



PROYECTOS  
DE APLICACIÓN  
PROFESIONAL



Universidad  
Casa Grande

## **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, niñas y sus Adultos Inmediatos sobre Convivencia Responsable con Animales de Compañía en Guayaquil - Ecuador durante el 2021.

#### **Equipo interdisciplinario:**

Nadia Nicole Herrera Mayorga

Daniel Estéfano Allauca Franco

Adrián Mauricio Barrionuevo

Dunia Velasteguí Pástor

Lorena Mercedes Méndez Medina

Suád Lorette Montoya Ansaldo

Saúl Israel Mejía Navarrate

#### **Guías del Proyecto**

Mgtr. Anyelina Veloz

Lcda . Gabriela Landivar

**GUAYAQUIL, ECUADOR**

Diciembre 2021



PROYECTOS  
DE APLICACIÓN  
PROFESIONAL



Universidad  
Casa Grande

## **UNIVERSIDAD CASA GRANDE**

### **SUBTÍTULO**

Sistematización del proceso de creación y difusión de la campaña de guerrilla para promover la adopción de los animales de compañía que promueven aliados estratégicos a través de visitas en en la página web de Güeyitas, en Guayaquil - Ecuador durante el 2021.

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

Licenciatura en Comunicación Social con Mención en Redacción Creativa

### **Elaborado por:**

Daniel Estéfano Allauca Franco

### ***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, DANIEL ESTÉFANO ALLAUCA FRANCO autor del trabajo de titulación ‘Sistematización del proceso de creación y difusión de la campaña de guerrilla para promover la adopción de los animales de compañía que promueven aliados estratégicos a través de visitas en en la página web de Güeyitas, en Guayaquil Ecuador durante el 2021’, 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.

---

**Daniel Estéfano Allauca Franco**  
C.C 0924100126



PROYECTOS  
DE APLICACIÓN  
PROFESIONAL



Universidad  
Casa Grande

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

Yo, DANIEL ESTÉFANO ALLAUCA FRANCO autor del trabajo de titulación ‘Sistematización del proceso de creación y difusión de la campaña de guerrilla para promover la adopción de los animales de compañía que promueven aliados estratégicos a través de visitas en en la página web de Güeyitas, en Guayaquil Ecuador durante el 2021’, 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.

---

**Daniel Estéfano Allauca Franco**  
C.C 0924100126

## **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.

Para el proceso de sistematización, se realizó una campaña de guerrilla, la cual tiene como propósito incentivar la adopción de los animales que se encuentran en nuestras fundaciones aliadas. De esta manera, se construyeron afiches en formato digital e impreso, los cuales disponían de una frase en doble sentido, junto con un código QR. Al momento en que las personas escaneen el código, este los redirige a la página web de Güeyitas en conjunto con los animales que se encuentran en adopción en las fundaciones aliadas.

## **Palabras Claves**

Animal de compañía, bienestar animal, convivencia responsable, relación humano-animal, herramientas digitales, herramientas educativas, redes sociales, guía de rescate, gamificación, campaña de guerrilla, tinder, adopción animal, marketing digital, doble sentido.

## **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.

For the systematization process, a guerrilla campaign was carried out, the purpose of which is to encourage the adoption of the animals found in our allied foundations. In this way, posters were built in digital and printed format, which had a double meaning phrase, along with a QR code. The moment people scan the code, it redirects them to the Güeyitas website together with the animals that are up for adoption at the allied foundations.

**Key words:** Companion animals, educational tools,, gamification, digital tools, educational tools, rescue guide, gamification, parents of families, rescue guide, socialization

## **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 brindar sus opiniones de manera voluntaria. En el caso de las entrevistas realizadas, se 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, se les dio la libertad de emitir cualquier comentario de forma abierta acorde a sus percepciones teniendo en cuenta que cada respuesta era importante para la investigación. Toda la información obtenida como resultado, provino de expertos y de la comunidad, quienes fueron parte del proyecto desde diferentes perspectivas, permitiéndonos conocer más a fondo sobre los aspectos positivos y negativos de esta octava edición del proyecto Güeyitas.



## Índice

Antecedentes y Contexto de la Experiencia	11
Hipótesis de Mejora	4
<b>Reconstrucción Histórica de la Experiencia</b>	<b>8</b>
La investigación en acción	9
Herramientas	12
Entrevistas	12
Encuestas	12
Resultado de Encuestas	12
Resultados de Entrevistas	12
Conclusiones	13
Proyecto Güeyitas 2021	14
Redes Sociales	15
Instagram y Facebook	15
Lives de Instagram	17
Reels de Instagram	17
Influencers: estrategia en la red social Instagram	18
Concursos de Güeyitas VIII en redes sociales	18
Nuevas redes sociales	19
Tik tok	20
Spotify	20
Innovación VIII edición:	22
Elaboración de nueva herramienta digital	22
Socialización de la herramienta gamificada “Generación G al rescate”	22
Membresía Güeyitas	23
Aliados estratégicos y Güeyitas.	25

Auspiciantes	26
Acercamiento a la Jefatura de Bienestar Animal - M.I. Municipal de Guayaquil	27
Convenio entre Güeyitas y la UCG	28
Campaña de Guerrilla	30
Güeyitas y los gatos de la UCG	31
Análisis e Interpretación Crítica de la Experiencia	32
Evaluación Individual de Componentes o Actividades	32
Sistematización del proceso de socialización de Guía de Rescate para animales en situación de calle dirigida a adultos y niños en Guayaquil - Ecuador durante el 2021.	33
Evaluación Individual del la sistematización del proceso de socialización de Guía de Rescate para animales en situación de calle dirigida a adultos y niños en Guayaquil - Ecuador durante el 2021	38
Conclusiones	41
Recomendaciones	43
<b>Referencia Bibliográfica</b>	<b>45</b>

## **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.

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 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 está en riesgo constante de enfrentarse a peligros y no cuenta con una fuente perenne 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. Ocasionando 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, confundiéndola 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 una 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 llamado Generación G al rescate, 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. Es por eso que se construyó una alianza entre estudiantes becarios de la Universidad Casa Grande y el proyecto PAP Güeyitas, con el propósito de mantener un seguimiento a las redes sociales del proyecto. 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.

