



EL OBRAJE

Instituto Privado El Obraje

Proyecto Final:



MHAC

Mis Huellitas a Casa

Integrantes:

Cañete Gaitán, Daniela
García, Tomás
Barriónuevo, Sol

“MHAC – Mis Huellitas a Casa” es una plataforma digital (sitio web) diseñada para centralizar y facilitar el proceso de adopción y búsqueda de mascotas en Argentina. Está dirigida tanto a refugios que necesitan visibilidad como a personas que buscan adoptar responsablemente o que han perdido/encontrado un animal. Su importancia radica en que soluciona la desconexión y desorganización actual entre quienes necesitan ayuda y quienes desean ayudar, creando un puente tecnológico confiable para reducir el número de animales sin hogar.

Etapa Inicial: Ideación

Lluvia de ideas iniciales

Al inicio del proyecto, el equipo realizó una lluvia de ideas para evaluar diferentes problemáticas y soluciones tecnológicas. A continuación, se presenta la lista de las ideas iniciales que se consideraron:

- App tipo Uber.
- Página web Integral de Adopción y Cuidado Animal (Elegida).
- App de Cuidado Mental para Adolescentes:

Una aplicación destinada a ofrecer apoyo emocional y psicológico a adolescentes, proporcionando acceso a recursos de bienestar mental, meditación, ejercicios de relajación, y consejería virtual. La app también podría incluir herramientas para gestionar el estrés y la ansiedad, mediante actividades como terapia cognitiva conductual (TCC) interactiva y acceso a una red de profesionales disponibles.

- Página web de Control de Medicamentos para Personas Mayores:

Esta web funcionaría como un sistema de gestión para personas mayores que necesitan un control regular sobre su medicación. La plataforma enviaría recordatorios sobre la toma de medicamentos, indicaría las dosis correctas y proporcionaría acceso a información sobre interacciones y efectos secundarios. Además, permitiría a familiares y cuidadores monitorear el cumplimiento de las pautas de medicación. Hay que asegurar que la interfaz sea sencilla y fácil de usar para personas mayores. La fiabilidad de la base de datos de medicamentos y la integración con sistemas médicos.

- Club de Lectura Virtual.
- App para Diabéticos y Celíacos:

Una aplicación dirigida a personas con diabetes o celiaquía que les permite monitorear su dieta, controlar su nivel de glucosa o evitar productos con gluten. La app

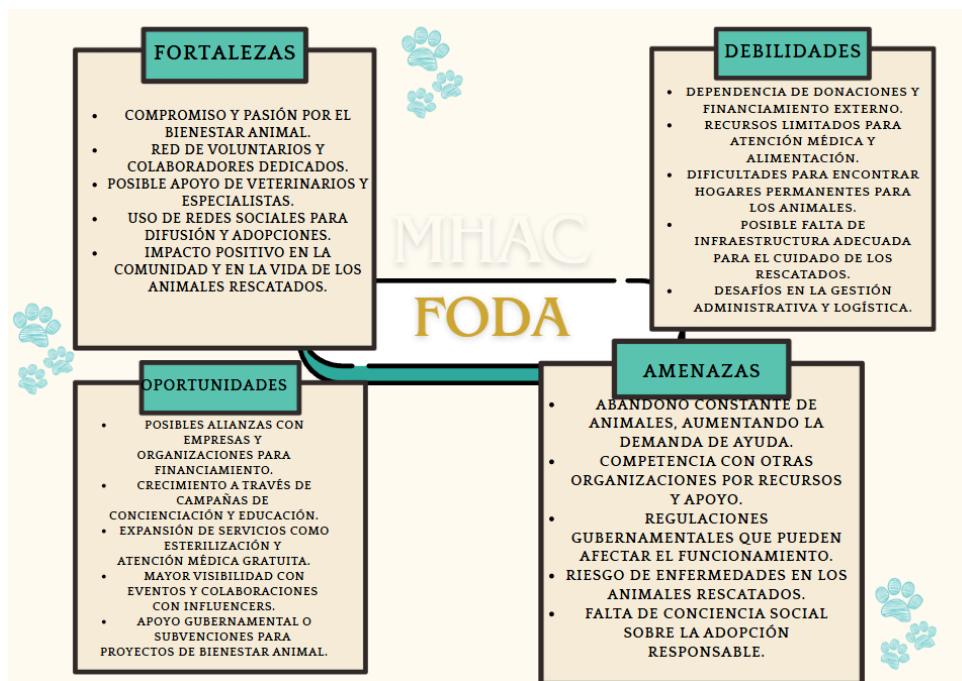
también podría incluir un escáner de códigos de barras para verificar si un producto es apto para su condición, y ofrecer recetas y planes de alimentación adecuados.

- Máquina Registradora con características avanzadas.
- Robot/Arduino que escribe al hablar:

Este proyecto implicaría la creación de un robot o dispositivo basado en Arduino que pudiera convertir el habla humana en texto escrito, de manera similar a escribir a mano en una pizarra o en papel.

Análisis FODA del proyecto

Como parte de la etapa inicial, se realizó un análisis FODA para evaluar el contexto interno y externo del proyecto. Los resultados fueron los siguientes:



Investigación de mercado y público objetivo

Público objetivo (Quiénes son)

- Personas que desean adoptar mascotas de forma responsable.
- Personas que han perdido a sus mascotas y necesitan ayuda para encontrarlas.

