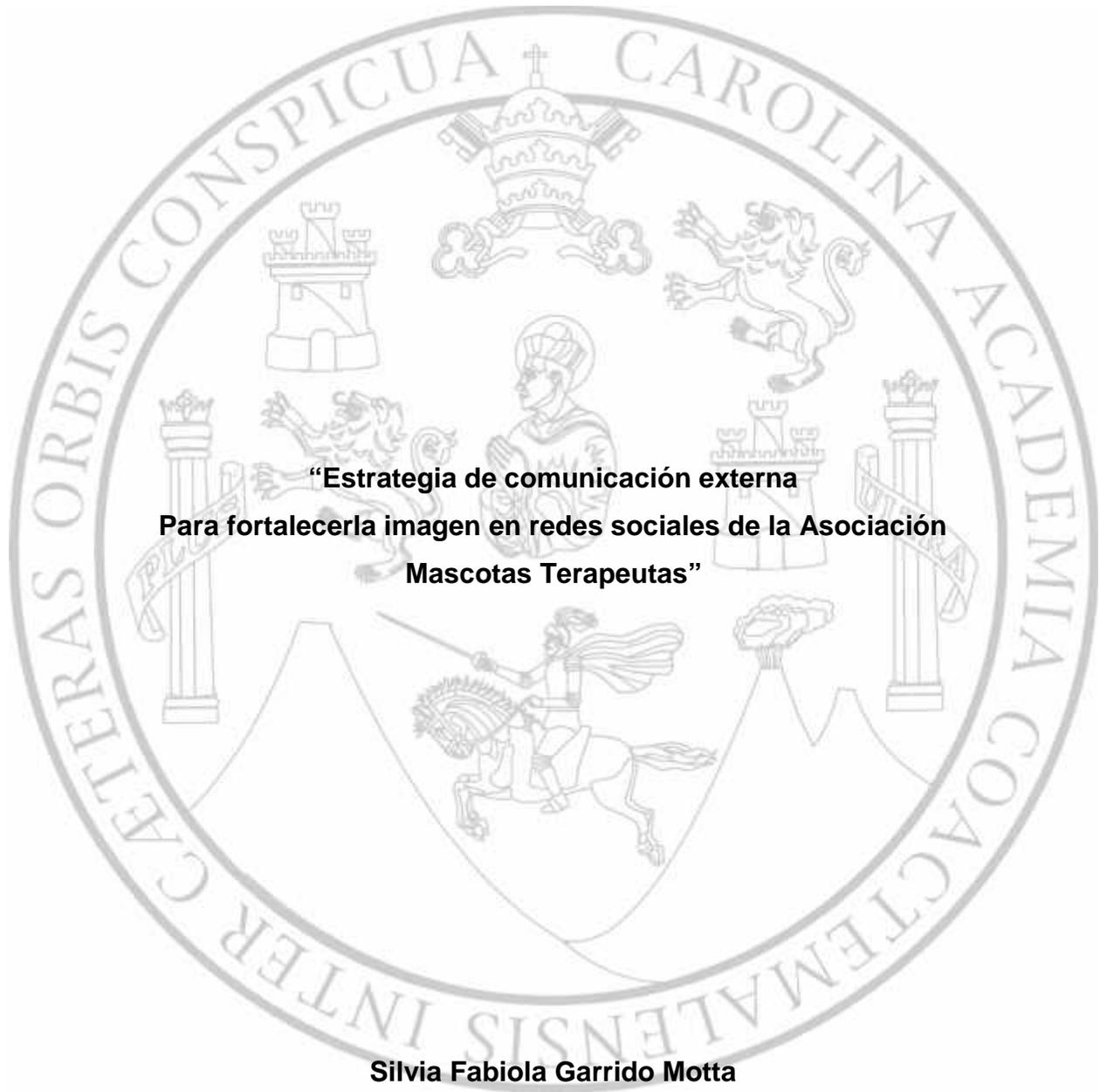


**Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación**



**“Estrategia de comunicación externa
Para fortalecerla imagen en redes sociales de la Asociación
Mascotas Terapeutas”**

Silvia Fabiola Garrido Motta

Asesora:

Licda. Evelin Morazán Gaitán

Guatemala, noviembre de 2015

**Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación**

Director

Lic. Julio E. Sebastián Ch.

**Consejo Directivo
Representante de Docentes**

M.A. Amanda Ballina

Lic. Víctor Carillas

Representante de los Estudiantes

Joseph Mena

Carlos León

Representante de los Egresados

Lic. Michael González Batres

Secretaría Académica y Administrativa

M.Sc. Claudia Molina

Coordinador General de EPS

M.Sc. Sergio Morataya

Coordinador de EPS

M.A. Marco Julio Ochoa España

Supervisor

Licda. Evelin Morazán Gaitán

Supervisor

Licda. Brenda Yanira Chacón

“Para efectos legales, únicamente el autor es responsable del contenido del presente
trabajo investigativo”



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 29 de enero 2015

EPSL-805-2015

Directora
Rosario Barrios
Asociación Mascotas Terapeutas
Ciudad Guatemala

Directora Rosario Barrios:

Por medio de la presente solicito se sirva recibir como practicante de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, al(a) estudiante: **SILVIA FABIOLA GARRIDO MOTTA**, carné 200613970, quien manifestó su deseo de hacer Practica Profesional Supervisada en su institución, para el efecto, se requiere lo siguiente:

- Extenderle una carta de aceptación.
- Facilitarle los materiales para hacer su práctica.
- Aceptar que dentro del Plan y Estrategia de Comunicación de 2015 de su institución, el(a) estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico, elaborar un plan y ejecutar una estrategia, que ayude al Proceso de Comunicación Interno o Externo de su Institución.
- Autorizar que se supervise el Ejercicio Profesional – EPS.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

MA. Marco Julio Ochoa
Coordinador EPS Licenciatura
Cel. 590000007



Copia: archivo
MJOE-EMG

Recibido 1 mayo 2015



Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org



Guatemala, 29 de abril del 2015

M.A.

Marco Julio Ochoa

Coordinador EPS Licenciatura

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Presente

Estimado Coordinador:

Me es grato manifestarle que en nombre de la Asociación de Mascotas Terapeutas y su red de proyectos, aceptamos que la estudiante **Silvia Fabiola Garrido Motta**, carne 200613970 realice su Práctica Profesional Supervisada de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

Le estaremos facilitando los recursos necesarios para dicha práctica, así como los insumos para la realización del diagnóstico del proceso de comunicación interna y externa de nuestra institución.

Sin otro particular,

Atentamente,



Rosario Barrios
Asociación Mascotas Terapeutas





Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Guatemala 24 de octubre del 2015

Estudiante Epesista de Licenciatura:
Silvia Fabiola Garrido Motta
Carné no. 200613970
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Luego de evaluado su trabajo académico impreso y de campo titulado: **Estrategia de Comunicación Externa para fortalecer la imagen en redes sociales de la asociación Mascotas Terapeutas**, y haber sustentado el examen y defensa de su proyecto de EPS de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se da por Aprobado por Unanimidad del tribunal Examinador su trabajo final y se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la impresión de su trabajo final de EPSL en un número de 7 ejemplares impresos que deberá entregar a diferentes instancias así como 3 CD's con el documento incluido en formato PDF los cuales deberá entregar a las Bibliotecas Flavio Herrera y la Central, y a la Comisión de Tesis de la E.C.C.

Sin más que constatar:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

MA. Marco Julio Ochoa
Coordinador EPS Licenciatura

Cel. 59000007



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org

Dedicatorias

A Dios y mamá María,

Por todas las bendiciones en mi vida y porque me permiten alcanzar una meta más.

A mis padres, Carlos y Fabiola,

Por ser incondicionales y tenerme tanto amor aunque no los dejara dormir con mis proyectos e ideas, especialmente con la realización del presente trabajo. Es para ustedes.

A mi esposo, Ronald Estuardo,

Por ser mi compañero de vida, darme ánimos, por apoyarme incondicionalmente y recordarme cuales son mis metas en los momentos difíciles. Te amo.

A mi hijo, Jose Estuardo,

Por ser mi motor diario, mi razón para salir adelante y demostrarme la grandeza de tu corazón. Gracias por tu paciencia para que mami alcanzara una meta más.

A mi hermana Ana Paola, sobrinas Andrea, Sarah y Emma,

Por ser ese motivo de risas, distracción y alegría en mis días de más estrés.

A mi familia política y amigos,

Gracias por estar incondicionalmente apoyándome en este proyecto, por toda su colaboración, fue vital. Estoy agradecida con ustedes. ¡Muchas gracias!

A la Asociación Mascotas Terapeutas y a mi Linda,

Por confiar en mi persona en la realización de este trabajo, por enseñarme desde sus filas de voluntariado a colaborar con la sociedad de la forma más noble que existe, con mi perra Linda, si no hubiera sido por ella, este trabajo no sería una realidad.

A la Universidad de San Carlos de Guatemala y sus docentes,

Especialmente a todos mis catedráticos, porque en sus aulas y con ellos aprendí una profesión apasionante, encontré mi vocación y me ayudaron a desarrollarla.

Índice

Introducción	i
Título del Tema	ii
Antecedentes	iii
Justificación	iv
Capítulo I El diagnóstico de comunicación	
1. Diagnóstico	1
1.1 Diagnóstico comunicativo	1
1.2 La comunicación	2
1.2.1 El proceso de la comunicación	3
1.3 Tipos de comunicación	4
1.3.1 Comunicación organizacional	4
1.3.1.1 Comunicación interna	4
1.3.1.2 Comunicación externa	4
1.3.2 Comunicación interpersonal e intrapersonal	5
1.3.2.1 Comunicación interpersonal	5
1.3.2.2 Comunicación intrapersonal	5
1.3.3 Comunicación verbal	5
1.3.4 Comunicación no verbal	5
1.3.5 Comunicación en grupos	5
1.3.5.1 Comunicación en grupos pequeños	5
1.3.5.2 Comunicación de masas	5
1.3.6 Comunicación digital	6
1.3.6.1 Comunicación online	7
1.3.6.2 Páginas web	7
1.3.6.2.1 Portal www.wix.com	7
1.3.6.3 Redes sociales	8
1.3.6.3.1 Facebook	8
1.3.6.3.2 Twitter	11
1.3.6.3.3 Instagram	13

1.3.7	Comunicación con animales	14
1.3.7.1	Comunicación visual	14
1.3.7.2	Comunicación vocal	14
1.3.7.3	Comunicación corporal	15
1.4	La observación	17
1.4.1	Tipos de observación	18
1.4.1.1	Observación directa	18
1.4.1.2	Observación indirecta	19
1.5	Conclusiones de la observación	19
1.6	Objetivos del diagnóstico	21
1.6.1	Objetivo general	21
1.6.2	Objetivos específicos	21
1.7	Descripción institucional	21
1.8	Qué es y cómo se conforma Mascotas Terapeutas	22
1.8.1	Proyectos actuales de la institución	23
1.8.1.1	Dog Therapy AAA	23
1.8.1.2	Programa Together IAA	24
1.8.2	Antecedentes de la institución	25
1.9	Misión institucional	26
1.10	Visión institucional	26
1.11	Organigrama institucional	27
1.12	FODA institucional	28

Capítulo II **Metodología y resultados del diagnóstico**

2.1	Metodología	30
2.2	Descripción del tipo de comunicación utilizada	30
2.3	Tipo de investigación	30
2.3.1	Investigación descriptiva	31
2.3.2	Investigación cuantitativa	31
2.4	Instrumento	31

2.4.1	Observación realizada	31
2.4.2	Entrevistas	31
2.4.2.1	Directora General de la Asociación Mascotas Terapeutas	31
2.4.2.2	Encargado del programa Together	32
2.4.3	Encuestas	33
2.4.4	Fórmula aplicada a la población	33
2.4.5	Descripción de la fórmula	34
2.5	Cronograma de actividades	34
2.6	Presentación de resultados	35
2.7	Conclusiones de la investigación	45

Capítulo III **Propuestas de Comunicación**

3.1	Plan de comunicación	47
3.2	Objetivos de la propuesta	47
3.2.1	Objetivo general	47
3.2.2	Objetivos específicos	47
3.3	Mensaje clave	47
3.4	Público objetivo	48
3.5	Descripción de la propuesta	49
3.5.1	Creación de línea gráfica institucional	49
3.5.2	Implementación de página web oficial	49
3.5.3	Actualizar información de la fanpage de Facebook	49
3.5.4	Campaña de expectación institucional en Facebook	50
3.5.5	Creación del perfil de Twitter	50
3.5.6	Creación del perfil de Instagram	50
3.5.7	Capacitémonos por nuestra Asociación	51
3.5.8	Convocatoria a diferentes medios de comunicación Masivos para eventos de la Asociación	51
3.6	Justificación de la propuesta	52
3.7	Estrategia para su implementación	53

3.7.1	Creación de línea gráfica institucional	53
3.7.2	Implementación de página web oficial	53
3.7.3	Actualizar información de la fanpage de Facebook	53
3.7.4	Campaña de expectación institucional en Facebook	54
3.7.5	Creación del perfil de Twitter	54
3.7.6	Creación del perfil de Instagram	55
3.7.7	Capacitémonos por nuestra Asociación	55
3.7.8	Convocatoria a diferentes medios de comunicación Masivos para eventos de la Asociación	56
3.8	Recursos a utilizar	56
3.9	Presupuesto semestral	57
3.10	Cronograma de ejecución	58

Capítulo IV **Propuestas de Comunicación**

4.1	Ejecución de las propuestas	59
4.1.1	Creación de línea gráfica institucional	59
4.1.2	Implementación de página web oficial	61
4.1.3	Actualizar información de la fanpage de Facebook	64
4.1.4	Campaña de expectación institucional en Facebook	65
4.1.5	Capacitémonos por nuestra Asociación	74
4.1.6	Convocatoria a diferentes medios de comunicación Masivos para eventos de la Asociación	76
4.2	Descripción de materiales utilizados	78
4.2.1	Creación de línea gráfica institucional	78
4.2.2	Implementación de página web oficial	78
4.2.3	Actualizar información de la fanpage de Facebook	78
4.2.4	Campaña de expectación institucional en Facebook	78
4.2.5	Capacitémonos por nuestra Asociación	78
4.2.6	Convocatoria a diferentes medios de comunicación Masivos para eventos de la Asociación	79
	Conclusiones generales	80

Recomendaciones finales	81
Anexos	82
Bibliografía general	102
E-grafía	104

Introducción

La comunicación en nuestra época es de vital importancia y se mantiene en constante evolución, por lo que estar a la vanguardia y poseer la capacidad de la versatilidad para avanzar a su ritmo, el adaptarse a los cambios que ésta sufre, junto con nuestras organizaciones es imprescindible, ya que debemos avanzar junto con nuestro público objetivo.

El presente trabajo fue realizado siguiendo las tendencias comunicativas actuales para la Asociación Mascotas Terapeutas, basado en relaciones públicas en la *web*, ya que éstas son la oportunidad de interrelacionarse en dos vías y se tiene la obligación de interactuar y responder con la adecuada planificación de mensajes en las redes sociales, que deben persuadir audiencias, con contenidos consistentes memorables y sobre todo únicos.

Se utilizaron las redes sociales principalmente para fortalecer el vínculo de la Asociación con sus fans, ya que en el diagnóstico realizado y presentado en el mismo trabajo, se identificó que éstos no recibían la información actualizada, ordenada y sistematizada, para comprender la situación actual de la asociación.

Se elaboró una estrategia de comunicación 360, ideal para despertar en los fans la curiosidad y el anhelo de pertenecer y realizar labores altruistas en su diario vivir, consiguiendo, tal como se presenta en el trabajo realizado, resultados favorables para la asociación.

**“Estrategia de comunicación externa
Para fortalecerla imagen en redes sociales de la
Asociación Mascotas Terapeutas”**

Antecedentes

A lo largo de la historia de la Asociación Mascotas Terapeutas, la cual cuenta con catorce años de servicio a la sociedad guatemalteca, especialmente a los niños internos en las diferentes pediátrías de los hospitales públicos de la red de salud de nuestro país, nunca había contado con el apoyo profesional en el área de comunicación para transmitir y dar a conocer al público y a la sociedad en general su labor.

Anteriormente y como proyectos para obtener grados académicos a nivel licenciatura, se trabajaron dos tesis, la más antigua, presentada en el año 2011, referente a la elaboración de un manual para evitar la deserción de voluntarios dentro de las filas de la Asociación y el más reciente, presentado en el año 2012, referente a la elaboración de un cd interactivo para capacitación de voluntarios. Ambos temas enfocados para el desarrollo del voluntariado. Ambos temas, ya no le son útiles a la Asociación, ya que ésta ha tenido cambios estructurales, ya no cuenta con voluntariado y actualmente, es el ente administrativo de una red de proyectos.

Justificación

La labor social que realiza la Asociación Mascotas Terapeutas a través de su red de proyectos es realmente importante para las personas beneficiadas y el poco orden en materia de comunicación es notorio. Tomando en cuenta, que la comunicación se encuentra en todo ámbito de desarrollo personal, como indica la Real Academia de la Lengua Española, la comunicación es el trato, correspondencia entre dos o más personas. Es la transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor, se decide realizar este trabajo enfocado en comunicación externa o para el desarrollo, ya que la asociación, como sus proyectos, tienen en sus prioridades la obtención de fondos, ya sea de patrocinios, donaciones en especie o monetarias.

Sin embargo, aunque dentro de sus filas, la asociación necesite la elaboración de un plan de comunicación interna, por el momento, es más importante la comunicación externa, ya que sin fondos, no puede realizar la labor, dejaría de visitar las pediátrías, juzgados y centros de terapia, donde actualmente sus proyectos se desempeñan.

Según indica Gloria Cano, consultora en comunicación estratégica, en su artículo *“Comunicación pilar para el éxito corporativo”* la comunicación corporativa depende de seis pilares para su correcto funcionamiento, siendo los primeros dos, enfocados a la comunicación interna. El primero a la planificación estratégica y el segundo a la imagen corporativa. El tercer pilar, es la mezcla de la comunicación interna y externa, ya que se da a conocer el segundo pilar a nuestro público. El cuarto pilar, es comunicar propiamente a los diferentes públicos la labor de las organizaciones, el quinto, es las relaciones públicas web, donde se interactúa con el público, estableciendo un canal de comunicación real, de dos vías, con retroalimentación inmediata, con estadísticas certeras y finalmente el sexto pilar, es la publicidad de nuestra organización, esa que se puede valer del pilar cinco.

Se comprende que para alcanzar el éxito en la comunicación de toda organización, se debe realizar en orden, iniciando desde adentro, para luego realizar la labor externa, es por eso, que se establece dentro del presente trabajo, un aporte a la comunicación interna básico, pero sustancial, la redacción simple de la visión, misión, implementación de la línea gráfica institucional, tarjetas de presentación, entre otros. Para que la estrategia de comunicación externa que se presente sea válida, tenga coherencia y lo más importante, sea útil a los interesados en la obtención de fondos para continuar sus labores.

CAPÍTULO I

El diagnóstico de comunicación

1. Diagnóstico

Es el punto de partida para el diseño de cualquier proyecto que pretenda dar respuesta a la problemática de una comunidad. Es la etapa que permite al investigador conocer a la población o comunidad, identificar necesidades y ordenar esa información para intentar cambiar la realidad.¹

El diagnóstico es el estudio de los signos del componente de comunicación de cualquier organización, ya sea pública o privada y debe cumplir con la siguiente estructura:

- Objetivos del diagnóstico.
- Metodología de trabajo.
- Cronograma de actividades.
- Análisis de resultados posterior al análisis.
- Datos de la institución a la que se le elabora el mismo.

1.1 Diagnóstico Comunicativo

Es el que abarca los medios de difusión masiva, las instituciones que operan en la comunidad y la propia comunidad. Trata de superar los estudios improvisados que con unas pocas variables buscan agotar todo un campo de problemas. Debe abarcar tanto medios, como mensajes, preceptores y contexto, es decir, los elementos del proceso en totalidad.

Es estudio que evidencia cual es el conocimiento que tiene el público acerca del tema de interés, para realizar una estrategia de comunicación. Este estudio se denomina diagnóstico de comunicación o comunicacional y se realiza con la finalidad de identificar las necesidades de información existentes en un grupo de población²

¹ Unicef, "Elaborando proyectos de comunicación para el desarrollo". Año 2006, Página 15

² Guzmán Morán, J. "Diagnóstico Comunicacional y Propuesta Adaptada a los Mecanismos de Divulgación de la Dirección General de Investigación de la Universidad de San Carlos". Año 2003 página 13

1.2 La comunicación

Según la Real Academia de la Lengua Española, la comunicación es el trato, correspondencia entre dos o más personas. Es la transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.³

Para la autora León Mejía, la comunicación es el proceso mediante el cual dos o más personas intercambian conocimientos y experiencias. Este intercambio se realiza fundamentalmente a través de símbolos, señales y signos.⁴

Y finalmente, para Niño Rojas, la comunicación surge de lo más profundo de la naturaleza humana, en su dimensión personal y social. Comunicarse es una necesidad esencial para la subsistencia de los grupos y comunidades, para lo cual cuentan con el valioso concurso del lenguaje hablado y escrito, y con otros recursos y medios. Poseen el don de los códigos y signos, que constituyen la forma como se canaliza su desarrollo y progreso cultural y el medio para intercambiar sus experiencias y participar en las actividades cotidianas”⁵

Se puede decir entonces, que la comunicación es un proceso que incluye varias etapas para lograr los objetivos propuestos, es decir, lograr que el mensaje emitido por el receptor, logre llegar efectivamente al receptor, según sea la forma idónea que éste lo comprenda, utilizando un lenguaje y un medio en el que el receptor pueda comprender.

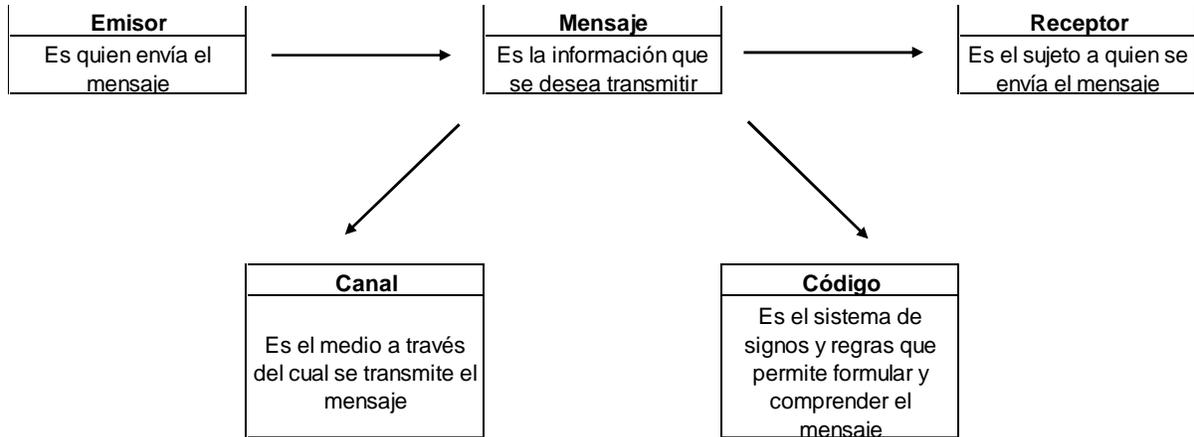
³ Diccionario de la Lengua Española, 23ª. Edición, 1979, página 122.

