



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL



UNIVERSIDAD CASA GRANDE

TÍTULO DEL PROYECTO

Sistematización de experiencia de la creación de una nueva herramienta y posicionamiento de las redes sociales del Proyecto Güeyitas, para educar a niños y sus adultos inmediatos sobre convivencia responsable con animales de compañía en Guayaquil - Ecuador durante el 2021.

Equipo interdisciplinario:

Nadia Nicole Herrera

Daniel Allauca

Adrian Maricio Barrionuevo

Dunia Velastegui

Lorena Méndez Medina

Saud Montoya

Saul Mejia

Guías del Proyecto

Mgtr. Anyelina Veloz

Lcda. Gabriela Landivar

GUAYAQUIL, ECUADOR

Noviembre, 2021



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL



UNIVERSIDAD CASA GRANDE

SUBTÍTULO

Sistematización del proceso de creación de contenido e implementación de nuevas plataformas digitales para la octava edición del Proyecto de Aplicación Profesional Güeyitas en Guayaquil - Ecuador durante el 2021.

Para optar al grado de:

Licenciatura en Comunicación Social en mención Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional

Elaborado por:

Nadia Nicole Herrera Mayorga

Guías del Proyecto

Mgtr. Anyelina Veloz

Lcda. Gabriela Landivar

GUAYAQUIL, ECUADOR

Noviembre, 2021



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL



Universidad
Casa Grande

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, NADIA NICOLE HERRERA MAYORGA, autor del trabajo de titulación “Evaluación del proceso de creación de contenido e implementación de nuevas plataformas digitales para la octava edición del Proyecto de Aplicación Profesional Güeyitas”, 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.

Nadia Herrera

NADIA NICOLE HERRERA MAYORGA
C.I. 0951055367



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL



Universidad
Casa Grande

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

NADIA NICOLE HERRERA MAYORGA, en calidad de autor y titular del trabajo de titulación “Evaluación del proceso de creación de contenido e implementación de nuevas plataformas digitales para la octava edición del Proyecto de Aplicación Profesional Güeyitas”, 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.

Nadia Herrera

NADIA NICOLE HERRERA MAYORGA
C.I. 0951055367

Resumen

Güeyitas es un Proyecto de Aplicación Profesional con una extensa trayectoria que comienza en el año 2016. Tiene como propósito capacitar y comunicar por medio de la técnica de aprendizaje, gamificación, acerca de la importancia de la convivencia responsable con los animales de compañía. Sus recursos didácticos están dirigidos a niños, niñas entre los 5 y 12 años de edad y sus adultos inmediatos.

Durante el 2021, su octava edición desarrolló las actividades propuestas por medio de dos modalidades: online y presencial debido a que en determinadas acciones la agrupación de personas no era factible para garantizar la seguridad y salud de todos los participantes al desenvolverse en un contexto de pandemia a causa de la enfermedad COVID-19.

De la misma manera que sus ediciones anteriores, Güeyitas desarrolló una nueva herramienta la cual fue impartida a la comunidad. De igual manera, se potenciaron las herramientas existentes a través de la difusión de plataformas online con el propósito de que sean de fácil acceso para cualquier persona que desee instruirse sobre la convivencia responsable con animales de compañía, las veces que sean necesarias.

Finalmente, se decidió integrar nuevos aliados estratégicos para asegurar a los consumidores que la información que brinda el proyecto es veraz. Este documento, recoge la experiencia de sus ejecutores y el proceso experimentado que se llevó a cabo durante el año 2021.

Palabras Claves

Animal de compañía, bienestar animal, convivencia responsable, relación humano-animal, herramientas digitales, herramientas educativas, redes sociales, guía de rescate, gamificación.

Abstract

Güeyitas is a Professional Application Project with an extensive trajectory that began in 2016. Its purpose is to train and communicate through the learning technique, gamification, about the importance of responsible coexistence with pets. Its didactic resources are aimed at children between 5 and 12 years old and their immediate adults.

During 2021, its eighth edition developed the proposed activities through two modalities: online and face-to-face because in certain actions the grouping of people was not feasible to ensure the safety and health of all participants considering the present context in which people live a pandemic caused by the disease COVID-19.

As in previous editions, Güeyitas developed a new tool which was meant to teach the community. Similarly, the existing tools were enhanced by spreading them using online platforms in order to make them easily accessible to anyone who wishes to learn about responsible coexistence with pets, as many times as necessary.

Finally, it was decided to integrate new strategic allies to assure consumers that the information provided by the project is accurate. This document gathers the experience of its executors and the experimental process that was carried out during the year 2021.

Key words

Companion animals, responsible coexistence, human-animal relationship, digital tools, educational tools, social media, rescue guide, gamification.

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 violentado ni vulnerado, ya que todos estaban de acuerdo en poder brindarnos sus opiniones de manera voluntaria. En el caso de las entrevistas realizadas, se les consultó a los participantes si sus nombres podrían ser expuestos o si querían que fuera anónimo.

En caso de que no se sintieran seguros a gusto de responder alguna pregunta no habría ningún problema. Así mismo ellos estaban libremente a emitir cualquier comentario de forma abierta acorde a sus percepciones teniendo en cuenta que cada respuesta era importante para nuestra investigación. Toda la información obtenida como resultado provino de expertos y de la comunidad la cual fue parte del proyecto desde diferentes perspectivas la cual nos ha permitido conocer más a fondo sobre nuestra investigación.

Índice

Antecedentes y Contexto de la Experiencia	10
Hipótesis de mejora	14
Reconstrucción Histórica de la Experiencia	17
La investigación en acción	18
Herramientas	20
Entrevistas	20
Encuestas	21
Resultado de Encuestas	21
Resultados de Entrevistas	21
Conclusiones	22
Proyecto Güeyitas 2021	23
Redes Sociales	24
Instagram y Facebook	24
Lives de Instagram	25
Reels de Instagram	26
Influencers: estrategia en la red social Instagram	26
Concursos de Güeyitas VIII en redes sociales	27
Nuevas redes sociales	28
Tik tok	28
Spotify	29
Innovación VIII edición:	30

Elaboración de nueva herramienta digital	31
Socialización de la herramienta gamificada “Generación G al rescate”	31
Membresía Güeyitas	32
Aliados estratégicos y Güeyitas.	33
Auspiciantes	34
Acercamiento a la Jefatura de Bienestar Animal - M.I. Municipal de Guayaquil	35
Convenio entre Güeyitas y la UCG	36
Campaña de Guerrilla	38
Güeyitas y los gatos de la UCG	39
Análisis e Interpretación crítica de la experiencia	40
Evaluación Individual de Componentes o Actividades	40
Sistematización de la creación de contenido e implementación de nuevas plataformas digitales para la octava edición del Proyecto de Aplicación Profesional Güeyitas en Guayaquil - Ecuador durante el 2021.	41
Evaluación de la creación de contenido e implementación de nuevas plataformas digitales para la octava edición del Proyecto de Aplicación Profesional Güeyitas en Guayaquil - Ecuador durante el 2021.	45
Conclusiones	47
Recomendaciones	47
Referencia Bibliográfica	50
Anexos	57

Antecedentes y Contexto de la Experiencia

El bienestar animal es un concepto complejo con distintas dimensiones científicas, éticas, sociales, religiosas, culturales y políticas que ha sido mundialmente aceptado y empleado por muchos países y organizaciones internacionales que se preocupan por construir y garantizar una sociedad, que se encuentre constantemente preocupada por promover el trato ético y respeto del bienestar de los animales de compañía.

De acuerdo a autores como Fraser y Broom (1990), el bienestar animal se lo define como aquel estado completo de salud física y mental, el cual permite a las personas manifestar su propio comportamiento natural frente a los animales que se encuentran bajo cualquier condición. El bienestar busca liberar a los animales de dolores, enfermedades, sufrimiento, traumatismo, miedo y más (Fraser y Broom, 1990).

Por otro lado, Shavishinsky (2013) define a los animales de compañía como aquellos animales que se encuentran bajo el control del ser humano, relacionándolos a un hogar y manteniendo proximidad con este, así como compartiendo un vínculo de intimidad, cuidado y atención. A su vez, resulta importante mencionar que Gómez, Atehortula & Orozco (2021) definen a los custodios como las personas que se encuentran a cargo de la vigilancia, supervisión y asistencia de los animales de compañía, siendo responsables de velar por el bienestar y la seguridad de ellos.

En la ciudad de Guayaquil se ha determinado que existe un porcentaje abismal de los animales que deambulan libremente por las calles, parques y avenidas de la ciudad. Diariamente se encuentran expuestos a consecuencias negativas de parte de los seres humanos e incluso otros animales, como ataques, transmisiones de enfermedades y contaminación dentro de los espacios públicos. Este estilo de vida, perjudica también la salud

del propio animal de compañía, debido a que están constantemente propensos a enfrentarse a peligros y no tener una fuente constante de alimentación.

En los dos últimos años, hasta el presente, nuestro país ha estado atravesando una emergencia sanitaria desde la llegada del COVID-19. Esta enfermedad ha afectado no solo la vida de los ecuatorianos y sus familiares, sino también la de los animales que han sido abandonados. De acuerdo a la revista “La Hora”, el abandono de los perros se ha incrementado en un 90% a raíz de la pandemia. Ocasionado que los casos de abandono aumenten de 1 a 10 diarios. Valeria Álvarez, coordinadora de bienestar de Protección Animal Ecuador (PAE), expresa que el motivo más frecuente en los casos abandonos es debido a la falta de recursos, por el aumento de pérdida de empleo en los últimos años (La Hora, 2021).

Según un estudio realizado en el Ecuador existen aproximadamente 600 mil animales de compañía (perros y gatos) que se encuentran en las calles, soportando el hambre, frío y lluvia. Shady Heredia, coordinadora de las campañas de Protección Animal Ecuador (PAE), señala que lo más preocupante de este dato, es que la gran mayoría de los animales que se encuentran abandonados en este momento, alguna vez tuvieron un hogar y una familia (Universidad San Francisco de Quito, 2019).

Se ha vuelto muy común dentro de la ciudad de Guayaquil ver a los animales abandonados y hurgando entre los basureros para poder alimentarse con los restos de comida. De acuerdo al diario Expreso, muchos de ellos se encuentran en pésimas condiciones de salud causado por garrapatas, sarna, gusaneras y por fracturas externas e internas (Diario Expreso, 2021).

En la actualidad son varias campañas a nivel nacional e internacional que buscan concientizar a la ciudadanía sobre la convivencia responsable con los animales de compañía, campañas que a partir de la pandemia ocasionada por el COVID-19 han cogido fuerzas

dentro de la comunidad. Por ejemplo, la campaña gráfica realizada en Filipinas por la asociación CARA Welfare llamada “Mismo perro, dueño diferente”, la cual busca concientizar al público sobre el abandono que muchos perros y gatos sufren, situación que deja su suerte de lado.

Así mismo, a nivel nacional se está desarrollando una campaña de concientización en la ciudad de Quito, llamada Convivencia Responsable con la Fauna Urbana de Calderón, la cual tiene como objetivo lograr una convivencia responsable con la fauna urbana, mejorando la calidad de vida de los animales en condición de abandono y en general, de animales de compañía. La fundación animalista Refugio PANA, elaboró un mapa de la ciudad de Guayaquil, en donde se pueden distinguir los sectores con mayor abandono animal, categorizando como “zonas rojas”. Este registro se realizó con ayuda de reportes recibidos y los rescates realizados.

A pesar de que son varias las campañas sobre el respeto hacia los animales de compañía que se han llevado a cabo, las personas siguen sin considerar el bienestar animal como un aspecto importante dentro de sus vidas. Cristina Freire, directora de la fundación 4 patas, opina que la ignorancia en los procesos y el temor a que otra persona tome represalias son factores que influyen en la falta de denuncias de la ciudadanía respecto al maltrato animal. Sin embargo, a pesar de la falta de denuncias o del desconocimiento en los procesos, es válido mencionar que gracias a la última reforma del Código Integral Penal, las sanciones para quienes maltraten animales se han endurecido.

Para el Proyecto de Aplicación Profesional de Güeyitas es importante trabajar en esta problemática, para que en un futuro se pueda acabar con aquellos ciclos de violencia evidenciados en la sociedad, que empiezan desde la convivencia con los animales y se extienden hacia las familias y su entorno. Por lo que edición tras edición se ha trabajado para

desarrollar e implementar distintas herramientas gamificadas, enfocadas a niños y niñas de 5 a 12 años, con el objetivo de concientizarlos desde temprana edad sobre la convivencia responsable con los animales de compañía.

Sin embargo, a pesar de los años y ediciones que posee este proyecto gamificado, es evidente el desconocimiento de la ciudadanía guayaquileña acerca de las herramientas, actividades y fuentes de información veraz que ha construido el PAP Güeyitas, para una mejor convivencia con los animales de compañía. Las personas no poseen conocimiento sobre el proyecto Güeyitas, confundiendola en ocasiones con fundaciones o centros de adopción. Por tal motivo el principal objetivo de la octava edición del PAP Güeyitas es posicionar el proyecto como una fuente de información veraz para que los ciudadanos de Guayaquil aprendan e implementen una convivencia responsable con animales de compañía.

Se ha escogido la ciudad de Guayaquil para poder desarrollar el proyecto Güeyitas, teniendo como grupo objetivo principal a niños entre los 5 y 8 años de edad, para que por medio de estos se pueda llegar a los padres de familia custodios de al menos un animal de compañía. A su vez, con la finalidad de poder obtener mayor alcance y credibilidad a la hora de transmitir la información, se ha buscado colaborar con distintos aliados estratégicos que aporten en distintos frentes, como lo es la creación de contenido o la construcción de las herramientas gamificadas.

Hipótesis de mejora

Luego de haber realizado la investigación y contextualizado la problemática del maltrato animal en Guayaquil, así como las causas y efectos de la misma, se estableció en contribuir a la disminución de los ciclos de violencia en la sociedad que empiezan desde la convivencia con los animales de compañía y se extienden hasta las familias.

Por lo tanto el propósito de la octava edición es posicionar a Güeyitas como una plataforma educativa de información veraz para que los ciudadanos de Guayaquil aprendan e implementen una convivencia responsable con los animales de compañía.

Para lograrlo, se propone crear contenido informativo, entretenido y emotivo educativo 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 complementarse con los aliados estratégicos que exista más información verificada 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 producidos y difundidos en los medios digitales de Güeyitas, se plantea como meta de tres a cinco publicaciones semanales en cada medio.

Seguido de esto, se implementan nuevas redes sociales como Tik Tok, Spotify y se utiliza la herramienta Reels de Instagram para la viralización del contenido. Realizar lives en las plataformas digitales de Güeyitas en conjunto con especialistas veterinarios, en el cual se dialogue acerca del bienestar y convivencia de los animales de compañía para despejar las dudas de los custodios.

