

Esteban Alarcón
Jonathan Herrera

María Sanabria
Enrique Casteblanco



Susan Pulido
Andrea Rodríguez

Santiago Ramírez
Michael Briceño

CATÁLISIS

• COLECTIVO

Título: Ángeles Peludos - Nueva Huella

Desarrollado por: Cátalisis Colectivo

Introducción

¿Qué es Cátalisis?

Cátalisis es un colectivo creativo integrado por un equipo interdisciplinario de jóvenes tecnólogos y profesionales. Surgió como una iniciativa colaborativa con el objetivo de ofrecer soluciones audiovisuales y multimedia a pequeñas y medianas empresas (Mipymes) que buscan consolidar su identidad y crecer en entornos digitales.

Integrantes

Susan Pulido: Dirección general, animación.

Andrea Rodríguez: Producción general, fotografía, marketing digital.

María Sanabria: Cámara, realidad aumentada.

Enrique Casteblanco: Desarrollo web, realidad aumentada.

Jonathan Herrera: Sonido, making of, ilustración.

Esteban Alarcón: Iluminación, animación, arte.

Santiago Ramírez: Postproducción, social media management.

Michael Briceño: Script, diseño gráfico.

¿Por qué este proyecto?

El proyecto “**Ángeles Peludos: Nueva Huella**” nació como parte del trabajo final de grado para el programa de Producción Multimedia del **SENA - CENIGRAF**, pero representa, además, el punto de partida para el lanzamiento de Cátalisis como colectivo creativo en funcionamiento. Esta nueva huella marca el camino de los perros rescatados y el renacer visual y digital de la fundación que los protege.

Cliente y contexto

La Fundación Ángeles Peludos es una organización sin ánimo de lucro ubicada en Tocancipá, Cundinamarca, dedicada al rescate, rehabilitación y adopción de perros en condición de abandono, maltrato o vulnerabilidad, con un enfoque especial en perros adultos o de edad avanzada y perros potencialmente peligrosos (PPP).

Su labor se sostiene en gran medida gracias al compromiso voluntario de sus fundadoras, el apoyo de colaboradores y las donaciones de personas solidarias que creen en su causa. Además, ofrecen servicios de guardería, adiestramiento y productos para mascotas, lo que les permite recaudar fondos para continuar con el cuidado de los perros rescatados. A pesar del impacto positivo de su labor, la fundación contaba con una presencia digital limitada, sin una identidad visual consolidada, ni herramientas suficientes para visibilizar su trabajo de forma profesional.

Justificación social

El proyecto responde a una necesidad real de visibilidad de la Fundación Ángeles Peludos, buscando fortalecer su imagen, ampliar su alcance y mejorar sus procesos de

comunicación. A través del acompañamiento de Catálisis, se entregaron herramientas clave como: branding, contenido audiovisual y una página web que facilita la adopción, las donaciones y el contacto.

Justificación Académica

Desde el ámbito académico, el proyecto permitió aplicar de forma integrada las competencias adquiridas durante el proceso de formación en el programa Producción Multimedia, abordando todas las fases de la producción. Marca el lanzamiento formal del colectivo Catálisis, validando su modelo de trabajo colaborativo y mostrando su capacidad de ejecutar un proyecto real con impacto social.

Objetivos

- Diseñar una nueva identidad visual y manual de marca coherente con los valores de la fundación.
- Diseñar y desarrollar una página web que facilite el acceso a la fundación, sus servicios y sus casos de adopción.
- Crear un personaje animado inspirado en un canino sugerido por la fundación.
- Implementar una experiencia de realidad aumentada aplicada a la identidad visual de la fundación.
- Realizar una asesoría y auditoría en redes sociales con lineamientos estratégicos para optimizar su comunicación digital.
- Realizar una sesión fotográfica profesional de los perros en adopción para uso digital.
- Producir un documental de impacto emocional sobre la labor de la fundación.
- Crear un spot publicitario que incentive la adopción de perros.

Nota general de dirección

Susan Pulido - Directora General

Nota general de producción

Andrea Rodríguez – Productora General

Asumir la producción general de Ángeles Peludos Nueva Huella y el comienzo de Catálisis fue toda una entrega emocional y profesional. Siempre creí en nuestro compromiso; sensibles a la causa y firmes cuando se trató de sacar adelante este sueño colectivo.

Desde lo técnico se contempló la elaboración de cronogramas detallados, planes de rodaje, gestión de locaciones, desgloses, propuestas por área y control de recursos, monetarios, físicos y humanos.

Mi paso por este primer proyecto significó acompañar, guiar y por supuesto también aprender de un equipo diverso y encontrar el equilibrio entre lo creativo, lo técnico, la lealtad y la amistad. Tuvimos largas jornadas, pero también risas y me llevé la satisfacción de haber entregado todo mi conocimiento, el de mi equipo, y de haberme enriquecido con más aprendizajes.



**Ángeles
Peludos**
FUNDACIÓN

Nueva Huella

Desarrollado por:

CATÁLISIS
• COLECTIVO

ÍNDICE

	Pag.
1. Introducción	9
2. Sinopsis	11
3. Objetivos	13
Objetivo general	
Objetivos específicos	
4. Beneficios	15
Beneficio social	
Beneficio ambiental	
Beneficio económico	
Beneficio tecnológico	
5. Reestructuración de imagen	17
Logo anterior	
Referentes	
Logo nuevo	
6. Sitio web	19
Referentes	
Wireframes	
Página web	
7. Asesoría redes sociales	30
Estrategia de contenidos y optimización digital	
Optimización de perfiles, reforzando la identidad digital	
Mejora de contenidos, variedad y calidad visual	
Estrategias de engagement y alcance	
Coherencia visual y tonalidad de marca	
Construcción de la personalidad de la marca	
Análisis de KPIS, medición y metas	
Benchmarking	
Próximos pasos, acciones clave para el éxito digital	
Lanzar un Hashtag de comunidad	
8. Audiovisuales	36
Spot - Mi mejor terapia tiene cuatro patas	
Documental - Ángeles Peludos Nueva Huella	
9. Animación	59
Estructuración	
Personaje y creación	
10. Plan de marketing	61
Análisis diagnóstico	
Análisis foda	
Propuesta de valor	
Buyer persona	
Objetivos generales	
Objetivos comerciales	
Objetivos para la comunidad	
Objetivos para leads y base de datos	
Redes sociales	
SEO (Search engine optimization)	
11. Agradecimientos y dedicatorias	67
12. Anexos	71



1. INTRODUCCIÓN





La Fundación Ángeles Peludos es una organización dedicada al rescate, cuidado y promoción de la adopción responsable de perros desde hace más de una década. Durante ocho años, sus actividades se desarrollaron bajo la figura de una guardería canina, modelo que no solo permitía brindar atención a los animales rescatados, sino que también garantizaba una fuente de ingresos que sostenía sus operaciones.

No obstante, a causa de la pandemia por COVID-19, el panorama cambió drásticamente. Dejaron de requerirse servicios de guardería, ya sea porque comenzaron a pasar más tiempo en sus hogares o porque sus recursos económicos se vieron afectados. Esta situación provocó una reducción significativa en los ingresos de la organización, lo cual puso en riesgo la continuidad de sus labores de rescate y cuidado de perros.

Ante esta coyuntura, las fundadoras tomaron la decisión de formalizar su labor constituyéndose legalmente como fundación. Sin embargo, esta transición trajo consigo nuevos desafíos,

particularmente en el ámbito del posicionamiento digital y la gestión de la comunicación institucional.

Puesto que la fundación carece de una identidad visual sólida, presencia web y estrategias de difusión efectivas que le permitan darse a conocer, generar confianza en la comunidad, atraer donantes, voluntarios y adoptantes, así como potenciales clientes para servicios complementarios como la guardería.

En este contexto, surge la necesidad de contar con el acompañamiento profesional de Catálisis, con el fin de fortalecer la presencia y estrategia comunicacional de la Fundación Ángeles Peludos.

El objetivo es construir una imagen coherente, visible y funcional, que respalde la misión de la fundación, promueva la adopción responsable y permita alcanzar una sostenibilidad operativa a través de herramientas digitales, audiovisuales y tecnológicas.



2. SINOPSIS



La problemática del abandono y la falta de bienestar animal es una realidad alarmante que requiere acciones concretas y sostenibles. Según estimaciones del Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal (IDPYBA), en la ciudad de Bogotá existen aproximadamente 66.467 perros en condición de calle. Esta cifra refleja una situación crítica, considerando que, de acuerdo con la Secretaría de Salud de Bogotá, en 2022 se registraron alrededor de 133.637 perros y gatos en situación de calle.

A pesar de los esfuerzos institucionales, las tasas de adopción siguen siendo bajas en comparación con la magnitud del problema. Por ejemplo, en 2020, el IDPYBA reportó la adopción de 1.800 perros en Bogotá, una cifra que, aunque representa un avance, es insuficiente frente al número de animales en situación de abandono. Esta disparidad evidencia la necesidad de fortalecer las estrategias de sensibilización y promoción de la adopción responsable.

La implementación de un proyecto de fortalecimiento institucional, que incluya el rediseño de su identidad visual, el desarrollo de una página web interactiva, la producción de contenido audiovisual y la incorporación de tecnologías innovadoras como la realidad aumentada, permitirá a la fundación mejorar su posicionamiento, ampliar su alcance y consolidar su impacto en la sociedad. Estas acciones no solo contribuirán a aumentar las tasas de adopción y a reducir el número de perros en situación de calle, sino que también promoverán una cultura de tenencia responsable y bienestar animal en la comunidad.



3. OBJETIVOS



Objetivo general:

Fortalecer la identidad institucional, el posicionamiento digital y la capacidad comunicativa de la Fundación Ángeles Peludos mediante un proceso integral de rebranding, producción de contenidos transmedia y aplicación de tecnologías innovadoras, con el fin de incrementar su visibilidad, atraer adoptantes, voluntarios y donantes.

Objetivos específicos:

- Rediseñar la identidad visual de la Fundación Ángeles Peludos para proyectar una imagen coherente, profesional y emocionalmente conectada con su misión y público objetivo.
- Desarrollar una página web funcional, accesible y optimizada, que centralice la información institucional, incluya un catálogo fotográfico de los perros disponibles para adopción y facilite la interacción con adoptantes, donantes, voluntarios y la comunidad en general.
- Producir un video documental que narre la historia de la fundación y visibilice su impacto, con el propósito de fortalecer el sentido de pertenencia y la confianza en su labor.
- Establecer una estrategia de redes sociales que incremente la visibilidad de la fundación, promueva la adopción responsable y potencie el alcance de sus campañas de concientización, por medio de una asesoría brindada a las fundadoras.
- Diseñar e implementar una campaña transmedia, que incluya un spot de concientización y una experiencia de realidad aumentada.



4. BENEFICIOS

Social

- Genera una reducción del abandono y el maltrato, promoviendo la conciencia y el respeto por la vida animal, disminuyendo el número de perros en situación de calle expuestos al abuso, enfermedades y accidentes.

Ambiental

- Reduce la contaminación, ya que los perros sin ningún tipo de control generan desechos en espacios públicos que pueden contaminar desde el suelo en zonas de alto tránsito hasta llegar a contaminar fuentes de agua limpia.

Ecónomico

- Disminuyendo la población de perros callejeros se reducen los gastos en campañas de capturas, esterilización, refugio y eutanasia; así mismo, se reducen las mordeduras que pueden contraer enfermedades afectando la salud pública.

Tecnológico

- La implementación de la RA tendría mayor alcance a distintas poblaciones, haciendo uso de herramientas nuevas de innovación, el hecho de no simplemente usar las redes sociales como medio de comunicación con la población a la que deseamos llegar sino también hacer uso de herramientas físicas y digitales que permitan una mejor conexión emocional con la persona que esté interesada en el proceso de adopción de los canes.





5. REESTRUCTURACIÓN DE IMAGEN

REESTRUCTURACIÓN DE IMAGEN



LOGO ANTERIOR

Antes de iniciar se realiza una reunión con el cliente para tener establecidas las condiciones del rebranding y el estado actual de la imagen de marca. En esta reunión, el cliente indica que tiene un vínculo grande con el perro (Hanko) pues fue uno de los primeros rescatados, por lo cuál es un elemento que debe permanecer, al igual que los colores básicos blanco, azul y amarillo.



REFERENTES

Antes de empezar se buscaron distintas referencias de marcas para tener una guía y ser mas objetivos con lo que el cliente buscaba, en estas referencias encontramos que son minimalistas, coloridas y en su gran mayoría contaban con las siluetas de los animales que se dedicaban a rescatar, sabiendo ello se decidió tener en cuenta tres elementos principales los cuales fueron: La silueta de el perro (Hanko), las alas y las montañas.

