración y acompañamiento simbólico durante el proceso de duelo ante la pérdida del animal de compañía de su cuidador.

Relaciones con los clientes

Asistencia personal
Autoservicio
Servicio de post-venta
Resolución de posibles problemas

Canales

Redes sociales (Instagram, Facebook y Whatsapp)
Sitio web
Ferias itinerantes y exposiciones.

Segmento de clientes

Personas que están viviendo el proceso de duelo ante la pérdida de su animal de compañía. Principalmente mujeres entre 20 a 30 años que hayan tenido un fuerte vínculo con su mascota que recientemente falleció y desea conmemorarla.

Estructura de costos

Elaboración y diseño de productos

Flujo de ingresos

Ganancias generadas por el producto
La venta directa del producto

PLANILLA COSTOS FABRICACIÓN

COSTOS FIJOS									
Materiales e insumos				100 unidades		500 unidades		Proceso	
Producto	Detalle	Unidad de medida	Precio	Cantidad	Total	Cantidad	Total	Proceso	Precio por pieza
Guatero	Tela crea cruda	mt (11 moldes)	2490	10	24900	46	114540	Confección	190
	Albahaca	kg	25000	1	25000	5	125000		
	Sedrón	kg	80000	1	80000	5	400000		
	Trigo	kg	900	20	18000	100	90000		
	pintura textil	Lt	26700	3	80100	15	400500		
	Recipiente pintura textil	unidad	100	100	10000	500	50000		
	Pincel	unidad	190	100	19000	500	95000		
Bitácora	Papel reciclado 80grs	Resma (500hojas)	3990	10	39900	50	199500	Encuadernación	290
	Cartón piedra	pliego	1990	17	33830	84	167160	Impresión	490
	Anillas de clip metálico	unidad	590	100	59000	500	295000	Corte	50
	Lápices	unidad	990	100	99000	500	495000		
Macetero	Máster impreso 3d	Unidad	990	2	1980	10	9900	Impresión 3D	4990
	Pasta Cerámica	\$/Kg	1601	100	160100	500	800500	Moldeado	
	Yeso	\$/Kg	690	4	2760	20	13800		
	Papel semilla corazon	Pack	5990	1	5990	5	29950		
Quemador de esencia	Máster impreso 3d torzo	Unidad	860	2	1720	10		Impresión 3D	4334
	Máster impreso 3d cabeza	Unidad	740	2	1480	10		Impresión 3D	3730
	Pasta Cerámica	Kg	1601	50	80050	250	400250	Moldeado	390
	Yeso	Kg	690	4	2760	20	13800	Construcción	2990
	Vela blanca	Pack 30 uni	2190	10	21900	50	109500		
	Esencia	Lt	9000	2	18000	10	90000		
	Frasco porta esencia	docena	3000	9	27000	42	126000		
Packaging	Tela Crea cruda	metro (4moldes)	2490	25	62250	125	311250	Confección	390
	Mosquetón forma corazón	pieza	290	200	58000	1000	290000		
	Hebilla metalica	Pieza	50	200	10000	1000	50000		
	Cartón corrugado	Rollo 20x0,6 mts	15990	5	79950	25	399750	Corte	30

CONCLUSIONES Y PROYECCIONES

Los resultados obtenidos en la propuesta de diseño “Pedacito Mío” han superado las expectativas planteadas en un comienzo. Partiendo por la decisión de realizar estudios cualitativos como encuestas, entrevistas y recopilación de opiniones, estas obtuvieron una participación de al menos 900 personas voluntarias, lo que da cuenta del potencial de Pedacito Mío en el mercado de mascotas, autoayuda y terapia

La utilización estratégica de los canales de difusión específicos como son las redes sociales lograron alcanzar una alta participación e interés por los usuarios.

Y por sobre todo, el gran interés que existe sobre los productos enfocados en acompañar durante el proceso de duelo ante la pérdida de un animal de compañía.