⁴ León Mejía, Alma B “Estrategias para el desarrollo de la comunicación profesional” Año 2006, página 11.

⁵ Niño Rojas, Víctor Miguel “Los procesos de la comunicación y del lenguaje, fundamentos y prácticas”. Año 1985.

1.2.1 El proceso de la comunicación

Para León Mejía, la estructuración del mensaje se requiere del empleo de un código, y además de un canal como medio de transmisión.

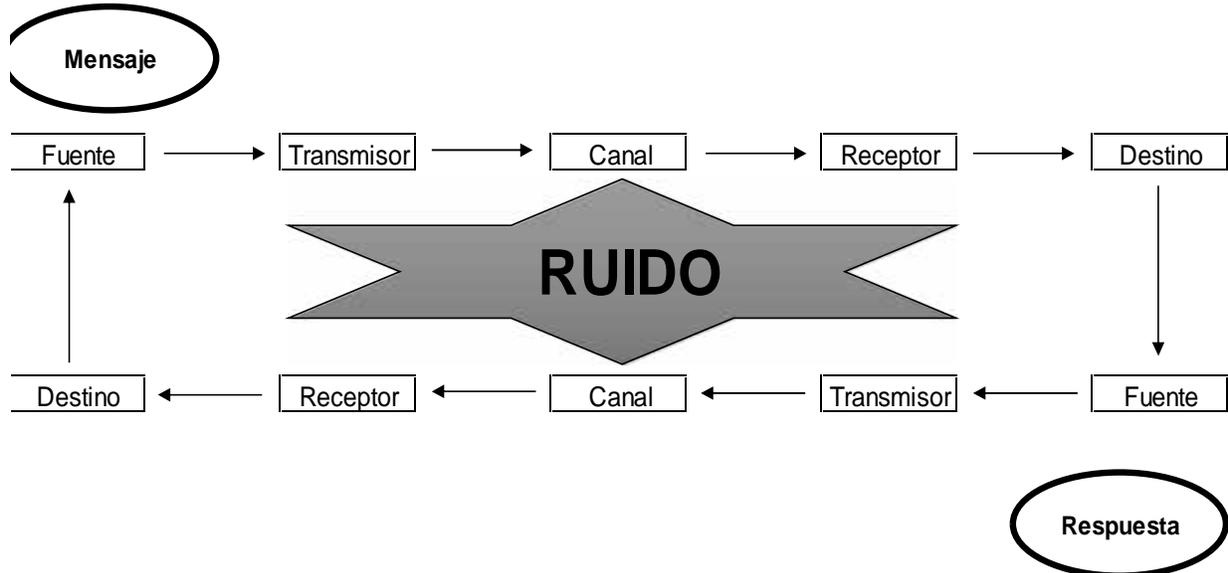


Gráfica tomada del libro Estrategias para el desarrollo de la comunicación profesional.

En el proceso de comunicación, sus componentes o partes interactúan y se influyen recíprocamente durante el flujo comunicativo. Se establece un circuito de comunicación, donde los participantes intercambian los papeles del emisor y receptor, según quien esté mandando o recibiendo el mensaje.

Cuando se establece la comunicación entre aparatos, cada uno de los elementos que intervienen en el proceso desempeñan una función específica. A lo largo de este proceso se encuentra un conjunto de componentes que pueden ser distinguidos en forma precisa por su ubicación y función.⁶

⁶ León Mejía, Alma B "Estrategias para el desarrollo de la comunicación profesional" Año 2006, página 17



Gráfica tomada del libro Estrategias para el desarrollo de la comunicación profesional.

1.3 Tipos de comunicación

Para Baez Evertsz, existen los siguientes tipos de comunicación:

1.3.1 Comunicación organizacional

1.3.1.1 Comunicación interna

Se refiere a todas las actividades realizadas por la organización, para crear y mantener las relaciones entre sus miembros, a través del buen uso de los diferentes medios de comunicación existentes dentro de la misma.

1.3.1.2 Comunicación externa

Se refiere a todas las actividades realizadas por la organización, cuyo propósito es mantener relaciones con el exterior, en la actualidad a este tipo de comunicación se le conoce como relaciones públicas. índole físico a partir del cual se realizan las actividades empresariales.

1.3.2 Comunicación interpersonal e intrapersonal

1.3.2.1 Comunicación interpersonal

Es la comunicación que se realiza entre dos personas o un grupo reducido de las mismas.

1.3.2.2 Comunicación intrapersonal

Es la comunicación que se realiza la persona consigo misma. Sin la intervención de nadie más.

1.3.3 Comunicación verbal

Es la comunicación desarrollada por medio de sonidos producidos entre el emisor y receptor.

1.3.4 Comunicación no verbal

Es la comunicación que se transmite por medio del lenguaje corporal, son todas esas señales que ambos, tanto el emisor como el receptor emiten y denotan sus sentimientos, sin necesidad de llevarlos a la comunicación verbal.

1.3.5 Comunicación en grupos

1.3.5.1 Comunicación en grupos pequeños

Es el tipo de comunicación donde se involucra un determinado número de participantes, por ejemplo, el personal de una empresa, de una organización, etc.

1.3.5.2 Comunicación de masas

Es el tipo de comunicación que consiste en la transmisión de mensajes que se envían a través de los medios tecnológicos a grandes grupos de personas.⁷

⁷ Báez Evertsz, Carlos "La Comunicación Efectiva" Año 2000, página 17.

1.3.6 Comunicación digital

Según la Teoría de la comunicación, la comunicación digital es aquella que transmite la información a través de símbolos, siendo imprescindible para la civilización.

Los símbolos comunicativos pueden ser lingüísticos o escritos y existe un consenso significativo para cada símbolo. Este consenso se ordena bajo reglas y normas lingüísticas. El significante y el significado de las palabras no tienen relación. La excepción son las onomatopeyas, en las que la palabra tiene relación directa con lo expresado.

Con el paso del tiempo, el uso masivo de computadoras hizo que los esfuerzos se centraran en este tipo de comunicación, que es el predominante actualmente, teniendo unas significativas consecuencias en las sociedades actuales, dando lugar en la disponibilidad de información de todo tipo, a toda hora. Esta comunicación comprende todas aquellas acciones comunicacionales que una empresa realiza en la red de redes que conecta computadores distribuidas en todo el mundo, denominado internet.

World Wide Web (WWW o simplemente *web*) es un subconjunto bastante extenso de Internet, que consiste en documentos con vínculos entre sí. Cada documento contiene un hipervínculo (referencia) a otro documento, el cual puede encontrarse en la misma computadora o en una computadora distinta, cuya ubicación podría estar en cualquier parte del mundo. Los hipervínculos pueden hacer referencia a archivos de gráficos, sonidos y video, además de archivos de texto, permitiendo desplazarse sin problemas de un documento a otro.⁸

⁸ Pearson Educación "Introducción a la Informática con Microsoft Office XP y 2000" Año 2004. Página 551.

La comunicación digital dejó atrás los medios analógicos y utiliza internet como nuevo medio. Los emisores y receptores son básicamente los mismos, pero el medio es diferente y la audiencia también.

1.3.6.1 Comunicación online

Internet y su desarrollo han favorecido el auge de la comunicación en nuestra sociedad. Los nuevos métodos de comunicación han cambiado las bases de la teoría de información. Los medios de masas han tenido que adaptarse a estos nuevos sistemas y a la velocidad e inmediatez que exige internet.

Las nuevas generaciones incorporan internet como medio de comunicación a su vida cotidiana y crean incluso nuevos lenguajes.⁹

1.3.6.2 Páginas Web

Una página Web, está escrita en lenguaje html (lenguaje de marcado de hipertexto) el cual consiste en texto y gráficos, además de un conjunto de códigos (o etiquetas) que describen como se desplegará el documento en un explorador *Web*.¹⁰

1.3.6.2.1 Portal www.wix.com

Sitio web disponible con planillas prediseñadas, con previo registro de correo electrónico o perfil personal de las redes sociales disponibles dentro la misma.

www.Wix.com dispone de plantillas ordenadas por categorías, sin embargo, presenta la opción de crear la propia, a partir de una en blanco. Al formato, se le pueden agregar tantos botones como se desee y se pueden modificar según las necesidades del usuario. También cuenta con la opción de adquirir el dominio propio y no utilizar el predeterminado.¹¹

⁹ Portal web: <http://www.fotonostra.com/digital/internet.htm> Consultado el 07 de abril de 2015

¹⁰ Pearson Educación "Introducción a la Informática con Microsoft Office XP y 2000" Año 2004. Página 589.

¹¹ Portal: <http://www.fotonostra.com/digital/wix.htm>. Consultado el: 07 de abril de 2015.

1.3.6.3 Redes sociales

El ser humano, siempre se ha relacionado entre sí, con sus familiares, amigos, etc. En una red social, éste puede estar interconectado con todos sus conocidos e interactuar entre sí.

Las redes sociales en internet, son plataformas que favorecen el contacto entre individuos, se conozcan o no. Dentro de internet, las redes sociales dieron más importancia a la comunicación digital y a las herramientas de administración y comunicación por esta vía.

Actualmente, se han convertido en los canales de comunicación de personas, empresas y organismos en la era digital. Están abiertas a todos por igual, pero sin embargo estar en ellas no es sinónimo de garantía de éxito para las empresas u organizaciones. En este tema, se debe estar alerta y ejercer sobre ellas un control, teniendo en cuenta que están sometidas a al continuo cambio y la evolución¹²

1.3.6.3.1 Facebook

Red social, cuyo objetivo es ser espacio en el que los usuarios puedan intercambiar una comunicación fluida y compartir contenido de forma sencilla a través de Internet. Cuenta con dos tipos de cuentas: las de cualquier usuario normal y corriente y la que pueden abrir las empresas. Las primeras son totalmente gratuitas y permiten la comunicación fluida entre personas reales; las segundas sirven para ofrecer productos o servicios y mantener contacto cercano entre empresas y clientes. A su vez en las cuentas de empresas existen las versiones gratuitas y las pagas, estas últimas ofrecen más prestaciones, permitiendo una mayor visibilidad a la compañía pertinente.¹³

¹² Rua, Enrique "25 consejos para tocar el cielo de las redes sociales" Año 2015. Página 4.

¹³ Portal: <http://definicion.de/facebook/> Consultado el 07 de abril de 2015.

La Agencia Española de *Marketing* Virtual expone un glosario sobre esta red social, la cual se detalla a continuación:

- a) *Fanpage*: conocidas también como páginas de empresa, a los perfiles en *Facebook* destinados a negocios, marcas, servicios, organizaciones, profesionales independientes y artistas.
- b) Biografía o *Timeline*: (línea de tiempo) es lo que se percibe al entrar en el perfil personal. Aparecen en ella, además de la foto de portada y perfil, publicaciones en orden cronológico y múltiples pestañas que llevan a sitios de interés (fotos, información, notificaciones, estadísticas, aplicaciones, etc).
- c) *Feed* de noticias: (carga de noticias) en los perfiles personales es el conjunto de actualizaciones, noticias, videos y fotos publicadas por tus amigos y las páginas a las que sigues. En el caso de las *fanpages* solo aparecen publicaciones de páginas de empresas y se pueden apreciar en "Inicio", en la columna central de la ventana.
- d) "Me gusta": el pulgar hacia arriba es el símbolo que representa a *Facebook*, cuando el usuario desea mostrar su aprobación con un contenido específico, lo presiona.
- e) Comentar: el usuario puede dar su opinión en cualquier publicación escribiendo donde indica "Escribir comentario...". Es donde la verdadera interacción toma papel importante, ya que los comentarios pueden ser respondidos y ahí inician conversaciones reales.
- f) Compartir: si al usuario le ha gustado lo publicado y quiere que esto aparezca en su biografía, puede compartirlo por medio del botón habilitado y así sus contactos lo podrán ver.
- g) Menciones: se utilizan igual que en la red social Twitter. Se escribe el símbolo "@" y después el nombre de una persona o una página en *Facebook*, les llegará una notificación avisándoles han sido mencionados.
- h) Mensajes: sirven para comunicarse con personas u otros perfiles de empresa de forma privada. Las *fanpages* no tienen permitido enviar mensajes pero sí recibirlos y una vez recibidos pueden contestarlos sin problema. Con esto los mensajes se convierten en un buen canal de atención al cliente, pues los

seguidores recurrirán a ellos cuando tengan dudas específicas o requieran algo concreto.

- i) Notificaciones: se pueden ver en la esquina superior derecha de la página, con el símbolo del globo terráqueo. Es donde se puede ver quien ha interactuado con las publicaciones y cómo lo ha hecho (comentario, me gusta, compartir) y también recibirá una notificación con cada “Me gusta” nuevo en la página.
- j) *Hashtags*: etiquetas precedidas por el símbolo # (numeral o “*hash*” en inglés). En *Facebook*, si hace *clic* en uno de ellos le saldrán todas las publicaciones (públicas) que contengan ese mismo símbolo.
- k) Eventos: los eventos se utilizan en *Facebook* para informar de cualquier actividad o acontecimiento que tenga lugar en una fecha concreta: fiestas, ferias, eventos deportivos, etc. La única manera de poder invitar a los seguidores desde la propia *fanpage* es con la opción de pago “Promocionar evento”.
- l) Seguir: opción de seguir las actualizaciones públicas de las personas (para ver más debe agregar como amigos y recibir su aprobación). En las *fanpages* al darle a “Me gusta” en la página ya se sigue todo su contenido.
- m) Estadísticas: también conocidas como “*Facebook Insights*” es una pestaña que ofrece información de análisis sobre la actividad de la *fanpage*, desde datos estadísticos sobre los seguidores, al rendimiento que cada publicación ha tenido según el alcance y la interacción. Es imprescindible para el funcionamiento de cualquier *fanpage* utilizar esta herramienta, pues solo analizando la actividad en la red se puede descubrir en qué se tiene éxito y en qué se debe mejorar de la estrategia.
- n) Me gusta de la página: es la estadística que muestra los “me gusta” totales que tiene la *fanpage*. Los “me gusta” totales son el número de seguidores con los que cuenta la página.
- o) Alcance: es la estadística que muestra el número de personas a las que les llega la publicación, es decir, a cuántas personas les aparece esta publicación en su *feed* de noticias. *Facebook* muestra el alcance de cada

publicación y también el alcance total durante un tiempo determinado. Este alcance puede ser de dos tipos: el orgánico que depende de varios factores que decide *Facebook* con algoritmos y el de pago. Cada vez más el alcance orgánico es menor, debido a que la tendencia de *Facebook* es que las empresas aumenten su alcance pagando.

- p) Visitas: estadística que muestra cuántas personas han visitado la biografía o ciertas pestañas como fotos, información, etc.¹⁴

1.3.6.3.2 Twitter

Término en el idioma inglés que puede traducirse como “gorjear” o “trinar”, es el nombre de la red de *microblogging* que permite escribir y leer mensajes en Internet que no superen los 140 caracteres. Estas entradas son conocidas como *tweets*.

El microblogging es una variante de los blogs (las bitácoras o cuadernos digitales que nacieron como diarios personales en línea). Su diferencia radica en la brevedad de sus mensajes y en su facilidad de publicación, ya que pueden enviarse desde el móvil, ordenador o dispositivos con *software* de mensajería instantánea.

Cuando un usuario publica un mensaje en su perfil de *Twitter*, éste es enviado automáticamente a todos los usuarios que hayan escogido la opción de seguirlo, teniendo la inmediatez, de ser visto al instante por sus seguidores.¹⁵

La Agencia Española de *Marketing* Virtual expone un glosario sobre esta red social, la cual se detalla a continuación:

- a) *Tuit*: es el nombre que se le da a una publicación en esta red.
- b) DM (*Direct Message*): es un mensaje directo y privado, que se puede enviar a cualquier persona que le siga.
- c) *Retuit*: la acción de compartir el *tuit* de otro usuario. Se puede realizar directamente mediante el icono que ejecuta esta acción, el cual ya permite

¹⁴ Pérez Esquivel, Alfonso “Vocabulario de las redes sociales, adéntrate en cada red social conociendo su jerga” Año 2015
Página 8

¹⁵ Portal: <http://definicion.de/twitter/> consultado el 07 de abril de 2015.

incluir un texto propio de hasta 116 caracteres. También se puede citar, comenzando un *tuit* con RT, y añadir texto al *tuit* original. Sin embargo, solo podrá añadir texto si la persona que escribió el *tuit* no llegó a completar los 140 caracteres.

- d) *Follow*: es la acción de seguir a alguien. Cuando alguien le sigue, se dice que le han hecho un “*follow*”.
- e) *Follower*: es el usuario que le ha hecho follow, es decir, un seguidor suyo.
- f) *Follow back*: acción de devolver un follow.
- g) @ (Mención): la arroba se pone delante del nombre de un usuario, sin dejar espacio entre medias. Sirve para mencionar a ese usuario.
- h) # (*Hashtag*): el signo numeral escrito delante de una palabra, o grupo de palabras, las convierten en un *hashstag*, es decir, una etiqueta, que sirven para categorizar los *tuits* y sobre todo para aparecer en los resultados de búsquedas sobre ese tema o *hashtag*.
- i) Alertas: permiten a las agencias de seguridad pública mantener informadas a las personas durante emergencias, ya que destacan contenido crítico y urgente por medio de notificaciones y un aspecto distinto.
- j) Biografía: es la descripción de cada perfil, se pueden incluir hasta 160 caracteres.
- k) Bloquear: si hay algún usuario que resulte molesto, se le puede bloquear, es decir, impedir que le siga y que reciba notificaciones de esa persona.
- l) Geolocalización: permite añadir la ubicación al compartir una publicación.
- m) Inicio (o *Timeline*): donde se puede observar cronológicamente todos los *tuits* de los usuarios a quienes se sigue.
- n) Notificaciones: otra línea de tiempo o cronología donde se pueden observar las interacciones con otros usuarios. (menciones, *retuits*, nuevos seguidores, etc).
- o) *Tweets* fijados: para publicaciones que deben estar siempre visibles y fijas hasta arriba del *timeline*.
- p) Tendencias: son los *hashtags* o temas que más se están usando en ese momento en *Twitter*.

- q) *Tweets* promocionados: Indica que alguien ha pagado para que *Twitter* promocioe ese *tuit*.
- r) *Unfollow*: acción de dejar de seguir a alguien que seguía.
- s) Impresiones: indica a cuántas personas han llegado los *tuits*.
- t) *Trending Topic*: los *hashtags* más populares en ese momento, los más usados y más buscados.

1.3.6.3.3 Instagram

Ideada para compartir imágenes, en las que sus usuarios pueden aplicar filtros, marcos o colores dinámicos, Instagram es una red social de la que las empresas pueden obtener muchos beneficios. Comenzando por el número de internautas registrados en ella: más de 150 millones. Una cifra pequeña si se compara con otros medios sociales, pero grande teniendo en cuenta que se trata de una red social especializada y con apenas cuatro años de historia.

Instagram es una red social muy bien valorada entre los usuarios, pues ha sabido aunar la afición de compartir contenidos con el formato de una imagen. De ahí que el 40% de las marcas en España ya la utilicen como estrategia de *marketing*.¹⁶

La Agencia Española de *Marketing* Virtual expone un glosario sobre esta red social, la cual se detalla a continuación:

- a) *Follow*: es la acción de seguir a alguien en esta red.
- b) *Follower*: es quien realiza el “*follow*”, el usuario que sigue a otro usuario.
- c) *Mention* (@): se coloca siempre delante del nombre de un usuario para mencionarle en una publicación.
- d) Filtros: son los diferentes efectos predefinidos en la red aplicables a cada fotografía que suba.
- e) *Direct*: forma privada con un usuario o grupo de usuarios concretos, en lugar de hacerlo de forma pública.

¹⁶ Álvarez, Teresa. “De Instagram al cielo. Estrategias, técnicas y herramientas para mejorar tu negocio en imágenes” Año 2014. Página 5 – 35.

- f) Mapa de fotos: perfil personal de cada usuario, donde se encuentran sus fotografías.
- g) *Like*: es el icono del corazón que aparece debajo de cada fotografía.
- h) *Hashtag*: son las etiquetas de la red social. Sirven para etiquetar una publicación y dar a entender de qué trata, además de ayudar a que nos encuentren otros usuarios.
- i) *Repost*: es la acción de compartir la publicación de otro usuario. Sería como el *retuit* de *Twitter*, aplicable solo a redes sociales y aplicaciones externas.
- j) *Actividad*: es similar al *feed* de noticias de *Facebook*, ya que aquí se encuentran las fotografías de todas las personas a las que se siguen.¹⁷

1.3.7 Comunicación con animales

Para el etólogo y biólogo Abrantes Roger, la comunicación con animales, presupone al menos tres factores: un emisor, un receptor y una señal. Las señales son recibidas a través de los sentidos de la vista, oído, tacto, gusto y olfato. Pueden ser expresiones faciales, ladridos, lamidas o sustancias químicas, como la orina o las que emiten las hembras en celo.

1.3.7.1 Comunicación visual

Engloba todas las señales captadas por los ojos de un receptor y que hacen cambiar su comportamiento. El perro se muestra muy atento a las señales visuales. Ejemplo: expresiones faciales, lenguaje corporal.

1.3.7.2 Comunicación vocal

Los perros y los lobos se comunican por medio de sonidos. Estas señales, varían dependiendo de la función de la motivación del animal.¹⁸

¹⁷ Pérez Esquivel, Alfonso "Vocabulario de las redes sociales, adéntrate en cada red social conociendo su jerga" Año 2014. Página 18

¹⁸ Abrantes, Roger "Manual del Comportamiento Canino" Año 2008. Página 111

Agresividad	
Gruñir 1	profundo y grave, con origen en el pecho.
Enseñar los dientes 1	gruñido ni tan profundo ni tan grave.
Ladrar 1	ladrado rápido y repetido.
Ladrar 2	rápido, repetido, más variado en tono que 1, enseñando los dientes y utilizando más frecuentemente por perros de rango inferior.
Miedo	
Gimotear 1	gimoteo largo con aumento eventual de tono.
Aullar 1	aullido único de tono agudo.
Ladrar 3	ladrado repetido, agudo, al borde de un gemido.
Dominancia / superioridad	
Enseñar los dientes 2	más suave que enseñar los dientes 1.
Gruñir 2	con gruñido 1, más corto.
Sumisión / inferioridad	
Gimotear 2	grito rápido, tono agudo.
Quejido	gemido corto utilizado solo por cachorros.
Otros contextos sociales	
Gimotear 3	gimoteo repetido, con efecto alelomimético, como invitación al juego o solicitud de contacto.
Ladrar 4	ladrado suave, agudo, como invitación para interactuar.
Resoplar (woof)	sonido rápido lleno de aire, usado como aviso, una alarma.
Ladrar 5	parecido al ladrado 1, utilizado para avisar a otros miembros de la manada, incluidos los amos, de la presencia de un desconocido en el territorio.
Gimotear 4	parecido al gimotear 1, utilizado por cachorros cuando piden ayuda.
Aullar 2	el aullido del lobo. Cuando está solo o durante rituales de manada.