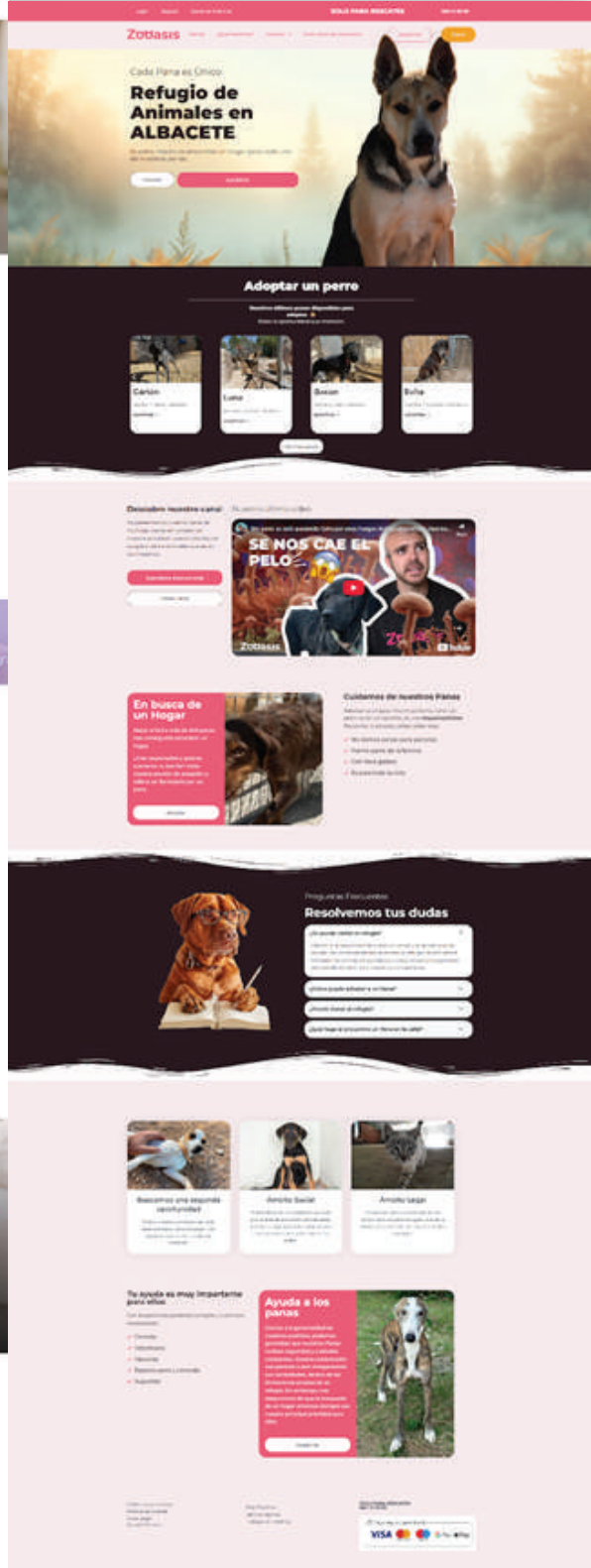
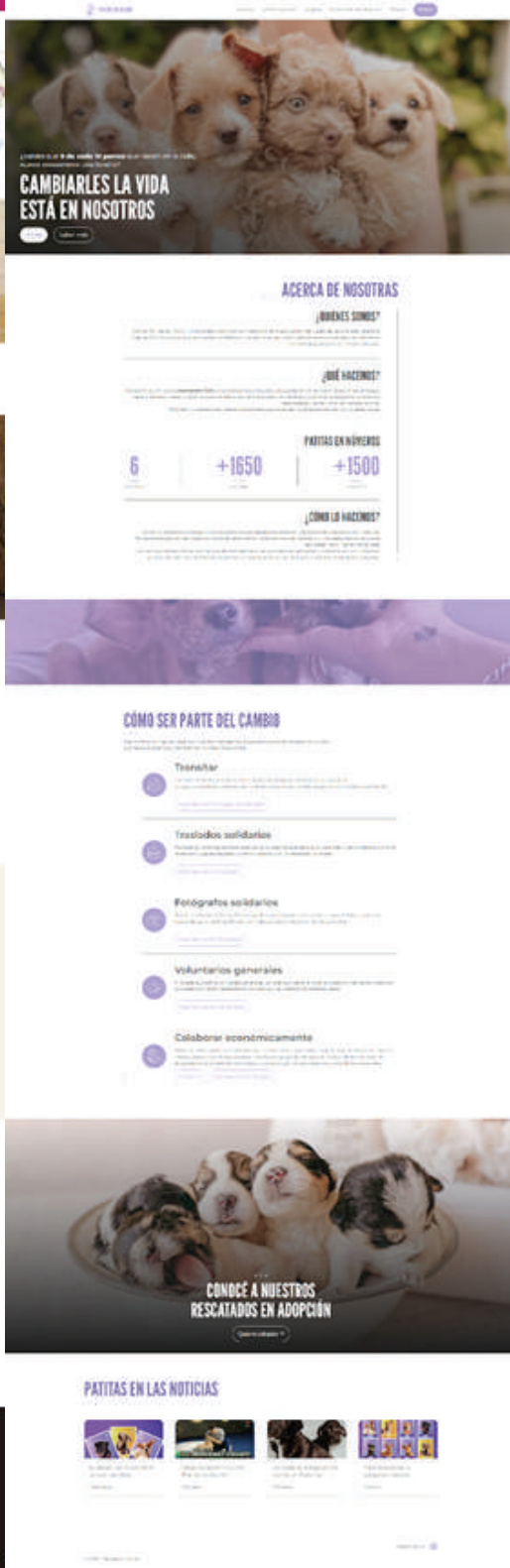
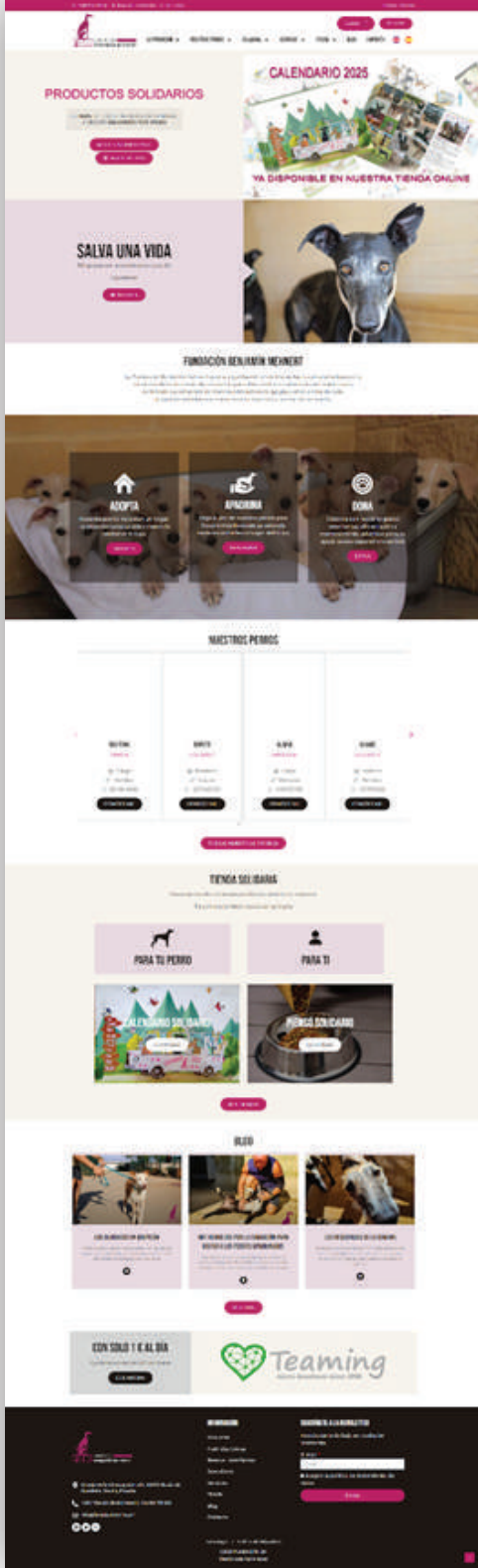


LOGO NUEVO

Se inició por hacer la silueta sobre la foto de Hanko para que fuese mas fácil de identificar y con un nivel de detalle mas alto; como segundo punto se modificaron las alas para que fuesen mas legibles y como último punto fueron las montañas pues las dueñas de la fundación decidieron que quedaran iguales a las que tenían ya que se parecían mas a las de la vereda.



6. SITIO WEB



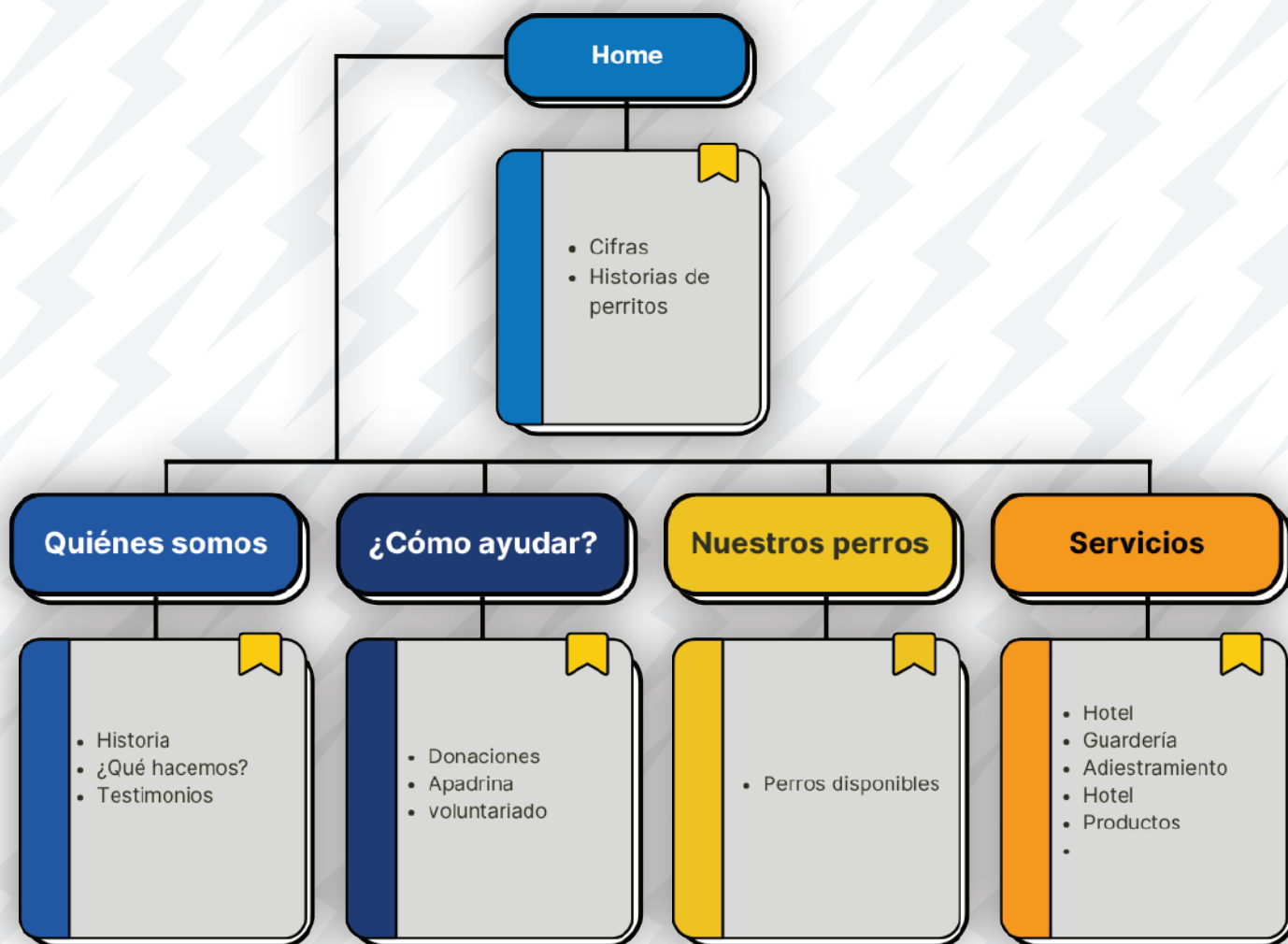
REFERENTES:

Nuestros referentes fueron **FUNDACIÓN BM, PATITAS EN ACCIÓN Y ZOOASIS**; estas páginas transmiten de manera efectiva su misión y valores, destacando el amor y compromiso hacia los animales rescatados generando una conexión emocional con el visitante. Las páginas de adopción muestran perfiles individuales de los animales, incluyendo nombre, edad, tamaño y fotografías.

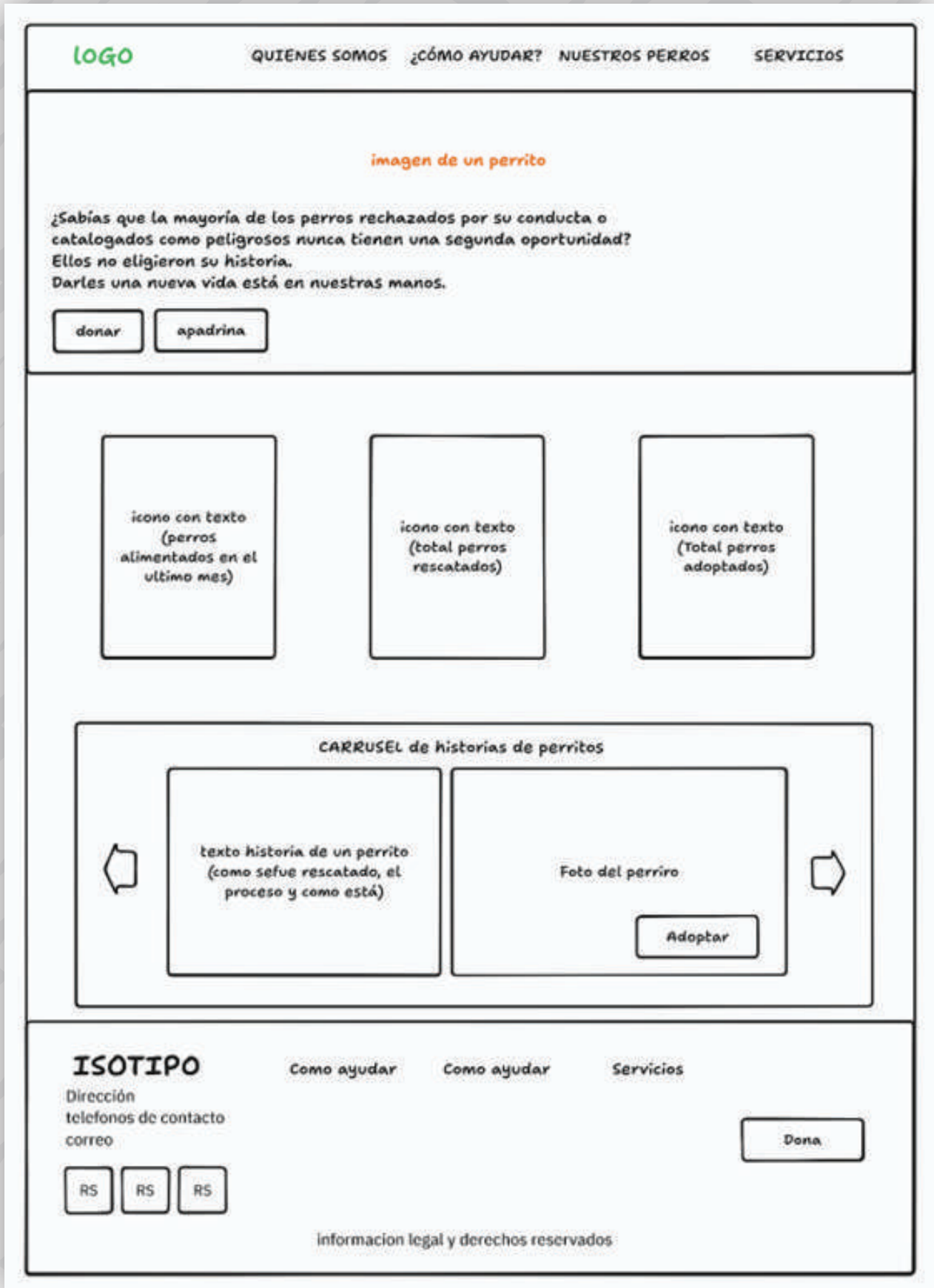
El menú principal esta bien organizado facilitando el acceso a secciones clave. Además de la adopción tambien ofrecen otras formas de apoyo como apadrinamiento, donaciones y voluntariado.

De acuerdo con lo solicitado por el cliente se requería que la página tuviera una galería de fotos con los perros disponibles para adopción con una breve descripción de su personalidad, comportamiento, edad y patologías, una sección en la que se encontrará más información de la historia, misión y visión de la Fundación Ángeles Peludos, además de las diferentes formas en las que se puede aportar y los servicios que ofrece la fundación. Teniendo en cuenta esto el mapa de navegación y los wireframes propuestos son los siguientes.

