



## **UNIVERSIDAD CASA GRANDE**

### **TÍTULO DEL PROYECTO FINAL**

Sistematización de Experiencia de la Creación de Nuevas Herramientas y Fortalecimiento de las Existentes en el Ambiente Digital del Proyecto Güeyitas, para Educar a Niños y sus Adultos Inmediatos sobre Convivencia Responsable con Animales de Compañía en Guayaquil - Ecuador

2020

#### **Equipo interdisciplinario:**

Doménica Alexandra Anchundia Ching

Camila Dennise Mendoza Romero

Evelyn Geanella Moncada Paz

Kenia Nicole Balón Zerna

Juan Diego Cortez Gómez

#### **Guías del Proyecto**

Mg. Anyelina Veloz

Lic. Gabriela Landivar

**GUAYAQUIL, ECUADOR**

Diciembre de 2020



PROYECTOS  
DE APLICACIÓN  
PROFESIONAL



Universidad  
Casa Grande

## **FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA**

### **SUBTÍTULO**

Evaluación de la actualización visual de la marca para la VII edición del Proyecto de Aplicación Profesional “Güeyitas online”, en Guayaquil – Ecuador durante el 2020

### **Para optar al grado de:**

Licenciatura en diseño gráfico y comunicación visual

### **Elaborado por:**

Doménica Alexandra Anchundia Ching

### ***Guías del Proyecto***

MGTR. Anyelina Veloz Herrera

LCDA. Gabriela Landívar García

**GUAYAQUIL, ECUADOR**

Diciembre 2020



#### CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, DOMENICA ALEXANDRA ANCHUNDIA CHING, autor del trabajo de titulación “Evaluación de la actualización visual de la marca para la VII edición del Proyecto de Aplicación Profesional “Güeyitas online”, en Guayaquil – Ecuador durante el 2020”, certifico que el trabajo de titulación es una creación de mi autoría, por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas. Con lo cual, exoneró a la Universidad Casa Grande de reclamos o acciones legales.

*Domenica Anchundia*

**DOMÉNICA ALEXANDRA ANCHUNDIA CHING**  
**C.C 0704426477**



#### CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

DOMENICA ALEXANDRA ANCHUNDIA CHING en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “Evaluación de la actualización visual de la marca para la VII edición del Proyecto de Aplicación Profesional “Güeyitas online”, en Guayaquil – Ecuador durante el 2020”, de la modalidad Proyecto de Aplicación Profesional, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.

*Doménica Anchundia*

**DOMÉNICA ALEXANDRA ANCHUNDIA CHING**  
C.C 0704426477



PROYECTOS  
DE APLICACIÓN  
PROFESIONAL



Universidad  
Casa Grande

#### CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, EVELYN GEANELLA MONCADA PAZ, autor del trabajo de titulación "Evaluación del proceso de levantamiento de información para la VII edición del Proyecto de Aplicación Profesional "Güeyitas online", en Guayaquil-Ecuador durante el 2020", certifico que el trabajo de titulación es una creación de mi autoría, por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas. Con lo cual, exonero a la Universidad Casa Grande de reclamos o acciones legales.

---

EVELYN GEANELLA MONCADA PAZ  
C.C 0704426477



#### CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

EVELYN GEANELLA MONCADA PAZ en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “Evaluación del proceso de levantamiento de información para la VII edición del Proyecto de Aplicación Profesional “Güeyitas online”, en Guayaquil–Ecuador durante el 2020”, de la modalidad Proyecto de Aplicación Profesional, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior. Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.

A handwritten signature in blue ink that reads 'Geanella Marcada'.

---

EVELYN GEANELLA MONCADA PAZ  
C.C 0704426477



#### CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, CAMILA DENNISE MENDOZA ROMERO, autor del trabajo de titulación “Evaluación del proceso de la estrategia utilizada en el uso de gráficas para el manejo de redes sociales en la VII edición del Proyecto de Aplicación Profesional “Güeyitas online”, certifico que el trabajo de titulación es una creación de mi autoría, por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas. Con lo cual, exonero a la Universidad Casa Grande de reclamos o acciones legales.

*Camila Mendoza Romero*

**CAMILA DENNISE MENDOZA ROMERO**  
**C.C. 0926945023**



#### CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

CAMILA DENNISE MENDOZA ROMERO en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “Evaluación del proceso de la estrategia utilizada en el uso de gráficas para el manejo de redes sociales en la VII edición del Proyecto de Aplicación Profesional “Güeyitas online”, en Guayaquil–Ecuador durante el 2020”, de la modalidad Proyecto de Aplicación Profesional, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.

*Camila Mendoza Romero*

**CAMILA DENNISE MENDOZA ROMERO**  
**C.C. 0926945023**





#### CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, KENIA NICOLE BALON ZERNA, autor del trabajo de titulación “Evaluación de la producción y actualización de herramientas digitales y de la página web para la VII Edición del Proyecto de Aplicación Profesional “Güeyitas Online”, en Guayaquil-Ecuador durante el 2020.”, certifico que el trabajo de titulación es una creación de mi autoría, por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas. Con lo cual, exoneró a la Universidad Casa Grande de reclamos o acciones legales.

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'K. Balon Zerna', written over a horizontal line.

**KENIA NICOLE BALON ZERNA**  
**0931892822**



#### CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

KENIA NICOLE BALON ZERNA en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “Evaluación de la producción y actualización de herramientas digitales y de la página web para la VII Edición del Proyecto de Aplicación Profesional “Güeyitas Online”, en Guayaquil-Ecuador durante el 2020.”, de la modalidad Proyecto de Aplicación Profesional, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'K. Balon Zerna', written over a horizontal line.

**KENIA NICOLE BALON ZERNA**  
**0931892822**



#### CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, JUAN DIEGO CORTEZ GÓMEZ, autor del trabajo de titulación “Evaluación del proceso de la pre y la post edición sobre todas las herramientas audiovisuales para la VII edición del Proyecto de Aplicación Profesional “Güeyitas online”, en Guayaquil-Ecuador durante el 2020.”, certifico que el trabajo de titulación es una creación de mi autoría, por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas. Con lo cual, exoneró a la Universidad Casa Grande de reclamos o acciones legales.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'J. D. Cortez'.

---

**JUAN DIEGO CORTEZ GÓMEZ**  
**0952970242**



#### CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

JUAN DIEGO CORTEZ GÓMEZ en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “Evaluación del proceso de la pre y la post edición sobre todas las herramientas audiovisuales para la VII edición del Proyecto de Aplicación Profesional “Güeyitas online”, en Guayaquil-Ecuador durante el 2020.”, de la modalidad Proyecto de Aplicación Profesional, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.

  
\_\_\_\_\_  
**JUAN DIEGO CORTEZ GÓMEZ**  
0952970242

## Resumen

Güeyitas es un Proyecto de Aplicación Profesional enfocado en educar a niños y niñas sobre la convivencia responsable con animales de compañía a través de la gamificación. Durante el 2020, su séptima edición se desarrolló de manera online debido al estado de pandemia mundial. A pesar de esto, Güeyitas desarrolló nuevas herramientas que puso en práctica con la comunidad, y a esto se sumó la potenciación de herramientas ya existentes, a través de diferentes plataformas online donde se podrán usar de forma gratuita cada vez que sea necesario. Además de esto, se buscó formar alianzas con profesionales y organizaciones, para de esta manera continuar trabajando por el objetivo que tienen en común. Este documento, recoge la experiencia de sus ejecutores y el proceso que se desarrolló, para poder llevar a cabo el proyecto y otorgarle a la comunidad utilizando diferentes mecanismos durante el año 2020.

**Palabras Clave:** Animales de compañía, convivencia responsable, relación humano-animal, convivencia interespecie, herramientas digitales, plataformas, redes sociales, aliados, organizaciones, profesionales, educadoras.

### **Abstract**

Güeyitas is a Professional Application Project focused on teaching children about the responsible coexistence with pet animals through gamification. Throughout 2020, its seventh edition was developed in online platforms, due to the pandemic emergency status. Despite this, Güeyitas developed new interactive tools that could put in practice with the community and leverage the existing ones through different online platforms where they can use them for free whenever is necessary. Furthermore, this edition looked to form alliances with professionals and organizations, in order to continue working for one common objective. This document collects its executor's experiences, the process that each one develops in order to carry out this project and give it to the community using different mechanisms during 2020.

**Key words:** Companion animals, responsible coexistence, human-animal relationship, interspecies coexistence, digital tools, platforms, social networks, allies, organizations, professionals, educators.

## Consideraciones Éticas

Para el desarrollo de la presente investigación se tomaron en cuenta ciertas consideraciones éticas. En primer lugar, para el desarrollo de este trabajo de investigación ningún derecho de los participantes fue vulnerado, ya que todos se encontraron de acuerdo en poder dar sus opiniones de forma abierta y libre.

En el caso del grupo focal, antes de realizarlo se le informó a las personas cuál era el objetivo de investigación y para que se utilizarían los resultados. Además de esto se les informó que la sesión sería grabada, a lo cual no mostraron tener ningún inconveniente.

Para poder realizar las encuestas, se les indicaba a las personas si esta sería de forma anónima o no y se informaba que en caso de no encontrarse de acuerdo o seguro en responder alguna de las preguntas planteadas en la encuesta, podía dejar de realizarla sin ningún inconveniente. También los participantes tenían el derecho de emitir comentarios libremente y de forma abierta acorde a sus percepciones.

Toda la información obtenida como resultados provino de profesionales y de la comunidad que fue parte del proyecto desde diferentes perspectivas.

## Índice

<b>Antecedentes y contexto de la experiencia</b>	<b>18</b>
<b>Hipótesis de mejora</b>	<b>27</b>
<b>Reconstrucción Histórica de la Experiencia</b>	<b>30</b>
Construcción del Modelo Metodológico	30
La Investigación en Acción	31
Primeras Aproximaciones a Resultados de la Investigación en Acción	34
Entrevistas	35
Conceptos Aplicados en Güeyitas VII	37
Acercamiento a la Jefatura de Bienestar Animal - Municipalidad de Guayaquil	38
Creación del Bloque de Aliados a Güeyitas	39
Firma de Compromiso entre Aliados y Güeyitas VII	42
Nuevos Contenidos Educativos y Digitales en las Plataformas Virtuales de Güeyitas	44
Identidad y Personajes	44
Manejo de Redes y Creación de Contenidos Multimedia	45
Monitoreo de Redes Sociales: Estrategia	47
Instagram	48
Concursos de Güeyitas VII	52
Generación de Vínculos entre Güeyitas y su Público	53
Influencers: Estrategia en la Red Social Instagram	54
Auspicios en Medio de una Pandemia Global	55
Piloto de un Nuevo Grupo Objetivo: Niños de 1 a 3 Años	56
Difusión del Proyecto	58
Herramienta Principal del Proyecto: <a href="http://www.gueyitas.com">www.gueyitas.com</a>	59
Juego Digital Güeyitas	64



	17
Promoción de Güeyitas en Otras Redes Sociales	66
Güeyitas y los Gatos de la UCG	67
Trabajo Interdisciplinario con el PAP “La Vereda”	68
Invitando a la Comunidad a Donar	69
<b>Análisis e Interpretación Crítica de la Experiencia</b>	<b>70</b>
Evaluación Individual de Componentes o Actividades	70
Evaluación del Proceso de Levantamiento de Información para la VII Edición del Proyecto de Aplicación Profesional “Güeyitas online”, en Guayaquil – Ecuador durante el 2020	70
Evaluación de la Actualización Visual de la Marca para la VII Edición del Proyecto de Aplicación Profesional “Güeyitas online”, en Guayaquil – Ecuador durante el 2020	78
Evaluación del Proceso de la Estrategia Utilizada en el Uso de Gráficas para el Manejo de Redes Sociales en la VII Edición del Proyecto de Aplicación Profesional “Güeyitas online”, en Guayaquil – Ecuador durante el 2020	82
Evaluación del Proceso de la Pre y Post Edición sobre Todas las Herramientas Audiovisuales para la VII edición del Proyecto de Aplicación Profesional “Güeyitas online”, en Guayaquil-Ecuador durante el 2020	88
Evaluación de la Producción y Actualización de Herramientas Digitales y de la Página Web para la VII Edición del Proyecto de Aplicación Profesional “Güeyitas Online”, en Guayaquil- Ecuador durante el 2020	92
<b>Conclusiones y Recomendaciones</b>	<b>98</b>
<b>Referencias Bibliográficas</b>	<b>102</b>
<b>Anexos</b>	<b>108</b>

## **Antecedentes y Contexto de la Experiencia**

Guayaquil es la segunda ciudad más poblada del Ecuador. En ella viven aproximadamente dos millones de personas que a diario conviven con la fauna urbana (perros y gatos) de la ciudad. Según una investigación de la Universidad Agraria del Ecuador, en Guayaquil hay un perro callejero por cada 94 habitantes. Es decir, que solo en la ciudad de Quito y Guayaquil se registran al menos 130.680 perros abandonados (El Telégrafo, 2019).

Lorena Berliolo, Directora de la Organización Protección Animal Ecuador, expresa que un perro de la calle casi siempre es de alguien, sugiriendo que la problemática es cultural, pues en el Ecuador se ha normalizado ver perros y gatos deambulando solos por las calles. Plan V (2019), señala que el abandono de animales de compañía desemboca en otras consecuencias, como la insalubridad, ataques por mordeduras, atropellos, abusos y genera amenaza para otras especies. Casos como los mencionados, pasan desapercibidos por los guayaquileños demostrando que el maltrato animal se vincula en la mayor parte de la población únicamente con la idea de violencia física; pero no se relaciona con situaciones como ignorar a los animales, no jugar con ellos ni sacarlos a pasear, lo cual también es maltrato.

De acuerdo con una investigación de la Oficina de Estudios Relacionados entre Animales y Humanos (ERAH), 1 de cada 4 personas en Guayaquil maltratan animales sin saber que lo están haciendo (Velásquez, V., 2019).

En el caso de los gatos sin hogar ocurre una situación similar. Existen varias colonias felinas en diversos sectores de Guayaquil, las cuales en ocasiones afortunadas cuentan con la atención de voluntarios y de activistas animalistas que los alimentan. El número de estos animales de compañía en situación de calle va en aumento debido a que diariamente son

abandonados entre 5 y 10 gatos en sacos, fundas plásticas o cartones (Velásquez Molina, V. I., 2019).

Estefania Pareja, coordinadora de medios de Rescate Animal, expresa que es difícil cuantificar todas las colonias de gatos, existen cientos en la ciudad, por ejemplo, solo en el Barrio Centenario hay 10 (Expreso, 2020). Fundaciones como Amigos con Cola, Alma Animal, Rescate Animal, Trato Ético con los Animales, sumado a voluntarios animalistas independientes, generan estrategias comunicacionales en redes sociales con el objetivo de conseguir hogar responsable y ayuda veterinaria para felinos y canes que viven en situación de calle. Estas personas reconocen que para solucionar la problemática hay que trabajar en conjunto con las autoridades, de la mano de políticas públicas eficientes, leyes justas y una continua educación a la comunidad.

La Fundación Rescate Animal Ecuador lleva adelante un programa de Capturar, Esterilizar y Soltar, conocido por sus siglas como CES, implementado en diferentes urbanizaciones de Guayaquil, Samborondón y Daule exitosamente. Esta Fundación trabaja en conjunto con moradores de las ciudadelas para esterilizar decenas de gatos sin hogar; explican que el método se incluye en un proceso de seguimiento para asegurar el bienestar del gato y de su colonia. La aplicación de CES es la respuesta ética frente a la amenaza del envenenamiento de felinos, la cual para los moradores apáticos, es la solución frente a la problemática, a pesar de ser una opción más cara y poco eficaz. Se demuestra en varios estudios que este método ha sido gestionado en Estados Unidos y en países europeos obteniendo diversos beneficios como: sanitarios, animal, económicos, de mejora en la convivencia y se reduce al máximo el impacto de los felinos sobre la fauna silvestre (Rescate Animal, 2020).

A nivel país, Ecuador tiene vigente el Código Orgánico del Ambiente (2017), el cual asigna en su artículo 149 la competencia a los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales o Metropolitanos para “prevenir y controlar la sobrepoblación de animales”. Se recomienda actividades para lograrlo, como: campañas de esterilización y programas de educación a la población. En el Art. 150 se expresa “Del rescate de animales de compañía abandonados. Los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales o Metropolitanos contarán con mecanismos temporales para rescatar animales de compañía abandonados o maltratados tales como centros de acogida temporal”. Es decir, los GADs deben ofrecer los cuidados necesarios para la respectiva recuperación, reinserción o adopción del animal de compañía. Invita a trabajar en conjunto con la sociedad civil, fundaciones u organizaciones que estén vinculadas a la causa (Código Orgánico del Ambiente, 2017).

Además, en septiembre del 2019 se aprobó en el Código Integral Penal la tipificación del maltrato animal y la zoofilia como delitos. La Asamblea Nacional del Ecuador, aprobó la sanción con pena privativa de libertad de seis meses a un año frente al maltrato animal y uno a tres años de prisión si se provoca la muerte del animal. De igual manera, la zoofilia será sancionada entre seis a tres años de prisión. Este cambio en las leyes genera un cambio frente a la idea de que las penas del COIP 2014, no lograban disuadir los actos de crueldad animal.

América Freire, rescatista y fundadora de Patitas Callejeras, expresa que anteriormente el problema era la no existencia de un ente que asuma la investigación necesaria de los hechos; con la nueva reforma la Fiscalía receptorá las denuncias e investigará los casos (El Comercio, 2019); lo que genera nuevas esperanzas para quienes trabajan en favor del bienestar animal.

En Guayaquil, la entidad llamada responder en favor del bienestar animal es la Jefatura de Bienestar Animal (desde 2017), que nace como respuesta de la Ordenanza Municipal vigente, la cual debe coordinar acciones que velen por el cuidado de los animales de compañía, ofrecer unidades médicas para el tratamiento de mascotas, apoyar el rescate, rehabilitación y la reinserción de animales abandonados (Jefatura de Bienestar Animal, 2019). En una entrevista realizada a Shirley Moreno, señaló que la M.I. Municipalidad de Guayaquil cuenta en sus plataformas digitales con el proceso a seguir para realizar la denuncia por maltrato animal, así mismo, información detallada para recibir ayuda y un formulario si se desea adoptar a un animal de compañía.

En este contexto, Shirley Moreno, jefa del departamento de Bienestar Animal, señala que en enero 2020 se realizó una feria de adopción en el parque lineal de la Kennedy Norte, en donde comentó que 16 animales entre perros y gatos encontraron un hogar (El Telégrafo, 2020).

Otra entidad que vela por el cuidado de la fauna urbana en Guayaquil, es la Unidad de Rescate Animal creada por el Cuerpo de Bomberos de Guayaquil el 12 de agosto del presente año. Según sus estadísticas cada mes acogen 20 emergencias de este tipo aproximadamente, y han atendido más de 100 rescates de animales en emergencia en lo que va del 2020. El propósito del mismo es trabajar en conjunto con la Jefatura de Bienestar Animal del Municipio de Guayaquil, veterinarias y fundaciones para auxiliar a animales en peligro (El Universo, 2020).

A pesar que en Ecuador se reconozcan a los animales de compañía como sujetos de derecho, el maltrato animal está normalizado entre los ciudadanos. La ignorancia, falta de interés y creencias urbanas que han venido desinformando de generación en generación son algunas de las razones por las cuales esta problemática sigue presente. Entre este grupo de creencias mal

informadas, la idea que los animales de compañía no sienten ni tienen emociones, puestos a servir al humano, es muy común y se debe al antropocentrismo inherente en cada persona, considerando moralmente inferior a los animales y a sí mismo como gestor de la vida de otras especies (Faria, C., y Paez, E.,2014).

Para evitar seguir reproduciendo las percepciones antropocéntricas mencionadas y desligar al animal del término *propiedad*, varias organizaciones y autores que estudian el campo de la relación humano animal prefieren el término *custodio*, al referirse a la persona quien tiene debajo de su responsabilidad un animal de compañía, ya que esta palabra demuestra un ambiente más familiar (Miller, 2011). *Animal de compañía* y *custodios* son términos que según Herzog (2012), son ilusiones lingüísticas que pretenden no poseer a los animales con los que convivimos.

Luego de aclarar estas terminaciones, es esencial tener en cuenta que una convivencia responsable entre humano - animal es beneficiosa para ambos actores. Según Gómez et. al (2007), la custodia de un animal de compañía tiene diversos beneficios psicológicos, fisiológicos, terapéuticos y psicosociales. Además, se reconoce su compañía como un factor protector de enfermedades, reductor de estrés y sensación de soledad de sus tenedores. Además, los custodios de perros y gatos presentan mayor realización de ejercicio y consideración de la naturaleza (Videla y Olarte, 2016).

Por ello, un animal de compañía genera muchas ganancias en la vida de un niño, según un estudio de la Universidad Técnica de Ambato la presencia de un animal de compañía desarrolla sentido de responsabilidad (Torres, 2015). Además, dicha convivencia fomenta la socialización, autoestima, creatividad, sobre todo empatía hacia los seres vivos. (Schenke y

Klein, 2012) reduce el sedentarismo, mejora su destreza motora y su sistema inmunológico (Niño, M., s.f).

Con el fin de impulsar esas características positivas que produce un animal de compañía en la vida de los niños y niñas, este proyecto está avalado por la Universidad Casa Grande bajo la premisa de que los niños y niñas son parte esencial para construir sociedades responsables y respetuosas. Este pensamiento se manifiesta en sus Proyectos de Aplicación Profesional (PAP), los cuales están enfocados en cinco ejes, siendo la niñez y educación uno de ellos. En esa categoría se encuentra Güeyitas, proyecto que promueve la convivencia responsable con animales de compañía a través de la educación gamificada dirigida a niños/ niñas y sus adultos inmediatos (niñeras, padres, madres, u otros familiares que se encarguen de cuidar a los menores). Güeyitas ve a los infantes como agentes de cambio, contempla que educar a un niño ahora es evitar sancionar a un adulto mañana; es formar una sociedad empática y que garantice en su totalidad el bienestar animal.

En este contexto se debe mencionar que la tecnología se ha vuelto prioridad en la vida de muchos ecuatorianos desde febrero del 2020, cuando se registró el primer caso de COVID-19 en Ecuador, evento que obligó a todos por temas de seguridad, a mantenerse en confinamiento a causa de la pandemia mundial.

Como alternativa para continuar con la vida y rutina diaria, individuos e instituciones públicas y privadas adoptaron el teletrabajo, realizar labores por vías tecnológicas desde el hogar a través plataformas digitales. Por cuatro meses consecutivos el Ecuador se encontró en estado de emergencia, debido a la crisis sanitaria que vivía el país; gran crisis económica por la paralización del comercio; desinformación a través de noticias falsas acerca de nuevo

coronavirus; y el destape de varios casos de corrupción pública y política creando un sentido muy fuerte de incertidumbre lo cual tiene como consecuencia inestabilidad social (Clacso, 2020).

Guayaquil fue el epicentro de la pandemia al inicio de la emergencia sanitaria, la ciudad con más casos positivos de COVID-19 en el Ecuador. Dicho contexto complicó la situación de todos y aún más las problemáticas antes mencionadas. Se registraron perros y gatos abandonados debido a que sus custodios se enfermaron y/o murieron (El Universo, 2020).

Por otro lado, pero también en referencia a la pandemia y el confinamiento obligatorio, existió falta de información sobre el virus y desinformación respecto a los animales de compañía como portadores del mismo. Varias fundaciones y activistas comenzaron una campaña para desmentir la noticia falsa usando el hashtag #NoMeBotesNoContagio. Eliana Molineros, veterinaria de Mansión Mascota, afirma haber recibido varias llamadas de guayaquileños que buscaban deshacerse de sus animales de compañía; de la misma forma, María Cristina Cely, también veterinaria, recomienda que perros y gatos hagan cuarentena junto a sus custodios para evitar que se conviertan en transportadores del virus (El Universo, 2020).

Los animales callejeros también se vieron afectados por esta situación, ya que al no haber gente en las calles no podrían conseguir comida. Por ello, la Fundación Rescate Animal luego de hacer un llamado a la ciudadanía y lograr conseguir tres toneladas de balanceado, alimentó a grupos de perros y felinos callejeros. Además de ello, también ayudaron ofreciendo alimento a pequeñas fundaciones con albergues en Guayaquil, Daule, Chongón, Samborondón y Engabao que ya no podían solventar la alimentación de sus animales debido a la pandemia. En total fueron beneficiados 935 animales (382 perros y 553 gatos). A pesar de que la distribución fue un éxito, Estefanía Pareja, coordinadora de medios de Rescate Animal, expresa su preocupación ya que



también les tocó hacerse cargo de perros y gatos que fueron abandonados producto por la crisis sanitaria (Expreso, 2020).

La séptima edición del proyecto Güeyitas, parte de un análisis del entorno para poder identificar un problema específico y actuar para solucionarlo. Al examinar el contexto, se detectó en este 2020, que el problema es la ausencia de un espacio digital conformado por varios actores especializados en el tema de convivencia responsable con animales de compañía, y que a su vez sea entretenido, informativo y veraz, lo que permitiría que la ciudadanía lo reconozca y acepte.

El análisis de esta problemática ayuda a detectar que la poca cooperación entre las organizaciones/fundaciones; falta de interés de las personas para informarse de fuentes veraces; y la desconfianza que existe en las mismas redes sociales para encontrar páginas con información real, son las causas de la misma. Además, la ausencia de este espacio digital provoca que: los ciudadanos de Guayaquil consuman información errada; permite que individuos que no saben nada del tema desinformen; los tutores no reconozcan sus responsabilidades como custodios; y la deficiente motivación en los niños para desarrollar y entender las responsabilidades como custodio de un animal de compañía. Incentivando al efecto macro que es la existencia de maltrato físico y psicológico por parte de los ciudadanos de Guayaquil hacia los animales de compañía.

En este contexto, esta séptima edición de Güeyitas busca continuar educando de manera lúdica a través de sus plataformas digitales (redes sociales y página web), convirtiéndose en un canal oficial y veraz que ayude a adultos y niños a superar de alguna manera el encierro usando el mejor método anti-estrés y anti-ansiedad como lo es la compañía de las mascotas. Güeyitas

pretende aprovechar el sistema teledigital en donde las personas están usando con mayor fuerza las redes sociales y comparten más tiempo con su familia, para brindarles a sus beneficiarios actividades lúdicas en donde niños y niñas puedan interactuar con sus adultos inmediatos y animales.

Por lo expuesto, se fortalece una comunicación digital veraz de datos interesantes, gracias a la participación de diversas Organizaciones/Fundaciones y especialistas que proporcionan contenido interesante que educa sobre la convivencia responsable con otras especies, en donde se ve involucrada la familia (adultos y menores), quienes en conjunto realizan actividades lúdicas que Güeyitas provee a través de sus plataformas virtuales.

En esta séptima edición se motivará a adoptar, brindando información sobre todos los beneficios que obtenemos los seres humanos, cuando convivimos responsablemente con un animal de compañía. Se aspira sembrar esa semilla de que no solo los humanos cambian la vida del animal sino también que rodearte de tu mascota, de su amor y tratarlo como un ser vivo que merece respeto y amor, trae un sin número de ganancias emocionales y físicas, para el adulto, el niño y para la convivencia familiar.

## **Hipótesis de Mejora**

Habiendo investigado y contextualizado la problemática del maltrato animal en Guayaquil, así como las causas y efectos de la misma, se estableció que la finalidad de este proyecto es contribuir a la disminución de maltrato sea intencional o no intencional por parte de los custodios de Guayaquil, hacia los animales de compañía.

Por lo tanto, el propósito de esta causa es educar sobre la convivencia responsable con los animales de compañía a través de difusión digital, suficiente, práctica, veraz, reconocida y aceptada por los guayaquileños, donde convergen distintos actores especializados y otros participantes del tema, como organizaciones y activistas.

Para poder cumplir con lo señalado, la séptima edición de Güeyitas, propone la creación de una alianza entre distintas organizaciones y especialistas que velan por el bienestar animal y se alinean con los objetivos del proyecto. Se los suma como socios estratégicos para educar en conjunto a la ciudadanía e implementar entre ellos y Güeyitas una estrategia de difusión y socialización de insumos comunicacionales sobre la convivencia responsable con animales de compañía, resaltando siempre la individualidad e identidad de su marca.

Para lograr dicho acuerdo se detallaron actividades a seguir, cómo: identificar organizaciones y especialistas que trabajen a favor de los animales de compañía y que se encuentren activos en Guayaquil; socializar con los mismos; integrarlos y comprometerlos a difundir información de manera organizada sobre la causa. El cumplimiento de estas acciones se evaluará a través de un acuerdo colaborativo entre al menos cinco organizaciones y diez especialistas para trabajar en conjunto con Güeyitas en temas de convivencia responsable humano-animal; dicho acuerdo cuenta con beneficios para todos los integrantes, uno de ellos es

que al trabajar en conjunto su marca/logo tendrá lugar en la plataforma web oficial de este proyecto social, reconociéndose como un aliado estratégico para Güeyitas.

Al ser esta séptima edición online, se busca crear contenido nuevo educativo y reforzar el ya existente con el objetivo de visibilizar y potencializar las plataformas digitales de Güeyitas. Dentro de las actividades necesarias para cumplir con este componente, se encuentra como factor clave la alianza entre las organizaciones y especialistas el cual permitirá que exista más información para crear material necesario. Además, se debe estructurar, categorizar y sintetizar dicha información para luego proceder al diseño y diagramación de las publicaciones. Para el respectivo seguimiento se toma como indicador el número de contenidos educativos producidos y difundidos en los medios digitales de Güeyitas, se plantea como meta tres publicaciones semanales en cada medio.

Por último, luego de realizar las actividades necesarias para potencializar la marca Güeyitas se espera que los custodios reconozcan a este proyecto social como una fuente oficial en donde consuman información digital suficiente, veraz y efectiva sobre la convivencia responsable con sus animales de compañía en los canales digitales del mismo y que esto se evidencie a través de las interacciones entre el grupo objetivo y este proyecto social, evidenciando a través de su interacción con la marca Güeyitas.