Adicionalmente, la octava edición de Güeyitas busca construir una herramienta que

ayude a los animales que se encuentran sin un hogar establecido. Es por esto que se llevó a cabo la elaboración de un manual, que indica a los adultos y niños de la ciudad de Guayaquil (padres de familia y sus hijos o docentes y alumnos) los pasos para rescatar a un animal de compañía que no posee un hogar establecido, junto con la creación de un kit, el cual tendrá las herramientas necesarias para rescatar a un animal de compañía que no posee un hogar definido. Las mismas son construidas en conjunto con los aliados estratégicos, fundaciones y medios veterinarios, quienes brindarán información fidedigna y ayudarán a la difusión e implementación de este manual.

Así mismo, se busca fortalecer el convenio con la Municipalidad de Guayaquil, para trabajar en conjunto con Bienestar Animal. Para lograr este objetivo, se deberá estar constantemente pendiente a la información solicitada de parte del departamento animal, debido a que se requerirá documentos de mayor importancia para establecer el convenio. Es fundamental, mencionar que se deberá participar en distintas activaciones realizadas por Bienestar Animal, con la finalidad de que se familiaricen y comprendan que Güeyitas es un proyecto valioso, enfocado en temas semejantes a los de ellos, para así tener ayuda mutuamente a la hora de realizar actividades.

Por otro lado, es importante mencionar que en esta edición se creó la membresía Güeyitas en conjunto de aliados estratégicos, la misma que tenía como finalidad incentivar a las personas a donar comida para los animales que se encontraban en fundaciones aliadas; así de esta manera las personas que donaban se les daba a cambio beneficios exclusivos en diferentes productos y servicios, y a su vez se daba a conocer el proyecto Güeyitas.

Finalmente se buscó mantener activas las redes sociales del proyecto durante el proceso de inactividades que se da posterior a la titulación de los estudiantes. De esta manera se construyó una alianza entre estudiantes becarios de la Universidad Casa Grande y el

proyecto PAP Güeyitas, con el propósito de conservar un seguimiento a las redes sociales de Güeyitas. Se busca crear un cronograma de contenido y actividades el cuál podrá ser utilizado como guía por parte de los alumnos becarios, después de culminar cada edición del proyecto.

Reconstrucción Histórica de la Experiencia

La investigación del proyecto, comenzó en el mes de mayo del 2021, en donde los siete integrantes de la octava edición de Güeyitas se reunieron por medio de plataformas virtuales, para planificar la dirección que deseaban tomar para la nueva edición del proyecto. La elaboración del árbol de problemas fue el método usado para identificar las causas y principales efectos del problema. Esto debido a que, es un procedimiento que permite a los investigadores desplegar ideas identificando la problemática y ordenando la información recolectada (Martínez y Fernández, 2008).

Por medio de reuniones entre los integrantes del grupo y la ejecución de un primer acercamiento con *Stakeholders*, se realizaron entrevistas que permitieron identificar y elaborar un primer borrador del árbol de problemas. El problema central que se reconoció, es que la ciudadanía de Guayaquil desconoce las herramientas, actividades y fuentes de información veraz que ha construido el PAP Güeyitas, para una mejor convivencia con los animales de compañía. Posteriormente, se determinaron las causas centrales que desencadenan el maltrato animal que sigue vigente en la ciudad de Guayaquil.

Asimismo como primera causa se descubrió que la ciudadanía no considera el bienestar animal como un aspecto de importancia en sus vidas. La segunda causa es la ausencia que posee el proyecto acerca de un plan que potencie los medios digitales para que más personas puedan conocerlo y por ende acceder a sus herramientas. La tercera causa es que los aliados estratégicos no participan de manera activa en el periodo de tiempo en que los estudiantes terminan su tiempo de participación en el proyecto. Y por último, los padres de familia o custodios priorizan temas que consideran de mayor importancia, restándole relevancia al cuidado y bienestar de los animales de compañía.

Una vez finalizada la identificación de las causas inmediatas, se reconocieron los efectos inmediatos y mediatos, el primero indica que los niños al evidenciar el maltrato animal, asimilan que estas acciones son la norma y esto normaliza los índices de violencia intrafamiliar. Otro efecto habla del desconocimiento que tienen los custodios sobre el cuidado necesario que se debe tener con los animales de compañía y por último, el tercer efecto es que las personas no saben convivir responsablemente con los perros y gatos en Gye.

Cabe mencionar que la pandemia, fue un factor muy importante durante la construcción del proyecto, debido a que era el momento preciso para potenciar el uso de las herramientas digitales con las que cuenta el proyecto, al igual que sus redes sociales (Instagram, Facebook, Youtube, Spotify, Página web, etc)

La investigación en acción

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, un gran porcentaje si contaba con los medios para recibir el mensaje de Güeyitas.

La revisión bibliográfica fue la modalidad usada para conocer sobre el trato hacia los animales en la actualidad. Primero se decidió revisar la bibliografía usada en ediciones anteriores. Luego encontrar nuevos autores que hablen sobre las temáticas planteadas anteriormente. Uno de los temas que se pudo conocer fueron:: Leyes ecuatorianas y extranjeras de bienestar animal, comportamiento humano-animal, beneficios de la convivencia responsable con animales de compañía y conceptos que se mencionan más adelante.

Para 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 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.

Como consecuencia de la primera aproximación investigativa con *stakeholders* se delimitó el objetivo general de investigación: Determinar las herramientas a las que acceden los ciudadanos cuando se presentan dudas sobre la convivencia y cuidado de los animales de compañía en Guayaquil - Ecuador entre el 2020 al 2021.

Así mismo se persiguen los objetivos específicos:

Determinar las razones por las que la ciudadanía guayaquileña aún desconoce al proyecto Güeyitas como fuente de información fidedigna, que brinda herramientas y actividades lúdicas para aprender sobre la convivencia con animales de compañía. Por otro lado, Identificar a los competidores directos e indirectos de Güeyitas para saber que tipo de estrategias de comunicación, herramientas y contenido han implementado en cuanto a difusión de herramientas y contenidos para la convivencia entre humanos y animales de compañía en Guayaquil - Ecuador del 2020 al 2021, asimismo Indagar qué motivaciones tienen los usuarios en medios digitales al momento de buscar información en relación a la convivencia y cuidado responsable con animales de compañía, y por último reconocer características de medios y plataformas más usadas por la ciudadanía guayaquileña al

momento de buscar información sobre herramientas y contenido que promueva una buena convivencia entre humanos y animales de compañía.

Para continuar con la investigación se utilizó una metodología de enfoque mixto. Hernández, Fernández y Batista (2010), expresan 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. El enfoque cualitativo se usó debido a su eficacia para fines analíticos y reconociéndose como un mecanismo con mucho poder dentro de la investigación (McCracken, 1991), mientras que el enfoque cuantitativo permitió recolectar y analizar datos para responder a las preguntas de investigación previamente planteadas.

La unidad de análisis estuvo compuesta por especialistas en plataformas digitales; familias con acceso a internet; Psicólogos; especialistas en Bienestar Animal; custodios; organizaciones comprometidas al bienestar de los animales de compañía y por último profesionales como pedagogos y educadores. Para conocer el tema y responder las preguntas a investigar las unidades de análisis fueron: 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.

Herramientas

Entrevistas

Se realizó un total de 57 entrevistas a nuestras unidades de análisis por medio de Zoom y Whatsapp, estos son: veterinarios, voluntarios de fundaciones, padres de familia y expertos

en redes sociales. Se creó una guía de preguntas para cada grupo de personas con la finalidad de tener un mejor resultado. **(Anexos)**

Encuestas

Por otro lado se realizó una encuesta por medio de la herramienta Google Forms. La unidad de análisis estuvo conformada por 167 personas, en la que destacan padres de familia con hijos de 5 a 12 años y custodios de animales de compañía dentro de la ciudad de Guayaquil.

Resultado de Encuestas

Gracias a las encuestas realizadas se pudo dar cuenta que la mayoría de personas no tienen conocimiento sobre lo que es Güeyitas, asociándolo en varias ocasiones con una fundación, veterinaria, tienda online o con el departamento del Municipio de Guayaquil destinado al rescate y ayuda animal, Bienestar Animal. Asimismo, se pudo comprender cuales son las preferencias del grupo objetivo al momento de buscar información por medio de redes sociales.

Resultados de Entrevistas

Los expertos en redes sociales ayudaron a tener una visión más amplia en cuanto a las redes sociales y sobre qué tipo de contenido o material, podríamos utilizar para llamar la atención de los niños y los padres de los mismos. Así mismo, sugirió utilizar TikTok como medio de comunicación para poder llegar a las personas.

Por otro lado, los profesionales de salud animal indicaron que hay un gran porcentaje de custodios, que utilizan herramientas desconfiables como Google, para despejar cualquier tipo de duda que tengan acerca del bienestar de su animal de compañía, y que este porcentaje

ha incrementado en los últimos años, desde que empezó la pandemia, debido a que muchas personas dejaron de ir a los consultorios veterinarios, ocasionado por la crisis económica que ha atravesado el país.

Los padres de familia ayudaron a definir cuáles eran las redes sociales que utilizaban con mayor frecuencia, entre ellas se encuentran Facebook e Instagram. Además, se logró determinar las plataformas digitales que utilizan para encontrar información acerca del bienestar de los animales de compañía. Como resultado, obtuvimos que la herramienta que utilizan periódicamente es Google, ingresando a los primeros enlaces que encuentran y sin realizar una investigación más profunda. También se indicó que buscan recomendaciones de conocidos y desconocidos, siendo Facebook, una de las herramientas que más utilizan para la misma.

Conclusiones

Para determinar al grupo objetivo se escogió la teoría del psicólogo Watson el cual se especializa en el comportamiento del ser humano y de los varios experimentos que puso en práctica en el transcurso de su carrera y se optó por seguir con niños de 5 a 8 años de edad, ya que demuestra que es una edad que el individuo puede ser moldeado de manera positiva y es por eso que escogimos este rango de edades Caycho, T. (2015).

Por otro lado, se definió que las plataformas digitales y físicas son las herramientas más utilizadas por los padres de familia a la hora de buscar la manera de enseñar a sus hijos, acerca de un tema en específico, ya que gran parte de los padres de familia encuestados, afirman utilizar herramientas digitales como una alternativa eficaz para la enseñanza de sus hijos, sin embargo, también hubieron padres de familia que afirmaban seguir utilizando los métodos más tradicionales como los juegos y libros físicos.

Además, resulta importante señalar que a la hora de implementar una campaña de comunicación, los expertos en redes sociales sugieren apelar a las emociones del grupo objetivo a quién va dirigido, humanizando el contenido que se va a transmitir por medio de anécdotas, recuerdos, historias y momentos que permitan al usuario empatizar con la problemática. Cabe resaltar que las redes sociales influyen, ya sea de manera positiva o negativa en el comportamiento y en la toma de decisiones de las personas, por lo cual se ha decidido humanizar el contenido a publicar con el objetivo de llegar a un mayor número de interacciones debido a la empatía de los usuarios con el problema.

Proyecto Güeyitas 2021

Para poder empezar el proyecto se tenía que definir los objetivos a lograr en esta octava edición, estos nacen de la elaboración del marco lógico, componentes, indicadores y medios de verificación. El objetivo general de la octava edición del proyecto es posicionar a Güeyitas como una fuente educativa veraz para que los ciudadanos de guayaquil, aprendan e implementen una convivencia responsable con los animales de compañía.

Los objetivos específicos son 4:

- Incentivar a la ciudadanía de guayaquil para que reconozcan el bienestar animal como un aspecto importante en sus vidas
- Ejecutar herramientas de aprendizaje lúdicas para custodios, docentes, líderes de organizaciones y niños de 5 a 8 años sobre la convivencia responsable con animales de compañía y la forma idónea de rescatar a un animal en situación de calle
- Establecer nuevos acuerdos con aliados estratégicos para desarrollar sostenibilidad en las redes sociales de Güeyitas.

- El grupo objetivo al que se decidió dirigirse en esta octava edición son los niños de 5 a 8 años de edad y el grupo objetivo secundario son padres de familia o adultos responsables, ya que ellos son los que conviven con ellos día a día.

Una vez definidos los objetivos, el grupo objetivo al que estaría dirigido el proyecto, se elaboró una estrategia para lograr cumplir los mismos mediante diferentes actividades por medio de plataformas digitales.

Redes Sociales

Facebook, Instagram, Youtube e implementación de Tik Tok y Spotify para dar a conocer las herramientas que esta posee.

Instagram y Facebook

Se decidió usar todas las herramientas que ofrecen estas redes sociales como lives, reels, historias y posts. En el mes de junio, se empezó con la creación y planificación detallada de un cronograma de contenido para lograr educar sobre convivencia responsable con los animales de compañía por medio de las plataformas digitales. Se dividió el trabajo entre los ejecutores de la octava edición. Como no se contaba con un diseñador, se decidió utilizar las plantillas que había dejado la séptima edición.

El cronograma de contenido contenía 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, tips sobre qué hacer si encuentras a animales en situaciones de calle, sabías que en donde se mencionan datos relevantes de los animales de compañía.

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. También, contenido informativo como por ejemplo: cómo ayudar a la causa animal, cómo y dónde adoptar animales de compañía. Además, se creó un catálogo de información de los aliados estratégicos del proyecto con el fin de mostrar todo lo que ellos realizaban.

Por último, se publicó también contenido de entretenimiento, como fueron: datos curiosos de perros/gatos, concursos realizados y la creación de plantillas interactivas que invitan a las personas a participar usando su Instagram. Actividades como estas crearon interacción y acercamiento hacia nuevos integrantes de la comunidad de Güeyitas.

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.

Lives de Instagram

Se decidió implementar los *lives* con el fin de tener charlas con los aliados estratégicos sobre temas de bienestar animal y el tema principal: ¿Qué hacer si encuentras a un animal en situación de calle?, tuvo como nombre “Aprendiendo con Güeyitas” y se realizaron 10 *lives* dentro de todo este tiempo. Esto perm

También se siguió con los Igtvs, videos de hasta 40 minutos en donde se subían los lives con el fin de que las personas que no se conectaron podían visualizar esa información en los Igtvs.

En el proceso de logística para los *lives* se necesitó la participación de todos los integrantes del grupo. Parte del grupo se encargó de la comunicación directa con las organizaciones y profesionales aliados, designación de temas y seguimiento; y otra partes del cronograma y definir el día de publicación y el diseño en los posts.

Reels de Instagram

La herramienta *Reels* que ofrece Instagram, es una nueva forma de crear y descubrir videos cortos y divertidos. Se planificó subir 1-3 semanal con el fin de conseguir un alcance mucho mayor y llegar a usuarios que hasta el momento no sabían de Güeyitas. Contenido entretenido, emocional e informativo priorizan los Reels, en donde los protagonistas de estos videos son los integrantes de la octava edición y sus animales de compañía.