- Refugios de animales que buscan familias para sus animales rescatados.
- Personas que simplemente aman a sus mascotas y quieren compartir contenido, fotos, historias, consejos con otros usuarios en una comunidad empática y positiva.
 - Hogares de tránsito que cuidan temporalmente a mascotas.
 - Personas que han encontrado animales perdidos y no saben cómo actuar.
 - Voluntarios/as que ayudan con campañas de adopción o cuidado animal.
 - Ciudadanos preocupados por el maltrato o abandono animal para denunciar situaciones de riesgo, adjuntar ubicación o pruebas, y así colaborar con organizaciones o autoridades correspondientes.
 - Voluntarios, veterinarios, donantes, ONGs, que ya ayudan de forma independiente, y que podrían generar mayor impacto si cuentan con una plataforma que los conecte entre sí.

Necesidades detectadas (Investigación de mercado)

- Desconexión entre refugios, hogares de tránsito y personas interesadas en adoptar o ayudar.
- Información desorganizada en redes sociales, lo que genera frustración y pérdida de oportunidades.
- Necesidad de una herramienta que centralice la información y facilite el contacto.
- Dificultad para acceder a campañas de salud animal y educación sobre tenencia responsable.

Beneficios de la solución (MHAC)

- Podrán buscar y ofrecer adopciones de forma sencilla y ordenada.
- Tendrán acceso a una red de refugios y hogares de tránsito sin intermediarios.

- Encontrarán herramientas de contacto directo y seguimiento.
- Recibirán información clara sobre el proceso de adopción, campañas, cuidados, etc.
- Ahorrarán tiempo y esfuerzo en la búsqueda de animales perdidos o en la difusión de hallazgos.

Problema detectado y solución propuesta

Problema detectado

En Argentina, miles de animalitos son abandonados, nacen en la calle o se pierden cada año. Muchos terminan en refugios colapsados, invisibles para quienes podrían darles una segunda oportunidad. A la vez, muchísimas personas quieren adoptar, ayudar o recuperar a su mascota perdida, pero no saben cómo hacerlo, se frustran buscando entre redes sociales desordenadas o simplemente no logran contactar con quienes podrían ayudarlos. Hay una desconexión enorme entre quienes necesitan ayuda y quienes quieren ayudar. Y esa desconexión les cuesta la vida, el hogar y el bienestar a muchos animales.

Solución propuesta

Nuestra solución es MHAC - Mis Huellitas a Casa, una plataforma digital pensada para conectar corazones. Será una página web que permitirá buscar, ofrecer y encontrar mascotas en adopción, dar visibilidad rápida a animales perdidos o encontrados, y brindar un espacio seguro y confiable donde refugios y personas puedan contactarse sin intermediarios ni confusiones. Además, incluirá información útil sobre cuidados, campañas, y cómo adoptar de forma responsable. Queremos que la tecnología no solo acompañe, sino que transforme realidades. Que sea un puente entre una mascota sin hogar... y el hogar que la está esperando.

Objetivo general y objetivos específicos del proyecto

Objetivo general

Establecer y desarrollar una plataforma tecnológica integral, “MHAC - Mis Huellitas a Casa”, que sirva como el principal nexo centralizado en Argentina para la gestión de adopciones de mascotas, la asistencia en la localización de animales perdidos o encontrados, y la promoción activa del bienestar animal y la tenencia responsable.

Objetivos específicos

- Diseñar y programar una plataforma web que garantice una experiencia de usuario (UI/UX) intuitiva, accesible y segura para todos los segmentos del público objetivo, desde refugios hasta adoptantes primerizos.
- Implementar un sistema de gestión de perfiles (backend) que permita a los refugios y hogares de tránsito registrados cargar y administrar de forma autónoma la información detallada de cada mascota, incluyendo fotos, historial médico, carácter y estado de adopción.
- Desarrollar un motor de búsqueda (frontend) robusto, con filtros avanzados (como tamaño, edad, comportamiento y especie) para asegurar que los adoptantes puedan encontrar mascotas que se ajusten con precisión a sus estilos de vida y capacidades.
- Construir una biblioteca de recursos y un blog informativo que sirva como pilar educativo del proyecto, publicando contenido validado sobre tenencia responsable, la importancia de la esterilización, consejos de cuidado post-adopción y el calendario de campañas de salud.
- Establecer un canal de comunicación interna seguro y directo dentro de la plataforma, que modere el contacto inicial entre refugios y potenciales adoptantes, protegiendo la privacidad de los usuarios y formalizando el proceso de solicitud.

- Fomentar una comunidad digital activa y empática, incentivando a los usuarios a compartir sus historias de adopción para inspirar a otros y reforzar la red de apoyo al bienestar animal.

Organización del Trabajo

Estructura del equipo y responsabilidades

Para abordar la complejidad del proyecto, el equipo organizó sus responsabilidades en dos áreas de trabajo principales: Desarrollo y Producto, y Marketing y Difusión.

Área de desarrollo y producto (Cañete, Barrio Nuevo)

Esta área fue responsable de la conceptualización, diseño y programación de la plataforma MHAC. Sus responsabilidades incluyeron:

- **Diseño y Frontend:** Creación de la identidad visual (diseño UI/UX) y la maquetación de la plataforma web (HTML, CSS).
- **Programación y Backend:** Desarrollo de la lógica del servidor (PHP) y la arquitectura de la base de datos (MySQL) para el registro de usuarios, la carga de mascotas y el sistema de búsquedas.
- **Testing:** Realización de las pruebas funcionales para detectar y corregir errores.