## 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 estas reuniones se ejecutó un primer acercamiento con *Stakeholders* por medio de 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 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 nuestra 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, entrevista 1).**

### **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 descubrió que el 84% de los entrevistados 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 económico 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 herramientas 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 Whatson 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 el 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 su 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 contacto 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**

A continuación se evalúa el componente del marco lógico que señala que la plataforma educomunicacional Güeyitas es conocida y utilizada por la ciudadanía. Dentro de la misma, se ejecutó una campaña de guerrilla en la provincia del Guayas para incentivar la adopción de los animales en nuestra fundaciones aliadas y a su vez, dar a conocer la página web que ha construido Güeyitas, al igual que sus herramientas.

### **Tipo de investigación**

Mixta

### **Unidad de análisis**

#### **Unidad de análisis**

- **Participantes de la campaña de guerrilla**

Son sujetos que utilizan las redes sociales con mayor frecuencia. Comparten contenido mediante fotos, videos o memes con la finalidad de causar algo en la persona que recibe esta información. Están en constante búsqueda de nuevas actualizaciones tecnológicas.

- **Fundaciones aliadas al proyecto y que formaron parte de la campaña**

Son sujetos fieles a la causa animal, su vida gira en torno al cuidado de los animales de compañía. Dan todo por ellos sin esperar nada a cambio y se encuentran en una lucha constante por sus derechos. Cumplen con principios como la esterilización, adopción y convivencia responsable de los animales de compañía.

### **Muestra**

## **Muestra**

- 9 personas que participaron durante la campaña de guerrilla presencial y digital.
- 3 fundaciones aliadas que formaron parte de la campaña de guerrilla.

## **Herramientas**

- Análisis de las métricas obtenidas de la página Metricool para conocer el número de personas que ingresaron a la página web de Güeyitas, desde que la campaña de guerrilla se lanzó.
- Entrevistas semiestructuradas a participantes de la campaña de guerrilla y a las fundaciones aliadas.

### ***Sistematización de la campaña de guerrilla para la VIII Edición del Proyecto de Aplicación Profesional Güeyitas, en Guayaquil - Ecuador durante el 2021***

Güeyitas es un proyecto educomunicacional que se ha caracterizado por contribuir a la disminución del maltrato físico y psicológico de los animales de compañía y a su vez, educando a la ciudadanía a mantener una convivencia responsable con los animales de compañía bajo cualquier condición. La octava edición se planteó posicionar a Güeyitas como una plataforma educativa de información veraz, para que de esta manera, los ciudadanos aprendan la manera idónea de convivir responsablemente con un animal de compañía.

Para el desarrollo del segundo componente, el grupo de la octava edición de Güeyitas decidió elaborar una campaña de guerrilla presencial y digital, con el propósito de incentivar la adopción de los animales de compañía y a su vez, dar a conocer la página web que ha construido el proyecto, al igual que sus herramientas educativas digitales. Además, es de mayor importancia mencionar que para esta actividad, se decidió separar la campaña de guerrilla con los niños, con el objetivo de atraer más a público y de esta manera lograr que el

proyecto sea más conocidos por la población ecuatoriana.

Para la elaboración de la campaña de guerrilla se seleccionaron frases llamativas que jugaban con el doble sentido con el fin de despertar curiosidad en la audiencia. Además, se realizó un bosquejo de referentes, como la aplicación de citas virtuales Tinder, aplicando la misma gráfica, lenguaje y tono que se deseaba abarcar para que la campaña de guerrilla cumpliera su cometido.

Una vez diseñados los carteles, se procedió a contactar a distintas imprentas de la provincia del Guayas en búsqueda de auspicios para imprimirlos. La imprenta Ilustración Gráfica accedió a auspiciar con carteles, a cambio de beneficios como la mención de la imprenta en los mismos y un agradecimiento formal en las redes sociales del proyecto por su participación. Posterior a la reunión se realizó una carta de acuerdos el cuál la imprenta accedía a ofrecernos un total de 100 carteles en tamaño A3 y 20 en tamaño A2.

Luego de haber firmado la carta de compromiso de parte de la imprenta, se procedió a contactar a las fundaciones aliadas a nuestro proyecto, con la intención de sumarlos a la causa tanto a ellos, como a los animales que se encuentran actualmente postulados para el proceso de adopción. Una vez finalizadas las reuniones, se recibe el apoyo de las fundaciones, de la mano con algunos comentarios acerca de cómo podíamos mejorar la campaña de guerrilla, para lograr obtener un mayor alcance.

Posterior a la reunión, se rediseñó la pestaña de “ayuda animal” en la página web de Güeyitas, para que de esta manera se pueda sincronizar con el código QR presente en todos los carteles de la campaña. Se solicitó a las fundaciones aliadas, fotografías de los perros y gatos que se encuentran actualmente en adopción y se colocaron en la pestaña mencionada, junto con información de los animales, como nombre, edad, vacunas y con nombre de la

fundación en dónde encontrarlos. Además, se colocó una frase conmovedora al pie de la página web, que se conecta a las frases de la campaña con la intención de generar empatía con el lector y con la problemática que se quiso abordar.

De forma alterna a las reuniones con las fundaciones y las imprentas, Güeyitas decidió llevar a cabo su primer lanzamiento de la campaña por medio de redes sociales como Instagram, Facebook y Whatsapp. Esto con el propósito de realizar un primer acercamiento a la audiencia y conocer acerca de sus opiniones e interacciones con las publicaciones de las piezas gráficas.

La campaña digital estuvo al aire aproximadamente dos semanas en el mes de septiembre del presente año. Inicialmente participaron todos los miembros de la octava edición de Güeyitas, al igual que sus guías y amigos cercanos, quienes ayudaron a compartir la publicación en sus distintas redes digitales.

Luego de haber realizado el lanzamiento de la campaña digital, se volvió a contactar con la imprenta para retirar los carteles, los cuales tuvieron un tiempo de dos a tres semanas de demora, ocasionando que la campaña de guerrilla se congele hasta que los carteles de encuentran impresos. Una vez obtenidos los mismos, se procedió a reactivar la campaña de guerrilla, empezando con la colocación de los carteles en distintos sectores de la provincia del Guayas. Se empezó a colocar en la Universidad Casa Grande, con los permisos correspondientes. Después, se presentó la oportunidad de agendar una reunión con los dueños o supervisores de los locales de comida pet friendly localizados en el Puerto Santa Ana y en la calle Panamá, quienes apoyaron a la causa y permitieron la colocación de los carteles dentro de sus locales. También se dio la apertura para colocar los carteles en otros locales como veterinarias en el Parque Chile, el gimnasio South Fit Box y la fundación Refugio

Pana, quienes adicionalmente, ayudaron a difundir la campaña desde sus propias redes sociales. Cabe destacar que además de locales, también se pegaron carteles en algunas paredes de la ciudad de Guayaquil y de Milagro. Adicionalmente, hubo la oportunidad de llevar la campaña a la primera activación que se realizó en conjunto con Bienestar Animal de la Municipalidad de Guayaquil en el Parque de la Kennedy, en donde se documentó la experiencia por parte de fotógrafos locales y posteriormente se publicaron fragmentos de dicho material en sus redes sociales.