Una de las proyecciones más importantes de Pedacito Mío es la decisión de llevar a cabo el set de productos a nivel real, tomando en consideración las características morfológicas de diferentes razas de caninos, incluso diferentes especies de animales de compañía, como vendría siendo los animales felinos, aves, roedores, reptiles, entre otros (tambipen se podría utilizar la información recopilada de la encuesta de contextualización en la que aparecen las especies de preferencia).

A pesar de que las materias primas utilizadas en cada producto fue justificada acorde a su función y manipulación, sería oportuno generar una propuesta con materiales más ecoamigables, que permitan la reducción de residuos al momento de su fabricación y utilización. Aportar en la reutilización de materia o generar nuevos materiales que permitan esto.

Se planea en una futura instancia, desarrollar bajo las mismas metodologías utilizadas, nuevos sets de diferentes etapas del vínculo humano-mascota, como lo es el periodo en que se quiere adoptar un animal de compañía, en este sentido se ayudaría realizando canales con fundaciones de rescate y adopción. Y ya teniendo la mascota, acá podría ser un merchandising especial o educativo sobre la tenencia responsable.



BIBLIOGRAFÍA

A

Aceros, M. (2017) La Relación Humano-Animal de Compañía como un fenómeno sociocultural. Perspectivas para la salud pública. (Tesis de Doctorado), Doctorado Interfacultades en Salud

Adams, C.L., Bonnett, B.N. y Meek, A.H. (1999). Owner response to companion animal death: development of a theory and practical implications. *The Canadian Veterinary Journal*, 40, 33-39.

Adams, C.L., Bonnett, B.N. y Meek, A.H. (2000). Predictors of owner response to companion animal death. *Journal of the American Veterinary Medical Association*, 217(9), 1303- 1309.

Albert, A., & Bulcroft, K. (1988). Pets, families, and the life course. *Journal of Marriage and the Family*, 50(2), 543-552. Recuperado de: <https://doi.org/10.2307/352019>

Alonso, L., Ramos, M, Marreto, P., y Pérez, M. (2019). Modelos Psicológicos del Duelo: Una Revisión Teórica. *Calidad de Vida y Salud*, 12 (1), 65-75. Recuperado de: <http://revistacdvs.uflo.edu.ar/index.php/CdVUFLO/articloe/view/176/180>

B

Barreto, P., Yi, P., & Soler, C. (2008). Predictores de duelo complicado. *Psicooncología*, 5(2), 383 - 400. Recuperado de: <https://revistas.ucm.es/index.php/PSIC/article/view/PSIC0808220383A>

Bowlby, J., (1998) [1969]. El apego y la pérdida 1: El apego. Barcelona: Paidós

Brown, S., Penner, L. & Brown, M. (2012). Moving beyond self-interest: perspectives from evolutionary biology, Neuroscience, and the social sciences.

C

Cadem (2019) El Chile que Viene Mascotas. https://www.cadem.cl/wp-content/uploads/2019/06/Chile-que-viene_Mayo-2019.pdf

Caldas, S. V. (2021). El poder del diseño gráfico para generar emociones. *grafica*, 9(17), 37-45.

Calvo, V. G. (2005). El duelo migratorio. *Trabajo Social*, (7), 77-97.

Cardozo Bustos, M. C. (2020). La tusería. Experiencia de bienestar emocional para el acompañamiento durante el duelo amoroso en mujeres de 25 a 35 años.

Castro, M. (2010). Arte terapia de apoyo a un niño con parálisis cerebral en proceso de elaboración de duelo (tesis especialización). Universidad de Chile, Santiago de Chile. Recuperado de: <http://www.repositorio.uchile.cl/handle/2250/101294>

Chapman, J. (2005). Emotionally durable design: Objects, experiences and empathy. *Earthscan*.

Chapman, J. (2009). Design for (emotional) durability. *Design Issues*, 25(4), 29-35. <https://doi.org/10.1162/desi.2009.25.4.29>

Chur- Hansen, A. (2010). Grief and bereavement issues and the loss of a companion animal: People living with a companion animal, owners of livestock, and animal support workers. *Clinical Psychologists*, 14(1), 14-21.