Gráfica tomada del Manual del comportamiento canino.

1.3.7.3 Comunicación corporal

Según Rugaas, las señales de calma, son las que utilizan los perros en una fase inicial para prevenir que ocurra algo, evitar amenazas de la gente o de otros perros, reducir el nerviosismo, el miedo, el ruido o los acontecimientos indeseados. Utilizan los signos para calmarse ellos mismos cuando se sienten cansados, inseguros o estresados, para transmitir calma y hacer que los otros perros implicados se sientan más seguros y perciban las señales de buenas intenciones que se dan. Se utilizan para hacer amistad con otros perros y con la gente.

Todas las razas de perros existentes en el mundo, independientemente del tamaño, color o forma, las tienen y las utilizan. Es realmente, un lenguaje universal. Algunas razas utilizan más unas señales que otras, dependiendo de su apariencia externa.

- a) Girar la cabeza: el perro utiliza esta señal cuando otro perro o una persona se acerca bruscamente, la utiliza para calmarlos. Si un humano que se encuentra sentado, se pone de pie bruscamente y se inclina sobre el perro, éste volteará la cabeza indicándole su malestar en esa situación.
- b) Girarse, dar la espalda: esta señal es utilizada cuando otro perro le gruñe, se acerca muy rápido o cuando el humano emplea un tono de voz de enfado o si al acercarse al perro, éste percibe el enfado.
- c) Lamerse el hocico: el perro realiza esta señal como un movimiento rápido, difícil de percibir. Puede utilizarlo cuando se acerca otro perro o cuando el humano se inclina sobre él. Cuando sujeta muy corta la correa o por el collar, si el humano se inclina sobre él, para agarrarlo o para regañarle si está enfadado.
- d) Inmovilizarse: el perro se posiciona totalmente estático, de pie, sentado o echado, sin mover ni un solo músculo, cuando otro perro mucho más grande se acerca demasiado y se pone a olisquearlo "de arriba hacia abajo"
- e) Andar despacio, hacer movimientos lentos: el perro puede ser lento, hasta que pareciera que no se mueve nada. Usualmente, aparece cuando acontecen muchas cosas en el entorno del perro y éste trata de calmar algo la situación. Cuando el humano hace movimientos bruscos y se aproxima exaltado, el perro trabajará despacio para calmarle.
- f) Posición de juego: no es igual a la posición de juego, donde el perro mueve las patas de forma juguetona. En esta señal de calma, puede mostrarse cuando el perro se encuentra amistoso con otro perro escéptico o nervioso, también cuando se encuentra con otros animales (caballos o vacas) y no se sienta seguro.

- g) Sentarse: puede darle la espalda mientras se sienta o sentarse cuando el humano se aproxima a él. Ya que se siente inseguro ante su presencia, o bien, ante la de otro perro.
- h) Echarse: utilizada de cachorros, cuando el juego se torna brusco o cuando un adulto juega con cachorros que parecieran tener miedo. También cuando se cansa durante el juego y quiere que los demás se calmen.
- i) El bostezo: la más intrigante y popular de las señales, el perro puede utilizarla cuando ingresa en la clínica veterinaria, cuando se sujeta con fuerza su correa, cuando un niño se acerca para acariciarlo. El humano puede utilizarla cuando perciba que el perro está muy estresado, preocupado o cuando quiere que se calme un poco.
- j) Olisquear: el perro puede utilizar esta señal, cuando se le aproxima otro perro directamente o cuando ocurre algo repentinamente.
- k) Interponerse: esta señal es utilizada cuando los perros o dos personas o un perro y una persona, están demasiado próximos y la situación se vuelve tensa, otros perros se interponen, para separarlos y evitar otros conflictos.
- l) Mover la cola: el perro utiliza esta señal, cuando se aproxima al humano arrastrándose, sumiso, quejumbroso, orinando, el movimiento de la cola, será como una "bandera blanca", en signo de rendición, intentando conseguir que el humano se calme.¹⁹

1.4 La observación

De acuerdo a Tamayo, la observación consiste en involucrarse en el diario vivir del problema, desde un punto ajeno a ésta, para poder observar todos los fenómenos ocurridos, para luego registrarlos y analizarlos. En este caso concreto, se realizó una observación indirecta, ya que esta técnica se presenta cuando el investigador corrobora datos que ha tomado de otras personas, testimonios orales o escritos de personas que han tenido contacto de primera mano con la fuente que proporciona dato, ya que la asociación no cuenta con instalaciones propias físicas.

¹⁹ Rugaas, Turid "El lenguaje de los perros, las señales de calma" Año 2011 Página 15

La observación sugiere y motiva los problemas y conduce a la necesidad de la sistematización de los datos. La observación científica debe trascender una serie de limitaciones y obstáculos de los cuales se puede comprender por el subjetivismo; el etnocentrismo, los prejuicios, la parcialización, la deformación y la emotividad.²⁰

Por su lado, Amado y Alcino, proponen que observar es aplicar atentamente los sentidos a un objeto para adquirir por ella un conocimiento claro y preciso. De ella depende el valor de los otros procesos, sin la observación el estudio de la realidad y sus leyes se reducen siempre a simples conjeturas y adivinación. Se establece una relación entre el objeto que se intenta abordar y el sujeto que lo investigará y debe cumplir tres reglas, las cuales son:

- a) Debe ser atenta.
- b) Debe ser completa.
- c) Debe ser precisa.²¹

1.4.1 Tipos de observación

Tamayo, expone que existen dos tipos de observación, las cuales propone de la siguiente manera:

1.4.1.1 Observación directa

El investigador entra en contacto con el fenómeno a investigar. Es aquella en la cual el investigador puede observar y recoger datos mediante su propia observación.

- a) Participante: el investigador se involucra en el fenómeno a investigar y forma parte de este.
- b) No participante: el investigador observa el fenómeno desde afuera, para evitar modificar las variables, ni condicionar el comportamiento del fenómeno estudiado.

²⁰ Tamayo y Tamayo, Mario. "El proceso de la investigación científica". Año 1991, página 91

²¹ Amado, L y Alcino, P. "Metodología Científica" Año 1980 página 23.

1.4.1.2 Observación indirecta

Se presenta esta técnica cuando el investigador corrobora los datos que ha tomado de otros, ya sea de testimonios orales o escritos de personas que han tenido contacto de primera mano con la fuente que proporciona los datos.²²

1.5 Conclusiones de la observación

Se detallan los incisos según lo observado durante el período del 01 de febrero al 01 de marzo año 2015 dentro de la Asociación Mascotas Terapeutas:

- La Asociación Mascotas Terapeutas carece de una oficina física, lo que dificulta que la población los ubique como un ente formal y serio.
- La directora general, es reconocida dentro de la sociedad, pero su imagen no es explotada para los beneficios de la asociación.
- No cuenta con un departamento de comunicación debidamente formado para dirigir todas las comunicaciones tanto internas como externas de la asociación y sus diferentes proyectos.
- Las redes sociales de la Asociación no tienen el movimiento necesario, ni el alcance suficiente para difundir el mensaje de los cambios estructurales que tuvo durante el 2014 la misma.
- La asociación carece de una estrategia concreta para solicitar apoyo a cualquier organización relacionado al tema de donaciones tanto en especie como monetaria.
- No cuenta con una página web donde entidades internacionales puedan realizar donaciones.
- Las personas involucradas dentro de la organización, no cuentan con salarios permanentes, todos son voluntarios, lo que es un problema latente, ya que en cualquier momento se pueden retirar de la misma y abandonar la labor que se realiza.

²² Tamayo y Tamayo, Mario. "El proceso de la investigación científica". Año 1991 página 91

- La sociedad en general, no conoce los cambios estructurales que tuvo la Asociación durante el año 2014.
- No se cuenta con fondos necesarios para dar a conocer los cambios estructurales que la asociación ha tenido en el pasado año.
- La sociedad tiene una buena aceptación a la labor social que ha realizado mascotas terapeutas durante trece años, sin embargo creen que ya no están laborando.
- Ha habido un auge de organizaciones que realizan una labor semejante a Mascotas Terapeutas, lo que provocado que la población los voltee a ver y les preste más atención, pensando que Mascotas Terapeutas ya no existe.
- No cuenta con la cantidad necesaria de adiestradores caninos para capacitar nuevos voluntarios.
- La población no asocia los proyectos nuevos de la asociación.
- En Guatemala, no existe la cultura para aceptar a perros en espacios públicos realizando un trabajo de terapia con un humano.
- La imagen de cada proyecto, no se relaciona ni hace referencia en sus logotipos con el logo actual de Mascotas Terapeutas, el cual es el reconocido por la población.

1.6 Objetivos del diagnóstico

1.6.1 Objetivo general

- Evaluar la imagen social de la Asociación Mascotas Terapeutas en las redes sociales.

1.6.2 Objetivos específicos

- Investigar la percepción de los *fans* la Asociación Mascotas Terapeutas, por medio de sus redes sociales.
- Determinar el conocimiento de los *fans* de la Asociación Mascotas Terapeutas sobre los cambios estructurales que ésta tuvo, por medio de sus redes sociales.
- Analizar el tema de redes sociales y su manejo adecuado entre sus directivos.

1.7 Descripción institucional

Nombre de la institución:	Asociación Mascotas Terapeutas.
Dirección física:	30 Ave 17-81, zona 18 Santa Elena III
Teléfono de contacto:	5992-1000
Director general:	Rosario Barrios, adiestradora de mascotas
Correo electrónico:	mascotasterapeutas@gmail.com

1.8 Qué es y cómo se conforma la Asociación Mascotas Terapeutas

Mascotas Terapeutas es una asociación no lucrativa, fundada el 24 de mayo del año 2002 por iniciativa de la adiestradora de mascotas Rosario Barrios, acompañada de personas voluntarias y sus mascotas visitaban hospitales, asilos, hospicios y centros de educación especial y de rehabilitación llevando alegría y entretenimiento a los niños, jóvenes y adultos que se encuentran internados o que asisten regularmente a estos lugares a través de la realización de actividades asistidas por animales y la aplicación de terapia asistida por animales.

Debido a su crecimiento, en septiembre 2014, la Asociación Mascotas Terapeutas sufrió una reestructuración en la cual se incorporaron una red de proyectos para que la Asociación pudiera diversificarse. Bajo esta modalidad nacen los Proyectos *Together IAA* que trabaja con terapias asistidas con animales en conjunto con los profesionales especialistas en este tema de los centros asistenciales a los cuales asisten. El otro proyecto es *DOGTherapy AAA*, que es el proyecto enfocado en actividades asistidas por animales en los distintos centros asistenciales que visita con el apoyo de personas voluntarias que conjuntamente con sus mascotas hacen visitas a las personas internadas por diversas circunstancias.

En la asociación se trabajan dos tipos de terapias, las cuales son:

Actividades asistidas con animales: (AAA) Es la terapia de corta duración que se realiza con un paciente en un centro transitorio, es decir, no se cuenta con más de una sesión para realizar la terapia, por lo tanto, ésta debe cumplir un objetivo en específico, el cual se debe cumplir en un tiempo reducido. Muchas veces, este objetivo se puede cumplir con varios pacientes, en su mayoría niños hospitalizados.

Intervenciones asistidas con animales: (IAA) Es una terapia donde todos aquellos ejercicios en los que se utiliza a cualquier animal como un estímulo multi sensorial que es capaz de llamar la atención del paciente y promover una actitud más colaboradora hacia la intervención terapéutica que en un mediano o largo plazo mejora la vida cotidiana de la persona beneficiada.

1.8.1 Proyectos actuales de la institución

1.8.1.1 Dog Therapy AAA

Es un proyecto que está encaminado a realizar las Actividades Asistidas por Animales o AAA, con el objetivo de promover la profesionalización de mascotas terapeutas a través de la formulación de actividades que tengan una meta terapéutica y con la colaboración de personas (voluntarios o colaboradores) que deseen donar su tiempo en hospitales, asilos, centros asistenciales, fundaciones, etc.

A través de los voluntarios, su entusiasmo y euforia se desarrolla el potencial de compartir con los pacientes y sus padres sobre conocimientos y pericias, se aprende de otros colaboradores y en conjunto con la mascota se puede hacer sonreír a muchos niños y adultos.

Se persigue que esta labor social llegue a los rincones de Guatemala y en especial llegue a los corazones de todos aquellos que necesitan de una terapia en un momento difícil. Las mascotas son entrenadas en un ambiente especial, con entrenadores con muchos años de experiencia y se capacita a sus amos, para que el comportamiento en los centros asistenciales sean los más adecuados.

Cada mascota requiere de un entrenamiento en particular para que se acoplen a una determinada actividad terapéutica, con la finalidad de brindar lo mejor de ambos en cada visita a cualquier centro asistencial que lo requiera.

Acoge personas voluntarias con mascota, sin embargo también pueden ingresar personas sin mascota que deseen donar su tiempo visitando los distintos centros asistenciales que el proyecto visita.

Como parte de la capacitación a los voluntarios, *Dog Therapy* imparte talleres y charlas sobre diferentes temas, tales como enfermedades, cuidado canino, higiene personal y canina antes y después de una visita, comportamiento animal, etc.

1.8.1.2 Programa Together IAA

Proyecto dedicado al trabajo en el área de las terapias asistidas con animales. Trabaja en conjunto con los profesionales encargados de las terapias en los centros asistenciales.

En su metodología de trabajo, este proyecto, utiliza perros adiestrados para integrarse a un proceso terapéutico. Siendo éste una herramienta de estimulación, multi sensorial, de transición o simplemente un incentivo al juego para completar las terapias y objetivos. Con el perro, se logra conectar al paciente y a la naturaleza misma dentro de una terapia, obteniendo mayor participación.

Al realizar este tipo de trabajo, se obtiene el fomento de los aspectos básicos de la comunicación:

- a) Sociabilización.
- b) Contacto físico.
- c) Desarrollo de la afectividad.
- d) Establecer vínculos afectivos.
- e) Contacto visual.
- f) Potenciar el bienestar emocional y físico.
- g) Mejorar aspectos de comportamiento.
- h) Sensibilidad.
- i) Relajación.

1.8.2 Antecedentes de la institución

Mascotas Terapeutas nace de la intención de Rosario Barrios de ayudar con su perro a niños hospitalizados en el sector público. Logra en poco tiempo la autorización en el área de pediatría del Hospital San Juan de Dios. Esta labor, se extendió a cuatro áreas de pediatría más de los hospitales de la red nacional más. Se logró desarrollar durante trece años y se fortaleció como un ente pionero en la sociedad guatemalteca dentro del tema al bienestar animal y de la forma en la que una mascota en buenas condiciones puede ser útil a la sociedad, brindándole beneficios a través de las terapias y visitas asistidas con animales.

Logró llegar a tener al año 2011, más de 50 voluntarios trabajando entro de los centros asistenciales, cada uno con su propia mascota, la cuales eran adiestradas como parte de la inserción a los hospitales, a un costo realmente bajo, lo que provocaba que las personas se aprovecharan de esta ventaja, les adiestraran a sus mascotas y luego desertaban al inicio del voluntariado ya en los hospitales. Durante el 2012, hubo muchos conflictos con los voluntarios, negándose muchos a cancelar la cuota de inscripción anual, dejando a la asociación sin fondos para poder mantener los costos administrativos, provocando un descontrol en esta área. En el año 2013, se tomó la decisión de finalizar la labor de voluntariado por problemas económicos, sin embargo un grupo de voluntarias, le ofrecieron a la directora general, un plan de auto sostenimiento del programa, el cual ellas mismas mantendrían, para no clausurar el programa tan útil para la rehabilitación en los pacientes.

En el área de comunicación propiamente, nunca se ha contado con un departamento formal, aunque ha contado con epesistas de diferentes universidades, han realizado proyectos de diseño, no directamente de comunicación. En ninguno de los casos, se han llevado a cabo, ya que por motivos desconocidos, los estudiantes no entregaron los proyectos finales para sus implementaciones propuesto soluciones factibles o no han entregado los resultados finales para el uso e implementación de la asociación.

1.9 Misión institucional

“La Asociación Mascotas Terapeutas tendrá como objetivos la planeación y programación, creación, organización y establecimiento, ejecución y dirección, y evaluación de la red proyectos basados en las intervenciones asistidas con animales. Esta red de proyectos consiste en el conjunto de programas dirigidos por la Asociación Mascotas Terapeutas relacionadas con las intervenciones asistidas con animales en establecimientos públicos o privados. Cada proyecto será normado por un reglamento interno.”

1.10 Visión institucional

- a) Conformar una red de proyectos enfocados en la aplicación de las intervenciones asistidas con animales hacia todo tipo de pacientes y usuarios de centros de asistencia de cualquier naturaleza, públicos y privados.
- b) Establecer un centro de investigación en el área de intervenciones asistidas con animales, relación humano – animal y conducta animal.
- c) Establecer un centro de formación educativa en el área de intervenciones asistidas con animales.
- d) Realizar congresos para dar a conocer los resultados de las investigaciones y proyectos asociados, así como seminarios, talleres, ponencias, conferencias y cualquier otro tipo de capacitación. y bienestar animal.
- e) Concientizar a la población en general sobre las intervenciones asistidas con animales, bienestar animal y el impacto de la relación con los animales.
- f) Ser una entidad auto sostenible que apoye la red de proyectos y el centro de investigación y formación.

1.11 Organigrama Institucional



Fuente: elaboración propia

1.12 FODA Institucional

El análisis FODA, consiste en evaluar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la institución que se analiza y su entorno.

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• Reconocimiento social• Altruismo y servicio a la sociedad• Conocimiento por experiencia del tema de terapia• Capacitación del personal actual en relación a Terapias con Animales.	<ul style="list-style-type: none">• Amplio campo de aplicación en Guatemala para el desarrollo de terapias y visitas asistidas con animales• Buena imagen en la sociedad• Servicios a personas con capacidades diferentes.	<ul style="list-style-type: none">• Mal manejo actual de su comunicación.• Falta de cultura en la sociedad para aceptar mascotas terapéuticas en espacios públicos• Poco apoyo de las autoridades• No es considerado tema de relevancia nacional.	<ul style="list-style-type: none">• Pérdida de posicionamiento en la mente de la sociedad en labores comunitarias• Crear un desorden innecesario ante la sociedad y posibles inversores por la falta de unificación en la imagen corporativa de la asociación• Pérdida de posibles donaciones por carencia de una presentación formal estable y estratégica.

Fortalezas:

Reconocimiento social, se ha logrado obtener, gracias a la labor altruista que realiza la Asociación. Durante el tiempo de labores, le ha permitido obtener el conocimiento en la materia y contar con personal capacitado dentro del ámbito de adiestramiento canino, Asistencias y Terapias asistidas con animales.

Oportunidades:

Debido a que en la actualidad existen muy pocas entidades realizando la misma labor de la asociación, ésta puede continuar innovando y liderando las actividades que realiza, manteniendo de esta forma la buena imagen con la que cuenta.

Debilidades:

El mal manejo de su comunicación, puede ser un factor importante y decisivo en las debilidades encontradas, ya que se puede apoyar en la imagen que se cuenta, para lograr políticas públicas en beneficio a la labor que se realiza y crear la cultura de servicio social con mascotas.

Amenazas:

El silencio en las redes sociales, ha permitido que la sociedad pierda el interés en la labor de la asociación, la poca o nula transmisión de información de los cambios ocurridos dentro de la misma, genera confusión en sus fans, posibles voluntarios e inversores.

CAPÍTULO II

Metodología y resultados del diagnóstico

2.1 Metodología

Es la forma razonada de utilizar métodos, técnicas y procedimientos con el fin de realizar ordenadamente alguna actividad.²³

Tamayo y Tamayo indica que el factor metodológico tiene relación con la estructura del tipo de modelo que maneje el investigador para la fundamentación y elaboración de su diseño comparativo

2.2 Descripción del tipo de comunicación utilizada

Se planteó comunicación para el desarrollo, ya que la estrategia de comunicación está dirigida a las personas externas a la asociación.

2.3 Tipo de investigación

Cuando se va a resolver un problema en forma científica, es conveniente tener un conocimiento detallado de los posibles tipos de investigación que se pueden seguir. Ya que este conocimiento hace posible evitar equivocaciones del método adecuado para un procedimiento específico.

Tamayo y Tamayo, señala tres tipos de investigación.

- Histórica: describe el pasado.
- Descriptiva: interpreta el presente.
- Experimental: describe el futuro.²⁴

²³ Mérida González, Aracelly Krisanda "Manual para elaborar y presentar la tesis" Año 2011, página 31

²⁴ Tamayo y Tamayo, Mario "El proceso de la investigación científica" Año1991, página 44.

2.3.1 Investigación descriptiva

Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición de los fenómenos. Su enfoque se realiza sobre conclusiones dominantes o sobre el funcionamiento del presente. Trabaja sobre realidades de hecho y su característica fundamental es presentar una interpretación correcta.

2.3.2 Investigación cuantitativa

Su objetivo es desarrollar y emplear modelos matemáticos, teorías y/o hipótesis relativas a los fenómenos a través de técnicas estadísticas, matemáticas o informáticas.²⁵

2.4 Instrumento

2.4.1 Observación realizada

- a) Directa
- b) Participante

2.4.2 Entrevistas

Según la Real Academia Española, entrevista es el “encuentro concertado entre dos o más personas para tratar un asunto”.²⁶

2.4.2.1 Directora General de la Asociación Mascotas Terapeutas

Como primer paso, se conversó con la directora general de la Asociación Mascotas Terapeutas, Rosario Barrios, el día viernes 03 de abril del año en curso, para consultarle sobre el presente y futuro de la asociación. Comentó que actualmente, considera que la población en general cree que la asociación cerró actividades y las personas que saben que sigue activa, no comprende los cambios que ha tenido. No cuentan con un plan de comunicación

²⁵ Portal: <http://www.tiposdeinvestigación.com> Consultado: 09 de abril de 2015.

²⁶ Diccionario de la Lengua Española, Año 1979, página 212

a seguir, ni una forma estructurada de dar a conocer los cambios y los proyectos que conforman la Asociación.