Durante el lanzamiento de la campaña digital, se generaron muchas respuestas de parte de distintos públicos. Algunos de ellos confundidos, debido a que desconocían de qué se trataba y lo relacionaban con mensajes de doble sentido, mientras que otros lo tomaban como contenido humorístico.

### ***Evaluación de la campaña de guerrilla para la VIII Edición del Proyecto de Aplicación Profesional Güeyitas, en Guayaquil - Ecuador durante el 2021***

Se realizó un análisis con ayuda de la herramienta Métricoool para extraer un resultado aproximado de las personas que visitaron la página de Güeyitas desde su lanzamiento. Las primeras semanas los resultados fueron positivos, debido a que hubo un alto porcentaje de personas que visitaron la página directamente desde el código QR, siendo 274 el alcance máximo de personas en un día, sin embargo, estos resultados fueron bajando drásticamente en el mes de octubre con un máximo de 135 visitantes en un día. Se estima que estos resultados fueron disminuyendo debido a que muchos de los carteles ya no se encontraban pegados en las calles y las empresas empezaron a removerlos poco a poco de sus locales.

Otro dato tomado de la misma herramienta, indica que en el mes de septiembre, el 48% de las visitas totales a la página web ingresaron a las demás pestañas en donde se

encuentran las herramientas educativas que ofrece Güeyitas, mientras que en el mes de octubre, este porcentaje disminuyó a un 23%. A pesar de esto, los datos muestran que las personas sienten mayor interés por los recursos interactivos, como el Manual de Actividades y la App Güeyitas.

Adicionalmente, para la obtención de un resultado más preciso, se evalúa la campaña a través de nueve entrevistas a usuarios que interactuaron con la campaña digital. La guía de preguntas puede ser revisada por el lector en la sección de anexos.

Por medio de estas, se puede definir que las personas efectivamente sintieron agrado frente a la campaña de guerrilla, muchos indicaron haberse reído, pero al igual, mostraron preocupación por las personas que publicaron los afiches. Uno de los comentarios más memorables que se recibió fue el siguiente:

*Primero que nada me empecé a reír porque nada que ver que publiquen eso, pero después de un rato me preocupé un poco porque no sabía si a mi amigo le habían hackeado el celular o algo parecido...”* (M. Jaramillo, participante de la campaña de guerrilla, 2021).

Por otro lado, se puede evidenciar que el 22% de los entrevistados compartieron las piezas gráficas dentro de sus redes sociales. El 88% restante asegura no haber compartido la publicación por temas relacionados a su trabajo y temor hacia las opiniones de los receptores de las gráficas.

Con respecto a los animales que se encontraban en la página web, se realizaron entrevistas a tres fundaciones aliadas para conocer a más detalle el estado de adopción. La respuesta que se recibió fue positiva debido a que aseguran que hubo un total 5 animales que han sido adoptados, es decir, el 39% de los animales que se encontraban en la página web.

Sin embargo, desconocen si esto se debe a la campaña de guerrilla, debido a que ellos únicamente reconocen a las personas más aptas para tomar cargo del animal. A pesar de esto, dieron a conocer que sí hubo un incremento en las postulaciones en los últimos dos meses.

En cuanto al tono de la campaña, las fundaciones participantes en la misma afirman que la estrategia fue desarrollada de manera ingeniosa y diferente, ya que causa intriga en las personas en saber de qué se trataba el proyecto, sin embargo, Denisse Caballero, pionera de fundación Yo Amo Animales, indica que no se tomó en consideración a las personas de bajos recursos que no cuentan con teléfonos inteligentes y a las personas que desconocen el uso de los códigos QR.

*“Muchas personas no manejan código QR, y eso pudo influenciar a la campaña y a la oportunidad de mostrar los animalitos y su información”* (D. Caballero, Fundadora de Yo Amo Animales, 2021). A pesar de esto, las demás fundaciones entrevistadas afirman que la campaña estuvo bien ejecutada e innovadora, por lo que no harían ningún tipo de cambios.

A pesar de la interacción que se mantuvo en redes sociales, también se obtuvieron resultados negativos e inesperados en la ejecución de la campaña, debido a que un porcentaje de los entrevistados no escanearon el código que se encontraba debajo de la frase por motivos de miedo y desinterés, sin embargo, el más mencionado, fue por la falta de un dispositivo electrónico adicional, para poder escanear el código. Uno de los participantes de la entrevista declaró lo siguiente. *“No tenía cómo, si estaba por Whatsapp. Hubiese tenido que abrirlo desde una computadora o hacerle screenshot o algo.”* (G.Lara, participante de la campaña de guerrilla, 2021).

Por otra parte, las personas que aseguraron haber visitado la página, mencionan no haber navegado por las demás pestañas de la página web, las cuales están comprendidas



principalmente por los recursos interactivos que ha compuesto el proyecto desde su primera edición, incluyendo la nueva herramienta que se construyó en la octava edición del proyecto, la Guía de rescate.

## Conclusiones

Para concluir, se puede evidenciar que no se cumplió el objetivo de la campaña de guerrilla de la manera en la que se propuso desde un comienzo. Se considera que hubo una oportunidad desaprovechada de enlazar la guerrilla en conjunto con la nueva herramienta de Guía de rescate, debido a que ambos compartían una sola finalidad, que es rescatar y acoger a los animales que se encuentran sin un hogar establecido.

Por otro lado, el tono y el lenguaje innovador que se utilizó durante la campaña de guerrilla, fue unos de los factores más destacados de acuerdo a los resultados de la investigación realizada. Esto se debe a que muchas de las personas aseguran haber despertado su humor, al momento de leer las frases que se encuentran en las piezas gráficas.

De acuerdo a la campaña digital, se puede concluir que esta tuvo una buena acogida, sin embargo, la implementación del código QR dentro de las redes sociales, es un elemento que perjudicó el propósito de la campaña, debido se necesitaba la utilización de un dispositivo o aplicación adicionales para poder escanear el código y entender un mayor conocimiento acerca de la campaña de guerrilla.