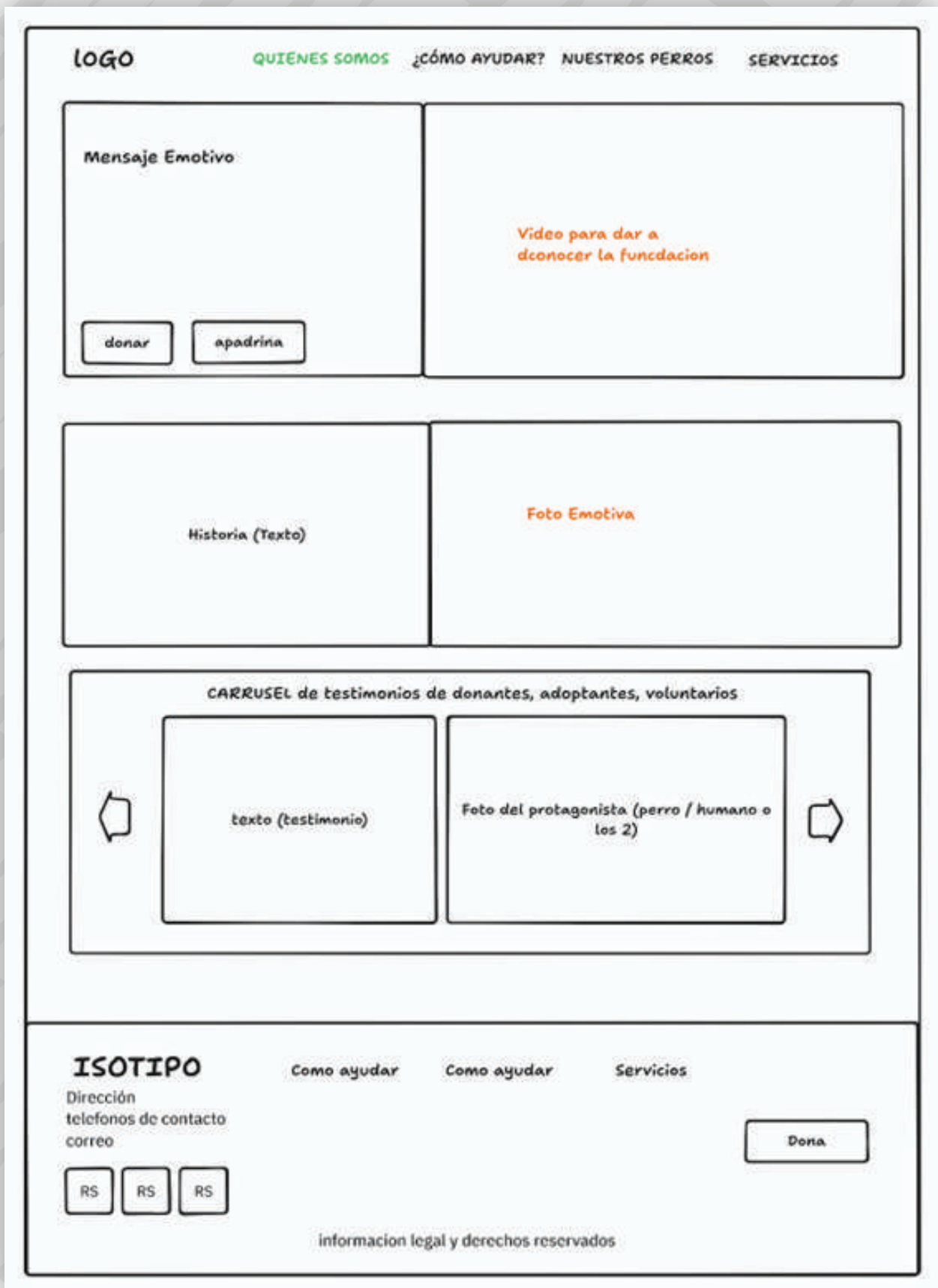
MAPA DE NAVEGACIÓN:



WIREFRAMES:



WIREFRAMES:



WIREFRAMES:

LOGO QUIENES SOMOS ¿CÓMO AYUDAR? NUESTROS PERROS SERVICIOS

imagen de un perrito

¿Sabías que la mayoría de los perros rechazados por su conducta o catalogados como peligrosos nunca tienen una segunda oportunidad? Ellos no eligieron su historia. Darles una nueva vida está en nuestras manos.

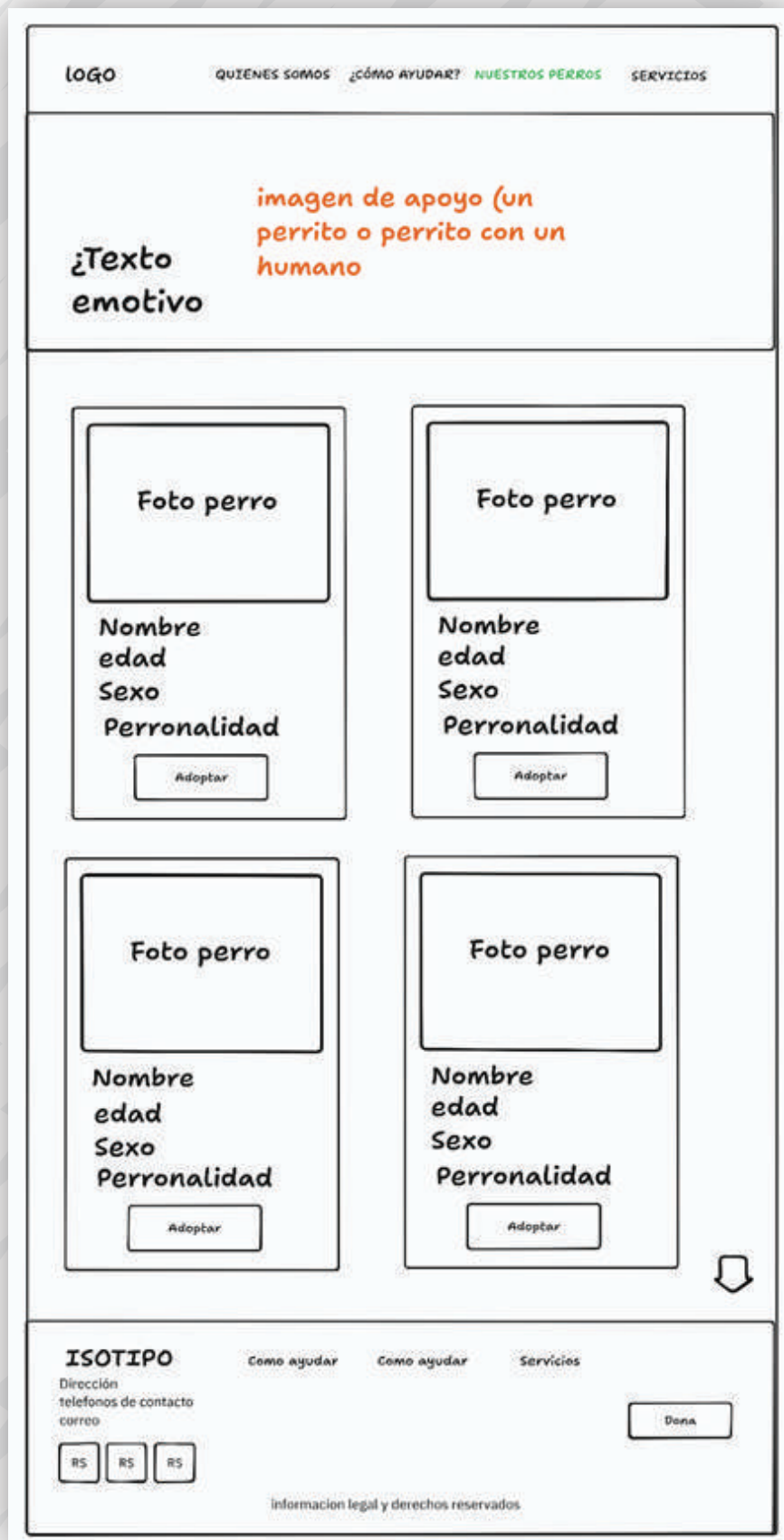
Foto	Explica que es y como se hace <input type="button" value="Donar"/>
Foto	Explica que es y como se hace <input type="button" value="Apadrina"/>
Foto	Explica que es y como se hace <input type="button" value="Hogar de paso"/>
Foto	Explica que es y como se hace <input type="button" value="Se voluntario"/>

ISOTIPO Como ayudar Como ayudar Servicios

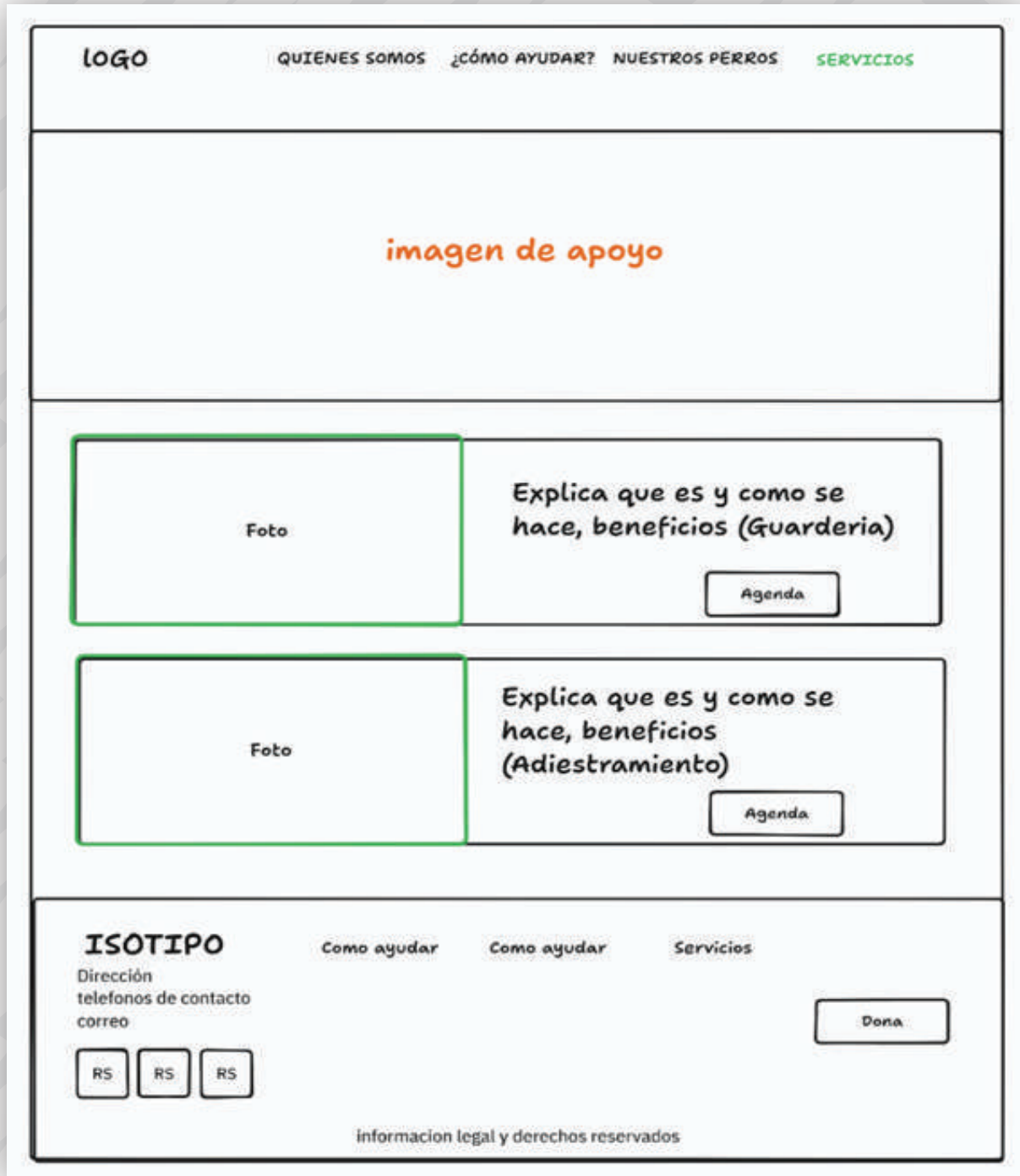
Dirección
telefonos de contacto
correo

informacion legal y derechos reservados

WIREFRAMES:



WIREFRAMES:



Ángeles Peludos
FUNDACIÓN

QUIÉNES SOMOS ¿CÓMO AYUDAR? NUESTROS PERROS SERVICIOS [Donar](#)

¿Sabías que la mayoría de los perros rechazados por su conducta o catalogados como peligrosos nunca tienen una segunda oportunidad?
Ellos no eligieron su historia.
Darles una nueva vida está en nuestras manos.

[Donar](#) [Apadrinar](#)

900
Raciones de comida proporcionadas en el último mes

350
Perros rescatados a la fecha

130
Perros adoptados a la fecha

¡Hola! Soy Toño

Me rescataron del abandono y el maltrato de una familia en la vereda Canavita de Tocancipá. Cuando llegué a la Fundación, supe que mi vida cambiaría para siempre. Me llenaron de mimos, caricias y comidita rica. Hoy soy un perro amoroso, inteligente y estoy listo para ser parte de una familia que me cuide y me ame por el resto de mi vida.

[Adóptame](#)

Ángeles Peludos
FUNDACIÓN

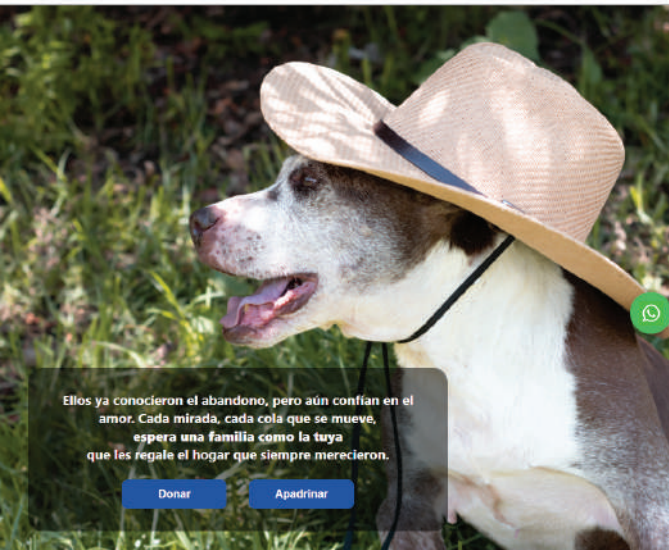
Contacto
Tocancipá Cundinamarca - Vereda la Esmeralda sector Corchuelo
Teléfonos: 3204320996 / 3144668545
refugioangelespeludos@gmail.com

[Donar](#)

© 2025 Fundación Angeles Peludos | Todos los derechos reservados | Diseñado y desarrollado por Enrique Castebianco


Ángeles Peludos FUNDACIÓN

QUIÉNES SOMOS ¿CÓMO AYUDAR? NUESTROS PERROS SERVICIOS [Donar](#)




Ellos ya conocieron el abandono, pero aún confían en el amor. Cada mirada, cada cola que se mueve, espera una familia como la tuya que les regale el hogar que siempre merecieron.

[Donar](#) [Apadrinar](#)




Abril
Activa, juguetona y amorosa.

[Conóceme](#)



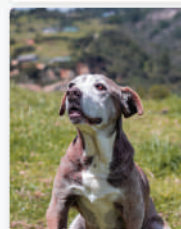
Ades
Sedentario, tierno y territorial.

[Conóceme](#)



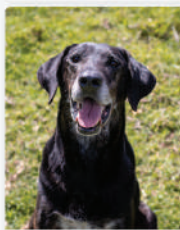
Alvin
Amoroso, activo y juguetón.

[Conóceme](#)



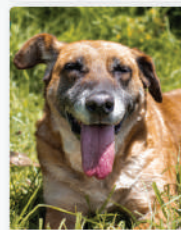
Becky
Tranquila amorosa y temperamental.

[Conóceme](#)



Canelo
Obediente, fiel, amoroso y carismático.