La ruta de actividades a seguir, comienza dándole espacio a especialistas en nuestras plataformas digitales para que personas identifiquen fuentes veraces; ofrecer información básica curiosa sobre el cuidado y bienestar de los animales de compañía y crear contenido interactivo, juegos para realizar en familia y motivarlos a realizar ejercicios a favor de la convivencia responsable con sus animales de compañía.

El avance de este objetivo se medirá con el indicador de alcance y con métricas de redes sociales, además para poder obtener un resultado formal sobre esta página esperamos someter a una pequeña encuesta a todos nuestros seguidores al iniciar y otro al finalizar la actividad para poder contrastar sobre sus conocimientos y tener una respuesta sobre la eficacia del proyecto. Al impulsar su visibilización y crear estos contenidos educativos, informativos y lúdicos en distintas redes sociales y en la página web; se está aportando herramientas para que las personas (tutores, padres, adultos inmediatos, niños, adolescentes) se informen de manera inconsciente mientras revisan su feed en Facebook o Instagram; así mismo, logren reconocer qué es maltrato animal; necesidades y responsabilidades que implica tener un animal de compañía. Se demuestra que Güeyitas inclusivo e interespecie en donde las familias (tradicionales y no tradicionales) obtienen grandes beneficios al convivir responsablemente con su animal de compañía.

## **Reconstrucción Histórica de la Experiencia**

### **Construcción del Modelo Metodológico**

La investigación partió desde el mes de mayo de 2020, en donde los integrantes del equipo Güeyitas séptima edición se reunieron por primera vez de manera digital, para realizar una lluvia de ideas sobre el posible enfoque del proyecto.

Durante la reunión, se mencionó varias problemáticas y posibles soluciones sobre la causa animal en el ambiente local, partiendo desde la experiencia individual de vida de cada integrante. La pandemia mundial por el COVID-19 era un factor muy importante con el cual se tendría que lidiar desde el comienzo del proyecto hasta su fin. Por ese motivo, se decidió que era el momento preciso para acaparar la virtualidad, ya que Güeyitas contaba con varias plataformas digitales (Instagram, Facebook, Youtube, Página web); herramientas creadas en ediciones anteriores del proyecto y que a su vez fueron usadas como canales informativos sobre sus actividades.

La realización del árbol de problemas fue una herramienta muy oportuna para poder identificar causas y efectos del problema central debido a que es un procedimiento en donde los participantes despliegan ideas que permiten identificar la problemática y ordenar la información recolectada (Martínez y Fernández, 2008). Luego de un análisis completo, de lo general a lo específico, se llegó al problema central del proyecto, el cual fue la ausencia de un espacio digital informativo y veraz sobre la convivencia responsable con los animales de compañía, reconocido y aceptado por los guayaquileños, donde convergen distintos actores especializados y participantes del tema. Además, se identificaron tres causas principales. 1. No existe suficiente reconocimiento ni visibilización social de las distintas organizaciones y especialistas en el tema,

por lo tanto, no se reconoce a sus aliados en el campo. 2. Custodios no están acostumbrados a buscar información en fuentes oficiales o información científica, más bien acuden a individuos que ellos consideran referentes en el tema. 3. Existe mayor oferta de contenidos de entretenimiento que educativos sobre la convivencia animal. La investigación a partir de este punto se realizó en base a identificar las posibles soluciones de las mismas.

Una vez identificado el problema central y sus causas, se tuvo claro el objetivo principal de la séptima edición, potencializar las plataformas digitales, pero aún faltaban varias preguntas por responder con respecto a nuestro grupo objetivo, como: ¿De qué edad los niños y niñas usan plataformas digitales? ¿Cuántas personas pueden acceder a esta educación virtual? ¿Qué aplicación es más usada por el grupo objetivo? ¿Qué entienden por maltrato? ¿Qué rol cumplen los animales de compañía en su hogar?

Todas estas preguntas dirigen la investigación al objetivo general de investigación, que es Identificar formatos digitales de comunicación con mayor aceptación para educar conjuntamente a tutores, padres, jóvenes y niños sobre la convivencia responsable con animales de compañía durante el aislamiento social.

### **La Investigación en Acción**

Por consiguiente, se investigó de manera más concreta sobre cómo llegar al grupo objetivo y se puso a discusión si seguía siendo el mismo seleccionado por las ediciones anteriores (niños/niñas de 5 a 12 años). Consecuencia de ese cuestionamiento y otros se delimitaron los siguientes objetivos específicos: 1. Determinar la edad de nuevos públicos potenciales de acuerdo a su accesibilidad y consumo de internet. 2. Identificar plataformas/ formatos/ características y contenidos digitales más consumidos durante el confinamiento social

y crisis por el COVID-19. 3. Explorar las percepciones de profesionales y expertos en la temática acerca de la relación y convivencia humano-animal. 4. Delimitar si el rol que cumple el animal de compañía dentro del núcleo familiar se ha modificado durante la cuarentena durante el 2020.

Para la presente investigación se usó un enfoque mixto. Hernández, Fernández y Batista (2010), expresa que este tipo de sentido permite aprovechar las fortalezas del método cualitativo y cuantitativo, fundamentados en la búsqueda de soluciones precisas para poner en marcha la investigación. Además, fue escogido como el proceso más adecuado ya que se pretendía obtener claridad y diversidad en la presente investigación.

Se utilizó a: Las familias con acceso a internet; especialistas en plataformas digitales; psicólogos, veterinarios y especialistas en Bienestar Animal; custodios de animales de compañía y organizaciones que velan por los animales de compañía; y finalmente, pedagogos, educadores, programadores neurolingüísticos, como unidad de análisis debido a su pertinencia para responder las preguntas presentadas y temas a investigar.

La revisión bibliográfica fue la modalidad usada para obtener el conocimiento necesario sobre la causa animal. Primero se decidió revisar la bibliografía usada en ediciones anteriores. Luego encontrar nuevos autores que hablen sobre las temáticas planteadas anteriormente. Se pudo conocer a profundidad temas como: Leyes ecuatorianas y extranjeras de bienestar animal, comportamiento humano-animal, beneficios de la convivencia responsables con animales de compañía y conceptos que se mencionan más adelante.

La recopilación de información cuantitativa fue la herramienta que delimitó el universo de personas que tenían acceso a internet en la ciudad de Guayaquil a través de un estudio de Arcotel (Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones) en el 2017, en donde el



62% de los hogares guayaquileños cuenta con acceso a internet fijo, siendo un total de 1639832 personas con acceso a internet fijo. Es decir, la mayoría de nuestra población si contaba con los medios para recibir el mensaje de Güeyitas.

Se usó enfoque cualitativo debido a su eficacia para fines analíticos y reconociéndose como un mecanismo con mucho poder dentro de la investigación (McCrakent, 1991). Se realizaron grupos focales, los cuales gracias a su procedimiento ofrecen espacios para recolectar diversas opiniones y perspectivas de los participantes (Hamui-Sutton y Varela-Ruiz, 2013). La guía de preguntas y cuestionario son las herramientas usadas en esta investigación, en donde la muestra era de cinco profesionales en el tema a tratar, si tres de ellos concordaban en sus respuestas se tomaría a las mismas como resultados. Ya detallado todo, se procedió en la búsqueda de los actores esenciales para proceder en la investigación.

Para lograr identificar los actores principales del proyecto se decidió realizar un mapa de *Stakeholders*. Dentro del mismo, se encontraban: Comunidad, misma desde el inicio del proyecto, niños/niñas, docentes, adultos directos; Política y Gobierno, en donde se determinó a la Prefectura del Guayas, Municipio de Guayaquil y Policía Nacional como autoridades importantes para el presente proyecto; medios de comunicación; sector educativo; empresa privada, se contactó a las empresas que han trabajado con Güeyitas en ediciones anteriores; Universidad Casa Grande, en donde se encuentra los estudiantes, personal administrativo y docente ya sean custodios o no de animales de compañía; y por último, organizaciones sociales que trabajan por la causa animalista.

## **Primeras Aproximaciones a Resultados de la Investigación en Acción**

Los primeros resultados de la investigación buscaban explorar las percepciones de las unidades de análisis identificadas, *stakeholders*, sobre cómo es la convivencia entre familias y animales de compañía en la ciudad de Guayaquil. Para este procedimiento se contactó a las mismas, en donde se invitó a los sectores: educativo, comunidad con la que se trabaja, política y gobierno, medios de comunicación y ONGs.

Este fue el primer contacto que se estableció con organizaciones sociales y profesionales vinculadas a la causa animal, pero su respuesta fue nula. Al evento asistieron aproximadamente ocho personas; cuatro de la comunidad entre ellas: veterinarias, madres de familia y custodias de animales de compañía; dos en el sector educativo como: profesionales vinculadas a la educación; y en la comunidad UCG se contó con la participación de docentes custodios de animales de compañía.

El grupo focal duró aproximadamente 49 minutos en donde se trataron temas como: maltrato, responsabilidad de sus tenedores, educación hacia la ciudadanía, educación infantil, convivencia, beneficios, comunicación, leyes, campañas realizadas. Se obtuvo como resultado la confirmación de la existencia de maltrato animal en la ciudad de Guayaquil.

Las participantes consideraron la educación en casa clave para enseñar el respeto por los seres vivos. Estaban de acuerdo con la necesidad de realizar una campaña efectiva y permanente que informe de manera detallada sobre las responsabilidades como custodios, los diferentes tipos de maltrato y las necesidades de un animal de compañía, debido a que consideraban que se realizan estos actos por falta de educación. Se concluyó que los participantes son conscientes de varios problemas existentes en la relación humano-animal. Se consideró clave la intervención de

varios sectores del mapeo de stakeholders que permiten conocer de manera más detallada diferentes actos, opiniones, conceptos y necesidades de los mismos.

Por último, se pudo recomendar que en los siguientes grupos focales de las siguientes ediciones deben lograr que asistan más personas de la comunidad y organizaciones sociales para identificar en profundidad las causas y los efectos de la problemática. Este grupo focal ayudó a clarificar los objetivos específicos sobre explorar en las percepciones sobre la relación y convivencia humano-animal; y el de delimitar el cambio del rol que cumple el animal de compañía dentro del núcleo familiar durante la cuarentena del 2020.

### **Entrevistas**

A continuación, para despejar dudas existentes y lograr claridad en la investigación, se realizaron varias entrevistas. Una de ellas fue al Lic. Gino Mendieta, profesional experto en Relaciones Públicas y manejo de redes. Ayudó a resolver cuestionamientos y a confirmar, junto a la revisión bibliográfica realizada, que la plataforma digital prioritaria era Instagram debido a que el grupo objetivo, en su mayoría, se encontraban en la misma. Como ex casagrandino y su cercanía en antiguas ediciones de Güeyitas enriqueció los resultados al aconsejarnos sobre la práctica, enfoque del proyecto y potencialización de la marca el cual era nuestro principal objetivo en esta séptima edición.

Por otro lado, en el sector de los profesionales vinculados a la causa animal se entrevistó a Doménica González, Psicóloga Clínica con un *Máster* en intervención asistida con animales y ontología aplicada en comportamiento animal, especialista en adiestramiento y comportamiento canino, y representante de Sinergia Canina. Siendo una experta en cannes se pudo entender el vínculo humano-animal y problemáticas comunes vinculadas al tema.

Otra entrevista realizada fue Mónica Chonillo, vocera de Trato Ético de los Animales (TEA), su aportación fue enriquecedora para entender el contexto de las organizaciones guayaquileñas e historia de la lucha animalista local, ya que TEA es una de las primeras organizaciones creadas por y para el beneficio de los animales de compañía. En el campo de la educación, se tuvo entrevistas con varias docentes entre ellas Adriana Bravo quien además es programadora neurolingüística. Comentó que su especialidad le ayuda a fomentar lazos entre ella y sus alumnos y sobre la importancia de las actividades lúdicas para el aprendizaje. Por otro lado, fortaleció los conocimientos sobre niños/niñas y aclaró los beneficios de los animales de compañía en la vida de los infantes.

Luego de la investigación mencionada se pudo confirmar que el enfoque decidido era conveniente. El objetivo principal de la séptima edición del proyecto Güeyitas fue educar a niños/niñas y a sus adultos inmediatos de forma lúdica y creativa por medio de espacios digitales que ofrezca información suficiente y veraz, creando un soporte mutuo entre otros actores y el proyecto como resultado de la convivencia responsable, poniendo estos conocimientos en práctica mediante la gamificación. Junto a esto, se determinó los siguientes objetivos específicos: crear lazos entre especialistas y organizaciones donde estos se reconozcan como aliados a la causa; producir actividades para niños y custodios, a través de las diferentes plataformas *online*, que fomente el respeto y bienestar hacia los animales de compañía; y, posicionar a la marca Güeyitas en la mente de los consumidores como una marca donde pueden obtener contenido educativo e informativo veraz de fuentes confiables.

## Conceptos Aplicados en Güeyitas VII

Al empezar la marcha del proyecto, respondiendo a la revisión bibliográfica previa, se decidió usar un lenguaje que eduque e invite a la reflexión. La perspectiva se mantuvo en la palabra y concepto de *animales de compañía*, se evitó usar *mascotas* porque al usarla se menosprecia todos los beneficios que ellos brindan en una convivencia responsable con los humanos, esta edición quiso enaltecer y visibilizar dicha fortaleza. Según Savishinsky (1985), los animales de compañía están relacionados a un hogar, comparten intimidad y proximidad con sus cuidadores, es decir reciben cariños, cuidados y atención integral (como se cita en Domínguez, 2019).

Así mismo, la palabra *dueño/a* fue reforzada por *custodio/a*, la cual según Gómez, Atehortua y Orozco (2007), son las personas responsables de velar por el bienestar y la seguridad de los animales de compañía con el objetivo de darles una vida de calidad.

Otro concepto es *gamificación*, el cual ha sido base desde el año 2016 comienzo de este Proyecto de Aplicación Profesional. Teixes (2014), explica que es la aplicación de recursos de los juegos como dinámica en contextos no lúdicos para promover el aprendizaje y la capacidad de resolver problemas. Como es una edición virtual debido a la pandemia mundial, *plataforma digital* es otro concepto base el cual según Pavón (2005), aclara que son los espacios virtuales para el desarrollo de actividades a través de la red.

Establecer dichas bases permite partir en las actividades con una orientación clara y firme cumpliendo con los objetivos y componentes establecidos en el marco lógico, formato que guía todo el proyecto. Dentro del cual se reconoció la ineficiencia del Municipio de Guayaquil en la

causa animal, el cual según la Constitución de la República del Ecuador en su artículo 415 es la autoridad pública con la competencia de velar por el bienestar de la fauna urbana.

Art. 415.- El Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados adoptarán políticas integrales y participativas de ordenamiento territorial urbano y de uso del suelo, que permitan regular el crecimiento urbano, el manejo de la fauna urbana e incentiven el establecimiento de zonas verdes (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

### **Acercamiento a la Jefatura de Bienestar Animal - Municipalidad de Guayaquil**

Por ese motivo, se estableció contactar a la Jefatura del Bienestar Animal, departamento interno del Municipio de Guayaquil destinado a garantizar el bienestar en todos los animales de compañía de la ciudad. La idea central era establecer una reunión con dicho ente para comentarle la necesidad de eliminar burocracia y digitalizar el proceso de denuncias, así lograr reflejar números exactos de la realidad que se vive en la ciudad de Guayaquil referente al maltrato animal. Esto debido a que no existe información concreta ni académica sobre el contexto de la fauna urbana en Guayaquil.

En el transcurso de la gestión, hubo una cita inicial con la Dra. Shirley Moreno Córdova, Jefa del Departamento, a la cual asistieron las ejecutoras del proyecto Kenia Balón y Camila Mendoza, junto a la docente Asesora Gabriela Landívar. En dicha junta se comunicó la intención central antes mencionada, la servidora pública afirmó que todo lo sugerido ya existía. Es decir, reafirmó que las denuncias de maltrato animal se podían realizar digitalmente en la página web de la jefatura. Dato que se buscó en el sitio web de la entidad Municipal, pero desafortunadamente nunca se pudo encontrar.

Pero, se logró despertar un interés hacia Güeyitas, la Jefatura aceptó firmar un convenio de trabajo en conjunto. Finalizó la reunión con la promesa de mantener contacto para socializar el posible convenio antes de firmarlo. Se procedió a gestionarlo con el departamento legal de la Universidad Casa Grande, ya confirmado se lo envió por correo electrónico a las respectivas autoridades. En aproximadamente tres semanas no se obtuvo información negativa ni positiva sobre el convenio enviado. Por ese motivo se decidió agendar otra cita presencial con la Jefa del Departamento, asistieron cuatro de los cinco ejecutores del proyecto y de manera virtual la Directora de Güeyitas Anyelina Veloz, quien pudo hablar directamente con Dra. Shirley Moreno, quien comunicó que el convenio fue enviado al departamento legal del Municipio de Guayaquil para la respectiva revisión. Hasta la actualidad no se han obtenido noticias por parte de la Jefatura. Se espera respuesta de dichas autoridades con el objetivo de proponer que la intención del convenio continúe y se extienda a las siguientes ediciones de Güeyitas.

### **Creación del Bloque de Aliados a Güeyitas**

Con respecto a las actividades realizadas, en respuesta del primer componente sobre crear un bloque de aliados entre organizaciones y especialistas vinculadas a la causa animal e implementar en conjunto una estrategia de difusión y socialización de insumos comunicacionales sobre la convivencia responsable con animales de compañía. La ejecutora Evelyn Moncada se encargó del presente componente, realizó un sondeo previo basándose en requisitos como: organizaciones de la ciudad de Guayaquil, profesionales empático y aliados a la causa animal, presencia activa en redes sociales, sin página web y con enfoques en la educación sobre la convivencia responsable con los animales de compañía.

En el caso de los profesionales se tomó como requisitos: vinculación con la causa animal, que su contenido tenga un enfoque educativo e informativo y se trató de encontrar especialistas en otras áreas para no centrarse totalmente en médicos veterinarios. Como resultado se identificaron 15 organizaciones y 10 profesionales.

El primer acercamiento fue a través de Instagram en donde por medio de un mensaje directo se les comentaba de manera sintetizada de que se trata el proyecto, los interesados enviaron sus contactos de WhatsApp para obtener mayor explicación. Luego, se creó una carta en donde se los invita a ser parte de la séptima edición de Güeyitas y se detalla los beneficios que obtendrían al aceptar ser aliados o simplemente aportar con contenido educativo en nuestras redes sociales.

Al acoger la alianza lograrían relacionarse con otros actores, hacer networking, generar aliados estratégicos, nuevos seguidores, mayor exposición de su marca, nuevos colaboradores en la causa, hablar desde una plataforma con respaldo académico de la Universidad Casa Grande, mención en redes sociales de Güeyitas, presencia de marca en videos de Güeyitas y en su sitio web ([www.gueyitas.com](http://www.gueyitas.com)). El mensaje previo con la presentación de la ejecutora y explicación profunda de los objetivos del proyecto se enviaron a través de la plataforma digital WhatsApp, junto la carta de invitación en formato PDF y al vídeo de trayectoria de Güeyitas, realizado por Juan Diego Cortez creador de herramientas audiovisuales de esta séptima edición.

Las respuestas fueron inmediatas, de las 15 organizaciones contactadas 7 confirmaron su disposición en crear alianza. Entre ellas: Animales con Cola, representado por Javier Cevallos; Refugio Pana, representado por Katuska Delgado; Adopta Salva Vidas, representado por Nathaly Simbaña; Cats Club, representado por Isabel Leo Wigton; Villa Animal, representado



por Daisy Zambramo; Fundación Yo Amo Animales Ec, representado por Denise Caballero; y, Ciudad de Gatos, representado por Carolina Mondragon.

Al igual que las organizaciones, para el contacto con los 10 especialistas se usó la misma estrategia, de los cuales 5 aceptaron la invitación a ser un actor activo en la séptima edición de este proyecto. Entre ellos: Sinergia Animal, representado por Doménica Gonzáles; Canoterapia, representado por Fabiola Jiménez; Veterinaria Animal town, representado por Alonso Veloz; Veterinaria de Gatos, representado por Yadira Minchala; y, Veterinaria San Martin, representado por María José Cascante Lamota.

Considerando la pandemia mundial debido al COVID-19, la tele-presencialidad, nuevas adecuaciones en horarios y lugares, las personas representantes de organizaciones expresaron que estaban lidiando con la agenda individual de cada integrante así que no podrían comprometerse en su totalidad al proyecto por lo cual preferían no participar, por ese motivo no se obtuvo la participación de los 15 organismos contactados. En el caso de los profesionales, se pudo entender que ellos estaban tratando de trasladar sus servicios y enfocarse, de igual manera, a la virtualidad por lo tanto supieron manifestar que debido a su nueva adaptación no podrían comprometerse. Sin embargo, se creó una base de datos de las personas contactadas con sus respectivos contactos para que las siguientes ediciones puedan realizar la invitación nuevamente, en otro contexto mundial.

Confirmado el bloque de aliados, se realizó reuniones con la mayoría de los participantes respetando el tiempo de cada uno, con el objetivo de conocer a profundidad su trayectoria, objetivos y gestión. Luego de dominar sus fuertes y enfoques se procedió a generar contenido en conjunto para las redes de Güeyitas; a cada representante se les pidió un promedio de dos videos

de 2 a 4 minutos cada uno con un tema en específico de acuerdo a su rama, esto con el fin de publicarse principalmente en Instagram como IGTVs informativos, educativos y prácticos.

Enfatizando la necesidad de trabajar en conjunto, se realizó una carta de contactos de todos las organizaciones y profesionales aliados y se envió a todos ellos para motivar su comunicación y relación.

### **Firma de Compromiso entre Aliados y Güeyitas VII**

Para formalizar la alianza se realizó el evento de firma digital de compromiso, en donde fueron invitadas las 7 organizaciones y 5 especialistas. El día 28 de octubre del 2020 los participantes se comprometieron a continuar trabajando en conjunto con el Proyecto de Aplicación Profesional Güeyitas de la Universidad Casa Grande y con la ciudadanía en general, para continuar trabajando en conjunto y mancomunadamente por la convivencia responsable con los animales de compañía en el Ecuador. Dentro de sus posibilidades, contribuirán con Güeyitas en todo lo necesario para continuar fomentando el bienestar de perros y gatos, a través de la educación a niños/niñas y a sus adultos inmediatos, como se ha estado ejecutando junto a la séptima edición del proyecto.

En relación con el cumplimiento de dicho evento para empezar, se hizo la petición respectiva de la sala virtual en la plataforma Zoom con el Departamento de Servicios Generales de la UCG; se crearon y enviaron invitaciones para los participantes y autoridades de la Universidad Casa Grande junto al adecuado seguimiento. Se informó sobre los detalles del evento, en donde se presentaron instrucciones las cuales seguir para lograr el cumplimiento del acto simbólico.

A través de un correo electrónico se envió una carta personalizada a cada aliado en donde se especificaba a qué se comprometían y con quién. Los pasos a seguir eran: imprimirla, tenerla presente en el evento, esperar a que la maestra de ceremonia mencione las palabras de compromiso, firmar y levantar hacia la cámara como un acto simbólico dando por hecho el compromiso. De esta manera se realizó la firma digital de compromiso, los aliados enviaron sus documentos escaneados a los integrantes del equipo Güeyitas para unir sus firmas y crear una única acta de compromiso.

Este acontecimiento se desarrolló por la plataforma digital antes mencionada, en donde solo las organizaciones, especialistas, ejecutores de Güeyitas e invitados docentes y personal administrativo de la UCG pudo ingresar. No obstante, se transmitió en vivo por Youtube desde el canal Güeyitas Ucg.

Para la transmisión del evento en vivo por Youtube, se utilizó el programa *Open Broadcaster Software* (OBS), el cual permite la transmisión de video por internet. Durante la espera en dicha plataforma, de manera interactiva se creó una animación con el fin de darle la bienvenida a los espectadores e indicarles el tiempo de espera para comenzar. Se ejecutó de dicha manera como estrategia de visibilización debido a que se realizó tres días de difusión del evento invitando a las personas a sintonizarlo por el canal de Youtube a fin de que tenga un mayor alcance.

Cabe destacar a WhatsApp como la plataforma estrella en la comunicación entre aliados y Güeyitas séptima edición dado que la comunicación por ese medio fue fluida e inmediata. Luego del evento, a través de un mensaje por dicha plataforma se les agradeció su tiempo y apoyo en esta séptima edición. Además, cumpliendo con uno de los objetivos, a todos las

organizaciones y profesionales se les compartió los datos de todos los aliados con el fin de fortalecer su unión y apoyo entre ellos.

### **Nuevos Contenidos Educativos y Digitales en las Plataformas Virtuales de Güeyitas**

Por otro lado, Doménica Anchundía, ejecutora y encargada del desarrollo del proyecto en base al segundo componente de generar nuevos contenidos educativos digitales y reforzar los que ya existen en las plataformas digitales, determinó la necesidad de renovar la imagen del proyecto con el fin de lograr un acercamiento oportuno con el grupo objetivo.

En respuesta a esto, la primera acción fue crear un manual de marca apropiado para guiar a las futuras ediciones de Güeyitas a mantener una línea gráfica continua y constante con el fin de crear una identidad visual, la cual según Chajet, Shachtman (1998) y Van Riel (1995) hace referencia a la representación gráfica de la identidad corporativa, en forma de símbolos y señales como marcas, logotipos, decoración, etc. (como se citó en Pérez, 2010).

Por lo tanto, se proyectó modernidad, simpleza y limpieza visual, sin perder la esencia principal de Güeyitas. Se aplicó ligeros cambios, uno de ellos, la tipografía en el logo, con la intención de modernizarlo se cambió a una imprenta redondeada, simple y juvenil, como es *Rodger Bold*. Se mejoró la cromática, los colores usados en las ediciones anteriores eran intensos y discrepantes al ver a través de aparatos electrónicos. Por eso, se bajó las tonalidades de la cromática y se integró nuevos tonos a la gama.

### **Identidad y Personajes**

En conjunto con Camila Mendoza, ilustradora de la séptima edición, se actualiza la imagen de los personajes principales del proyecto, Max y Skippy. El uso de figuras geométricas

circulares fue clave para su nueva imagen a fin de demostrar una representación orgánica sin cambiar sus colores de vestimenta. Además, se crea toda una nueva familia Güeyitas con la finalidad de proporcionar a las futuras ediciones un banco de imágenes extenso y multiusos.

La nueva identidad gráfica creada permite el uso de extensas variaciones de manchas, en diferentes formas y tamaños. Siendo una estrategia visual polifacética que permitió crear diversas producciones. Para Aaker (1996, p. 221), una identidad y una posición de marca bien concebidas e implementadas aportan una serie de ventajas a la organización: a) orientan y perfeccionan la estrategia de marca; b) proporcionan opciones de expansión de la marca; c) mejoran la memorización de la marca; d) dan significado y concentración a la organización; e) generan una ventaja competitiva (como se cita en Serralvo y Furrier, 2005).

En el presente link encontrará el manual de marca creado:

[https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1Vi6z7LLiKnE3mCSlczjpvMn3\\_IpANphf](https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1Vi6z7LLiKnE3mCSlczjpvMn3_IpANphf).

### **Manejo de Redes y Creación de Contenidos Multimedia**

Luego de la renovación en la identidad visual de Güeyitas, se lo gestionó en todas las plataformas digitales para demostrar coherencia. Antes de comenzar a utilizar las redes sociales se realizó el cambio de las fotos de perfil utilizando el logo actualizado de la séptima edición. En Facebook y Youtube, se realizó el cambio del banner. Siendo Instagram la red principal en esta edición se realiza una estrategia en donde el contenido creado se publica principalmente en la misma, mientras se replica en las demás plataformas digitales.

Desde el mes de julio se comenzó a desarrollar el cronograma de post de las siguientes dos semanas, como parte de la táctica en donde se toma la decisión de publicar tres veces a la

semana. La apertura de la séptima edición de Güeyitas *online* fue con un cuento animado realizado por Juan Diego Cortez, encargado de la creación de herramientas audiovisuales, en dicho vídeo se coloca la problemática del COVID-19 como un enemigo invisible al cual Max y Skippy enfrentan, y gracias a las redes sociales pudieron continuar con su misión de educar a niños y niñas de diferentes partes del país sobre la convivencia responsable con los animales de compañía a través de consejos y videos.

En el cuento mencionado se presenta a la nueva integrante, Isa, niña de 5 años y vecina de Max, juntos se encargan de transmitir el mensaje de convivencia responsable humano - animal. Se crea al nuevo personaje con la finalidad de lograr más diversidad y representatividad. Para crear un vínculo más fuerte entre Isa y Luna (su gata) con la comunidad de Güeyitas se realiza un video animado contando la historia de cómo Luna llega a la vida de Isa, llamado “Ronronea Luna”.

Por otro lado, la creación del cuento animado implica un trabajo en conjunto entre la ilustradora, Camila Mendoza, Kenia Balón, quien fue la voz oficial de los cuentos realizados en la séptima edición, y Juan Diego Cortez. Se realizó un guión en donde se dividió por escenas la historia, se las ilustró, se grabó la voz en off del video. Para luego seleccionar los mejores audios y realizarles una limpieza dando como resultado la mezcla de audio utilizada como voz en off. Posteriormente, con las ilustraciones entregadas, se utiliza la voz en off como guía para poder animar a los personajes acorde a los tiempos del audio y por último se musicaliza, es decir, se añade una canción de fondo para acompañar con la animación.

## **Monitoreo de Redes Sociales: Estrategia**

Respondiendo al tercer componente de evidenciar y analizar a los seguidores de Güeyitas en las distintas plataformas digitales con su participación en las actividades en este Proyecto de Aplicación Profesional, se realizó de manera quincenal reportes de redes sociales con el objetivo de poder identificar el comportamiento de nuestros seguidores en las redes. Realizar esto cada dos semanas permitió conocer las horas de mayor actividad de los seguidores y de este modo organizar de mejor manera los horarios de posteos.

