

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado



“Estrategia de Comunicación organizacional externa para fortalecer el proyecto
Dog Therapy AAA en las redes sociales”

Norma Yadira Joj Puac

Previo a optar el título de:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesora:
Licenciada Evelin Maritza Morazán Gaitán

Guatemala, noviembre 2015

**UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Director

Lic. Julio Esteban Sebastián Chilin

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

Secretaria Académica y Administrativa

M.Sc Claudia Molina

Coordinador General de EPS

M.Sc Sergio Morataya

Coordinador de EPS

M.A. Julio Ochoa España

Supervisora

Licda. Evelin Maritza Morazán Gaitán

Supervisora

Licda. Brenda Yanira Chacón



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

Guatemala, 16 de febrero 2015

EPSL-B75-2015

Licenciada
Carolina Morales
DOG THERAPY AAA
Ciudad Guatemala

Licenciada Morales:

Por medio de la presente solicito se sirva recibir como practicante de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, al(a) estudiante: **NORMA YADIRA JÓJ PUAC**, carné 200318631, 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. 59000007



Recibido Carolina Morales

DOG
therapy
Asesorías especializadas para empresas

26/abril/2015 11:46 a.m

Copia: archivo
MJOE-EMG



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



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 Proyecto DogTherapy AAA, aceptamos que la estudiante **NORMA YADIRA JOJ PUAC**, carnet 2003-18631 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,

Carolina Morales
Proyecto Dog Therapy AAA





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

Guatemala 27 de octubre del 2015

Estudiante Epesista de Licenciatura:
Norma Yadira Joj Puac
Carné no. 200318631
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Luego de evaluado su trabajo académico impreso y de campo titulado: **“Estrategia de comunicación organizacional externa para fortalecer el proyecto Dog Therapy AAA en las redes sociales”**, 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

“Para efectos legales, únicamente la autora es responsable
del contenido del presente trabajo investigativo”

DEDICADO A:

A Dios

Por su amor y misericordia, por iluminarme y protegerme en todos estos años, lo que soy y lo que tengo todo se lo debo a ÉL.

A mis padres

Ardían Joj y Dalila Puac, por su amor, consejos y apoyo incondicional en todas las etapas de mi vida.

A mis hermanos

Yolanda, Wendy, Amarilis, Eduardo, Danny y Adolfo, por el amor hacia mí y apoyarme siempre.

A mis sobrinos

Adrián, Rubí, Dalila, Daniela y Aarón, por alegrar mis días.

A mi asesor

Lic. Julio Ochoa, por su apoyo absoluto.

Licda. Evelin Morazán Gaitán, por ser una persona extraordinaria, con vocación y el apoyo incondicional en cada momento, por los consejos y por la amistad que nos brindó.

A mis amigos (a)

Por su amor y apoyo incondicional a Marlen Guerrero, Erasma Ceballos, Lilian Guzmán, Lesly Ruiz, por la amistad tan especial e importante para mí, por todos esos momentos inolvidables que pasamos en nuestra casa de estudios y fuera de ella. Amigas las quiero mucho y valoro nuestra amistad.

A mi casa de estudios

Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC, por cobijarme y darme los conocimientos para enfrentar la vida, me siento orgullosa de formar parte de los egresados de tan prestigiosa casa de estudios superiores.

Índice

Introducción.....	I
Título del tema	II
Antecedentes.....	III
Justificación.....	IV
CAPITULO I.....	1
El diagnóstico de comunicación	1
Tipos de diagnóstico.....	2
1.1.1.3 Diagnóstico de comunicación externa	3
1.2 Concepto de Comunicación.....	5
1.2.1 Proceso de comunicación	7
1.3 Tipos de Comunicación	8
1.3.6 Comunicación organizacional.....	9
1.3.7 Comunicación interna	9
1.3.8 Comunicación externa.....	10
1.3.9 Comunicación Descriptiva.....	12
1.3.10 Comunicación psicosocial.....	12
1.4 Comunicación digital	12
1.4.2 La “Web 2.0”	13
1.4.3 YouTube	13
1.4.4 Facebook.....	14
1.4.5 Twitter	14
1.5 Comunicación animal.....	15
1.5.1 Comunicación visual animal.....	16
1.5.4 Contacto corporal de los perros	17
1.8 Observación.....	33