Área de marketing y difusión (García)

Esta área fue responsable de la construcción de la identidad pública de MHAC y del desarrollo de la estrategia de penetración en el mercado. Sus responsabilidades clave incluyeron:

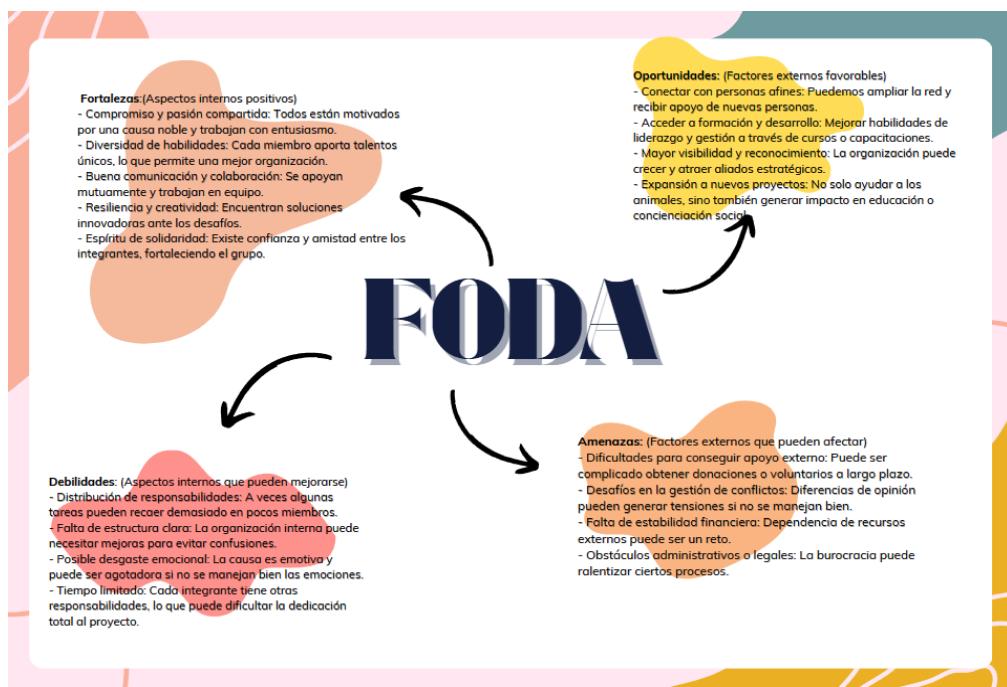
- **Posicionamiento y Estrategia de contenidos:** Definir la propuesta de valor y el tono de comunicación de la marca. Liderar la creación y curación de contenido estratégico

para la cuenta de Instagram del proyecto, diseñada para construir una comunidad de early adopters (primeros usuarios) y captar al público objetivo.

- **Desarrollo de activos de marketing:** Diseño y producción de todo el material gráfico y promocional (flyers, contenido visual para redes), asegurando la coherencia de la identidad visual de MHAC en todos los canales.
- **Gestión de Comunidad (Community Management):** Administrar los canales digitales para maximizar la visibilidad del proyecto, fomentar la interacción y establecer las primeras relaciones con refugios y usuarios clave.

FODA del equipo

Además del FODA del proyecto, se realizó un análisis interno para evaluar la dinámica del equipo de trabajo, identificando los siguientes puntos:



Herramientas utilizadas

Para la gestión, diseño y desarrollo del proyecto, el equipo empleó un conjunto de herramientas colaborativas y técnicas, seleccionadas para optimizar el flujo de trabajo:

- **Gestión de tareas y Control de versiones:** Se utilizó GitHub de forma centralizada. Además de funcionar como repositorio de código, se emplearon sus herramientas de seguimiento (issues) para la gestión de tareas, complementado con WhatsApp para la coordinación diaria.
- **Diseño y Prototipo:** Se empleó Canva para la creación de la identidad visual del proyecto, el logo y las piezas de marketing (flyers, contenido para redes sociales).
- **Entorno de desarrollo:** El editor de código estándar para el equipo fue Visual Studio Code (VSC), elegido por su versatilidad y sus extensiones para el desarrollo web.
- **Comunicación del equipo:** La comunicación se manejó principalmente a través de WhatsApp para consultas rápidas y coordinación remota, y mediante encuentros presenciales en el colegio para la planificación.

Aplicación de metodologías ágiles

Si bien el equipo no implementó un marco formal como Scrum, sí adoptó principios clave de las metodologías ágiles, centrándose en el método Kanban para la gestión del desarrollo.

Gestión de Tareas (Kanban)

Se utilizó GitHub Projects para implementar un tablero Kanban digital. Este tablero organizaba el flujo de trabajo en cuatro columnas principales: Backlog (tareas pendientes o ideas), To Do (tareas priorizadas para empezar), In Progress (tareas en las que se estaba trabajando activamente) y Done (tareas completadas). Este sistema proporcionó una visualización clara del progreso del desarrollo, complementado con WhatsApp para la coordinación diaria.

Acuerdos de Trabajo (Team Charter)

Para asegurar un funcionamiento efectivo y evitar conflictos, el equipo estableció tres acuerdos de trabajo esenciales:

- **Compromiso y Responsabilidad:** Cada integrante se comprometió a cumplir con sus tareas, respetar los tiempos y garantizar la calidad del proyecto.
- **Transparencia y Comunicación:** Se acordó mantener una comunicación fluida y registros claros sobre los avances.
- **Gestión de recursos:** Se definió la optimización de recursos como una meta conjunta.

Reuniones (Sprints y Retrospectivas)

El equipo combinó la comunicación asincrónica (WhatsApp) con encuentros presenciales en el colegio. Estos encuentros funcionaron como reuniones de planning (para mover tareas del Backlog al To Do) y retrospectivas (para evaluar el trabajo en “Done” y definir objetivos de mejora).

Diseño del Producto

Wireframes o mockups

Para definir la apariencia y funcionamiento de la plataforma, trabajamos en dos etapas.