Además, esta oportunidad, pudo brindar la posibilidad de aumentar y mantener el número de navegantes en las demás herramientas educativas. Por otro lado, la tecnología formó parte fundamental dentro de la campaña, sin embargo, no se tomó en consideración el número de ciudadanos que poseen con un teléfono inteligente. De acuerdo a un estudio realizado por el INEC (Instituto nacional de estadística y censos), este resultado equivale tan solo a un 46% de la población ecuatoriana.

Para finalizar, a pesar que la investigación no dio un resultado exacto de los animales

que han sido adoptados, sí se puede asegurar que las mismas han sido visualizadas por la ciudadanía y seguramente ha logrado que las personas reflexionen sobre de la adopción responsable y la problemática que viven los animales que se encuentran dentro y fuera de las fundaciones aliadas.

## Recomendaciones

Se sugiere a las futuras ediciones del proyecto explorar más acerca el lenguaje y tono que se utilizó durante la campaña de guerrilla, la cual las personas demuestran haber sentido atracción, para así lograr mantener una ciudadanía consciente e informada acerca del bienestar y convivencia responsable de los animales de compañía. Este lenguaje puede ser utilizado en redes digitales, activaciones o campañas que ayuden a posicionar el proyecto.

Además, también se sugiere a la novena edición del proyecto, implementar el código QR dentro de las herramientas que posee Güeyitas como la Guía de rescate, al igual que publicaciones u otros elementos vinculados a la problemática de abandono animal y la falta de adopción. Sin embargo, hay que tomar en cuenta la actualización de la página web de las mascotas que ya han sido adoptadas. También es de mayor importancia, llevar a cabo una investigación en el caso que se desee implementar elementos tecnológicos dentro las estrategias digitales y conocer si el público objetivo, efectivamente hace uso de estas.

Por otro lado, se aconseja tener contacto con imprentas desde el comienzo del proyecto, para de esta manera no retrasar o congelar ningún proceso, como el que se presenció durante la campaña de guerrilla. Igualmente, se recomienda buscar a diseñadores gráficos y expertos en el área de multimedia los primeros meses del PAP, en el caso de no poseer ninguno de los mencionados en la novena edición del proyecto, esto lograría que las publicaciones en redes digitales y las campañas sean más llamativas para el público receptor del mensaje.

A lo largo del proyecto, se ha logrado poner en práctica conocimientos adquiridos dentro de la carrera de Comunicación Social con mención en Redacción Creativa; dentro de

la misma se caracteriza la construcción de ideas y estrategias de comunicación para dar a conocer el proyecto de una manera distinta y creativa. Además de la redacción de textos y frases con la ayuda de un lenguaje persuasivo para la ciudadanía guayaquileña. También el aprovechamiento de herramientas tecnológicas dentro de la estrategia de comunicación, fue un aspecto favorable para destacar y dar a conocer el proyecto.

Se han adquirido nuevos aprendizajes interdisciplinarios debido a las distintas carreras que formaron parte del proyecto de Aplicación Profesional, abriendo la oportunidad de descubrir nuevos campos de comunicación, plataformas digitales y educación inicial. Principalmente este último, ya que se desarrolló una guía de rescate, en el cual se implementó un lenguaje más apropiado para la edad de los niños, con el propósito de generar conocimientos duraderos y mayor comprensión de la información que se detalla en la misma. Además, se adquirieron conocimientos acerca de la gamificación, que permitieron crear complemento dentro de las plataformas digitales, al igual que en las activaciones BTL.

La elaboración de este proyecto social ha sido un desafío enriquecedor para todos los integrantes que forman la octava edición de Güeyitas. Permitted comprender el manejo de una marca que lleva bastante tiempo. Al igual que comprender el mundo posterior a la universidad, a cómo comunicarse con personas de distintos sectores, a ser rechazados y apoyados, pero sobre todo, levantarse y seguir adelante a pesar de las circunstancias que se atravesaron en el camino a la ejecución del proyecto.

## 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](https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/01/CODIGO_ORGANICO_AMBIENTE.pdf)
- Colón, A. O., Jordán, J., & AgredaI, 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](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-canec-sin-casa>
- Telégrafo. (2019). Perros callejeros proliferan Quito y Guayas. Recuperado de: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/6/perros-callejeros-prolifera-quito-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-semintensi-vo2021/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](https://www.produccion-animal.com.ar/etologia_y_bienestar/bienestar_en_general/32-Bienestar_Animal.pdf)

*“Mismo perro. Dueño diferente.”* (2014, 6 febrero). Últimas noticias de la actualidad

- Noticias Virales MOTT. <https://mott.pe/noticias/mismo-perro-dueno-diferente/>

## Anexos

<b>Tabla 1</b>	
<i>Marco lógico de la octava edición de Güeyitas</i>	55
<b>Figura 1</b>	
<i>Árbol de problemas</i>	58
<b>Figura 2</b>	
Cuadro metodológico de la investigación previa al desarrollo del proyecto	59
<b>Figura 3</b>	
<i>Beneficiarios y actores que intervienen en el desarrollo del proyecto</i>	60
<b>Figura 4</b>	
<i>Métricas de crecimiento en la red social Facebook</i>	61
<b>Figura 5</b>	
<i>Balance de seguidores en la red social Facebook</i>	61
<b>Figura 6</b>	
<i>Métricas de publicaciones en la red social Facebook</i>	62
<b>Figura 7</b>	
<i>Interacciones en la red social Facebook</i>	62
<b>Figura 8</b>	
<i>Edades y género de los seguidores en la red social Instagram</i>	63
<b>Figura 9</b>	
<i>Métricas de crecimiento en la red social Instagram</i>	63
<b>Figura 10</b>	
<i>Lugares de donde siguen a Güeyitas</i>	64
<b>Figura 11</b>	
Métricas de crecimiento en la red social Instagram	64
<b>Figura 12</b>	
<i>Resumen Orgánico</i>	65
<b>Figura 13</b>	
<i>Lista de Hashtags utilizados</i>	65
<b>Figura 14</b>	
Historia	66
<b>Figura 15</b>	
<i>Analíticas Web</i>	66
<b>Figura 16</b>	
<i>Países de los visitantes</i>	67
<b>Figura 17</b>	
<i>Fuentes de tráfico de la página web de Güeyitas</i>	67
<b>Figura 18</b>	
<i>Compromiso entre Güeyitas y aliados</i>	68