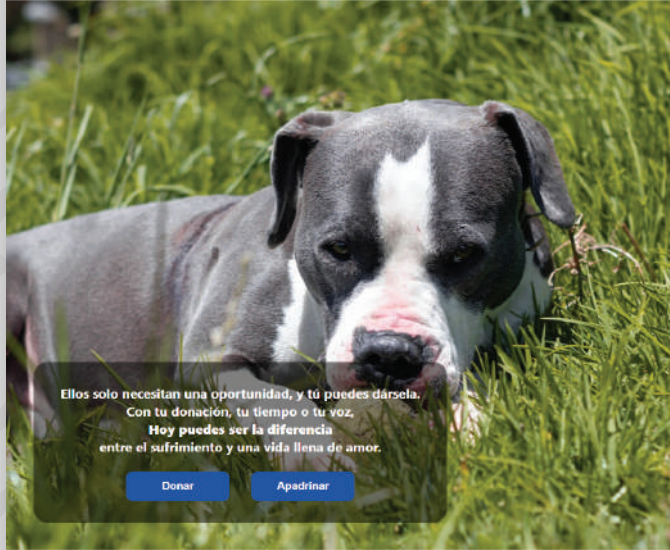
[Conóceme](#)



Crispeta
Tranquila y dulce.


[Conóceme](#)

© 2025 Fundación Ángeles Peludos | Todos los derechos reservados | Diseñado y desarrollado por Enrique Castiblanco



Ellos solo necesitan una oportunidad, y tú puedes dársela. Con tu donación, tu tiempo o tu voz. Hoy puedes ser la diferencia entre el sufrimiento y una vida llena de amor.

[Donar](#) [Apadrinar](#)





Donaciones
Apoyar una fundación de perritos con donaciones es darle una patita de ayuda a los peluditos que más lo necesitan...

[Donar](#)

Apadrinar
Apadrinar a un perrito en una fundación es como convertirte en su ángel guardián personal...

[Apadrinar](#)





Voluntariado
Ser voluntario por un día en una fundación de perritos es regalarles el tesoro más valioso: ¡tu tiempo y cariño!...

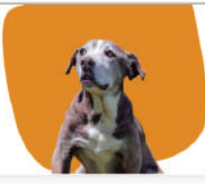
[Voluntariado](#)

Ángeles Peludos FUNDACIÓN

QUIÉNES SOMOS ¿CÓMO AYUDAR? NUESTROS PERROS SERVICIOS [Donar](#)

Adopción
Adoptar un perrito de una fundación es darle un hogar para siempre y la oportunidad de una nueva vida llena de amor...

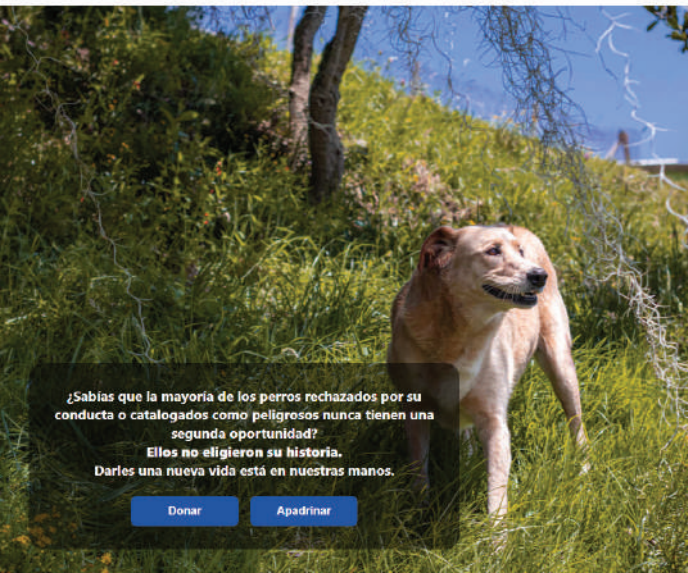
[Adopta](#)



Ángeles Peludos FUNDACIÓN


QUIÉNES SOMOS ¿CÓMO AYUDAR? NUESTROS PERROS SERVICIOS [Donar](#)

© 2025 Fundación Ángeles Peludos | Todos los derechos reservados | Diseñado y desarrollado por Enrique Castiblanco



¿Sabías que la mayoría de los perros rechazados por su conducta o catalogados como peligrosos nunca tienen una segunda oportunidad? Ellos no eligieron su historia. Darles una nueva vida está en nuestras manos.

[Donar](#) [Apadrinar](#)




Hotel
Nuestro hotel para perritos es el lugar perfecto para que tu mejor amigo disfrute de unas vacaciones mientras tú no estás. Aquí recibirá cuidados amorosos, juegos y atención personalizada en un ambiente seguro. Al elegimos, ¡estás apoyando directamente a los perritos sin hogar de nuestra fundación!

[Reserva](#)

Guardería
¿Tu perrito necesita compañía y diversión mientras trabajas? Nuestra guardería canina es el lugar ideal. Aquí, tu peludito disfrutará de un día lleno de juegos, socialización y mimos bajo la supervisión de expertos. Al elegimos, cada juego y cada ladrido feliz de tu amigo se convierte en una ayuda vital para los perritos.

[Reserva](#)




Adiestramiento
Adiestramos a tu perro con técnicas amigables y personalizadas para mejorar su comportamiento, desde obediencia básica hasta corrección de malos hábitos, mientras apoyas una gran causa. ¡Convierte a tu peludito en un ciudadano ejemplar!

[Reserva](#)

Ángeles Peludos FUNDACIÓN [QUIÉNES SOMOS](#) [¿CÓMO AYUDAR?](#) [NUESTROS PERROS](#) [SERVICIOS](#) [Donar](#)

Productos
Explora nuestra variedad de productos, desde galletas artesanales para perritos hasta merch exclusivo como hoodies, camisetas y tazas. Cada compra es un regalo único, un acto de amor que ayuda a quienes más lo necesitan. ¡Consiente y regala con propósito!

[¡Descubre](#)

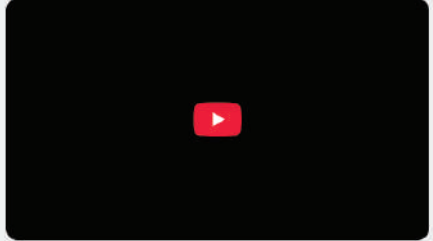


Ángeles Peludos FUNDACIÓN **Contacto**
Tocancipá Cundinamarca - Vereda la Esmeralda sector Corchuelo
Teléfonos: 3204320096 / 3144988545
refugioanjospeludos@gmail.com

[Donar](#)


© 2025 Fundación Ángeles Peludos | Todos los derechos reservados | Diseñado y desarrollado por Enrique Castiblanco

Ángeles Peludos FUNDACIÓN [QUIÉNES SOMOS](#) [¿CÓMO AYUDAR?](#) [NUESTROS PERROS](#) [SERVICIOS](#) [Donar](#)



Nuestra misión es rescatar, proteger y encontrar hogares amorosos para nuestros amigos peludos.

[Donar](#) [Apadrinar](#)



Todo comenzó con un solo perrito herido que recogí en Suba La Gaitana. Lo cuidé con lo poco que tenía, y poco a poco empezaron a llegar más, como si se contaran entre ellas que aquí los ayudaban. Mi casa se llenó de patitas y miradas agradecidas, y tuve que mudarme a Tocancipá. Ya han pasado más de 10 años desde ese primer rescate, y hoy seguimos siendo un refugio de amor para quienes sólo necesitan una segunda oportunidad.

Adoptante de Milo

Adoptamos a Milo para que acompañara a nuestro otro perrito, y fue la mejor decisión. Desde que llegó, se hicieron inseparables. Milo venía de una historia difícil, pero su amor y ternura nos conquistaron. Hoy llena nuestro hogar de alegría y amor puro. Adoptar fue ganar un compañero increíble.

[Quiero ayudar](#)

Ángeles Peludos FUNDACIÓN **Contacto**
Tocancipá Cundinamarca - Vereda la Esmeralda sector Corchuelo
Teléfonos: 3204320096 / 3144988545
refugioanjospeludos@gmail.com

[Donar](#)

© 2025 Fundación Ángeles Peludos | Todos los derechos reservados | Diseñado y desarrollado por Enrique Castiblanco



7. ASESORÍA REDES SOCIALES

Fundación Ángeles Peludos

Estrategia de contenidos y optimización digital

Fundación Ángeles Peludos, es un placer presentarle esta evaluación detallada de la presencia digital de la Fundación. El objetivo de este informe es ofrecer una visión clara de la situación actual y proponer acciones concretas para potenciar su impacto en línea, movilizar a la comunidad y alcanzar los objetivos de adopción y donación.

Hemos realizado un análisis exhaustivo de sus perfiles existentes, revisando la calidad visual, la narrativa, la frecuencia de publicaciones y el engagement, entre otros aspectos clave. Además, hemos comparado su estrategia con la de otras fundaciones exitosas en el ámbito animalista para identificar las mejores prácticas.

Nuestra intención es proporcionar una guía práctica y constructiva que les permita optimizar sus canales digitales y transformar su presencia en una potente herramienta de apoyo a la misión de la fundación. A lo largo de este proyecto, encontrará recomendaciones detalladas y ejemplos claros para cada punto.

Optimización de perfiles, reforzando la identidad digital

Nombre de usuario

El nombre de usuario actual, "fundacion.angeles.peludos", es claro y descriptivo, comunicando de inmediato la naturaleza de la organización. Sin embargo, para maximizar la facilidad de búsqueda y la consistencia, es fundamental asegurarse de que este nombre sea uniforme en todas las plataformas digitales.

Foto de perfil y portada

La foto de perfil actual, un perro con fondo oscuro, es coherente con el enfoque canino. No obstante, para reforzar la identidad visual y la profesionalidad, se recomienda utilizar una imagen más clara y reconocible que pueda incluir el logo de la fundación, asegurando que sea fácilmente distinguible incluso en tamaños pequeños.

Biografía y llamados a la acción

La biografía actual menciona que son una organización sin fines de lucro y un refugio canino, lo cual es correcto. Sin embargo, carece de llamados a la acción (CTA). Se sugiere incorporar frases directas como "¡Ayúdanos con tu donación o adopta!" para motivar a la acción inmediata y enlazar a un Linktree para organizar múltiples enlaces clave.

Mejora de contenidos, variedad y calidad visual

Diversificación de formatos

Actualmente, la cuenta se limita a Reels y fotos estáticas. Es crucial incorporar carruseles informativos para explicar procesos como la adopción, videos con testimonios emotivos y transmisiones en vivo (lives) para interactuar en tiempo real, aumentando el tiempo de visualización y el engagement.

Optimización visual

Muchas imágenes presentan iluminación deficiente y encuadres descuidados. Es fundamental definir una identidad visual consistente con una paleta de colores y tipografías uniformes. Mejorar la iluminación, preferiblemente natural, y la composición fotográfica es esencial para transmitir profesionalismo y evocar emociones.

Narrativa emocional

Los textos actuales son genéricos y no generan una conexión profunda. Se debe implementar el storytelling detallado, relatando el antes, el rescate y el progreso de cada animal. Incluir llamados a la acción específicos y emotivos, como "Comparte esta historia para que más peludos tengan una segunda oportunidad", potenciará la empatía y la acción.

Frecuencia consistente

La frecuencia de publicaciones es irregular, afectando la visibilidad. Es vital establecer un calendario editorial con al menos 3 - 4 publicaciones semanales en Instagram y 2 - 3 en TikTok, alternando formatos para mantener a la comunidad activa y comprometida.

Estrategias de engagement y alcance

Fomentar la interacción

Aunque los reels generan más interacción, el engagement general es bajo. Es esencial fomentar la participación con preguntas abiertas, encuestas en Stories y responder activamente a todos los comentarios para construir una comunidad sólida y motivar la interacción.

Uso estratégico de hashtags

Los hashtags genéricos limitan el alcance. Se recomienda crear una lista estratégica que combine términos populares con otros más específicos y de nicho, incluyendo hashtags locales y de tendencia, renovándolos regularmente para optimizar la visibilidad ante nuevas audiencias interesadas.

Aumento del alcance mensual

El alcance actual es bajo y sin crecimiento sostenido. Para expandirlo, es crucial planificar contenido viralizable, como videos de "antes y después" con buena edición y música emotiva. Participar en tendencias de TikTok adaptadas a la temática de la fundación también es una táctica eficaz para ampliar la visibilidad.

Incrementar clics y visitas

El llamado a la acción débil resulta en pocos clics. Se debe incluir frases claras como "link en la biografía para adoptar" o "doná en 1 minuto desde nuestro perfil". Usar stickers con enlaces en stories y crear contenido que motive la búsqueda de información adicional (ej. testimonios de adoptantes que dirijan al perfil) aumentará el tráfico.

Coherencia visual y tonalidad de marca

Paleta de colores definida

Actualmente, no hay una paleta de colores institucional clara. La inconsistencia genera una imagen desordenada. Se recomienda definir una paleta oficial de 2 a 4 colores, preferiblemente tonos tierra, beige, verde suave o celeste claro, que transmitan calidez, cuidado y confianza. Esta paleta debe aplicarse de forma consistente en todos los elementos gráficos para consolidar la identidad visual de la fundación.

Uso de tipografías y filtros

No existe una línea gráfica uniforme en cuanto a edición de fotos y tipografías. Se utilizan diversos estilos sin jerarquía ni coherencia, generando ruido visual. Es crucial seleccionar 1 o 2 tipografías principales (una para titulares y otra para texto secundario)

y usarlas siempre. Establecer un estilo de imagen unificado con un filtro suave y utilizar marcos o sellos visuales propios, reforzará la marca.

Tonalidad, voz y estilo de los textos

El tono de comunicación es inconsistente, variando entre informal e impersonal. Se debe definir un tono cálido, humano y esperanzador que refleje la misión de la fundación, manteniendo el profesionalismo. El estilo de redacción debe ser directo, empático y con llamados a la acción claros, por ejemplo: "Sabemos que su historia duele. Pero también sabemos que con tu ayuda, puede tener un final feliz. ¿Nos ayudás a lograrlo?".

Construyendo la personalidad de marca

Empática: Siempre en defensa del bienestar animal, demostrando compasión y cercanía en cada mensaje. La comunicación debe resonar con aquellos que aman a los animales.

Luchadora: Muestra los desafíos del rescate con transparencia y valentía. Refleja la ardua labor detrás de cada rescate y la dedicación a superar obstáculos.

Esperanzadora: Enfoca cada historia en el cambio posible y en los finales felices. Transmite un mensaje positivo que inspire a la acción y a la creencia en un futuro mejor para los animales.

Humana: Conecta desde lo emocional y comunitario, estableciendo un vínculo genuino con la audiencia. Muestra la dedicación de voluntarios y adoptantes, creando un sentido de pertenencia.

Para Fundación Ángeles Peludos, es esencial proyectar una personalidad de marca clara y reconocible que la distinga de otras organizaciones similares. Esto se logra construyendo una propuesta emocional distintiva que se refleje tanto en los textos como en las imágenes, los colores y las interacciones con el público. Una personalidad definida ayudará a generar una conexión más profunda y duradera con la audiencia, fomentando la lealtad y el apoyo continuo.

Análisis de KPIS, medición y metas

KPI Clave	Situación Actual Estimada	Recomendación y Meta
Seguidores Mensuales	Crecimiento bajo (+30 a +50 seguidores/mes).	Implementar campañas virales y alianzas. Meta: +200 seguidores/mes.
Engagement por Publicación	Muy bajo (<1% tasa de engagement).	Contenido emocional y preguntas abiertas. Meta: 3%-6% de engagement.
Formularios Recibidos	No comunicados claramente; pocos links directos.	Links visibles en bio y carruseles. Meta: 10 postulaciones/mes.
Alcance Mensual (Reels)	Bajo (300-1,000 visualizaciones promedio).	Contenido viral "antes/después" y tendencias. Meta: 3,000 visualizaciones/Reel.
Clics en Enlaces/Visitas	Escasos clics y visitas al perfil.	CTAs fuertes y stickers en Stories. Meta: Aumento del 50% en clics.