Primero, realizamos **bocetos iniciales a mano (en papel)**. Esta etapa fue fundamental para decidir qué información mostrar en cada página y cómo ordenarla, enfocándonos solo en la estructura y la navegación sin distraernos todavía con los detalles estéticos.

Una vez que tuvimos clara la distribución de los elementos, pasamos a crear los **diseños digitales** utilizando Canva. En esta fase aplicamos los colores institucionales y la tipografía elegida (*Baloo 2*) para tener una vista previa real de cómo quedaría la interfaz. Estos diseños finales sirvieron de guía visual para luego programar el sitio web.

Diseño gráfico del producto

La identidad visual de MHAC fue un pilar fundamental del diseño, buscando transmitir los valores del proyecto: confianza, calidez y profesionalismo.

Logo

El diseño del logo fue un extenso proceso iterativo orientado a encontrar una imagen que reflejara la identidad de Mis Huellitas a Casa (MHAC).

Durante las primeras etapas se exploraron diversos enfoques: desde propuestas minimalistas centradas en la tipografía o figuras abstractas, hasta bocetos más conceptuales con líneas simples y trazos suaves.



Figura 1
Propuestas iniciales del logo de MHAC.

Estas primeras pruebas resultaron fundamentales para definir la dirección visual del proyecto. Se concluyó que el logo debía ser más ilustrativo y amigable, capaz de transmitir cercanía y contar una historia visual. A partir de esa decisión, se desarrollaron versiones iniciales con un estilo de ilustración redondeado y sencillo.



Figura 2
Primer borrador del logo final.

En la siguiente etapa, se realizaron ajustes estratégicos para potenciar el impacto visual y la expresividad. Los animales fueron rediseñados con más detalle, pero conservando un estilo animado que generara ternura y empatía.



Figura 3
Segundo borrador del logo final.

Una de las decisiones más relevantes fue optar por un fondo blanco. Esta elección se tomó en conjunto con el diseño del sitio web, ya que las pruebas con fondos beige daban una apariencia anticuada. El fondo blanco, en cambio, aportó una estética más limpia, moderna y profesional.

Se conservaron los elementos principales (la casa y la huella), símbolos que representan la esencia del proyecto: brindar un hogar a cada mascota.



Figura 4
Logo definitivo de MHAC.

El logo final fue elegido por sintetizar perfectamente el propósito de MHAC: mostrar a un perro y un gato (las mascotas) seguros y juntos dentro de una casa (el hogar), con el detalle de la huella en el techo, que refuerza visualmente el nombre “Mis Huellitas a Casa”.

Paleta de colores

La selección de colores se inspiró directamente en la temática. Se extrajeron los tonos principales de una fotografía de un perro, resultando en una paleta de tonos tierra (marrones, beige) y verdes, que evocan naturaleza, calma y hogar.



Figura 5
Paleta de colores elegida.

Durante la etapa de maquetación (HTML/CSS), se realizaron pruebas de diseño aplicando distintos tonos de fondo y colores principales:

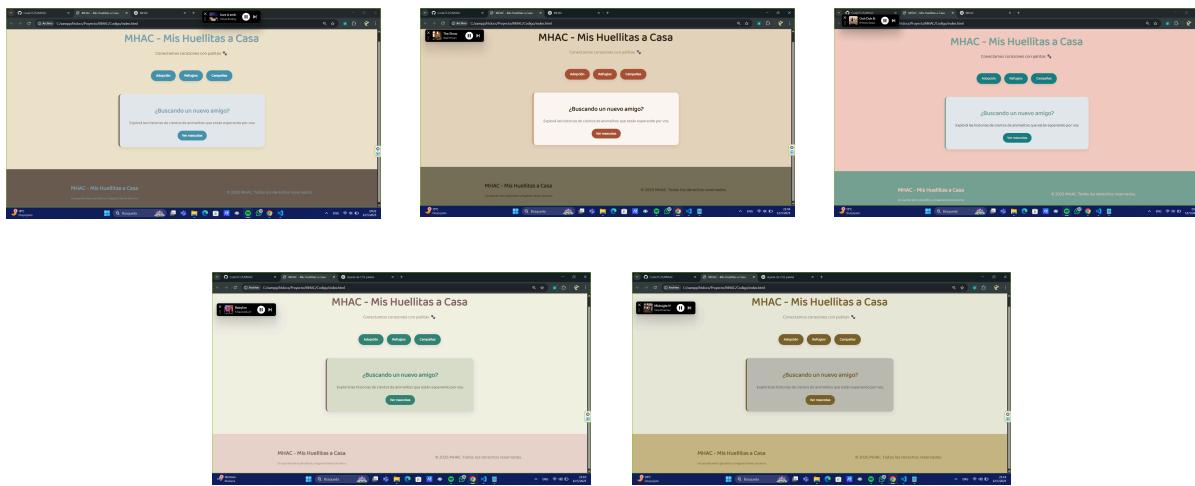


Figura 6
Propuestas iniciales de paleta de colores para la página web.

Sin embargo, el equipo concluyó que estas paletas le daban al sitio una apariencia “antigua” y poco profesional. Se tomó entonces la decisión de diseño de utilizar un fondo blanco puro para la web, logrando una estética más moderna, limpia y legible.



Figura 7
Paleta de colores definida para la página web.

Nombre y branding

La elección del nombre fue un paso clave para definir la identidad del proyecto. Se buscaba un nombre que fuera memorable, fácil de abreviar y que al mismo tiempo transmitiera la misión del proyecto.

Se eligió el nombre “Mis Huellitas a Casa”, ya que encapsula el objetivo principal: que cada "huellita" (representando a un animal) encuentre un “hogar”.