Como plan principal para los años 2015 y 2016, espera poder dar inicio a dos proyectos de asistencia nuevos e innovadores, conseguir los fondos necesarios para el correcto funcionamiento de los programas actuales y los planeados de la Asociación.

2.4.2.2 Encargado del proyecto Together

Se conversó con el encargado del proyecto *Together*, Willy Escribá, el día lunes 06 del mes de abril del año en curso. Durante la conversación indicó que actualmente, la población considera confusamente que la Asociación sigue laborando, sin embargo, desean delegar a profesionales de la comunicación todo lo relacionado a ésta, ya que actualmente no poseen un plan a seguir y únicamente publican información en la red social *Facebook*.

2.4.2.3 Encargada del programa DogTherapy

Finalmente, se intercambiaron correos con la licenciada Carolina Morales el día domingo 05 de abril del presente año, quien comentaba que considera que la población en general, no está informada sobre los cambios estructurales de la Asociación Mascotas Terapeutas. Se cree que la asociación se disolvió y ahora rescatan mascotas, ya que han recibido mensajes por medio de su página de Facebook, solicitando información sobre este tema.

Comenta, que actualmente, no tienen un plan de comunicación establecido para dar a conocer los cambios, solamente, socializar por medio de las páginas de *Facebook*, la mayor parte de visitas que realizan con las mascotas. Actualmente el programa *DogTherapy*, realiza visitas en la pediatría del Hospital Roosevelt, habiendo quedado con las funciones que anteriormente realizaba la asociación con el voluntariado.

Como objetivos para los años 2015 y 2016 comenta que Dar más firmeza a los nuevos proyectos, capacitar a los aspirantes y colaboradores, integrar personas especializadas en actividades asistidas con sus mascotas, mejorar los canales de comunicación, y sobre todo, tener más cobertura hacia la población en otros centros asistenciales.

2.4.3 Encuesta

La Real Academia Española dicta que encuesta significa “averiguación de la opinión dominante sobre una materia por medio de unas preguntas hechas a muchas personas”²⁷.

En este caso, se colocó en la red social *Facebook* de la Asociación Mascotas Terapeutas, la encuesta de diez preguntas, donde las personas que la siguen respondieron anónimamente.

2.4.4 Fórmula aplicada a la población

Se utilizó la fórmula para el cálculo de muestras finitas, con un 95 por ciento de precisión y un cinco por ciento de margen de error, la cual dio como resultado un total de 368 encuestados.

²⁷ Diccionario de la Lengua Española, Año 1979, página 204

2.4.5 Descripción de la fórmula

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

N = Total de la población

Z_α = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)

p = Porción esperada (en este caso 5% = 0.05)

q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)

d = precisión

Fórmula utilizada

$$n = \frac{8262 \times 1.96^2 \times 0.05 \times 0.95}{0.05^2 \times (8262-1) + 1.96^2 \times 0.05 \times 0.95}$$

n = 368 encuestados

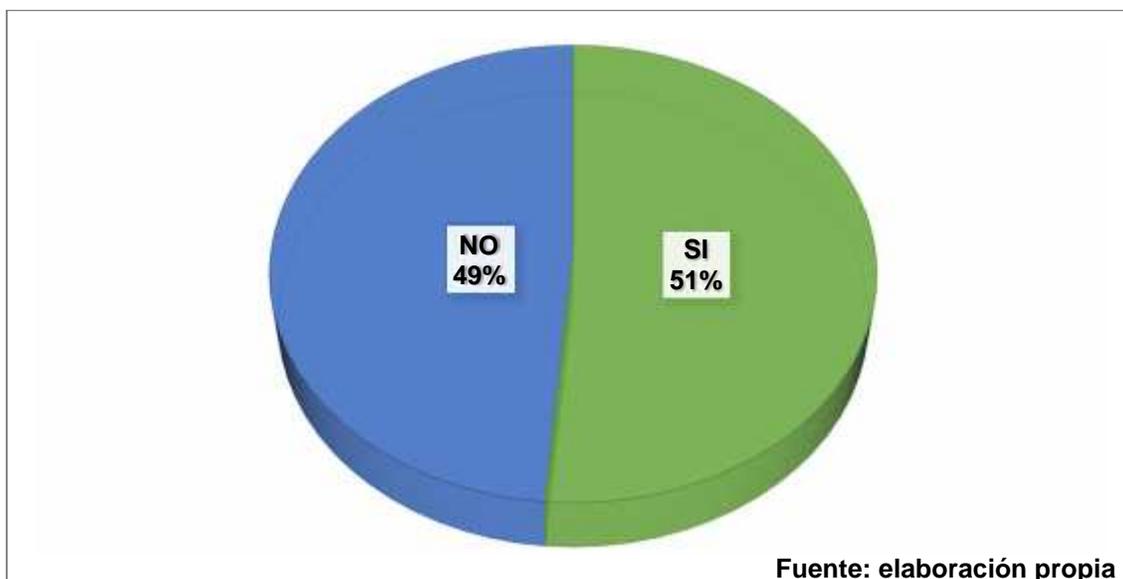
2.5 Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo			Junio				Julio				Agosto				Sept.				Oct.				Nov.	
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2				
1 Curso propedéutico y diagnóstico de comunicación																																									
2 Construcción de diagnóstico de comunicación																																									
3 Curso propedéutico del plan de investigación																																									
4 Construcción del plan de investigación																																									
5 Práctica supervisada																																									
6 Entrega del primer informe final																																									
7 Cambios al primer informe final																																									
8 Entrega del segundo y último informe final																																									
9 Examen del ejercicio práctico supervisado (EPS)																																									
10 Organización y acto de graduación																																									

2.6 Presentación de resultados

2.6.1 Gráfica 1

¿Tiene conocimiento si actualmente, la Asociación Mascotas Terapeutas, sigue funcionando en Guatemala?



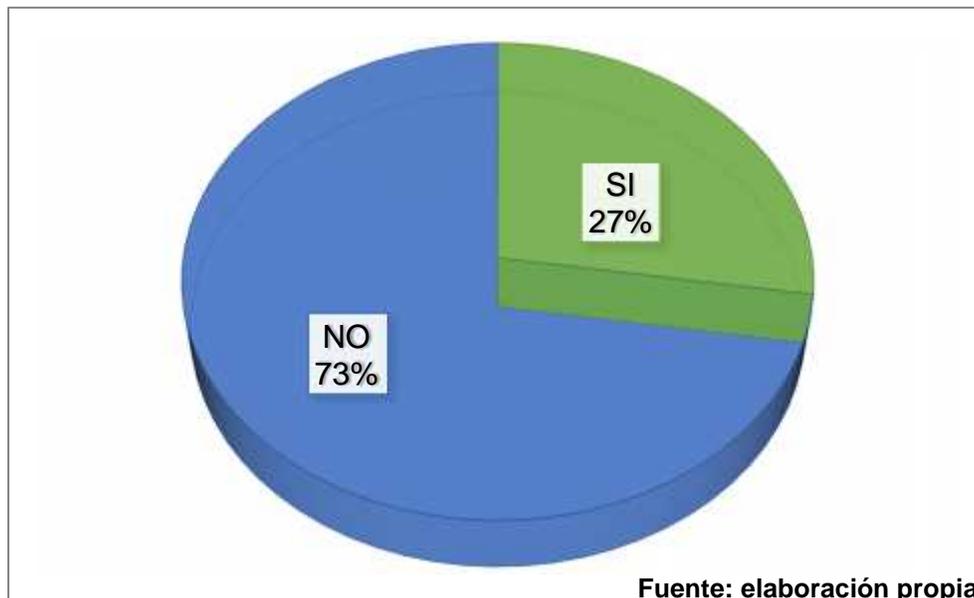
RESPUESTA	CANTIDAD	VALORES
Si	189	51%
No	179	49%
TOTALES	368	100%

Según los resultados de los encuestados por medio de la *fanpage* de *Facebook*, de la Asociación Mascotas Terapeutas, el 51 % correspondiente a 189 encuestados comentaron tener conocimientos que ésta sigue laborando y un 49 % no lo sabe.

Esto se puede deber, a la falta de seguimiento a la *fanpage* de la asociación en *Facebook*.

2.6.2 Gráfica 2

¿Conoce el cambio reciente que tuvo la Asociación Mascotas Terapeutas?



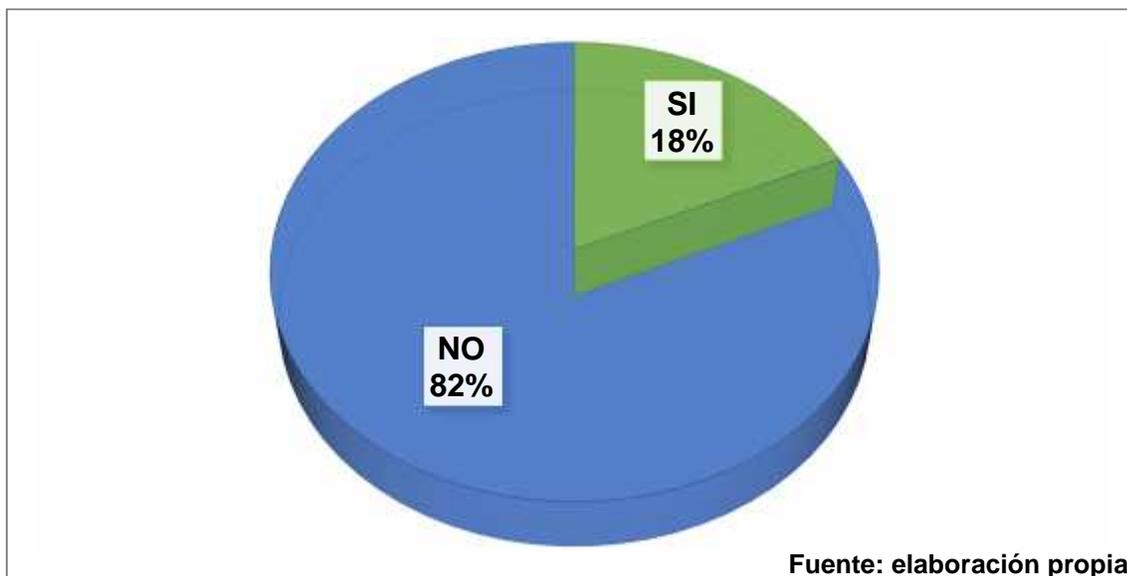
RESPUESTA	CANTIDAD	VALORES
SI	101	27%
NO	267	73%
TOTALES	368	100%

El cambio estructural que recientemente tuvo la Asociación Mascotas Terapeutas, según los datos del público encuestado por medio de la *fanpage* de *Facebook*, indica que el 73 % de los que respondieron, equivalente a 267 personas no tienen conocimiento de dicho cambio, mientras que un 27 %, equivalente a 101 personas, respondieron sí tener conocimientos de éste.

Posiblemente, esto puede ser a la falta de comunicación oficial informando el cambio estructural en su forma de laborar.

2.6.3 Gráfica 3

¿Está usted informado de los programas actuales de la red de Proyectos de la Asociación Mascotas Terapeutas?



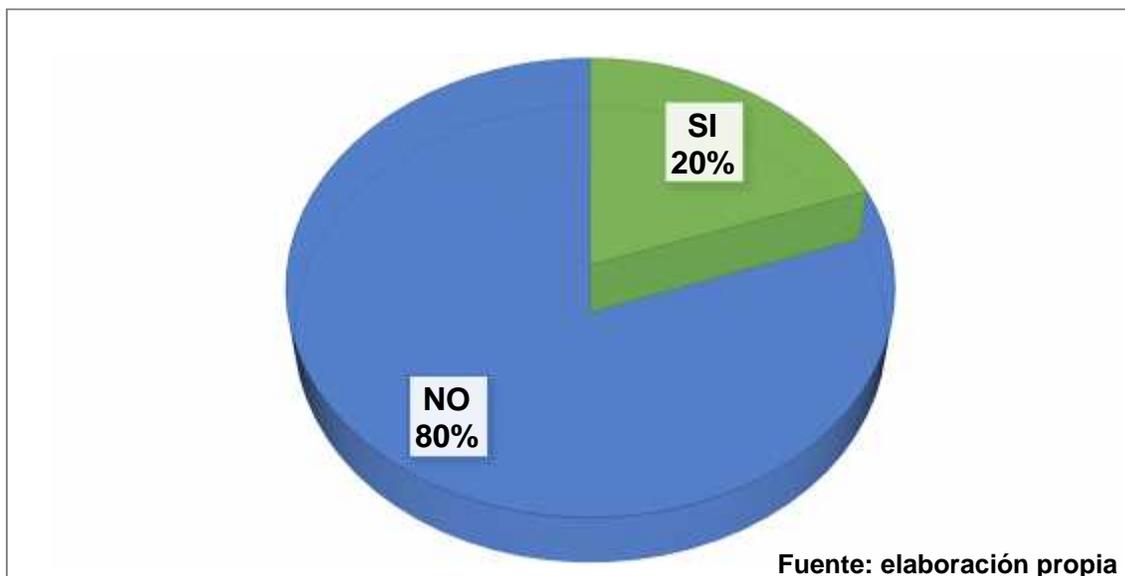
RESPUESTA	CANTIDAD	VALORES
Si	67	18%
No	301	82%
TOTALES	368	100%

Los datos obtenidos por la encuesta realizada, presentan que el 82 % de los encuestados, correspondiente a 301 personas, no conocen los programas de trabajo de la Asociación Mascotas Terapeutas, mientras que únicamente el 18 %, correspondiente a 67 personas sí los conoce.

Este resultado, también puede originarse al poco seguimiento y sociabilización de información de los cambios en la estructuración de la asociación a sus *fans*, voluntarios antiguos y público en general.

2.6.4 Gráfica 4

¿Sabe usted cuál es la labor de cada uno de los programas actuales de la red de la Asociación Mascotas Terapeutas?



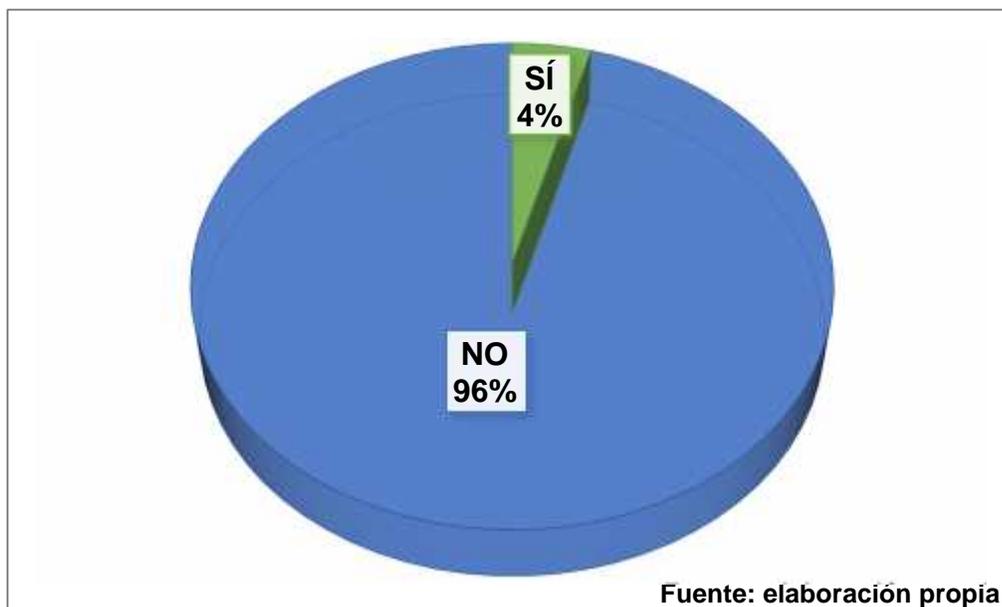
RESPUESTA	CANTIDAD	VALORES
Si	72	20%
No	296	80%
TOTALES	368	100%

Según los datos recabados en la encuesta realizada, 296 personas, es decir 80 % respondieron, no conoce la labor específica de cada uno de los programas con los que cuenta actualmente la Asociación Mascotas Terapeutas, mientras que solo 72 personas, es decir el 20 % de esta población, conoce la labor de cada proyecto.

Esto también puede obedecer a la poca información transmitida a la sociedad en general, por cualquier medio de comunicación que sea.

2.6.5 Gráfica 5

¿Es voluntario activo de algún programa de la Asociación Mascotas Terapeutas?

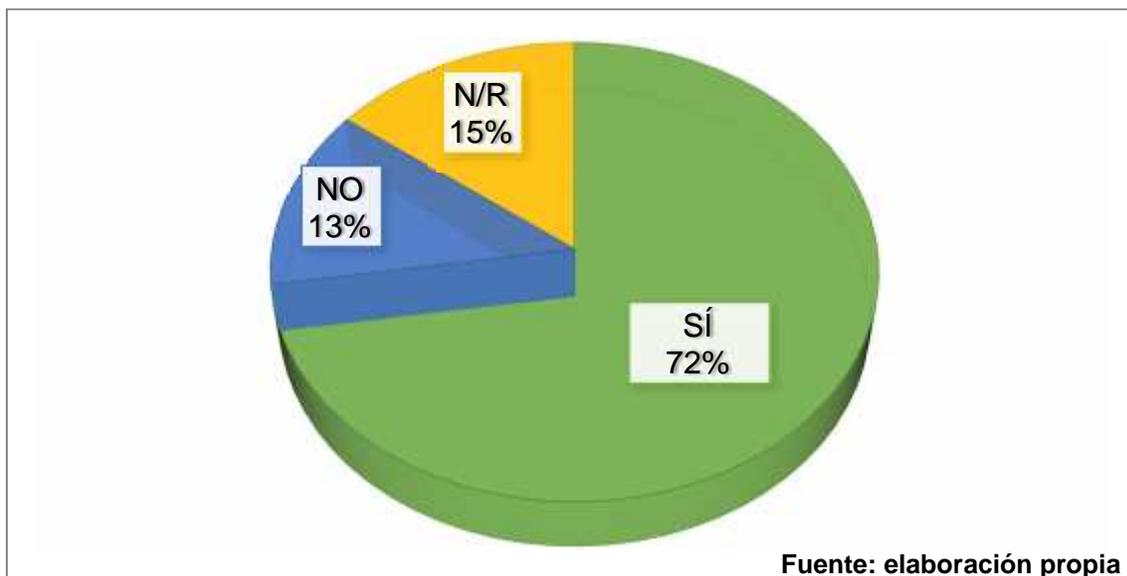


RESPUESTA	CANTIDAD	VALORES
SÍ	16	4%
NO	352	96%
TOTALES	368	100%

El 96 % de los encuestados, correspondiente a 352 personas, no son voluntarios activos de la Asociación Mascotas Terapeutas, mientras que únicamente el 4 %, equivalente a 16 personas, sí son voluntarios activos de la Asociación.

2.6.6 Gráfica 6

Si su respuesta anterior fue negativa, ¿Le gustaría ser voluntario activo de alguno de los programas de la Asociación Mascotas Terapeutas?

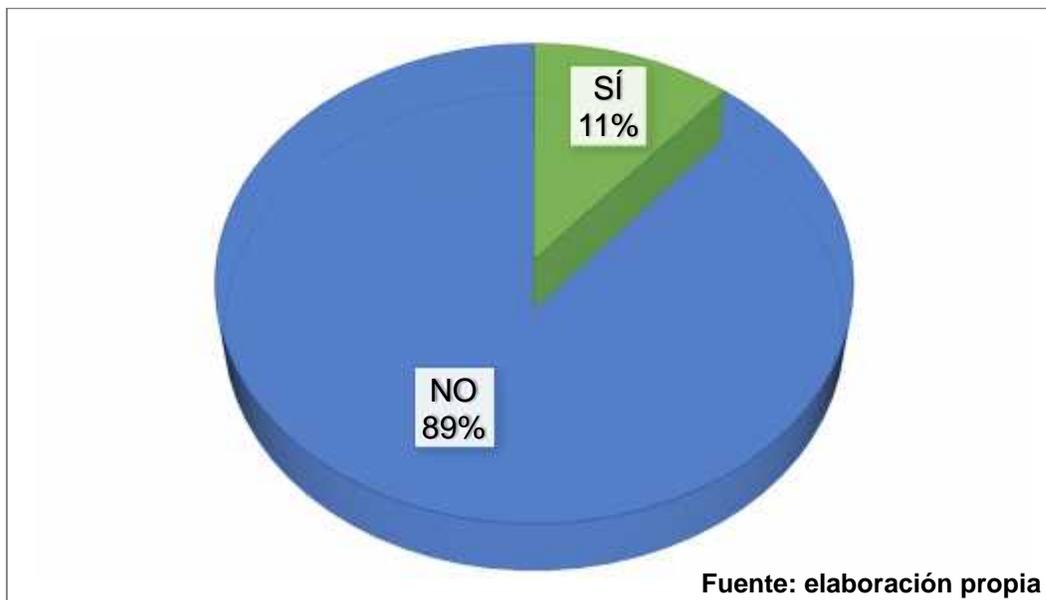


RESPUESTA	CANTIDAD	VALORES
Si	267	73%
No	47	13%
N/r	54	15%
TOTALES	368	100%

De los 368 de los encuestados, el 13 % de los encuestados, es decir 47 personas respondieron que no les gustaría ser voluntarios de la Asociación, mientras que el 15 %, es decir 54 personas, indicaron no saberlo y finalmente, el 72 % de los encuestados, equivalentes a 267 personas, respondieron que sí estarían dispuestos a ser voluntarios de la Asociación Mascotas Terapeutas.

2.6.7 Gráfica 7

¿Conoce la labor del proyecto *Together* IAA?



RESPUESTA	CANTIDAD	VALORES
Si	41	11%
No	327	89%
TOTALES	368	100%

Se cuestionó sobre el programa actual de la Asociación Mascotas Terapeutas, “proyecto *Together*” para conocer si la población tiene conocimientos sobre éste y la respuesta que se obtuvo fue que el 89 % de los encuestados, es decir 327 personas no lo conocen y únicamente el 11 %, es decir 41 personas sí lo conocen.

Esto puede ser ocasionado a la falta de comunicación externa por parte del proyecto, para los *fans* actuales de la asociación, los cuales podrían emigrar y volverse fans de su propia página y crear contenido especial de su labor.

2.6.8 Gráfica 8

¿Conoce la labor de *DogTherapy* AAA?