Influencers: estrategia en la red social Instagram

Con el fin de lograr mayor visualización del proyecto, se realizó el contacto con influencers de la ciudad de Guayaquil. Pérez-Conde (2016), expresa que los seguidores se asemejan en intereses a los influencers por lo que consumen los mismos productos. Es por eso que se realizó una base de datos con la información de varios influencers de la ciudad de Guayaquil que cumplen con el perfil de ser *pet lovers* o padres/madres de familia. Esto ayudó a que al grupo objetivo que queríamos llegar sea más específico. Luego de haber realizado la base de datos, se procedió a contactarlos por medio de instagram que es la red social más utilizada por ellos y también por whatsapp. Se obtuvo la respuesta de varios influencers diciendo que si ayudarían a subir contenido en redes sociales. Al momento de hacerles

seguimiento algunos dejaron de contestar pero se logró tener varias menciones de 5 influencers: Kristy Alvarado (periodista/pet lover), Gerson Quinde (actor/papá/*pet lover*), Josh Degel (fotógrafo/pet lover), Sonia Luna (ex reina de guayaquil/pet lover), Karime Borja (ex reina de Guayaquil/mamá/pet lover). 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, esta colaboración contribuyó en exponer al proyecto a mayor público, logrando obtener nuevos seguidores.

Concursos de Güeyitas VIII en redes sociales

Se realizaron en total 3 concursos.

El primero fue el 8 de Agosto por el día internacional del gato, mediante la plataforma de Facebook, el concurso consistía en subir una fotografía de su mascota y contar cómo ésta llegó y cómo cambió su vida. Para este concurso aproximadamente participaron 1500 personas, y la fotografía que tenía mayor cantidad de Likes era el concursante ganador, hubieron 3 lugares. el primer lugar obtuvo 489 likes, el segundo lugar tuvo 464 y el tercer lugar tuvo 453. Los premios se los entregó en la Universidad Casa Grande.

El segundo concurso se realizó mediante la plataforma de Instagram en el mes de agosto. Aquí se decidió que la dinámica del concurso sería ¿quiénes son sus amigos de 4 patas? por lo que le pusimos de nombre “Embajadores Güeyitas” con el fin de que los usuarios suban una foto de su perro o gato con su nombre. Tuvimos una buena acogida con 48 participantes y 2 ganadores: un perro y un gato.

El último concurso empezó la primera semana del mes de octubre y se decidió invitar a los seguidores a demostrar que eran buenos custodios, subiendo una historia en Instagram jugando, bañando y/o conviviendo positivamente con sus animales de compañía. Los 20

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

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.

Nuevas redes sociales

Dentro de esta nueva edición decidimos crear tres nuevas redes sociales para el proyecto de Güeyitas, TiTok, Spotify y Google Podcast.

Tik tok

Martinez (2020), expresa que una de las redes sociales más descargadas en el 2020 fue TikTok con más de 60 millones de descargas a nivel mundial. Es por eso que se decidió está red social en el proyecto, con el objetivo de llegar no solo a niños sino al público en general. Se llevaron a cabo tres videos a la semana. Durante las primeras semanas, se realizaron videos hablando acerca de Güeyitas y las herramientas que posee para dar una |introducción a los usuarios y conozcan el proyecto en esa red social, desarrollados de la mano con tendencias del momento, para así tener más acogida. El contenido iba variando entre: informativo, entretenimiento y comedia. Además, se tuvo la oportunidad de grabar algunos videos en conjunto con los aliados y avalar nuestra información antes de ser publicada.

Spotify

Con el objetivo de incursionar en una nueva herramienta que permita proponer temas tratados con mayor profundidad y así llegar a un número mayor de personas, se creó la cuenta oficial de *Spotify* del proyecto, con el nombre de Güeyitas UCG. Se decidió crear 4 playlists de carácter entretenido. Las dos primeras playlists, de nombre “*Walking with your best friend*” y “De paseo con tu mejor amigo” tienen una duración de 1 hora cada una y la idea de las mismas se dio pensando en que los usuarios las puedan reproducir en los diversos momentos en los cuales pasean con sus animales de compañía, la diferencia entre ambas es que una contiene canciones en inglés y la otra posee canciones en español considerando los distintos tipos de gustos musicales .

Las dos playlists restantes, de nombre “*Playtime with your pet*” y “Jugando con tu mejor amigo” tienen una duración de 1 hora aproximadamente cada una y poseen canciones dirigidas para niños y niñas. Estas canciones comunican el amor, respeto y cuidado que se debe tener los niños y niñas con los animales, de esta manera los padres de familia pueden tener acceso a las canciones y generar experiencias de aprendizaje mediante las mismas. La diferencia entre ambas playlist es el idioma en el que se encuentran las canciones.

Se promocionan todas las *playlist* por medio de Instagram *Stories* y utilizando la página Linktree, la cual es una herramienta online capaz de recopilar enlaces de páginas externas en un sólo espacio, se colocó el link del acceso directo a la cuenta de *Spotify* de Güeyitas.

Otro aspecto importante de esta plataforma es la difusión de *podcasts*. En primer lugar, como parte de la estrategia de incentivar el uso de las herramientas que tiene Güeyitas se decidió implementar una nueva forma de dar uso a los instrumentos gamificados realizados en la cuarta edición (Audiocuentos Güeyitas) y en la sexta edición (Familia

Güeyitas) del proyecto. Es así como ambos recursos fueron convertidos en formato mp3 para su posterior publicación en la plataforma Anchor. Esta plataforma permite subir y distribuir podcasts a diversas plataformas tales como *Spotify* y *Google Podcasts*. Las mismas fueron las aplicaciones principales para que los usuarios puedan escuchar ambas herramientas.

Se creó un *podcast* llamado “Aprendiendo con Güeyitas” el cual cuenta con la participación de los diferentes aliados estratégicos que apoyan al proyecto, en cada episodio se habla sobre una tema referente al respeto, cuidado, amor, aseo y beneficios de los animales de compañía. En este podcast se desmantelan mitos, se aclaran dudas y sobre todo aprendemos en conjunto con los oyentes ya que los miembros de Güeyitas 8va edición son los anfitriones del mismo. Las grabaciones de los episodios del podcast se realizaron en dos locaciones, en la cabina de audio de la Universidad Casa Grande y en el estudio de grabación de la Universidad Espíritu Santo.

Se elaboró una sección especial en el *Linktree* de Güeyitas, el cual se encuentra en la biografía de la cuenta de Instagram del proyecto, este espacio posee los links de cada uno de los podcasts tanto de *Spotify* como de *Google Podcasts* para facilitar el acceso a los usuarios y evitar confusiones.

Innovación VIII edición:

Elaboración de nueva herramienta digital

Algo que caracteriza a todas las ediciones de Güeyitas es la creación de una herramienta gamificada y gratuita dirigida al público que se está educando. Los integrantes de la octava edición crearon la Guía de Rescate para animales abandonados o en situación de calle (Generación G al Rescate). Esta guía posee cuatro pasos los cuales se realizaron junto algunos aliados estratégicos con el fin de que avalaran la información antes de socializarla.

Estas fueron las fundaciones como Yo amo animales, La casa de los gatos, Veterinaria MM, Cat dog House y Amigos con Cola.

La socialización de esta herramienta fue por varios medios como: El contacto de 3 instituciones educativas en la ciudad de Guayaquil y Milagro, en donde se entregó la guía de rescate en formato digital a los docentes, padres de familia y estudiantes de 8vo de básica.

Socialización de la herramienta gamificada “Generación G al rescate”

En esta octava edición del proyecto Güeyitas, como parte de la estrategia de difundir y hacer conocer la nueva herramienta “Generación G al rescate”, manual con pasos esenciales para rescatar a un animal de compañía en situación de calle. Se contactó a instituciones educativas de la ciudad de Guayaquil y Milagro para realizar capacitaciones interactivas en las cuales se explicó la importancia del rescate y cuidado responsable de los animales de compañía, estas capacitaciones se realizaron con grupos específicos de padres de familia, docentes y estudiantes entre las edades de 5 a 12 años. La modalidad que se implementó fue *online*, dando uso a la plataforma de videoconferencias Zoom con el propósito de asegurar el bienestar de todos los participantes y expositores (Zerón, 2020).

Así mismo, se consideró la importancia de evaluar el conocimiento adquirido de los participantes por medio de la plataforma Kahoot que permite la elaboración de cuestionarios gamificados.

Al finalizar las capacitaciones y como parte de la estrategia de dar a conocer e incitar el uso de las herramientas creadas por Güeyitas se brindó una breve explicación de cómo acceder a las mismas por medio de la página web oficial y se envió directamente a los participantes la guía de rescate por medio del chat que tiene la plataforma Zoom.

También se realizó una activación junto a un aliado Yo amo animales en donde se hizo el lanzamiento de la Guía de Rescate y se realizó la entrega de la Guía de rescate a los aliados estratégicos.

Membresía Güeyitas

La membresía Güeyitas fue creada junto con socios estratégicos. al obtenerla se accede a descuentos exclusivos en servicios y productos para mascotas.

Como parte de la estrategia de difusión para dar a conocer la membresía se publicaron posts en las redes sociales de Güeyitas, explicando que es la membresía Güeyitas y los pasos a seguir para obtenerla, los cuales son 3:

- Donar una funda de comida de 2kg.
- Dejar la comida en la Universidad Casa Grande.
- Llenar el formulario que se encuentra en el linktree de instagram, y en el transcurso de 24 a 48 horas se les envía vía correo una tarjeta donde dice el nombre del custodio y el de la mascota.

Los integrantes de la Octava edición fueron voceros de la membresía en redes sociales en donde publicaban el contenido en historias, a su vez se les compartió el arte a los aliados para que publiquen y difundan la membresía. A octubre de 2021 se cuenta con 65 miembros de Güeyitas, la meta propuesta al terminar el PAP es de 100 miembros.

Se realizó un convenio con 10 socios estratégicos, los cuales ofrecen diferentes productos y servicios con el objetivo de ofrecerles un abanico de servicios al público miembro de Güeyitas. Al momento de enviarle la tarjeta digital vía correo a su vez se les envía un PDF donde se describe la marca a la que tienen acceso de los descuentos y el

porcentaje. El objetivo de la membresía es incentivar a la ciudadanía a donar comida para nuestras fundaciones aliadas y darles a las personas algo a cambio por haber realizado una buena causa.

Aliados estratégicos y Güeyitas.

El bloque de aliados conformados por la edición antecesora ha permitido dar a conocer el proyecto entre los distintos seguidores, por lo que para esta edición se consideró importante poder reactivar estas alianzas estratégicas con profesionales vinculados a la causa animal. Por este motivo, la octava edición de Güeyitas tuvo como objetivo establecer alianzas estratégicas para posicionar el proyecto en la ciudad de Guayaquil.

Al ya poseer una base de datos con los números de contacto de los aliados, se realizó un primer acercamiento por medio de un mensaje vía WhatsApp, en el que se los invitaba a participar de la mano de la octava edición de Güeyitas, en las distintas actividades que se tenían planificadas, asimismo, se propuso tener una reunión virtual en donde como equipo y representantes de una nueva edición del PAP fuese un punto de partida para presentarnos y entablar una relación profesional con los aliados.

Por otro lado, se buscó incrementar el número de aliados estratégicos, estableciendo criterios y requisitos como el que sean profesionales y especialistas vinculados a la causa y salud animal, como veterinarios, fundaciones, emprendimientos, etc. Para estos nuevos aliados el acercamiento fue por medio de la red social Instagram, dejando un primer mensaje de presentación e invitación al proyecto y dándole seguimiento constante hasta que pudiesen responder. Posterior a esto, al igual que con los aliados ya establecidos se coordinó una reunión con cada uno de ellos vía Zoom, para poder presentar a Güeyitas y las ideas que se encontraban planificadas para esta edición.

Una vez identificado el bloque de aliados con los que se contaría en la presente edición, se llevaron a cabo reuniones con cada uno de ellos, en las que se dejaba claro lo que como proyecto se esperaba y en lo que podían aportar y a su vez, lo que el proyecto podía ofrecer. Se especificó el deseo de que puedan participar en nuestras redes sociales por medio de lives, post, historias, grabación de podcast, entre otras actividades, asimismo se dejó clara la intención de que puedan difundir y compartir entre sus seguidores el contenido creado por Güeyitas.

Auspiciantes

Se realizó una búsqueda de auspiciantes que deseen sumarse a la causa de Güeyitas. Se envió una carta de auspicios, en donde se detallaron los objetivos del proyecto y la causa a favor. Al comienzo del proyecto,

Al ver una ausencia de respuestas, se decidió comunicarse con empresas pequeñas que mantengan un compromiso responsable frente a los animales de compañía. De esta manera, se logró colaborar con empresas como Aguja Mágica, Helados Can, Dog Wash, . Quienes estaban dispuestos a colaborar en canjes para los concursos que se llevaron a cabo en las redes sociales de Güeyitas (Instagram y Facebook).

Por otro lado, también se lograron conseguir auspiciantes como imprenta Ilustración Gráfica y Francisco films, quienes colaboraron con impresiones de carteles y grabaciones aéreas de las mismas para ayudar a difundir la campaña de guerrilla.

También se contó con el auspicio de BEER Place el cual nos brindó pacas de aguas para las activaciones que tuvimos. Así mismo estas fueron utilizadas como una alianza con YO Amo Animales ya que se les realizó varias donaciones durante las activaciones que realizamos en el parque de Samanes. (Anexos #3)

Acercamiento a la Jefatura de Bienestar Animal - M.I. Municipal de Guayaquil

Dándole continuidad a lo propuesto por las ediciones antecesoras de Güeyitas, se ha buscado establecer y cerrar el convenio con la Dirección de Bienestar Animal, departamento interno del Municipio de Guayaquil destinado a garantizar el bienestar de todos los animales de compañía dentro de la ciudad. La finalidad de dicho convenio es poder establecer un marco de colaboración entre la Municipalidad de Guayaquil, por medio de la Dirección de Bienestar Animal y el Proyecto de Aplicación Profesional Güeyitas, con el fin de lograr obtener mayor alcance y reconocimiento, así como poder ser un aliado estratégico en cuanto referentes de información fidedigna.

Para llevar a cabo la gestión, se realizó un primer acercamiento con la Dra. Shirley Moreno, jefa del Departamento, por medio de una reunión presencial en las oficinas de la entidad en dónde asistieron dos integrantes del grupo en representación del PAP Güeyitas. El objetivo de la reunión fue establecer un preacuerdo con el Municipio y así conocer los requisitos necesarios para habilitar el convenio entre ambas partes. En la reunión también se pudo reforzar acerca del proyecto Güeyitas, de su objetivo principal, así como de las actividades planificadas por la presente edición. A su vez, se propuso poner a disposición de la Dirección de Bienestar Animal las herramientas con las cuentas el PAP Güeyitas, con el objetivo de que puedan ser usadas en sus activaciones.

Por el lado de Bienestar Animal, la Dra. Moreno se mostró interesada en llevar a cabo la alianza, por lo que, culminada la reunión, su asistente hizo llegar los documentos requeridos para establecer el convenio con la Municipalidad de Guayaquil. De la mano de la Guía de Güeyitas, Anyelina Veloz se recolectó la información requerida, y se elaboró la ficha técnica correspondiente al proyecto. Los documentos fueron entregados de forma digital

como física y a la tercera semana de haberlos entregados, se comunicó que fueron recibidos por parte de la municipalidad de Guayaquil.