Cooper, A., Cronin, D. y Reimann, R. (2007). *About Face 3: Essentials of Interaction Design*. Indianapolis: Wiley Publishing.

Cornejo Rakigijja, A. M. (2018). Tipos de moldes empleados en cerámicas

D

Davis H, Irwin P, Richardson M, O'Brien-Malone A. 2003. When a pet dies: religious issues, euthanasia and strategies for coping with bereavement. *Anthrozoos* 16: 57-74. doi: 10.2752/089279303786992378

DeMello, M. (2012). *Animals and society: An introduction to human-animal studies*. New York: Columbia University Press

Demir, E., Desmet, P. M. A., & Hekkert, P. (2009). Appraisal patterns of emotions in human-product interaction. *International Journal of Design*, 3 (2), 41-51

Desmet, P., & Hekkert, P. (2007). Framework of Product Experience. Retrieved December 19, 2017, recuperado de <http://www.ijdesign.org/ojs/index.php/IJDesign/article/view/66/15>

Desmet, P., & Pohlmeier, A. (2013). Positive Design: An Introduction to Design for Subjective Well-Being. *International Journal of Design*, 7, 5–19. Recuperado de www.ijdesign.org

Díaz, M., y Olarte, M. (2016). Animales de compañía, personalidad humana y los beneficios percibidos por los custodios. *Revista Latinoamericana de Ciencia Psicológica*, 8(2), 1-21.

Díaz, M. (2015). El miembro no humano de la familia: las mascotas a través del ciclo vital familiar. *Revista Ciencia Animal*, (9), 83-98. Recuperado de: <http://studylib.es/doc/4942977/el-miembro-no-humano-de-la-familia-las-mascotas-a>

Díaz Videla, M. (2020). Vínculo humano-animal ¿Qué clase de amor es ese?. *Calidad De Vida Y Salud*, 13(Especial), 2-32. Recuperado de <http://revistacdvs.uflo.edu.ar/index.php/CdVUFLO/articloe/view/278>

.Di Nella, J. I. (2014). *Diseño emocional y experiencia de usuario* (Doctoral dissertation, Universidad Nacional de La Plata).

Disconzi, N., Jardim, A. C., & Silveira, V. (2017, July). La mascota bajo la perspectiva de la familia multiespecie y su inserción en el ordenamiento jurídico brasileño. In *dA. Derecho Animal. Forum of Animal Law Studies* (Vol. 8, No. 3, pp. 1-20).

Doka, K. J. (2008). Disenfranchised grief in historical and cultural perspective. In M. S. Stroebe, R. O. Hansson, H. Schut, & W. Stroebe (Eds.), *Handbook of bereavement research and practice: Advances in theory and intervention* (pp. 223–240). Washington, DC: American Psychological Association.

Durkin, A. (2009). Loss of a companion animal: understanding and helping the bereaved. *Journal of Psychosocial Nursing and Mental Health Services*, 47(7), 26- 31

E

Editorial Grudemi. (2021, 2 junio). Packaging. *Enciclopedia Económica*.

Espejo, C. (1997). *Nuevas aportaciones al ritual funerario griego*. Granada: Universidad de Granada.

F

Field, N.P., Gavish, R., Orsini, L. y Packman, W. (2009). Role of attachment in response to pet loss. *Death Studies*, 33(4), 334- 355

Fine, A. H., & Mackintosh, T. (2016). Animal-assisted interventions: Entering a crossroads of explaining an instinctive bond under the scrutiny of scientific inquiry. In H. S. Friedman (Ed.), *Encyclopedia of mental health*(pp. 68-73). Oxford: Academic Press

Fine, A. H. (2019). The human-animal bond over the lifespan: A primer for mental health professionals. In L. Kogan & C. Blazina (Eds.), *Clinician's guide to treating companion animal issues: Addressing human-animal Interaction*(pp. 1-19). Academic Press.