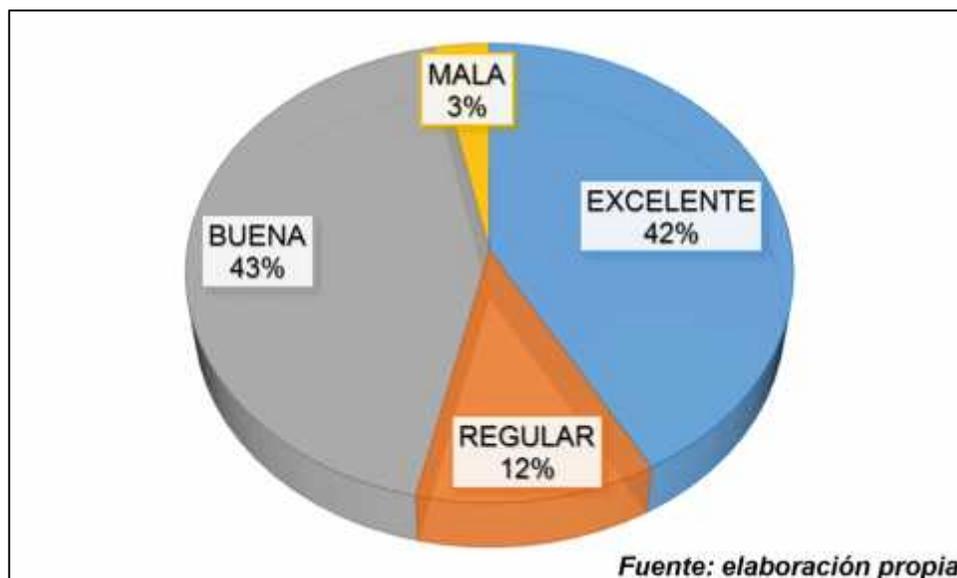
RESPUESTA	CANTIDAD	VALORES
Sí	141	38%
No	227	62%
TOTALES	368	100%

De las 368 personas encuestadas, 227 equivalente al 62 % de la población, indicó no tener conocimiento del programa “*DogTherapy*”. Se puede observar que este programa es más conocido, ya que cuenta con un 38 % de los encuestados lo conoce, equivalente a 141 personas.

Este resultado, al igual que la respuesta anterior, puede ser ocasionado por la falta de comunicación externa por parte del programa hacia los *fans* actuales de la asociación e invitar a éstos a volverse parte de su propia *fanpage*.

2.6.9 Gráfica 9

¿Cómo evaluaría usted la labor que durante más de diez años, la Asociación Mascotas Terapeutas, realizó en Guatemala?



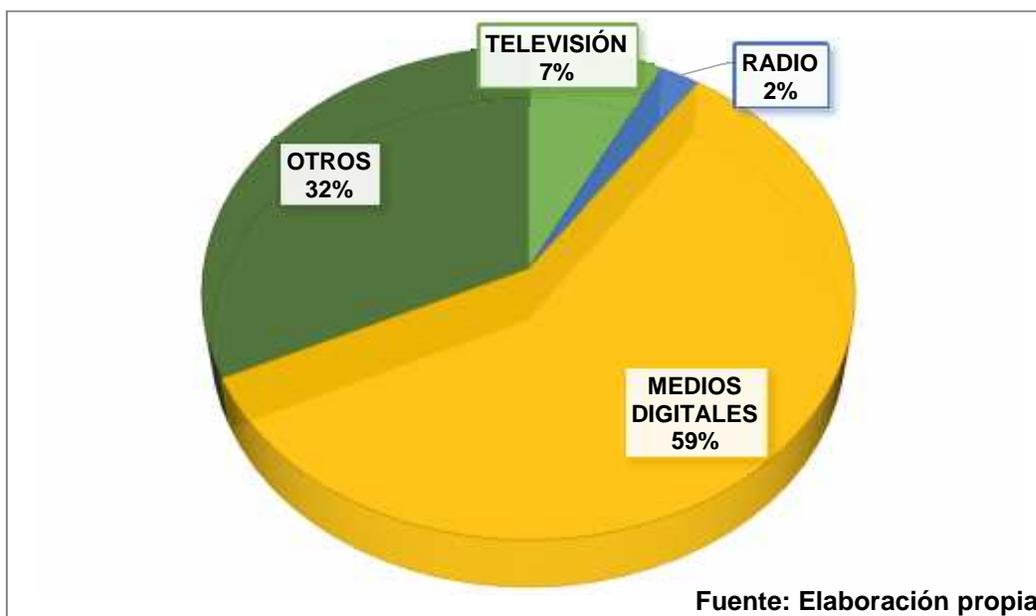
RESPUESTA	CANTIDAD	VALORES
Excelente	154	42%
Buena	159	43%
Regular	43	12%
Mala	12	3%
TOTALES	368	100%

Con el fin de medir la aceptación de la labor de la asociación, se formuló el cuestionamiento presentado, obteniendo resultados favorables, ya que el 42 % de los encuestados, es decir 154 personas, respondieron que la labor de la asociación es excelente, el 43 %, es decir 159 personas, respondieron que su labor es buena, el 12 %, es decir 43 personas opinan que es regular y un 3 %, es decir 12 personas opinan que es mala.

Esto es gracias a las buenas acciones y labor realizada en el pasado por la asociación, con su labor altruista.

2.6.10 Gráfica 10

¿En qué medios de comunicación ha escuchado sobre la Asociación Mascotas Terapeutas?



RESPUESTA	CANTIDAD	VALORES
Medios digitales	215	59%
Televisión	27	7%
Radio	8	2%
Otros	118	32%
TOTALES	368	100%

Finalmente, se preguntó en qué medios de comunicación se han enterado en general sobre la Asociación Mascotas Terapeutas y las respuestas obtenidas fueron, 217 personas, equivalentes al 59 % ha leído y visto en medios digitales, 118 personas equivalentes al 32 % respondieron que ha sido por otros medios, 27 personas, equivalentes al 7 % en televisión y finalmente 8 personas, equivalentes al 2 % en radio.

Conclusiones de la investigación

- El 49 % de la población encuestada por medio de la fanpage de la Asociación Mascotas Terapeutas, no tiene conocimiento que la asociación siga en funciones.
- El 73 % de la población no conoce los cambios que ha tenido la Asociación Mascotas Terapeutas, ni sus programas. Sin embargo, *DogTherapy* es más conocido que el Proyecto *Together*, el 11 % de la población lo reconoce.
- El 96 % de los encuestados no son voluntarios de ninguno de los programas de la asociación, sin embargo el 72 % de la misma población indicó que sí le gustaría ser voluntario activo, mientras que el 13 % indicó que no le gustaría y un 15 % indico estar indecisos.
- La imagen pública actual de la asociación y la percepción que tiene la población con relación a la labor que realiza ésta y sus proyectos, es muy positiva, por lo tanto, hay que aprovecharla y explotarla, trabajar estratégicamente para mantenerla y cuidar la percepción de la sociedad.
- La mayoría de las personas encuestas ha conocido de los logros de la asociación por medio de los medios digitales, por lo tanto, la estrategia de comunicación debe centrarse en generar contenido de calidad para sus redes sociales y lograr la vinculación de actividades fuera de éstas y luego publicarlas.
- Hacer uso de los diferentes medios de comunicación para comunicar eficaz y asertivamente la labor de la asociación, para penetrar en el mercado nacional y buscar así resultados positivos en la sociedad guatemalteca.

- Enfocar los proyectos de la asociación a los medios de comunicación digitales que son en donde mayor penetración se ha tenido 59 % y los resultados a corto plazo pueden ser medidos de forma más veloz y con menores costos.

Capítulo III

Propuestas de comunicación

3.1 Plan de comunicación

Es el documento que recoge los objetivos, destinatarios, políticas, estrategias, recursos y acciones de comunicación a desarrollar en todos los ámbitos de la empresa u organización. Se acostumbra centrar los esfuerzos y desarrollar el plan de comunicación externa, que se refiere al ámbito de la comunicación comercial, que no es más que una parte de la comunicación dentro de la comunicación de las empresas u organizaciones.²⁸

3.2 Objetivos de la propuesta

3.2.1 Objetivo general

Fortalecer el vínculo con el público meta o el público objetivo de la Asociación Mascotas Terapeutas, por medio de los diferentes medios de comunicación, especialmente, por la red social *Facebook*.

3.2.2 Objetivos específicos

- Facilitar efectivamente la información a terceras personas sobre la Asociación Mascotas Terapeutas, por medio de portales de comunicación digital actualizados.
- Obtener apoyo mediático para informarle a la población en general que la Asociación Mascotas Terapeutas sigue laborando.
- Brindar capacitación técnica en manejo de medios sociales de comunicación a los directivos de la Asociación Mascotas Terapeutas.

3.3 Mensaje clave

“Más que mascotas, bienestar y felicidad en cuatro patas”

²⁸ Bic, Galicia, “Cómo elaborar un plan de comunicación, manuales prácticos de la pyme” Página 61

3.4 Público objetivo



Fuente: fanpage/mascotasterapeutas

Nivel socioeconómico:

B+ A y A+

Perfil demográfico:

- Sexo: hombres y mujeres
- Edad: a partir de 18 años.
- Ciudad: Guatemala y municipios aledaños

Perfil cultural:

- Idioma: habla español como lengua materna y un segundo idioma aprendido.
- Valores: es una persona responsable, ama a los animales, moralmente correcta, activa, participativa, altruista.

3.5 Descripción de la propuesta

3.5.1 Creación de línea de gráfica institucional

Tarjetas de presentación, hoja membretada, fondo para presentaciones de *Microsoft Power Point*.

Datos técnicos para elaboración de materiales gráficos:

Tarjeta de presentación: 8.5x5 centímetros

Hoja membretada: 11x8.5 pulgadas

Fondo de presentaciones: 1024x768 pixeles

3.5.2 Implementación de página web oficial

Página *web* de 5 pestañas, elaborada en plantillas predeterminadas, con opción a cambio de todo lo necesario.

Datos técnicos para elaboración de materiales de páginas *web* de www.wix.com:

Imágenes: hasta 15MB/.jpg, .png and .gif

Documentos: hasta 15MB/archivos

Música: hasta 15MB/.mp3 y 360MB/.wav

3.5.3 Actualizar información de la Fanpage de Facebook

Resumen de la visión y misión actual de la asociación, verificación de correo electrónico y teléfono de contacto.

Cambios propuestos:

Visión

Misión

Teléfono de contacto

Correo electrónico

3.5.4 Campaña de expectación institucional en Facebook

Portada, foto de perfil, publicaciones diarias con imágenes y texto, publicaciones únicamente de texto, videos propios o de *Youtube* relacionados al tema.

Datos técnicos para elaboración de materiales de la red social:

Fotografía de portada:	851x851píxeles
Fotografía de perfil:	180x180 píxeles
Publicación:	940x940 píxeles
Videos:	843x475 píxeles

3.5.5 Creación del perfil en Twitter

Usuario @mascotasT

Imagen de portada, fotografía de perfil, diseño de *tuits* con imágenes y texto, *tuits* solo de texto.

Datos técnicos para elaboración de materiales de la red social:

Fotografía de portada:	1500x500 píxeles
Fotografía de perfil:	81x81 píxeles
Publicación:	1024x214 píxeles
Cantidad de caracteres:	140

3.5.6 Creación del perfil en Instagram

Usuario: @mascotasterapeutas

Toma de fotografías interesantes para obtener seguidores, fotografía de perfil.

Datos técnicos para elaboración de materiales de la red social:

Fotografía de Perfil:	110x100 píxeles
Publicación:	640x640 píxeles
<i>Hashtags</i> :	#SomosMascotasTerapeutas

3.5.7 Capacitémonos por nuestra asociación

Considerando que los asistentes a las capacitaciones trabajan con horarios de jornadas completas, se considerarán para la serie de capacitaciones, las siguientes especificaciones:

Personal asistente: Directivos de la asociación.

Lugar: Restaurante Picadilly, zona 9.

Fecha: Días martes o miércoles.

Horarios: A partir de las 18:00 horas

3.5.8 Convocatoria a diferentes medios de comunicación masivos para eventos de la asociación

La persona encargada de comunicación, quien para efectos del presente trabajo es la epesista responsable del mismo, solicitó ser miembro de los diferentes grupos en Facebook de periodistas que existen y por ese medio se propone realizar las convocatorias para eventos importantes.

Datos técnicos de la elaboración de invitación a medios digital:

Tamaño: 1024x768 pixeles

3.6 Justificación de la propuesta

Es necesario para cualquier persona que desee obtener información de primera mano de la asociación, que pueda obtenerla estructurada, simple y que logre transmitirle los valores que la Asociación Mascotas Terapeutas representa, Así mismo, la seriedad de la misma. Es por eso, que la página *web* y la pestaña de “información” de la *fanpage* de *Facebook* deben estar actualizadas y transmitir el mensaje correcto a todo momento.

El manejo de las redes sociales, actualmente es realizado por los directores cada proyecto, por esa razón, es necesario capacitarlos en el tema sobre el uso adecuado de las mismas, control de crisis y sobrellevar comentarios, tanto públicos como privados. Se convocarán a los diferentes medios de comunicación para que cubran las diferentes actividades organizadas por mascotas terapeutas, así como a las que asiste la asociación, obtener el material digital y colocarlo en las redes sociales de la asociación.

Se realizarán propuestas gráficas y se propondrán su implementación tanto de presentaciones para *Microsoft Office Power Point*, hojas membretadas, tarjetas de presentación, para proyectar la formalidad ante la sociedad. Finalmente, para lograr que las las personas relacionadas con la asociación se sientan parte de ella, se implementará el uso de *hashtags* (#) en las redes sociales, permitiendo a los voluntarios utilizarlos y hacerles saber lo importante que son para que ésta siga ayudando a la sociedad, como lo ha hecho durante 14 años ya.

3.7 Estrategia para su implementación

3.7.1 Creación de línea gráfica institucional

Actualmente no se cuenta con una imagen institucional establecida, por lo que se realizarán propuestas, acorde a paletas de colores y tamaños estandarizados de las siguientes piezas:

- Hoja membretada.
- Tarjetas de presentación.
- Fondo para la presentación para *Microsoft Power Point*.

Las piezas se presentarán con el fin de proyectar la formalidad de la asociación ante el público en general. Es necesario tener la formalidad, aunque no se cuenten con oficinas físicas, ya que se pretende obtener patrocinios de empresas grandes y voluntarios para sus proyectos.

3.7.2 Implementación de página web oficial

Se creará un usuario desde el portal gratuito www.wix.com. El usuario debe estar relacionado con la asociación en todo momento y tener la información de cada proyecto. El sitio *web*, deberá proyectar la ayuda social que realiza la asociación, de forma profesional, amigable a la vista y simple de comprender para todo el que la visite, ya que por medio de ella, se podrán establecer posibles patrocinios. Deberá contar con espacio para publicidad de los mismos, datos de contacto, enlaces a cada página de los proyectos e información importante sobre la labor de la asociación.

3.7.3 Actualizar información en la fanpage de Facebook

Se volverá a redactar la visión y la misión de la Asociación para que el fan pueda comprender fácilmente la labor de la misma, se pondrán los números de teléfonos, página *web* y correo electrónico actualizados.

3.7.4 Campaña de expectación de Facebook

Con la finalidad de crear tráfico en la *fanpage*, se colocarán imágenes alusivas a las mascotas en general, se saludará por las mañanas, se buscarán mensajes positivos, artículos de interés dentro de la temática, se compartirán las notas, entrevistas realizadas a la asociación. Se debe considerar el momento del día de mayor tráfico, los cuales deben ser entre las 6:00 y 8:00 horas y 17:00 a 19:00 horas.

Se colocarán imágenes alusivas a fechas importantes, siempre relacionadas con mascotas, tales como:

- El día de la madre.
- El día del padre.
- Fiestas patrias.
- Información científica que avala la labor de la asociación.
- Bienestar animal.
- Entre otros.

Textos recomendados:

- Saludos por la mañana.
- Despedidas por las noches.
- Mensajes de agradecimiento a los medios de comunicación por el apoyo en la cobertura de los eventos.
- Avisos para sintonizar el medio donde se tendrá entrevistas, etc.

3.7.5 Creación de perfil en Twitter

Se creará un perfil nuevo en la red social donde el nombre sea lo más parecido a “Mascotas Terapeutas” se generará información gráfica llamativa, para que los usuarios encuentren interesante seguir la cuenta.

Se conversará con tuiteros importantes, solicitándoles compartan la información publicada, recomienden la cuenta y así incrementar paulatinamente la cantidad de *followers*. Se deberá generar información alterna a *Facebook*, para que más personas se interesen en la asociación y los fans puedan ser *followers* y viceversa.

3.7.6 Creación de perfil en Instagram

Se creará un perfil nuevo en la red social donde el nombre sea lo más parecido a “Mascotas Terapeutas” se generará información gráfica interesante, para que los usuarios encuentren interesante seguir las cuentas.

Se tomarán fotos relevantes durante las visitas del voluntariado a los diferentes centros de visita de los diferentes proyectos, para subirlas al perfil de Instagram, las fotografías se publicarán simultáneamente en el perfil de *Twitter* y *fanpage* de *Facebook*, utilizando el *hashtag* #SomosMascotasTerapeutas y otros relacionados a la temática de la asociación. De esta forma, se buscará incrementar los *followers* tanto de *Twitter*, como de *Instagram* y se fortalecerá el sentido de pertenencia de los voluntarios hacia la asociación y podrán compartir las fotografías en sus perfiles personales y viralizar las mismas, creando más tráfico en las cuentas de la asociación. Inicialmente, el apoyo completo será de *Facebook*, invitando a los fans a hacerse seguidores de los perfiles de las otras redes sociales y así incrementar los seguidores en los demás perfiles de las redes sociales.

3.7.7 Capacitémonos por nuestra asociación

Se propondrán la realización de varias capacitaciones para los directivos de la asociación bimestral o trimestralmente, un día entre semana, en lugar y horario accesible para asegurarse la asistencia de la mayoría. Se tratarán temas relacionados a la comunicación en las redes sociales, imagen pública, redacción, ortografía, fotografía, entre otros. Con el fin de promover el profesionalismo en todo ámbito de las redes sociales de los directivos, ya que en sus perfiles personales cuentan con voluntarios, periodistas, directores municipales, etc.

3.7.8 Convocatoria a diferentes medios de comunicación masivos para eventos de la asociación

Se generará material digital para publicarlo en los diferentes grupos de periodistas en *Facebook*, se realizarán llamadas a periodistas de la base de datos de los directivos, para tener el alcance necesario y tener la cobertura buscada. Se colocarán los datos para que soliciten información si así lo desean o se les envíe. Y lograr notas relevantes sobre la asociación y posteriormente publicarlas en las redes sociales. Fechas importantes a convocar medios:

- Día de la madre
- Aniversario de fundación de la asociación
- Fiestas patrias
- Navidad

3.8 Recursos a utilizar

Computadora.	Impresora con tinta.
Alquiler de cañonera.	Alquiler de salón.
Resmas.	Memoria USB.
Fotocopias.	Viáticos.
Telecomunicaciones.	Cuadernos.
Libros de texto.	Cámara fotográfica.

3.9 Presupuesto semestral

DESCRIPCIÓN	VALOR
Diseño gráfico: * Línea gráfica institucional * Diseño de tarjetas de presentación, hojas membretadas, fondo de presentación, fondo para publicaciones en redes sociales	Q 5,000.00
Página web : * Dominio propio * Diseño de página <i>web</i>	Q 4,500.00
Community Manager: * Implementación de estrategia digital semestral. * Creación de perfiles en redes sociales. * Elaboración de 3 materiales gráficos semanales. * Seguimiento a perfiles de redes sociales. * Hasta 10 publicaciones semanales en redes sociales.	Q 15,000.00
Capacitación trimestral al personal directivo: * Lugar de capacitación (espacio para 12 personas) <i>Consumo por persona Q. 35.00</i>	Q 4,410.00
* Arrendamiento de salón por hora. <i>Valor por capacitación de dos horas Q. 50.00</i>	Q 1,260.00
* Capacitador y material didáctico <i>Valor unitario por capacitador Q. 1,000.00</i>	Q 150.00
Impresiones * Impresión de 500 tarjetas de presentación	Q 3,000.00
* Impresión de 5,000 hojas membretadas	Q 1,700.00
VALOR TOTAL	Q 30,610.00

3.10 Cronograma de ejecución

ACTIVIDADES	MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1 Creación de línea de diseño gráfico institucional.	█																															
2 Implementación de una página <i>web</i> oficial.									█																							
3 Actualización de la pestaña de "información" de la <i>fanpage</i> de <i>Facebook</i> .					█																											
4 Campaña de expectación institucional en <i>Facebook</i> .									█				█				█				█				█							
5 Creación de perfil en <i>Twitter</i>																																
6 Creación de perfil en <i>Instagram</i>													█																			
7 Capacitaciones al personal directivo de la asociación.					█												█															
8 Convocatoria a diferentes medios de comunicación masivos para eventos de la asociación.	█																															

CAPÍTULO IV

Control y seguimiento

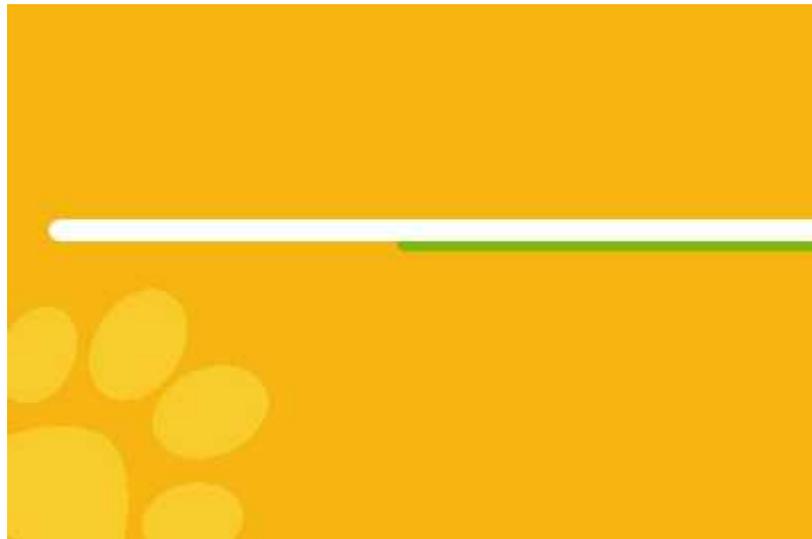
4.1 Ejecución de propuestas

A continuación se detalla cada una de las propuestas autorizadas y ejecutadas para la Asociación Mascotas Terapeutas.

4.1.1 Creación de línea gráfica institucional

Para la finalización de este presente trabajo, aún no se había autorizado la implementación de algunas piezas de la estrategia, sin embargo, las piezas detalladas, son para presentaciones para *Microsoft Power Point*, página *web* y publicaciones en general. Llevan la huella de perro distintiva, basado en su logotipo actual. Los colores se pueden combinar, siempre siguiendo los tonos del logotipo.