A pesar que el convenio aún no ha sido firmado, ya se ha participado en activaciones de la mano de la DBA, como la feria de adopción de gatos ejecutada el 25 de septiembre en el parque Kennedy. El PAP Güeyitas participó con un stand exhibiendo todas las herramientas del proyecto, así como posters de la campaña de guerrilla.

Convenio entre Güeyitas y la UCG

En la investigación realizada a principios del proyecto, una de las causas críticas encontradas por las que el Güeyitas no lograba posicionarse como una fuente de información veráz era debido a la inactividad en las redes sociales durante un largo periodo de tiempo. Esta problemática surge a partir de la culminación de los Proyectos de Aplicación Profesional por parte de los estudiantes, que al no continuar involucrados en los proyectos no existe quién le dé continuidad a las redes sociales, que conlleva que las personas dejen de seguir a la página al no ver movimiento. Por este motivo, la octava edición de Güeyitas propuso realizar una alianza con la Universidad Casa Grande, para que los estudiantes becarios sean los responsables de darle movimiento a las redes sociales, y las mismas no queden inactivas.

Para poder llevar a cabo la alianza se planificaron reuniones con distintos departamentos de la Universidad Casa Grande, en donde se propuso la idea y la manera de poder hacerla realidad. La primera reunión fue con Elena Betancourt, Asesora del departamento de Bienestar Estudiantil, en aquella reunión se pudo exponer la idea de involucrar estudiantes al PAP Güeyitas una vez culminada la edición actual, para que puedan darle seguimiento a las redes sociales del proyecto hasta que la siguiente edición del PAP tome la posta. En esta reunión se dejó en claro que no se podría involucrar estudiantes

validando las horas de vinculación como pasantías comunitarias, pero se sugirió que podamos involucrar estudiantes becarios por las horas que ellos deben cumplir a lo largo de su carrera.

Posterior a esta primera reunión, se planificó una segunda invitando a Mabel Macias del departamento de Bienestar Estudiantil y a cargo de las actividades de los alumnos becarios. En esta segunda reunión se presentó una guía de actividades que se espera que los estudiantes puedan realizar una vez se hayan involucrado en el proyecto. Finalizada la reunión, Mabel y Elena se comprometieron a socializar la idea con los estudiantes becarios, para lo cual se llevó a cabo una tercera reunión esta vez teniendo a todos los estudiantes becarios como invitados.

Esta tercera reunión sirvió para dar a conocer el PAP Güeyitas con los estudiantes becarios de la Universidad Casa Grande y explicarles a detalle lo que se espera de ellos en caso de que deseen formar parte de Güeyitas. Hasta el momento contamos con 9 alumnos inscritos de interfacultades, la idea es que los becarios comiencen en diciembre y terminen en junio cuando ya la novena edición coja la posta, para que de esta manera las redes sociales no queden inactivas.

Se ha diseñado una guía de consejos para que los estudiantes que se vayan a involucrar en el proyecto tengan conocimiento de cuáles son las funciones a realizar. Esta guía está compuesta por tips que surgen a partir de la experiencia que los miembros de la presente edición han tenido a lo largo del proyecto, como el uso de la línea gráfica, la información necesaria para realizar los post o los pilares de contenido que se están utilizando para las publicaciones. Asimismo, se planificó dejar establecido un cronograma de publicación de contenido para que puedan guiarse durante los 6 meses que formarán parte del proyecto.

Es importante mencionar que la octava edición ha sido la primera en proponer y ejecutar una estrategia para que las redes sociales no se queden inactivas y que alguien le pueda dar seguimiento y movimiento.

Campaña de Guerrilla

En esta edición, no se quiso dejar a un lado los animales que han sido abandonados y rescatados por las fundaciones. Es por esta razón, que decidimos desarrollar una campaña de guerrilla de doble sentido con una lista de frases candentes que a primera vista, parecían mensajes de la aplicación Tinder. Las frases eran acompañadas por un código QR que al ser escaneado conectaría al usuario con aquel que emitía la frase.

Por medio de este método, buscamos hacer creer que las frases estaban escritas por personas, cuando en realidad se trataban de los animales que se encuentran dentro de nuestras fundaciones aliadas. De esta forma, las personas que escanean el código QR, se dirigían directamente a la página web de Güeyitas, en donde se encuentra un catálogo de todos los perros y gatos que han sido rescatados y se encuentran buscando un hogar responsable.

El lanzamiento de la campaña fue en modo digital, por medio de las redes sociales de los integrantes de la octava edición de Güeyitas, al igual que sus guías, familiares y amigos cercanos. Esta campaña duró alrededor de 2 semanas, y generó un incremento de visitas en la página web del proyecto.

Una vez finalizado el lanzamiento digital, se ejecutó en físico a través de la colocación de carteles en distintas zonas de la ciudad de Guayaquil y Milagro. Además también se logró crear una alianza con lugares pet friendly de la ciudad, como en el Puerto Santa Ana y en la Calle Panamá, en donde muchos restaurantes se sumaron a la causa y ayudaron a visibilizar los carteles dentro de sus locales de comida.

Güeyitas y los gatos de la UCG

En continuidad con el enfoque del proyecto Güeyitas y con el fin de contribuir en el cuidado animal, se sabe que en la Universidad Casa Grande han llegado varios gatitos que no poseen hogar y es por eso se contactó a Itzel Cueva. Ella es docente y custodia las necesidades de estos animales, se realizó la donación de fundas de alimentos, pipetas, areneros. Así mismo se pagó los gastos médicos de Chilaquil que es un gatito que estaba con desnutrición por falta de alimentos y parásitos internos y externos .

Se posteó en redes sociales y se difundieron las fotografías de estos gatos con la finalidad que encuentren un hogar, lastimosamente no se ha obtenido ninguna respuesta así que esperamos obtener el convenio con Bienestar Animal para exponer a los animales en adopción en las ferias a realizar.

Análisis e Interpretación crítica de la experiencia

Evaluación Individual de Componentes o Actividades

De manera individual se evalúa el segundo componente del Marco Lógico que señala que la plataforma educomunicacional Güeyitas es conocida y utilizada por la ciudadanía.

Para ello se selecciona como actividad la creación de contenido y la implementación de nuevas plataformas digitales para el desarrollo del proyecto.

Tipo de investigación

Investigación Mixta

Unidad de análisis y Muestra

- 8 Expertos en redes sociales
- 340 seguidores de Redes Sociales de Güeyitas

Herramientas

- Análisis de Estadísticas en las redes sociales por Metricool
- Entrevistas a expertos en redes sociales
- Encuestas a seguidores de redes sociales

Sistematización del proceso de creación de contenido e implementación de nuevas plataformas digitales para la octava edición del Proyecto de Aplicación Profesional Güeyitas en Guayaquil - Ecuador durante el 2021.

Para el desarrollo del segundo componente del Marco Lógico que señala que La plataforma educomunicacional Güeyitas es conocida y utilizada por la ciudadanía, se decidió implementar una estrategia de comunicación para crear contenido educativo, informativo, emocional y entretenido con el fin de posicionar al proyecto como una plataforma de información veraz y que los custodios puedan acudir a ella en cualquier momento que necesiten saber algún tema sobre la convivencia responsable con los animales de compañía.

Se tuvo contacto con varios aliados y profesionales del tema para delimitar información fidedigna con el fin de difundirla en redes sociales, y de esta forma educar a la ciudadanía. Todo esto se realizó por medio de reuniones, chats de Whatsapp y llamadas para corroborar que la información esté avalada por ellos. Luego de tener toda la información, se realizó un cronograma del contenido que se iba a publicar durante los meses de ejecución del proyecto. Con el fin de obtener una mejor gestión y desarrollo, 3 integrantes del grupo se encargaron de clasificar toda la información del contenido a publicar, el desarrollo de los textos o *captions* que acompañan a cada imagen, el formato a utilizar para cada red social y al diseño de todas las publicaciones que se encuentran en las redes sociales de Güeyitas. Los pilares de contenido se dividieron en informativos, educativos, emocionales y entretenidos, en donde cada uno tenía secciones como en el informativo se decidió realizar los ¿Sabías que?, que eran datos curiosos o cosas que no sabías sobre los animales de compañía, en este pilar de contenido se buscaba informar sobre todas las actividades que realizaba Güeyitas, es por eso que también se publicaba acerca de la Membresía Güeyitas, se invitaba a los usuarios a ser parte del proyecto y tener beneficios y descuentos para ellos y sus animales de

compañía. En el caso del educativo, habían tips o consejos avalados por los aliados y profesionales sobre la convivencia con los animales, su cuidado, entre otros. En el emocional, se trataba de llegar al usuario por medio de anécdotas de personas que habían adoptado a animales y como estos le cambiaron su vida y en el de entretenimiento, se lograba generar una interacción entre usuario - Güeyitas, incentivándolos a participar en los giveaways, usar nuestras plantillas e incluso se crearon videos de humor con los animales.

Como primera instancia, se decidió hacer las publicaciones de 3 a 5 post por semana, al ver que no se estaba teniendo mucha acogida en los posts, se decidió utilizar las historias de Instagram como herramienta principal y publicar 1 o 2 por día, logrando que la información compartida se visualice en un lapso de 24 horas, con el objetivo de tener un mayor alcance ya que los seguidores podrían visualizar este contenido a cualquier hora del día a diferencia de los posts.

Esta fue una herramienta a la que Güeyitas le pudo sacar provecho, ya que al culminar las 24 horas se puede obtener el número de personas que visualizaron la historia, cuántas hicieron interacción, cuántas saltaron al siguiente storie y cuántas lo abandonaron. De igual manera los post seguían publicándose con información importante que eduque e informe al custodio sobre el cuidado y convivencia con los animales de compañía.

Otro tema importante a resaltar en el contenido, fue que se recordaba a los custodios y padres de familia que Güeyitas contaba con varias herramientas elaboradas durante estas 8 ediciones, como los Audiocuentos, Programa Familia Güeyitas, Manual de Actividades, Libro de Cuentos, Juego Digital y la Guía de Rescate que fue la herramienta que la octava edición elaboró. Siempre que se realiza algún posteo sobre esto, se resaltaba que visiten la página web de Güeyitas para poder descargar y utilizar cada herramienta.

Para complementar la estrategia de comunicación, se implementaron nuevas redes sociales como Tik Tok y Spotify con el fin de subir el mismo contenido pero de un formato diferente para llegar a más personas y lograr el objetivo planteado.

Para empezar a publicar contenido en Tik Tok, se decidió empezar por videos en donde se explicaba qué es Güeyitas, y realizar contenido en base a eso. Se publicaba de 2 a 3 Tik Tok por semana para tener mayor visitas en nuestro perfil y un mayor alcance. Todo el contenido iba acorde a nuestros pilares de contenidos: informativos, educativos, entretenidos y emocionales.

Algunos de los videos publicados obtuvieron 14,3k reproducciones, 1000 likes y un aproximado de 100 compartidos, esto se pudo medir mediante las métricas que nos brinda la misma aplicación. Todos los participantes del grupo de Güeyitas realizaban los videos e incluso se logró obtener la colaboración de algunos aliados como Sinergia Canina y Veterinaria MM. Sin embargo, algunas semanas no se postearon videos por incumplimiento de algunos integrantes del proyecto. Se llegó a 250 seguidores y se espera que con el tiempo, las nuevas ediciones puedan explotar más esta plataforma.

Otra plataforma digital implementada este año fue Spotify, con la finalidad de abarcar a más personas que se interesen por el proyecto. Se empezó por crear 4 playlists para acompañar a las personas cuando realicen actividades con sus animales de compañía, como salir a pasear, jugar con ellos, relajarse, entre otras. Pero Güeyitas quería que los usuarios de Spotify conozcan todas las herramientas que posee, entonces se llevó las herramientas de ediciones anteriores a esta nueva plataforma. Los audiocuentos de Güeyitas y el programa Familia Güeyitas, se convirtieron en mp3 para poder subirlos a Spotify y que las personas puedan escucharlos para distraerse y para aprender.

Luego de todo esto, se realizaron los propios podcasts de la octava edición denominados “Aprendiendo con Güeyitas”, en la cual participaron varios aliados estratégicos del proyecto como Sinergia Canina, Villa Animal, Dog Wash, Veterinaria Cat & Dog House, Refugio Pana, Canoterapia y Veterinaria MM. Esta idea surgió porque se quería que los lives realizados en Instagram se convirtieran en podcast pero al momento de convertirlos en mp3, la calidad del sonido no era tan buena, es por eso que se decidió realizar los podcasts desde 0.

En cada episodio se trataba un tema diferente pero siempre enfocándose en la convivencia responsable con los animales de compañía. Los ejecutores de la octava edición eran los encargados de toda la logística de grabación. Se empezó a grabar en la cabina de la Universidad Casa Grande, pero al momento de la ejecución, ningún integrante del grupo supo como manejar la cabina. Tampoco se encontró a una persona que pueda ayudar a tener una buena calidad de audio en los primeros podcasts, por lo tanto se tuvo que buscar a una persona que pueda colaborar con la grabación de estos, se terminó de grabar en la Universidad Espíritu Santo.

Se grabaron y publicaron 8 podcasts en el Spotify de Güeyitas. No se logró obtener un número de reproducciones altas en primera instancia, ya que la comunicación que se estaba realizando en las redes sociales no era efectiva. Luego se decidió cambiar la estrategia de comunicación para esta actividad, en donde se subían historias todos los días recordando a los usuarios que podían escuchar los podcasts en el Spotify de Güeyitas, también se empezaron a subir videos cortos como posts en donde se escuchaba una parte de los podcasts para generar intriga al usuario de lo que se estaba hablando y en el caption se invitaba a la gente a escucharlos completos por medio de Spotify. Y por último, se creó un linktree en el cual se agregaron todos los links de nuestras redes sociales y de los podcasts creados para facilitar el acceso a los usuarios, este fue puesto en la biografía del perfil de Güeyitas en Instagram.

Evaluación del proceso de creación de contenido e implementación de nuevas plataformas digitales para la octava edición del Proyecto de Aplicación Profesional Güeyitas en Guayaquil - Ecuador durante el 2021.

Al finalizar el proyecto, se realizó un análisis de métricas, entrevistas y encuestas con el objetivo de evaluar la implementación de las nuevas redes sociales y el impacto que tuvo el contenido que se había generado durante esta octava edición. Las entrevistas se las realizaron a 8 expertos en redes sociales y las encuestas a los seguidores de las redes sociales de Güeyitas con la finalidad de conocer si todo el contenido publicado y las redes sociales implementadas fueron una estrategia acertada y si los usuarios lograron receptar el mensaje que transmite Güeyitas.

Por medio de la herramienta Metricool, se pudo realizar un análisis del alcance, likes, compartido e interacciones que tuvieron nuestras redes sociales durante el proyecto en estos últimos 3 meses. Se puede observar el incremento de seguidores de la red social Instagram fue de 1156 desde el mes de Julio hasta el mes de Octubre. En el mes de Noviembre se puede observar que bajaron al menos unos 30 seguidores.