Friedmann, E., Katcher, A.H., Lynch, J.J. & Thomas, S.A. (1980). Animal companions and one- year survival of patients after discharge from a coronary care unit. *Public Health Reports*, 95 (4), 307

G

Gage, M. G., y Holcomb, R. (1991). Couples' perception of stressfulness of death of the family pet. *Family Relations: An Interdisciplinary Journal of Applied Family Studies*, 40(1), 103- 105.

García, I. (2017, 7 noviembre). Definición de packaging. *Economía Simple*. Recuperado 2 de enero de 2022, recuperado de <https://www.economiasimple.net/glosario/packaging>

Gómez-G LF, Atehortúa-H CG, Orozco-P (2007) La influencia de las mascotas en la vida humana.SC. *Rev Col Cienc Pec* 2007; 20: 377-386

Gómez, L., Atehortúa, C. y Orozco, S. (2007). La Influencia de las mascotas en la vida humana.

Gómez G, Leonardo F, & Atehortua H, Camilo G, & Orozco P, Sonia C (2007). La influencia de las mascotas en la vida humana. *Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias*, 20(3),377-386.[fecha de Consulta 6 de Agosto de 2021]. ISSN: 0120-0690. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=295023025016>

H

Hart LA. (2000) Methods, standards, guidelines, and considerations in selecting animals for animal-assisted therapy. In: Fine AH, editor. *Handbook on animal-assisted therapy: theoretical foundations and guidelines for practice*. Boston: Academic Press;. p. 81-97

Henao Villegas, S. (2017). Eutanasia en animales de compañía Dilemas, encuentros y desencuentros. *Revista Colombiana De Bioética*, 11(3), 74–108. <https://doi.org/10.18270/rcb.v11i3.2163>

Herzog, H. A. (2014). Biology, culture, and the origins of pet-keeping. *Animal Behavior and Cognition*, 1(3).

Holguín García, S. J., & Pasos Pérez, Y. A. (2021). Proceso de duelo en adultos que han sufrido la pérdida de sus mascotas en la ciudad de Medellín durante el periodo 2017-2019.

Hormazabal, K. (2016). *La Gestión del Proceso de Diseño*. Santiago.

Hunt, M. y Padilla, Y. (2006). Development of the pet bereavement questionnaire. *Anthrozoös*, 19(4), 308- 324

J

Jacob Dazarola, R. H. (2014). Percepción y Emoción en el Diseño de Productos. Análisis y Propuestas para su integración en las MIPYME. Universitat Politècnica de Valencia.

Jaramillo, J. (2015). Elaboración del duelo a través del arte: Un acercamiento metodológico y conceptual. *Poiésis*, [S.l.], n. 29, may 2015. ISSN 1692-0945. Recuperado de: <https://www.funlam.edu.co/revistas/index.php/poiesis/article/view/1560/1329>. Fecha de acceso: 28 may 2019 [doi:https://doi.org/10.21501/16920945.1560](https://doi.org/10.21501/16920945.1560)

Jiménez, S., Pohlmeier, A. E., & Desmet, P. M. A. (2016). *Diseño Positivo. Guía de Referencia*. Bogotá, Colombia: Universidad de Los Andes. Recuperado de: <https://books.google.cl/books?id=mLAwvgAACAAJ>

Juez, F.M. (2002). *Contribuciones para una antropología del diseño*. Gedisa

Jurado, T. C., & Rosero, R. S. (2016). Evolución del Modelo Premo para determinar las emociones de marca basada en las percepciones. *INNOVA Research Journal*, 1(7), 47-58.

K

Kleine, S. S., & Baker, S. M. (2004). An Integrative Review of Material Possession Attachment. *Academy of Marketing Science Review*, 2004(01), 1.