La sigla “MHAC” (/mak/) se adoptó como forma abreviada y nombre de marca principal de la plataforma y su logotipo. Es corta, fácil de recordar y funciona bien como un identificador tecnológico, mientras que el nombre completo le da el contexto emocional y la misión al proyecto.

Desarrollo

Tecnologías utilizadas

Para la construcción de la plataforma MHAC, se seleccionó un conjunto tecnológico basado en las herramientas que el equipo ya conocía y dominaba, dado que fueron las enseñadas a lo largo de nuestra trayectoria en el colegio. Se eligió este camino porque siempre obtuvimos buenos resultados con estas tecnologías y confiábamos en poder lograr un producto final sólido y funcional. El conjunto se compone de:

Frontend (Lado del Cliente)

- **HTML:** Utilizado para la estructuración y maquetación semántica de todo el contenido de la plataforma.
- **CSS:** Empleado para el diseño visual, la aplicación de la paleta de colores, las tipografías y la creación de un diseño responsive (adaptable).
- **JavaScript:** Implementado para añadir interactividad, validar formularios del lado del cliente y mejorar la experiencia de usuario.

Backend (Lado del Servidor)

- **PHP:** Elegido como el lenguaje principal del servidor para procesar la lógica de negocio, gestionar las sesiones de usuario y comunicarse con la base de datos.

Base de Datos

- **MySQL:** Se utilizó como el sistema de gestión de base de datos relacional para almacenar de forma segura y estructurada toda la información de usuarios, mascotas y refugios.

Entorno de Desarrollo y Herramientas

- **XAMPP:** Empleado como el entorno de desarrollo local, creando un servidor Apache con PHP y MySQL en nuestras máquinas para programar y probar la aplicación.
- **Visual Studio Code (VSC):** Fue el editor de código utilizado por todo el equipo.
- **GitHub:** Utilizado como sistema de control de versiones para gestionar el código fuente y el trabajo colaborativo.

Etapas del desarrollo

El desarrollo de MHAC se llevó a cabo siguiendo un proceso organizado por fases, lo que permitió avanzar de forma clara, dividir tareas y asegurar que cada parte de la plataforma funcionara correctamente. Las etapas fueron:

1. Análisis y planificación

Se definieron los objetivos generales del proyecto, los módulos principales (adopciones, publicaciones, campañas, rescates, etc.) y el rol de cada tipo de usuario (adoptante, dador, refugio). También se diseñaron los primeros bocetos de la interfaz y la estructura de la base de datos.

2. Diseño de la base de datos

Se creó el modelo relacional en MySQL, estructurando tablas como usuarios, mascotas, adopciones, campañas, refugios, likes, posts y más. Se aplicaron claves foráneas para

mantener coherencia entre los datos y asegurar el funcionamiento de los módulos que dependen entre sí.

3. Desarrollo del frontend

Se programaron las vistas en HTML, CSS y JavaScript. En esta etapa se construyó la interfaz de navegación, los formularios, las cards de mascotas, la sección de noticias, la ficha de cada mascota y los componentes interactivos. También se trabajó la adaptación responsive para distintos dispositivos.

4. Desarrollo del backend

Se implementó la lógica del servidor con PHP: manejo de sesiones, registro e inicio de sesión, subida de imágenes, CRUD de mascotas, validación y procesamiento de formularios, sistema de likes, mensajería interna, administración de publicaciones, denuncias y más.

Todo se conectó a la base de datos MySQL mediante consultas SQL seguras.

5. Integración y pruebas

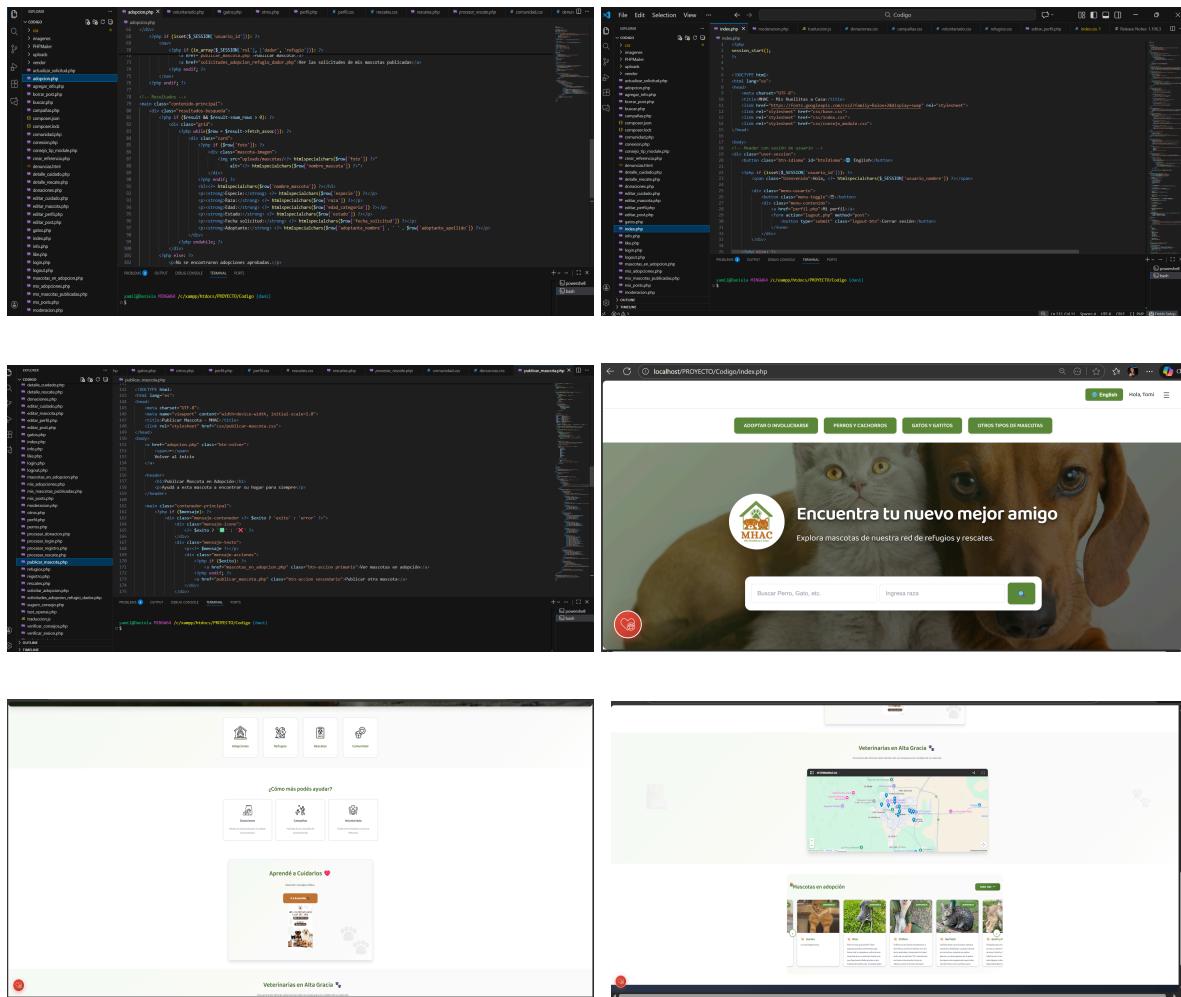
Una vez unidas todas las partes, se realizaron pruebas funcionales dentro de XAMPP para comprobar el correcto funcionamiento del sistema: carga de mascotas, solicitudes de adopción, edición, borrado, sesiones, roles, validaciones y seguridad básica.