<b>Tabla 3</b>	
<i>Presupuesto de gastos realizados en la octava edición de Güeyitas</i>	68
<b>Tabla 4</b>	
<i>Cuadro de presupuesto de auspiciantes</i>	69
<b>Figura 19</b>	
<i>Guía de Rescate</i>	69
<b>Figura 20</b>	
<i>Capacitaciones</i>	70
<b>Figura 21</b>	
<i>Activaciones</i>	71
<b>Figura 22</b>	
<i>Campaña guerrilla</i>	72
<b>Figura 25</b>	
<i>Podcasts</i>	73
<b>Entrevista 1</b>	
<i>Modelo de entrevista realizada previamente al proyecto a los veterinarios</i>	74
<b>Entrevista 2</b>	
<i>Modelo de entrevista realizada previamente al proyecto a los Voluntarios, Activistas, Fundaciones.</i>	75
<b>Entrevista 3</b>	
<i>Modelo de entrevista realizada previamente al proyecto a los Expertos en redes sociales</i>	76
<b>Entrevista 4</b>	
<i>Modelo de entrevista realizada previamente al proyecto a los Padres de familia</i>	78
<b>Entrevista 4</b>	
<i>Modelo de entrevista realizada posteriormente al proyecto a los docentes y padres de familia.</i>	81
<b>Encuesta 1</b>	
<i>Modelo de encuesta realizada previo al proyecto al a padres de familias</i>	81

**Tabla 1**

*Marco lógico de la octava edición de Güeyitas*

Resultado 1	Resultado 2	Resultado 3	Resultado 4
<p><b>R1A2:</b> 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.</p>	<p><b>R2A1:</b> Generar nuevas estrategias de comunicación tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Creación de contenido educativo, informativo, entretenido y emotivo para socializar el proyecto.</li> <li>● Implementar la red social TikTok y la nueva herramienta “Reels” que ofrece Instagram para crear trends y visualizarlos.</li> <li>● Instagram TV: Espacio de aprendizaje sobre cómo ser un buen rescatista y sobre la convivencia responsable con los animales de compañía.</li> <li>● Elaboración de un catálogo de</li> </ul>	<p><b>R3A1:</b> Elaboración de un manual sobre los pasos para rescatar a un animal de compañía que no posee un hogar establecido y 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><b>R4A1:</b> Realizar una alianza entre estudiantes de la Universidad Casa Grande y el proyecto PAP Güeyitas, con el propósito de crear un programa que se encargue del seguimiento de las redes sociales de Güeyitas</p>

	<p>información con contactos de veterinarios y aliados estratégicos para facilitar acceso a custodios.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Creación de cuenta en Spotify en donde se ubicaran los audiocuentos y capacitaciones con los veterinarios en formato podcast para que puedan ser escuchados.</li> <li>● Pautas digitales y apoyo de influencers para generar más interacción en redes sociales.</li> </ul>		
<p><b>R1A3:</b> 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><b>R2A2:</b>“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</p>		<p><b>R4A2:</b> Fortalecer el convenio con la Prefectura del Guayas para trabajar en conjunto con Guayitas.</p>



	sociales.		
	<b>R2A3:</b> 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.		<b>R4A3:</b> 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.
			<b>R4A4:</b> Crear una 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 2**

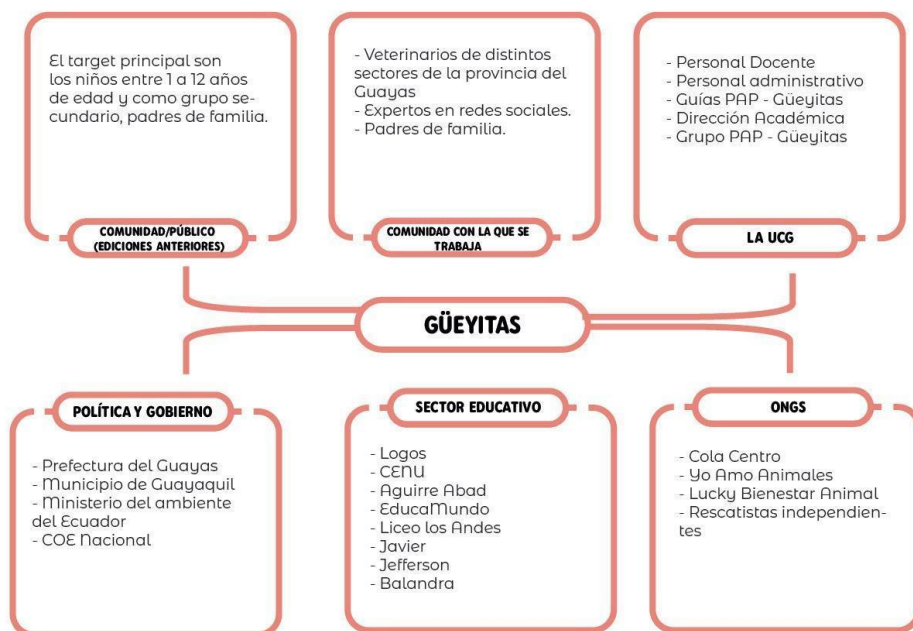
*Cuadro metodológico de la investigación previa al desarrollo del proyecto*

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**

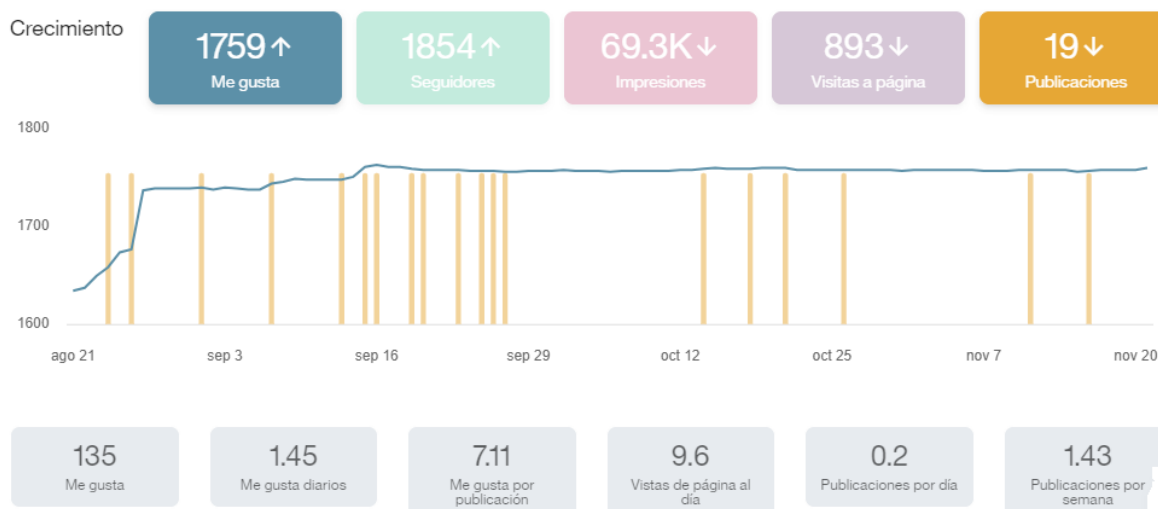
***Beneficiarios y actores que intervienen en el desarrollo del proyecto***