L

Lem, Coe & Haley, 2013, *Effects of Companion Animal Ownership among Canadian Street-involved Youth: A Qualitative Analysis*

Leow, C. (2018). *It's not just a dog: The role of companion animals in the family's emotional system* (Tesis de maestría). University of Nebraska, Estados Unidos.

Lupo, E. (2012). *Slow Design: "cultivar" cultura y sensorialidad en la forma y en el uso de los artefactos*. *Temas de Disseny*, (28), 44–55. Recuperado de: <http://www.raco.cat/index.php/Temes/article/view/263096>

M

Martínez, P. (2015). Duelo y creación Artística: propuesta de recuperación y continuidad de la memoria autobiográfica a través de la experimentación plástica (tesis doctoral). Universitat de Barcelona, Barcelona. Recuperado en <http://hdl.handle.net/2445/97670>

Melo, P. (2020) DUELO PERINATAL: SIGNIFICADOS DE PADRES RESPECTO A SU PROCESO DE DUELO EN EL CONTEXTO DE ATENCIÓN DEL SISTEMA DE SALUD PÚBLICO CHILENO

Moreno, A. (2015) El Proceso de Duelo tras la Pérdida de una Mascota: Descripción y Variables Relacionadas. Facultad de ciencias humanas y sociales, Madrid

Morer, B., Alonso, R. y Oblanca, B. (2017). El duelo y la pérdida en la familia. Revisión desde una perspectiva relacional. Revista REDES, (36). Recuperado de: <http://www.redesdigital.com.mx/index.php/redes/article/view/196>

Morris, P. (2012). Blue juice: euthanasia in veterinary medicine. *Animals, culture, and society*. Filadelfia, Estados Unidos: Temple University Press.

MORI E., MENCHETTI M., CAMPORESI A., CAVIGIOLI L., TABARELLI DE FATIS K., GIRARDELLO M., (2019) License to Kill? Domestic Cats Affect a Wide Range of Native Fauna in a Highly Biodiverse Mediterranean Country. In *Frontiers, Ecology and Evolution* 7:477.

Morín, Gladys, Hung, Xavier, & Millán, Arnaldo. (2014). Vida útil y mecanismo de deterioro de los moldes de yeso para colado de piezas sanitarias. *Revista de la Facultad de Ingeniería Universidad Central de Venezuela*, 29(4), 127-136. Recuperado en 01 de julio de 2022, recuperado de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0798-40652014000400011&lng=es&tlng=es.

Mornement, K. (2018). *Animals as Companions*. In C. G. Scanes & S. R. Toukhsati (Eds.), *Animals and Human Society* (pp. 281-304). London: Academic Press.

Mugge, R. (2008). Emotional bonding with products. Investigating product attachment from a design perspective. Delft University of Technology. <https://doi.org/10.1108/07363761011038347>

Muñoz Canales, E. (2020). Sin aliento. Una representación visual de las fases del duelo [Trabajo en soporte fotográfico].

N

Neimeyer, R. (2012). *Aprender de la pérdida. Una guía para afrontar el duelo*. Barcelona, España: Paidós.

Norman, D. (2004). *Emotional Design. Why we love (or hate) everyday things*. Nueva York: Basic Books.

Núñez Fredes, M. D. P. (2019). *Animalismo en Chile: Más que tenencia responsable*.

O

Ogden, T H. (2000). Borges and the art of mourning. *Psychoanalytic Dialogues* 10:65-88.

Osgood, C.E., Suci, G.J., Tannenbaum, P. H. (1957). *The measurement meaning*. University of Illinois Press Urbana and Chicago.

P

Páramo, P., & Galvis, C. J. (2011). Conceptualizaciones acerca de los animales en niños de la sociedad mayoritaria y de la comunidad indígena Uitoto en Colombia. *Revista Folios*, 32, 111-124.

Currало, A. F. (2017). Emotive Form Design. *New Trends and Issues Proceedings on Humanities and Social Sciences*, 4(11), 205-213. <https://doi.org/10.18844/prosoc.v4i11.2876>

Pangrazzi. (1993). *La pérdida de un ser querido. Un viaje dentro de la vida*. Madrid: Paulinas.