Se corrigieron errores de visualización, rutas, permisos y consultas SQL.

6. Ajustes finales y documentación

Antes de la entrega, se organizó la estructura del repositorio, se completó el README, se generaron capturas, documentación técnica y el material multimedia para la difusión del proyecto.

Capturas del código/pantallas de la aplicación/producto



Pruebas y Testeo

Estrategias de testeo

Para garantizar la calidad, funcionalidad e integridad de la plataforma MHAC, se implementó una estrategia de testeo multifacética. Dado el alcance del proyecto, el enfoque principal fue el testeo manual, pero dividido en tres fases complementarias para cubrir distintos aspectos del sistema.

Pruebas funcionales y Unitarias

Esta fue la primera línea de defensa. Inmediatamente después de desarrollar una funcionalidad (como el login o el formulario de carga de mascotas), el desarrollador a cargo

(Barrio Nuevo o Cañete) realizaba pruebas manuales para verificar que el componente funcionara de manera aislada. Se probaban los “caminos correctos” (que el usuario haga todo bien) y también los “caminos incorrectos” (qué pasa si el usuario deja un campo vacío o introduce datos incorrectos).

Pruebas de integración

Una vez que las unidades funcionales se completaban, se realizaban pruebas de integración. El objetivo aquí era asegurar que las diferentes partes del proyecto (Frontend, Backend y Base de datos) se comunicaran correctamente. Por ejemplo, se verificaba que el formulario de “Cargar mascota” (hecho en HTML/CSS) enviara los datos correctamente, que el script de PHP los procesara sin errores, y que se almacenaran de forma exitosa y segura en la base de datos MySQL.

Pruebas de Aceptación de Usuario

Esta fue la fase final y más importante del testeo, se basó en la retroalimentación informal y espontánea de usuarios reales.

Cuando el equipo estaba programando o revisando el sitio, se aprovechaba la presencia de compañeros para mostrarles la plataforma en el momento. A diferencia de las pruebas anteriores, aquí el objetivo no era solo encontrar errores técnicos, sino evaluar la experiencia de usuario (UX). Se les pidió que realizaran tareas específicas (como “intenta encontrar un perro pequeño” o “simula que quieres adoptar”) y se observó su facilidad para navegar, la claridad de las instrucciones y la estética general del sitio.

A pesar de su informalidad, este feedback inmediato, recopilado en varias ocasiones y con distintas personas, fue crucial para realizar los ajustes finales de diseño y usabilidad.

Errores encontrados y cómo se resolvieron

A pesar de las pruebas previas, durante el proceso se detectaron varios errores importantes que fueron resueltos antes de la versión final del proyecto:

- **Errores en rutas de imágenes:** algunas mascotas no mostraban sus fotos por rutas mal configuradas. Se corrigió asegurando rutas absolutas o relativas consistentes en todo el proyecto.
- **Errores en validaciones:** varios formularios se podían enviar vacíos o con datos inválidos. Se añadieron validaciones del lado del cliente (JavaScript) y del lado del servidor (PHP).
- **Problemas de sesiones:** algunos roles no podían acceder a secciones específicas. Se revisaron las comprobaciones de permisos y se reestructuró el manejo de sesiones.
- **Consultas SQL incorrectas:** algunas consultas no devolvían datos o daban error por falta de claves foráneas o parámetros. Se depuraron y se probó cada una en phpMyAdmin.

Cada error detectado se documentó internamente y se solucionó mediante depuración, revisión de código y pruebas repetidas.

Cambios realizados luego del feedback

- **Mejor organización de la barra de navegación,** agregando acceso más visible a "Adoptar" y "Cargar mascota".
- **Reordenamiento de la ficha de cada mascota,** colocando primero la foto, luego la información clave (edad, tamaño, comportamiento) y al final la descripción.
- **Botones más grandes y visibles,** ya que varios usuarios no encontraban el botón para enviar solicitudes o publicaciones.
- **Mejoras en el diseño de formularios,** simplificando campos, ampliando inputs y agregando mensajes de validación más claros.
- **Ajustes de color y contraste,** ya que algunos textos no se leían bien en pantallas con brillo bajo.