**Fuente:** Elaboración propia

**Figura 4**

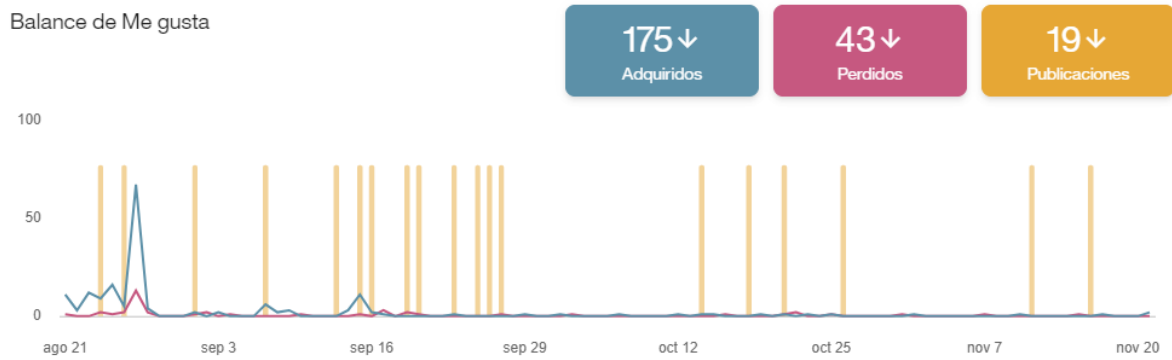
***Métricas de crecimiento en la red social Facebook***



Fuente: Análisis de Metricool, 2021

Figura 5

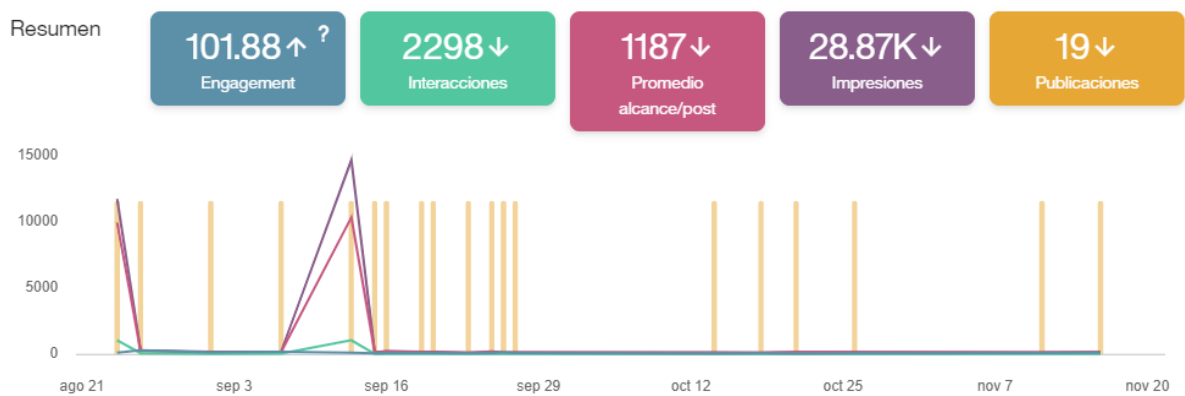
**Balance de seguidores en la red social Facebook**



Fuente: Análisis de Metricool, 2021

Figura 6

**Métricas de publicaciones en la red social Facebook**



Fuente: Análisis de Metricool, 2021

**Figura 7**

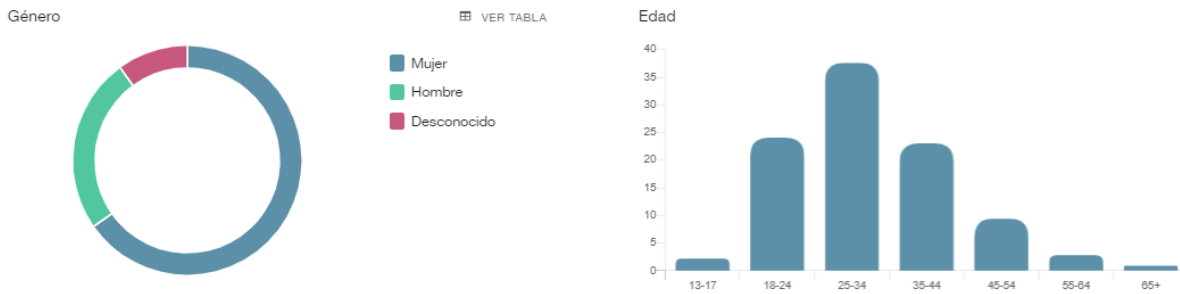
***Interacciones en la red social Facebook***



**Fuente:** Análisis de Metricool, 2021

**Figura 8**

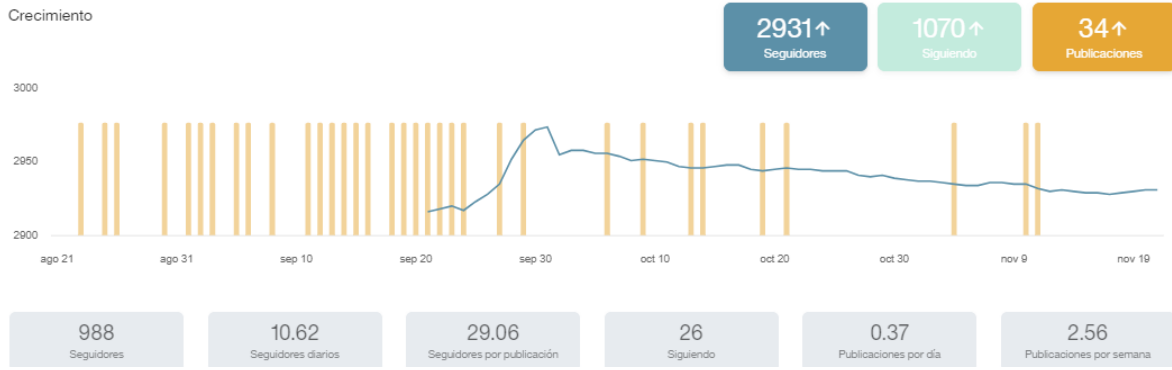
***Edades y género de los seguidores en la red social Instagram***