Con la interacción se buscaba conocer si el contenido compartido hasta el momento era de agrado para los seguidores, siendo este un paso importante, ya que si el contenido tenía una respuesta negativa sería necesario replantear la táctica. Tras haber obtenido las estadísticas de los primeros días, estas se continuaron realizando cada quince días hasta concluir con el proyecto, 14 de noviembre del 2020.

En el primer reporte de redes se notó que la cantidad de posteos que se estaban realizando eran muy pocos para poder lograr los mil seguidores más en Instagram, meta planteada al inicio del proyecto el cual se comenzó con 1200 simpatizantes. Esto provocó que se replanteará la estrategia de redes antes mencionada.

Se rediseñó el cronograma de publicaciones, pasó de 3 a 7 publicaciones a la semana. Debido a que según Keller (2003), la organización en categorías de productos que está en la memoria del cliente tiene un importante papel en su toma de decisión. La profundidad de la conciencia de la marca está relacionada con la probabilidad de que la marca sea recordada, mientras que su amplitud se refiere al recuerdo en diferentes situaciones de uso (como se citó en

Serralvo y Furrier, 2005). Por lo tanto se vio la necesidad de posicionar a Güeyitas en la mente de sus consumidores.

### **Instagram**

Además, se decidió usar todas las herramientas que ofrece la presente red social, como las historias destacadas las cuales se categorizaron en: Güeyitas; concursos; adopta, en donde se promueve a los aliados o en ciertos casos a suscriptores que han solicitado ayuda; el hashtag #yosoy; a jugar!, en donde se puede encontrar las actividades y juegos realizados; Expertos, en donde se compartió experiencias con los aliados; y por último la sección de Wallpapers, como parte de la estrategia, se envió a los aliados, conocidos, seguidores y amigos cercanos con el fin de crear alcance en las redes sociales. Fondevila-Gascón, Gutiérrez-Aragón, Copeiro, Villalba-Palacín, y Polo-López, M. (2020), expresan que las historias de Instagram atraen tráfico al perfil del creador con la posibilidad de incorporar contenido disponible durante las 24 horas.

Por ese motivo, respondiendo a la estrategia de posicionamiento en redes, se tomó como prioridad publicar diariamente historias. Se publicaron historias educativas sobre cuidados hacia los animales de compañía, por ejemplo: cómo cepillar a tu mascota, con qué frecuencia debe ser el baño de tu mascota, por qué es necesario esterilizar, etc. También, contenido informativo como, por ejemplo: cómo ayudar a la causa animal, cómo y dónde adoptar animales de compañía, etc.

Además, se crearon historias realizadas en alianza con organizaciones participantes de la séptima edición de Güeyitas con el fin de fomentar conciencia hacia los animales que se encuentran en situación de calle. Hay que recalcar que el objetivo principal de la alianza era el



apoyo y sustento mutuo, por lo tanto, compartir contenido, mencionar, visibilizar actividades y casos que necesitaban ayuda era parte del pacto, acción que se hizo diariamente.

Por último, contenido de entretenimiento, como fueron: datos curiosos de perros/gatos, concursos realizados, participantes que etiquetaron y usaron los hashtags del proyecto; y la creación de plantillas interactivas que invitan a las personas a participar usando su Instagram. Actividades como estas creó una gran interacción y acercamiento hacia nuevos integrantes de la comunidad de Güeyitas.

De la misma forma por medio de esta herramienta se compartió contenido de los aliados logrando visibilizar sus eventos, actividades, casos médicos y de adopción de perros/gatos. Se puede decir que este ha sido un fuerte instrumento del cual se ha tratado de sacar todo el provecho posible.

Por otro lado, en el tablero principal de Instagram de Güeyitas *online* se trabajó un *grid layouts* o diseño de cuadrícula, creando conexiones con manchas para que al momento de observar desde lejos se arme un todo con el fin de lograr armonía en cada una de las artes publicadas. Se planificó de forma detallada un cronograma con contenido coherente que se alineó con toda la estrategia de comunicación para lograr educar sobre convivencia responsable con los animales de compañía por medio de las plataformas digitales.

La administración de dicho cronograma fue dividida en tres integrantes del equipo, artes y contenidos a tratar fueron creados por Domenica Anchundia, y, Kenia Balón como encargada de subir la publicación junto a su respectiva descripción.

Dentro del cronograma el contenido se organizó de la siguiente forma. Videos cortos (animaciones) informativos sobre cuidados hacia los animales de compañía. Posteos variados, entre ellos: información sobre los aliados con el fin de visibilizar su trabajo, beneficios que los animales de compañía brindan en la convivencia responsable con humanos, conceptos sobre qué es adoptar, apadrinar o brindar hogar temporal a animales en situaciones de calle, *sabías que* en donde se mencionan datos relevantes de los animales de compañía, datos estadísticos de aliados que han realizado censos.

Otro contenido importante publicado en esta séptima edición fueron los IGTVs, videos de hasta 5 minutos. Se publicaron dos semanales en donde organizaciones y profesionales aliados se grabaron respondiendo a un tema propuesto. En el proceso de logística para los IGTVs se necesitó la participación de tres integrantes del equipo, en donde Evelyn Moncada realizaba la logística, comunicación directa con las organizaciones y profesionales aliados, designación de temas y seguimiento; Domenica Anchundia al ser la organizadora del cronograma se encargó de definir el día de publicación y el diseño en los vídeos; y Juan Diego Cortez, quien era la persona encargada de editar y crear los videos.

Las temáticas distribuidas por los participantes contribuyeron al tema general sobre la convivencia responsable con los animales de compañía, algunos temas fueron: Introdutorios, hablando sobre cada organización y su labor; cómo y por qué rescatar; Historias de rescate invitando a hacerlo y resaltando la idea que cualquier persona con un poco de deseo puede salvar la vida de un animal de compañía; beneficios de la convivencia entre niños y mascotas; qué juegos humano-animal se puede realizar en casa; por qué es importante jugar con nuestras

mascotas; por qué es necesario esterilizar; cuántas veces es necesario alimentar a su animal de compañía, entre otros.

Conjuntamente, se publicaron IGTVs en donde participaron custodios contactados por el equipo de esta edición para que cuenten su experiencia al rescatar a perros/gatos en situación de calle y convertirlos en sus animales de compañía dándoles una vida digna. Esto con el objetivo de fundamentar el mensaje que cualquiera puede ser un héroe como Max y Skippy e invitar a todas las personas a que salven y cambien la vida de los animales de compañía que se encuentran en la calle. Para producir estos IGTVs fue necesario en principio conocer cuáles son las medidas de la plataforma para realizar el contenido en el formato adecuado.

Luego de identificar el formato se procede a crear la animación de apertura y de conclusión del video, utilizando como base el diseño que incorpora la nueva línea gráfica. Para culminar la primera parte del proceso, se realiza la búsqueda de una canción que identifique a la sección, para lo cual se buscó una canción infantil con un tono dulce encontrando la canción “*Happy Childhood*”, la misma que era de uso libre y fue utilizada para musicalizar todos los IGTVs durante la séptima edición.

Con el contenido brindado por nuestras organizaciones y profesionales aliados, se procede a realizar la edición del material incorporando los elementos mencionados anteriormente para proceder con la publicación de los mismos.

Por otro lado, otro tipo de contenido publicado fueron historias personales de la comunidad de docentes y personal administrativo de la Universidad Casa Grande custodios de animales de compañía brindando el mensaje sobre que Güeyitas está avalado por una Institución consciente de la importancia del bienestar animal.

Es importante destacar que esta edición planea dejar algunos artes programados para que se publiquen constantemente en días específicos, festividades, hasta la entrada de la siguiente edición. Se realiza esto con el fin de que el proyecto tenga continuidad y que los seguidores ya recolectados no se alejen de la causa. Además, en el presente link podrá encontrar evidencia del trabajo realizado.

[https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1Vi6z7LLiKnE3mCSlczjpvN3\\_IpANphf](https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1Vi6z7LLiKnE3mCSlczjpvN3_IpANphf).

### **Concursos de Güeyitas VII**

De igual forma, publicaciones con diferentes temáticas (celebraciones, entretenimiento), en donde se incorporó la dinámica de los concursos. Estos fueron realizados una vez al mes donde las actividades incluían a los miembros de las familias junto a sus animales de compañía, de forma que estas actividades se relacionen con el bienestar animal.

Se realizaron tres concursos de los cuales se esperaba la participación de niños/niñas, jóvenes y adultos. El primero a finales de agosto, invitó a los custodios a crear y subir en sus cuentas de Instagram una obra de arte junto a su perro/gato en donde se debía de evidenciar la participación del animal de compañía en el proceso de creación. Hubo 22 participantes, entre ellos varios niños/niñas y jóvenes que usaron el hashtag #GanaConGüeyitas. Se eligió a los ganadores del primer y segundo lugar por la mayor cantidad de me gustas.

En el segundo concurso, se tomó en cuenta las adversidades que se encontraron en el primer concurso, por lo tanto, se decidió invitar a los custodios a realizar algo menos dificultoso pero que contenga el mismo mensaje educativo sobre la convivencia responsable. En este caso los competidores debían de demostrar que eran buenos custodios, subiendo una historia en instagram jugando, bañando y/o conviviendo positivamente con sus animales de compañía. Los

35 participantes, de los cuales en su mayoría eran jóvenes y adultos, al etiquetar a Güeyitas usando el #Eligeseerunhéroe entraban en una base de datos que luego iba a ser usada para elegir al ganador a través de un sorteo.

El último concurso se realizó a inicios de noviembre, en este caso se invitó a las personas a crear y enviar un mensaje de responsabilidad, amor y respeto hacia los animales a través de sus animales de compañía. En dos de tres concursos se contó con la ayuda de aliados como Sinergia Canina, Animal Town y Veterinaria San Martín quienes donaron sus servicios como premios para los ganadores del concurso. Otras gratificaciones ofrecidas fueron, dulces por parte de Dulceatte y mascarillas de Güeyitas donadas por Anyelina Veloz.

Respondiendo a los objetivos se decidió contratar pauta en dichas actividades para obtener un mayor alcance. Los concursos fueron un gran factor para lograr obtener nuevos seguidores.

### **Generación de Vínculos entre Güeyitas y su Público**

A medida que el proyecto avanzaba, se creó un vínculo con los seguidores de Güeyitas quienes comenzaron a escribir por medio de sus redes sociales a través de mensajes internos a causa de realizar consultas sobre donaciones, cómo apadrinar mascotas e incluso solicitar que por favor se compartiera sus adopciones y animales de compañías que se encontraban extraviados. Además, escribían personas indicando que les gustaba el contenido compartido. Un caso particular que destacar es el de una niña llamada Javiera Pizarro, a quien dentro del proyecto la denominamos fan destacada, debido a que por medio de mensajes la mamá nos comentó que a diario le pide el teléfono para poder ver las publicaciones de Güeyitas.

Como gratitud se le envió un saludo especial por parte de la tutora del proyecto con un mensaje que la motive a seguir siendo una persona a la que le importan los animales de compañía, recibiendo como respuesta otro video de la pequeña niña de cinco años dándole las gracias a Güeyitas por el saludo y por enseñarle el amor hacia los animales. Este caso fue de gran motivación ya que la pequeña se destacaba en interactuar constantemente a través del perfil de la mamá por lo que se la denominó como fan número uno.

### **Influencers: Estrategia en la Red Social Instagram**

En la continuación de cumplir con el objetivo principal de la séptima edición, se contactó a varios influencers ecuatorianos entre ellos actores, actrices y youtubers. Pérez-Conde (2016), expresa que los seguidores se asemejan en intereses a los influencers por lo que consumen los mismos productos. Sin embargo, no se recibió la acogida esperada por parte de ellos, se escribió a aproximadamente 30 influencers a través de mensajes internos por Instagram de los cuales solo el empresario Vito Muñoz respondió y compartió el perfil de Güeyitas en sus historias.

En consecuencia, se decidió cambiar de estrategia y apuntar a mini influencers, es decir personas con 3 mil o más seguidores. Los cuales según Levy (2017), cuentan con un menor número de seguidores, pero con ratios de «*engagement*» elevados, al focalizarse temáticamente y fidelizar al público, lo que alumbra más compromiso con el consumidor (un 9,7% más que un «influencer») (como se citó en Fondevila-Gascón, Gutiérrez-Aragón, Copeiro, Villalba-Palacín, y Polo-López, 2020).

Esta estrategia planteada responde un poco a la teoría de Lazarsfeld “two-step flow communication” o flujo de la comunicación en dos pasos, esto es, que la información que parte desde los medios masivos es recibida y transmitida por los líderes de opinión a las demás

personas de los grupos sociales (Serrano-Puche, 2012). Debido a que apuntamos a líderes de opinión digitales los cuales mueven sus círculos sociales y de esa manera provocar un tipo de dominio en donde se logre un alcance considerable.

De esta manera se contó con la ayuda de aproximadamente 13 mini influencers, como: Lisseth Loor, Nicole Estupiñan, Paola Vergara, Nayib Bravo, Camila Marañon, Sonia Luna, Franchesca Hidalgo, Marlin Thalia, Geanella Loayza, Elba Gonzalez, Maria Paula, Gabriela Guerrero y Roy tobar. Algunos, a través de historias de Instagram comentaban sobre lo que era el proyecto Güeyitas e invitaban a sus seguidores a seguir la página; otros, realizaban las actividades de Güeyitas como concursos o las plantillas didácticas. Su colaboración contribuyó en exponer al proyecto a mayor público, logrando obtener nuevos seguidores.

### **Auspicios en Medio de una Pandemia Global**

Una dificultad que se encontró en el proceso, fue la poca respuesta por parte de auspiciantes. Se realizó una carta de auspicios en donde se detalló el objetivo de este proyecto, se explicó los tres planes a los cuales podrían acceder, sus valores y beneficios. La misma se envió a aproximadamente 80 empresas junto al vídeo de trayectoria del proyecto.

Al ver el nulo apoyo por parte de grandes empresas, se decidió, primero en contactar a empresas pequeñas y solicitar su colaboración en canjes para concurso. Dulceatte y Cannabracelets se unieron y participaron donando premios para las actividades a cambio se les ofreció exposición en nuestras redes sociales.

Segundo, con los objetivos de Güeyitas establecidos desde el inicio se sabía que se necesitaba una cantidad exacta de dinero para poder lograr potencializar las plataformas digitales

de la mejor manera, por ese motivo los integrantes de esta edición realizaron una rifa en donde cada uno vendió aproximadamente 30 números. De esa manera se pudo lograr el autofinanciamiento necesario para utilizarlo en las herramientas digitales.

### **Piloto de un Nuevo Grupo Objetivo: Niños de 1 a 3 Años**

Además de centrarse en la potencialización de las plataformas digitales en esta séptima edición se realizó un acercamiento a un nuevo grupo objetivo, niños/niñas de 1 a 3 años, gracias a la oportunidad que se dió en el Centro de Desarrollo Infantil “Pedacito de Cielo” ubicado en la ciudad de Machala, el cual tiene a su cargo 45 niños/niñas de escasos recursos velados por 5 educadoras quienes a raíz de la pandemia mundial debido al COVID-19 han tenido que adaptarse a la virtualidad.

Cada una tiene a su cargo 9 niños/niñas, todos los días realizan videollamadas de 20 minutos a cada uno de ellos para realizar actividades lúdicas con ellos a través de la plataforma WhatsApp. Güeyitas vió la oportunidad de crear herramientas lúdicas con enfoque en la convivencia responsable con animales de compañía para que las educadoras lo pongan en práctica con sus niños/niñas.

Se comenzó el 6 de septiembre por realizar la investigación oportuna, reuniones con la coordinadora del CDI y con las educadoras para escuchar y entender sus necesidades. Luego se realizó una ardua revisión bibliográfica para entender a los niños/niñas de 1 a 3 años, dentro del equipo no existe ninguna persona egresada en educación inicial por lo tanto se debía comprender sobre las actividades que los niños/niñas en esa edad podrían realizar, qué estímulos se pueden desarrollar y cómo se debía hacerlo.



Luego, obteniendo toda la información precisa se decide crear un Manual de Actividades Güeyitas dividido en dos, uno para niños/niñas de 1 a 2 años y otro para 2 a 3 años, esto como respuesta a que en ese periodo de tiempo el niño/niña obtiene más habilidades. En ambos manuales se incluyen 8 actividades, cada una incluye el objetivo, los materiales a usar, la actividad a qué ámbito responde, reflexión y un guión detallado como guía para la realización de la actividad.

Dentro de este manual se incluyen otras herramientas como: Los audios cuentos, los cuales se invitan desde el Manual a verlos en la página de Güeyitas en Youtube; imprimibles, se crearon para reforzar el aprendizaje de la actividad, los cuales son en blanco y negro con el fin de motivar a los niños/niñas a pintarlos; tarjetas didácticas, para que los niños junto a sus tutores puedan reforzar su habla junto a los personajes de Güeyitas.

Lista la creación del Manual se realizaron varias reuniones con Andrea Bejarano, docente experta en Educación Inicial de la UCG con el fin de obtener su aprobación en lo realizado. Las actividades fueron revisadas con precisión, cada instrucción y finalidad para poder determinar si eran convenientes para los niños/niñas de 1 a 3 años. De manera detallada se revisó una por una en donde la especialista nos corrigió varias actividades e indicaba sus recomendaciones como posibles cambios. Luego de varias horas de reunión se procedió a realizar los cambios pertinentes. Se obtuvo la aprobación de la especialista, es decir, el Manual estaba listo. Al estar revisado y confirmado, se entregó el Manual de Actividades Güeyitas a las educadoras del CDI junto a todas las herramientas.

La apertura del proyecto dentro del Centro de Desarrollo Infantil fue el 12 de septiembre del 2020, en donde se citó a las 45 familias para conocerlos y que conozcan al equipo de

Güeyitas. Este mini evento se realizó en la ciudad de Machala en donde Evelyn Moncada, Kenia Balón y Juan Diego Cortez estuvieron presentes para hacer la presentación del proyecto a las 45 familias y entregar las herramientas (imprimibles, tarjetas didácticas) junto a un kit alimenticio que se pudo obtener gracias a la colaboración de Fundación Karla Morales y al Spa ADHARA.

Con la necesidad de obtener resultados y poder medirlos se les pidió a las educadoras que realicen una encuesta a los padres de familia con el objetivo de conocer la perspectiva de los padres sobre la necesidad de educación en los niños, para una convivencia humano-animal responsable, la encuesta tenía 15 preguntas en donde se abarcaba, el significado de tener una mascota, convivencia responsable y conocimiento sobre competencias de autoridades. Estos resultados se compararon con la encuesta final realizada el 6 de noviembre.

Desde ese momento las educadoras comenzaron a trabajar con el Manual de Actividades entregado lo planeado fue que todos los viernes durante dos meses se iba a realizar una actividad de Güeyitas. Es decir, la clausura del proyecto dentro del CDI fue el 7 de noviembre del 2020, en donde se entregaron diplomas de participación a los niños/niñas y a las educadoras por colaborar en la construcción de una sociedad más justa, educada y empática con nuestros animales de compañía. Hay que mencionar que el Manual de Actividad Güeyitas fue creado con bases estables en investigación y educación por lo tanto se decidió expandir el enfoque convirtiéndose en un manual apto para el uso de cualquier adulto responsable de niños/niñas que quiera compartir momentos agradables y aprendizajes lúdico en conjunto a su familia.

### **Difusión del Proyecto**

Como parte del desarrollo de la séptima edición de Güeyitas se contactó a varios medios de comunicación con el fin de difundir el mensaje del proyecto. Hasta la entrega de este

documento, hubo respuesta del diario Expreso y el medio digital Generación Z en donde produjo el objetivo principal y actividades que Güeyitas séptima edición está realizando. En sí, se llega a más personas/familias logrando tener mayor alcance y posible tráfico en nuestras plataformas digitales.

Además, con ayuda de la tutora del proyecto se logró que la herramienta de aprendizaje “Manual de Actividades Güeyitas” y el cuento “Ronronea Luna” se publique en la plataforma digital "Aprendo en Casa" y en Explora 5.0, fruto de un convenio con la Espol y Casa Grande. Asimismo, se las puede encontrar en la página web del proyecto [www.gueyitas.com](http://www.gueyitas.com)

### **Herramienta Principal del Proyecto: [www.gueyitas.com](http://www.gueyitas.com)**

Conociendo la importancia de dicho espacio digital se vio la necesidad de replantear su imagen, a causa principalmente de su poca armonía visual, desorden de información y sus iconos demasiado grandes lo cual afectaba en su velocidad. Por ese motivo se empieza el proceso de rediseño a manos de Domenica Anchundia.

En el desarrollo fueron considerados aspectos como medidas, tipo de imágenes y se define la información que se colocaría dentro de cada página interna. Al tener dichos elementos determinados se creó un *landing page* o página de aterrizaje, conocida por ser un tipo de página que contiene mucha información, usada como menú principal de fácil acceso para todos los usuarios (Perezbolde, 2010).

Se distribuyó el contenido de tal manera que sea fácil para los usuarios encontrarlo. Al deslizar hacia abajo se encuentran las ediciones anteriores de Güeyitas conmemorando su trabajo y recorrido. Continuando se presencia el espacio correspondiente en donde se encuentran los

recursos lúdicos creados en diferentes ediciones, junto a un link de descarga directa para todos ellos. Más abajo, se programó un espacio especial para todos aliados estratégicos en donde las personas dando clic en ellos los redirige a sus páginas en Instagram, y por último concluimos con una sección de contacto en donde las personas con preguntas o con ganas de aportar a la causa se comunicarán con Güeyitas. Al concluir con el diseño todo el material fue enviado a Kenia Balón para ser montados y creados desde cero en la página oficial.

Para realizar la página web se había considerado realizar la contratación de un programador, pero después de intercambiar ideas con los integrantes del grupo y al ver nula respuesta de posibles auspiciantes, se optó por que los integrantes multimedia del equipo la realizaran acorde a sus conocimientos adquiridos durante los años de formación.

En principio se tiene una conversación con Stalin Ludeña, quien es parte del equipo de Sistemas de la Universidad Casa Grande para conocer donde se encuentra alojada la página web que estaba activa hasta ese momento, a lo que se conoció que se encontraba alojada en un servidor de la Universidad motivo por el cual no se podía tener acceso debido a la información almacenada en este sitio.

Para resolver el problema, Stalin mueve la página web de Güeyitas a otro servidor donde se podrá crear un *C-Panel* independiente para que se pueda subir los archivos necesarios sin ningún tipo de inconveniente, pero para realizar el cambio era necesario tener la página diseñada. Luego se solicita la ayuda de Stalin para poder realizar una copia de seguridad de la página que estaba activa hasta ese momento.

Con la información brindada y la copia de seguridad realizada, se procede a identificar dónde fue comprado el dominio para conocer hasta cuando estaba activo, se encontró que está disponible hasta el 2023.

Para comenzar con la creación de la página web se descarga el programa *Xampp*, el cual permite simular un servidor en la computadora, ya que permite la gestión del sistema de base de datos con MySQL y contiene a los intérpretes para el lenguaje de programación HTML. Se utiliza este programa debido a que fue uno de los aprendidos durante el periodo de formación como estudiante. A la par se descarga la versión 5.5.1 de Wordpress, un sistema de gestión de contenidos con software abierto, que utiliza MySQL y HTML haciéndolo compatible con Xampp.

Con la instalación de ambos programas se procede a crear la base de datos que se utilizará en el servidor local. Haciendo uso de una cuenta personal se descarga el plugin Elementor Pro, el cual permite la creación de sitios web sin necesidad de conocer códigos de programación. Utilizando las diferentes herramientas que permite Elementor, se comienza a diseñar la página web acorde a la propuesta generada.

La construcción de la página web tomó un aproximado de una semana y media. Para poder darle un poco más personalización a la página se instaló el *plugin Element Pack for Elementor*, descargado de igual manera desde una cuenta personal, que es una extensión de ciertas herramientas de Elementor con más opciones de personalización.

Luego de construir el diseño de la página web se contacta a Stalin Ludeña nuevamente para poder obtener los accesos del nuevo host. Con los accesos, se crea un documento de drive donde se incorporan todas las cuentas junto a sus usuarios y contraseñas, para que de este modo

cualquier miembro del grupo que necesite hacer uso de alguna de estas cuentas pueda realizarlo sin problema.

Se comienza a realizar la subida de los archivos apareciendo un mensaje que indicaba que existía un error en la base de datos. Tras buscar el error en internet y ver posibles soluciones se lo resuelve, pero aparece uno nuevo en el que a pesar de tener la base de datos configurada no se podía visualizar ningún tipo de información que se encontraba dentro de ella a través de la web.

Una semana después a pesar de buscar e intentar diferentes soluciones que se pudieran relacionar con el problema que se suscita en ese momento, se procede a consultar a 3 contactos diferentes dentro de los cuales se encontraba un Multimedia, un programador junior y Stalin Ludeña.

A pesar de haber consultado con estas 3 personas ninguno supo identificar donde se encontraba el problema por lo que se comenzó a considerar nuevamente rediseñar la página de forma online en el nuevo host. Luego de una conversación grupal se consiguió el contacto de un programador nuevo, quien luego de indagar en los diferentes ficheros de la base de datos logra encontrar el error y resolvió el problema.

Con la información completa de la página web subida al servidor y el error resuelto, se procede a trabajar en el *responsive* de la misma, para que pueda adaptarse sin problema a cualquier dispositivo ya sea computadora, tablet o teléfono móvil sin que se pierda o se desordene ningún tipo de información Aubry (2014). Este proceso tomó un tiempo aproximado de dos días.

Utilizando la herramienta online GT Metrix, se pudo conocer en qué clasificación, en cuanto a velocidad de carga, se encuentra la página web. Según Flores, Ayala, Barraza, Agundis, y Muñoz (2018), es importante para el desarrollador de páginas web, conocer el desempeño de sus sitios, sobre todo conocer si es compatible con dichos dispositivos, no solo con las computadoras tradicionales, ya que, si no es así, se recorta sustancialmente el número de personas que pueden acceder al sitio en cuestión.

Se obtuvo una clasificación C lo cual indica que la página se encontraba un poco pesada y le va a costar un poco en cargar. Para optimizar la página se utilizó la ayuda del plugin WP Rocket, obtenido por medio de una cuenta personal, se realizaron las configuraciones necesarias además de realizar una optimización en las imágenes obteniendo finalmente la clasificación A, esta clasificación indica que el nivel de carga de la página web es rápido en cualquier dispositivo como expresan Flores, Ayala, Barraza, Agundis, y Muñoz (2018), al indicar calificación A (si está perfecto) o F (si afecta a la velocidad de carga). Este proceso tuvo una duración de un día.

Para incorporar todas las herramientas realizadas en ediciones anteriores a la página web, incluido el “Manual de Actividades”, fue necesario utilizar la herramienta *Drive*, que pertenece a Google, para poder almacenar todos los archivos en la cuenta [gueyitas@casagrande.edu.ec](mailto:gueyitas@casagrande.edu.ec) y de este modo obtener los links que se incorporan a la página web para que cualquier persona que desee obtener el material, lo pueda descargar sin problema de forma gratuita en cualquier día del año.

En la web también se incorporaron dos formularios, uno en el que las personas pueden dejar sus datos junto a un mensaje o sugerencia, este se encuentra ubicado tanto en el home de la página web como en la pestaña de contacto. El otro formulario incorporado se encuentra en la

pestaña “Ayuda Animal”, en este formulario las personas podrán ingresar sus datos en caso de necesitar información sobre adopciones, donaciones tanto de alimentos como monetarias para las fundaciones aliadas, apadrinamiento de animales de compañía o en caso de querer incorporarse como voluntario a alguna de nuestras organizaciones aliadas.

Todos los mensajes enviados desde la página web llegarán al correo [gueyitas@casagrande.edu.ec](mailto:gueyitas@casagrande.edu.ec), donde llegará toda la información incorporada a los voluntarios para que Güeyitas pueda responder a las solicitudes.

El último plugin en incorporarse a la página web fue “Metricool”, este plugin junto la página web del mismo nombre, ayudaría a conocer y a tener estadísticas del movimiento de las personas que ingresen a la página web como cantidad de visitantes, páginas más visitadas, países donde la web ha sido más vista, entre los rangos de tiempo predeterminados por el plugin o por un rango de tiempo personalizado. Esta aplicación online es gratuita y ayuda a conocer también las métricas de las redes sociales.

### **Juego Digital Güeyitas**

Durante la revisión de la funcionalidad de las herramientas con las que contaba Güeyitas se identificó que el videojuego “Güeyitas”, realizado en la primera edición en el año 2016, había sido dado de baja de las tiendas Google Play y App Store. Se procedió a identificar el por qué sucedió lo ocurrido, dando como conclusión que las licencias compradas para mantener la aplicación en estas plataformas habían expirado.

Tras realizar una pequeña búsqueda se obtienen los precios actuales de ambas licencias y con los fondos recaudados por el equipo Güeyitas séptima edición se procede a realizar la



compra utilizando la cuenta de correo gueyitas@casagrande.edu.ec, el valor total de ambas licencias fue de \$135.88. Tras haber hecho la compra de las licencias, solo se activó la licencia de Google Play para lo cual se procedió a realizar un reclamo en la página de Apple con el objetivo de identificar cuál fue el error durante el proceso.

Mientras la compra estaba en proceso se comienza a buscar los archivos nativos del videojuego en los archivos almacenados de las ediciones anteriores por la tutora, donde se reconoce que el videojuego fue realizado en el programa Unity convirtiéndose en un problema, ya que sistema no se encontraba incluido entre los programas impartidos por los docentes durante los años de formación.

Por ese motivo, se decide efectuar la contratación de un programador para poder conocer el estado de los archivos del juego, tras la revisión del programador se identifica que los archivos se encuentran incompletos y que es necesario realizar una actualización en el juego debido a que esto fue realizado en una versión antigua del programa que no es compatible en la actualidad con Google Play.

Con el objetivo de reunir los archivos faltantes se contactó a varios actores de ediciones pasadas que indicaron que lo solicitado se encontraba en la computadora de un administrativo de la Universidad Casa Grande por esto se contacta al departamento de sistemas logrando reunir los archivos faltantes.