Estos cambios fueron fundamentales para que la versión final del sitio fuera más intuitiva, clara y agradable para el usuario.

Marketing y Difusión

Análisis de competencia

Se identificó que el mercado de adopciones en Argentina actualmente se encuentra fragmentado. Los principales competidores o alternativas son:

- **Redes Sociales (Facebook/Instagram):** Siguen siendo la herramienta más usada, pero sufren de una gran desorganización. Las publicaciones se pierden, no hay filtros y es difícil hacer seguimiento.
- **Páginas web de refugios individuales:** Si bien son organizadas, obligan al adoptante a visitar decenas de sitios diferentes, sin centralizar la oferta.
- **Plataformas de adopción existentes:** Se analizaron aplicaciones con funcionalidades similares, destacando tres referencias principales:
 - **Beta App:** Una app desarrollada por estudiantes de la UNLP que permite publicar mascotas perdidas, en tránsito o en adopción, utilizando geolocalización.
 - **AdoptMe:** Plataforma argentina enfocada 100% en adopción responsable. Destaca por sus filtros avanzados (especie, tamaño, edad, ubicación) y un proceso de solicitud online con chat directo.
 - **Pluv:** Una plataforma integral que, además de adopciones, incluye servicios como mascotas perdidas y veterinarias, sirviendo como ejemplo de un ecosistema completo.

Posicionamiento y Propuesta de Valor

A diferencia de las alternativas fragmentadas, MHAC se posiciona como una solución unificadora e integral. La propuesta de valor de MHAC es combinar los puntos fuertes de las plataformas existentes en una única herramienta accesible para todos.

Es fundamental aclarar que MHAC no es un refugio, sino una plataforma tecnológica colaborativa, diseñada para servir como punto de encuentro y unificar la información de múltiples refugios y rescatistas.

Nuestra visión a largo plazo es que, a medida que la plataforma se haga más conocida y la comunidad enriquezca el contenido, genere la confiabilidad necesaria para convertirse en la herramienta de referencia. El objetivo es que más gente la utilice por ser una solución ordenada y efectiva, logrando así que el ecosistema de adopción se unifique y, como resultado final, más animales encuentren un hogar.

Estrategia de comunicación

La estrategia de comunicación de MHAC se diseñó para construir una marca cercana, confiable y con un fuerte sentido de comunidad. El objetivo no es solo “publicitar” una web, sino educar y movilizar a la audiencia en torno al bienestar animal.

Canal principal: Instagram

Se eligió Instagram como el canal de comunicación central, dado su alto impacto visual y su gran base de usuarios en Argentina, especialmente en el público interesado en mascotas. La estrategia de contenidos, gestionada por el área de marketing y difusión, se centró en:

- **Contenido:** Si

Tono de voz de la marca

El tono de voz de MHAC se definió como:

- **Llamados a la acción (Call to action):** Dirigir tráfico de manera constante a la plataforma web.
- **Empático y Cercano:** Se habla de “huellitas” y “hogares”, no de “productos” o “stock”. Se busca generar una comunidad.
- **Profesional y Confiable:** Se evita el lenguaje alarmista. Se provee información clara, verificada y segura sobre el proceso de adopción.
- **Orientado a la Acción:** Se motiva constantemente a la gente a ser parte de la solución (adoptando, compartiendo, transitando o registrando a su refugio).

Material offline (Alcance físico)

Para complementar la estrategia digital, se diseñaron flyers (folletos) para ser distribuidos en puntos clave como veterinarias, tiendas de mascotas y eventos de adopción, buscando captar a un público valioso que quizás no esté tan presente en redes sociales.

Piezas creadas

Para ejecutar la estrategia de comunicación, el área de marketing y difusión diseñó y produjo un conjunto de piezas gráficas alineadas con la identidad visual de MHAC.

Contenido para redes sociales (Instagram)

(insertar capturas de pantalla del perfil de Instagram o de posts).

Material de difusión (Flyers)

(insertar la imagen del flyer o folleto que diseñaron para imprimir).

Material de presentación (Pitch)

(captura de la portada o de una diapositiva clave).

Presentación Final

Preparación del pitch

La preparación de la presentación final (o pitch) fue una etapa clave para poder comunicar el valor de MHAC de forma clara y concisa.

Estructura del pitch

Se diseñó una estructura de presentación que seguía un flujo lógico para que la audiencia entendiera el proyecto en pocos minutos:

1. **El problema (Gancho):** Comenzar con la problemática real del abandono y la desorganización en las adopciones.
2. **La solución (MHAC):** Presentar la plataforma como la solución centralizadora.
3. **Demostración (Cómo funciona):** Mostrar las funcionalidades claves.
4. **El equipo:** Explicar brevemente los roles (Desarrollo y Marketing).
5. **Visión a futuro:** Mencionar el objetivo de unificar el ecosistema.
6. **Cierre (Llamado a la acción):** Invitar a la audiencia a visitar la web y a unirse a la comunidad.

Aprendizajes

El mayor aprendizaje durante la preparación del pitch fue comprender la importancia de **comunicar de forma simple algo complejo**. Aunque MHAC tiene muchos módulos, fue necesario aprender a resumir, priorizar y explicar cada parte con claridad para no abrumar a la audiencia.

Además, el equipo entendió el valor de adaptar el lenguaje: dejar de lado lo técnico y enfocarse en el impacto social del proyecto, lo que permitió que la presentación fuera más emocional y cercana.