Los KPIS actuales de Fundación Ángeles Peludos muestran un bajo impacto digital, escasa tracción comunitaria y poca conversión a acciones concretas como adopciones, donaciones o voluntariado. No solo falta planificación estratégica, sino también una optimización de cada contenido para que cumpla una función medible. Es fundamental establecer objetivos claros y construir la estrategia digital en función de ellos.

Benchmarking

Coherencia visual sólida

Fundaciones exitosas como Adopta Bogotá o El Campito Refugio tienen una línea gráfica clara, con paleta de colores definida, uso constante de tipografías y una estética cuidada que transmite profesionalismo y confianza. Esto genera un reconocimiento de marca inmediato y una percepción de seriedad.

Storytelling emocional desarrollado

Publican historias reales de rescate con una estructura narrativa impactante: antes, rescate, recuperación y adopción. Utilizan fotos y videos bien seleccionados y textos que conmueven, informan y llaman a la acción. No se limitan a mostrar sufrimiento, sino que celebran los logros y la transformación.

Formatos de alto impacto

Destacan el uso de videos tipo "antes y después" para viralización, carruseles informativos y educativos (ej. tips de cuidado, proceso de adopción) que son altamente guardables, y Stories con subtítulos y stickers de enlace que fomentan la participación directa. El contenido testimonial también es clave para generar credibilidad.

Movilización de donaciones y comunidad

Utilizan llamados a la acción claros y repetidos ("Doná desde \$1.000", "Link en bio para el formulario"), lanzan campañas con objetivos concretos de financiación (ej. "Este mes necesitamos cubrir \$250.000 en alimento"), y muestran el impacto de las donaciones. Involucran a la comunidad con hashtags de marca, reposteando contenido de seguidores y dinámicas participativas.

Las fundaciones exitosas entienden que las redes no son solo una vitrina, sino una plataforma de movilización emocional y acción concreta. Utilizan herramientas narrativas, visuales y comunitarias con intencionalidad clara y estratégica, lo que les permite generar un impacto significativo y mantener una comunidad activa y comprometida.

Próximos pasos, acciones clave para el éxito digital

Implementar storytelling de rescates

Comenzar a relatar historias detalladas de cada animal, desde su situación inicial hasta su recuperación y eventual adopción. Esto generará una conexión emocional profunda con la audiencia y motivará a la acción. Incluya fotografías de calidad que ilustren el antes y el después para maximizar el impacto narrativo.

Publicar reels de "Antes y después" semanalmente

Crear un Reel semanal que muestre la transformación de un animal rescatado. Estos videos son altamente virales y emotivos, captando la atención y demostrando el impacto directo de la labor de la fundación. Utilice música emotiva y subtítulos claros para asegurar el mensaje.

Lanzar un hashtag de comunidad

Crear un hashtag propio y único, como #FamiliaAngelesPeludos o #MiFinalFeliz, e invitar a la comunidad a usarlo al compartir fotos o historias con sus animales adoptados. Esto fomentará la participación, generará contenido generado por el usuario y fortalecerá el sentido de pertenencia a la causa.

Al integrar estas prácticas en su estrategia digital, Fundación Ángeles Peludos podrá transformar su presencia en línea, movilizándolo a una comunidad más grande y comprometida, lo que se traducirá en un mayor número de adopciones y donaciones. La clave es la consistencia, la calidad y la autenticidad en cada interacción.



8. AUDIOVISUALES



CATÁLISIS
• COLECTIVO

MI MEJOR TERAPIA TIENE CUATRO PATAS

LIBRO DE PRODUCCIÓN

Susan Pulido - Andrea Rodríguez - Santiago Ramírez - Michael Briceño - Esteban Alarcón - Jonathan Herrera - María Sanabria - Enrique Casteblanco

Título: Mi Mejor Terapia Tiene Cuatro Patas

Tagline: No son peligrosos. Son incomprensidos. Adopta. Defiende. Ama.

Storyline: Un día gris se transforma en alivio y compañía gracias a quien siempre te espera.

Premisa: Adoptar es darle un hogar a un peludo y sumarle sentido a nuestra vida.

Sinopsis: Un joven llega a casa visiblemente estresado y emocionalmente agotado después de una larga jornada de trabajo. La ciudad, el ruido y la rutina lo han desconectado; pero al cruzar la puerta de su casa, su perro lo recibe con una efusividad que cambia por completo su estado de ánimo. El rostro cansado se convierte en una sonrisa y se llena de paz y tranquilidad; acto seguido, se les ve compartiendo tiempo de calidad; saliendo al parque, caminando y jugando.

Objetivo narrativo: El objetivo narrativo fue generar una identificación emocional inmediata con el espectador, reflejando una situación cotidiana; el desgaste mental por el estrés y la rutina. A través de una escena sencilla, cálida y visualmente íntima, se buscó mostrar cómo un perro adoptado puede convertirse en un refugio emocional. El mensaje promueve la adopción responsable no desde la lástima, sino desde el amor y el impacto positivo que estos vínculos tienen en la vida y la salud emocional de las personas.

Referencia: <https://www.youtube.com/watch?v=7ik2wgDkvxc>

Nota de dirección

Michael Briceño - Director Spot

La dirección propuso un enfoque narrativo que transmite el vínculo emocional entre una persona y su mascota, resaltando cómo ese lazo se convierte en un soporte mutuo tanto físico como emocional. Durante el proceso de creación se mantuvieron altos estándares en producción y postproducción, con el propósito de entregar una pieza visualmente limpia, emocionalmente poderosa y coherente con la sensibilidad que implica la adopción y el cuidado animal.

Nota del productor

Andrea Rodríguez – Productora General

Desde el área de producción general, se estructuró una planificación y logística que permitiera la ejecución eficiente del spot dentro de los parámetros narrativos y emocionales establecidos por la dirección, bajo criterios de sencillez, sensibilidad y eficiencia, procurando un producto final técnicamente sólido.

Cargos:

- Andrea Rodríguez: Productora general.
- Michael Briceño: Director general.
- Susan Pulido: Asistente de dirección y script.
- María Sanabria: Directora de fotografía.
- Enrique Casteblanco: Director de arte.
- Jonathan Herrera: Sonidista
- Esteban Alarcón: Gaffer
- Santiago Ramírez: Coordinador de postproducción, motion graphics.

Preproducción

Propuesta por área: Dirección General

Enfoque narrativo

El enfoque narrativo planteado para el spot fue de carácter emocional. La intención fue transmitir el profundo sentimiento de alegría, calma y conexión que una mascota puede generar en una persona. Se buscó mostrar cómo, a pesar de los problemas cotidianos y del ritmo agitado de la vida, la presencia de un compañero peludo representa un refugio emocional.

Tono audiovisual

El tono general se centró en lo íntimo y sensible, con una atmósfera cálida. Se utilizaron colores tenues, música suave y conmovedora, y escenas que reforzaran la empatía y la conexión entre el protagonista y su mascota.

Dirección de actores

Se seleccionó un actor joven, entre 20 y 25 años, que representara una vida cotidiana adulta. Antes de la producción, el actor fue citado para una lectura del guion y una reunión creativa en la que se explicó el enfoque emocional del spot y las intenciones narrativas. Se realizaron ensayos previos con el fin de garantizar una interpretación natural y coherente con el personaje propuesto.

Para la elección del perro, se contemplaron dos posibilidades: un ejemplar de raza potencialmente peligrosa o un perro criollo, ambos de talla mediana o grande. Esta elección respondía al enfoque principal de la Fundación Ángeles Peludos, que prioriza la adopción de perros estigmatizados por su raza o descartados por su tamaño.

Dirección fotografía

Cámara: Canon M50

Objetivo I: 15-45mm

Objetivo II: 50mm.

Perfil de color: Logarítmico CineStyle

Resolución: Full HD real es 1920 × 1080 píxeles, con un framerate de 24fps.

Estilo de cámara

Se utilizó una combinación de cámara en mano, priorizando la cámara fija, dependiendo de la carga emocional de cada escena. Se trabajó con trípode para tomas estáticas en momentos de transición emocional o conexión con el perro, se emplearon movimientos suaves con cámara en mano para reforzar la intimidad del personaje en la primera escena.

Composición y encuadres

La narrativa visual se construyó a partir de planos generales, enteros y primeros planos, con el propósito de mostrar tanto la atmósfera del entorno como los gestos y emociones del personaje principal. Se utilizaron ángulos normales para mostrar naturalidad, incorporando de manera puntual contrapicados que destacaran momentos de conexión emocional y cambio expresivo.

Relación espacio – personaje

El apartamento representa un espacio reducido, ordenado, con luz tenue y cálida que transmite monotonía y cansancio. A medida que el vínculo con su perro se profundiza, la luz se vuelve más presente y el encuadre más abierto, evidenciando una transformación emocional y una atmósfera más vital. La relación entre espacio y personaje fue fundamental para reflejar su estado anímico de forma progresiva y visual.



Paleta visual y temperatura de color

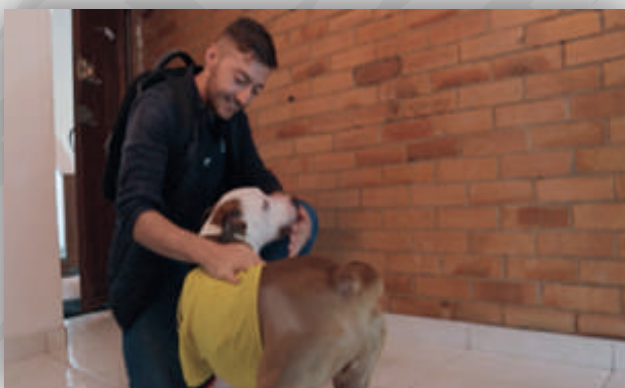
Se establecieron tres ambientes diferenciados visualmente:

Ciudad: tonos grises, luz dura, encuadres abiertos que enfatizan el caos, estrés y la desconexión, y planos cerrados para el rostro agotado del protagonista.



Hogar

Paleta cálida y controlada (amarillos y marrones), con luz tenue en los primeros momentos y mayor luminosidad conforme avanza la historia.



Parque

Colores naturales (verdes vivos, luz solar), que refuerzan la idea de libertad, tranquilidad y vínculo afectivo.



Dirección de sonido

No se realizó captura de sonido directo en ninguna de las escenas, ya que el spot no contiene diálogos. La construcción sonora se desarrolló completamente en postproducción, a partir de la musicalización y la incorporación de paisajes sonoros externos.

Paisaje sonoro

Los sonidos ambientales (ciudad, interior de vivienda y parque) se incorporaron desde librerías sonoras con licencia libre de derechos. Estos elementos enriquecieron la atmósfera sin necesidad de grabación de ambiente, permitiendo una mayor flexibilidad en la edición.

Musicalización

La música fue seleccionada de bibliotecas libres de derechos y elegida por su tono cálido, nostálgico y reconfortante. Sirve como eje emocional del spot, guiando el ritmo narrativo e intensificando la conexión entre el espectador y el vínculo mostrado entre humano y un peludo.

Dirección de iluminación

La iluminación del spot fue planteada desde una estética naturalista y emocional. En los espacios interiores se aprovechó la luz natural que ingresaba por las ventanas, suavizada con cortinas cálidas que filtraban la luz y creaban un ambiente íntimo y acogedor. Para reforzar el clima emocional del reencuentro entre el protagonista y su perro, se evitó el uso de luces frías o artificiales invasivas, manteniendo una atmósfera hogareña mediante fuentes cálidas y difusas.



En exteriores se trabajó con luz natural disponible, controlada a través del horario de rodaje. Durante las escenas iniciales, la luz neutra y plana acompaña el estado anímico del protagonista. A medida que avanza la historia, los tonos regresan a su saturación, estándar y se abren, reflejando visualmente su transformación emocional y el vínculo con el perro.

Dirección de arte

La dirección de arte apostó por una estética cotidiana, minimalista y emocionalmente simbólica. Los espacios interiores (apartamento) fueron seleccionados para representar la rutina diaria del protagonista: un entorno ordenado pero ligeramente apagado, que transmite su agotamiento emocional. La presencia de colores cálidos, como el naranja en las cortinas o el marrón de los muros en ladrillo, genera un contraste visual con el inicio gris del día, y refuerza el mensaje de refugio emocional.

El vestuario del perro —una camiseta de la selección Colombia— añade un elemento afectivo y cultural, reforzando el vínculo y la personalidad del personaje peludo. Los elementos del hogar como muebles, cojines y texturas se mantuvieron auténticos para preservar el carácter íntimo de la escena.

En exteriores, el arte se construyó con locaciones reales como el parque del barrio, sin intervenir artificialmente el entorno, conservando una estética cercana al espectador.

Dirección de postproducción

El tratamiento en postproducción apuntó a reforzar el contraste emocional a lo largo del spot. En la corrección de color se aplicó una paleta cálida en interiores y vivos en entornos exteriores.

Se utilizaron ilustraciones animadas (como trazos sobre el rostro del personaje) que representaban su estado mental, aportando un lenguaje visual alternativo que comunica sin necesidad de diálogo.

En cuanto al sonido, se integraron efectos ambientales, música instrumental suave .

Postproducción

Software principal utilizado: Adobe Premiere Pro 2024

Estrategia de montaje: estructura narrativa, ritmo, orden de escenas.

Inicio: Fondo negro, presentación visual caótica de la ciudad, del entorno (impacto inicial).

Desarrollo: Interacción del humano con su peludo

Cierre: Culmina con una secuencia emocional reforzada por música, ideal para introducir el mensaje final o llamado a la acción.

Corrección de Color

Se aplicó una corrección de color base en Lumetri Color dentro de Premiere Pro para asegurar la coherencia visual entre escenas grabadas en diferentes condiciones de luz.

Look final: Se optó por un tono cálido, vivo y natural, que transmitiera cercanía, tranquilidad y bienestar. Cada locación recibió ajustes individuales, evitando una apariencia deslavada o con sobresaturación.

Tratamiento Sonoro

El audio fue trabajado para lograr una ambientación emocional y limpia.

Pista sonora: Se incorporó música instrumental emotiva de ritmo medio.

Sincronización: Se alinearon los cortes visuales con cambios suaves de intensidad musical, reforzando la narrativa.

Niveles: Mezcla final con música a -12 dBFS promedio, sin distorsión ni saturación. No se utilizó diálogo, por lo que se evitó competencia sonora.

Motion graphics o títulos: Diseño y ubicación del logo y mensaje final.

Exportación y Adaptaciones

Master finalizado y exportado desde Adobe Premiere Pro con los siguientes parámetros técnicos:

Resolución: 1920x1080 (Full HD)

Códec: H.264

Bitrate: CBR 15 Mbps

Audio: AAC, 48 kHz, 320 kbps estéreo

Formato final: .mp4

Adaptaciones para plataformas

Versión completa (horizontal): Para proyecciones, presentaciones institucionales y YouTube.

Versión completa (vertical): Para redes sociales.