**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**

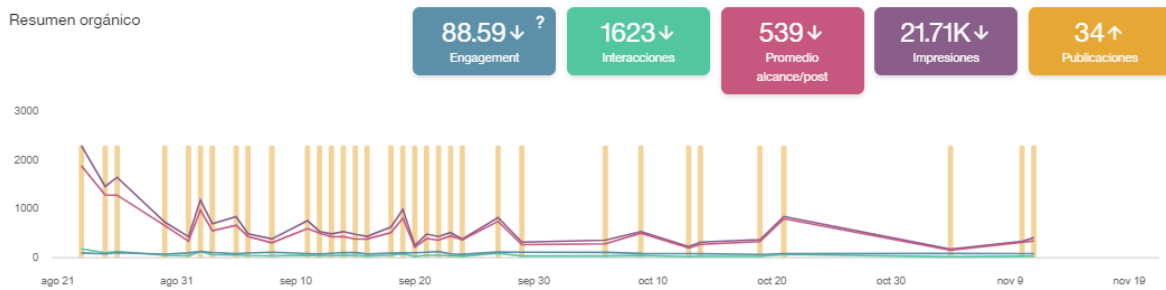
**Métricas de crecimiento en la red social Instagram**



**Fuente:** Análisis de Metricool, 2021

**Figura 12**

**Resumen Orgánico**








**Fuente:** Análisis de Metricool, 2021



## Figura 13

### Lista de Hashtags utilizados

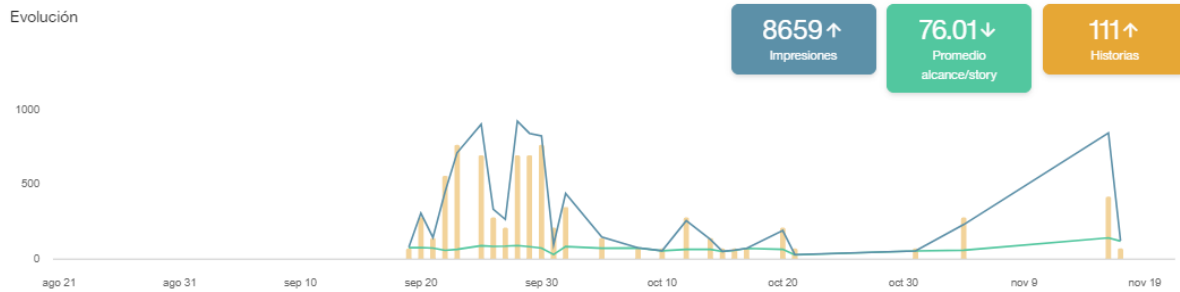
Lista de hashtags

	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

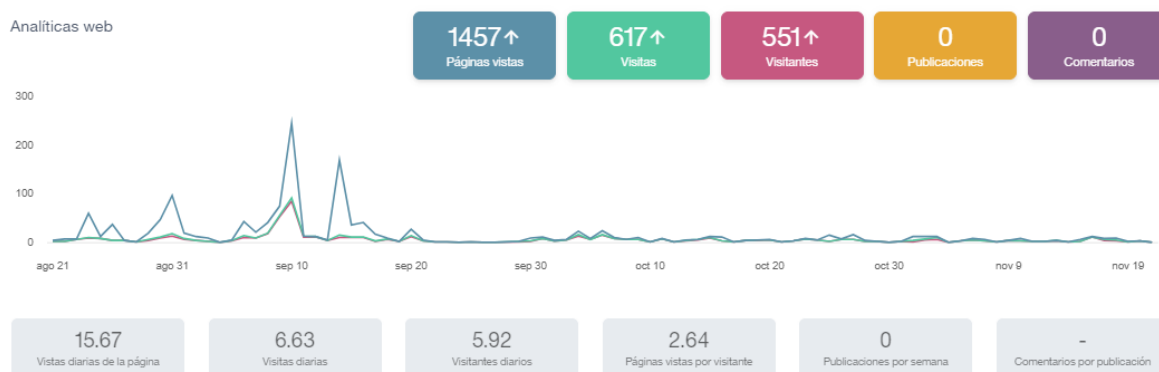
### Historia



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-antiores/	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

## Figura 18

*Compromiso entre Güeyitas y aliados*

**Tabla 3**

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

<b>Presupuesto</b>	
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
<b>Total</b>	<b>\$876</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 4**

*Cuadro de presupuesto de auspiciantes*

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

Activar

**Fuente:** Elaboración propia

**Figura 19**

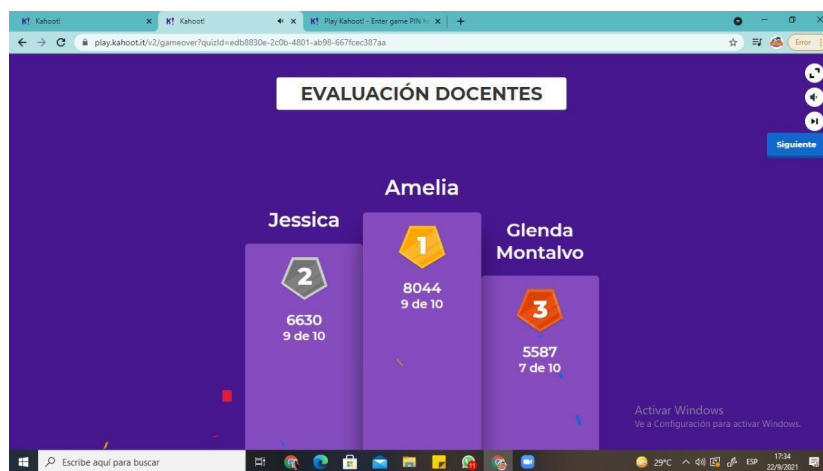
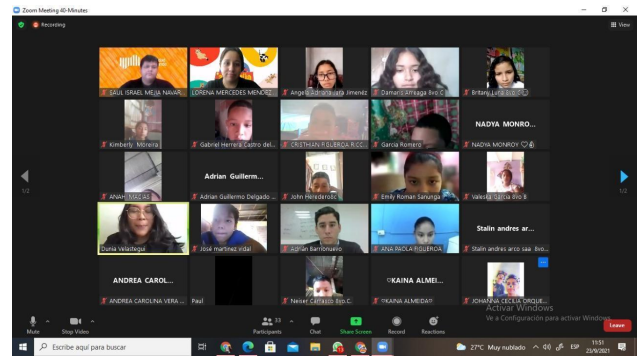
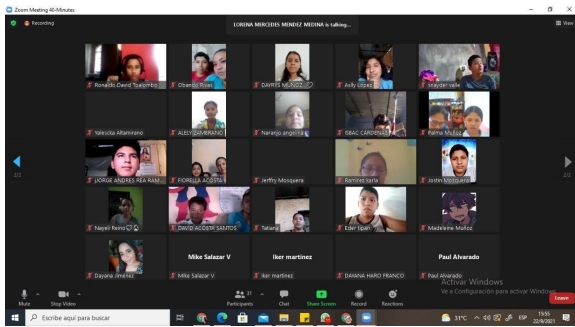
*Guía de Rescate*