Realizando un análisis del mes de Julio a Octubre en Instagram con nuestro perfil hemos conseguido un total de 288.76k impresiones y 15.49k visitas a nuestro perfil. Con nuestras publicaciones hemos conseguido un 89.81% de engagement en promedio, 3153 interacciones, un alcance 638 y un total de 40.62k 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, se tuvo un aumento de 880 visitas a la página. Se obtuvo un total de 23.51k interacciones, un alcance 10.299, un alcance pos post de 6619 y un

engagement de 91.07%. Es necesario recalcar que aunque esta no es nuestra red social oficial, se ha decidido usarla de la misma manera que Instagram.

Las entrevistas fueron realizadas a 8 expertos en redes sociales, entre los resultados obtenidos, se evidencia que la implementación de Tik Tok en una estrategia de comunicación es efectiva, ya que, según los expertos en redes sociales los usuarios prefieren ver contenido audiovisual que no sea tan largo, sino con una duración de máximo 30 segundos y que el contenido sea de valor para ellos. También se puede resaltar que en esta red social se encuentran usuarios de todas las edades y que así se pudo transmitir el mensaje a más personas, aunque en esta red social no se puede realizar ningún tipo de pauta, los algoritmos ayudan a acercarse más a los usuarios que tienen un cariño o se preocupan por la convivencia responsable con los animales de compañía.

En cuanto a Spotify, los expertos en redes sociales dieron a conocer que los podcasts han sido una gran influencia dentro de las personas e incluso, su facilidad de poder escucharlos ha generado que los usuarios acudan a estos casi siempre. *“Es como estar escuchando música y estar haciendo ejercicio, solo cambia que en esta la persona está aprendiendo o simplemente entreteniéndose por medio de algún podcast”*. (A. Chuqui, experto en redes sociales, 2021).

En cuanto la encuesta realizada a 340 seguidores de redes sociales, se indica que el contenido publicado está bien dirigido para los padres de familia, custodios y niños. Ayudó mucho a informarse, educarse y a entretenerse gracias a las herramientas que brinda Güeyitas y también al contenido audiovisual que se publicaba por medio de la red social Tik tok y la herramienta Reels de Instagram. Cabe recalcar que el 87% de los encuestados siguen a Güeyitas en todas sus redes sociales y el otro 13% solo lo siguen en Instagram.

Conclusiones

Las redes sociales de Güeyitas fueron la fuente principal para comunicar todas las actividades que se realizaron durante el proyecto y también para informar sobre las herramientas que ha elaborado Güeyitas durante las 8 ediciones. Gracias a los resultados de las entrevistas, métricas y encuestas, se pudo observar que estas tuvieron un gran impacto en los usuarios.

La octava edición del proyecto logró que los usuarios puedan encontrar otras maneras de informarse en las redes sociales sobre el amor, respeto y convivencia responsable con los animales de compañía; los seguidores apoyaron y formaron parte de las actividades lúdicas que se planificaron en las redes sociales durante el proyecto en conjunto con sus familiares.

Todo el contenido publicado en las redes sociales sean posts, historias, videos con o sin pauta ayudaron a cumplir con el objetivo de generar engagement con los usuarios y esto se pudo evidenciar gracias a los análisis de las métricas en donde se observan cantidades altas de interacciones que se obtuvieron a lo largo del proyecto en todas nuestras publicaciones.

Sin embargo, aunque nuestras métricas dieron buenos resultados y todas las publicaciones tuvieron un alto impacto, no se pudo obtener la cantidad de seguidores de que se había propuesto al principio del proyecto (Instagram: 3000 seguidores; Tik Tok: 500 seguidores) se logró aproximarse a esa cantidad con (Instagram: 2929 seguidores; Tik Tok: 213 seguidores). En la única red social que se pudo cumplir con esta meta fue en Facebook que se propuso llegar a los 1500 seguidores y que incluso hasta se logró tener más seguidores de los propuestos (1881 seguidores).

Recomendaciones

Analizando los errores a lo largo del proyecto, se recomienda a las siguientes ediciones que, no se descuiden las redes sociales por ningún momento, ya que si los usuarios ven inactividad en estas, pueden perder seguidores e incluso dejan de ser una fuente confiable para ellos. Se debe seguir promocionando todas las herramientas que tiene Güeyitas durante estas 8 ediciones para potencializar su uso, siempre enfocándose que se encuentran en la página web, ya que esta, es la plataforma principal del proyecto. Enfocarse bien en crear una estrategia de comunicación efectiva en las redes sociales, los pilares de contenido son muy necesarios para poder organizar toda la información que se quiere publicar para continuar con el objetivo de posicionar a Güeyitas como una plataforma de información veraz sobre el cuidado y bienestar animal. Toda la promoción y difusión de las actividades como Lives, activaciones, nuevo contenido, nuevos videos publicados, nuevos podcasts que se realizarán durante el proyecto deberían reforzarse más en las redes sociales, se recomienda contactar a influencers y medios para que ayuden a promocionar el proyecto, sus redes y las actividades que se realicen en las siguientes ediciones, teniendo en cuenta que se debe realizar un seguimiento todos los días para poder tener la ayuda de estos.

Por otro lado, es importante que se cuente con algún integrante de la carrera de diseño gráfico o en caso de que no haya, se pueda conseguir algún pasante de diseño para que se encargue de todo el diseño de las publicaciones de las redes sociales ya que al no contar con una persona experta en esta rama, la creación de los diseños requería de mucho más tiempo que se restaba a otras actividades del proyecto.

Reforzar e innovar las nuevas redes sociales implementadas en esta edición. En Tik Tok se recomienda seguir publicando contenido entretenido y emocional, también seguir con los trends que se encuentren en ese tiempo para poder tener más engagement con los

usuarios. En cuanto a la logística de la grabación de los podcasts para Spotify, es necesario que se cuente con un estudiante de Multimedia en el equipo, para que no haya ningún problema durante las grabaciones y ediciones de los mismos, y así puedan hacer el uso de la cabina de la Universidad Casa Grande sin ningún problema.

Durante el proyecto Güeyitas, se han ido desarrollando varios aprendizajes que se obtuvieron durante los 4 años en la carrera de Comunicación Social en mención a Relaciones Públicas. Dentro de la misma, se puede destacar el contacto con los aliados, auspiciantes, influencers, concursos, realizar campañas e incluso el diseño de las redes sociales.

Por otra parte, se pudo mejorar poco a poco en el trabajo interdisciplinario. Al principio costó mucho adaptarse a trabajar con personas que nunca antes había conocido, pero con el tiempo ese trabajo se pudo complementar entre todos, aunque todo haya sido por medio de una computadora, hemos sabido manejar todo el trabajo y actividades a realizar dentro del proyecto. A pesar de que cada miembro del grupo realizó actividades de acuerdo a su carrera, este Proyecto de Aplicación Profesional nos dió la oportunidad de aprender sobre comunicación, educación, plataformas digitales, entre otros aspectos y sobre todo apoyarnos como equipo.

Por lo tanto, se recomienda a las siguientes ediciones de Güeyitas que es necesario mantener contacto con los integrantes del grupo, realizar reuniones y siempre decidir entre todos lo que se vaya a realizar durante el proyecto. Esto ayudará a que los resultados del proyecto sean positivos y se puedan ver los frutos una vez terminado el proyecto.

El desarrollo de este proyecto ha traído beneficios profesionalmente y también en la vida personal. Fue una experiencia un poco estresante pero que al final de todo trajo muchos frutos, me ayudó a comprender la realidad de las cosas, a tener un contacto más profundo con

profesionales, a entender que un rechazo no es motivo para rendirse, y a buscar una solución rápida a las cosas, tanto en el campo profesional como el personal.

Referencia Bibliográfica

Bustos, M. B. H., & Terán, V. M. F. (2018, June). La Ley Orgánica de Bienestar Animal (LOBA) en Ecuador: análisis jurídico. In Derecho Animal. Forum of Animal Law Studies (Vol. 9, No. 3, pp. 108-126).

CLACSO (2020). Problemática alimentaria y crisis sanitaria en Ecuador. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. Recuperado en abril del 2020, de <https://www.clacso.org/problematika-alimentaria-y-crisis-sanitaria-en-ecuador/>

Código Orgánico de Ambiente.(2017). Registro Oficial N, 983. Ecuador. Obtenido de https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/01/CODIGO_ORGANICO_AMBIENTE.pdf

Colón, A. O., Jordán, J., & Agredal, M. (2018). Gamificación en educación:: una panorámica sobre el estado de la cuestión. Educação e Pesquisa: Revista da Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo, 44, 74.

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.

El Comercio. (2019). Asamblea aprobó sanciones más duras contra el maltrato animal en Ecuador. Recuperado en septiembre del 2019, de <https://www.elcomercio.com/tendencias/sanciones-coip-maltrato-animal-asamblea.html>

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

Recuperado en enero del 2020, de

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

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

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

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

Recuperado en agosto del 2020, de

<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 (2020). Coronavirus: Rescate Animal evita que perros y gatos, callejeros y rescatados, murieran de hambre. Recuperado en abril del 2020, de

<https://www.expreso.ec/actualidad/coronavirus-rescate-animal-evito-perros-gatos-callejeros-murieran-hambre-10319.html>

Faria, C., & Paez, E. (2014). Antropocentrismo y especismo: aspectos conceptuales y normativos. *Revista de Bioética y Derecho*, (32), 95-103. Gómez, L. F., Atehortua, C.

G., & Orozco, S. C. (2007). La influencia de las mascotas en la vida humana. *Revista*

Colombiana de Ciencias Pecuarias, 20(3), 377-386.

Gómez, L. F., Atehortua, C. G., & Orozco, S. C. (2007). La influencia de las mascotas en la vida humana. *Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias*, 20(3), 377-386. Encontrado en junio del 2020, de: <https://www.redalyc.org/pdf/2950/295023025016.pdf>

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. Recuperado de <https://guayaquil.gob.ec/jefatura-bienestar-animal>

Juan Enrique Romero, Mariana Fragner, & Ana Paula Vitelli. (2012). *Tenencia responsable de perros y gatos: Guía básica de educación primaria*. Recuperado en junio del 2020, de: https://www.neuquen.edu.ar/wp-content/uploads/2016/04/Guia_de_educacion_primaria_ProTenencia.pdf

Miller, A. (2011). Just dont 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*.

Plan V. (2019). *Quito la ciudad que no ama a los perros*. Recuperado en marzo del 2019, de: <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. *Eduotec. Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, (63), 29-41.

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.

Serpell, J. (2019). How happy is your pet? The Problem of subjectivity in the assessment of companion animal welfare. Recuperado en junio del 2020, de

<https://www.ingentaconnect.com/contentone/ufaw/aw/2019/00000028/00000001/art0006>

Solé, M. G. (2015). El delito de maltrato a los animales. El maltrato legislativo a su protección. *Revista de bioética y derecho*, 43-53.

Telégrafo. (2019). En Quito y Guayaquil hay 125 mil canes sin hogar. Recuperado en marzo del 2019, de:

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

Telégrafo. (2019). Perros callejeros proliferan Quito y Guayas. Recuperado de:

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

Tenorio, D. R. (2000). Los animales que viven con nosotros. Una experiencia en educación infantil. *Investigación en la Escuela*, (40), 77-86.

Torres, L. (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 de 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 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. *POSIENCIA. Revista Latinoamericana de Ciencia Psicológica*, 8(2), 1-19.

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 Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación. Carrera de Educación Parvularia).

Wolf, U. (2001). La ética y los animales. Recuperado en junio del 2020, de <http://www.bioeticanet.info/animales/WolfEtAnim.pdf>

Hernandez Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. Perusall. <https://app.perusall.com/courses/investigacion-cualitativa-aplicada-a-la-educacion-semintensivo2021/hernandez-r-2014-metodologia-de-la-investigacion-pdf-1>

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>

Martinez, J. (2021, Enero 25). *TikTok la red social más descargada. Empieza la era Zentennial*. Marketing Digital Desde Cero. <https://www.marketingddc.com/redes-sociales/que-es-tik-tok-y-para-que-sirve/>

Zerón, A. (2020). Nueva normalidad, nueva realidad. *Revista de La Asociación Dental Mexicana*, 77(3), 120–123. <https://doi.org/10.35366/94004>

Hernández, R. Fernández C. y Baptista P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México DF: Mc Graw Hill. <https://bit.ly/3p1rMN8>

LaHistoriaDeLPublicidad. (January 9). *Centro de Documentación Publicitaria*.

Centro de Documentación Publicitaria.

<https://www.lahistoriadelapublicidad.com/protagonista-39/john-broadus-watson>

Caycho, T. (2015). Revista Peruana de Historia de la Psicología. *Revista Peruana de Historia de la Psicología*, 1(1).

<https://historiapsiperu.org.pe/wp-content/uploads/2021/08/Version-completa-del-volumen-1.pdf#page=81>

Miranda, R. (02 de Mayo de 2021). El abandono de perros en Quito se incrementó en 90%. *La Hora*. Recuperado de <https://www.lahora.com.ec/el-abandono-de-perros-en-quito-se-incremento-en-90/>

Narváez, A. O. (2021). *Determinación de perros que deambulan en las ciudades de Guayaquil y Quito*. Guayaquil. Recuperado de <http://www.investigacionsalud.gob.ec/determinacion-de-perros-que-deambulan-en-las-ciudades-de-guayaquil-y-quito/>

Noemí, M. (25 de Octubre de 2020). *Sitio Argentino de Producción Animal*. Recuperado de https://www.produccion-animal.com.ar/etologia_y_bienestar/bienestar_en_general/32-Bienestar_Animal.pdf

Anexos

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Marco lógico de la octava edición de Güeyitas</i>	62
Tabla 2 <i>Presupuesto de gastos realizados en la octava edición de Güeyitas</i>	80
Tabla 3 <i>Cuadro de presupuesto de auspiciantes</i>	81

Índice de Figuras

Figura 1 <i>Árbol de problemas</i>	69
Figura 2 <i>Cuadro metodológico de la investigación previa al desarrollo del proyecto</i>	70
Figura 3 <i>Beneficiarios y actores que intervienen en el desarrollo del proyecto</i>	71
Figura 4 <i>Métricas de crecimiento en la red social Facebook</i>	72
Figura 5 <i>Balance de seguidores en la red social Facebook</i>	72
Figura 6 <i>Métricas de publicaciones en la red social Facebook</i>	73
Figura 7 <i>Interacciones en la red social Facebook</i>	73
Figura 8 <i>Edades y género de los seguidores en la red social Instagram</i>	74
Figura 9 <i>Métricas de crecimiento en la red social Instagram</i>	74
Figura 10 <i>Lugares de donde siguen a Güeyitas</i>	75
Figura 11 <i>Métricas de crecimiento en la red social Instagram</i>	75
Figura 12 <i>Resumen Orgánico</i>	76
Figura 13 <i>Lista de Hashtags utilizados</i>	77
Figura 14 <i>Historias</i>	77
Figura 15 <i>Analíticas Web</i>	78
Figura 16 <i>Países de los visitantes</i>	78
Figura 17 <i>Fuentes de tráfico de la página web de Güeyitas</i>	80
Figura 21 <i>Guía de Rescate</i>	81
Figura 22 <i>Capacitaciones</i>	82
Figura 23 <i>Activaciones</i>	83