Pérez Vidal, J. (2019). Quimera : diseño de una pipa de agua en cerámica para los usuarios recreativos de cannabis sativa. Recuperado de: <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/173367>

Peris Ferrer, J. (2020). *DISEÑO DE PACKAGING Y EXPERIENCIA UNBOXING PARA LA MARCA LA FOLIE* (Doctoral dissertation, Universitat Politècnica de València).

Planchon LA, Templer DI, Stokes S, Keller J. 2002. Death of a companion cat or dog and human bereavement: psychosocial variables. *Soc Anim* 10: 93- 105. doi: 10.1163/156853002760030897

Pública Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, Colombia. Recuperado de: <http://bdigital.unal.edu.co/55877/7/MyriamAceroAguilar.2017.pdf>

Q

Quackenbush, J. y Graveline, D. (1984). Helping people to adjust to the death of a pet. *Health Social Work*, 9, 42- 48.

R

Reyes Rincón, A. (2019). *Historias mudas: del amor, el duelo y la aceptación de la muerte de una mascota*.

Risley-Curtiss, C., Holley, L.C., Kodiene, S. (2012). "They're there for you": Men's relationships with companion animals. *Families in Society* 92(4), 412-418.

Rivas, N., Pautt, V. y Bent, N. (2017). *Familias y mascotas: Una construcción relacional en torno a la tenencia y cuidado de caninos adoptados* (Tesis de Grado). Universidad De Antioquia, Medellín. Recuperado de: http://200.24.17.74:8080/jspui/bitstream/fcsh/1033/1/RivasNatalia_2017_FamiliaMascotasConstruccion.pdf

Rohlf, V., Bennett, P., Toukhsati, S. y Coleman, G. (2010). Why do even committed dog owners fail to comply with some responsible ownership practices? *Anthrozoös*, 23(2), 143-155.

S

Saavedra, E. (2017). Cómo hacer un perfil de Persona | designthinking.gal. Retrieved December 17, 2018, recuperado de <https://designthinking.gal/la-herramienta-personas>

Sable, P. (2013). The pet connection: An attachment perspective. *Clinical Social Work Journal*, 41(1), 93-99. doi:10.1007/s10615-012-0405-2

Salas, L (2018). Las Mascotas Como Hijos y Los Hijos Como Mascotas: Un Nuevo Fenómeno Sociocultural. Recuperado de <http://famiyaiotros.blogspot.com/2018/01/las-mascotas-como-hijos-y-los-hijos.html>

Sanders, C. R. (1993). Understanding dogs. Caretakers' attributions of mindedness in canine-human relationships. *Journal of contemporary ethnography*, 22(2), 205-226. DOI: 10.1177/089124193022002003

Schapira, V. (2014) Adiós, cómo afrontar la partida de nuestros mejores amigos

Schvaneveldt, P. L., Young, M. H., Schvaneveldt, J. D. y Kivett, V. R. (2001). *Journal of Teaching in Marriage y Family*, 1 (2), 34-51. Interaction of people and pets in the family setting: A life course perspective. Recuperado de http://dx.doi.org/10.1300/J226v01n02_03

Serpell, J. A. (2006). Animal-assisted interventions in historical perspective. *Handbook on animal-assisted therapy: Theoretical foundations and guidelines for practice*, 2, 3-20.

Serpell, J. (2000). *The domestic dog*. Cambridge: Cambridge University Press. Recuperado de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=4fB7DQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR9&dq=The+domestic+dog&ots=YPnITZfNz-&sig=Bh74ndiMfEPZTQofWf0MAoEM2E#v=onepage&q=The%20domestic%20dog&f=false>

Serpell, J. (1996). *In the company of animals: A study of human-animal relationships*. Cambridge: Cambridge University Press.