Diapositiva No. 1



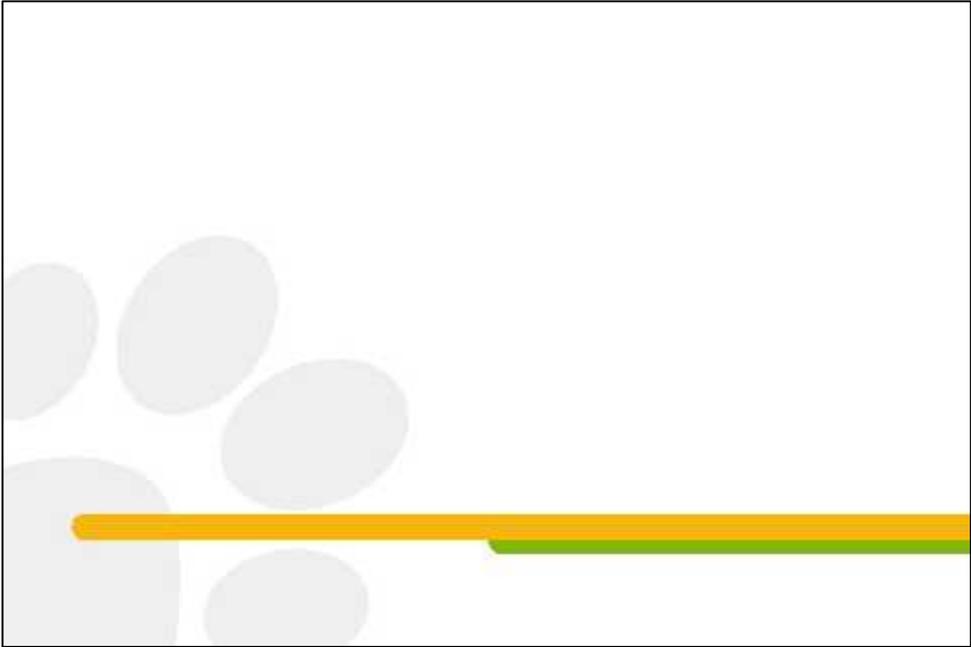
Diapositiva No. 2



Para la página *web*, tarjetas de presentación, hojas membretadas, se puede utilizar la huella en tonalidad gris, así no interfiere en la lectura, sin embargo no se pierde la idea que la asociación es enfocada a mascotas.



Fondo No. 3



Fondo No. 4

4.1.2 Implementación de página web oficial

Pestaña “Inicio”



Pestaña “Nuestra labor”

terapeutas.wix.com/masotas-terapeutas/nuestra-labor/#p0

Terapeutas Cuatro patas dispuestas a ayudar. Contacto: (502) 5930-1000

Inicio Nuestra labor Nuestros proyectos Contacto Donaciones

¡Bienvenidos!

Colaboramos con un voluntariado que visita pediatras de los hospitales públicos.

Erasmus reconocimientos y a partir de octubre 2014, nos volvimos una red de proyectos, ahora somos una red de proyectos en funcionamiento.

Nos enfocamos en realizar terapias y asistencias con mascotas a pacientes tanto en hospitales, como en centros de rehabilitación y centros especiales.

Tenemos muchos planes a futuro, si puedes ser parte de nuestro sueño, Cuete a nuestros voluntarios o sé un patrocinador.

Nuestros directores

<p>Rosario Barrios Directora General Medicina Terapeutas</p> <p>Posee estudio de veterinaria, especialización en medicina interna y pediatría de pequeños animales.</p> <p>www.rosariobarrion.com</p>	<p>Carolina Morales & Miriam Hernández Directoras English</p> <p>Graduadas en psicología y administradoras de empresas. Ambas colaboran al máximo para el proyecto.</p>	<p>Willy Escaribi creador Together</p> <p>Técnico certificado en acupuntura. Aficionado a caminar en parques y pasear.</p>
--	--	---

Nosotros...
Educar y calificar, también enseñamos, apoyamos y evaluamos de la red proyectos gracias a los entrenamientos y asistencia con animales.

Nuestra misión...
Defender nos sea una entidad civil organizada que sea un rol de proyectos, crear un centro de investigación y formación.

Este sitio fue creado con WIX.com. Crea tu página web GRATIS >>

Pestaña “Nuestros proyectos”

terapeutas.wix.com/masotas-terapeutas/nuestros-proyectos#p0

Terapeutas Cuatro patas dispuestas a ayudar. Contacto: (502) 5930-1000

Inicio Nuestra labor Nuestros proyectos Contacto Donaciones

Actualmente, contamos con dos proyectos en ejecución.



Dog Therapy:
Se enfoca en la promoción y ejecución de programas de actividades asistidas con animales. Contáctalas al correo: dogtherapy.ana.gt@gmail.com
Visita su página web: <http://leonelinsky6.wix.com/dogtherapy>






Together:
Trabaja con perros de servicio social, apoyando a la inclusión social de personas con capacidades diferentes. Contáctalas al correo: together.tna.guatemala@gmail.com
Visita su página web: <http://rosethornguatemala.wix.com/rosethornguatemala>



Este sitio fue creado con WIX.com. Crea tu página web GRATIS >>

Pestaña "Contáctanos"

terapeutas mx.com/mascotas-terapeutas#contactar-us/624rq



¿Cómo podemos ayudarte?

Contáctanos: (502) 5902-1000

Inicio Nuestra labor Nuestra Orquesta Contacto Donaciones

Contáctanos

Nombre:

Apellido:

Correo:

Teléfono:

Mensaje:

Enviar

MascotasTerapeutas@gmail.com

(502) 5902-1000

Encuétranos en:

Facebook




Este sitio fue creado con WIX.com. Crea tu página web GRATIS >>>

Pestaña "Donaciones"

terapeutas mx.com/mascotas-terapeutas#donaciones/616qg



¿Cómo podemos ayudarte?

Contáctanos: (502) 5902-1000

Inicio Nuestra labor Nuestra Orquesta Contacto Donaciones

¡Ayúdanos para que podamos ayudar!!

Los integrantes de Mascotas Terapeutas, desde siempre, se han mantenido comprometidos gracias al apoyo de nuestros voluntarios.

Sin embargo, necesitamos capital para continuar mejorando nuestros proyectos actuales y para el inicio de nuevos proyectos.

Por favor, contáctanos si deseas realizar una donación.

MascotasTerapeutas@gmail.com
Teléfono: (502) 5902-1000

¡Gracias por creer en nosotros amigos!!



¡ALMERE LE PIDERON DISFRAZ DE OURE!

¡LA DISFRASADA MÁS BONITA ES PREMIADA EL REGALO!

¿DE QUE SERÁ LA PIÑATA ESTE AÑO?

SBVH3

TODO ESTÁ AQUÍ 2201-2020



Este sitio fue creado con WIX.com. Crea tu página web GRATIS >>>

4.1.3 Actualizar información de la Fanpage de Facebook



ps://www.facebook.com/mascotasterapeutas/info/tab-page_info?&hcid=...-subcategorias

Asociación Mascotas Terapeutas

Página Mensajes Noticias Estadísticas Herramientas de publicación Configuración Ayuda

Información de la página

INFORMACIÓN DE LA PÁGINA

Categoría	Compañías y organizaciones · Organización sin fines de lucro
Nombre	Asociación Mascotas Terapeutas
Subcategorías	Entrenamiento de perros, Terapia física y Terapia ocupacional
Dirección web de Facebook	www.facebook.com/mascotasterapeutas
Dirección	mascotasterapeutas@gmail.com, Ciudad de Quindío, Colombia
Fecha de inicio	Se unió a Facebook
Descripción breve	Cuatro patas, dispuestas a ayudar.
Impressum	Ingresar el Impressum de tu página
Perfil de la empresa	Planeamos y establecemos, también ejecutamos, supervisamos y evaluamos de la red de proyectos basados en las intervenciones asistidas con animales
¿Se agregó algo?	Has clic una de las opciones de la página

Promociones

ESTA SEMANA

- 1.842 Alcance de la publicación
- 150 Interacciones con la publicación
- 6 de 6 Índice de reacción
- 1 hora Tiempo de respuesta

Ver tu anuncio aquí

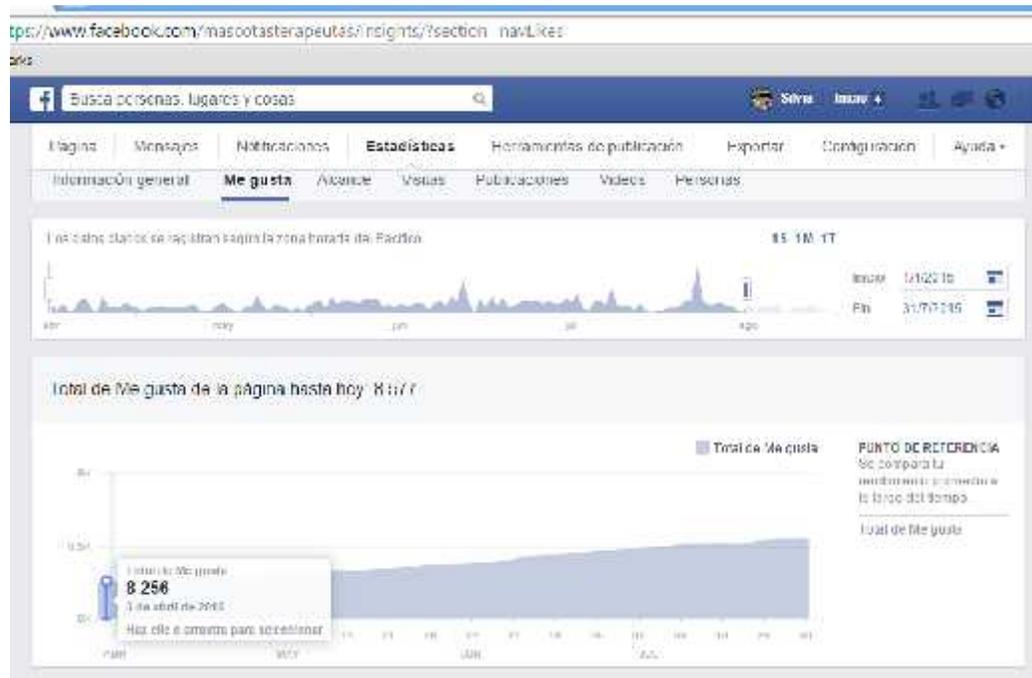
Asociación Mascotas Terapeutas
Cuatro patas, dispuestas a ayudar

No gusta esta página
2.027 personas la gusta
Ver perfil

Clau (57)

4.1.4 Campaña de expectación institucional en Facebook

Cantidad de *fans* al inicio de la práctica supervisada: 8,256 *likes*

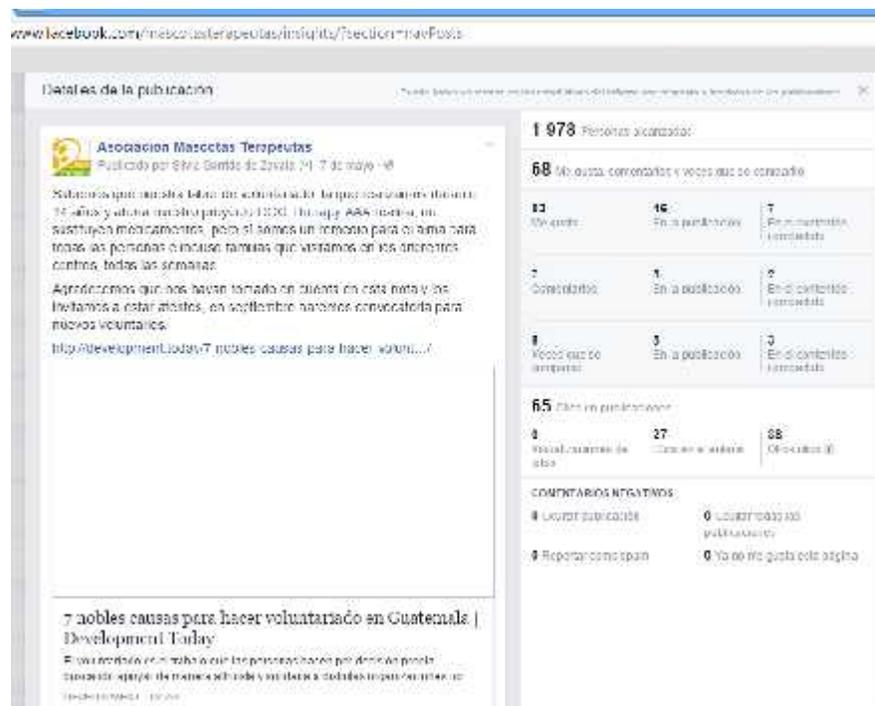


Publicaciones más relevantes

Reportaje realizado a la asociación previo al inicio de la práctica supervisada

Fecha de publicación: 07 de mayo de 2015

Alcance total orgánico: 1,978 personas alcanzadas.



Publicación del día del padre

Fecha de publicación: 17 de junio de 2015

Alcance total orgánico: 8,468 personas alcanzadas

Detalles de la publicación

Asociación Mascotas Terapeutas
Publicado por Silvia Gardo de Zavala el 17 de junio de 2015

¡Feliz día del padre! ¡Feliz día del padre!

HAPPY FATHER'S DAY

8 468 Personas alcanzadas

505 Me gusta, reacciones y comentarios compartidos

103 Me gusta	36 En la publicación	168 En el contenido compartido
36 Comentarios	0 En la publicación	33 En el contenido compartido
56 Me gusta al contenido	54 En la publicación	2 En el contenido compartido
369 Más en publicaciones		
219 Visualizaciones de inicio	0 Comentarios de inicio	100 Ocasos de inicio
0 Reacciones negativas		
1 Reacción positiva		

Artículo publicado sobre el proyecto DogTherapy

Fecha de publicación: 05 de junio de 2015

Alcance total orgánico: 2,531 personas alcanzadas.

Detalles de la publicación

Asociación Mascotas Terapeutas
Publicado por Silvia Gardo de Zavala el 5 de junio de 2015

¡Gracias amigos, por el apoyo!

Mascotas acompañan a pacientes de hospitales y víctimas de la violencia - La Hora

88 Me gusta, reacciones y comentarios compartidos

80 Me gusta	0 En la publicación	26 En el contenido compartido
0 Comentarios	0 En la publicación	0 En el contenido compartido
8 Me gusta al contenido	5 En la publicación	3 En el contenido compartido
62 Más en publicaciones		
0 Visualizaciones de inicio	36 Comentarios de inicio	26 Ocasos de inicio
0 Reacciones negativas		
0 Reacción positiva		

Estudios científicos 1

Fecha de publicación: 27 de julio de 2015

Total alcance orgánico: 3,601 personas alcanzadas

www.facebook.com/mascotasterapeutas/insights/?section=likes/posts

Asociación Mascotas Terapeutas
Publicada por Rosalva Sánchez · 17 de julio de 2015 · 141 Me gusta

compartir y ayudarnos a comprender mejor la importancia de las mascotas en la vida de los niños

Estudios han demostrado que el 94 % de los niños se sienten mejor acompañados por un perro

¡Sácame a pasear!

101 Me gusta · 5 Comentarios · 34 Me gusta en comentario · 101 Me gusta en comentario

3,601 Personas alcanzadas · 101 Citas de publicadores

33 Me gusta · 3 Comentarios · 33 Me gusta en comentario

5 Comentarios · 5 Me gusta en comentario

33 Me gusta en comentario · 1 Me gusta en comentario

101 Citar en publicaciones

53 Visualizaciones de citas de citas · 0 Citas de citas · 48 Citas de citas

COMENTARIOS NEGATIVOS:

1 Citas en publicaciones · 0 Citas en publicaciones

0 Reportar como spam · 0 No me gusta esta página

Estudios científicos 2

Fecha de publicación: 27 de julio de 2015

Total alcance orgánico: 1,988 personas alcanzadas

www.facebook.com/mascotasterapeutas/insights/section=likes/posts

Asociación Mascotas Terapeutas
Publicada por Rosalva Sánchez · 17 de julio de 2015 · 75 Me gusta

¿Sabías que sacar a pasear a tu mascota te puede ayudar a no depredarte? un estudio publicado en la revista "Animal Care" del British Veterinary Journal informa que caminar a la par de un perro disminuye los niveles de cortisol y promueve la liberación de hormonas que mejoran el bienestar por los pacientes que se ven beneficiados por los perros y gatos de mascotas terapéuticas siempre tienen a pasear a su perro de terapia durante los sesiones. Comparte y saca a pasear a tu mascota

¡¡Sácame a pasear!!

1,988 Personas alcanzadas

75 Me gusta · 7 Comentarios · 7 Me gusta en comentario

7 Comentarios · 2 Me gusta en comentario

16 Me gusta en comentario · 1 Me gusta en comentario

88 Citar en publicaciones

18 Visualizaciones de citas de citas · 0 Citas de citas · 70 Citas de citas

COMENTARIOS NEGATIVOS:

0 Citas en publicaciones · 0 Citas en publicaciones

0 Reportar como spam · 0 No me gusta esta página

Publicación sobre entrevista realizada en Telediario

Fecha de publicación: 29 de julio de 2015

Alcance total orgánico: 588 personas alcanzadas

Detalles de la publicación

Asociación Mascotas Terapéuticas
Publicado por Silvia Garrido de **Asociación Mascotas Terapéuticas** · 29 de julio de 2015 · 11:22

¿Viste nuestra entrevista en Telediario?
Te la compartimos y agradecemos a nuestros amigos de Telediario por el espacio.
<http://www.telediario.com/guia-de-paa> · Ver más

[telediario.com.gt](http://www.telediario.com.gt)

TELEDIARIO.COM.GT

Me gusta · Comentar · Compartir

Ver estadísticas · Promocionar publicación

588 Personas alcanzadas

10 Me gusta · comentarios y reacciones que se compartieron

9 Me gusta	8 En la publicación	8 En el comentario compartido
0 Comentarios	0 En la publicación	0 En el comentario compartido
1 Videos que se compartieron	1 En la publicación	0 En el comentario compartido
17 Citas en publicaciones	14 Citas en el artículo	3 Citas de otros

COMENTARIOS RELEVANTES

- 0 Decidí comentar
- 0 Compartí esta publicación
- 0 Reportar como spam
- 0 Compartí esta publicación
- 0 Ya no me gusta esta página

AVISOS

Buscar

ENTREVISTAS

Entrevistas > MASCOTAS TERAPÉUTICAS CON SILVIA GARRIDO

TELEDIARIO
INFORMACIÓN ACTUAL

- AL AMANECER 5:45 AM
- EXPRESS 8:00 AM
- AL MEDIODÍA 12:00 PM
- ESTELAR 19:00 HRS

DECISIÓN 2015

INFORMACIÓN TOTAL DEL PROCESO

MASCOTAS TERAPÉUTICAS CON SILVIA GARRIDO

23/07/2015
Descubra la importancia de las mascotas en la forma de dar terapias, y la Fundación de Mascotas Terapéuticas, se la permite a miles de Guatemaltecos.

04:08 / 08:02 50%

Detalle de todas las publicaciones en la fanpage:

Totalidad de publicaciones realizadas durante el ejercicio supervisado. Se presentan de la fecha más reciente a la más antigua, de la misma forma que Facebook lo proyecta en la viñeta de publicaciones.

Fechas: del 14 al 29 de julio del año 2015

Fecha y hora	Contenido	Reacciones	Compartidos	Comentarios
29/07/2015 15:23	¿Viste nuestra entrevista en Teledario? Te la compartimos y agradecemos a...	588	17	13
27/07/2015 17:25	¡Gracias que sacar a pasear a tu mascota le puede ayudar a no...	2K	88	75
27/07/2015 9:15	comparte y ayudanos a concientizar sobre la importancia de las mascotas en...	3,6K	101	141
24/07/2015 14:37	¡Feliz fin de semana! Ama a tu mascota eres lo mejor para ella. Cuatro patas...	411	11	28
23/07/2015 14:25	Hola amigos, gracias por sus mensajes consultando la forma de ser parte de...	751	7	28
23/07/2015 7:17	en este momento entrevista sobre Mascotas Terapeutas en Teledario	530	7	28
22/07/2015 10:00	"No hay mejor psicóloga en la Tierra que una mascota lamando tu cara"	1,7K	15	81
19/07/2015 16:48	¡¡Gracias a DOG Therapy AAA por apoyar esta noble y linda causa.	1,0K	122	44
16/07/2015 9:15	¡En sus marcas, listos, fuera! Estamos alistándonos para participar y apoyar en...	413	7	5
14/07/2015 22:14	Hermanas terapeutas.	1,6K	65	65
14/07/2015 11:40	Sabemos que nuestras mascotas son poderosas y que pueden cambiar...	878	20	23

Fechas: del 18 de junio al 14 de julio del año 2015

https://www.facebook.com/mascotasterapeutas/insights/?section=navPosts

marks

Busca personas, lugares y cosas

Silvia Inicia

	Información general	Me gusta	Alcance	Vistas	Publicaciones	Videos	Personas
14/07/2015 22:14	Hermanas terapeutas				1,6K		66 bis
14/07/2015 11:40	Sabemos que nuestras mascotas son poderosas y que pueden cambiar				878		20 28
13/07/2015 13:21	Tenemos un lindo día, cuando llegues a casa, agarra esa correa y sal a pasear a				797		25 18
13/07/2015 8:40	Los perros de nuestros proyectos son alimentados con lo mejor. Por esa				937		54 3
08/07/2015 15:01	¡Regalaros un like para festejar el cumple de nuestra contadora!! ¡Feliz				1,1K		39 73
05/07/2015 18:29	¡Gracias amigos, por el apoyo!				2,5K		67 88
26/06/2015 13:18	Mascotas Terapeutas agradece el patrocinio de Eukanuba Guatemala a				600		10 13
24/06/2015 10:48	Sabías que dentro de la red de proyectos de Asociación Mascotas				1,1K		55 47
16/06/2015 15:25	Entrevista sobre los perros de asistencia en recreaciones de				1,7K		127 42
18/06/2015 15:22	Una interesante nota de Club de las Mascotas sobre el trabajo del Proyecto				672		11 14
18/06/2015 7:49	Red de proyectos Asociación Mascotas Terapeutas				542		10 0

Fechas: del 02 al 18 de junio del año 2015

ks

https://www.facebook.com/mascotasterapeutas/insights/?section=navPosts

Busca personas, lugares y cosas

Silvia Inicio

Información general	Me gusta	Alcance	Visitas	Publicaciones	Videos	Personas
18/05/2015 15:22	Una interesante nota de El Club de las Mascotas sobre el trabajo del Proyecto			672		11 14
10/05/2015 7:40	Red de proyectos Asociación Mascotas Terapeutas			547		10 0
17/05/2015 7:00	Para ustedes también hay celebración papás. ¡Feliz día del padre!			8,6K		369 505
15/05/2015 10:46	Gracias amigos de el Diario de Centroamérica por el apoyo. Les esta			1,7K		52 29
15/05/2015 13:36	Participación de los proyectos de la red de proyectos de Mascotas Terapeutas,			750		51 9
13/05/2015 16:26	Asociación Mascotas Terapeutas compartió la publicación de DOG			1,2K		108 23
13/05/2015 19:26	Asociación Mascotas Terapeutas compartió la publicación de DOG			465		13 3
13/05/2015 18:27	Asociación Mascotas Terapeutas compartió la publicación de DOG			805		19 9
13/05/2015 16:27	Asociación Mascotas Terapeutas compartió la publicación de DOG			593		22 0
10/05/2015 7:58	ta esperamos en el kong training camp con muchas actividades interesantes			9,1K		440 205
02/05/2015 17:36	Estaremos presentes en el Kong Training Camp organizado por			2K		95 68