Con los archivos completos se pide al programador que realice la actualización del juego y que lo suba a la plataforma de Google Play. Se realiza una prueba en dos dispositivos para confirmar que el juego se encuentre funcionando correctamente. Luego de la aprobación de las políticas de la tienda se efectúa la subida del Videojuego Güeyitas en Google Play, disponible y

funcional para todos los teléfonos con sistema operativo Android. Por otro lado, se esperaba la confirmación por parte del equipo de Apple, quienes no brindaban una respuesta concreta sobre lo que ocurría con las compras de la licencia.

Para promocionar esta herramienta en las redes sociales se produce un video promocional en formato vertical para colocarlo en las historias, donde se utilizan imágenes obtenidas del video que se realizó la primera edición de Güeyitas como promo, incorporándolas a la línea gráfica manejada durante esta edición.

### **Promoción de Güeyitas en Otras Redes Sociales**

Con el propósito de explotar la marca Güeyitas en otras plataformas se decide realizar Stickers para Whatsapp utilizando a los personajes de Güeyitas expresando emociones o en situaciones comunes con el objetivo de que las personas puedan identificar a los personajes de la marca y puedan utilizarlos en sus conversaciones habituales.

Se solicita a Camila Mendoza crear las diferentes ilustraciones y con las mismas, se procede a realizar el archivo .APK utilizando el programa Android Studio. Según Cataldi y Lage (2012), expresa que un archivo con dicha extensión es un formato es una variante del formato JAR de Java y se usa para distribuir e instalar componentes empaquetados para la plataforma Android para smartphones y tablets.

El resultado es una aplicación que puede ser instalada en cualquier dispositivo Android. A pesar de que la aplicación no se encuentre disponible para Apple, las personas pueden guardar como favoritos los stickers compartidos por sus contactos en Whatsapp.

Se reconoce que otro método para dar a conocer la marca Güeyitas en redes sociales son los GIFs, así que se parte por realizar animaciones cortas de máximo dos segundos. Se crea una cuenta en la plataforma GIPHY, la cual Facebook utiliza para enviar GIFs entre sus usuarios como mensajes. Tras esto se tuvo que esperar un aproximado de dos a tres semanas, debido a la pandemia, para que la cuenta fuera aprobada como oficial y poder subir los respectivos archivos, los cuales en la actualidad se encuentran utilizando la palabra Güeyitas en el buscador de GIFs en Facebook o Messenger.

Es necesario destacar que la plataforma digital Youtube se usó principalmente como una biblioteca en donde encontrar todas las herramientas audiovisuales realizadas durante la séptima edición de este proyecto. Pero del mismo modo, continuamente se difundieron en las redes sociales videos animados para visibilizar esta plataforma digital y de esa manera lograr llegar a más personas que puedan visibilizar el contenido publicado.

### **Güeyitas y los Gatos de la UCG**

Por otro lado, en continuidad con el enfoque del proyecto Güeyitas y con el fin de contribuir en el cuidado animal se trabajó en conjunto con la docente Itzel Cuevas en la esterilización de tres gatos que fueron abandonados y habitan actualmente en la UCG. Camila Mendoza fue la encargada de coordinar y obtener las jaulas trampas para lograr la castración de los felinos.

Además, se realizó sesión de fotos a los gatitos de la Universidad Casa Grande coordinado por Kenia Balón y Juan Diego Cortez para difundirlas desde las plataformas digitales de Güeyitas, principalmente en las historias de Instagram, con el objetivo de encontrarles un

hogar que les pueda brindar una vida digna y llena de amor. Esto tuvo como resultado la adopción de Paquita y Rupert, gatitos que se encontraban en las instalaciones de la UCG.

### **Trabajo Interdisciplinario con el PAP “La Vereda”**

Por último, se realizó un podcast interdisciplinario con otro Proyecto de Aplicación Profesional llamado “La Vereda” el cual se enfoca en visibilizar las diferentes realidades de personas que se encuentran en condición de movilidad humana. Esta actividad titulada *La importancia de los animales de compañía en el proceso de resiliencia y adaptación en personas en condición de movilidad humana*, se realizó con el objetivo de destacar la ayuda y beneficios que trae tener un animal de compañía en la vida de las personas que se encuentran en condición de movilidad humana.

Fue un trabajo en colaboración, hubo 4 invitados de los cuales dos eran organizaciones aliadas de Güeyitas. Psic. Katuska Delgado representante de Refugio Pana y Carolina Mondragón representante de Ciudad de los Gatos, fueron invitadas a esta acción debido a su experiencia en el tema. Para complementar el equipo de expertos se contó con la participación del Psicólogo de HIAS, Jairo Rojas, y una participante de la Vereda, llamada Deliana quien nos contó su experiencia al traer a sus dos perros y padres desde Venezuela.

Dentro del podcast se trataron temas como: efectos psicosociales de la migración en adultos; beneficios de los animales de compañía para lidiar problemas de la salud mental asociados a la migración; historia y experiencia en la movilización de un país a otro de animales de compañía; daños emocionales de la migración y beneficios de las mascotas en la salud mental de los niños.

## **Invitando a la Comunidad a Donar**

Al reconocer las dificultades que las organizaciones aliadas y sus refugiados (perros y gatos), presentaban por el contexto mundial se decidió realizar una petición de alimento animal dentro de la comunidad casagrandina, y al exterior, pero de manera discreta con el fin de evitar posibles malentendidos. Agripac respondió de manera positiva a la solicitud de donación enviada a través de un correo electrónico. Entregó al proyecto Güeyitas 96 kilos de alimento para perros/gatos con el fin de distribuirlo entre las organizaciones aliadas. El día domingo 15 de noviembre se realizó la entrega del alimento felino y canino recaudado a las 7 organizaciones aliadas. Aproximadamente, en la repartición tocó 12 kg de alimento para cada una de ellas.

Cabe resaltar que todo lo escrito en este punto del documento, es decir, todo el proceso de las actividades realizadas por la séptima edición de Güeyitas fue documentado en el Personal Learning Environments (PLE). Dentro del mismo, se encontrará todos los documentos, experiencias y evidencias que se han recolectado durante esta edición, en donde se maneja la misma línea gráfica de todas las plataformas digitales de Güeyitas, conservando su identidad visual. Se puede acceder con el siguiente link: <https://gueyitas2020.wixsite.com/gueyitas>. Finalmente, en el presente link se encontrará las evidencias audiovisuales creadas en este proyecto. [https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1Vi6z7LLiKnE3mCSlczjpvN3\\_IpANphf](https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1Vi6z7LLiKnE3mCSlczjpvN3_IpANphf).

## **Análisis e Interpretación Crítica de la Experiencia**

### **Evaluación Individual de Componentes o Actividades**

#### ***Evaluación del Proceso de Levantamiento de Información para la VII Edición del Proyecto de Aplicación Profesional “Güeyitas online”, en Guayaquil – Ecuador durante el 2020***

La finalidad de este proyecto es poder contribuir a la disminución de maltrato físico y psicológico intencional y no intencional por parte de los ciudadanos de Guayaquil hacia los animales de compañía. Siendo esta la guía necesaria para la investigación previa, se evaluaron todas las problemáticas existentes sobre la causa animal. Cabe recalcar que en la revisión bibliográfica no se encontró información a detalle de la realidad del país, siendo un tema poco tratado en especial en la ciudad de Guayaquil.

Por lo tanto, la mayor parte de la investigación fue recaudada mediante medios de comunicación, papers de universidades y en especial, de organizaciones en por de la causa animal, quienes han realizado su propio levantamiento de información, llegando a detectar que no existían números reales sobre la población de animales de compañía que se encuentran en situación de calle, ni cifras de denuncia por violencia animal que demuestren la realidad de esta problemática. Se concluyó que esto ocurría por la ardua burocracia en el proceso de denuncias y porque las personas no querían comprometer su imagen al realizarlas de manera presencial.

Tomando en cuenta que el Municipio de Guayaquil es el ente encargado de velar por la fauna urbana, se decidió contactarlos para estudiar la posibilidad de digitalizar el proceso para denunciar maltrato animal desde su página web oficial. Se realizó un acercamiento con el departamento de Bienestar Animal, pero el trato recibido no fue el esperado, dado que las

barreras impuestas fueron notorias. Sin embargo, se pudo acceder a entregar un convenio en donde se especificaba de manera general el trabajo en conjunto entre Güeyitas y la Jefatura de Bienestar Animal. Dicho convenio fue enviado al departamento legal, pero hasta finales de esta edición se seguía en espera de una respuesta. Se puede decir que la burocracia de dicha Institución no permitió que se efectuara lo planeado, sin embargo se procedió a continuar ejecutando los demás puntos establecidos luego de una previa investigación, en donde se detalló el propósito del Güeyitas VII Edición, tomando en cuenta el estado de pandemia mundial.

Luego de tomar la decisión de potencializar las plataformas digitales Güeyitas, se planteó como propósito el educar a los guayaquileños sobre la convivencia responsable con los animales de compañía a través de difusión digital, suficiente, práctica, veraz, reconocida y aceptada por los mismos, donde convergen distintos actores especializados y otros participantes del tema. Todas las actividades desarrolladas partieron de dicho objeto. Haciendo énfasis en la integración de nuevos participantes conocedores de la causa animal, se estableció como primer componente que Güeyitas cree una alianza con participantes expertos para trabajar, educar e implementar una estrategia de difusión y socialización de insumos en conjunto.

Para llevarlo a cabo, se desarrolló el presente componente: se contactó por medio de Instagram a 15 organizaciones y 10 especialistas, quienes cumplían con los requisitos de estar asociados a la lucha animal, residir en la ciudad de Guayaquil y tener presencia activa en redes sociales. Luego de enviar el mensaje de invitación para ser aliados de Güeyitas, los interesados respondieron con el fin de obtener más información al respecto y un mejor acercamiento. Cabe recalcar que las alianzas implicaban apoyo mutuo entre todos los posibles participantes, sobre todo en la contribución y creación de pequeñas cápsulas informativas sobre un tema específico,

según cada campo, para usarlas como contenido en las plataformas digitales de Güeyitas. Sin embargo, la respuesta no fue la esperada, no todas las organizaciones respondieron, a pesar de que se reincidió en la petición.

Hay que resaltar que la búsqueda de aliados se realizó aproximadamente entre mayo y junio, meses en donde el tema principal era la cuarentena debido al COVID-19 y el país se estaba adaptando a la nueva modalidad virtual. Varias organizaciones manifestaron que no era el mejor momento para realizar una alianza debido a que se estaban adaptando, tratando de velar por sus refugios y que por motivos personales de cada integrante de la institución el tiempo que iban a aportar al proyecto era mínimo por dicha razón preferían no comprometerse.

En el caso de los especialistas, en su mayoría manifestaron que ellos se estaban innovando con dicha situación y que se iban a enfocar en planificar su trabajo en la virtualidad. De las 15 organizaciones contactadas se obtuvo la aceptación de 7, y de 10 profesionales, 5 aceptaron ser un aliado del proyecto. Al inicio se pretendía que serían 5 organizaciones y 10 especialistas aliados de Güeyitas, pero no se logró el número requerido de profesionales debido a que no se encontró mucha variedad de ramas especializadas en animales de compañía en la ciudad de Guayaquil. Por ese motivo, no se contactó a más profesionales y no se obtuvo el número requerido de participantes. Aunque, tomando en cuenta su campo de trabajo, tener a cinco creadores de contenido fue un número adecuado.

Por otro lado, con respecto a las organizaciones, a inicios de la investigación se detectó rivalidades entre ellas por diferentes motivos, principalmente una competencia por obtener recursos. Debido a esto se decidió tener contacto directo con cada una, en donde a través de varias conversaciones se indagaba cuales eran sus intereses y metas, para poder detectar



similitudes entre ellas y vincularlas desde esa característica descubierta.

Por lo tanto, se identificó a 7 organizaciones interesadas en el cambio social, en la importancia de la educación sobre convivencia responsable desde la niñez y con grandes metas en el futuro para lograr un país que garantice de manera integral el bienestar animal. En cada reunión individual se detalló la relevancia del trabajo en conjunto para lograr cambios significativos en el país. A pesar de cumplir con el indicador establecido, se considera que el resultado se vio comprometido por la pandemia. A lo largo del proyecto la comunicación fue activa, lo que permitió informar a detalle sobre las actividades realizadas del proyecto y hacer seguimiento sobre el contenido solicitado.

Cabe recalcar que la conexión con los aliados fue eficiente lo cual permitió que ellos participen del proyecto de manera activa contando con su presencia virtual en varias actividades y eventos. Además, su participación fue esencial ya que aportaron con información fidedigna, resolviendo dudas presentadas a lo largo del proyecto convirtiéndose en referentes de información para nutrir las plataformas de Güeyitas. Aunque se reconoce que se pudo incrementar las reuniones virtuales entre los participantes y Güeyitas de esta manera haber logrado lazos fuertes de conexión entre ellos, para así mantener al bloque sólido mientras se espera a la octava edición.

Para crear vínculos entre organizaciones, especialistas y Güeyitas, se realizó un evento virtual de firma simbólica de compromiso. En el evento se observaron reacciones positivas, y de reconocimiento a Güeyitas como un proyecto necesario para impartir el mensaje sobre la convivencia responsable a todas las familias del Ecuador. Agradecieron la invitación a participar y sobre todo, especificaron que continuarán activos en las siguientes ediciones. Además, se

mostraron abiertos a mantener contacto entre ellos y brindarse ayuda mutua. Por ello, se cumplió la meta establecida en su totalidad a pesar de las adversidades en el camino, y sobre todo por contexto mundial.

Por otro lado, enfocándose en el componente número 2 de generar nuevos contenidos educativos digitales y reforzando los que ya existen en plataformas sobre la convivencia responsable humano-animal; y respondiendo al indicador que habla sobre la evaluación sumativa de participantes que usan nuevos contenidos educativos, producidos y difundidos por la séptima edición del PAP Güeyitas. Se presenta el trabajo realizado con el Centro de Desarrollo Infantil (CDI) “Pedacito de Cielo” en la ciudad de Machala.

Se presentó la oportunidad de intervenir en la educación de niños/niñas de 1 a 3 años de edad, para dejar un precedente investigativo tomando en cuenta el registro de ediciones pasadas en donde se demuestra que solo se ha trabajado con niños de 5 años en adelante. Se puso en marcha el plan piloto para evaluar cómo respondían a la herramienta creada para ellos.

El Manual de Actividades de Güeyitas entregado a las educadoras del CDI, se puso en práctica desde el 12 de septiembre. Antes de iniciar, se realizó una encuesta a 45 padres de familia, con el fin de determinar su percepción hacia los animales de compañía y cuánto conocimiento tenían sobre el cuidado animal. Los resultados pudieron determinar que consideraban a los animales de compañía como seres vivos pero no tenían mucho conocimiento sobre el cuidado animal. Por ejemplo, no consideraban importante llevar a su animal al veterinario, esterilizarlo, ni la relevancia de cubrir sus necesidades, como: jugar con ellos, darles tiempo, cariño, etc.

Además, se descubrió que no tienen conocimiento de que autoridad gubernamental tiene

la competencia de velar por los animales de compañía en situación de calle, ni a qué institución acudir cuando quieren denunciar maltrato animal. Estos resultados fueron sorprendentes debido a que reconocen la falta de información que existe sobre los presentes temas.

Al finalizar el proyecto y con el fin de medir resultados, se realizó una encuesta final, con el objetivo de evaluar las herramientas de Güeyitas aplicadas, como: las tarjetas didácticas, imprimibles y las actividades. En dicha encuesta se determinó que las actividades del Manual, además de educar a los niños, transmitió el mensaje de convivencia responsable a sus adultos directos, quienes reconocían a los animales de compañía como seres merecedores de una vida digna y del cumplimiento de sus necesidades. Explicaron que pueden reconocer que es maltrato y ahora son conocedores de los beneficios que brindan los animales de compañía en la vida de las personas. En el caso de las herramientas, indicaron que sus niños/niñas disfrutaban y realizaban las actividades con facilidad. Expresaron que ahora reconocen a los personajes de Güeyitas y que han visto cambios positivos en el comportamiento de sus hijos/as con respecto al trato hacia los animales de compañía.

Se puede decir que el impacto del proyecto Güeyitas en la vida de estos participantes fue el esperado ya que pudieron aprender sobre convivencia responsable y desarrollaron empatía hacia estos seres vivos a través de la gamificación. Se obtuvo los resultados esperados ya que desde el inicio se contó con predisposición de todos los participantes para realizar el proyecto. Esto incluye a las educadoras, quienes efectuaron una encuesta final con el objetivo de conocer sus perspectivas sobre el desarrollo de este proyecto, expresando que todos los niños/niñas reconocen a los animales de compañía como seres vivos que sienten dolor, considerando que las actividades fueron realizadas por los infantes junto a diversos integrantes de su familia quienes

se vieron receptivos. Finalmente, comentaron que proyectos como estos son muy importantes en la formación de los infantes y que recomendarían al proyecto y a sus herramientas sin dudar. Al finalizar, se pudo hablar de manera personal con las educadoras y padres de familia quienes se mostraron contentos por los beneficios y resultados que dicho proyecto ha brindado.

A lo largo del proyecto Güeyitas se han desarrollado varios conocimientos que se aprendieron durante los 4 años en la carrera de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales. Dentro de la misma, se destaca el análisis, la gestión y el desarrollo de estrategias para solucionar problemas detectados al evaluar el campo. Estos 3 enfoques son los que se han puesto mayormente en práctica en el proceso; la aplicación de estrategias de comunicación; creación de lugares seguros en donde se permita la participación ciudadana con el fin de solucionar una problemática; y la gestión de todas las actividades individuales y colectivas de los diferentes actores han demostrado que esas habilidades y conocimientos se han incrementado, produciendo un fuerte aprendizaje en el área profesional y personal del ejecutor.

Por otra parte, se han adquirido nuevos aprendizajes debido a la interacción con el equipo de Güeyitas, el cual es interdisciplinario y a pesar de que cada integrante realiza actividades de acuerdo a su carrera, el Proyecto de Aplicación Profesional da la oportunidad de incrementar tus conocimientos en otros campos, ya que fue una oportunidad para conocer más sobre comunicación, tecnología, plataformas digitales y educación inicial. El último con mayor incidencia, ya que se realizó el Manual de Actividades Güeyitas el cual se tuvo que realizar una exhaustiva investigación en el campo de la educación inicial para lograr crear actividades que vayan de acuerdo a la edad de niños/niñas de 1 a 3 años y que además en su realización provoque el desarrollo de sus habilidades.

Las actividades realizadas con el CDI de la ciudad de Machala permitió salir de la burbuja establecida y conocer un poco más de las realidades que viven otras personas, en especial de los servidores públicos y de padres de familia con deseos de que sus hijos tengan una buena educación. El conocer las fortalezas, necesidades e intereses de todos los actores del proyecto permitió crear lazos de empatía y solidaridad. Esto motivó a Evelyn Moncada, ejecutora, tome con énfasis e interés la realización de este proyecto. Es decir, entendió la importancia de causas como esta y los efectos positivos que trae a los diferentes participantes al realizarlo con amor y empeño.

El inicio del proyecto se tornó incierto debido a la pandemia por el COVID-19, sin embargo, esto permitió que se desarrollará la habilidad de resolver problemas inesperados y de buscar soluciones inmediatas. La innovación y la creatividad fueron capacidades que a menudo debían estar activas para lograr los objetivos planteados.

En conclusión, la realización de este proyecto ha traído varios beneficios tanto en el campo profesional como el personal. Fue una experiencia enriquecedora que permitió descubrir el mundo real, la vida después de la universidad, el trato directo con las personas, el rechazo continuo, la asimilación y la búsqueda inmediata de una solución. Cumplir con la realización de esta causa en pandemia mundial es un total logro personal. Se permitió descubrir nuevas oportunidades y perspectivas, salir de la zona de confort desde casa. Se puede decir que luego del cumplimiento de esta meta se está preparada para cualquier reto.

***Evaluación de la Actualización Visual de la Marca para la VII Edición del Proyecto de Aplicación Profesional “Güeyitas online”, en Guayaquil – Ecuador durante el 2020***

Güeyitas se ha caracterizado por tener una imagen de marca que se ha logrado posicionar durante varios años consecutivos. Sin embargo, mediante un proceso de evaluación a nivel de diseño, se llegó a la conclusión de que su presencia no impactaba lo suficiente en medios digitales. Por lo tanto, se propuso renovar la marca de la siguiente manera: Se trabajó la creación de un manual de marca constituido con las normas y parámetros necesarios para el uso diario de la imagen, el cual se implementó durante todo el proyecto. Lo que permitió al equipo intervenir en este mundo digitalizado y moderno con mayor flexibilidad tomando en cuenta el tiempo de pandemia en el que vivimos, llamando a los consumidores no solo con una imagen diferente y atractiva visualmente, sino que también una marca dinámica y útil con el propósito direccionado a un objetivo previamente planteado. En consecuencia, despertó el interés de varios aliados que se sintieron atraídos por la marca y el contenido que se mostró en redes.

El propósito de esta edición, es asistir a la disminución del maltrato físico y emocional, por parte de los ciudadanos de Guayaquil hacia los animales de compañía por medio de herramientas digitales optimizando y facilitando el uso de recursos educativos que permita una mejor conexión con todos sus usuarios de manera remota debido a la situación que se vive a nivel mundial. Por lo tanto, luego de plantear la nueva imagen con la que Güeyitas define su nueva personalidad, se buscó establecer contacto con varias organizaciones y profesionales aliados, mientras paulatinamente se empezó a crear el contenido para las plataformas digitales. Respondiendo al componente, se buscó un equipo establecido de organizaciones y profesionales, quienes puedan contribuir a la creación y difusión de contenido educativo hacia los

consumidores.

Se gestionó y supervisó el desarrollo del presente componente mediante el uso del siguiente indicador: la medición de contenidos educativos producidos y difundidos en medios digitales, en donde se especificaba la meta de trabajar 3 publicaciones semanales. Tomando en cuenta el número de organizaciones que aceptaron los términos, se puso en marcha el plan de desarrollo para redes sociales. Se evaluó la interacción con los seguidores durante un lapso de 3 semanas en donde no se obtuvieron resultados óptimos, ya que la presencia en redes no era suficiente como para llamar la atención del público. Es por esto que se tomó la decisión de llevar el plan de redes sociales al siguiente nivel y publicar todos los días de la semana un contenido de valor para los usuarios. Este contenido se distribuye de la siguiente manera: dos videos cortos (organizaciones), ¿sabías qué? (curiosidades), adopciones (promoción para aliados), celebraciones (fechas importantes), contenido UCG (amor animal UCG), concursos, información educativa, entretenimiento (juegos o actividades).

Se presentó semanalmente un cronograma del contenido a publicar para los meses de agosto, septiembre, octubre y mediados de noviembre. Desde ese momento, para una mejor gestión, se distribuyó entre 3 integrantes del proyecto las diferentes acciones. Se gestionó toda la creación del contenido a publicar, el desarrollo de los textos que acompañan a cada imagen, y las tácticas de acercamiento para cada red social.

El cambio de la meta principal afectó el desarrollo del componente de manera positiva, permitiendo a Güeyitas brindar contenido óptimo y verás. Dentro del proceso de diseño se procuró mantener un contenido coherente, filtrando la información mediante profesionales del campo para generar un canal de confianza y valor al cual acudir en momentos de necesidad para

el consumidor. Se creó un espacio versátil y divertido en donde las redes se convirtieron en la carta de presentación para los aliados que poco a poco se sumaron a la causa. El buen manejo del contenido ayudó a que aliados de valor conecten con el proyecto al considerarlo inspirador, interesante e interactivo.

Gracias al contenido audiovisual que surgió como parte del primer componente por parte de aliados estratégicos, se logró mayor alcance del que se esperaba. Se publicó contenido de valor apelando a actividades lúdicas y educativas que permitieron conocer un poco más acerca del público directo. Se presentó la oportunidad de construir un espacio con seguidores fieles que buscaron formar parte de cada concurso o actividad paulatinamente. Si bien es cierto, la participación de los concursos no logró llegar a las metas trazadas. Sin embargo, se consideró como un éxito el hecho de crear seguidores fieles a la marca.

El inicio del proyecto ha sido complicado debido a la pandemia que aún transcurre en el mundo y esta incertidumbre llevó al equipo por diferentes pruebas, las cuales se fueron superando en el camino sin perder de vista el objetivo, generando un gran impacto dentro de nuestro proceso de aprendizaje. El equipo interdisciplinario nos permitió construir una propuesta global que no solo se enfocó en las capacidades de cada integrante, sino más bien en lo que se podía lograr como equipo. Se lograron identificar las fortalezas y debilidades de cada uno en el transcurso de cada jornada, para mejorar en diferentes campos. No solo se realizaron labores relacionadas a la carrera en curso, sino que en el proceso, se adquirieron nuevos conocimientos en distintas áreas. Hacerle frente al desafío fue lo que permitió que el equipo logre desarrollar una propuesta enfocada en las necesidades de la actualidad, abriendo nuevas puertas para quienes continúen con la labor de Güeyitas.



Conocer a nuestro grupo objetivo a profundidad nos permitió empatizar y vivir nuestra causa de manera mucho más real y cercana. Gracias al proceso de investigación, se logró comprender el impacto y la situación en la que los animales de compañía se encuentran en la actualidad. Tomando en cuenta lo que se dijo anteriormente, el proyecto ha sido capaz de proyectar solidaridad, amor y respeto en un momento en el que existe mucha vulnerabilidad en los animales de compañía que no son considerados una prioridad. Por estas razones, se puede decir que el proyecto ha tenido un impacto positivo dentro de la sociedad.

El diseño gráfico es una carrera que enseña sobre responsabilidad, desde el momento en que una marca llega a nuestras manos. Y en este proceso, se logró comprender a profundidad, el peso que conlleva el manejo de una marca con varios años de trayectoria. Por otro lado, la comunicación visual es una herramienta que permite la transmisión de un mensaje, lo que lo vuelve un factor bastante relevante para el desarrollo de la conciencia de una sociedad. Mediante el diseño podemos llegar a cualquier grupo objetivo y cambiar las percepciones hacia ciertos temas. Por esta razón, durante este periodo se le ha otorgado mucho valor, ya que ha permitido llevar el mensaje de Güeyitas mucho más lejos, en una nueva era donde lo digital se lleva todo el protagonismo.

***Evaluación del Proceso de la Estrategia Utilizada en el Uso de Gráficas para el Manejo de Redes Sociales en la VII Edición del Proyecto de Aplicación Profesional “Güeyitas online”, en Guayaquil – Ecuador durante el 2020***

Para el desarrollo del segundo componente de Güeyitas, se contactó a aliados de organizaciones y profesionales del tema para delimitar información fidedigna con el fin de difundirla en redes sociales, y de esta forma educar a la ciudadanía. Se realizaron grupos focales y entrevistas a profesionales, directivos de fundaciones y organizaciones, con el propósito de obtener la información necesaria para realizar las gráficas y posteriormente lanzarlas en las plataformas digitales.

En estos encuentros que fueron netamente virtuales, se logró obtener entre inconformidades, consejos y algunos datos médicos brindados por los especialistas veterinarios sobre cómo la población tiene una idea errada de cuál es el trato que se debe dar a los animales de compañía. Y posteriormente se llegó a la conclusión de que para cumplir con el segundo componente del proyecto, se debían compartir tips, consejos y datos curiosos de los animales de compañía, en los cuales se informaba de forma sintetizada y coloquial, en gráficas diagramadas con ilustraciones de los personajes a manera de pequeñas infografías para captar la atención de los usuarios y que facilite el aprendizaje de cómo sería la forma correcta de cuidar a los animales. Además, nos permitió darnos cuenta de la desfavorable situación en la que viven los animales en Guayaquil.

Se utilizaron las historias de Instagram como una de las estrategias principales, logrando que se visualicen en un lapso de 24 horas la información compartida, con el objetivo de tener un mayor alcance ya que los seguidores podrían visualizar la historia a cualquier hora del día a

diferencia de los posts. Esta fue una herramienta que Güeyitas pudo explotar, ya que al culminar las 24 horas se puede ver el número de personas que visualizaron la historia, cuántas hicieron interacción, cuántas saltaron al siguiente storie y cuántas lo abandonaron.

Para las historias de Instagram se crearon ilustraciones de los personajes principales de Güeyitas, como Max y Skippy, que ya estaban posicionados en las versiones anteriores del proyecto como personajes principales, sin embargo para esta edición se decidió acoger a Isa y su gata Luna, para darle diversidad y mostrar como Max está dispuesto a compartir sus conocimientos de cómo ser un custodio responsable a su pequeña amiga Isa y con los usuarios que siguen a Güeyitas. También fue con el objetivo de que los seguidores se familiaricen con ellos. Se realizaron ilustraciones de varios gatos y perros, de juguetes, comida, medicinas y utensilios únicamente para el cuidado de los animales de compañía y se utilizaron fotos de animales donadas por aliados estratégicos con el fin de promover la adopción de los animales de estas organizaciones y de esta forma crear una red entre los miembros que luchan por este fin en común.

Los resultados obtenidos por medio de estas estrategias de comunicación fueron positivos ya que al compartir una historia, se encontraba bastante interacción por parte de los seguidores. Por ejemplo, en las plantillas publicadas en las historias de Instagram donde los seguidores debían describir a sus animales de compañía con stickers o emojis, tuvieron gran acogida debido a que era una actividad en donde se demuestra cuánto conoces a tu mascota, además cumplía con el factor de ser una actividad con bajo grado de dificultad y al mismo tiempo entretenida. A su vez, esta actividad se utilizó de manera difusora ya que al utilizar la plantilla, el usuario participante debía etiquetar a sus amigos con mascotas y este a su vez realizar la misma

dinámica. De esta forma la información se replicaba y llegaba a más público, y como resultado se ganaban más seguidores afines a las causas animales.