ESCENA 1: EXT. -CALLE DESTAPADA- DÍA

(Negro, la escena se va mostrando poco a poco)

(SONIDO RUIDO DE CALLE, PITIDOS, VOCES DISTORSIONADAS EN OFF.)

Se va revelando lentamente a AUSTIN (25-30 años), rostro cansado, mirada perdida, caminando por una calle destapada. se dirige hacia su casa después de una extenuante jornada laboral y de tener múltiples situaciones que lo estresan, llegando a la entrada de su casa de inmediato abre la puerta.

VOZ EN OFF - (Fragmentos de pensamientos) "otra vez tarde...", "el jefe...", "cómo voy a pagar..."

ESCENA 2: INT. -CASA- DÍA

Ingresando a su casa lo recibe su mascota de un abrazo y agitando la cola, en ese momento todo el ruido de su cabeza empieza a disminuir junto con su estrés y problemas.

INSERT: (Plano detalle de la mano acariciando la cabeza del perro)

ESCENA 3: EXT. -CALLE DESTAPADA- DÍA

Austin sale de su casa caminando y a su lado lleva a su mascota al parque para un paseo ya que es el momento favorito de él.

ESCENA 4: EXT. -PARQUE- DÍA

Austin paseando a su mascota en el parque y disfrutando del momento.

VOZ EN OFF (Austin):

"No importa lo que digan. Él me salva todos los días."

NEGRO - FRASE MOTIVADORA

*No son peligrosos. Son incomprensidos. Adopta. Defiende.
Ama.*

FUNDACIÓN ÁNGELES PELUDOS



FUNDACIÓN ÁNGELES PELUDOS NUEVA HUELLA

LIBRO DE PRODUCCIÓN



CATÁLISIS
COLECTIVO



Susan Pulido - Andrea Rodríguez - Santiago Ramirez - Michael Briceño - Esteban Alarcon - Jonathan Herrera - María Sanabria - Enrique Casteblanco

Título: Ángeles Peludos - Nueva Huella

Tagline: Una historia de resistencia por segundas oportunidades.

Storyline: Un día gris se convierte en amor gracias a quien siempre te espera.

Premisa: La dignidad no es exclusiva de los humanos. La empatía, el cuidado y la perseverancia pueden resignificar la vida de peludos estigmatizados.

Sinopsis: Ángeles Peludos - Nueva Huella es un retrato íntimo y conmovedor sobre los orígenes y evolución de una fundación que rescata perros en condiciones extremas. Desde sus inicios en Bogotá hasta su traslado a Tocancipá, sus fundadoras relatan cómo el amor por los animales se transformó en un compromiso de vida. Priorizaron perros adultos y potencialmente peligrosos, aquellos con menos oportunidades de adopción. También se reconoce el trabajo de su colaborador proveniente de La Guajira, quien aporta con acciones silenciosas. El documental cierra con el testimonio de una adoptante que nos recuerda que adoptar es un acto de amor que trasciende razas, edades y miedos.

Objetivo narrativo: El documental busca visibilizar la historia y el impacto de la Fundación Ángeles Peludos, generar conciencia sobre la adopción de perros adultos y estigmatizados, y mostrar cómo una decisión personal puede convertirse en una causa transformadora. Se pretende generar una conexión emocional con el público, humanizar la labor de cuidado animal, y fomentar la adopción responsable a través de un relato íntimo y testimonial.

Referencia: Los Puros Criollos - Perros Criollos

<https://rtvcplay.co/series-documentales/los-puros-criollos/perros-criollos>

Nota de dirección:

Susan Pulido - Directora general

Dirigir un documental es algo que considero desafiante, mantenerse fiel a la realidad a pesar de introducir ficción como fue la dramatización de la historia de Alexandra, fue siempre nuestro propósito.

En nuestra primera conversación con las fundadoras mi interés era conocer un poco más de ellas, entender por qué hacen lo que hacen, ir más allá del proyecto y conectar más profundamente con sus ideales, con los perros, entenderlos y saber un poco de la historia de cada uno, para mí era algo esencial.

Ya que impregnar esa sensación, que la gente conociera la historia de la fundación pero también de su día a día, de cómo viven los perros y lo libres que se sienten, ese sentimiento de empatía, carisma y unión, era algo que se debía mostrar en el documental.

En el momento de la producción hubo muchas cosas que fallaron, el clima en un comienzo, la disponibilidad de la persona para el testimonio, caídas, el terreno embarrado, sin embargo se dejaron fluir un poco más los planos y las escenas a medida que íbamos caminando, y con la buena energía del equipo y de las fundadoras los resultados fueron más satisfactorios de lo esperado.

Agradezco infinitamente haber tenido la oportunidad de desarrollar este proyecto, fue de inmenso aprendizaje y de esas experiencias que llenan el alma por saber que aportas en una pequeña parte a mejorar las condiciones de animales que lo necesitan.

Nota de producción

Andrea Rodríguez – Productora General

Desde la producción se asumió este proyecto con el compromiso de articular todas las piezas que lo componen. Más allá de ser una operación técnica y logística, Ángeles Peludos: Nueva Huella, fue una experiencia profundamente humana.

Organizar esta producción implicó abrirnos emocionalmente al relato de otras vidas, trabajar con un equipo diverso y encontrar soluciones creativas, buscando facilitar un entorno donde la historia pudiera fluir con autenticidad; toda una gestión hecha desde el respeto y el cuidado.

Cargos:

- Susan Pulido: Dirección.
- Andrea Rodríguez: Producción.
- María Sanabria: Cámara.
- Enrique Casteblanco: Sonido.
- Jonathan Herrera: Making of.
- Esteban Alarcón: Iluminación.
- Santiago Ramírez: Postproducción.
- Michael Briceño: Script, foto fija.

Preproducción

Dirección general

El documental Fundación Ángeles Peludos - Nueva Huella construye un relato testimonial por parte de las personas que hacen parte de la fundación, con un fuerte componente emocional. A través de entrevistas íntimas y momentos capturados con un estilo observacional, se buscó que el espectador se conecte directamente con la historia y vivencias de los protagonistas. La narrativa no es lineal, en un punto en el que la fundadora relata cómo comenzó con la fundación, se ve una pequeña dramatización, reforzando el carácter íntimo del documental. De la misma forma, los relatos son contados en paralelo para evocar una sensación de cercanía que despierte, la empatía y la reflexión, generando conciencia sobre la problemática que han atravesado, las dificultades al sostener una fundación siendo guardería.

Para el ritmo del documental se optó por comenzar con una pequeña introducción de lo que se va a tratar el documental, varias tomas que introducen al espectador al lugar, la temática y los personajes, prosiguiendo con las diferentes entrevistas, intercalado con tomas aéreas, silencios y música que refuerzan el discurso y permiten que el espectador procese las emociones.

La relación que hubo con los personajes, se construyó con mucho tiempo de antelación a la producción, pues era necesario construir un vínculo de confianza en el que se prioriza la comodidad de los protagonistas para que se sintieran libres al hablar abiertamente sobre los hechos. Previamente a la producción se hizo una entrevista para entender la historia y saber cómo organizarla para el documental. De esta forma el guion o la escaleta se construyó con sus propias palabras, permitiendo momentos genuinos.

La Dirección General tuvo un rol muy activo en todas las etapas del proceso, partiendo de la estructura narrativa, desde la elaboración de la escaleta hasta la edición final. Se consideró importante que el diseño sonoro fuera muy de la mano con el montaje audiovisual por eso se realizó de forma paralela, ya teniendo el concepto de empatía emocional que se buscaba resaltar, se seleccionó música instrumental, en un comienzo un poco más rápida y a medida que iba llegando a los puntos donde la historia tenía más profundidad emocional, la música cambiaba o se hacía más lenta para conectar más. Como consecuencia, se llegó a un producto que logra conmover al espectador desde distintos niveles sensoriales y emocionales, e incluso fue subtitulado para garantizar la accesibilidad a todo tipo de audiencias.



Dirección de Fotografía

Equipos:

Cámara I: Canon M50

Cámara II: GoPro Hero 11 Black

Drone: DJI 2 Mini

Making Of: Sony A6400 - Nikon D3200

Objetivo I: 15-45mm

Objetivo II: 50mm.

Perfil de color: logarítmico CineStyle

Resolución: Full HD real es 1920 × 1080 píxeles, con un framerate de 24fps.

Se propusieron encuadres con planos generales en los que se apreciara el entorno natural y los elementos alrededor de cada uno de los caninos, destacando tanto su espacio como las interacciones entre los perros y el personal de la fundación.



Ref: shotdeck.com



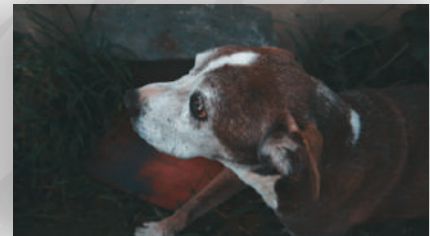
El estilo visual adoptado es naturalista, en coherencia con el contexto rural y la naturaleza íntima del relato de sus protagonistas. Se priorizó el enfoque en acciones genuinas, expresiones y emociones, con una alternancia entre planos generales, planos medios y planos enteros, tanto de los caninos como de las fundadoras y el colaborador.



Se incorporaron fotografías de archivo proporcionadas por la Fundación Ángeles Peludos acompañadas de material fotográfico reciente. Estas imágenes fueron utilizadas para ilustrar etapas pasadas de su labor.



También se recurrió a una escena de dramatización puntual, diseñada para representar una situación específica que no fue posible registrar en tiempo real.



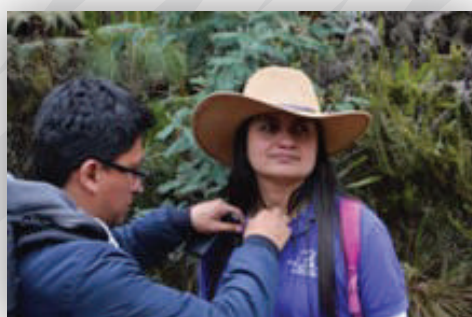
Dirección de Sonido

Para las entrevistas y testimonios del documental se utilizaron micrófonos inalámbricos tipo lavalier (de solapa) JMARY MW16, ideales para grabaciones móviles y discretas. El sistema cuenta con un receptor 3-en-1 compatible con cámaras y celulares, lo que permitió una grabación estable tanto en interiores como en exteriores. Los micrófonos se ubicaron en el vestuario de los personajes, a una distancia mínima de la fuente vocal, garantizando una captura clara y minimizando interferencias o ruidos ambientales.

Durante el rodaje se registraron ambientes naturales propios del entorno de la fundación, ladridos espontáneos, pasos sobre vegetación, interacción entre perros, cuidadores y otros sonidos cotidianos que enriquecieron el sonido ambiente.

En postproducción se aplicó una limpieza básica al audio, que incluyó reducción de ruido, ecualización de frecuencias vocales y ajuste de niveles generales. Se corrigieron picos, se eliminaron clics o interferencias menores, y se llevó a cabo una mezcla estéreo final.

Se utilizó música ambiental y efectos sonoros libres de derechos, seleccionados por su tono emocional, con instrumentación predominante de piano y violines suaves. Su función fue acompañar la narrativa de manera sutil, sin opacar los testimonios ni romper la carga emocional del relato.



Dirección de Iluminación

Se consideraron diversos factores, tales como las condiciones climáticas, posibles modificaciones en la locación y cualquier eventualidad que pudiera alterar el esquema de iluminación establecido.

Para las escenas en interiores se optó por una temperatura de color neutra, con el fin de lograr un equilibrio visual que evitara tanto la sobreexposición como una atmósfera oscura.



En las escenas exteriores se aprovechó principalmente la luz natural disponible, y en tomas puntuales se utilizó un reflector LED portátil para reforzar la iluminación sobre el sujeto principal sin interferir con la ambientación general.



La variabilidad climática obligó a replantear uno de los esquemas de iluminación, así como a realizar otros ajustes necesarios debido a las lluvias y a los cambios constantes en la luz natural provocados por la intermitencia de las nubes.

Se trabajó de forma coordinada con los departamentos de cámara y arte para unificar criterios estéticos, alineando paleta cromática, la composición y la temperatura de color, lo que permitió una integración coherente entre los elementos escenográficos y el tratamiento lumínico.

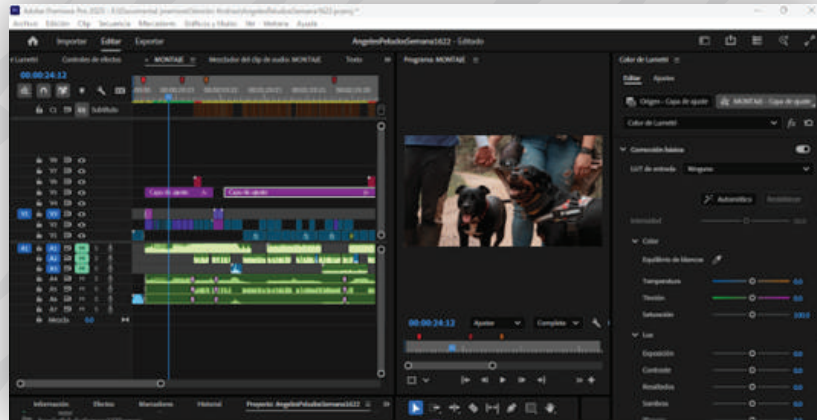
Dirección de Arte

Se empleó una paleta cromática acorde con el entorno natural, priorizando tonalidades frías (azules, verdes y cafés tierra), con el fin de generar una percepción visual armónica y confortable para el espectador.

PALETA DE COLORES					PALETA DE COLORES				
#bec9ce	#212f2b	#7cb1c4	#5791a5	#587b87	#c5a598	#292c2b	#89786a	#5e594e	#9facb5
#45574a	#715b57	#336474	#23464f		#677669	#f29a1c	#47574c	#465773	

Se seleccionaron locaciones con espacios abiertos y mínima contaminación visual, lo que permitió mayor versatilidad y variedad de ángulos durante la grabación.

Se optó por una aproximación naturalista, permitiendo que los personajes utilizaran su vestuario cotidiano como camisetitas de la fundación, botas y ropa cómoda e informal. Al conservar en todo momento la presencia del color azul institucional, se reforzó la autenticidad y se facilita la conexión con el espectador.



Los elementos gráficos adquirieron mayor protagonismo en la etapa de postproducción, donde se incorporaron referencias visuales asociadas a la Fundación Ángeles Peludos y el colectivo Catálisis, reforzando así la identidad visual del proyecto.

Se integraron objetos del entorno cotidiano de la fundación, como casetas para perros y sus implementos, con el objetivo de acercar al espectador a la cotidianidad del refugio y fortalecer la dimensión realista del documental.

Dirección de Postproducción

Software de edición: Adobe Premiere Pro 2025 – Adobe Audition Pro 2025



El montaje se estructuró principalmente bajo un enfoque emocional y temático, con algunos momentos cronológicos pero no de forma estricta. El documental inicia con una introducción dinámica pero sutil, que contextualiza el espacio, la historia y el tono general del relato.

En cuanto a la estética general, se apostó por una paleta naturalista, suave y

ligeramente desaturada, que refuerza el tono íntimo y reflexivo del relato. El objetivo visual fue transmitir cercanía y esperanza a través del tratamiento del color, la luz y los encuadres.

Se incorporaron elementos gráficos como lower thirds para la identificación de entrevistados y títulos con información sobre las locaciones, procurando una integración visual coherente con el diseño general del proyecto.