Fechas: del 28 de abril al 02 de junio del año 2015

os://www.facebook.com/mascotasterapeutas/insights/?section=navPosts

ks

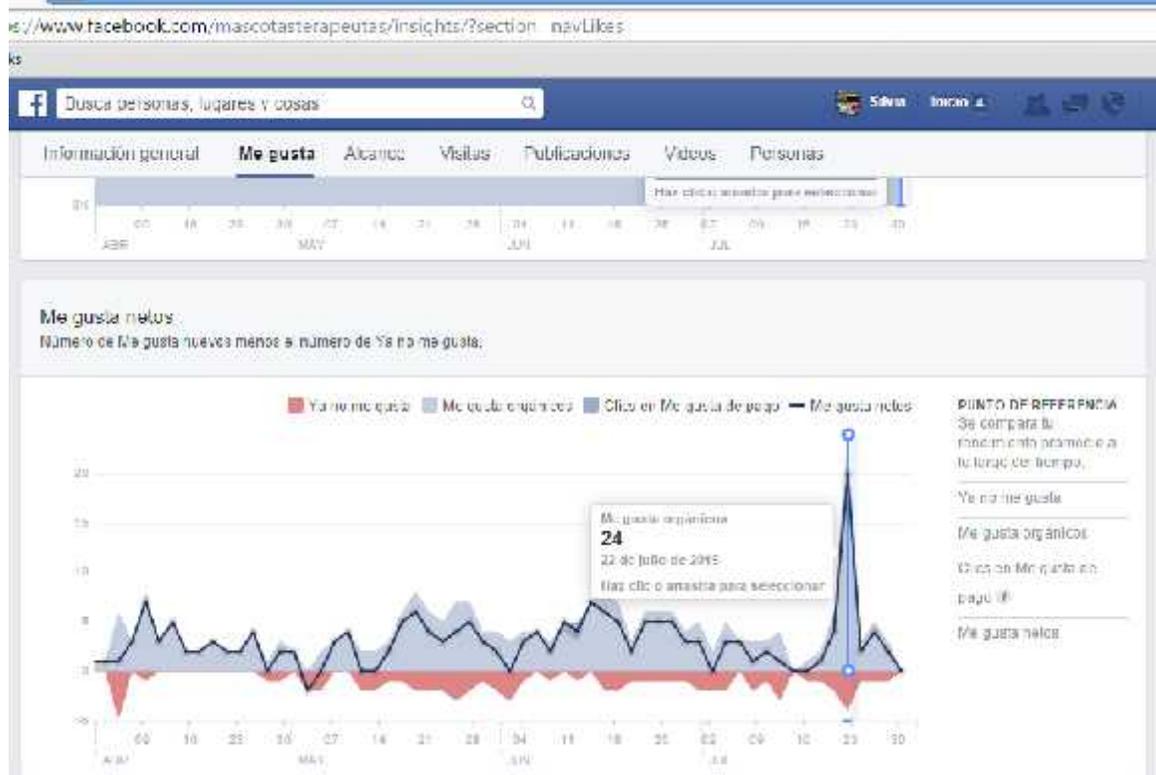
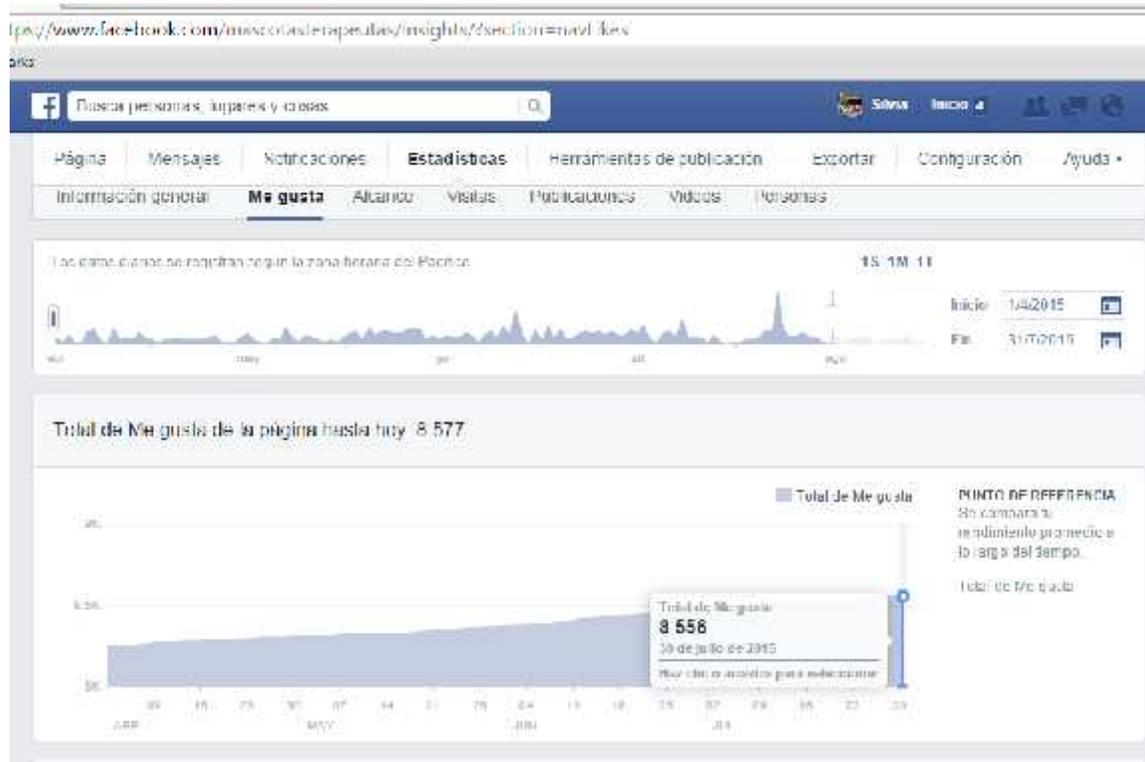
Busca personas, lugares y cosas

Silvia Inicio

	Información general	Me gusta	Alcance	Visitas	Publicaciones	Videos	Personas
02/06/2015 11:05	 Necesitamos adquirir dos lunetas de agility canino para un proyecto de				555		15 17
26/05/2015 18:01	 Acompañanos el sábado 13 de junio 2015 a partir de las 9:00 am al evento patrocinado por				2K		69 29
24/05/2015 22:38	 Hace 14 años, Rosario inició una travesía a la que nunca imaginó que iba				1,3K		132 61
24/05/2015 22:10	 y cumplimos 14 años de fundación, celebramos con un rico pastel :)				973		32 73
23/05/2015 22:38	 Asociación Mascotas Terapeutas compartió la publicación de DOG				324		60 3
23/05/2015 22:35	 Asociación Mascotas Terapeutas compartió la publicación de DOG				454		85 6
23/05/2015 22:35	 Asociación Mascotas Terapeutas compartió la publicación de DOG				495		39 11
23/05/2015 22:34	 Asociación Mascotas Terapeutas compartió la publicación de DOG				561		40 9
07/05/2015 18:30	 Sabemos que nuestra labor de voluntariado la que realizamos durante				2K		65 63
05/05/2015 18:27	 Sintoriza www.xpresatguate.com ¡Estamos al aire!						
28/04/2015 17:05	 Una gran noticia que queremos compartir, el día de ayer lunes 27 de						

Cantidad de *fans* al finalizar el período de la práctica supervisada.

Total: 8,556 *fans*



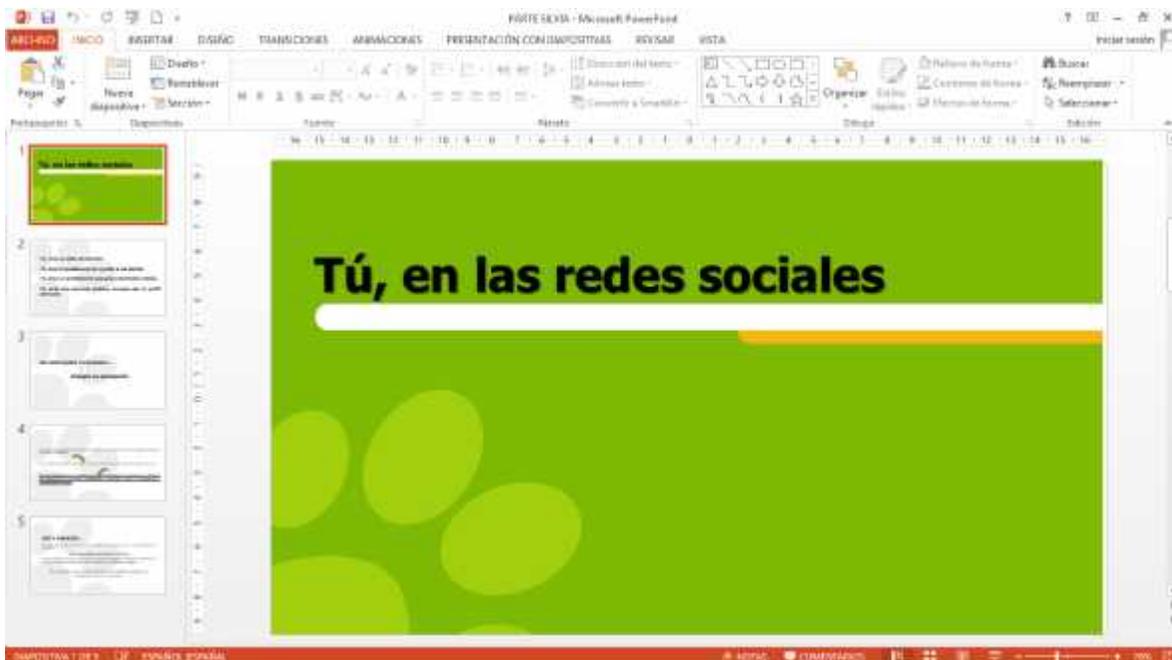
4.1.5 Capacitémonos por nuestra asociación

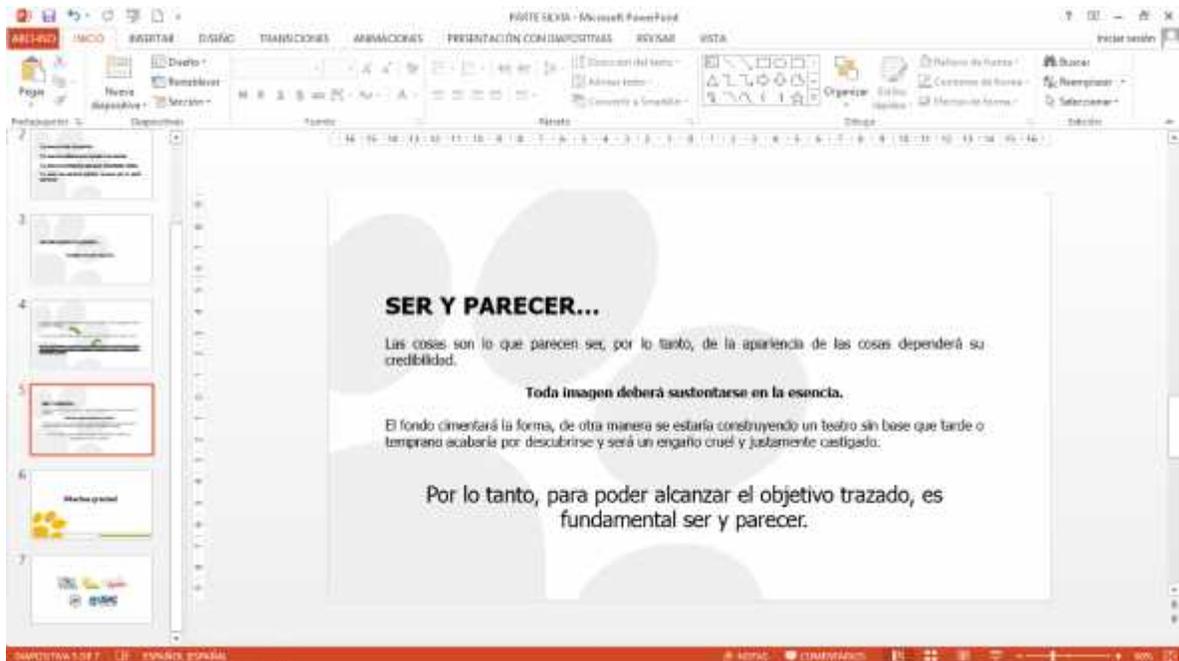
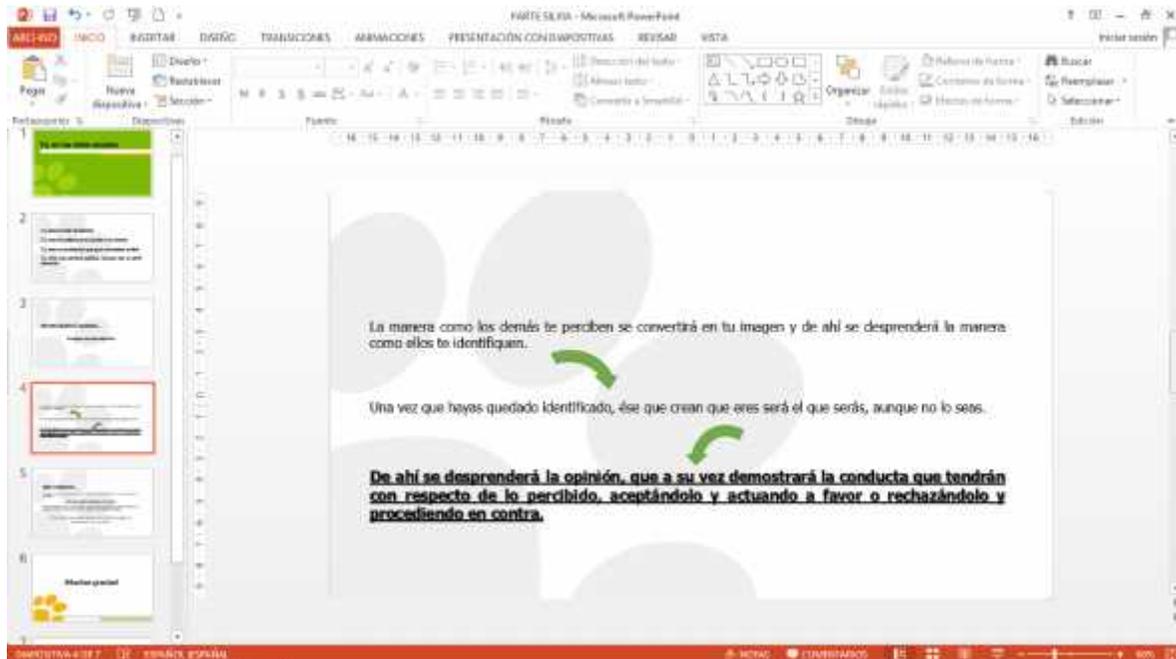
Fecha de realización: 16 de junio de 2015

Lugar: Picadilly, zona 9

Tema: **“La importancia de la comunicación en las redes sociales”**

Presentes: Directivos de la asociación,
Licenciada Evelin Morazán





4.1.6 Convocatoria a diferentes medios de comunicación masivos para eventos de la asociación.

Evento: 14ª. Aniversario de la Asociación Mascotas Terapeutas

Fecha: 24 de mayo de 2015





4.2 Descripción de materiales utilizados

4.2.1 Creación de línea gráfica institucional

Se elaboraron piezas básicas para utilizarse en las presentaciones que sean necesarias. Se decidió utilizar un estilo muy limpio, sobrio y elegante, sin olvidar que es un ente profesional, amigable y accesible de la asociación.

4.2.2 Implementación de página web

Se creó el perfil en www.wix.com se cambió el nombre del usuario, para no relacionarse con la epesista que lo elaboró. Se utilizaron los colores del logo.

Se mantuvo siempre el concepto limpio, sobrio y elegante, sin olvidar la parte profesional amigable y accesible que se deseaba darle a la Asociación. Se consideraron links externos a cada uno de los proyectos de la Asociación, un espacio para publicidad de los patrocinadores, para contacto, información de los directivos, etc.

4.2.3 Actualización de pestaña “información” de Facebook

Se redactó un resumen de la visión y misión de la Asociación, se actualizó el número de teléfono, correo electrónico, sub categorías, sitio *web*, permitiendo a los fans tener información más fácil de comprender.

4.2.4 Campaña de expectación en Facebook

Se publicaron mensajes de saludos, fotografías de visitas, frases de bienestar animal, datos científicos y de estudios que le dan valor a la labor de la asociación, en las que se buscaba tener más enganche con la audiencia. Se procuró mantener un lenguaje amable, cordial, publicando en su mayoría por las mañanas y por las tardes, al menos una vez al día.

4.2.5 Capacitémonos por nuestra asociación

Se realizó una capacitación con el tema central del uso correcto de las redes sociales, invitando a los directivos a dirigirse a sus amigos y fans de forma profesional, educada y cordial. Donde principalmente, se agradezcan y exalten los comentarios y resultados positivos y se agradezcan los negativos, agradeciendo siempre el gesto e indicando que se tratará de mejorar.

Conclusiones finales

- El vínculo con el público se objetivo fue fortalecido, ya que con las publicaciones realizadas por medio de la red social *Facebook*, lograron más alcance orgánico con los fans y éstos le daban *like* a las publicaciones, las comentaban y compartían, permitiendo tener más alcance para siguientes publicaciones.
- Al ordenar la información oficial de la Asociación Mascotas Terapeutas, se permitió que tanto los fans como los medios de comunicación obtuvieran los datos de la asociación actualizados y se estableciera contacto directo con la misma.
- El apoyo mediático se obtuvo favorecedoramente, ya que los espacios obtenidos para entrevistas, reportajes, etc. Fueron contactados por los mismos medios a través de mensajes privados en la *fanpage*. Y posteriormente publicaban las entrevistas realizadas en sus redes sociales, y/o portales *web*. Consiguiendo difusión de la labor actualizada de la Asociación Mascotas Terapeutas.
- Se determinó que el tema más importante y urgente para realizar la capacitación del manejo adecuado de las redes sociales, por lo que se impartió para los directores de los proyectos de la asociación.

Recomendaciones finales

- A la Asociación Mascotas Terapeutas, que continúen la labor altruista que realizan con pasión y profesionalismo.
- Continuar con las capacitaciones periódicamente para los directores, en temas de relevancia para la Asociación, tales como: redacción, ortografía, fotografía, recursos humanos, tendencias en medios digitales,
- Realizar una campaña de identidad hacia la asociación, donde los voluntarios de los diferentes proyectos se sientan parte de la misma, valiéndose siempre de las redes sociales, así como mantener la visión, misión, mensaje clave siempre visible para que éstos se lo graben y lo vivan.
- Mantenerse activos en las redes sociales *Twitter* e *Instagram*, para obtener más *followers* en ambas, porque estos seguidores pueden ser posibles voluntarios para sus programas.
- Realizar una campaña que involucre todas sus redes sociales sobre el bienestar animal y los beneficios, tanto para mascotas como para humanos y el contacto entre ellos mismos.
- Realizar las inversiones de: sitio *web*, mantenimiento del mismo y tarjetas de presentación para sus directivos.
- A la universidad de San Carlos de Guatemala, especialmente a la Escuela de Ciencias de la Comunicación, seguir incentivando a los estudiantes a realizar este ejercicio profesional supervisado, en pro de la profesión.

Anexos

Encuesta publicada en la *fanpage* de Facebook de la Asociación Mascotas Terapeutas



¡Ayuda a Mascotas Terapeutas!

Ayúdanos respondiendo esta encuesta de forma anónima. ¡GRACIAS!
Con tus respuestas, ayudarás a nuestros especialistas de la Escuela de Ciencias de la Comunicación a realizar su trabajo de comunicación para nuestra asociación. Gracias por tu colaboración.

***Obligatorio**

1. ¿Tiene conocimiento si actualmente, la Asociación Mascotas Terapeutas, sigue funcionando en Guatemala? *

sí

no

2. ¿Conoce el cambio reciente que tuvo la Asociación Mascotas Terapeutas? *

sí

no

3. ¿Esta usted informado de los programas actuales de la red de la asociación Mascotas Terapeutas? *

sí

4. ¿Tabe usted cuál es la labor de cada uno de los programas actuales de la red de la Asociación Mascotas Terapeutas? *

sí

no

5. ¿Es voluntario activo de algún programa de la Asociación Mascotas Terapeutas? *

sí

no

6. Si su respuesta anterior fue negativa, responde ¿Le gustaría ser voluntario activo de alguno de los programas de la Asociación Mascotas Terapeutas? *

sí

no

7. ¿Conoce la labor de Together? *

sí

no

8. ¿Conoce la labor de DogTherapy? *

sí

no

9. ¿Cómo evaluaría usted la labor que durante más de diez años, la Asociación Mascotas Terapeutas, realizó en Guatemala? *

Excelente

Buena

Regular

Mala

10. ¿En qué medios de comunicación ha escuchado sobre la Asociación Mascotas Terapeutas? *

Televisión

Radio

Medio digitales

otros

Con la tecnología de  Google Forms

Google no creó ni aprueba este contenido.
[Denunciar abuso](#) - [Condiciones del servicio](#) - [Condiciones adicionales](#)



Entrevista realizada a los directivos de la asociación

1. ¿Qué es mascotas terapeutas?
2. ¿Qué ha sucedido durante el último año en mascotas terapeutas?
3. ¿Qué esperan de mascotas terapeutas, para el 2015 y 2016?
4. ¿Qué y cuáles son los proyectos actuales de Mascotas Terapeutas?
5. ¿Qué plan han tomado para informar del cambio estructural que tuvo Mascotas Terapeutas al público en general?
6. ¿Cómo considera que ha tomado el público en general este cambio estructural dentro de la asociación?
7. ¿Cómo considera que la población los percibe actualmente, después de haber cerrado el ciclo de voluntariado?
8. ¿La población los sigue buscando para formar parte de su voluntariado?
9. ¿Quisieran fortalecer algún área en especial de la asociación, en relación a la comunicación para el público en general?
10. ¿Qué tipo de comunicación o plan llevan a cabo actualmente, para dar a conocer los avances de la red de proyectos que conforma Mascotas Terapeutas, en redes sociales y en los medios de comunicación a nivel general?
11. ¿Qué procesos llevan a cabo para determinar quién debe cubrir los espacios en las entrevistas, conforme los medios los van buscando para temas relacionados con la asociación?