Otra actividad que tuvo alta interacción fue el uso de trivias en historias de Instagram, donde se compartían datos históricos relevantes y curiosidades sobre los animales de compañía. Esta sección se pudo desarrollar gracias a que Instagram tiene una opción de encuestas. Antes de realizar las historias se hizo un banco de referentes de cuentas de Instagram que se dedican a compartir contenido sobre animales, o doctores veterinarios que así como Güeyitas, comparten información verás a sus seguidores. Se optó por aplicar las mismas tácticas de difusión para verificar si es de agrado a los seguidores del proyecto, y los resultados fueron positivos. Gracias a la aplicación de este tipo de herramientas, se pudo llegar a la conclusión de que a pesar de que no había un premio de por medio al realizar la actividad, tuvo la interacción esperada ya que se logró conseguir nuevos seguidores, interacción por medio de respuestas, comentarios e incluso mensajes directos. De esta manera, se pudo continuar definiendo el contenido correcto que logre ser interesante para los seguidores de la red.

De la misma forma, se utilizaron las historias como herramienta informativa para anunciar fechas relevantes para la ciudadanía, como por ejemplo, el 1 de junio que es el Día del Niño, 21 de julio, el Día del perro, el 8 de agosto por ser el Día mundial del Gato, el 18 de agosto que es el día mundial del gato negro, el 4 de octubre que es el día mundial de los animales y el 9 de Octubre por los 200 años de independencia de Guayaquil. Se compartieron estas fechas festivas con el fin de lograr mayor acercamiento de los seguidores con los personajes principales de Güeyitas.

En las historias también se publicaron 3 concursos con el objetivo de exponerlo a mayor

público de la red social. A diferencia del primer concurso, fueron actividades con un nivel de dificultad bajo, por lo que se esperaba bastante interacción, sin embargo los resultados obtenidos fueron bajos. El primer concurso que fue el que más requería de esfuerzo y se obtuvieron 20 participantes, lo que nos llevó a bajarle la dificultad al segundo concurso y se obtuvieron aproximadamente 40 participantes y así mismo al tercero. No obstante, en el último se obtuvieron solamente 15. Para ser la primera edición online del proyecto, no se cumplieron las expectativas de interacción en cuanto a los concursos. Sin embargo, si hubo acogida por parte de los seguidores. Se espera y recomienda que en las próximas ediciones del proyecto continúen buscando la manera de incrementar la interacción, así como también premios que incentiven la participación de los seguidores.

Otra de las estrategias para tener mayor visibilidad en las redes sociales consistía en ser mencionados por parte de influencers. Se tenían altas expectativas en un inicio, sin embargo no se lograron debido a que no se obtuvo respuesta por parte de ellos. Así que como solución, se decidió contactar a micro influencers, que son personajes no tan conocidos pero que cuentan con cierto nivel de influencia en un grupo reducido de personas. Se obtuvieron menciones en historias, en las cuales hablaban de Güeyitas y su objetivo, ayudándonos a expandirnos y llegar a más personas.

También se cumplió con una de las metas planteadas desde un inicio, que consistía en dar a conocer por medio de las historias, casos externos de adopción de animales de refugios, fundaciones u organizaciones aliadas, con este objetivo se logró la adopción de los gatos de la Universidad Casa Grande, quienes eran considerados un caso urgente por motivo de pandemia.

Debido al Covid-19, las redes sociales fueron de gran importancia, ya que los usuarios

pasaban la mayoría del tiempo en sus plataformas virtuales expuestos a todo tipo de información, y fue una gran oportunidad para el proyecto, ya que se volvió un canal relevante acerca del cuidado responsable que se debe brindar a los animales de compañía y de la comunidad en general. A diferencia de las versiones anteriores, el objetivo principal de esta edición fue potencializar la imagen de Güeyitas pero de manera online donde fuera posible encontrar este tipo de información relevante y de gran ayuda para los custodios y amantes de los animales.

En el área de diseño gráfico de esta edición, se trabajó una nueva línea gráfica para lograr que Güeyitas tuviera un relanzamiento diferente debido a que sería una edición netamente digital que se enfocaría principalmente en los medios digitales para difundir la información. Es por eso que antes de comenzar el desarrollo del proyecto, se replanteó y reconstruyó la línea gráfica en general. Desde el logotipo y la paleta cromática, las formas geométricas orgánicas que maneja la marca, hasta los personajes principales y secundarios. Estos cambios se realizaron con el objetivo de refrescar la marca de forma definitiva para que su relanzamiento tenga un alto impacto, sin dejar de lado la esencia y personalidad del proyecto establecida en versiones anteriores. Desde el inicio se obtuvieron óptimos resultados por parte del público en general, quienes dieron a conocer abiertamente lo mucho que les agradaba la nueva gráfica, y a su vez los consejos brindados para mejorar la convivencia con animales de compañía.

Para las próximas ediciones del proyecto se recomienda que sin importar las condiciones en las que se encuentre el mundo, se puedan desarrollar más actividades de manera presencial, sin dejar de lado las redes sociales, debido a que es la carta de presentación de Güeyitas. Se espera que se sigan aprovechando las oportunidades que brindan estas herramientas virtuales, así también como Tiktok, YouTube, los reels de Instagram y Spotify, donde se podría presentar

testimonios de personas que su vida ha cambiado drásticamente gracias a la compañía de un animal o así mismo consejos dictados por médicos veterinarios.

Es muy importante recalcar que durante todo este tiempo de dedicación y de crecimiento, fue posible aplicar diversos conocimientos que fueron adquiridos durante la etapa universitaria, desde el punto de vista y aprendizaje de todos los integrantes que formaron parte de esta fase que conllevó bastante atención, entrega y tiempo. Tomando siempre en cuenta la opinión de todo el equipo y, así mismo, dejando claro el mensaje principal que el Proyecto de Aplicación Profesional quiere transmitir: que la interacción de todos se junten para que mediante las distintas opiniones, pensamientos y conocimientos adquiridos puedan llegar a un mismo fin y soluciones para cumplir el objetivo propuesto.

En conclusión: El desarrollo de la séptima edición del Proyecto de Aplicación Profesional Güeyitas ha sido un desafío para todos los involucrados, tanto como para los estudiantes, como para las personas que desarrollan labores en fundaciones y organizaciones que decidieron aliarse, debido a la pandemia causada por del Covid-19. Sin embargo esto no impidió que fuera posible realizar buenas acciones. Fue una experiencia que demostró que la virtualidad no tiene límites para el que tiene ganas de hacer las cosas bien.

***Evaluación del Proceso de la Pre y Post Edición sobre Todas las Herramientas Audiovisuales para la VII edición del Proyecto de Aplicación Profesional “Güeyitas online”, en Guayaquil-Ecuador durante el 2020***

La finalidad del proyecto Güeyitas es contribuir a la disminución de maltrato físico y psicológico Intencional y no intencional por parte de los ciudadanos de Guayaquil hacia los animales de compañía, con el propósito de educar sobre la convivencia responsable con los animales de compañía a través de difusión digital, suficiente, práctica, veraz, reconocida y aceptada por los guayaquileños, donde convergen distintos actores especializados y otros participantes del tema. Para cumplir con este propósito Güeyitas en su séptima edición se plantea realizar diferentes actividades.

La primera actividad se realiza en las redes sociales con la implementación de los IGTV'S con los profesionales o miembros de las fundaciones aliadas. Para esto, se le solicitaron 2 videos a cada uno resolviendo una duda, hablando sobre su organización o historias de rescate animal. Con la línea gráfica definida se realizó el intro y el outro de cada IGTV, y con el material obtenido se empieza a realizar la edición y post producción del video. Con la edición finalizada se busca una canción un poco infantil, cálida y agradable para sonorizar a los videos y que de esta manera las personas lo asocien siempre a esa canción. Este proceso se realizaba al menos una vez por semana a lo largo de todo el proyecto. Para la musicalización se recomienda utilizar o invertir en plataformas donde se pueda adquirir música sin copyright, de este modo se evitarán conflictos al momento de subirlos en plataformas online y no se arriesga el trabajo realizado por una disputa en cuanto a contenido.

También se crearon animaciones con el contenido para el feed de las redes sociales para



de este modo poder atraer la atención de las personas. Se realizaron en total 38 publicaciones con contenido audiovisual para el feed de Instagram, además de historias para esta misma red social.

Como parte de las herramientas audiovisuales, se realizó la animación de un audio cuento que iba a la par con la animación del mismo, el cual tomó un periodo determinado de tiempo debido a la duración del mismo. Y finalmente adjuntandolo a los 3 audiocuentos existentes dentro del proyecto Güeyitas. Para Whatsapp se crearon stickers, los cuales se agregaron en la página web para que cualquier persona pueda descargarlos utilizarlos. También se crearon GIFs para Instagram, los cuales se encuentran disponibles en GIPHY y pueden utilizarse para las conversaciones en ambas redes sociales. Como recomendación, debería considerarse crear stickers llamativos en Instagram para poder utilizarlos en las publicaciones de Güeyitas.

Con la ayuda de un desarrollador se reparó el juego Güeyitas, el cual fue creado en Unity y fue subido nuevamente a la plataforma Play Store, encontrándose disponible únicamente para celulares con Android. Se adquirió la licencia para también poder subirlo a la plataforma IOS. Sin embargo, hasta la actualidad no hemos podido subir el juego a esta plataforma debido a problemas con la misma. Se recomienda para la próxima edición que una vez iniciado el proyecto, se revise la vigencia de las licencias ya que sino se actualizan el juego será eliminado de Android y se perderá la licencia adquirida de IOS.

Para la creación de los stickers se utilizó el programa Android Studio, se diseñó un pack de stickers con todos los personajes de Güeyitas y fue colocado en la página de inicio de la web de Güeyitas para que las personas puedan descargarlo y ejecutarlo en sus celulares. También se puede adquirir estos stickers si una persona los comparte en un chat y se los añade a una colección, de esta forma solo se agregaran los stickers compartidos más no el pack completo.

Se puede concluir que en todo el proyecto al menos un 40% de las publicaciones del feed de Instagram contienen material audiovisual, se creó una nueva herramienta audiovisual llamada Ronronea la Luna, un audio cuento que muestra la historia de como Isa, la nueva integrante de Güeyitas, conoce a una gatita en situación de calle y la adopta llamándola Luna. Para agilizar el proceso de la animación, es necesario que la persona que entregue los artes lo haga utilizando las capas de illustrator, ya que de este modo se optimiza el tiempo para la animación.

También se actualizó una herramienta que existía con anterioridad, el juego Güeyitas, el cual se encontraba caído en las tiendas virtuales tanto de Apple como de Android. Se crearon complementos, como los stickers y GIFs, que se crearon en otras plataformas y ayudarán a que las personas se identifiquen mucho más con los personajes de Güeyitas.

Se intentó cumplir con todas las metas propuestas, sin embargo no se logró concluir con la actualización del juego en la App Store, por lo que se considera que los objetivos se cumplieron en un 75%. Vale recalcar que en esta edición se pudieron crear más herramientas audiovisuales como los nuevos audio cuentos, generando más material que servirá para atraer la atención de más seguidores a las redes sociales y a personas interesadas en el proyecto. Se debe tomar en consideración que para que algunas de estas herramientas se mantengan en línea, es necesario pagar la suscripción de forma anual, para evitar una desactualización, o la caída del mismo en las plataformas.

Se recomienda generar más contenido audiovisual para las redes sociales, mínimo 2 animaciones semanales, debido a que es el recurso que más le gusta a los seguidores. A su vez, focalizar la atención en las herramientas creadas antes de abrirse a nuevas herramientas, ya que esto puede hacer que el objetivo de dar a conocer las herramientas disponibles no se cumpla. En

caso de no contar con conocimientos de edición para utilizar programas como Premiere o After Effects, para realizar edición de video o animaciones pueden hacer uso de Filmora, ya que es una herramienta sencilla e intuitiva con la cuál se podrá desarrollar estos productos sin problema. En caso de no contar con la habilidad para animar se recomienda instalar el plugin Animation Composer para After Effects, el cual cuenta con un versión gratuita e incluye animaciones precompuestas que se pueden aplicar directamente a elementos para incorporarles una animación sin necesidad de realizarlas de forma manual, también permite realizarle modificaciones a las mismas.

Este proyecto me ayudó a desarrollar mucho más mis habilidades de edición y animación, ya que tuve que destinar gran parte del tiempo a ellas. Siento que la parte clave del proyecto es empoderarse del mismo desde la perspectiva de tu carrera y aportar con cada nueva idea que aparezca, justificando su accionar. También me ayudó a organizar de mejor manera mi trabajo, ya que muchas veces se deben realizar varios proyectos al mismo tiempo, ayudándome a gestionar el tiempo para cumplir con cada actividad. Como recomendación debería crearse una Carta Gantt al inicio de cada proyecto de modo que se puedan observar las actividades en curso, las que se agregan y como va la ejecución de cada una de ellas con el objetivo de poder optimizar los tiempos de cada actividad que se desarrolla.

Se recomienda para futuras ediciones no colocar a más de un integrante por carrera para de esta forma poder tener una mayor diversidad en cuanto a conocimientos y poder desarrollar de mejor manera las diferentes actividades. En caso de no contar con los conocimientos para desarrollar la actividad, de acuerdo a la dificultad de la misma, puede realizarse una pequeña convocatoria de pasantías en la especialidad que se necesite y de este modo poder completar las

necesidades del proyecto. También es importante tomar en consideración actividades para recaudar presupuesto en caso de necesitar los servicios de algún profesional.

La séptima edición de Güeyitas es la recopilación del trabajo y dedicación de cada uno de sus integrantes, donde la innovación fue parte fundamental del mismo y este proceso me ayudó a adquirir nuevos conocimientos, ya que muchas veces para resolver problemas de forma rápida utilizando otras herramientas es necesario realizar una pequeña investigación previa. Considero que cada ejecutor tiene un rol importante dentro del proyecto, el cual te ayuda a potenciar muchísimo más las habilidades adquiridas durante los semestres anteriores en la universidad.

***Evaluación de la Producción y Actualización de Herramientas Digitales y de la Página Web para la VII Edición del Proyecto de Aplicación Profesional “Güeyitas Online”, en Guayaquil-Ecuador durante el 2020***

La finalidad del proyecto Güeyitas es contribuir a la disminución de maltrato físico y psicológico intencional y no intencional por parte de los ciudadanos de Guayaquil hacia los animales de compañía. Para esto, se planteó digitalizar el proceso para denunciar maltrato animal desde la plataforma digital del Municipio de Guayaquil. Se comienza realizando una investigación de sus plataformas digitales donde se constató que no contaban con este servicio. Se desarrolló una propuesta previamente rechazada por la Directora de la Jefatura de Bienestar Animal, debido a que aseguraban que el departamento ya contaba con este servicio.

Con la propuesta rechazada, se volvió a investigar para encontrar este espacio sin lograrlo. Por lo que se solicitó la información del sitio donde se encuentra este servicio sin obtener respuesta por parte de la Directora ni del departamento, por lo que no se pudo constatar que este espacio realmente exista.

No obstante, la Directora se mostró interesada en el proyecto, por lo que propone realizar un convenio en el que la Jefatura de Bienestar Animal pueda trabajar de la mano con Güeyitas de forma permanente. Luego de efectuar dicho convenio y estar a la espera de una respuesta, a pesar de la insistencia por vía telefónica, correo electrónico y las visitas realizadas, no se pudo obtener la firma hasta la actualidad. Se intuye que este convenio no se le brindó la atención necesaria puesto que desde la presentación han pasado más de 2 meses.

Para cumplir con el propósito de Güeyitas, que es educar sobre la convivencia responsable con los animales de compañía a través de la difusión digital, práctica, veraz, reconocida y aceptada por los guayaquileños, donde convergen distintos actores especializados y otros participantes del tema; se realizaron 4 diferentes actividades ligadas al componente que pretende evidenciar y analizar a los seguidores de Güeyitas, en las distintas plataformas digitales, con la participación de los mismos en las actividades realizadas en las redes sociales.

La primera actividad requiere llevar a cabo un análisis de las redes sociales de Güeyitas, tanto en Instagram como en Facebook, desde que se realizó la primera publicación hasta el final del proyecto. En el camino, luego de tener la actualización de la página web, esta se configuró para poder obtener métricas desde el momento que se oficializó su lanzamiento.

Dentro de las características demográficas de nuestro grupo de seguidores en Instagram, podemos identificar que la mayoría son mujeres que se encuentran entre los 25-34 años. El 94% del total de nuestros seguidores son de Ecuador y el 76.7% son Guayaquileños mientras el porcentaje restante, se divide en porcentajes pequeños en otras provincias y ciudades de otros países. A diferencia de Instagram, en Facebook nos sigue un 65% de mujeres en su mayoría entre el rango de edad.

Durante el proyecto se obtuvo un aumento de 693 seguidores en Instagram, nuestra red social principal mientras que en Facebook se obtuvieron 51 nuevos seguidores. El 1 de junio se realizó el primer posteo en Instagram con 1200 seguidores, durante los dos primeros meses notamos un aumento constante de seguidores con un promedio de 200 seguidores nuevos mensualmente, sin embargo, durante los últimos dos meses hasta el 17 de noviembre se obtuvo un aumento de sólo 143 seguidores, creando que la curva de aumento de seguidores empiece a crecer de forma más lenta.

Para lograr llegar a la meta de los nuevos 1000 seguidores, se propuso una estrategia de menciones con la ayuda de influencers. Junto a los demás ejecutores del proyecto se intentó contactar a estos influencers sin obtener respuesta, por lo que se procedió a realizar la misma estrategia, pero con micro-influencers, quienes nos ayudaron a incrementar seguidores y replicar el contenido, lo que dio como resultado mayor visibilidad.

Realizando una comparación de los últimos 3 meses en Instagram con nuestro perfil hemos conseguido un total de 161560 impresiones y un alcance 85825 personas, de las cuales 5607 ingresaron a visitar nuestro perfil. Dentro de estos indicadores encontramos 3 picos que se destacan en los meses de agosto y octubre, todos mientras se desarrollaban concursos con los seguidores. Mientras que con nuestras publicaciones hemos conseguido un 11.14% de engagement en promedio estos últimos 3 meses, 3394 interacciones, un alcance 27421 y un total de 32141 impresiones. Las publicaciones en esta red social fueron realizadas entre las 20:00 y 22:00, ya que este es el rango en el cual nuestros seguidores se encontraban más activos de lunes a domingo, siendo el punto de más actividad a las 21:00.

Por otro lado, en Facebook durante los últimos 3 meses se tuvo un total de 208 visitas a la página. Se obtuvo un total de 635 interacciones, un alcance 10.299, un alcance total de 12786 y un engagement de -0.66. Es necesario recalcar que esta no es la red social donde se encuentra nuestro grupo objetivo, por lo que se la mantiene para que las personas nos encuentren y reconozcan, ya que aquí se replica el contenido generado en Instagram, la cual es la red social principal.

En cuanto al contenido más visto en Instagram, encontramos las publicaciones relacionadas a los concursos, la presentación de los concursos. En segundo lugar, se encuentra el contenido divertido y por último, tenemos el contenido informativo acerca de fundaciones y cómo ayudarlas.

A lo largo del proyecto se realizaron 3 concursos en Instagram. En el primero participaron un total de 20 personas, en el segundo concurso participaron un total de 39 participantes, casi el doble del concurso anterior, y en el último concurso participaron únicamente 15 participantes.

Para evaluar la percepción de nuestros seguidores acerca de nuestras redes sociales se realizó una encuesta que sería enviada a una muestra de 770 seguidores, obtuvimos este cálculo sumando los seguidores de Instagram y Facebook con un 3% de error y el 99% de confianza con la ayuda de una calculadora de muestra. La encuesta fue enviada a un total de 900 personas, de las cuales hasta la fecha que se escribe este documento, solo han respondido 563 personas.

En cuanto a la percepción de los seguidores con las redes sociales, se obtiene un resultado positivo ya que indican que el contenido compartido les resulta interesante atractivo y educativo, también aseguran que el contenido es apto tanto para adultos como niños y lo utilizan para

entretenerse en familia con material educativo. Como característica clave, ellos identifican a las redes sociales como educativa y lo que más le gustó de la séptima edición fue su fusión con organizaciones y profesionales para crear contenido, además de los llamativos posteos.

Con estos resultados se puede interpretar que a pesar de que el engagement en redes sociales no fue el esperado, los seguidores se muestran contentos y a gusto con el material y contenido publicado. No se logró obtener la cantidad de seguidores que se había propuesto al inicio, por lo que se recomienda que para futuras ediciones se realicen otro tipo de trato con los influencers para que estos puedan atraer más personas, o realizar una inversión más fuerte en pauta.

Se considera que también hubo una falencia en cuanto al direccionamiento hacia la página web, ya que las visitas hasta el cierre del proyecto fueron bajas, debido a que no se promocionó lo suficiente en redes sociales, sino que se promocionó más entre las organizaciones y profesionales aliados. Se recomienda realizar una promoción más fuerte de las herramientas que se encuentran en la página web para de esta manera direccionar el flujo también a esta plataforma y así aumentar el uso de estas herramientas.

En general se considera que se cumplió con los objetivos de forma parcial, ya que algunos de ellos no llegaron a completarse. Como aporte adicional, se recomienda realizar más contenido animado para las redes, ya que esto es algo que llama la atención a primera instancia en el feed y le gusta a los seguidores de Güeyitas.

Se considera que el mensaje que Güeyitas busca darle a la comunidad en general fue transmitido correctamente a los seguidores ya que todos ellos se muestran contentos con el contenido y emiten comentarios positivos, sin embargo hubo una escasa generación de posts



animados que pudieron ayudar a lograr los objetivos de forma complementaria. Es importante acotar con que para futuras ediciones debería existir más diversidad dentro de los integrantes del grupo para que de esta forma puedan destacarse en más áreas y de esta manera se puedan obtener más información que puede serle útil de otra carreras.

Este proyecto me ayudó a llevarme más allá de mis límites, debido a que me tocó auto-educarme sobre muchas cosas nuevas y diferentes, que no te enseñan en la universidad, en un corto periodo de tiempo. Considero también que tuve una participación activa y constante durante el proyecto ya que mi rol dentro del mismo lo requería de forma adicional tanto de forma online como presencial, lo que me ayudó dentro de mi proceso educativo.

## Conclusiones y Recomendaciones

En la ejecución de la séptima edición del Proyecto de Aplicación Profesional Güeyitas, se continuó transmitiendo con su principal objetivo de educar sobre la convivencia responsable con animales de compañía a niños/niñas y a sus adultos inmediatos. Aunque se realizó dicha difusión de manera distinta que en ediciones pasadas debido a la pandemia, se permitió aportar a esta causa de distintas maneras y contribuir a la disminución de maltrato físico y psicológico intencional y no intencional por parte de los ciudadanos de Guayaquil hacia los animales de compañía. Por lo tanto, se considera haber aportado a la construcción de una sociedad que vele por el bienestar integral de los animales de compañía.

Como se ha mencionado en párrafos anteriores, se realizó el proyecto en un contexto de incertidumbre dada por el COVID-19. La situación, a pesar de crear ciertas dificultades, también logró desarrollar oportunidades para que la marca Güeyitas tenga un mayor alcance en varias familias dentro y fuera de la ciudad de Guayaquil. Es decir, esta ocasión se torno precisa para lograr exponer el nombre del proyecto y no solo llegar a niños/niñas (objetivo principal) sino también a custodios de todas las edades y padres de familia/tutores.

A pesar de no haber obtenido todos los resultados esperados, esta edición ha marcado un antes y un después en el proyecto. Esto debido a que se ha innovado la identidad visual, se ha establecido un procedimiento digital eficiente y se ha llegado a un nuevo grupo objetivo (niños/niñas de 1 a 3 años), creado herramientas virtuales, actualizando las ya existentes, integrando nuevos personajes representativos y diversos. En especial, la creación de un bloque de aliados dispuesto a trabajar para cumplir objetivos en la causa animal.

Se puede decir que la séptima edición mostró tres logros significativos: primero, los custodios evidenciaron nuevas formas de hacer, valorar y convivir con sus animales de compañía; segundo, los seguidores realizaron actividades lúdicas en familia (adultos, niños/niñas y animales de compañía); tercero, muy importante, se consiguió posicionar la plataforma digital ([www.gueyitas.com](http://www.gueyitas.com)) entre las organizaciones y profesionales aliados al mismo.

Por otro lado, con respecto al incumplimiento del objetivo establecido a inicios del proyecto sobre el número de seguidores en la plataforma digital principal, Instagram. Se encuentra como causa clave la comunicación no efectiva con influencers o personajes reconocidos. Esto provocó que no se obtuviera la difusión requerida. Sin embargo, el trabajo realizado con los participantes de Güeyitas fue eficiente, logrando que los mismos muestren interés hacia la causa y a su contenido. Es decir, que esta séptima edición supo empatizar y crear lazos de conexión en la virtualidad entre el proyecto y sus seguidores, consiguiendo que los mismos se muestren contentos y fieles a su labor.

Además, tomando en cuenta los errores y posibles mejoras a lo largo del proyecto, se recomienda a las siguientes ediciones que, en el caso de los aliados, se realice nuevamente el contacto a todas las organizaciones que se encuentran en la base de datos para invitarlas a sumarse al grupo ya existente. Tener comunicación efectiva, reconociendo sus necesidades y prioridades, garantizará crear lazos fuertes entre ellos y Güeyitas. Asimismo, se recomienda que se realice una base de datos verificada de personas interesadas en ser hogar temporal para felinos y caninos, que sirva como herramienta para una óptima gestión en conjunto. Y en cuanto a profesionales vinculados, se recomienda integrar a especialistas enfocados en otras temáticas

diferentes a los que ya se encuentran integrados, con el fin de ofrecer contenido más variado e interesante para los usuarios.

En relación al nexos ya establecido con el Municipio de Guayaquil, se recomienda que se continúe con el respectivo seguimiento hasta lograr que el convenio cuyo trámite fue iniciado en esta edición, se efectúe. Trabajar en conjunto con ellos traería varios beneficios a la causa. Se debe tomar en cuenta que si las siguientes ediciones tienen en mente enfocarse en el grupo objetivo descubierto (niños/niñas de 1 a 3 años), la participación del adulto responsable tiene que ser activa en todo momento.

Con respecto a los auspicios, se sugiere que se comience la búsqueda desde el inicio del proyecto, teniendo siempre presente varias maneras de autogestionarse, esto puede tener mayor probabilidades de funcionar con la ayuda de aliados y de forma presencial. Y en caso de que las próximas ediciones tengan que mantener un formato online por razones de fuerza mayor, se aconseja no disminuir su enfoque en las plataformas digitales sino más bien continuar promocionando las diferentes herramientas del proyecto, en especial su página web, la cual con una buena estrategia puede direccionar el flujo y lograr un mayor alcance. Se advierte que el contenido en redes sociales de las siguientes ediciones debe ser más animado y entretenido debido a los resultados presentados en esta edición. Además, se recomienda contactar a varios influencers, micro influencers y medios de comunicación de manera efectiva, para lograr difundir el mensaje del proyecto a varios rincones del país logrando el alcance necesario y obtener a más familias dentro de la comunidad de Güeyitas. Sin olvidar en continuamente difundir las distintas herramientas de Güeyitas para potencializar su uso, especialmente el videojuego y la página web.

Por otro lado, es imperativo realizar reuniones grupales constantes para la creación de estrategias comunicacionales y para reforzar la conexión entre los miembros del equipo. Esto dará resultados positivos desde el inicio hasta el final del proyecto en curso. Como recomendación final, se presenta la necesidad de aperturar el proyecto en nuevos espacios digitales como Tik Tok y en la realización de podcast, esto debido a la gran acogida que poseen en la actualidad y por el alcance de estas plataformas en el grupo objetivo manejado por Güeyitas.

## Referencias Bibliográficas

Aubry, C. (2014). *HTML5 y CSS3: para sitios con diseño web responsive*. Ediciones ENI.

<https://bit.ly/3euLJag>

Cataldi, Z., y Lage, F. J. (2012). *TICs en Educación: Nuevas herramientas y nuevos paradigmas*. In VII Congreso de Tecnología en Educación y Educación en Tecnología.

CLACSO (abril de 2020). *Problemática alimentaria y crisis sanitaria en Ecuador*. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.

<https://www.clacso.org/problematica-alimentaria-y-crisis-sanitaria-en-ecuador/>

Código Orgánico de Ambiente.(2017). *Registro Oficial N, 983*. Ecuador.

[https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/01/CODIGO\\_ORGANICO\\_AMBIENTE.pdf](https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/01/CODIGO_ORGANICO_AMBIENTE.pdf)

Constitución de la República del Ecuador. Art. 415. 24 de julio del 2008.

[https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)

Díaz Cruzado, J., & Troyano Rodríguez, Y. (2013). *El potencial de la gamificación aplicado al ámbito educativo*. III Jornadas de Innovación Docente. Innovación Educativa: respuesta en tiempos de incertidumbre. <https://idus.us.es/handle/11441/59067>

Domínguez Espinoza, E. A. (2019). *Convivencia con animales de compañía en la cultura contemporánea: percepciones de custodios frente al maltrato de animales en Guayaquil, Ecuador* (Bachelor's thesis, Universidad Casa Grande. Facultad de Comunicación Mónica Herrera).

El Comercio. (septiembre de 2019). *La Asamblea aprobó sanciones más duras contra el maltrato animal en Ecuador.*

<https://www.elcomercio.com/tendencias/sanciones-coip-maltrato-animal-asamblea.html>

El Telégrafo. (marzo de 2019). *En Quito y Guayaquil hay 125 mil canes sin hogar.*

<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/6/perros-vagabundos-canes-sin-casa>

El Telégrafo. (2019). *Perros callejeros proliferan Quito y Guayas.*

<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/6/perros-callejeros-prolifera-quo-guayaquil>

El Telégrafo. (enero de 2020). 16 animales rescatados hallan hogar en jornada de adopción.