Producción

Cargos:

Andrea Rodríguez: Productora general, montajista, colorista.

Susan Pulido: Directora general, montajista, diseñadora sonora.

Michael Briceño: Asistente de dirección, script.

María Sanabria: Directora de fotografía.

Enrique Casteblanco: Director de arte.

Jonathan Herrera: Sonidista, making of.

Esteban Alarcón: Gaffer

Santiago Ramírez: Coordinador de postproducción, motion graphics.

Cronograma

Cronograma															
Producción: Andrea Rodríguez - Dirección: Susan Pulido															
2024	Marzo			Abril			Mayo			Junio					
Semana	17-23	24-30	31-06	07-13	14-20	21-27	28-04	05-11	12-18	19-25	26-01	02-08	09-15	16-22	23-29
Preproducción															
Desarrollo de la idea															
Investigación															
Scouting y reunión															
Guiónes															
Storyboard															
Propuestas de cada área															
Producción - (ver detalles en Plan de Rodaje)															
Rodaje 24 abril															
Fecha fija 12 abril															
Making Of															
Postproducción															
Vídeo															
Making Of															
Montaje															
Sonorización															
Música															
Edición Digital															
Colorización															
Revisión y correcciones finales															
Entrega															
Entrega final															

PLAN DE RODAJE						
Producción: Andrea Rodríguez - Dirección: Susan Pulido						
Ángeles Peludos						
Fecha: 26/abril/2025						
Hora	Escena	Locación	Personajes	Página	Duración	
7:40			Desayuno		20 min	
8:00			Revisión		10	
8:30	1	Exterior - Sendero desatado	Fundadora	1	20 min	
8:50	2	Exterior - Montaña	Fundadoras	1	10 min	
9:00	4	Exterior - Montaña	Fundadoras y perritos	2	10 min	
9:10			Caminata y tomas espontáneas		2 hrs	
11:10			Break		20 min	
11:30			Narración completa de la fundadora		1 hr +	
13:00			Almuerzo		1 hr	
2:10	3	Exterior - Fundación	Fundadoras y perritos	2	20 min	
3:00	5	Exterior - Fundación	Fundadora, dueño de mascota y perrito	2	30 min	
3:30	7	Exterior - Fundación	Fundadoras y perritos	3	20	
4:00	6	Exterior - Calle	Dueño de mascota y perrito	2	30 min	
5:00			CIERRE			

Presupuesto

1 DESARROLLO		VALOR
1.1	GUIÓN	
1.1.1	Fotocopias guiones	
2 PREPRODUCCIÓN		
2.1	LOGISTICA - SCOUTING	
2.1.1	Transporte personas y carga terrestre (combustible)	\$120,000.00
2.1.2	Alimentación	\$80,000.00
2.1.3	Otros gastos	
3 PRODUCCIÓN		
3.1	EQUIPOS DE RODAJE, ACCESORIOS Y MATERIALES (OPCIONAL)	
3.1.1	Alquiler cámara y accesorios	
3.1.2	Alquiler ópticas y accesorios	
3.1.3	Alquiler kit de luces	
3.1.4	Alquiler micrófonos	
3.2	LOGISTICA - EQUIPO DE PRODUCCIÓN	
3.2.1	Transporte personas y carga terrestre (combustibles)	\$160,000.00
3.2.2	Alimentación	\$500,000.00
3.2.3	Otros gastos	
3.3	MATERIALES DE ARTE, ESCENOGRAFÍA, UTILERÍA, MAQUILLAJE, VESTUARIO	
3.3.1	Compras y alquileres de escenografía y utilería	\$120,000.00
3.4	LOCACIONES	
3.4.1	Reparación y daños en locaciones	
4 POSTPRODUCCIÓN		
4.1	Edición	
4.1.1	Transporte de dirección a lugar de edición	\$10,000.00
4.1.2	Música	
4 POSTPRODUCCIÓN		
4.1	Edición	
4.1.1	Transporte de dirección a lugar de edición	\$10,000.00
4.1.2	Música	
5 PROMOCIÓN Y POSTPRODUCCIÓN		
5.1	PREMIER	
5.1.1	Gastos de logística	\$30,000.00
5.1.2	Impresión libro de producción y otros	\$80,000.00
5.1.3	Merchandising	\$100,000.00
5.1.	Otros	\$20,000.00
6 TOTAL		
6.1	TOTAL	\$1,200,000.00
CATÁLISIS		
1	Susan Pulido	\$200,000.00
2	Andrea Rodríguez	\$200,000.00
3	Michael Briceño	\$20,000.00
4	Enrique Casteblanco	\$200,000.00
5	María Sanabria	\$200,000.00
6	Jonathan Herrera	\$150,000.00
7	Esteban Alarcón	\$150,000.00
8	Santiago Ramírez	\$200,000.00
9	TOTAL	\$1,320,000.00
ÁGELES PELUDOS		
1	Scouting Ángeles Peludos	\$ 16,000
2	Fotografías Ángeles Peludos	\$ 28,000
3	Combustible - Camilo, Enrique	\$ 50,000
4	Transporte carro	\$ 69,200
5	Transporte flota	\$ 64,000
6	Alimentación refri y desechables	\$ 77,000
7	Alimentación (tarjetas)	\$ 80,000
9	Otros	\$ 30,000
10	Postproducción	
TESTIMONIO ADOPCIÓN		
1	Transporte	\$ 32,300

Postproducción

Montaje

Se estructuró en tres bloques narrativos:

Inicio: Introducción visual que contextualiza el entorno y plantea, de forma implícita, la problemática del abandono animal.

Desarrollo: Imágenes de actividades cotidianas y escenas emotivas con los perros, alternadas con las intervenciones de las fundadoras y su colaborador, construyen el cuerpo de los relatos.

Cierre: Testimonio real acompañado de un mensaje final reflexivo, que funciona como cierre emocional y como llamado sutil a la empatía y a la adopción responsable.

Corrección de color: Se realizaron ajustes generales por escena para corregir desequilibrios de exposición y balance de blancos, especialmente en entrevistas exteriores con condiciones de luz variables. Predominaron tonos fríos y neutros (azules, verdes, cafés y grises) en las tomas abiertas del entorno rural, reforzando el tono introspectivo, naturalista y emocional del documental.

Archivo crudo perfil log



Ajuste básico general



Corrección final



Mezcla Final de Sonido

La mezcla sonora fue diseñada para lograr una experiencia inmersiva y coherente, respetando el tono reflexivo del documental.

Niveles de audio:

Voces (testimonios): Entre -6 dB y -10 dB

Música de fondo: Nivelada a -20 dB en presencia de voz, subiendo a -10 dB en secuencias visuales sin diálogo.

Sonido ambiente: (Pasos, ladridos, pájaros, naturaleza): Aportan realismo y textura auditiva al entorno

Música: Se utilizó una base instrumental emocional, sin letra, que acompaña los momentos clave sin saturar la escena.

Sincronización: Las pausas musicales fueron alineadas con los cambios narrativos para reforzar la carga emocional de cada momento.

Elementos gráficos y textuales

Títulos de introducción: Se utilizaron tipografías limpias y discretas (color blanco con sombreado gris), ubicadas sobre paisajes o locaciones, con el fin de contextualizar visualmente la ubicación de las escenas e identificar el nombre del documental.



Subtítulos: Se subtuló el documental con el objetivo de ampliar su accesibilidad y alcance comunicativo. Los subtítulos permiten que personas con discapacidad auditiva, así como para espectadores donde el audio no está disponible, puedan seguir el relato sin perder contenido narrativo esencial.



Nombres de entrevistados: Los nombres de los entrevistados se presentaron con un diseño sutil y animado, ubicados en el tercio inferior izquierdo de la pantalla. Se utilizaron dos colores (blanco y amarillo) para diferenciar el nombre y el rol, manteniéndose dentro de la paleta cromática institucional de la Fundación y asegurando el contraste adecuado con el entorno visual.



Cierre: Créditos con fragmentos de video, logotipos y textos animados.



Exportación y Adaptaciones

Master finalizado y exportado desde Adobe Premiere Pro con los siguientes parámetros técnicos:

Resolución: 1920x1080 (Full HD)

Códec: H.264

Bitrate: CBR 15 Mbps

Audio: AAC, 48 kHz, 320 kbps estéreo

Formato final: .mp4

Adaptaciones para plataformas

Versión completa (horizontal): Para proyecciones, presentaciones institucionales y YouTube.

Versión subtitulada: Diseñada para facilitar la accesibilidad en entornos donde el audio puede estar silenciado (como redes sociales).

Versión sin subtítulos: Destinada a contextos cerrados con reproducción directa de audio.

Teaser horizontal (30 segundos): Montaje ágil con enfoque emocional, diseñado para captar atención rápidamente en plataformas digitales.

Teaser versión en formato vertical adaptada.

Stills y making of





9. ANIMACIÓN



Estructuración

Para la animación se tuvo la idea de convertir el logo de la fundación y el de Catálisis en personajes animados, para generar un espacio en el que pudieran interactuar y explicar cómo Catálisis podría llegar a impactar un negocio, en este caso el de la fundación. Buscando una forma entretenida y divertida de entender la interacción entre ambos.

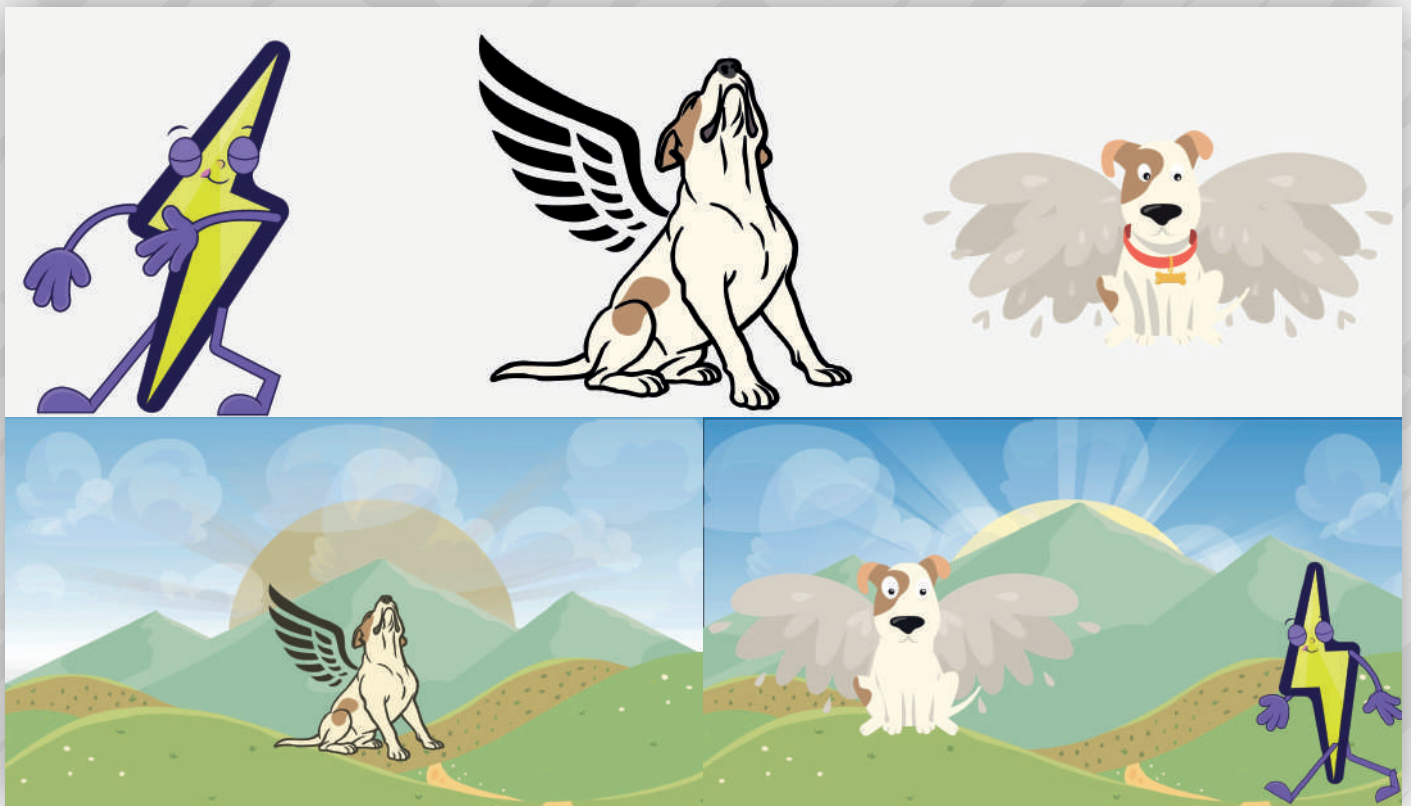
Para comenzar se partió del logo de la Fundación que es un perro con alas y por parte de Catálisis un rayo. Luego se le dio vida a una historia por medio de un Storyboard, la historia cuenta que estaba un perro sin vida en medio de las montañas (Hanko) cuando de pronto algo ocurrió, cambió el clima, hubo una explosión, pues se generó una catálisis. El rayo (Key) llega caminando y le indica a Hanko que puede volar, Hanko hace todos sus esfuerzos por volar y casi pierde la estabilidad pero a la final sigue volando.

Es una metáfora de la misión de Catálisis que busca potencializar las MIPYMES, dándoles vida en el mundo digital.

Para esto optamos por una animación en 2D, realizada en Adobe Animate. Lo primero fue establecer la animática para adaptar cuidadosamente el timing de cada posición. Posteriormente se procedió al diseño de los personajes y del fondo, en este caso el fondo se buscaba estuviera contextualizado con el logo de la fundación que se encuentra entre montañas.

Para continuar con la animación, se hizo uso de varias técnicas, cuadro por cuadro, interpolación de movimiento y loops para el caso de la caminata de Key y el vuelo de Hanko. Luego se ajustó el timing nuevamente para algunas posiciones y se procedió a la musicalización y últimos detalles en Premiere.

Personaje y creación





PLAN DE 10. MARKETING



Análisis diagnóstico

Catálisis es un colectivo interdisciplinario en proceso de lanzamiento, que ofrece soluciones integrales, audiovisuales y multimedia. Trabaja de forma colaborativa con talentos especializados en diferentes áreas del entorno digital y visual. Se dirige especialmente a mipymes que desean consolidar su identidad y crecer digitalmente con una presencia profesional, creativa y coherente.

Análisis foda

Fortalezas:

- Colectivo interdisciplinario con profesionales en áreas clave.
- Propuesta de valor clara.
- Proyectos con alto nivel estético y narrativo.

Debilidades:

- Marca en etapa inicial, con bajo reconocimiento en redes sociales.
- Limitada experiencia comercial y de ventas.
- Recursos y tiempo reducidos.

Oportunidades:

- Crecimiento de la demanda digital en mipymes post pandemia.
- Posibilidad de diferenciarse por creatividad y cercanía.
- Alianzas con marcas emergentes, fundaciones y colectivos.

Amenazas:

- Alta competencia de agencias establecidas y con trayectoria.
- Dificultad para destacarse en redes sin inversión en pauta.
- Riesgo de que los clientes subestimen el valor del trabajo creativo.

Propuesta de valor

- Branding.
- Diseño gráfico.
- Producción audiovisual.
- Fotografía.
- Desarrollo web.
- Animación.
- Realidad aumentada.
- Asesoría de redes sociales.
- Equipo interdisciplinario.