Figura 24 <i>Campaña guerrilla</i>	84
Figura 25 <i>Podcasts</i>	85

Indice de Modelos de Entrevista

Entrevista 1 <i>Modelo de entrevista realizada a los veterinarios</i>	86
Entrevista 2 <i>Modelo de entrevista realizada a los Voluntarios, Activistas y Fundaciones</i>	87
Entrevista 3 <i>Modelo de entrevista realizada a los Expertos en redes sociales</i>	88
Entrevista 4 <i>Modelo de entrevista realizada a los Padres de familia</i>	90

Indice de Modelo de Encuesta

Encuesta 1 <i>Modelo de encuesta realizada a los padres de familias</i>	91
--	----

Tabla 1

Marco lógico de la octava edición de Güeyitas

	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
<p>Finalidad:</p> <p>Contribuir a la disminución de los ciclos de violencia en la sociedad que empiezan desde la convivencia con los animales de compañía y se extienden hasta las familias.</p>	<p>Los padres de familia utilizan las herramientas de Güeyitas como una fuente confiable y educativa para enseñar a sus hijos a convivir responsablemente con los animales de compañía.</p>	<p>Reporte de las redes sociales, página web y repositorios de información del Municipio del Guayas, Organizaciones de Rescate Animal, Ecu 911.</p>	<p>La Municipalidad de Guayaquil cuenta con un programa con el objetivo de recibir denuncias y colabora con otras organizaciones para el bienestar animal.</p>
<p>Propósito:</p> <p>Posicionar a Güeyitas como una plataforma educativa de información veraz para que los ciudadanos de Guayaquil aprendan e implementen una convivencia responsable con los animales de compañía.</p>	<p>Incremento del 20% en el uso de redes sociales, página web y herramientas de actividades de Güeyitas por parte de los custodios.</p>	<p>Métricas/Insights en las redes sociales y página web de Güeyitas</p>	<p>Apoyo de nuevos seguidores dentro de las plataformas digitales que ofrece Güeyitas.</p>
<p>R1: La ciudadanía de Guayaquil ha sido capacitada y ha considerado la convivencia responsable y bienestar animal como un aspecto importante en sus vidas.</p>	<p>Llegar a 3.000 seguidores en la red social Instagram, 1.500 seguidores en Facebook y 500 en Tik Tok.</p> <hr/> <p>150 padres de familia con hijos de 5 a 8 años y que conviven con animales de compañía, siguen temas relacionados con el bienestar animal en redes sociales</p>	<p>Reporte final del número de seguidores en las redes sociales del proyecto.</p> <hr/> <p>Reporte de la página Metricool sobre la cantidad de personas que siguen temas relacionados con el bienestar de animales de compañía en las</p>	<p>Las personas dejan de dar credibilidad a fuentes digitales de información NO oficial al momento de buscar cómo mantener el bienestar de sus animales de compañía dentro de su entorno familiar</p>

	<p>200 personas asisten a las capacitaciones por medio de redes sociales, interactúan con los especialistas mediante comentarios.</p> <p>El 80% de las personas que participan en las capacitaciones muestran interés y valoran la convivencia responsable con animales de compañía.</p>	<p>redes sociales.</p> <p>Medición del número de participantes durante el live, al igual que sus comentarios e interacciones con los especialistas.</p> <p>Evaluaciones al comienzo de las capacitaciones y al finalizar las mismas mediante el uso de test interactivos de la plataforma Kahoot.</p>	
<p>R2: La plataforma educomunicacional Güeyitas es conocida y utilizada</p>	<p>Llegar a 3.000 seguidores en la red social Instagram, 1.500 seguidores en Facebook y 500 en Tik Tok.</p> <p>Aumento del 20% de las interacciones actuales en redes sociales de Güeyitas por parte de los seguidores.</p> <p>40% de los padres de familia que siguen las redes sociales del proyecto, consideran a Güeyitas, como una herramienta educomunicacional acerca del bienestar de</p>	<p>Métricas de las redes sociales y página web de Güeyitas.</p> <p>Reporte del número de seguidores y el alcance/views en Tik Tok y Reels de Instagram en las redes sociales de Güeyitas.</p> <p>Encuesta realizada a los padres de familia, por medio de las redes sociales de Güeyitas, para evidenciar el posicionamiento de la marca.</p>	<p>Las Organizaciones auspician el presupuesto que se necesita para la implementación de la estrategia de comunicación.</p>

<p>por la ciudadanía.</p>	<p>los animales de compañía.</p> <hr/> <p>30% de los padres de familia en redes sociales, utilizan las herramientas que ofrece Güeyitas, para educar a sus hijos acerca de la convivencia de los animales de compañía.</p>	<hr/> <p>Reporte del aumento de número de descargas del juego, reproducciones en los videos de Youtube, reproducciones de los audiocuentos en Spotify y visitas a la página web.</p>	
<p>R3: Custodios y docentes informados sobre cómo abordar con sus hijos la convivencia responsable y la manera idónea de rescatar a un animal de compañía que se encuentra en situación de calle</p>	<p>200 custodios y docentes asisten a la experiencia de aprendizaje en línea sobre el uso del manual y kit que enseñan la manera idónea de rescatar a un animal de compañía en situación de calle.</p> <hr/> <p>El 80% de los custodios y docentes que asisten a la experiencia de aprendizaje por medio de plataformas digitales responden acertadamente a los cuestionarios de Kahoot.</p> <hr/> <p>El 60% de los custodios y docentes que asisten a la experiencia de aprendizaje por medio de plataformas digitales comparten el uso del</p>	<p>Base de datos con la información de los usuarios que asistieron a la experiencia de aprendizaje en línea.</p> <hr/> <p>Respuestas acertadas en los test interactivos creados con la herramienta Kahoot.</p> <hr/> <p>Reporte del número de custodios y docentes compartiendo el uso del manual y kit por medio de las redes sociales.</p>	<p>Las organizaciones de bienestar animal aliadas al Proyecto, se suman a la difusión de contenidos para que los ciudadanos de Guayaquil mejoren su convivencia responsable con animales de compañía</p> <p>Las instituciones educativas de la ciudad de Guayaquil utilizan las herramientas de Güeyitas como material didáctico para enseñar a los estudiantes.</p>

	manual y el kit por medio de sus redes sociales.		
R4: Los aliados estratégicos han sido involucrados en la sostenibilidad de las redes sociales y la comunicación del proyecto Güeyitas.	<p>Incremento de 8 aliados estratégicos, adicional a los 12 que posee actualmente el proyecto Güeyitas.</p> <hr/> <p>Los 20 aliados estratégicos participan durante y después de la ejecución de la presente edición del proyecto Güeyitas.</p> <hr/> <p>Se realizan 3 seguimientos activos por semana acerca de la interacción de las redes sociales de Güeyitas después de la culminación de cada edición.</p>	<p>Convenido de intención firmado por los aliados estratégicos.</p> <hr/> <p>Reporte sobre las publicaciones referente al proyecto Güeyitas que tuvieron más alcance en las redes sociales de cada uno de los aliados estratégicos.</p> <hr/> <p>Revisión del cumplimiento del cronograma de actividades posterior a la culminación de cada edición del proyecto para mantener las redes sociales en constante movimiento.</p>	<p>Constante participación de los aliados estratégicos en las redes sociales de Güeyitas.</p>

Actividades

Resultado 1	Resultado 2	Resultado 3	Resultado 4
R1A2: Realizar lives en las plataformas digitales de Güeyitas en conjunto con especialistas veterinarios, en el cual se dialogue	R2A1: Generar nuevas estrategias de comunicación tales como: <ul style="list-style-type: none"> • Creación de contenido educativo, 	R3A1: Elaboración de un manual sobre los pasos para rescatar a un animal de compañía que no posee un hogar establecido y	R4A1: Realizar una alianza entre estudiantes de la Universidad Casa Grande y el proyecto PAP Güeyitas, con el propósito de crear

<p>acerca del bienestar y convivencia de los animales de compañía para despejar las dudas de los custodios.</p>	<p>informativo, entretenido y emotivo para socializar el proyecto.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Implementar la red social TikTok y la nueva herramienta “Reels” que ofrece Instagram para crear trends y viralizarlos. ● Instagram TV: Espacio de aprendizaje sobre cómo ser un buen rescatista y sobre la convivencia responsable con los animales de compañía. ● Elaboración de un catálogo de información con contactos de veterinarios y aliados estratégicos para facilitar acceso a custodios. ● Creación de cuenta en Spotify en donde se ubicaran los audiocuentos y capacitación 	<p>creación de un kit dirigido a adultos y niños de la ciudad de Guayaquil (Padres de familia y sus hijos o docentes y alumnos) el cual tendrá las herramientas necesarias para rescatar a un animal de compañía que no posee un hogar definido, en conjunto con los aliados estratégicos, fundaciones y médicos veterinarios quienes brindarán información fidedigna y ayudarán a la difusión e implementación de esta herramienta.</p>	<p>un programa que se encargue del seguimiento de las redes sociales de Güeyitas</p>
---	---	--	--

	<p>es con los veterinarios en formato podcast para que puedan ser escuchados.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Pautas digitales y apoyo de influencers para generar más interacción en redes sociales. 		
<p>R1A3: Creación de tests en Kahoot con la finalidad de corroborar si los custodios están receptando la información, así mismo las personas que ganen podrán obtener premios.</p>	<p>R2A2:“Embajadores de Güeyitas”. Un programa que busca invitar(motivar) a los padres de familia y público en general a utilizar las herramientas gamificadas de Güeyitas junto con sus hijos, para luego compartir su experiencia por medio de las redes sociales.</p>		<p>R4A2: Fortalecer el convenio con la Prefectura del Guayas para trabajar en conjunto con Guayitas.</p>
	<p>R2A3: Conseguir auspiciantes que inviertan en Güeyitas para así poder llegar a más personas en la página web, redes sociales y que contribuyan a la distribución de la nueva herramienta gamificada del proyecto.</p>		<p>R4A3: Crear un cronograma de actividades y contenido adicional posterior a la 8va edición del proyecto Güeyitas que sirva como pauta para las alianzas establecidas con el propósito de mantener las redes sociales en constante movimiento después de culminar cada edición del proyecto.</p>
			<p>R4A4: Crear una</p>

			membresía de Güeyitas en conjunto con aliados estratégicos, en la cual se entregará una tarjeta personalizada a los usuarios y podrán acceder a diversos servicios y beneficios.
--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia

Figura 1

Árbol de problemas

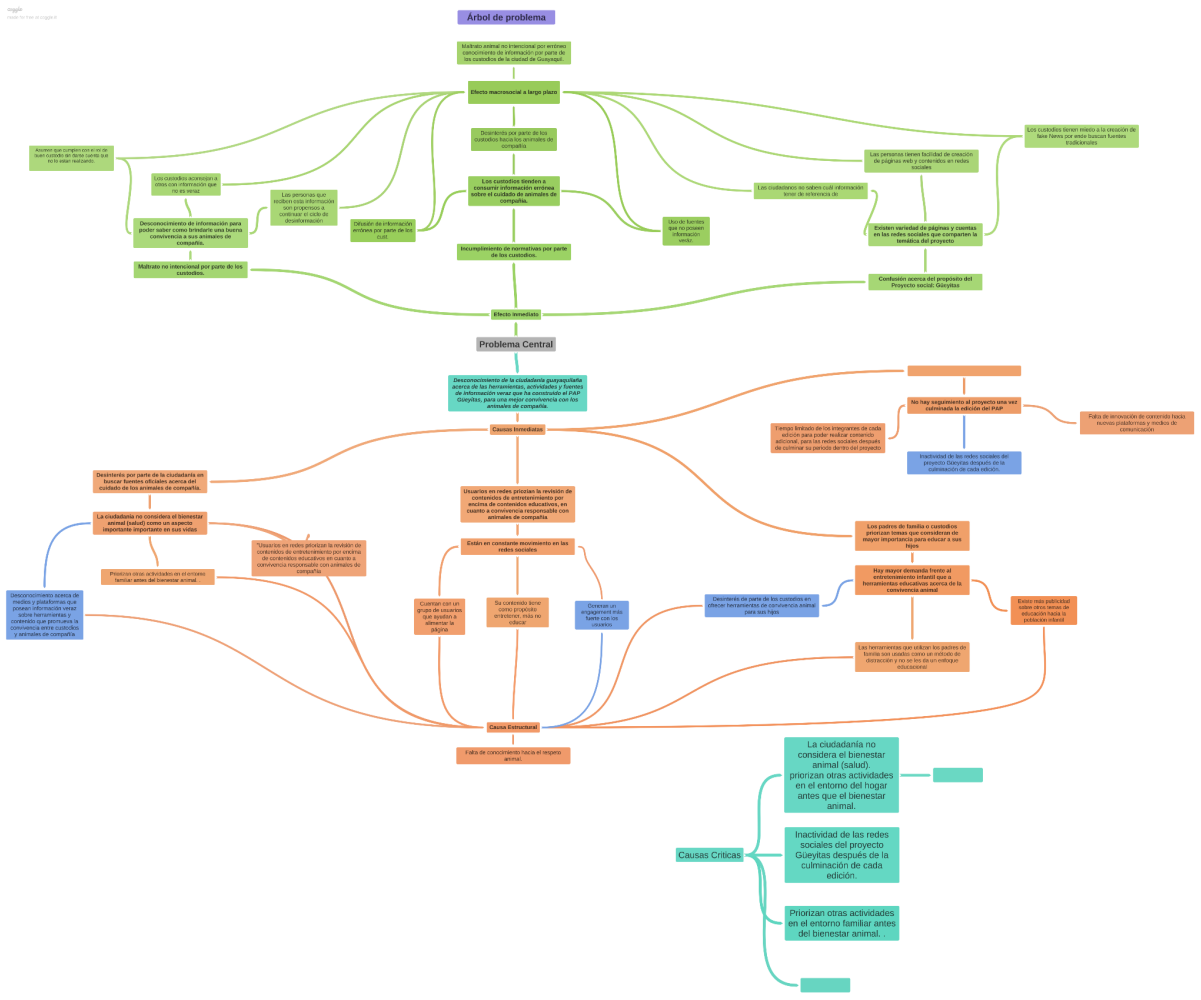


Figura 2

Cuadro metodológico de la investigación previa al desarrollo del proyecto

Preguntas	Objetivo General	Objetivos Específicos	Enfoque	Unidad de Análisis	Técnica	Herramienta
¿Por qué existe un desconocimiento en la ciudadanía acerca de las herramientas que ha construido Güeyitas para una mejor convivencia con los animales de compañía?	Determinar las herramientas a las que acceden los ciudadanos cuando se presentan dudas sobre la convivencia y cuidado de los animales de compañía en Guayaquil - Ecuador entre el 2020 al 2021.	Determinar las razones por las que la ciudadanía guayaquileña aún desconoce al proyecto Güeyitas como fuente de información fidedigna, que brinda herramientas y actividades lúdicas para aprender sobre la convivencia con animales de compañía.	Cualitativo y Cuantitativo	Custodios de perros y gatos que viven en Guayaquil	Entrevistas semiestructurada y grupo focales	Zoom o Google Meet
¿Qué características deben tener las herramientas que ofrece Güeyitas para que una persona acuda a ellas?		Identificar a los competidores directos e indirectos de Güeyitas para saber que tipo de estrategias de comunicación, herramientas y contenido han implementado en cuanto a difusión de herramientas y contenidos para la convivencia entre humanos y animales de compañía en Guayaquil - Ecuador del 2020 al 2021.		Adultos responsables a cargo de niños de 5 a 12 años de edad en Guayaquil	Encuestas (para padres)	Survey Monkey
¿Cómo podemos concientizar a las personas con el uso de las herramientas que ofrece Güeyitas para tener una mejor convivencia con los animales de compañía?		Indagar qué motivaciones tienen los usuarios en medios digitales al momento de buscar información en relación a la convivencia y cuidado responsable con animales de compañía.		Aliados estratégicos de Güeyitas a partir de la VII edición del Proyecto	Encuesta, revisión bibliográfica	ZOOM, investigaciones, estudios, estadísticas
¿Cómo se podría incrementar eficazmente la difusión a la ciudadanía de las herramientas que brinda Güeyitas para concientizar?		Reconocer características de medios y plataformas más usadas por la ciudadanía guayaquileña al momento de buscar información sobre herramientas y contenido que promueva una buena convivencia entre humanos y animales de compañía.		Expertos en redes sociales y medios digitales	Entrevistas a profundidad	Google Forms