<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/6/animales-rescatados-hogar-adopcion>

El Universo. (marzo de 2020). *#NoMeBotesNoContagio la etiqueta usada en Ecuador para informar que perros y gatos no transmiten coronavirus.*

<https://www.eluniverso.com/noticias/2020/03/19/nota/7788648/nomebotesnocontagio-etiqueta-usada-ecuador-informar-que-perros>

El Universo. (agosto de 2020). *Cuerpo de bomberos de Guayaquil crea Unidad de Rescate Animal.*

<https://www.eluniverso.com/guayaquil/2020/08/14/nota/7941682/cuerpo-bombero-guayaquil-unidad-rescate-animal>

Encontrado en: <https://www.redalyc.org/pdf/2950/295023025016.pdf>

- Expreso. (abril de 2020). Coronavirus: *Rescate Animal evitó que perros y gatos, callejeros y rescatados, murieran de hambre.*  
<https://www.expreso.ec/actualidad/coronavirus-rescate-animal-evito-perros-gatos-allejeros-murieran-hambre-10319.html>
- Faria, C., & Paez, E. (2014). *Antropocentrismo y especismo: aspectos conceptuales y normativos.* Revista de Bioética y Derecho, (32), 95-103.
- Flores, G. E. V., Ayala, J. D. R., Barraza, E. U., Agundis, D. U., y Muñoz, L. H. G. (2018). *Pruebas Operativas de Carga de Páginas Web Usando GTmetrix.* Pistas Educativas, 36(114). Recuperado de <http://www.itc.mx/ojs/index.php/pistas/article/view/315>
- Fondevila-Gascón, J. F., Gutiérrez-Aragón, Ó., Copeiro, M., Villalba-Palacín, V., y Polo-López, M. (2020). *Influencia de las historias de Instagram en la atención y emoción según el género.* Comunicar, 28(63), 41-50. <https://bit.ly/3k7P9RT>
- Gómez, L. F., Atehortua, C. G., y Orozco, S. C. (2007). *La influencia de las mascotas en la vida humana.* Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias, 20(3), 377-386.  
<https://revistas.udea.edu.co/index.php/rccp/article/view/324155>
- Hamui-Sutton, A., y Varela-Ruiz, M. (2013). *La técnica de grupos focales.* Investigación en educación médica, 2(5), 55-60.  
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-50572013000100009](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000100009)
- Hernández, R. Fernández C. y Baptista P. (2010). *Metodología de la Investigación.* México DF: Mc Graw Hill. <https://bit.ly/3p1rMN8>



- Herzog, H. A. (2012). *Los amamos, los odiamos y... los comemos: Esa relación tan especial con los animales*. Barcelona: Kairós.
- Jefatura de bienestar Animal. (2019). *Procesos de Denuncias y Formato de adopción*.  
Municipalidad de Guayaquil. <https://guayaquil.gob.ec/jefatura-bienestar-animal>
- Martínez, R., y Fernández, A. (2008). *Árbol de problema y áreas de intervención*. México: CEPAL. <https://bit.ly/2Gt6yq7>
- McCracken, G. (1991). *The long interview*. Newbury Park, Sage Publications, 5ta. Edición.  
<https://bit.ly/3mQpezN>
- Miller, A. (2011). *Just don't call me mom: Pros and cons of a family law model for companion animals in the US*. *Humanimalia*, 2(2), 90-114.
- Niño, M.(s.f). *Relación entre presencia de mascotas (caninas) con estilos de apego en niños entre 6 a 13 años de edad procedentes de Bogotá-Colombia*.
- Ortiz-Colón, A. M., Jordán, J., & Agredal, M. (2018). *Gamificación en educación: una panorámica sobre el estado de la cuestión*. *Educação e Pesquisa*, 44.
- Pérez, R. C. (2010). *Identidad e imagen corporativas: revisión conceptual e interrelación*.  
*Teoría y praxis*, (7), 9-34 <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3233182.pdf>
- Perezbolde, G. (2010). *Engagement... el término del que todos hablan, pero pocos entienden*.  
<https://goo.gl/2yTKR2>.
- Plan V. (marzo de 2019). *Quito la ciudad que no ama a los perros*.  
<https://www.planv.com.ec/historias/sociedad/quito-la-ciudad-que-no-ama-perros>

- Rescate Animal. (2020). *La culpa no es del gato*. Recuperado en enero del 2020, de <https://rescateanimal.org.ec/culpagato/>
- Rodriguez, C. A. C. (2018). *Gamificación en educación superior: experiencia innovadora para motivar estudiantes y dinamizar contenidos en el aula*. Edutec. Revista Electrónica de Tecnología Educativa, (63), 29-41.
- Romero, J.E., Fragner, M. y Vitelli. A.P. (2012). *Tenencia responsable de perros y gatos: Guía básica de educación primaria*. [https://www.neuquen.edu.ar/wp-content/uploads/2016/04/Guia\\_de\\_educacion\\_primaria\\_ProTenencia.pdf](https://www.neuquen.edu.ar/wp-content/uploads/2016/04/Guia_de_educacion_primaria_ProTenencia.pdf)
- Schencke, C., & Klein, C. F. (2012). *Estudio de la vinculación que tienen los niños y niñas escolares con sus perros y los efectos socioemocionales de este vínculo*. *Summa psicológica UST*, 9(1), 23-32.
- Scolari, C. A. (2009). *Transmedia storytelling: Implicit consumers, narrative worlds, and branding in contemporary media production*. <http://dspace.uvic.cat/handle/10854/2867>
- Serralvo, F. A., y Furrier, M. T. (2005). *Tipologías del posicionamiento de marcas*. Estudio conceptual en Brasil y en España. *Revista Galega de Economía*, 14(1-2), 0.
- Serpell, J. A. (2019). *How happy is your pet? The problem of subjectivity in the assessment of companion animal welfare*. *Animal Welfare*, 28(1), 57-66.
- Serrano-Puche, J. (2012). *El índice Klout y la medición de la influencia personal: una actualización para la era digital de two step flow communication'*. <https://dadun.unav.edu/handle/10171/23399>

- Solé, M. G. (2010). El delito de maltrato a los animales. El maltrato legislativo a su protección. *Revista de bioética y derecho*, (18), 36-43
- Tenorio, D. R. (2000). *Los animales que viven con nosotros*. Una experiencia en educación infantil. *Investigación en la Escuela*, (40), 77-86.
- Torres, G. (2015). *El cuidado de las mascotas y su relación con el concepto de la responsabilidad en niños y niñas de 4 años de la Unidad Educativa Mayor Ambato, Escuela de Educación Básica "Eugenia Mera" de la Parroquia La Merced, en la Ciudad de Ambato* (Bachelor's Thesis, Universidad Técnica De Ambato-facultad de Ciencias Humanas y de la Educación).
- Velásquez Molina, V. I. (2019). *Sistematización del proceso de levantamiento de información para la quinta edición del Proyecto de Aplicación Profesional Güeyitas 2019 de la Universidad Casa Grande en Guayaquil, Ecuador* (Bachelor's thesis, Universidad Casa Grande Facultad de Administración y Ciencias Políticas).
- Videla, M. D., & Olarte, M. A. (2016). *Animales de compañía, personalidad humana y los beneficios percibidos por los custodios*. *PSIENCIA. Revista Latinoamericana de Ciencia Psicológica*, 8(2).  
<http://www.psiencia.org/ojs/index.php/psiencia/article/view/201>
- Villalta Tibanta, D. D. P. (2018). *El cuidado de animales domésticos en el desarrollo de la sensibilización en niños de 4 a 5 años de la Unidad Educativa Atenas* (Bachelor's thesis, Universidad Tècnica de Ambato. Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación. Carrera de Educación Parvularia).

## Anexos

### Índice de Tablas

<b>Tabla 1</b> <i>Marco lógico de la séptima edición de Güeyitas</i>	<b>114</b>
<b>Tabla 2</b> <i>Desarrollo operativo del proyecto</i>	<b>116</b>
<b>Tabla 3</b> <i>Organizaciones y profesionales aliados de la séptima edición de Güeyitas</i>	<b>117</b>
<b>Tabla 4</b> <i>Presupuesto de gastos realizados en la séptima edición de Güeyitas</i>	<b>118</b>
<b>Tabla 5</b> <i>Resultados previos al proyecto en el CDI “Pedacito de Cielo”</i>	<b>119</b>
<b>Tabla 6</b> <i>Resultados posteriores al proyecto en el CDI “Pedacito de Cielo”</i>	<b>119</b>

### Índice de Figuras

<b>Figura 1</b> <i>Árbol de problemas</i>	<b>112</b>
<b>Figura 2</b> <i>Cuadro metodológico de la investigación previa al desarrollo del proyecto</i>	<b>113</b>
<b>Figura 3</b> <i>Beneficiarios y actores que intervienen en el desarrollo del proyecto</i>	<b>113</b>
<b>Figura 4</b> <i>Métricas de crecimiento en la red social Facebook</i>	<b>120</b>
<b>Figura 5</b> <i>Balance de seguidores en la red social Facebook</i>	<b>120</b>
<b>Figura 6</b> <i>Métricas de publicaciones en la red social Facebook</i>	<b>121</b>
<b>Figura 7</b> <i>Interacciones en la red social Facebook</i>	<b>121</b>
<b>Figura 8</b> <i>Edades y género de los seguidores en la red social Instagram</i>	<b>122</b>
<b>Figura 9</b> <i>Métricas de crecimiento en la red social Instagram</i>	<b>122</b>
<b>Figura 10</b> <i>Lugares de donde siguen a Güeyitas</i>	<b>123</b>

<b>Figura 11</b> <i>Métricas de la red social Instagram</i>	<b>123</b>
<b>Figura 12</b> <i>Métricas de las publicaciones en la red social Instagram</i>	<b>124</b>
<b>Figura 13</b> <i>Interacciones en la red social Instagram</i>	<b>124</b>
<b>Figura 14</b> <i>Lista de hashtags utilizados</i>	<b>125</b>
<b>Figura 15</b> <i>Lista de publicaciones</i>	<b>125</b>
<b>Figura 16</b> <i>Analíticas de la página web de Güeyitas</i>	<b>126</b>
<b>Figura 17</b> <i>Países de los visitantes de la página web de Güeyitas</i>	<b>126</b>
<b>Figura 18</b> <i>Fuentes de tráfico de la página web de Güeyitas</i>	<b>127</b>
<b>Figura 19</b> <i>Compromiso entre Güeyitas y aliados</i>	<b>128</b>
<b>Resultados de la encuesta final realizada al CDI “Pedacito de Cielo”</b>	<b>129</b>
<b>Figura 20</b> <i>¿Su hijo mostró interés hacia los personajes de Güeyitas?</i>	<b>129</b>
<b>Figura 21</b> <i>¿Qué conocimientos considera que su hijo/a obtuvo durante el proyecto Güeyitas?</i>	<b>129</b>
<b>Figura 22</b> <i>¿A lo largo del proyecto Güeyitas cuánto crees que se ha aprendido sobre cuidados responsables con perros y/o gatos?</i>	<b>130</b>
<b>Figura 23</b> <i>Califica las actividades del proyecto Güeyitas</i>	<b>130</b>
<b>Resultados de la encuesta final a las educadoras del CDI “Pedacito de Cielo”</b>	<b>131</b>
<b>Figura 24</b> <i>¿Los padres de familia se vieron interesados en el proyecto?</i>	<b>131</b>
<b>Figura 25</b> <i>¿Los niños/as se vieron interesados en el proyecto?</i>	<b>131</b>
<b>Figura 26</b> <i>¿Con qué familiar los niños/niñas realizaban las actividades de Güeyitas?</i>	<b>132</b>
<b>Figura 27</b> <i>¿Qué tanto considera que han aprendido los niños y niñas sobre el cuidado responsable con perros y/o gatos?</i>	<b>132</b>

<b>Figura 28</b> <i>¿Considera que sus niños/niñas reconocen a los perros y gatos como seres vivos que sienten dolor?</i>	<b>133</b>
<b>Resultados de la encuesta final realizada a los seguidores en redes de Güeyitas</b>	<b>133</b>
<b>Figura 29</b> <i>¿Convives con un animal de compañía?</i>	<b>133</b>
<b>Figura 30</b> <i>¿Cuál es tu animal de compañía?</i>	<b>134</b>
<b>Figura 31</b> <i>¿Tiene hijos?</i>	<b>134</b>
<b>Figura 32</b> <i>¿Cómo conociste las redes sociales de Güeyitas?</i>	<b>135</b>
<b>Figura 33</b> <i>¿Cuán atractivo le resulta visualmente el contenido de Güeyitas?</i>	<b>135</b>
<b>Figura 34</b> <i>¿Cuán educativo le parecen nuestras publicaciones?</i>	<b>136</b>
<b>Figura 35</b> <i>¿Qué usos le ha podido dar al contenido compartido en nuestras redes sociales?</i>	<b>136</b>
<b>Figura 36</b> <i>¿Cree que las publicaciones compartidas son contenido apto y de utilidad para niños y adultos?</i>	<b>137</b>
<b>Figura 37</b> <i>¿Cree que los concursos realizados por Güeyitas, fueron aptos y de utilidad para niños y adultos?</i>	<b>137</b>
<b>Figura 38</b> <i>¿Cómo describirías nuestras redes sociales?</i>	<b>138</b>
<b>Figura 39</b> <i>¿A lo largo del proyecto Güeyitas cuánto crees que has aprendido sobre convivencia y cuidados responsables con perros y/o gatos?</i>	<b>138</b>
<b>Figura 40</b> <i>¿Consideras que Güeyitas te enseñó a reconocer y entender las necesidades de tu mascota?</i>	<b>139</b>
<b>Figura 41</b> <i>¿Cuán eficiente consideras fue el mensaje transmitido por Güeyitas, sobre la importancia de las adopciones y rescate de perros y/o gatos en situación de calle?</i>	<b>139</b>

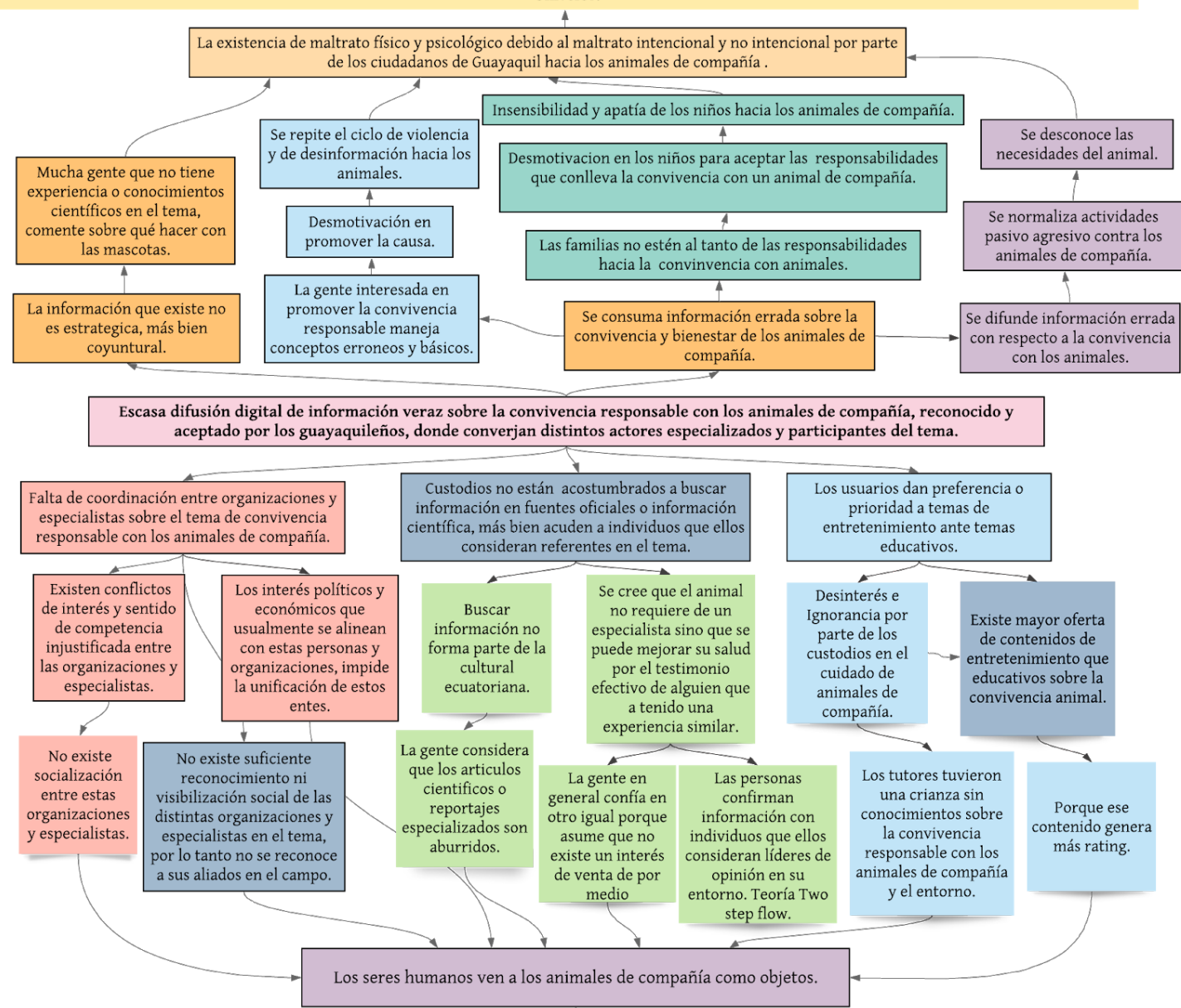
## Indice de Modelos de Encuestas

<b>Encuesta 1</b> <i>Modelo de encuesta realizada previo al proyecto dentro del CDI “Pedacito de Cielo”</i>	<b>140</b>
<b>Encuesta 2</b> <i>Modelo de encuesta realizada posterior al proyecto dentro del CDI “Pedacito de Cielo”</i>	<b>143</b>
<b>Encuesta 3</b> <i>Encuesta final a las educadoras del CDI conforme el proyecto</i>	<b>146</b>
<b>Encuesta 4</b> <i>Modelo de encuesta realizada al final del proyecto a los seguidores de las redes sociales de Güeyitas</i>	<b>148</b>

**Figura 1**

*Árbol de problemas*

**Descriptor:** Los defensores de animales dicen que el maltrato no es solamente golpear a un perro, también involucra no sacarlo a pasear para evitar que se estrese, olvidar los cuidados y atenciones adecuadas. **Fuente:** Peñafiel, J. (6 de Marzo de 2018). Más de 100 sanciones se han emitido por maltrato animal en Guayaquil. El Universo.



**Descriptor:** Otro punto en común que señalaron, fue que en algunos casos, en especial en el sector rural de la ciudad, las personas ven a los animales como un objeto y no respetan sus derechos, obligándolos a trabajar exageradamente o como una herramienta para sus apuestas en peleas concretamente en el caso de gallos y perros. **Fuente:** Palacios, Wilson. (2013). Análisis de los factores psicológicos que influyen en las personas.

**Fuente:** Elaboración propia.



**Figura 2**

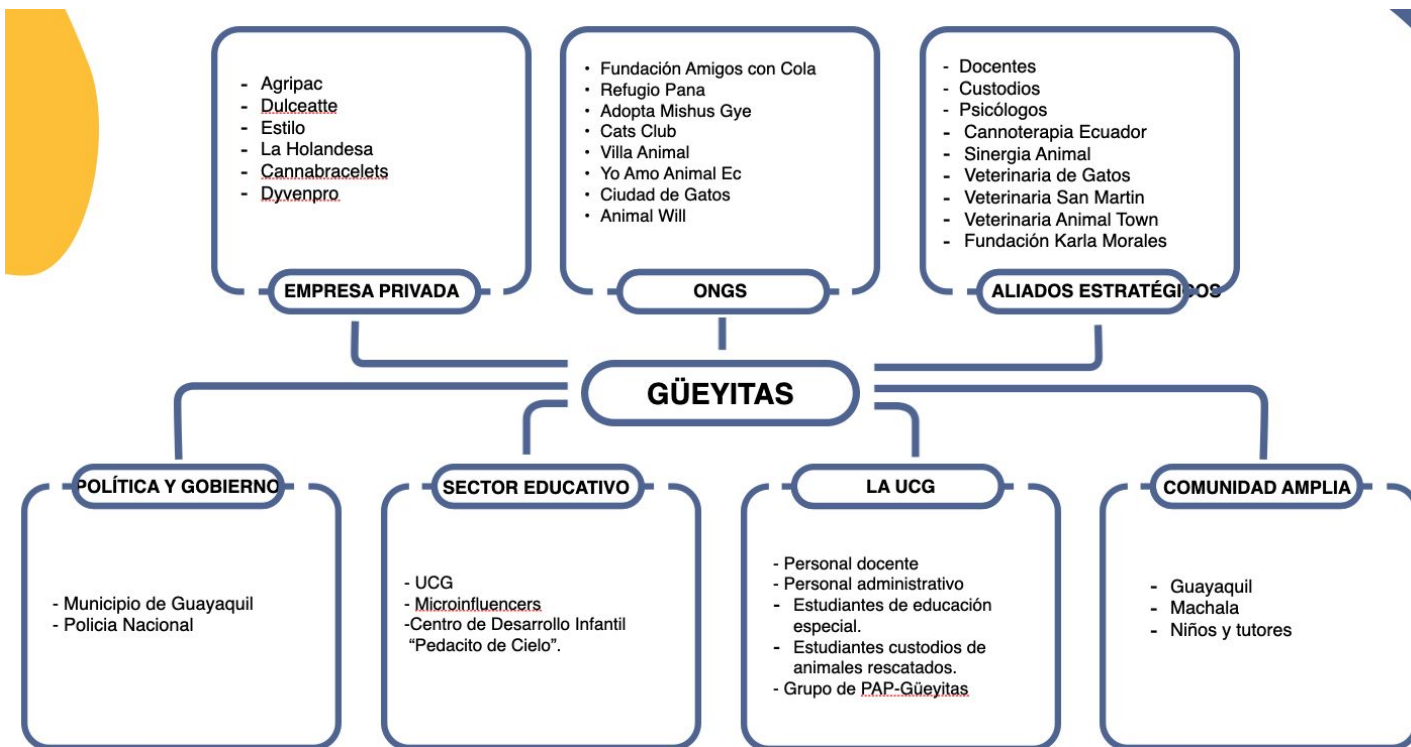
*Cuadro metodológico de la investigación previa al desarrollo del proyecto*

PREGUNTAS	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS	ENFOQUE	UNIDAD DE ANÁLISIS	TÉCNICA	HERRAMIENTA
De qué edad los niños y niñas usan plataformas digitales? ¿Cuántas personas pueden acceder a esta educación virtual?	Identificar formatos digitales de comunicación con mayor aceptación para educar conjuntamente a tutores, padres, jóvenes y niños sobre la convivencia responsable con animales de compañía durante el aislamiento social.	Determinar la edad de nuevos públicos potenciales de acuerdo a su accesibilidad y consumo de internet	Cualitativo y Cuantitativo	Familias con accesibilidad a internet	Revisión Bibliográfica	Recopilación de información
Que aplicación es más usada por el grupo objetivo?		Identificar plataformas/ formatos/ características y contenidos digitales más consumidos durante el confinamiento social y crisis por el Covid-19		Especialistas en Redes	Entrevistas/ revisión bibliografica	Guía de preguntas
Que entienden por maltrato?		Explorar en las percepciones de profesionales y expertos en la temática acerca de la relación y convivencia humano-animal.		Veterinarios y Especialistas en Bienestar Animal - Pedagoga, Programadora	Entrevistas	Guía de preguntas
Que rol cumple los animales de compañía en su hogar?		Delimitar si el rol que cumple el animal de compañía dentro del nucleo familiar se ha modificado durante la cuarentena del 2020		Custodios de animales de compañía - Org Animal.	Grupo Focal	Cuestionario - Guía de preguntas

Fuente: Elaboración propia

**Figura 3**

*Beneficiarios y actores que intervienen en el desarrollo del proyecto*



Fuente: Elaboración propia

**Tabla 1***Marco lógico de la séptima edición de Güeyitas*

	<b>Indicadores</b>	<b>Medios de Verificación</b>	<b>Supuestos</b>
<p><b>Finalidad:</b> Contribuir a la disminución de maltrato físico y psicológico Intencional y no intencional por parte de los ciudadanos de Guayaquil hacia los animales de compañía.</p>	<p>Digitalizar el proceso para denunciar maltrato animal desde la plataforma digital del Municipio de Guayaquil.</p>	<p>Tres denuncias realizadas por vía digital, desde la página del Municipio de Guayaquil.</p>	<p>El Municipio de Guayaquil destina los presupuestos para la protección de la fauna urbana en la ciudad y colabora con organizaciones en actividades sobre la convivencia responsable con los animales de compañía para generar más contenido sobre el tema en medios de comunicación tradicionales.</p>
<p><b>Propósito:</b> Educación sobre la convivencia responsable con los animales de compañía a través de difusión digital, suficiente, práctica, veraz, reconocida y aceptada por los guayaquileños, donde convergen distintos actores especializados y otros participantes del tema.</p>	<p>Los custodios evidencian nuevas formas en el hacer, valorar y convivir con los animales de compañía.</p> <p>Meta: Interacción de al menos el 30% de los seguidores que realizan actividades lúdicas con sus hijos en conjunto con sus animales de compañía.</p> <p>Posicionamiento de la plataforma digital de Güeyitas informativa y de interacción continua entre organizaciones y especialistas con custodios de animales de compañía en la ciudad de Guayaquil.</p>	<p>Encuesta final a los seguidores/custodios participantes del proyecto</p> <p>Registro de posteos en redes y menciones de las cuentas de Güeyitas por los custodios al ejecutar challenges y actividades.</p> <p>Tráfico en las plataformas de Güeyitas.</p> <p>Estadísticas en redes.</p> <p>Menciones en las plataformas digitales.</p> <p>Comentarios en las actividades en las redes sociales.</p>	<p>Las organizaciones y los especialistas validan la información y los contenidos y a la plataforma Güeyitas como un canal oficial (legítimo) de información</p>
<p><b>Componentes:</b></p>			

<p><b>C1:</b> Organizaciones y especialistas se reconocieron como aliados en la causa de educar a la ciudadanía, e implementaron entre ellos y Güeyitas una estrategia de difusión y socialización de insumos comunicacionales sobre la convivencia responsable con animales de compañía.</p>	<p>Acuerdo representativo en donde al menos 5 organizaciones y 10 especialistas en temas de convivencia con animales de compañía de la ciudad de Guayaquil se comprometen a trabajar en conjunto por la causa.</p>	<p>Registro de asistencia de reuniones. Evento digital de firma de convenio de participación y cooperación entre estos actores. Integración de logos y datos de los participantes en la web oficial y redes de Güeyitas, presentándose como aliados en la educación. Registro de firmas de compromiso.</p>	<p>Existe voluntad política de las organizaciones y los especialistas para construir acuerdos y trabajar de manera coordinada educando a la ciudadanía.</p>
<p><b>C2:</b> Generados nuevos contenidos educativos digitales y reforzados los que ya existen en plataformas del proyecto Güeyitas, sobre la convivencia responsable humano-animal.</p>	<p>El número de contenidos educativos producidos y difundidos en medios digitales. Meta: 7 post semanales</p> <p>Evaluación sumativa de participantes que usan nuevos contenidos educativos producidos y difundidos por la séptima edición del PAP Güeyitas</p>	<p>Registro de Post publicados en medios digitales</p>	<p>Las organizaciones y especialistas ligadas a la convivencia responsable con animales de compañía mantienen la comunicación y se unifican para continuar trabajando en la causa.</p>
<p><b>C3:</b> Custodios están consumiendo información digital suficiente, veraz y efectiva en fuentes oficiales sobre la convivencia responsable con sus animales de compañía y evidenciándose a través de su interacción con la marca Güeyitas.</p>	<p>Se registran al menos 1000 nuevos custodios en la plataforma digital de Güeyitas que podrán continuar informándose sobre la convivencia responsable con sus animales de compañía.</p>	<p>Alcance a cuántas personas llegamos. Métricas de Redes Sociales. Participación de usuarios en las plataformas de Güeyitas.</p>	<p>Las organizaciones, los especialistas y las Instituciones Educativas motivan a sus estudiantes y ciudadanos en general a informarse a través de la plataformas de Güeyitas.</p>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 2***Desarrollo operativo del proyecto*

<b>Dimensión/componente</b>	<b>Indicador</b>	<b>Periodicidad</b>	<b>Fuente</b>
Estrategia de difusión y socialización de insumos comunicacionales en conjunto a otros actores, sobre la convivencia responsable con animales de compañía.	Reuniones con los distintos actores (5 organizaciones y 5 Profesionales) para coordinar contenido asegurando su participación.	Cada 15 días	Registro de asistencia de reuniones.
Generar nuevos contenidos educativos digitales y reforzar los ya existentes sobre la convivencia responsable humano-animal.	Tres/Cuatro contenidos lúdicos y educativos producidos y difundidos en medios digitales.	Semanal	Registro de post publicados en medios digitales
Evidenciar el consumo de los custodios de información digital suficientes, veraz y efectiva a través de su interacción con la marca Güeyitas.	Interacciones de al menos el 25% de nuestros seguidores en nuestros challenges y contenido.	Mensual	Alcance a cuántas personas llegamos.