Stroebe, M y Shut, H. (1999) The dual process model of coping with bereavement: Rationale and description. *Death studies*, 23(3), 197-224. <https://doi.org/10.1080/074811899201046>

Subdirección de Desarrollo Regional y Administrativo (2017) **SOBRE TENENCIA RESPONSABLE DE MASCOTAS Y ANIMALES DE COMPAÑÍA**, recuperado de <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1106037>

T

Tangen, K. A. (2008). *The relationship between attitudes toward animals and attitudes toward people*. (Tesis doctoral). Disponible en PsycINFO.

Torres, Delci. (2006). Ritos de paso: Ritos funerarios (La búsqueda de la vida eterna). *Paradigma*, 27(1), 349-363. Recuperado de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1011-22512006000100013&lng=es&tlng=es.

Topál, J., Miklósi, Á., Csányi, V., & Dóka, A. (1998). Attachment behavior in dogs (*Canis familiaris*): A new application of Ainsworth's (1969) Strange Situation Test. *Journal of Comparative Psychology*, 112(3), 219.

Travnik IC, Machado DS, Gonçalves LS, Ceballos MC, and Sant'Anna AC. 2020. Temperament in domestic cats: a review of proximate mechanisms, methods of assessment, its effects on human—cat relationships, and one welfare. *Animals* 10(9): 1516

Turner, W. G. (2005). The role of companion animals throughout the family life cycle. *Journal of Family Social Work*, 9(4), 11-21. Doi: 10.1300/J039v09n04-0

U

Universidad Central de Venezuela, 29(4), 127-136. Recuperado en 01 de julio de 2022, de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0798-40652014000400011&lng=es&tlng=es.

V

Van Gorp, T., & Adams, E. (2012). *Design for Emotion*. (M. Dunkerley & H. Scherer, Eds.) (Elsevier). Waltham, USA.

Van Kessel J (2001). El ritual mortuorio de los aymara de Tarapacá como vivencia y crianza de la vida. *Revista Chungará* 2: 221-234

Vidal, L. (2019) *Cómo afrontar el duelo por la pérdida de tu mascota*

Videla, M. D. (2020). Vínculo humano-animal¿ Qué clase de amor es ese?. *Calidad de vida y salud*, 13(Especial), 2-32.

W

Walsh, F. (2009). Human-animal bonds I: The relational significance of companion animals. *Family process*, 48, 462-480.

Walsh, F. (2009). Human- animal bonds II: The role of pets in family systems and family therapy. *Family Process*, 48(4), 481- 499.

Wrobel y Dye, 2003, en Walsh, (2009b)El miembro no humano: Una aproximación sistémica relacional hacia la comprensión de familia en parejas con mascotas
World Organization for Animal Health [OIE]. (2015). *Stray dog population control*

Wrobel, T.A. y Dye, A. (2003). Grieving pet death: normative, gender and attachment issues. *Omega*, 47(4), 385- 393

Worden, W. (2013). *El tratamiento del duelo, asesoramiento psicológico y terapia* (4ta Edición revisada y ampliada ed.). Barcelona: Paidós

World Small Animal Veterinary Association [WSAVA]. (2016). Directrices para la vacunación de perros y gatos. *Journal of Small Animal Practice*, 57, F1-F51.

Wollrab, T. I. (1998). Human-animal bond issues. *Journal of American Veterinary Medical Association*, 212(11), 1675

Wood L, Giles-Corti B, Bulsara M.(2005) The pet connection: pets as a conduit for social capital. Soc Sci Med; 61:1159-1173.

Wilson, E. O. (1984). Biophilia. Harvard University Press

Wynne, C. (2019) Dog Is Love: Why and How Your Dog Loves You

Z

Zinn, S. & Beck, A (2014). The Human-Animal Bond and Domestication: Through the ages animals in our lives. *Animal Frontiers*,4 (3), 5-6.

Zuñiga-Benavides, S. D. (2021). El concepto de familia multiespecie y su tratamiento en el ordenamiento jurídico colombiano