Fuente: Elaboración propia

Figura 3

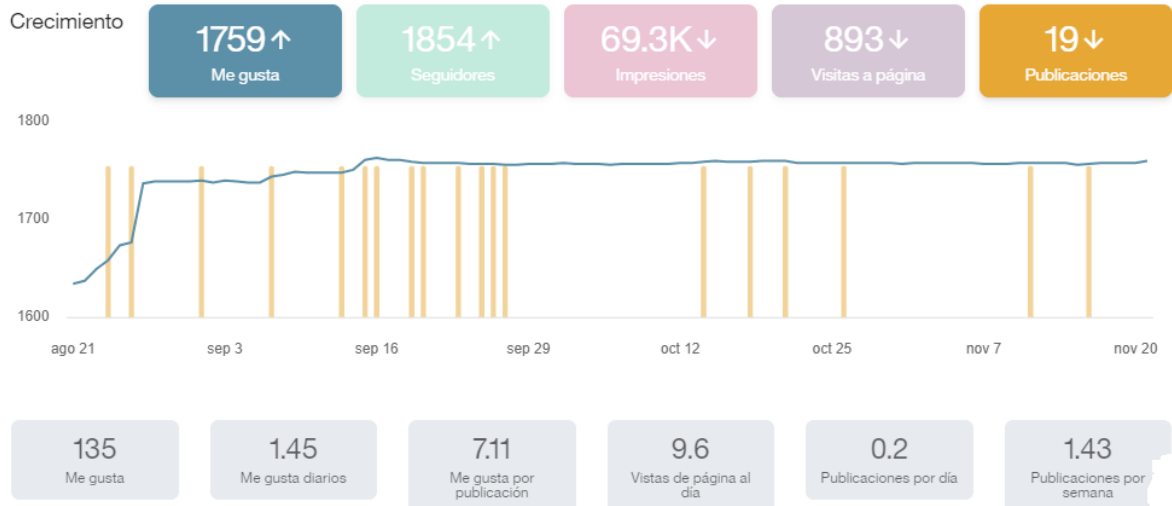
Beneficiarios y actores que intervienen en el desarrollo del proyecto



Fuente: Elaboración propia

Figura 4

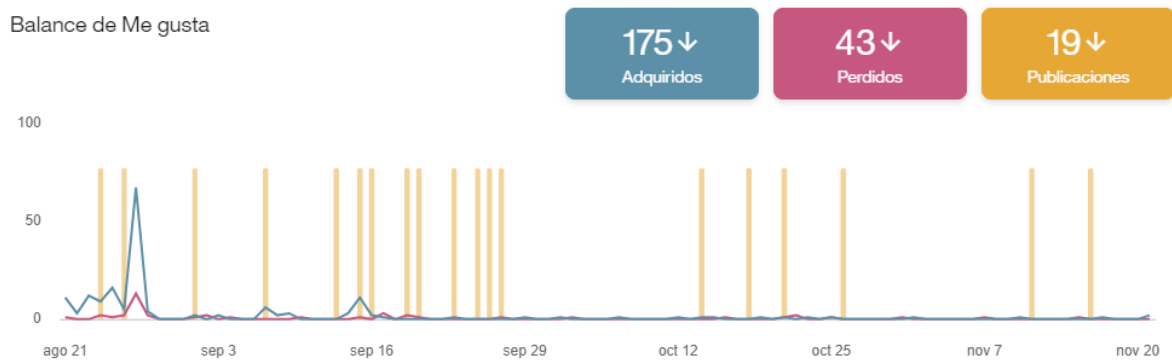
Métricas de crecimiento en la red social Facebook



Fuente: Análisis de Metricool, 2021

Figura 5

Balance de seguidores en la red social Facebook



Fuente: Análisis de Metricool, 2021

Figura 6

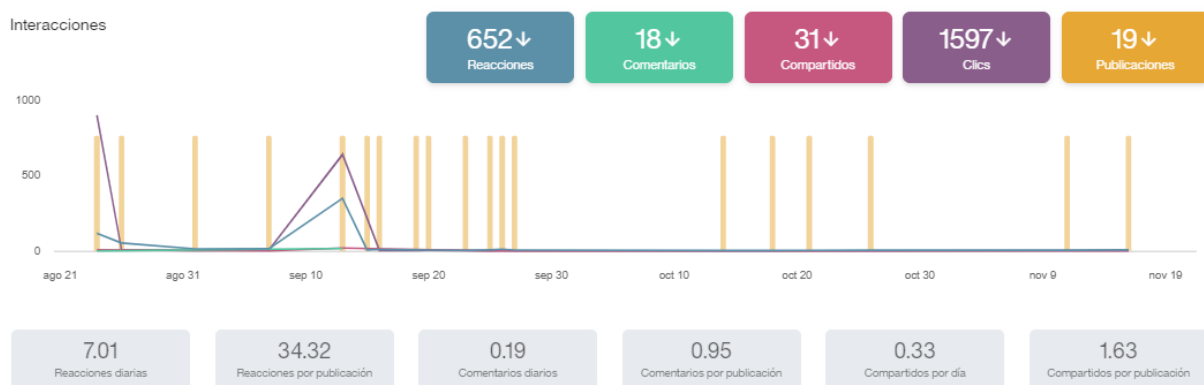
Métricas de publicaciones en la red social Facebook



Fuente: Análisis de Metricool, 2021

Figura 7

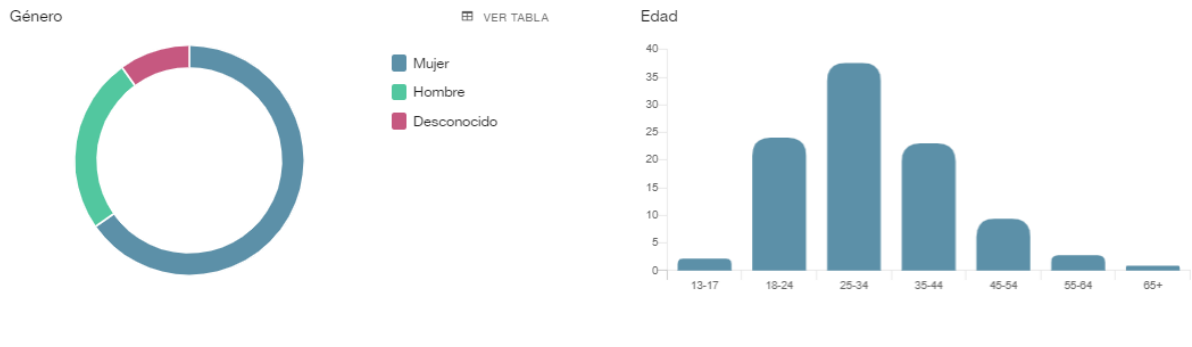
Interacciones en la red social Facebook



Fuente: Análisis de Metricool, 2021

Figura 8

Edades y género de los seguidores en la red social Instagram



Fuente: Análisis de Metricool, 2021

Figura 9

Métricas de crecimiento en la red social Instagram



Fuente: Análisis de Metricool, 2021

Figura 10

Lugares de donde siguen a Güeyitas



Fuente: Análisis de Metricool, 2021

Figura 11

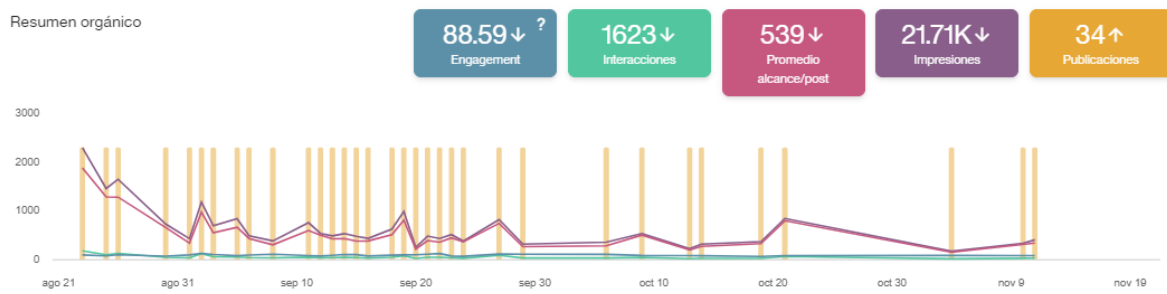
Métricas de crecimiento en la red social Instagram



Fuente: Análisis de Metricool, 2021

Figura 12

Resumen Orgánico








Fuente: Análisis de Metricool, 2021

Figura 13

Lista de Hashtags utilizados

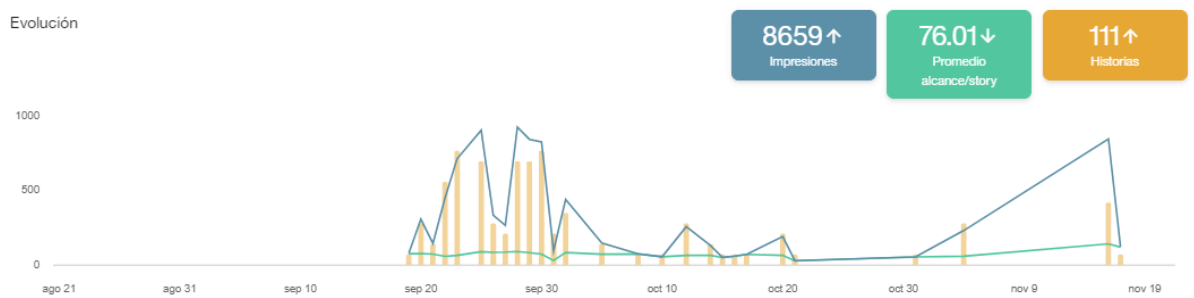
Lista de hashtags

	Impresiones	↓	Número de publicaciones	Likes	Comentarios
#membresia 	2.31k		1	152	6
#beneficios 	2.31k		1	152	6
#descuentos 	2.31k		1	152	6
#animaldecompañia 	2.31k		1	152	6
#dogs 	2.12k		2	131	9

Fuente: Análisis de Metricool, 2021

Figura 14

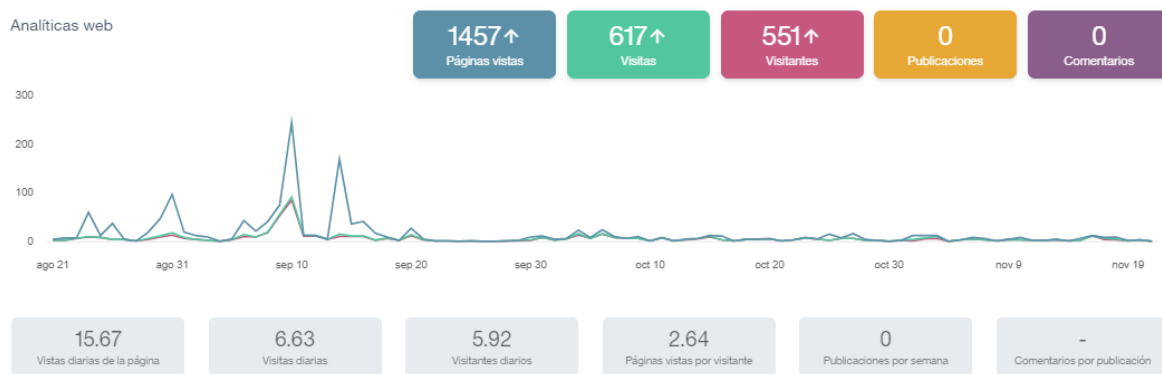
Historia



Fuente: Análisis de Metricool, 2021

Figura 15

Analíticas Web



Fuente: Análisis de Metricool, 2021

Figura 16

Países de los visitantes



Fuente: Análisis de Metricool, 2021

Figura 17

Fuentes de tráfico de la página web de Güeyitas

Páginas vistas

URL	Páginas vistas ↓	Porcentaje
/ayuda-animal/	516	35.42%
/	336	23.06%
/app-gueyitas/	195	13.38%
/manual-de-actividades/	127	8.72%
/ediciones-anteriores/	68	4.67%

Fuentes de tráfico

Fuente	Visitantes ↓	Porcentaje	
Directo	615	80.08%	
gueyitas.com	92	11.98%	>
facebook.com	27	3.52%	>
linktr.ee	16	2.08%	>
android-app://com.google.android.googlequicksearchbox/	11	1.43%	>

Fuente: Análisis de Metricool, 2021

Tabla 2

Presupuesto de gastos realizados en la octava edición de Güeyitas

Presupuesto	
Gastos médicos chilaquil (gatito de la Ucg)	\$49
Comida, arena, y recipientes para gatitos de Ucg	\$25
Pautas Digitales	\$60
Pasante	\$250
podcast	\$160
Revista Kit de rescate	\$150
Resmas de hojas	\$18
Camisetas	\$78
Roll up	\$50
Accesorios para concursos	\$36
Total	\$876

Tabla 3

Cuadro de presupuesto de auspiciantes

Nombre	Producto	Valor
Beer Place	20 pacas de agua	\$80
Francisco Films	Grabación y producción utilizando dron	\$100
Ilustración Gráfica	120 carteles tamaño A2 y A3	\$200
Distribuidora S.M.	Accesorios para mascotas Comida concurso Pipeta para mascotas	\$120
Aguja Mágica	2 mascarillas 2 bandanas para perro y gato	\$25
Helado can	Helados Croquetas de salmón	\$15
Alan Quevedo Photo	2 sesiones de fotos	\$100
Kekart	Ilustraciones de mascotas	\$40
Sweet Pet	1 torta 2 mini cupcakes 1 funda de galletas	\$10
TOTAL		\$730