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 3***Organizaciones y profesionales aliados de la séptima edición de Güeyitas*

<b>Aliadx</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>REPRESENTANTE</b>	<b>CONTACTO</b>
<b>ORGANIZACIONES</b>	Fundación Amigos con Cola	Javier Cevallos	Correo: amigosconcola@gmail.com Ig: @fundacionamigosconcola
	Refugio Pana	Katuska Delgado	Correo: refugiopana@gmail.com Ig: @refugio.pana
	Adopta Salva Vidas	Nathaly Simbaña	Correo: naty19990809@gmail.com Ig: adoptamishus_gye
	Cats Club Ec	Isabel Leo Wigton	Correo: catsclubec@gmail.com Ig: @catsclub_ec
	Villa Animal	Daisi Zambrano	Correo: daisytagranjera@hotmail.com Cel: 098 494 2395 Ig: @daisy.en.villa_animal
	Fundación Yo amo Animal Ec	Denise Caballero	Correo: yoamoanimales@yahoo.com Ig: @yoamoanimalesec
	Ciudad de Gatos	Carolina Mondragon	Correo: ciudaddegatosec@gmail.com Ig: @ciudaddegatos.ec
<b>PROFESIONALES</b>	Sinergia Canina	Doménica González	Correo: sdomegb@gmail.com Ig: @sinergia.canina

	Canoterapia	Fabiola Jimenez	Correo: fabijv308@gmail.com Ig: @canoterapiaec
	Animal Town	Alonso Veloz	Correo: alonsovelozherrera@gmail.com Ig: @animaltowngye
	Veterinaria de Gatos	Yadira Minchala	Correo: yadi.minchala@gmail.com Ig: @veterinariadgatos
	Veterinaria San Martin	María José Cascante Lamota	Correo: majocascantel95@gmail.com Ig: @centrovetsanmartin

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 4**

*Presupuesto de gastos realizados en la séptima edición de Güeyitas*

<b>PRESUPUESTO</b>	
Licencia Android	25
Licencia IOS	99
Pauta Sept-nov	35
Pauta Agosto	15
Programador	45
Armado de kits	85,9
Entrega de premios	10
Impresiones	40,15
Esterilización de gatos	60
Pauta Octubre	20
Entrega de premios	6,5
Iva (impuesto licencia)	11,88
Donación de comida	20
<b>TOTAL</b>	<b>473,43</b>

**Fuente:** Gastos realizados en la séptima edición de Güeyitas. Elaboración propia

**Tabla 5***Resultados previos al proyecto en el CDI “Pedacito de Cielo”*

Temática	Cumplimiento de sus necesidades (acudir al veterinario )			Entendimiento sobre la convivencia responsable con los animales de compañía			
	Mucho	Medio	Poco	Cubrir con sus necesidades	No maltratarlo físicamente	Alimentar	Todas las anteriores
<b>Opciones</b>							
<b>Número</b>	24	16	4	33	7	5	0
<b>Porcentaje</b>	54,50%	36,40%	9,10%	75%	15,90%	9,10%	0%

**Fuente:** Elaboración propi**Tabla 6***Resultados posteriores al proyecto en el CDI “Pedacito de Cielo”*

Temática	Cumplimiento de sus necesidades (acudir al veterinario )			Entendimiento sobre la convivencia responsable con los animales de compañía			
	Mucho	Medio	Poco	Cubrir con sus necesidades	No maltratarlo físicamente	Alimentar	Todas las anteriores
<b>Opciones</b>							
<b>Número</b>	36	7	1	3	1	2	38
<b>Porcentaje</b>	81,80%	15,90%	2,30%	7%	2,30%	4,50%	86,40%

**Fuente:** Elaboración propia

## Figura 4

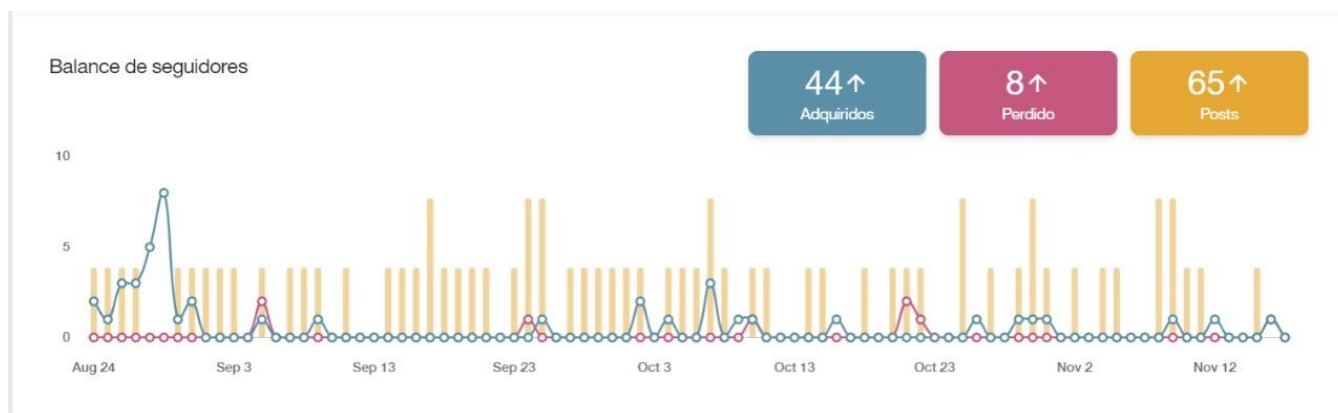
### *Métricas de crecimiento en la red social Facebook*



**Fuente:** Análíticas de Metricool, 2020

## Figura 5

### *Balance de seguidores en la red social Facebook*



**Fuente:** Análíticas de Metricool, 2020



## Figura 6

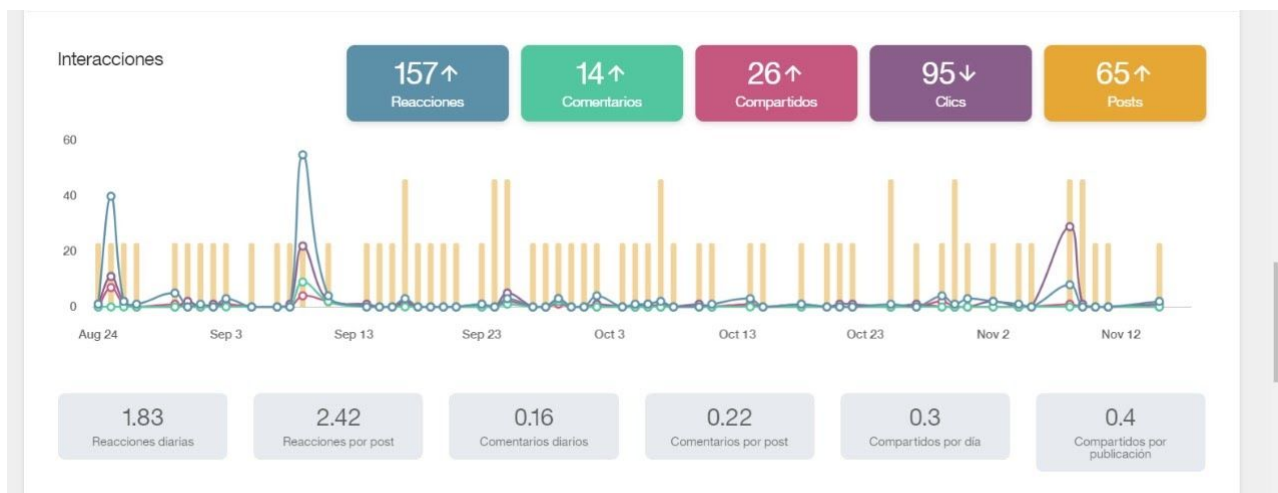
*Métricas de publicaciones en la red social Facebook*



**Fuente:** Analíticas de Metricool, 2020

## Figura 7

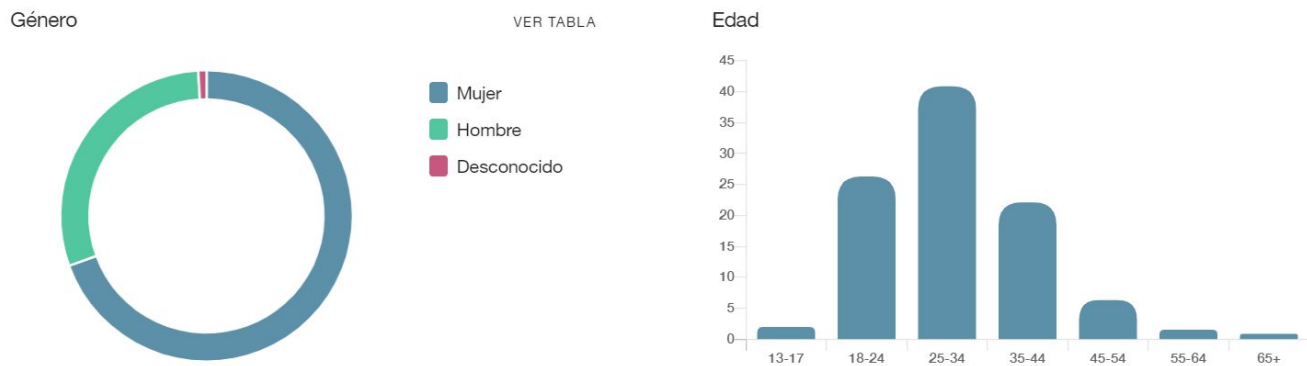
*Interacciones en la red social Facebook*



**Fuente:** Analíticas de Metricool, 2020

### Figura 8

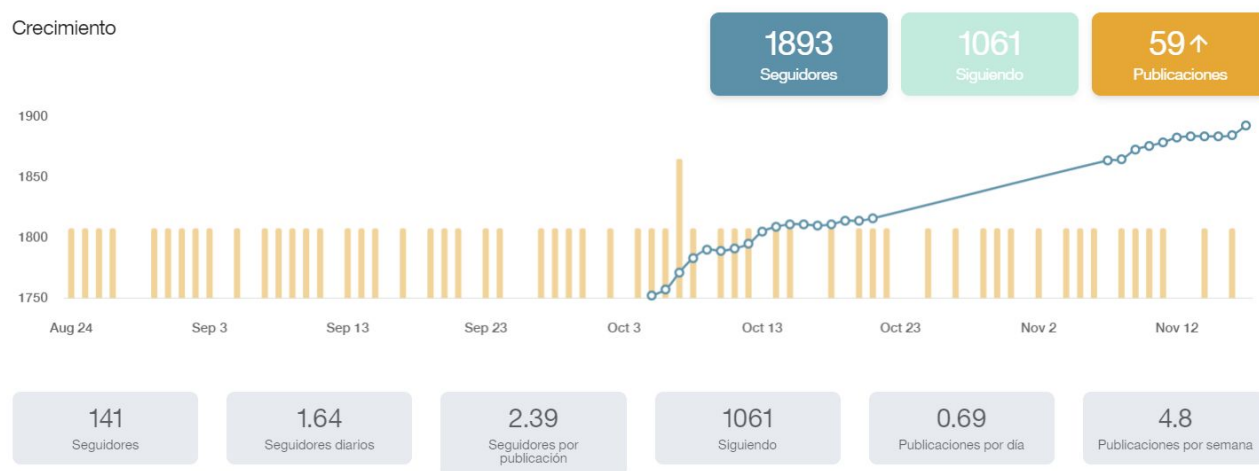
*Edades y género de los seguidores en la red social Instagram*



**Fuente:** Analíticas de Metricool, 2020

### Figura 9

*Métricas de crecimiento en la red social Instagram*



**Fuente:** Analíticas de Metricool, 2020

**Figura 10**

*Lugares de donde siguen a Güeyitas*

Seguidores por país

VER TABLA



- Ecuador
- Estados Unidos
- Colombia
- Argentina
- España
- Chile
- Brasil
- Otros

Seguidores por ciudad

VER GRÁFICO

Grupo	Cantidad
Guayaquil, Guayas Province	75.12%
Machala, El Oro Province	4.04%
Quito, Pichincha Province	3.57%
Cuenca, Azuay Province	1.05%
Milagro, Guayas Province	0.94%

**Fuente:** Analíticas de Metricool, 2020

**Figura 11**

*Métricas de la red social Instagram*

Perfil

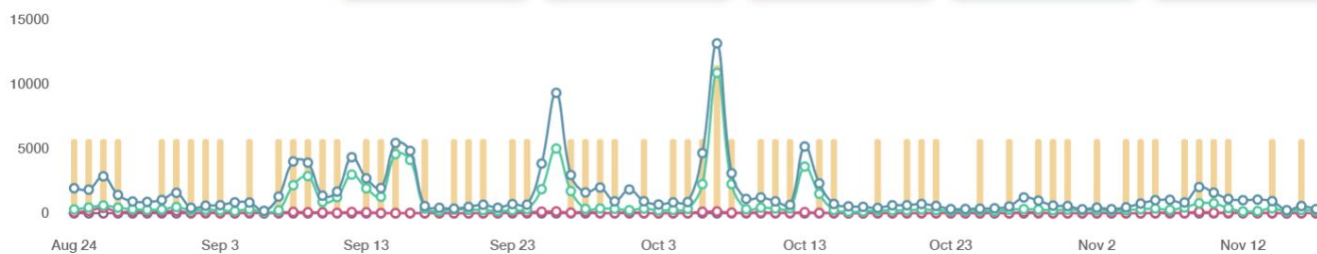
**134.94K ↑**  
Impresiones

**72.13K ↑**  
Alcance

**5064 ↑**  
Vista de perfil

**38 ↑**  
Clics en la web

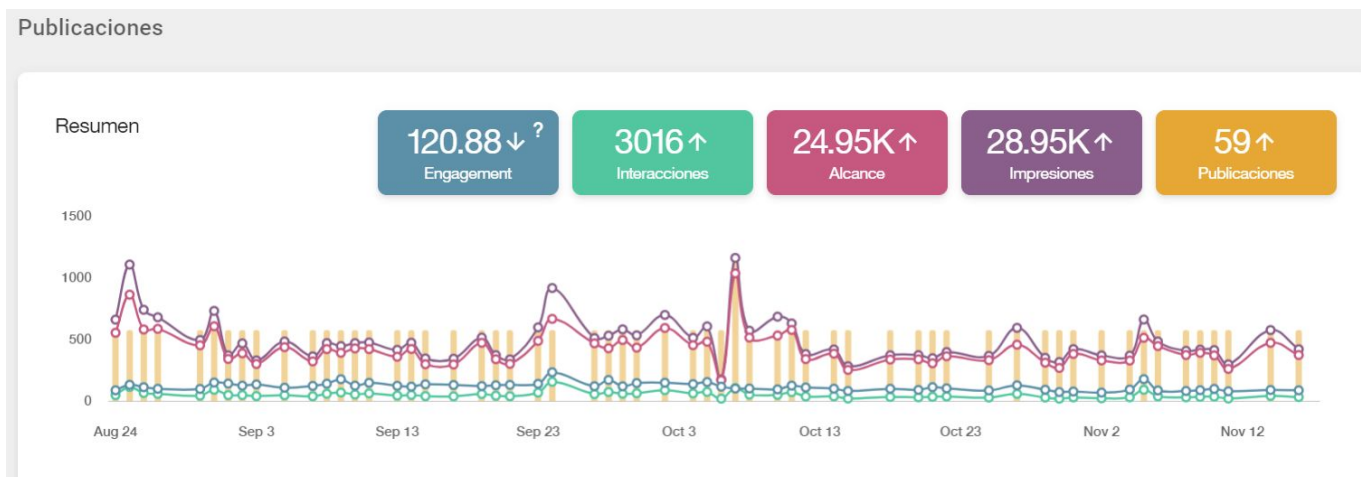
**59 ↑**  
Publicaciones



**Fuente:** Analíticas de Metricool, 2020

**Figura 12**

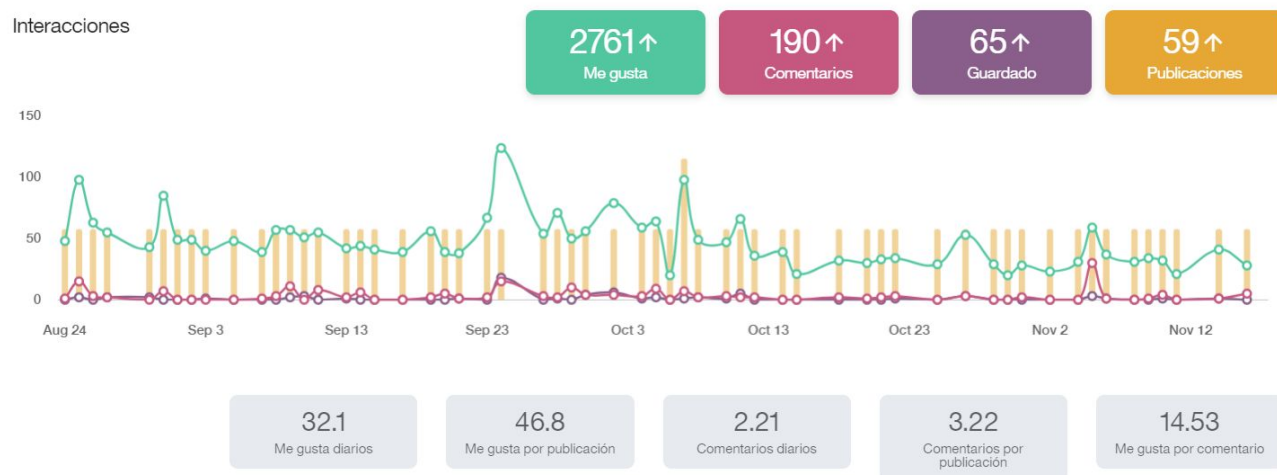
*Métricas de las publicaciones en la red social Instagram*



**Fuente:** Analíticas de Metricool, 2020

**Figura 13**

*Interacciones en la red social Instagram*








**Fuente:** Analíticas de Metricool, 2020

## Figura 14

### Lista de hashtags utilizados

Lista de hashtags ↓ DESCARGAR CSV    ☰ COLUMNAS





	Impresiones	↓	Número de post	Likes	Comentarios
#concurso 	770		5	66	5
#ganacongüeyitas 	758		7	73	6
#ganacongüeyitas 	733		4	63	13
#gatitosanos 	682		1	55	2
#aprendojugando 	665		3	57	7

Fuente: Analíticas de Metricool, 2020

## Figura 15

### Lista de publicaciones

Lista de publicaciones ↓ DESCARGAR CSV    ☰ COLUMNAS

	Fecha	Reacciones	Comentarios	Compartidos	Impresiones	Alcance	Engagement ? ↓
Sin imagen ¡No te quedes sin ser parte de este gran... MÁS VER + PROMOCIONAR	ago 25, 2020 6:30PM	40	0	7	247	195	297.44
 Sabemos que nuestros seguidores tienen un... MÁS VER + PROMOCIONAR	oct 2, 2020 8:12PM	4	0	0	30	25	200
 En personal docente y administrativo de la... MÁS VER + PROMOCIONAR	oct 14, 2020 8:49PM	3	0	1	58	29	172.41
 En personal docente y administrativo de la... MÁS VER + PROMOCIONAR	oct 29, 2020 9:15PM	4	0	2	49	37	162.16
 El pasado 7 de noviembre se realizó el cierre... MÁS VER + PROMOCIONAR	nov 8, 2020 8:59PM	2	0	0	13	13	153.85

Fuente: Analíticas de Metricool, 2020

## Figura 16

### *Analíticas de la página web de Güeyitas*



**Fuente:** Analíticas de Metricool, 2020

## Figura 17

### *Países de los visitantes de la página web de Güeyitas*



**Fuente:** Analíticas de Metricool, 2020

**Figura 18***Fuentes de tráfico de la página web de Güeyitas*

## Fuentes de tráfico

Fuente	Visitantes ↓	Porcentaje	
Directo	120	81.08%	
l.instagram.com	11	7.43%	>
facebook.com	9	6.08%	>
instagram.com	5	3.38%	>
google.com	2	1.35%	>

**Fuente:** Analíticas de Metricool, 2020

Figura 19

Compromiso entre Güeyitas y aliados



### Acuerdo de Compromiso Proyecto Güeyitas y aliados estratégicos

A través de la firma de este acuerdo, profesionales y especialistas de la convivencia con animales de compañía en Guayaquil - Ecuador, se comprometen con el proyecto Güeyitas de la Universidad Casa Grande y con la ciudadanía en general, para continuar trabajando en conjunto y mancomunadamente dentro de sus posibilidades, fomentando el bienestar de perros y gatos, a través de la educación a niños/niñas y a sus adultos inmediatos, como se ha ejecutado junto a la séptima edición del proyecto.

 Refugio Pana - Katuska delgado	 Adopta Mishus Gye - Nathaly Simbaña	 Canoterapia - Fabiola Jiménez
 Amigos con Cola - Javier Cevallos	 Villa Animal - Daisi Zambrano	 Veterinaria Animal Town - Alonso Veloz
 Yo Amo Animales Ec - Denise Caballero	 Ciudad de Gatos - Carolina Mondragon	 Veterinaria de Gatos - Yadira Minchala
 Cats Club - Isabel Leo Wigton	 Sinergia Canina - Doménica González	 Veterinaria San Martín - Maria Jose Cascante















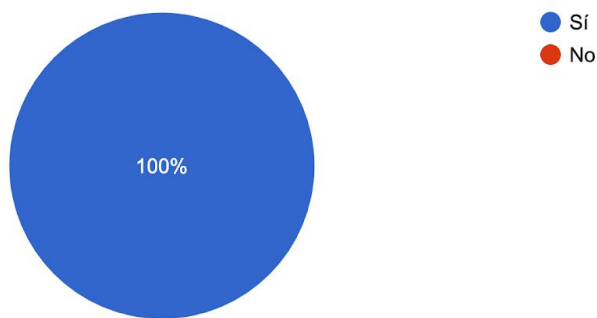




## Resultados de la encuesta final realizada al CDI “Pedacito de Cielo”

### Figura 20

*¿Su hijo mostró interés hacia los personajes de Güeyitas?*



**Fuente:** Elaboración propia

### Figura 21

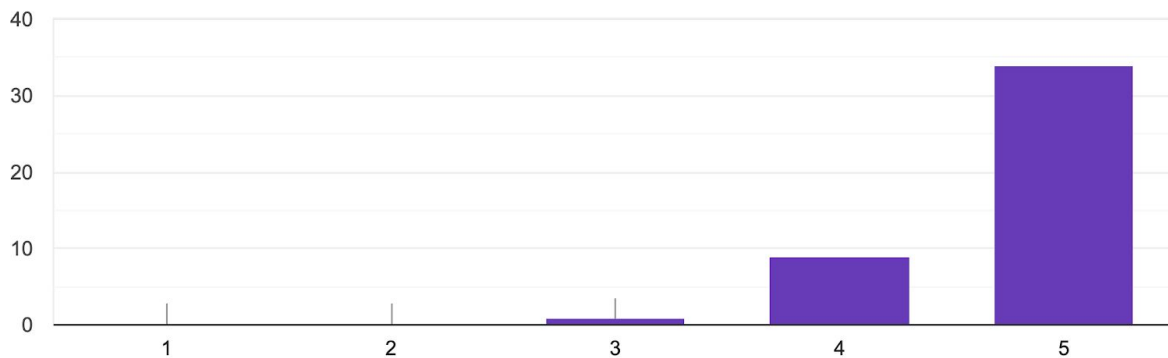
*¿Qué conocimientos considera que su hijo/a obtuvo durante el proyecto Güeyitas?*

Considero que le gusto mucho compartir con los animales, y le encanto mucho colorear y mencionar sus nombres
A compartir
Aprendió a querer mas a los animalitos y es más cariñosa
Ser cariñoso con los animalitos
Llegar amar más a los animales
ADMIRACIÓN Y RESPETO
CURIOSIDAD..CARIÑO
Mi hijo aprendió sobre el cuidado de perritos y gatitos sobretodo en el perrito porque le gustan más
Admiración por los animalitos

**Fuente:** Elaboración propia

**Figura 22**

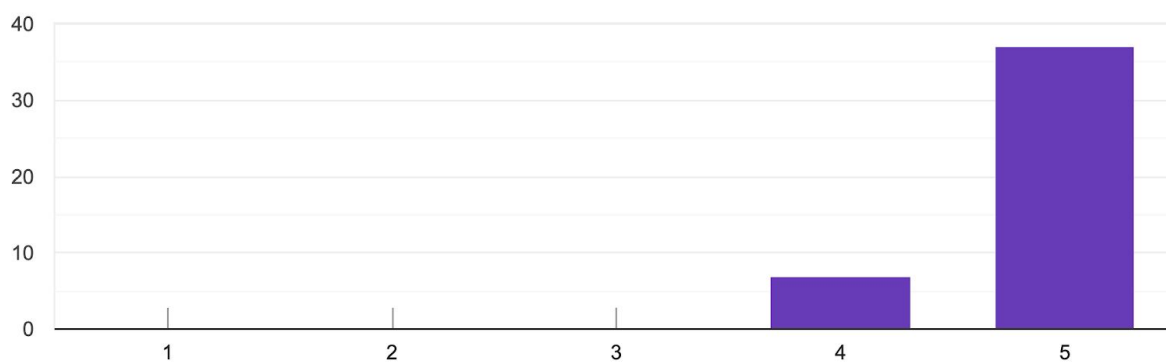
*Del 1 al 5, siendo 1 nada y 5 mucho¿A lo largo del proyecto Güeyitas cuánto crees que se ha aprendido sobre cuidados responsables con perros y/o gatos?*



**Fuente:** Elaboración propia

**Figura 23**

*Califica las actividades del proyecto Güeyitas*

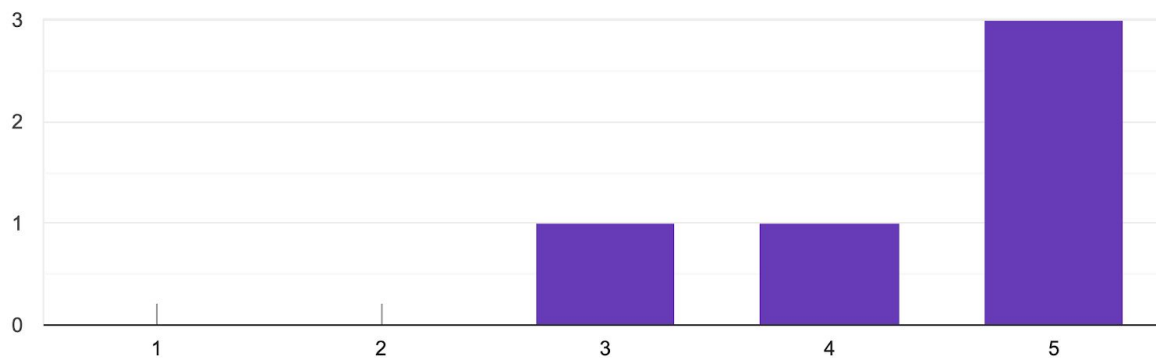


**Fuente:** Elaboración propia

## Resultados de la encuesta final a las educadoras del CDI “Pedacito de Cielo”

**Figura 24**

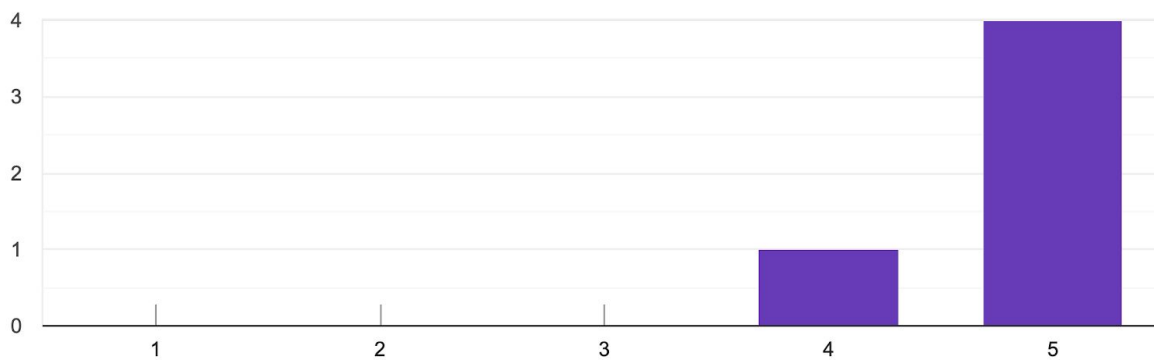
*Del 1 al 5, siendo 1 nulo interés y 5 mucho interés. Generalmente ¿Los padres de familia se vieron interesados en el proyecto?*



**Fuente:** Elaboración propia

**Figura 25**

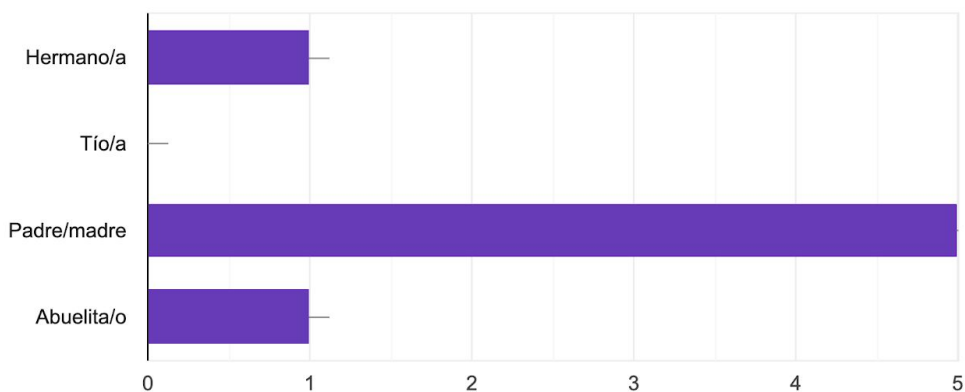
*Del 1 al 5, siendo 1 nulo interés y 5 mucho interés. Generalmente ¿Los niños/as se vieron interesados en el proyecto?*



**Fuente:** Elaboración propia

**Figura 26**

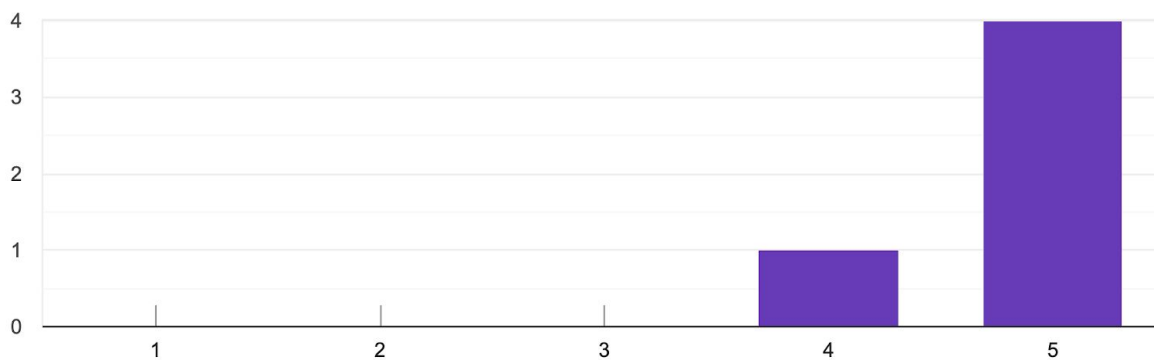
*¿Con qué familiar usualmente los niños/niñas realizaban las actividades de Güeyitas?*