1.8.2	Tipos de observación	35
1.10	Conclusiones de lo observado.....	39
1.11	Objetivos del diagnóstico.....	40
1.12	Descripción institucional.....	41
1.13	Qué es y cómo se conforma	41
1.13.1	Antecedentes.....	42
1.14	Misión institucional.....	43
1.15	Visión institucional.....	44
1.17	Organigrama institucional.....	56
1.18	56
1.19	FODA Comunicaciona.....	56
Capítulo II		58
Metodología y resultados del diagnóstico		58
2.1	Metodología.....	58
2.2	Descripción del Tipo de Comunicación Utilizada.....	58
2.3	Tipo de Investigación	59
2.3.1	Cualitativa.....	59
2.4.1	La Observación Utilizada (No participante)	60
2.4.3	Encuesta.....	65
2.4.4	Formula Aplicada a la Población.....	65
2.4.5	Descripción de la Formula	66
2.5	Cronograma de actividades	67
2.6	Presentación de resultados.....	68
2.6.1	Grafica 1.....	68
2.6.2	Grafica 2.....	69
2.6.3	Grafica 3.....	70
2.6.4	Grafica 4.....	71
2.6.5	Grafica 5.....	72

2.6.6 Grafica 6.....	73
2.6.7 Grafica 7.....	74
2.6.8 Grafica 8.....	75
2.6.9 Grafica 9.....	76
2.6.10 Grafica 10.....	77
2.7 Conclusiones de la investigación.	78
CAPITULO III.....	79
Propuesta de comunicación.....	79
3.1 Plan de comunicación.....	79
3.2 Objetivo general.....	79
1.2.1 Objetivos específicos	79
3.3 Concepto	79
3.4 Público objetivo	80
3.5 Descripción de la propuesta	80
3.6 Justificación de la propuesta.....	80
3.7 Estrategia para su implementación.....	82
MISION:.....	83
VISION:	83
3.8 Recursos a utilizar	89
3.8.1 Recursos materiales	89
3.9 Presupuesto	90
Capítulo IV.....	92
4.1 Ejecución de propuestas	92-103
107	
4.4 Conclusiones finales	108
4.5 Recomendaciones generales	108
Bibliografía y egrafías	108
4.7 Anexos.....	108

Introducción

La comunicación organizacional externa es de mucha importancia para toda organización o institución, con o sin fines de lucro, ya que un buen plan de comunicación organizacional externa se logrará dar a conocer al público las acciones que realizan. En el presente Ejercicio Profesional Supervisado, se realizó una estrategia de comunicación organizacional externa para fortalecer el proyecto Dog Therapy AAA en las redes sociales.

Proyecto Dog Therapy AAA, trabaja con voluntarios y mascotas, como principal acción realiza Actividades Asistidas por Animales en diferentes centros de salud pública, con el objetivo de coadyuvar a la mejora de salud de niños, jóvenes y adultos que se encuentran internadas recibiendo atención médica. Inicialmente los voluntarios reciben capacitaciones teóricas y prácticas en adiestramiento canino y posteriormente son integrados al sistema de salud mental en los centros hospitalarios.

Las personas que participan como voluntarios en su mayoría poseen cualidades, valores y pasión por coadyuvar a las personas a tener una mejor vida, por lo que cumplen con todos los requisitos previos para formar parte del equipo de voluntarios de Dog Therapy AAA. Y posteriormente cumplen con las visitas a los centros de salud pública.

El tipo de investigación del presente ejercicio, es cualitativa y cuantitativa ya que se realizó una encuesta y la muestra fue de 164 seguidores de la fan page de Dog Therapy AAA.

El objetivo general de la estrategia de comunicación es: Fortalecer la comunicación del proyecto Dog Therapy AAA, ante la sociedad a través de los medios de comunicación. Y los objetivos específicos son: a) Actualizar de forma efectiva los canales de comunicación utilizados con información específica de interés, c) Mejorar el vínculo del proyecto Dog Therapy AAA con la Asociación

Mascotas Terapeutas, d) Aprovechar los espacios en actividades públicas con los diferentes medios de comunicación.

En el presente ejercicio profesional supervisado a través de una muestra de 164 seguidores de la fan page se tomó la respuesta de los encuestados sobre el conocimiento de las actividades asistidas por animales, también del conocimiento del proyecto y su vinculación con la Asociación Mascotas Terapeutas, para conocer las debilidades y fortalezas de la comunicación externa del proyecto, así mismo se entrevistó a tres personas que tienen relación directa con el proyecto Dog Therapy AAA para conocer su opinión y la comunicación que se estaba manejando en este tiempo. Resultado de esto se logró establecer la estrategia de comunicación externa a implementar para el proyecto.