Fuente: Elaboración propia

Figura 20

### Capacitaciones



Fuente: Elaboración propia

Figura 21

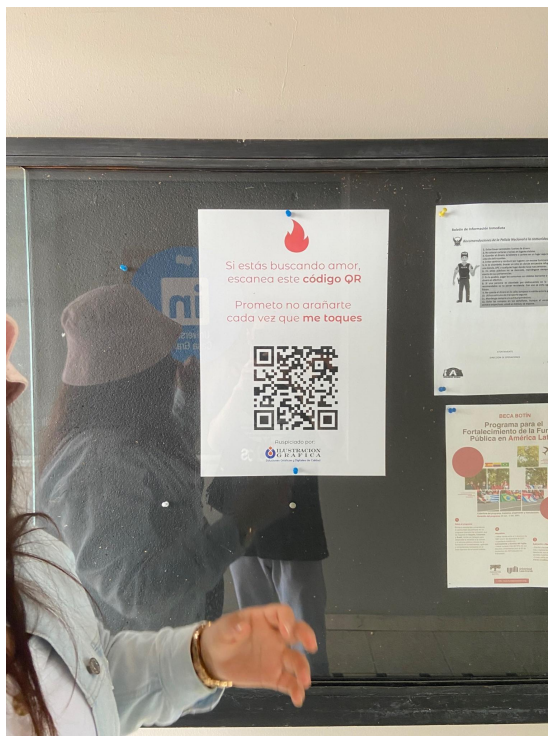
Activaciones



Fuente: Elaboración propia

Figura 22

*Campaña guerrilla*

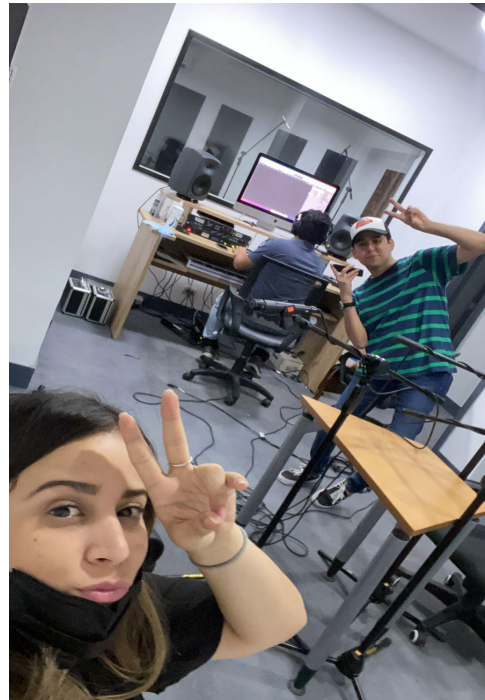




**Fuente:** Elaboración propia

**Figura 25**

*Podcasts*



**Fuente:** Elaboración propia

## Entrevista 1

### *Modelo de entrevista realizada previamente al proyecto 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 previamente al proyecto 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 páginas web? ¿Qué recuerda de ellos?

### **Entrevista 3**

#### ***Modelo de entrevista realizada previamente al proyecto 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 recomiendas 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 previamente al proyecto 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 páginas web? ¿Qué recuerda de ellos?
14. Cuando difunde información en redes sociales, ¿Usted verifica que la información sea verídica?

#### **Entrevista 4**

*Modelo de entrevista realizada posteriormente al proyecto a los docentes y padres de familia.*

#### **Guía de preguntas a los docentes**

1. ¿Cómo llegó esta información sobre las capacitaciones a usted?
2. ¿Qué recuerda sobre la información impartida en las capacitaciones?
3. ¿Qué medios digitales utiliza con mayor regularidad?
4. ¿Dónde considera que hubiera sido mejor obtener esta información?
5. ¿Usted qué cree que se podría mejorar en la metodología aplicada en las capacitaciones para poder explicar el tema principal?
6. ¿Usted fue participe de alguna de nuestras activaciones durante el proyecto?

7. Cual de nuestras activaciones le llamó la atención y porque?
8. ¿Cómo usted ha podido poner en práctica la información impartida en las capacitación?
9. ¿ Con quien usted ha podido compartir la información adquirida en nuestras capacitaciones?
10. ¿Cuál ha sido el resultado adquirido de esta capacitación?
11. ¿Has compartido con alguien la información adquirida en las capacitaciones?

### **Guia de preguntas a los padres de familias**

1. ¿Cómo llegó esta información sobre las capacitaciones a usted?
2. ¿Qué recuerda sobre la información impartida en las capacitaciones?
3. ¿Qué medios digitales utiliza con mayor regularidad?
4. ¿Dónde considera que hubiera sido mejor obtener esta información?
5. ¿Usted qué cree que se podría mejorar en la metodología aplicada en las capacitaciones para poder explicar el tema principal?
6. ¿Usted fue participe de alguna de nuestras activaciones durante el proyecto?
7. Cual de nuestras activaciones le llamó la atención y porque?
8. ¿Cómo usted ha podido poner en práctica la información impartida en las capacitación?
9. ¿ Con quien usted ha podido compartir la información adquirida en nuestras capacitaciones?
10. ¿Cuál ha sido el resultado adquirido de esta capacitación?
11. ¿Has compartido con alguien la información adquirida en las capacitaciones?



## Modelo de Encuestas

### Encuesta 1

#### *Modelo de encuesta realizada previo al proyecto al a padres de familias*

#### Padres de familia

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?