**Fuente:** Elaboración propia

**Figura 27**

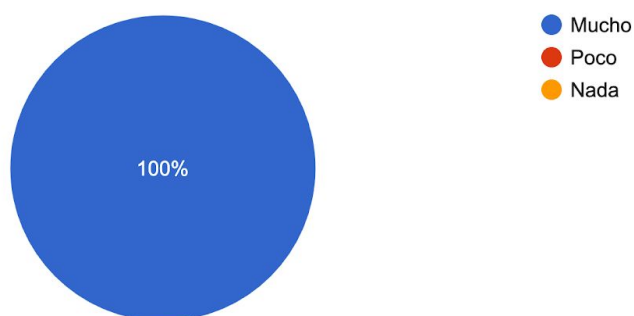
*Del 1 al 5, siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto ¿Qué tanto considera que han aprendido los niños y niñas sobre el cuidado responsable con perros y/o gatos?*



**Fuente:** Elaboración propia

**Figura 28**

*¿Considera que sus niños/niñas reconocen a los perros y gatos como seres vivos que sienten dolor?*

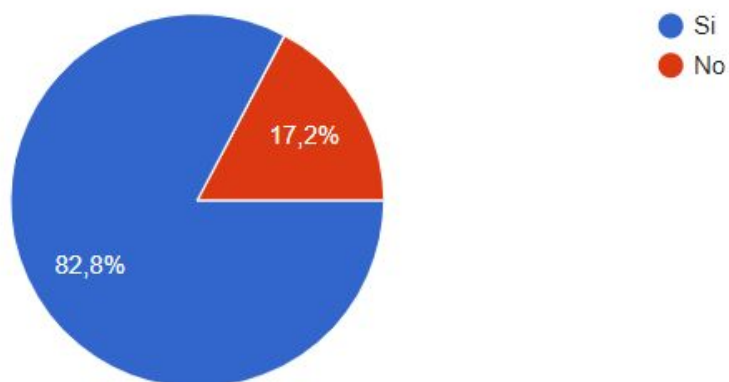


**Fuente:** Elaboración propia

**Resultados de la encuesta final realizada a los seguidores en redes de Güeyitas**

**Figura 29**

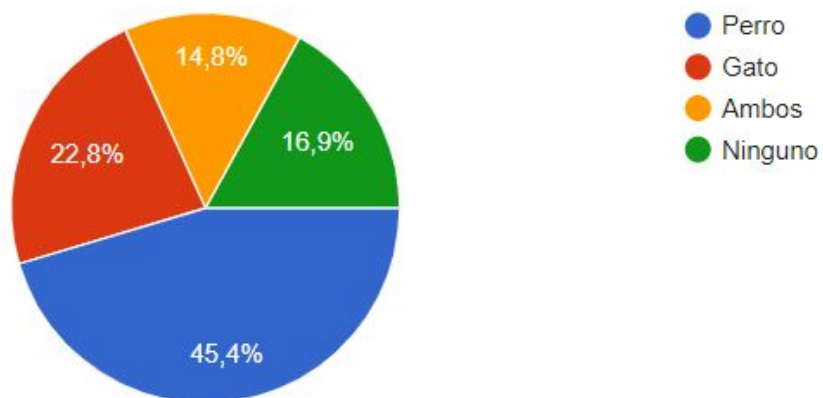
*¿Convives con un animal de compañía?*



**Fuente:** Elaboración propia

**Figura 30**

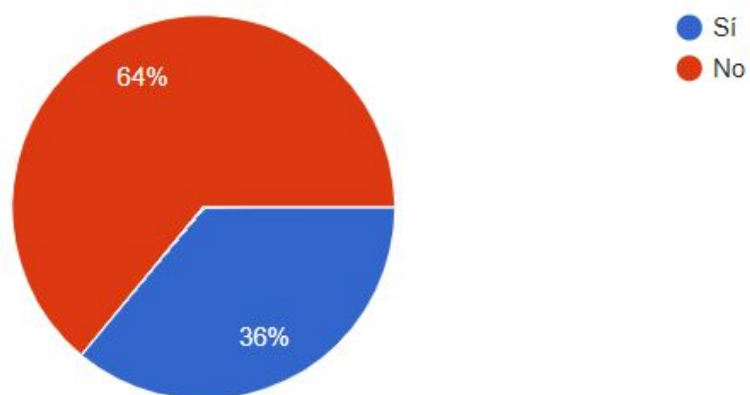
*¿Cuál es tu animal de compañía?*



**Fuente:** Elaboración propia

**Figura 31**

*¿Tiene hijos?*



**Fuente:** Elaboración propia

**Figura 32**

*¿Cómo conociste las redes sociales de Güeyitas?*

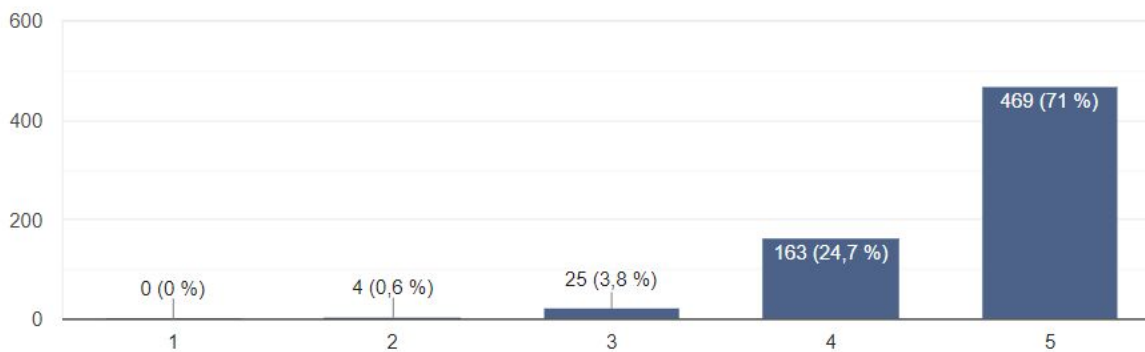
JUCSAS



**Fuente:** Elaboración propia

**Figura 33**

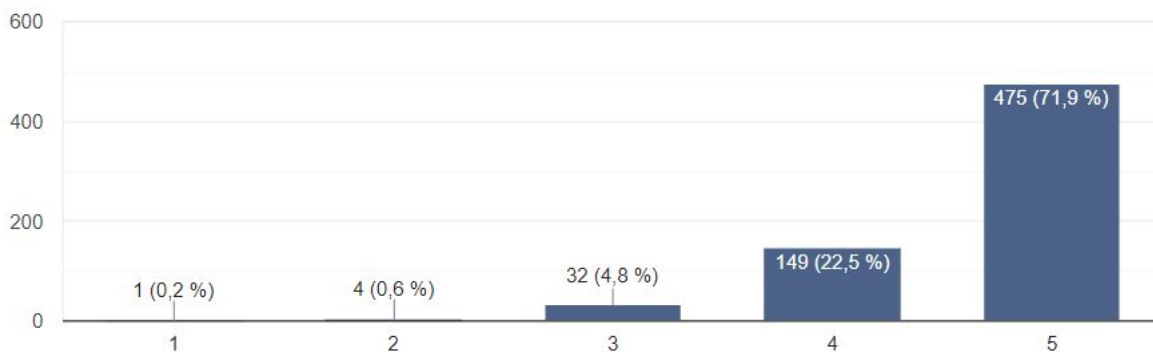
*Del 1 al 5, siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto, ¿Cuán atractivo le resulta visualmente el contenido de Güeyitas?*



**Fuente:** Elaboración propia

**Figura 34**

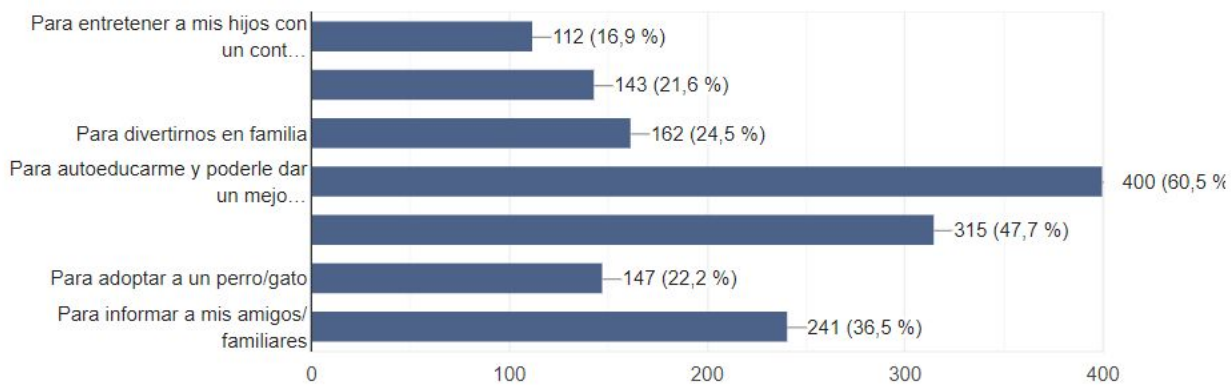
*Del 1 al 5, siendo 1 poco educativo y 5 muy educativo ¿Cuán educativo le parecen nuestras publicaciones?*



**Fuente:** Elaboración propia

**Figura 35**

*¿Qué usos le ha podido dar al contenido compartido en nuestras redes sociales?*

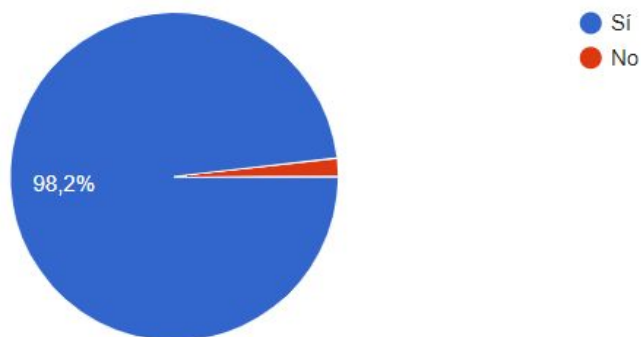


**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 36**

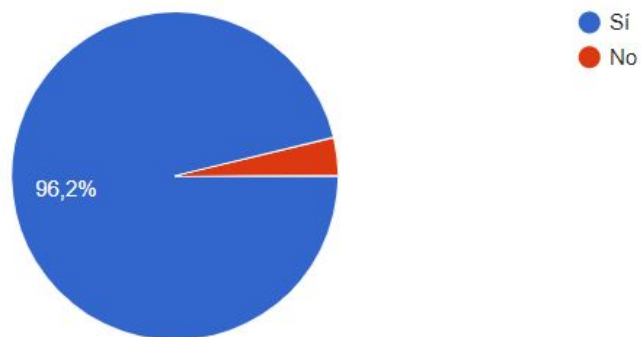
*¿Cree que las publicaciones compartidas son contenido apto y de utilidad para niños y adultos?*



**Fuente:** Elaboración propia

**Figura 37**

*¿Cree que los concursos realizados por Güeyitas, fueron aptos y de utilidad para niños y adultos?*

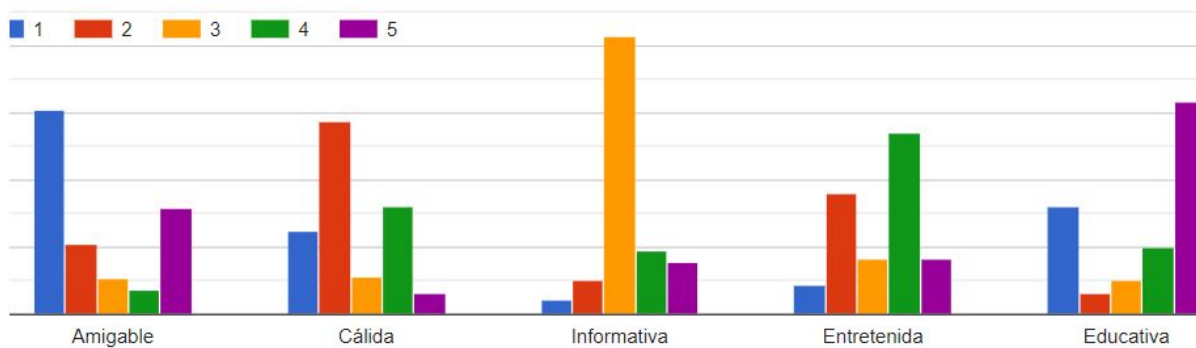


**Fuente:** Elaboración propia

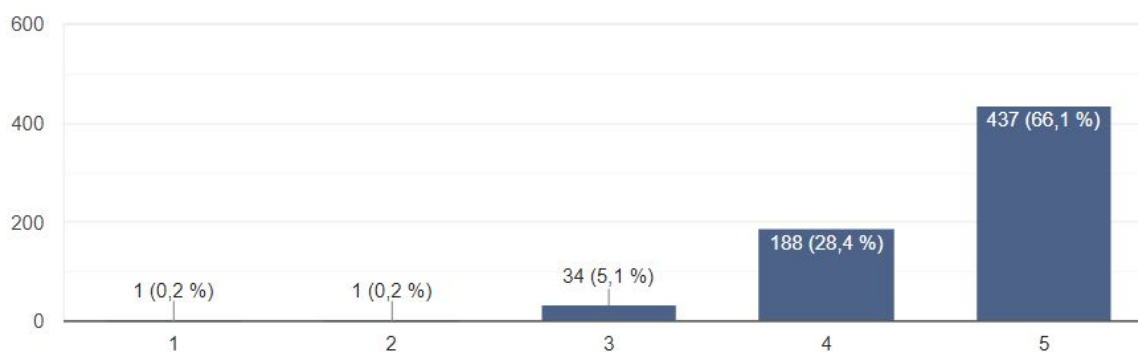
**Figura 38**

*Ordene del 1 al 5, siendo 1 la menos importante y 5 la más importante ¿Cómo describirías nuestras redes sociales?*

**Fuente:** Elaboración propia

**Figura 39**

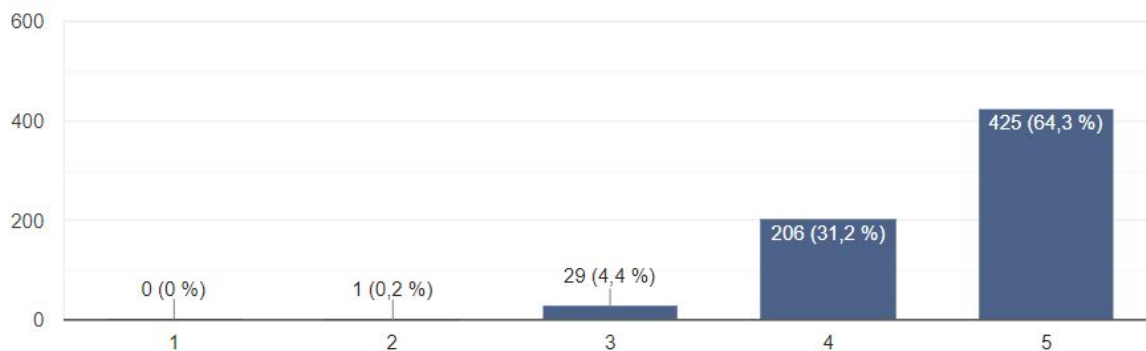
*Del 1 al 5, siendo 1 nada y 5 mucho ¿A lo largo del proyecto Güeyitas cuánto crees que has aprendido sobre convivencia y cuidados responsables con perros y/o gatos?*



**Fuente:** Elaboración propia

**Figura 40**

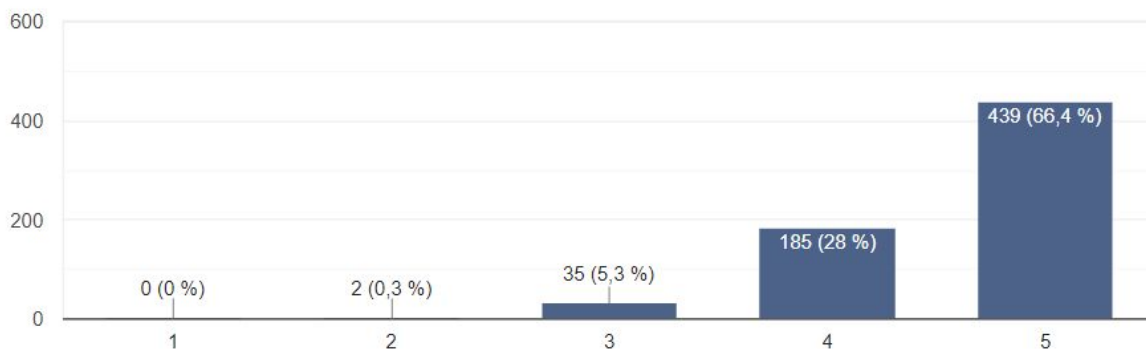
*Del 1 al 5, siendo 1 nada y 5 mucho ¿Consideras que Güeyitas te enseñó a reconocer y entender las necesidades de tu mascota?*



**Fuente:** Elaboración propia

**Figura 41**

*Del 1 al 5, siendo 1 nada y 5 mucho ¿Cuán eficiente consideras fue el mensaje transmitido por Güeyitas, sobre la importancia de las adopciones y rescate de perros y/o gatos en situación de calle?*



**Fuente:** Elaboración propia

## **Modelo de Encuestas**

### **Encuesta 1**

*Modelo de encuesta realizada previo al proyecto dentro del CDI “Pedacito de Cielo”*

**Nombre de Educadora**

**Nombre del padre/madre de familia**

**1. ¿Qué significa para usted tener una mascota (perros y/o gatos)? Señala dos opciones.**

- a. Amor y cuidados
- b. Guardián/ cuidador de la casa
- c. Responsabilidad
- d. Un animal al cual alimentar.

**2. Del 1 al 5, siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto ¿A lo largo de su vida qué tanto ha aprendido de cuidado responsable con perros y/o gatos?**

1 \_\_\_\_ 2 \_\_\_\_ 3 \_\_\_\_ 4 \_\_\_\_ 5 \_\_\_\_

**3. ¿Considera a su mascota parte de su familia?**

Sí

No

**4. Cuándo su perro y/o gato se enferma busca información o atención en...**

Veterinario

Amigos - Familiares

Redes Sociales

Páginas en internet

**5 ¿Cree necesario llevar regularmente a su mascota al veterinario (al menos dos veces al año aunque no esté enfermo)?**

Muy necesario

Medianamente necesario

Poco necesario

**6. ¿Considera necesario esterilizar (que el veterinario lo opere para evitar que se reproduzca) a su perro y/o gato?**

Muy necesario

Medianamente necesario

Poco necesario

**7. A lo largo de su vida, ha presenciado el abandono de algún perro y/o gato.**

Sí

No

**8. Si la respuesta de la anterior pregunta fue sí, ¿qué hizo al respecto?**

Denunciar a las autoridades correspondientes

Rescatar al animal

Hablar con la persona que lo estaba abandonando

Nada

**9. ¿Cuál de los siguientes animales considera animales de compañía?**

Perro/a

Gato/a

Hámster

Gallo/Gallina

Otros

**10. ¿Qué entiende por convivencia responsable con los animales de compañía?**

**Seleccione una opción.**

Alimentar a tu perro y/o gato

Cubrir todas las necesidades de tu perro y/o gato

No maltratarlo físicamente

Tener un perro y/o gato

Todas las anteriores

**11. Sabía que convivir responsablemente con un perro y/o gato trae beneficios a su salud?**

Sí

No

**12. Permite a su hijo/a tener mascota (perro y/o gato) ¿Por qué?**

Sí

No

¿Por qué?

**13. Le ha enseñado a su hijo/a que tener un perro y/o gato es una responsabilidad.**

Sí

No

**14. ¿Qué autoridad considera usted que está encargada de garantizar el bienestar animal de perros y gatos de la ciudad?**

Gobierno Autónomo Descentralizado(Municipio)

Policía Nacional del Ecuador

Ministerio del Ambiente

No sé

**15. ¿Sabe usted a qué institución debe acudir cuando quiere denunciar maltrato animal?**

Municipio de su ciudad

Prefectura

Policía Nacional del Ecuador

No sé

**Encuesta 2**

*Modelo de encuesta realizada posterior al proyecto dentro del CDI “Pedacito de Cielo”*

**1. ¿Qué entiende por convivencia responsable con los animales de compañía?**

Alimentar a tu perro y/o gato

Cubrir todas las necesidades de tu perro y/o gato

No maltratarlo físicamente

Todas las anteriores

**2. ¿Considera que tener a su cargo un perro y/o gato es una responsabilidad?**

Sí

No

**3. ¿Considera que no cumplir con las necesidades básicas de su mascota es maltrato animal? ¿Por qué ?**

Sí

No

¿Por qué?

**4. ¿Cree necesario llevar regularmente a su mascota al veterinario (al menos dos veces al año aunque no esté enfermo)?**

Muy necesario

Medianamente necesario

Poco necesario

**5. ¿Consideras que puedes detectar maltrato animal cuando lo ves?**

Con facilidad

Con dificultad

No podría detectarlo

**6. ¿Qué tan necesario crees que es la adopción de perros y/o gatos en situación de calle?**

Muy necesario

Medianamente necesario

Poco necesario

**7. ¿Qué tan dispuesto estarías en rescatar un gato de la calle y brindarle un hogar?**

Muy dispuesto \_\_\_\_\_

Medianamente dispuesto \_\_\_\_\_

Poco dispuesto \_\_\_\_\_

**8. ¿Considera que tener una mascota cerca de su hijo/a le aporta beneficios? ¿Por qué?**

Sí



No

¿Por qué?

**9. ¿Su hijo/a mostró interés hacia los personajes de Güeyitas?**

Sí

No

**10. En estos dos meses de aprendizaje, ¿qué conocimientos considera que su hijo/a obtuvo durante el proyecto Güeyitas?**

Pregunta abierta \_\_\_\_\_

**11. En estos dos meses de aprendizaje, ¿qué conocimientos considera que usted obtuvo durante el proyecto Güeyitas?**

Pregunta abierta \_\_\_\_\_

**12. Del 1 al 5, siendo 1 nada y 5 mucho¿A lo largo del proyecto Güeyitas cuánto crees que has aprendido sobre cuidados responsables con perros y/o gatos?**

1 \_\_\_\_ 2 \_\_\_\_ 3 \_\_\_\_ 4 \_\_\_\_ 5 \_\_\_\_

**13. Califica las actividades del proyecto Güeyitas del 1 al 5, siendo 1 malo y 5 bueno**

1 \_\_\_\_ 2 \_\_\_\_ 3 \_\_\_\_ 4 \_\_\_\_ 5 \_\_\_\_

**14. Califica las herramientas (tarjetas didácticas, imprimibles, audiocuentos) del proyecto Güeyitas del 1 al 5, siendo 1 malo y 5 bueno**

1 \_\_\_\_ 2 \_\_\_\_ 3 \_\_\_\_ 4 \_\_\_\_ 5 \_\_\_\_

### Encuesta 3

*Encuesta final a las educadoras del CDI conforme el proyecto*

- 1. Los niños reconocieron a los personajes de Güeyitas en el transcurso y al finalizar las actividades del proyecto.**

Sí

No

- 2. Del 1 al 5, siendo 1 nulo interés y 5 mucho interés ¿Los padres de familia se vieron interesados en el proyecto?**

1 \_\_\_\_ 2 \_\_\_\_ 3 \_\_\_\_ 4 \_\_\_\_ 5 \_\_\_\_

- 3. Del 1 al 5, siendo 1 no se comprometió y 5 completamente comprometidos ¿Qué tan comprometidas estuvieron los padres de familia durante el proyecto?**

1 \_\_\_\_ 2 \_\_\_\_ 3 \_\_\_\_ 4 \_\_\_\_ 5 \_\_\_\_

Se mostró interés por parte de las familias

- 4. Del 1 al 5, siendo 1 nulo interés y 5 mucho interés ¿Los niños/as se vieron interesados en el proyecto?**

1 \_\_\_\_ 2 \_\_\_\_ 3 \_\_\_\_ 4 \_\_\_\_ 5 \_\_\_\_

- 5. Con qué familiar el niño/niña realizaban las actividades de Gueyitas**

Hermano/a

Tío/a

Padre/madre

Abuelitos

Otros

6. **Del 1 al 5, siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto ¿ Qué tanto considera que han aprendido los niños y niñas sobre el cuidado responsable con perros y/o gatos?**
- 1 \_\_\_\_ 2 \_\_\_\_ 3 \_\_\_\_ 4 \_\_\_\_ 5 \_\_\_\_
7. **¿Considera que los niños y niñas reconocen a los perros y gatos como seres vivos que sienten dolor?**
- Mucho
- Poco
- Nada
8. **Del 1 al 5, siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto ¿ Qué tanto considera que los tutores han aprendido sobre el cuidado responsable con perros y/o gatos?**
- 1 \_\_\_\_ 2 \_\_\_\_ 3 \_\_\_\_ 4 \_\_\_\_ 5 \_\_\_\_
9. **Del 1 al 5, siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto. ¿Qué tan necesario es continuar realizando y reforzando este tipo de actividades en casa?**
- 1 \_\_\_\_ 2 \_\_\_\_ 3 \_\_\_\_ 4 \_\_\_\_ 5 \_\_\_\_
10. **¿Usted recomendaría al proyecto Gueyitas? ¿Por qué?**
- Sí
- No
- Por qué

**Encuesta 4**

*Modelo de encuesta realizada al final del proyecto a los seguidores de las redes sociales de Güeyitas*

**Nombre de la cuenta del seguidor**

\_\_\_\_\_

**1. Edad**

\_\_\_\_\_

**2. Sexo**

Masculino \_\_

Femenino \_\_

**3. ¿Convives con un animal de compañía? Si tu respuesta es negativa pasa a la pregunta 6**

Sí

No

**4. Tienes como animal de compañía:**

Perro

Gato

Ambos

**5. Cuántos animales de compañía viven contigo en total:**

1 \_\_ 2 \_\_ 3 \_\_ Más de 3 \_\_

**6. ¿Tienes hijos? Si tu respuesta fue no, por favor continúa a la pregunta 8**

Sí

No

**7. ¿En qué rango de edad se encuentran tus hijos? Señala el número de hijos por edad:**

De 0 a 3 años \_\_\_\_ de 4 a 7 años \_\_\_\_ de 8 a 11 años \_\_\_\_ de 12 en adelante \_\_\_\_

**8. ¿Cómo conociste las redes sociales de Güeyitas?**

Un amigo/familiar me lo recomendó

Un amigo/familiar me etiquetó en una publicación

Un amigo/familiar los etiquetó en una de sus historias

Por una publicación/historia redes de de una fundación/organización

Por una publicación/historia redes de de un micro influencer/influencer

Por una publicación/historia en redes de la Universidad Casa Grande

Por medio de su página web

Por medio de anuncios en redes sociales

Otros (especifique)

**9. Del 1 al 5, siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto, ¿Cuán atractivo le resulta visualmente el contenido de Güeyitas?**

1 \_\_\_\_ 2 \_\_\_\_ 3 \_\_\_\_ 4 \_\_\_\_ 5 \_\_\_\_

**10. Del 1 al 5, siendo 1 poco interesante y 5 muy interesante, ¿Cuán interesante le resulta el contenido generado en las redes de Güeyitas?**

1 \_\_\_\_ 2 \_\_\_\_ 3 \_\_\_\_ 4 \_\_\_\_ 5 \_\_\_\_

**11. Del 1 al 5, siendo 1 poco educativo y 5 muy educativo ¿Cuán educativo le parecen nuestras publicaciones?**

1 \_\_\_\_ 2 \_\_\_\_ 3 \_\_\_\_ 4 \_\_\_\_ 5 \_\_\_\_

**12. ¿Qué usos le ha podido dar al contenido compartido en nuestras redes sociales?**

Puede escoger más de 1 opción.

- \_ Para entretener a mis hijos con un contenido educativo y divertido
- \_ Para educar a mis hijos sobre cómo cuidar y tratar correctamente a los perros/gatos
- \_ Para divertirnos en familia
- \_ Para autoeducarse y poderle dar un mejor trato a mi perro/gato
- \_ Para obtener información de fundaciones/organizaciones que ayuden a animales en situación de calle
- \_ Para adoptar a un perro/gato
- \_ Para informar a mis amigos/familiares

**13. ¿Cree que las publicaciones compartidas son contenido apto y de utilidad para niños y adultos?**

Sí

No

**14. Participó en algún concurso de Güeyitas?**

Sí

No

**15. ¿Cree que los concursos realizados por Güeyitas, fueron aptos y de utilidad para niños y adultos?**

Sí

No

**16. Ordene del 1 al 5, siendo 1 la cualidad menos importante y 5 la cualidad más importante ¿Cómo describirías nuestras redes sociales? Puede escoger más de 1 opción.**

Amigable ( )

Cálida ( )

Informativa ( )

Entretenida ( )

Educativa ( )

**17. Del 1 al 5, siendo 1 nada y 5 mucho ¿A lo largo del proyecto Güeyitas cuánto crees que has aprendido sobre convivencia y cuidados responsables con perros y/o gatos?**

1 \_\_\_\_ 2 \_\_\_\_ 3 \_\_\_\_ 4 \_\_\_\_ 5 \_\_\_\_

**18. Del 1 al 5, siendo 1 nada y 5 mucho ¿Consideras que Güeyitas te enseñó a reconocer y entender las necesidades de tu mascota?**

1 \_\_\_\_ 2 \_\_\_\_ 3 \_\_\_\_ 4 \_\_\_\_ 5 \_\_\_\_

**19. Del 1 al 5, siendo 1 nada y 5 mucho ¿ Cuán eficiente consideras fue el mensaje transmitido por Güeyitas, sobre la importancia de las adopciones y rescate de perros y/o gatos en situación de calle?**

1 \_\_\_\_ 2 \_\_\_\_ 3 \_\_\_\_ 4 \_\_\_\_ 5 \_\_\_\_

**20. Cuéntanos en pocas palabras qué fue lo que más te gustó o te impactó de esta edición de Güeyitas.**

Pregunta abierta