Buyer persona

Perfil demográfico:

- Mujeres y hombres entre 22 y 50 años.
- Emprendedores, directivos o encargados de marketing.
- Ubicados principalmente en Colombia (inicialmente Bogotá).

Perfil psicográfico:

- Buscan proyectar profesionalismo en su marca.
- Valoran el contenido de calidad y el acompañamiento estratégico.
- Necesidad clara de digitalizar o fortalecer su presencia online.

- Falta de visibilidad digital.
- Incoherencia gráfica en sus comunicaciones.
- Dificultades para generar contenido atractivo.

Objetivos generales

- Posicionar a Catálisis como un colectivo creativo y confiable para mipymes que buscan destacar en entornos digitales.
- Desarrollar un ecosistema digital activo, página web + redes sociales con contenido de valor.
- Crear una red de aliados, colaboradores y clientes satisfechos que recomienden los servicios.
- Innovar con la implementación de la realidad aumentada en contenidos propios y productos y servicios para los clientes.

Objetivos comerciales

Corto plazo:

- Conseguir 2 o 3 clientes en los primeros 3 meses mediante networking y redes sociales.
- Aumentar el alcance en Instagram a 500 seguidores reales con publicaciones estratégicas en los primeros 3 meses.
- Establecer 3 paquetes de servicios claros y escalables.

Mediano plazo:

- Alcanzar al menos 5 proyectos ejecutados en el segundo semestre del 2025.
- Activar campañas digitales con pauta publicitaria para llegar a nuevas audiencias.
- Ampliar el portafolio con al menos un cliente por sector cultura, comercio, agro, servicios.

Objetivos para la comunidad

- Alcanzar al menos 2.000 seguidores en Instagram y TikTok en el primer año.
- Generar un 10% de tasa de interacción en redes sociales.
- Crear una comunidad de creativos incentivando el User Generated Content.

Objetivos para leads y base de datos

- Generar 10 leads en los primeros 6 meses a través de la web y de redes sociales.
- Diseñar una página web optimizada para captación de correos y suscriptores.

Redes sociales

Instagram

- Contenido visual (reels, carruseles), portafolio, storytelling.

Tik Tok

- Clips detrás de cámaras, trends adaptados, hooks visuales.

LikedIn

- Casos de éxito, posicionamiento profesional, networking y visibilidad B2B.

Youtube

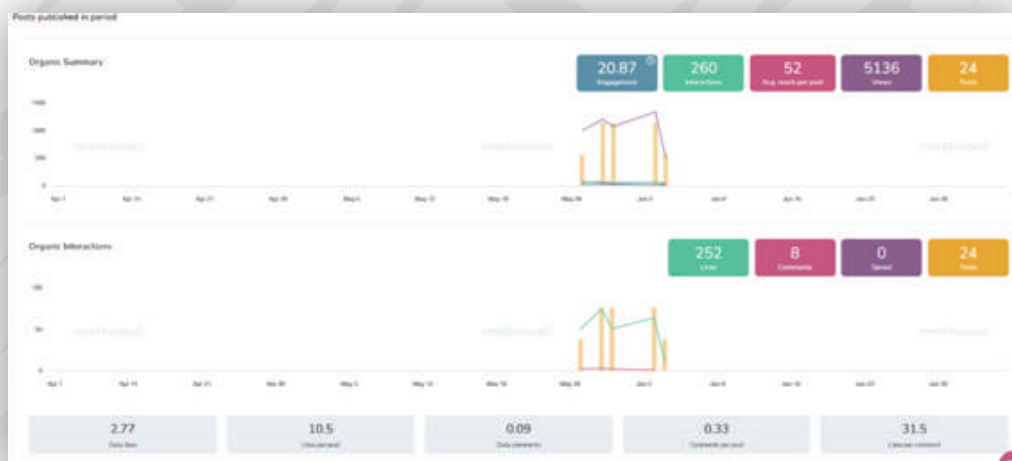
- Videos completos de proyectos, documentales, reels adaptados a Shorts.

SEO (Search engine optimization)

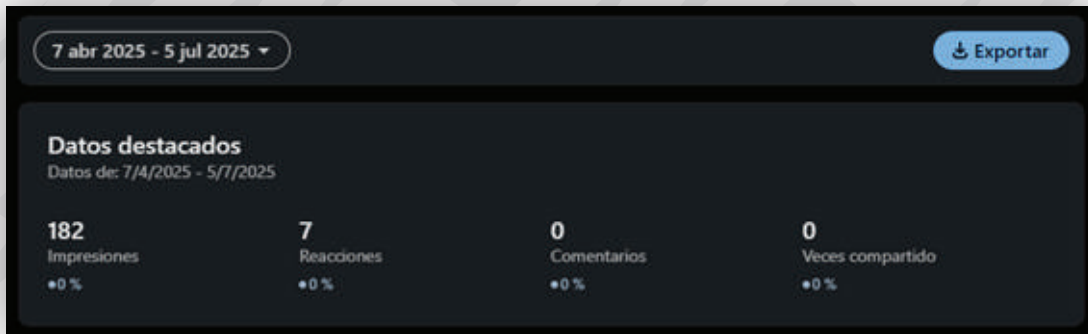
- Aumentar la visibilidad orgánica de Catálisis en motores de búsqueda, posicionando términos clave relacionados con los servicios.
- Optimización de sitio web con palabras clave.
- Redacción de textos claros, concisos y con estructura SEO, títulos H1-H2-H3, descripciones, meta y etiquetas ALT en imágenes.
- Publicación de contenidos en blog o sección de noticias (cuando esté activa), con artículos educativos o casos de éxito.
- Registro y gestión activa en Google My Business con ubicación y servicios claros.
- Implementar el link building, creando enlaces desde redes, directorios empresariales y colaboraciones.

Aumentar el tráfico calificado al sitio web y captar leads mediante campañas de pago (Google Ads).

- Campañas de búsqueda orientadas a servicios.
- Campañas de display para remarketing (visitantes del sitio web).
- Presupuesto inicial \$120.000 COP/mes para pruebas A/B con distintos textos, palabras clave y segmentación.
- Optimización de campañas con base en los CTR (Click Through Rate) y conversiones en formularios.



LikedIn Contenido



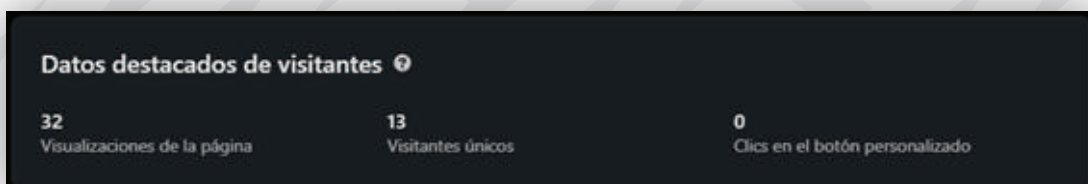
Interacción con el contenido

Intervalo de tiempo: 23 jun 2025 - 7 jul 2025 Mostrar: 10

Título de la publicación	Tipo de publicación	Público	Impresiones	Visualizaciones	Clics
¿Qué pasa cuando se une una mente creativa con otra igual de inquieta? ¿Y luego otra... y unas cuantas... Anunciado por Andrea Rodríguez - Phoenix 24/6/2025 Promociona esta publicación para obtener 390.000 impresiones más Promocionar	Imagen	Todos los seguidores	187	-	30



Visitantes



Seguidores

Datos destacados de seguidores ⓘ

14

Total de seguidores

12

Nuevos seguidores de los últimos 90 días

• 0%



AGRADECIMIENTOS 11. Y DEDICATORIAS



Agradecimientos y dedicatorias

Dedicamos este proyecto a quienes hicieron posible que esta idea se convirtiera en una realidad.

A Alexandra Osorio y Daniela León, representantes de la Fundación Ángeles Peludos, por abrirnos las puertas de su historia, su espacio y su causa. A Salomón García, por su valioso apoyo en campo.

A los protagonistas de esta historia: Abril, Alvin, Becky, Canelo, Crispeta, Cronos, Dally, Draco, Elie, Flaca, Hades, Juana, Luka, Luna, Maktub, Mona, Muñeca, Nacho, Nala, Noche, Pixel, Sócrates, Tenshi, Teodoro, Toby, Tomás, Toño y Yaico. A Zeus y sus papás y a Luisa Díaz, junto a sus peludos Milo y Toby, quienes nos recordaron el valor del cuidado, la lealtad y la dignidad de toda forma de vida.

A nuestros instructores: Camilo Moreno, Juan Francisco López, Liliana Zabala, Luz Dary Collazos y Diana Herrera, por acompañarnos con su tiempo y disposición en momentos clave de la producción.

A cada uno de nosotros, Susan Pulido, Andrea Rodríguez, María Sanabria, Michael Briceño, Enrique Castebianco, Jonathan Herrera, Santiago Ramírez y Esteban Alarcón. A nuestras familias y amistades; y a todos los que han creído en este proceso y en las segundas oportunidades. Este proyecto no solo representa el cierre de una etapa académica, también es el inicio de nuestro camino como colectivo creativo.

**Con el corazón lleno de gratitud,
Catálisis Colectivo
2025**

Hoy honro mi evolución, en la que encontré un reflejo que, sin proponérselo, me mostró todo lo que ya era capaz de ser; que me invitó a observarme y me recordó conocimientos y habilidades adormecidos. Con disciplina, y frente a la exigencia, aprecié en todo momento la enseñanza desde la admiración y el respeto.

Hoy le doy sentido al ruido que me removió y me permitió escuchar a los cercanos. A lo largo de este proceso, recordé que las pausas y los ritmos dispares también enriquecen. Gracias a todos los vínculos presentes por el reto y la compañía...

Andrea Rodríguez

Agradezco cada paso, cada error y cada lección en este camino de aprendizaje. A quienes me guiaron y creyeron en mí, gracias de corazón. Este proceso me transformó y me impulsó a crecer. Me despido con gratitud y con la certeza de que esto solo es el comienzo. Hasta siempre, y que el aprendizaje nunca se detenga.

Jonathan Herrera

Quiero agradecer a mis compañeros por su apoyo constante y por compartir este camino conmigo. A mi familia, por su paciencia, comprensión y amor en cada etapa del proceso. A los docentes, por sus enseñanzas y por exigir siempre lo mejor de mí. A cada persona que aportó una palabra de aliento cuando más la necesité. Y a mí mismo, por no rendirme y seguir adelante a pesar de todo.

Santiago Ramírez

Principalmente a Dios y a mi familia, quiénes desde la distancia me apoyaron, sintiendo cada pequeño logro como suyo y ayudándome a levantar cuando no quería continuar. A mis amigos siempre tan pacientes cuando el proyecto ocupaba todo mi tiempo y no podía dedicárselo a ellos.

Al instructor Camilo, siempre dispuesto a compartir su conocimiento y hacer acompañamiento al proyecto incluso en horas fuera de formación e ir más allá de lo que dicta el deber, con sus consejos y recomendaciones nos ayudó a pulir cada detalle.

Al instructor Francisco mi admiración total, no he conocido en todos mis años de estudio, que no han sido pocos, una persona tan dedicada y entregada con su labor, resiliente ante las faltas de los aprendices, siempre insistiendo en que entreguemos lo mejor de nosotros mismos.

A la instructora Liliana quien me sirvió de inspiración en el arte de aprender a contar una buena historia, motivando nos a leer y a escribir con su exótica personalidad.

A la instructora Luz Dary por encaminarnos en el mundo del emprendimiento y ayudarnos a valorar nuestro trabajo.

Finalmente, a Andre, Mike, Enrique, Santi, Estebitan, Jonathan y María, miembros de Catálisis que trabajaron fielmente por este hermoso proyecto con sus altos y bajos siempre estuvieron dispuestos a trabajar y fueron quienes hicieron esto posible, gracias por todas sus enseñanzas y experiencias compartidas.

Susan Pulido

Hoy quiero agradecer a Dios por permitirme llegar aquí que junto con mi abuela María desde el cielo me guiaron para tomar las mejores decisiones, a mí querida madre Diana Rodríguez por siempre estar para mí cuándo la necesitará, a mis hermanos Isa y Tomás porque son el pilar de mi vida y son mi inspiración para ser cada día mejor y a mí padre Camilo Sanabria por siempre darme los mejores consejos cuando los necesitaba. También agradezco a todas las personas que encontré en el camino de este proceso que me permitieron compartir miles de experiencias a su lado.

María Sanabria

Quiero agradecer a la vida por llevarme hasta aquí, por darme la oportunidad de estar en un lugar donde conocí personas increíbles, de quienes aprendí muchísimo y con quienes compartí el sueño que alguna vez solo imaginé. Agradezco profundamente a quienes, con su pasión por el arte, la innovación y la creatividad, siguen enseñando y compartiendo el conocimiento de lo que aman con tanta entrega. Gracias a mí, por no rendirme, por demostrarme que soy capaz, por alcanzar resultados que me llenaron el alma. Y gracias, sobre todo, a mi madre, que ha creído en mí incluso en los momentos en que ni yo mismo lo hacía.

Enrique Casteblanco

Primeramente agradezco a Dios por darme la fuerza necesaria para sacar adelante algo que en un principio solo era un pensamiento, a mis hermanos por estar siempre pendiente de mi proceso académico y apoyandome en toda ocasión, a mi hermana Ingrid por estar siempre presente en todo momento, dandome sus palabras de fuerza y aliento en los momentos en los que mas lo necesitaba.

Agradezco a los instructores por compartir de sus conocimientos conmigo, por brindarme esos espacios de aprendizaje que aunque los momentos no eran los mejores ellos siempre estuvieron de nuestro lado apoyandonos incondicionalmente. Por estar siempre presentes en este proyecto que nacio con un fin academico y termino siendo una experiencia de vida que deja muchas enseñanzas; por sus consejos y correcciones que aunque eran un poco duras siempre fueron con la mejor intención, agradezco a los instructores, Camilo, Francisco, Luz Dary, Liliana y Maria por brindarnos lo mejor de sus profesiones y sus experiencias de vida para lograr en conjunto con un mismo objetivo; a ellos muchas gracias.

Por último pero no menos importante agradezco a mis compañeros de ficha y de proyecto porque con cada de uno de ellos aprendi muchas cosas nuevas que hoy día me hacen la persona que soy, agradezco por darsen la oportunidad de conocerme y permitirme desarrollar y perfeccionar mis habilidades como profesional y mis valores como persona.

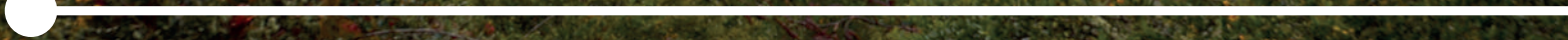
Michael Briceño

Primero que todo, agradezco a Dios por permitirnos llegar hasta este punto con buena salud y acompañados de las personas que amamos. Gracias a todas las personas que hicieron posible alcanzar este resultado tan significativo; a mi familia y amigos, quienes fueron fundamentales para culminar este proceso; una palabra de aliento o simplemente el hecho de estar presentes marcó una gran diferencia. A los instructores, muchas gracias por su paciencia, dedicación y por todo el conocimiento que nos transmitieron a lo largo de esta etapa de formación.

Esteban Alarcón



12. ANEXOS



Anexos

- Anteproyecto
- Brief Catálisis
- Brief Ángeles Peludos
- Modelo de Negocios Canva - Catálisis
- Costos Catálisis

CATÁLISIS

• COLECTIVO