Propuestas no autorizadas al finalizar el presente trabajo

Hoja membretada



su número de teléfono aquí
su correo aquí
su website aquí

Dear Ms. Ingegård,

A letterhead is the heading at the top of a sheet of letter paper (stationery). That heading usually consists of a name and an address, and a logo or corporate design, and sometimes a background pattern.

The term "letterhead" is often used to refer to the whole sheet imprinted with such a heading. Many companies and individuals prefer to create a letterhead template in a word processor or other software application. This generally includes the same information as pre-printed stationery but without the additional costs involved.

Letterhead can then be printed on stationery (or plain paper) as needed on a local output device or sent electronically. That heading usually consists of a name and an address, and a logo or corporate design, and sometimes a background pattern.

Sincerely,

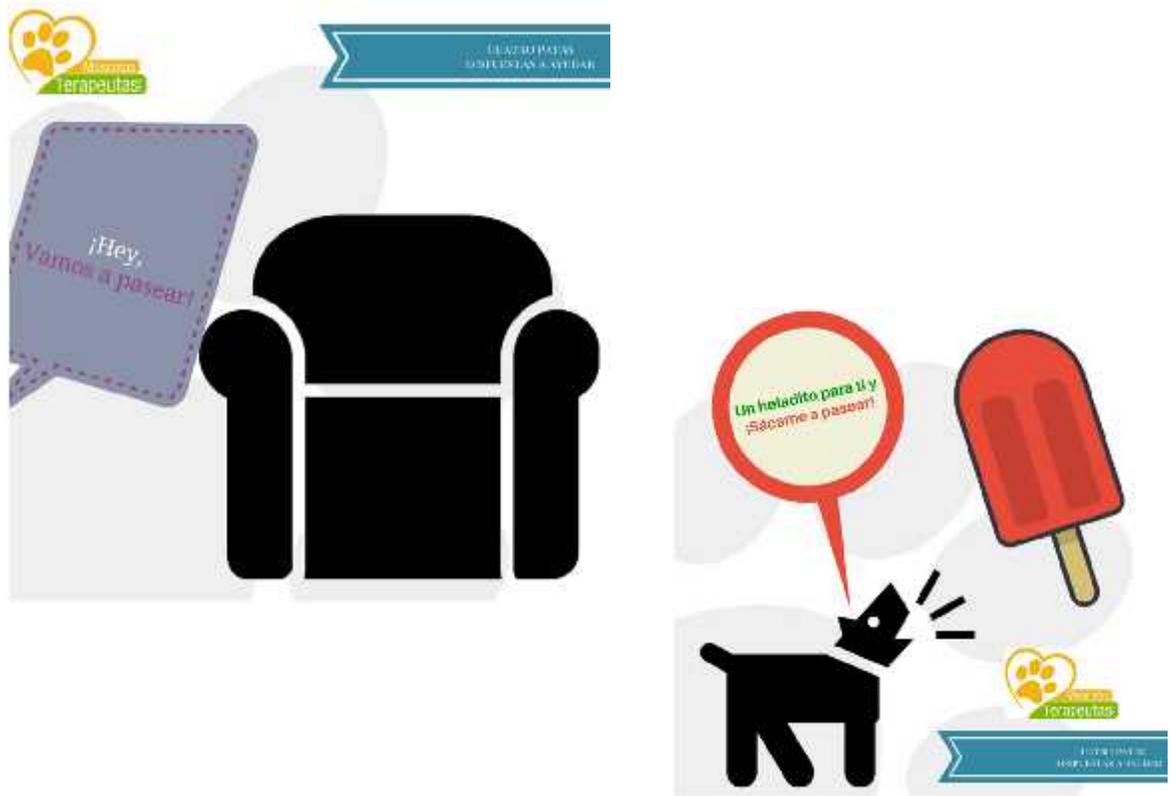
Jan Vikström
Marketing Communications

 /mascotasterapeutas 

Tarjetas de presentación



Propuesta de campaña de bienestar animal para redes sociales





¡Yeah!

¡¡Ama a tu mascota!!



Ve por el pastelito y
llévate a tu
mascota

¡Provechito!



Propuesta para foto de portada de Facebook



CUATRO PATAS DISPUESTAS A

AYUDAR



CUATRO PATAS DISPUESTAS A

AYUDAR

Propuestas de *header* para *Twitter*





Más que mascotas,

BIENESTAR Y
FELICIDAD EN 4
PATAS



MÁS QUE MASCOTAS,

BIENESTAR Y
FELICIDAD EN CUATRO
PATAS

“Capacitémonos por nuestra asociación”



Plantilla a seleccionar para la página web



Presentación de cotizaciones



Guatemala, 10 de julio, de 2,015.

Sra.
Silvia Garrido de Zavala
Presente.-

Respetable Sra. Garrido,

Agradeciendo su tiempo y esperando se encuentre muy bien, me dirijo a usted para hacerle llegar la cotización solicitada para su Campaña Digital 360 para Mascotas Terapeutas.

DISEÑO GRAFICO - PROYECTOS:

Papelería	- Costo por pieza (tarjetas de presentación, hoja membretada, sobres, etc.)	- Q 585.00
Presentación PP	- 10 a 14 páginas (texto provisto por el cliente)	- Q 2,500.00

Importante:

- Si el proyecto fuese anulado por el cliente una vez ya comenzado, se cobrará el trabajo hasta el momento realizado.
- Para solicitar el diseño de un nuevo proyecto se debe enviar por correo electrónico la orden de trabajo previamente aprobada y firmada por el solicitante.
- Una vez terminado cada proyecto, se cobrará el 30% de su precio por modificaciones adicionales.
- El precio de cada proyecto incluye solamente el diseño, no incluye digitación de texto, redacción, revisión de ortografía ni impresión.
- Los precios incluyen IVA. Se solicita 50% anticipo y 50% contra-entrega.
- Cada proyecto terminado será entregado al cliente vía e-mail o Dropbox.

Esperamos poder servirle como usted merece, cualquier duda o información adicional, no dude en contactarnos.

Atentamente,

Anel Bolanos de Hernández

logotipos
portadas +
contraportadas
invitaciones
catálogos
libros
calendarios
afiches
vallas
volantes
facturas
tarjetitas
hojas
membretadas
uniformes
fotografía
y mucho más...

anelukas@yahoo.com
Tel.(502) 31510191



Guatemala, 1 de agosto 2015

Señora
Rosario Barrios
Presente

Estimada Rosario:

A continuación le presentamos la cotización de las piezas que necesita trabajar para la Campaña digital para Asociación de Mascotas Terapeutas:

- Imagen institucional Q. 6,500.00
(Incluye: Tarjetas de presentación, hojas membretadas, fondo de presentaciones, imagen redes sociales.
- Página web Q. 5,200.00
(Incluye dominio propio y diseño web con 5 páginas).
- Redes sociales Q. 3,200.00
(Incluye: Creación de perfiles, fb y twitter, 4 materiales gráficos semanales, seguimiento de mensajes privados, comments y likes, 12 publicaciones semanales.

Para mí será un honor poder colaborar con su imagen.

Esperamos poder servirle.
Atentamente,

Maryllina Grillo de Minervini



COTIZACIÓN CONTRATO N° 14-012015 FECHA: 17/08/2015

Empresa: _____ Contacto: Silvia Garrido

Factura a nombre de: _____

Dirección: _____ Nit: _____

CONCEPTO

Srta.
Silvia Garrido

Estimada Silvia a continuación detallo la propuesta de trabajo solicitada.
Quedo a la espera de tus comentarios.
Saludos cordiales.

María José Martínez del Rosal Arroyave

DISEÑO DE IMAGEN INSTITUCIONAL

Incluye: tarjetas de presentación, hoja membretada, sobre, plantilla PPT, plantilla de publicación para redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram), foto de portada y foto de perfil (Facebook)

Q5000.00

MANEJO DE REDES SOCIALES (Community Manager)

- Creación de perfiles empresariales en las redes sociales: Twitter e Instagram.
- Implementación de estrategia de comunicación de acuerdo a evolución de la página.
- Elaboración de 3 a 5 publicaciones semanales en la red social seleccionada.
- Seguimiento a mensajes privados y comentarios de fans con un tiempo de respuesta de 24 horas máximo.
- Generación de reporte mensual de estadísticas.

Q2250.00

ESTOS PRECIOS NO INCLUYEN IMPUESTOS

OBSERVACIONES:

Tiempo de entrega: A convenir

Forma de Pago: Primer inciso: 75% anticipo - 25% contra entrega. Segundo inciso: Los primeros 5 días de cada mes.

Otros: _____

CONDICIONES:

- Al firmar la copia de aprobado EL CLIENTE se compromete a pagar la cantidad especificada en la misma bajo las condiciones descritas como FORMA DE PAGO y acepta que el trabajo se realice dentro del tiempo descrito como TIEMPO DE ENTREGA en la presente Cotización Contrato.
- La validez del TIEMPO DE ENTREGA empezará a correr cuando STUDIO 137 reciba la aprobación de la presente Cotización Contrato por escrito.
- Cualquier atraso por parte de EL CLIENTE que incremente el TIEMPO DE ENTREGA afectado se cobrará adicionalmente para cubrir a STUDIO 137 de cualquier responsabilidad y/o reclamo en relación al TIEMPO DE ENTREGA.
- En el caso de incumplimiento parcial o total de la presente Cotización Contrato por parte de EL CLIENTE, EL CLIENTE será obligado a pagar la cantidad acordada bajo las condiciones descritas como FORMA DE PAGO.
- En el caso de incumplimiento parcial o total de la presente Cotización Contrato por parte de STUDIO 137, EL CLIENTE será exonerado de la obligación de pagar los servicios prestados.

Guatemala, martes 18 de agosto de 2015

Estimada Sra. Rosario Barrios

Éxitos en todo lo que esté emprendiendo. Muchas gracias por contactarme para brindar mis servicios Community Manager de la Asociación Mascotas Terapeutas. Le presento la siguiente cotización:

Administración de 2 cuentas en redes sociales

- ✓ Implementación de la estrategia de comunicación semestral.
- ✓ Creación de perfiles empresariales en las redes sociales: Twitter e Instagram.
- ✓ Elaboración de 3 materiales gráficos digitales semanales para publicaciones en las diferentes redes sociales.
- ✓ Seguimiento a mensajes privados y comentarios de fans.
- ✓ Realización de hasta 10 publicaciones semanales en las diferentes redes sociales.

Costo mensual: Q3,000 + IVA

*Será un gusto trabajar con usted.
Saludos cordiales,*

Ivy Contreras

Comunicadora social y locutora profesional. Ha creado y ejecutado estrategias de redes sociales para empresas como Anacafé y el Registro de Dominios .GT de la Universidad del Valle de Guatemala, entre otros.

Teléfono: (502) 5773-6590

Correo electrónico: ivycontreras@gmail.com



,Guatemala, 05 de mayo de 2015

Para: Rosario Barrios
Directora General
Asociación Mascotas Terapeutas
Detalle: Campaña digital para Asociación Mascotas Terapeutas

Deseándole éxitos en tus actividades, abajo describimos la información solicitada,

Diseño de campaña anual digital para la asociación mascotas terapeutas:

Diseño gráfico: Valor Q. 5,000.00

- Establecimiento institucional de línea gráfica digital.
- Tarjetas de presentación, hojas membretadas, fondo de presentaciones, fondo para publicaciones en redes sociales, de acuerdo a las medidas de cada red social (Fb, Tw, Instagram) incluye fotos de portada, post y fotos de perfil.

Página web: Valor Q. 4,500.00

- Dominio Propio
- Diseño web de acuerdo a las necesidades previamente descritas.

Redes sociales: Valor Q. 15,000.00

- **Valor mensual Q. 2,000.00**
- Implementación de estrategia de comunicación semestral.
- Creación de perfiles empresariales en las redes sociales: Twitter e Instagram.
- Elaboración de 3 materiales gráficos digitales semanales para publicaciones en las diferentes redes sociales.
- Seguimiento a mensajes privados, comentarios de fans.
- Realización de hasta 10 publicaciones semanales en las diferentes redes sociales.

Capacitaciones a personal: Valor unitario Q. 1,500.00

- Máximo de 10 personas a capacitar.
- Material didáctico.
- Definición de temas a convenir (manejo de redes sociales, manejo de imagen pública, medios de comunicación, cómo hablar en público, redacción y ortografía).

Valor por servicio Q. 26,000.00

Observaciones: Valores incluyen impuestos.

FORMA DE PAGO: Pagos mensuales de Q. 4,333.33

Se requiere la presente cotización firmada y autorizada por ambas partes, para considerar el evento como autorizado.

Cláusulas de contrato:

Naranja Eventos se compromete a cumplir con los horarios requeridos y la calidad del servicio a prestar, transportando, montando y desmontando todo lo contratado al lugar arriba indicado por el cliente.

RECHAZOS DE CHEQUES: Se cobrarán Q.100.00 de recargo si el cheque de pago es rechazado por cualquier causa.

Tel (502) 4739 4752 - 6646 5448
info@naranjaeventos.com  NaranjaEventosGt  @EventosNaranja
Km. 13.5 Condominio Agua Blanca Casa GB Zona 1, Boca del Monte, Guatemala.

Silvia Garrido
Mascotas Terapéuticas
Guatemala

Reciba un cordial saludo. A continuación envío cotización de los siguientes servicios:

Curso de "Redacción, ortografía y estilo gramatical"----- Q800.00

Material didáctico ----- Q240.00

Duración ----- 1 hora

Total de participantes ----- 12

TOTAL: Q1,040.00

Atentamente

Susana Portillo
Periodista y comunicadora
Tel: 59112406



Guatemala 31 de Agosto 2015

Señores
Silvia Garrido
Asociación Mascotas Terapeutas
Ciudad

Estimados Señores:

Es un gusto poder servirle, a continuación le presentamos su cotización en detalle:

Impresión de 100 y 500 tarjetas de presentación, full color.

Impresión de 1000 hojas de presentación full color

100 TARJETAS DE PRESENTACIÓN FULL COLOR TIRO IMPRESIÓN LÁSER CON BARNIZ UV....Q 110

500 TARJETAS DE PRESENTACIÓN FULL COLOR TIRO IMPRESIÓN LÁSER CON BARNIZ UV....Q 400

1,000 HOJAS MEMBRETADAS INYECCION Q 400

1,000 HOJAS MEMBRETADAS FULL COLOR LÁSER Q 2,000

TIEMPO DE ENTREGA 24 HORAS

50% ANTICIPO 50 % CONTRA ENTREGA

El tiempo de entrega será a convenir con el cliente después de que proporcione en su totalidad la información y artes finales de cada uno de los materiales.

Cheques a nombre de PURO CALIDAD, S. A. o depósito a cuenta monetaria

BANCO INDUSTRIAL

No. 323-003999-6. Estos precios tienen una vigencia de 30 días y ya incluyen IVA.

Espero sus agradables noticias. Cualquier duda o información adicional quedo a las órdenes.

Atentamente,

Fabriel Martínez

5209-2414 5488-5978

ventas@cromoprint.com

REF/ 318130003/HR



MENU DE REFACCIONES

- La cantidad mínima para reservar un salón es de 25 personas.
- Debe elegirse solo una opción de los diferentes menús existentes.
- Al momento de confirmar su evento debe cancelar el 50% y al finalizar el evento cancelaría la totalidad del mismo. Se aceptan tarjetas de crédito, débito y efectivo, **NO SE ACEPTAN CHEQUES**.
- Contamos con tres áreas privadas PICCA CAFE de 15-25 personas; TOSCANA de 25-40 personas y PLAZA de 40 personas en adelante. El costo del salón es de Q25.00 por hora y la disponibilidad del salón por evento es de tres horas la cuarta hora Q.100,00.
- En caso su evento no se realizara por algún motivo, por gastos administrativos no devolvemos anticipos.
- Si no asistiera el número de personas contratadas, se entregarán los alimentos correspondientes, en empaque para llevar.

Estos precios ya incluyen IVA y están sujetos a cambios sin previo aviso.

REFACCIONES

TODOS VIENEN ACOMPAÑADOS CON UNA SODA DE 16 ONZAS.

HAMBURGUESA O CON QUESO ¼ LIBRA (Deliciosa hamburguesa, tomate, lechuga, acompañada de papas fritas)	Q50,00
ENSALADA COBB, HAWAIANA O CESAR (menú dietético) CON TE FRIO	Q50,00
CREPA DULCE O PASTEL (Crepas rellenas de arequipe o mermelada de fresa, cubierta por una bola de helado de vainilla, con gaseosa de 16 onz, y café)	Q 40,00

SERVICIOS ADICIONALES

ALQUILER DE SALÓN POR HORA	Q25.00
CUARTA HORA ADICIONAL	Q.100,00
DESCORCHE DE PASTEL por porción servida, incluye taza de café	Q4.00
ALQUILER DE MICROFONO, BOCINAS Y AMPLIFICADOR	Q125.00
DESCORCHE DE CHAMPAGNE O VINO	Q 50.00
DESCORCHE DE RON	Q. 75.00
DESCORCHE DE WISKY	Q100,00

Los últimos dos descorchos, incluyen MEDIA PORCIÓN de ravioli empantado +pitchel de gaseosa+helado.

CON EL SELLO DE PICCADILLY EN TU TICKET DE PARQUEO DE ABM ,TE REGALAMOS 1 HORA DE PARQUEO
(Valido de lunes a sabado de 8:00 a.m - 6:30)

CON EL SELLO DE PICCADILLY EN TU TICKET DEL PARQUEO ETIZA UNICAMENTE CANCELAS Q20,00

SE LE RESERVARAN 3 PARQUEOS PARA SU EVENTO

Tels. 50020139-23622778
eventoscomdalsa@gmail.com

Bibliografía general

1. Abrantes, Roger. 2003. **Manual de comportamiento canino**. 2ª. Edición España. KNS EDICIONES, 264p.
2. Alemán Iván. 2013. **Analítica web para pymes: Mide para triunfar**. 1ª. Edición, España Proyectos websa100 S.L.67p.
3. Álvarez Teresa. 2014. **De Instagram al cielo. Estrategias, técnicas y herramientas para mejorar tu negocio en imágenes**. 1ª. Edición, España Proyectos websa100 S.L. 22p
4. Báez Evertz, Carlos J. 2000. **La comunicación efectiva**. 1ª. Edición. Santo Domingo. Editora Búho. 280p.
5. Diccionario de la lengua española, 13ª. Edición. Ediciones Larousse, año 1979.
6. Donaldson Jean. 2003. **Choque de culturas**. 1ª. Edición. España. KNS EDICIONES. 294p.
7. Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, UNICEF. 2006 **Elaborando proyectos de comunicación para el desarrollo** 1ª. Edición. Argentina. EDUPAS. 64p.
8. Grauer, Robert T y Barber, Maryann. 2004 **Introducción a la Informática con Microsoft Office XP y 2000** 1ª. Edición. México. Pearson Educación. 712p.
9. Guzmán Morán, Juan Carlos. 2003 Tesis en grado de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación **Diagnóstico Comunicacional y Propuesta Adaptada a los Mecanismos de Divulgación de la Dirección General de Investigación de la Universidad de San Carlos**. 105p.
10. León Mejía, Alma B. 2006 **Estrategias para el desarrollo de la comunicación profesional**. 2ª. Edición, México. NORIEGA EDITORES. 250p.
11. Luiz Cervo, Amado; Alcino Bervian, Pedro; Da Silvia Amado, Roberto. Año 1980. **Metodología Científica**. Pearson Prentice Hall. 159p.
12. Mérida González, Aracelly Krisanda. 2003b. **Guía para elaborar y presentar la monografía**. Guatemala. Editorial Luna. 85p.
13. Mérida González, Aracelly Krisanda. 2003b. **Guía para elaborar y presentar la tesis**. Guatemala. Editorial Luna. 85p.

14. Mérida González, Aracelly Krisanda. 2011. **Manual de búsqueda, descripción bibliográfica citas dentro del texto y criterios para evaluar la calidad de las fuentes de información.** Guatemala. ARCASAVI. 66p.
15. Mora Cano, Gloria. 2015. **Comunicación, pilar para el éxito corporativo.** Industria y Negocios. (Ciudad de Guatemala). Número 209. Página 24.
16. Niño Rojas, Víctor Miguel. 1985. **Los procesos de la comunicación y del lenguaje, fundamentos y práctica.** Colombia. ECOE EDICIONES. 366p.
17. Pérez Esquivel, Alfonso 2015 **Vocabulario de las redes sociales, adéntrate en cada red social conociendo su jerga.** 1ª. Edición. España. Proyectos websa100 S.L. 42p.
18. Pryor, Karen. 1996. **Introducción al adiestramiento con clicker, Un perro, un delfin 2.0.** España. KNS EDICIONES. 55p.
19. Ray, Mary. 2008. **Haz de tu perro una estrella con el clicker, divertidos ejercicios para HTM y Freestyle.** 2ª. Edición. España. KNS EDICIONES. 127p.
20. Rosado Jessica. 2015. **25 consejos para tener una buena imagen de marca.** 1ª. Edición. España. Proyectos websa100 S.L. 18p.
21. Rosado Jessica, Guedella Leticia. 2015. **Twitter para empresas, versión actualizada.** 1ª. Edición. España. Proyectos websa100 S.L. 40p.
22. Rua, Enrique. 2015. **25 consejos para tocar el cielo de las redes sociales.** 1ª. Edición. España. Proyectos websa100 S.L. 18p.
23. Rugaas, Turid 2011 **El lenguaje de los perros, las señales de calma** 2ª. Edición. España. KNS EDICIONES. 60p.
24. Tamayo y Tamayo, Mario. 1991. **El proceso de la investigación científica.** 1ª. Edición. México. Limusa. 440p.
25. Treviño M. Rubén. 2010. **Publicidad... Comunicación integral en marketing.** 3ª. Edición. México. McGraw Hill. 274p.

E-GRAFÍA

Definición de. 2008-2015. **Definición de Twitter.** Portal de contenidos. Obtenido el 07 de abril de 2015. Portal: <http://definicion.de/twitter/>

Definición de. 2008-2015. **Definición de Facebook.** Portal de contenidos. Obtenido el 07 de abril de 2015 Portal: <http://definicion.de/facebook/>

Tipos de investigación. 2015. Portal de contenidos. Obtenido el 09 de abril de 2015 Portal: <http://www.tiposdeinvestigacion.com/>

Qué es el internet. Blog de fotografía. Obtenido el 07 de abril de 2015. Portal web: <http://www.fotonostra.com/digital/internet.htm>

Qué es Wix. Blog de fotografía. Obtenido el 07 de abril de 2015. Portal: <http://www.fotonostra.com/digital/wix.htm>.