El informe final del presente ejercicio profesional supervisado consta de cuatro capítulos, los que se presentarán de la forma siguiente:

Capítulo primero, marco conceptual que contiene el diagnóstico, la comunicación, los procesos y tipos de comunicación, la observación y las conclusiones de lo observado.

Capítulo segundo contiene la metodología, tipo de investigación, el instrumento, el cronograma de actividades y la presentación de los resultados de la encuesta.

En el capítulo tercero encontramos el plan de comunicación, los objetivos de la estrategia, la descripción, justificación, y la estrategia para su implementación.

Y en el capítulo cuatro del ejercicio profesional encontramos las estrategias implementadas, las conclusiones y recomendaciones finales.

Tema

“Estrategia de Comunicación organizacional externa para fortalecer el proyecto Dog Therapy AAA en las redes sociales”

Antecedentes de temas anteriores

En el año 2008, la Estudiante Alejandra Luz de María Minera Lorenti y Mayra Esmeralda Batres Contreras, previo a optar al título de Terapista del Lenguaje por la Escuela de Ciencias Psicológicas por la Universidad de San Carlos de Guatemala, presentaron la guía de actividades lúdicas para estimular el lenguaje en niños de 0 a 5 años.

EL papel del lenguaje en el ser humano es de vital importancia ya que este es el medio por el cual logra su comunicación, la expresión de sentimientos, estableciendo vínculos afectivos; por medio de éste incrementa sus conocimientos y así desarrolla destrezas de pensamiento, es el medio más importante para el contacto social.

El establecimiento y ejercitación de actividades que estimulen el lenguaje en el niño desde las primeras edades (0-5 años) es fundamental ya que esto se traducirá en una formación integral de sus potencialidades.

El presente trabajo de investigación pretende ser una guía auxiliar de consulta para estudiantes del último año de la carrera de terapia del lenguaje y profesionales en ejercicio. Dicha guía describe paso a paso el procedimiento de actividades lúdicas que estimulan el lenguaje.

La guía aporta sugerencias en la cual el estudiante o profesional pueden adaptarlas de acuerdo a sus necesidades. Incluye ejercicios para estimular el área comprensiva (memoria, atención, propioceptividad, percepción, entre otras) y el área expresiva (ejercitación de los órganos que intervienen en la producción de los fonemas, juegos que estimulan la expresión verbal).

Justificación

El contenido del presente Ejercicio Profesional Supervisado es realizar una estrategia de comunicación externa para el proyecto Dog Therapy AAA, que pertenece a la red de proyectos de la Asociación Mascotas Terapeutas.

Es necesario dar a conocer las actividades, temas relacionados a las que se realizan, optimizar los medios utilizados para proyectarse ante la sociedad, para lograr llegar al objetivo planteado. La importancia para el Proyecto Dog Therapy AAA, el plan de comunicación externa contiene la descripción de la estrategia, el cronograma para la implementación que debe tener para su implementación para el cumplimiento de obtener los resultados esperados.

Cada una de las áreas de comunicación del proyecto requiere por su parte, desarrollar un plan más concreto y desglosado con los objetivos, público objetivo, estrategias y acciones, además de la medición de los resultados.

Debido a la necesidad en los sistemas de salud pública de asistir a las personas que se encuentran recibiendo atención médica, ha surgido la necesidad de aumentar el número de voluntarios para abarcar más centros asistenciales para coadyuvar a la mejora de la salud de las personas.

Lamentablemente no se tiene conocimiento de los beneficios de las terapias asistidas por animales, por ello se busca brindar información a través de los medios utilizados para alcanzar a más voluntarios.

Las actividades asistidas por animales inicio hace 14 años con la Asociación Mascotas Terapeutas y posteriormente delegó estas actividades a Dog Therapy AAA uno de los proyectos que conforman la red del mismo.

Al paso de los años con esta noble labor, el proyecto ha realizado Actividades Asistidas por Animales, a una cantidad de personas con el apoyo de mascotas y voluntarios, para coadyuvar a la mejora de salud de los pacientes.