Activar

Figura 21

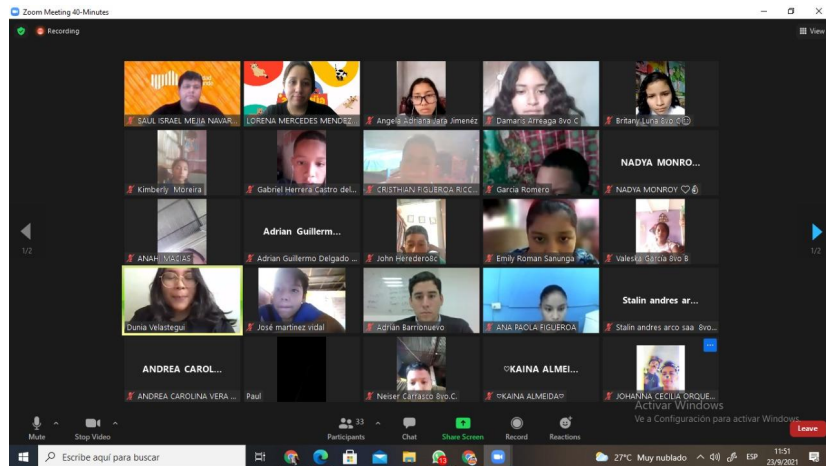
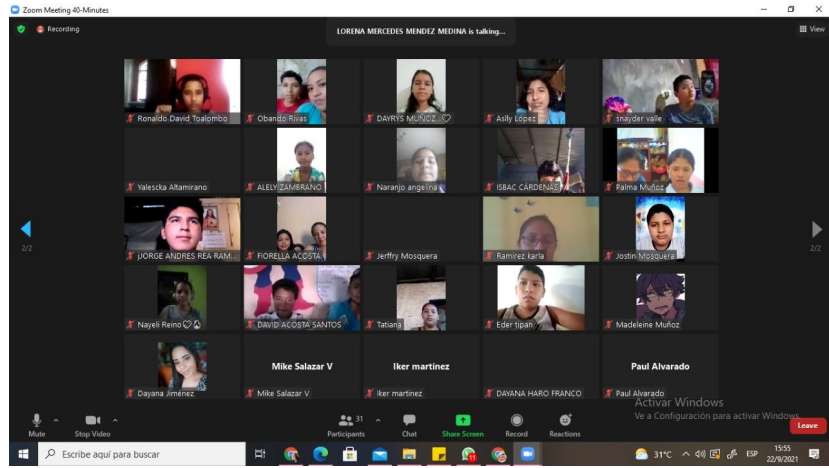
Guía de Rescate



Fuente: Elaboración propia

Figura 22

Capacitaciones



Fuente: Elaboración propia

Figura 23

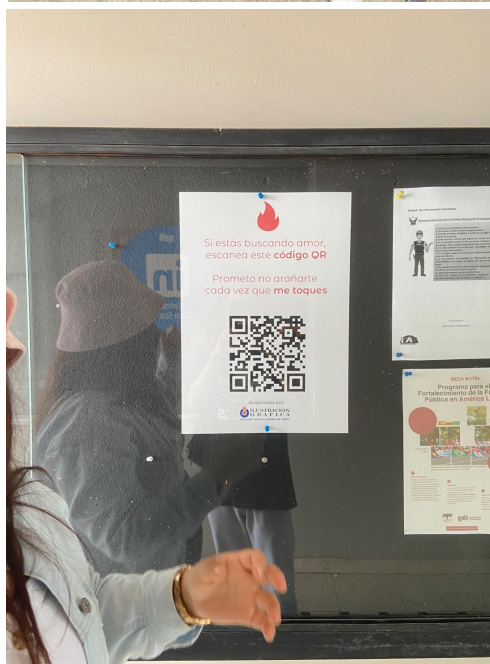
Activaciones



Fuente: Elaboración propia

Figura 24

Campaña guerrilla



Fuente: Elaboración propia

Figura 25

Podcasts



Fuente: Elaboración propia

Entrevista 1

Modelo de entrevista realizada a los veterinarios

1. En su labor como veterinario, ¿cuáles cree usted que son las fuentes de información que los ciudadanos usamos cuando tenemos dudas sobre cómo tratar con nuestros animales?
2. ¿Recuerdas alguna red social o medio digital que hable de estos temas?
3. ¿Por qué piensan que los ciudadanos recurrimos a esas fuentes?
4. ¿Hay alguna red social o medio digital que usted como profesional recomendaría para que la gente busque información sobre cómo tratar y cuidar a sus animales? ¿Por qué?
5. ¿Cuál es la razón por la que decide confiar en la información que se encuentra en estos medios y plataformas virtuales?
6. ¿Qué características poseen estas fuentes de información o plataformas digitales que le permiten verificar que su contenido es veráz?
7. ¿Qué medios y plataformas son más usados por la ciudadanía de Guayaquil para informarse sobre la convivencia con animales de compañía?
8. ¿Por qué los ciudadanos prefieren usar estos medios o plataformas por encima de otras?
9. ¿Considera a estos medios y plataformas como una fuente confiable que permite solucionar o mejorar problemas que se presenten en la vida de los animales de compañía y sus custodios? ¿Por qué?
10. ¿Piensa que los medios y plataformas que utiliza la ciudadanía de Guayaquil concientizan la forma en la que cuidan y conviven con sus animales de compañía?
11. ¿Qué herramientas considera ideales para concientizar a los ciudadanos sobre la convivencia responsable con los animales de compañía?

12. ¿Cree que el cuidado de los animales de compañía se ve influenciado por información que consumen los ciudadanos de Guayaquil?
13. ¿Se ve influenciada de manera negativa o positiva?
14. ¿Conoce la labor que realiza el proyecto Güeyitas?

Entrevista 2

Modelo de entrevista realizada a los Voluntarios, Activistas, Fundaciones.

1. En su labor como (especificar qué son), ¿cuáles cree usted que son las fuentes de información que los ciudadanos usamos cuando tenemos dudas sobre cómo tratar con nuestros animales?
2. ¿Por qué piensa que los ciudadanos recurrimos a esas fuentes?
3. ¿Hay alguna red social o medio digital que usted como profesional recomendaría para que la gente busque información sobre cómo tratar y cuidar a sus animales? ¿Por qué?
4. ¿Cuáles son las herramientas o plataformas que utilizan y recomiendan ustedes como Fundación para difundir la información?
5. ¿Qué tipo de información difunden?
6. ¿Cómo es el comportamiento de su público?
7. ¿A quienes identifica como sus competidores en medios digitales o redes sociales?
8. ¿Considera que las otras fuentes digitales le brindan información confiable al público?
¿Por qué?
9. ¿Cuáles cree usted que sean las razones por la cual los ciudadanos buscan fuentes de información no oficiales?

10. ¿Qué estrategias usan o han usado ustedes para que las personas acudan a fuentes de información como ustedes?
11. ¿Por qué creen ustedes que los ciudadanos prefieren usar estos medios o plataformas digitales por encima de otras como periódicos, noticieros, radios, etc?
12. ¿Cree que el cuidado de los animales de compañía se ve influenciado positiva o negativamente por información que consumen los ciudadanos de Guayaquil? ¿Por qué?
13. ¿Usted considera que existe desinformación por parte de los ciudadanos acerca de cómo cuidar correctamente la salud de los animales de compañía?
14. ¿Cree usted que hay mucha desinformación acerca de cómo cuidar correctamente la salud de los animales de compañía?
15. ¿En qué plataformas ha evidenciado esto?
16. ¿Conoce la labor que realiza el proyecto Güeyitas? ¿ Ha visitado sus redes o web? ¿Qué recuerda de ellos?

Entrevista 3

Modelo de entrevista realizada a los Expertos en redes sociales

1. ¿Cuáles considera que son los medios digitales y redes sociales más utilizados por los padres de familia para educar a sus hijos?
2. ¿Cuáles son las plataformas digitales más utilizadas por los padres de familia al momento de entretener a hijos entre 5 y 12 años de edad?
3. ¿Considera que las redes sociales influyen en el comportamiento o en las decisiones de las personas? ¿Por qué?

4. ¿Cuáles son las redes más utilizadas?
5. ¿De qué edad cree usted que son las personas que utilizan más las redes sociales?
6. ¿En la actualidad, cuál considera que es la red social o medio digital más utilizado por los niños? ¿Por qué? ¿Cómo son estas plataformas?
7. ¿Cuáles considera que son las redes sociales que más utilizan los custodios de animales de compañía y padres de familia con hijos de 5 a 12 años para obtener información relevante?
8. ¿Cree que hay mucha desinformación dentro de los medios digitales? ¿Por qué?
9. ¿Cuáles crees que son las plataformas digitales con mayor cantidad de fake news?
10. ¿Cree que existen plataformas confiables en cuanto a la información que difunden?
¿Cuáles?
11. ¿Cree que las personas se dejan influenciar por las noticias en redes ?
12. ¿Qué aspectos recomienda para llamar la atención de las personas dentro de las redes sociales?
13. ¿Considera que la aplicación Tik Tok es una herramienta que aporta de manera positiva en una campaña digital? ¿Por qué?
14. ¿Cuál es la razón por la que muchas campañas de comunicación no llegan a un determinado grupo objetivo?
15. ¿Qué estrategias recomienda tomar en cuenta, para implementar una campaña de comunicación eficaz en cuanto a convivencia y bienestar humano - animal?
16. ¿Cuáles cree usted que son las principales razones por las que la ciudadanía desconoce de Güeyitas?

Entrevista 4

Modelo de entrevista realizada a los Padres de familia

1. ¿Cuáles son las plataformas que utiliza con mayor frecuencia para informarse acerca de un tema determinado?
2. ¿Cuáles cree usted que son las fuentes de información que usan los padres cuando tienen dudas sobre cómo tratar a sus animales de compañía?
3. ¿Cree que hay mucha desinformación dentro de los medios de comunicación?
4. ¿Qué lo motiva a usted a buscar fuentes de información con respecto al cuidado de animales de compañía?
5. ¿Podría comentar cuáles han sido sus experiencias al acceder a fuentes de información con respecto al cuidado de animales de compañía?
6. ¿Usted considera que tiene el tiempo necesario para acceder a medios que brinden información sobre el cuidado y convivencia responsable con los animales de compañía? Comente las razones por la cual si lo tiene o no.
7. ¿Usted considera que existe mucha desinformación por parte de los padres acerca de cómo cuidar correctamente la salud de los animales de compañía?
8. ¿Cuáles cree usted que sean las razones por la cual los custodios buscan fuentes de información no oficiales?
9. ¿Cree que el cuidado de los animales de compañía se ve influenciado positiva o negativamente por información que consumen los custodios de Guayaquil? ¿Por qué?
10. ¿Considera que las redes sociales influyen en el comportamiento o en las decisiones de las personas? ¿Por qué?
11. ¿Considera importante que las personas aprendan a identificar los fake news que se encuentran en redes digitales?

12. ¿Qué plataformas le brindan mayor confianza al momento de buscar información?
13. ¿Conoce la labor que realiza el proyecto Güeyitas? ¿ Ha visitado sus redes o página web? ¿Qué recuerda de ellos?
14. Cuando difunde información en redes sociales, ¿Usted verifica que la información sea verídica?

Encuesta 1

Modelo de encuesta realizada a los padres de familias

Marque todas las opciones que lo identifiquen:

- Es usted
 - a. Papá _____
 - b. Mamá _____
- Número de hijos en el hogar:
 - a. 1 _____
 - b. 2 _____
 - c. 3 _____
 - d. Más de 3 _____
- Es usted
 - a. Custodio de perro _____
 - b. Custodio de gato _____
 - c. Custodio de perro y gato _____
- Número de mascotas a las que custodia:
 - a. 1 _____
 - b. 2 _____
 - c. 3 _____

- d. Más de 3 _____
- Sector de la ciudad donde vive:
 - a. Norte _____
 - b. Sur _____
 - c. Centro _____
 - d. Otro (Especifique) _____
- ¿Qué edad tiene su hijo/a (Conteste en función de los hijos que tiene entre 5 y 12 años)?
 - a. 5 a 7 _____
 - b. 8 a 10 _____
 - c. 11 a 12 _____
 - d. No tengo hijos
 - e. Tengo hijos de otras edades _____
- ¿Qué herramientas utiliza para enseñarle a su hijo/hija acerca de diferentes temas?
 - a. Libros
 - b. Youtube
 - c. Podcast
 - d. Juegos digitales o físicos
 - e. Otros
- ¿Cuáles son los medios que más utiliza para informarse sobre temas relacionados a animales de compañía? (Márquelos en orden de importancia, siendo 1 el más importante)
 - a. Redes Sociales
 - b. Veterinarios
 - c. Amigos o conocidos
 - d. Libros
 - e. Radio
 - f. Periodico (online)
 - g. Noticiero
 - h. Otros (especifique) _____
- Al momento de acudir a alguna red social para informarse sobre la convivencia y bienestar animal, ¿Qué aspectos considera importantes?
 - a. Número de seguidores
 - b. Cantidad de publicaciones

- c. Contenido de calidad
 - d. Fotos reales
 - e. Otro (Especifique)
- ¿Qué características tienen estas cuentas en redes sociales que captan su atención?
 - a. Colores llamativos
 - b. Buena organización de información
 - c. Realizan publicaciones de manera constante
 - d. Imágenes con buena definición
 - e. Otros (Especifique)
- ¿Cómo llegaste a conocer estas cuentas o plataformas digitales?
 - a. Por medio de un conocido
 - b. La encontré por mí mismo/a
 - c. Por medio de una publicidad
 - d. Otro (Especifique)
- ¿Cuáles son los medios de comunicación digital que más utilizan para informarse sobre el cuidado y convivencia con animales de compañía?
 - a. Instagram
 - b. Facebook
 - c. Telegram
 - d. Twitter
 - e. Tik Tok
 - f. Spotify
 - g. Otros _____
- ¿A qué cuentas recurre en redes sociales para informarse acerca de la convivencia responsable con los animales de compañía?
(Pregunta abierta)
- ¿Educa a su hijo sobre la convivencia que se debe tener con los animales de compañía? ¿De qué manera?
(Pregunta abierta)

- ¿Qué tan importante considera la educación sobre la convivencia responsable con animales de compañía sea impartida a su hijo/hija?
 - a. Nada importante
 - b. Poco Importante
 - c. Importante
 - d. Muy importante
- ¿Tiene algún conocimiento acerca de Güeyitas?
 - a. Sí
 - b. No
- ¿Qué se le viene primero a la mente cuando escucha el nombre “Güeyitas”?
 - a. Fundación
 - b. Veterinaria
 - c. Proyecto Social
 - d. Tienda de animales
 - e. Otros _
- ¿Cuál es su referente (nombre de fundación, centro veterinario, página web, o usuario en redes sociales) al momento de buscar información sobre la convivencia y bienestar con animales de compañía?