Reflexiones previas a la presentación

Antes de la presentación final, el equipo hizo un balance general para evaluar qué aspectos del proyecto estaban más sólidos y cuáles convenía destacar. Se revisó la funcionalidad completa, la estabilidad del sitio y la claridad de la interfaz, con el objetivo de mostrar únicamente lo que funcionaba de manera fluida.

También se analizaron los puntos críticos que podrían generar dudas durante el pitch, como el manejo de roles, la carga de imágenes, la navegación entre secciones o el registro de usuarios. Este repaso permitió ordenar la explicación, anticipar posibles preguntas y estructurar el discurso de forma más segura.

La conclusión del balance fue que la presentación debía centrarse en tres ejes:

1. mostrar el funcionamiento real del sistema,
2. explicar brevemente cómo se resolvieron los aspectos más técnicos,
3. y asegurar que todo se entendiera sin necesidad de profundizar demasiado.

Este enfoque ayudó a encarar el pitch con una visión clara de qué comunicar y en qué orden.

Feedback recibido

El feedback general después del pitch fue positivo, especialmente en cuanto a la claridad del contenido y la organización de la presentación. Sin embargo, también surgieron sugerencias constructivas enfocadas principalmente en nuestra manera de expresarnos. A algunos se les recomendó profundizar un poco más en ciertos aspectos del proyecto para demostrar mayor dominio, mientras que a otros se les señaló el uso repetitivo de muletillas, onomatopeyas o expresiones nerviosas al hablar. Aun así, estas observaciones fueron tomadas como aportes valiosos para futuras presentaciones, ya que en líneas generales la exposición fue bien recibida tanto por la forma como por el contenido.

Evaluación y Cierre

Reflexión individual – Daniela

El proyecto MHAC representó para mí un proceso de aprendizaje integral, donde pude conectar lo técnico con la organización, el análisis y la resolución de problemas reales. Trabajar en una plataforma completa me obligó a entender cómo cada decisión en el código afecta al funcionamiento global y a la experiencia del usuario. Aprendí a estructurar mejor mis ideas, a escribir de manera más clara y a tener una visión completa del sistema, desde la interfaz hasta la base de datos.

Algo importante para mí fue descubrir que puedo desenvolverme bien en distintas partes del proyecto: investigar, programar, corregir errores, documentar y también tomar decisiones. El proceso me enseñó a ser más precisa, más paciente y más consciente de mis propias capacidades.

Reflexión individual – Sol Barrionuevo

Para mí, MHAC fue un proyecto que me permitió entender el valor del trabajo ordenado y la importancia de pensar cada parte del sistema como parte de un conjunto mayor. Tuve que aprender a equilibrar la parte técnica con la parte comunicacional, y a organizar mejor mis procesos para que el desarrollo fuera coherente y funcional. Uno de los aprendizajes más importantes fue comprender cómo se relacionan las distintas capas de una aplicación web y cómo las decisiones de diseño impactan en la experiencia del usuario.

Otra parte clave del proceso fue aprender a trabajar en equipo de manera más consciente: compartir ideas, repartir tareas de forma justa, revisar lo que hacían los demás y aceptar sugerencias para mejorar. El proyecto me ayudó a desarrollar una mentalidad más analítica y a sentirme más segura al momento de aportar soluciones. En resumen, MHAC fue una experiencia que reforzó mi confianza y mi capacidad para enfrentar proyectos complejos con responsabilidad.

Reflexión individual – Tomás García

Mi participación en MHAC estuvo centrada principalmente en el área de publicidad, comunicación y presentación del proyecto, y esto me permitió entender cómo una plataforma no solo necesita funcionar bien, sino también ser capaz de conectar con el público al que está dirigida.

Trabajar en la identidad visual, en la difusión y en la forma de presentar el proyecto me hizo desarrollar una mirada más estratégica: pensar en qué elementos llaman la atención, cómo comunicar una idea en poco tiempo, cómo usar el lenguaje para transmitir confianza y cómo construir una imagen coherente que represente al equipo y al producto.

En general, el proyecto MHAC fue una experiencia que me permitió mejorar en el área de marketing y presentación profesional, y me dejó la seguridad de que sé trabajar en la creación y difusión de una propuesta digital de forma organizada, creativa y enfocada en el público.

Balance del equipo

Como equipo, la preparación del pitch reforzó la importancia de la comunicación, la organización y el reparto equilibrado de tareas. Cada integrante aportó desde su área, y eso

hizo posible que el proyecto llegara a su versión final en tiempo y forma.

El balance general fue positivo: hubo colaboración, escucha y compromiso de principio a fin.

Conclusión general del proyecto

MHAC no fue solo un proyecto técnico: fue una demostración de hasta dónde se puede llegar cuando una idea nace de una necesidad real y se trabaja con creatividad y constancia.

A lo largo del proceso aprendimos que programar no es solo escribir código, sino **resolver problemas**, escuchar a los usuarios, equivocarse, corregir, mejorar y volver a intentar. Descubrimos que detrás de cada módulo, cada formulario y cada pantalla hay decisiones, debates, pruebas, errores y pequeños logros que, sumados, construyen algo mucho más grande.

Este proyecto también nos enseñó el valor del trabajo en equipo: confiar en el otro, dividir tareas, reconocer fortalezas, acompañar debilidades y entender que ningún resultado importante se obtiene de manera individual.

Mirando hacia atrás, MHAC representa el cierre de una etapa, pero también el inicio de la seguridad que da saber que somos capaces de crear algo útil desde cero.

MHAC queda como el recuerdo de nuestro esfuerzo, pero también como una muestra de lo que podemos seguir haciendo si mantenemos las mismas ganas, dedicación y capacidad de imaginar soluciones.