CAPITULO I

El diagnóstico de comunicación

Según Bruno, el diagnóstico es una estrategia de producción de conocimiento acerca de determinada realidad con la particularidad de estar orientada por la voluntad consciente de modificar esa realidad. Esta es una elección no sólo metodológica sino además epistemológica y política, pues entonces creemos en la posibilidad de aportar estos elementos para que la sociedad se apropie de ellos y los procesos sociales y comunitarios queden menos librados a la improvisación y dejen de ser simples ensayos.

Todo proceso deliberado de cambio se inicia con el reconocimiento de la situación actual de una organización, grupo o comunidad. Este reconocimiento es aquello que denominamos diagnóstico y es el paso previo a la proyección de alternativas y cursos de acción que permitan modificar esa realidad en un sentido deseado.

Se ha dividido al proceso de planificación en dos grandes etapas denominadas diagnóstico, la primera, y planificación, la segunda, ambos son junto con la gestión o puesta en marcha de las acciones, partes inseparables de un único proceso. Su diferenciación se establece más por necesidades metodológicas y analíticas que por el hecho de que pueda fragmentarse el proceso social que se pretende reconocer y modificar.

El diagnóstico y la planificación no son ajenos a la dinámica de la institución o del grupo humano y esta dinámica es continua. Cada punto de llegada es, al mismo tiempo un punto de partida hacia un nuevo objetivo.

Nuestra propuesta consiste entonces en iniciar el proceso reconociendo la realidad y los dinamismos que en ella se generan, para recién allí fijar nuestros objetivos de cambio. El diagnóstico es en primer lugar un ejercicio de diferenciación de los elementos de una determinada situación. Permite ubicar los

principales problemas, desentrañar sus causas de fondo y ofrecer vías de acción para irlos resolviendo.¹

Según Castillo el diagnóstico es como una lectura esencial de determinada realidad social, una lectura de sus conexiones esenciales, desde una perspectiva histórica podemos decir que la planificación diagnóstica es la proyección de un proceso de cambio, tomando en cuenta la trama fundamental del diagnóstico, sus fuerzas (potencialidades) y sus debilidades (problemas), a partir del cual se construyen objetivos de planificación. Algunas de las características de la investigación del diagnóstico es:

- ✓ Es un proceso de conocimiento sistemático.
- ✓ Busca comprender lo que sucede en un ámbito de trabajo determinado a partir de hechos o aspectos relevantes y/o problemáticos - síntomas - .
- ✓ Esos síntomas positivos o negativos cuyo origen se busca y analiza, son escogidos y reconocidos por el analista pues le resultan significativos a la luz de unos objetivos pero también en relación con su marco teórico.
- ✓ Su finalidad es lograr la superación de los aspectos problemáticos y potenciar sus aspectos positivos.

El diagnóstico es una herramienta para evaluar las prácticas sociales, orientada a tener un conocimiento sistemático sobre las mismas, para reconocer las fortalezas y debilidades que luego serán retomadas en la planificación, como estrategias para generar cambios positivos en la institución.²

Tipos de diagnóstico

1.1.1.2 Diagnóstico de comunicación interna

¹ Bruno Daniela, Planificación de Procesos Comunicacionales, Universidad de Plata pag. 1

² PRIETO CASTILLO, Daniel; La comunicación en la educación, Ediciones CICCUS-La Crujía, Buenos Aires, 1999, pág. 81,

Castillo Prieto dice este diagnóstico privilegia en el análisis las relaciones de comunicación interna que establece la organización. Un planificador abocado a este tipo de diagnóstico deberá trabajar algunos de estos temas:

- ✓ Identificación de actores más vinculados a la comunicación dentro de la institución. Por ejemplo en una institución educativa a los investigadores, a los extensionistas, a los educadores, las personas de atender a los destinatarios, entre otros.
- ✓ Análisis de la percepción de su tarea, de su imagen de la institución, de la percepción de los otros miembros de la institución y de los interlocutores.
- ✓ Identificación y análisis de las relaciones entre los distintos grupos que conforman la institución.
- ✓ Análisis y evaluación de las situaciones de comunicación: espacios, momentos comunicacionales.
- ✓ Análisis de los mensajes que produce la institución en su contenido y forma.
- ✓ Evaluación de los flujos y recursos comunicacionales de la institución: el tratamiento diferenciado de la información según los destinatarios. Para ello el planificador deberá leer documentos, observar, realizar cuestionarios, hacer entrevistas individuales y grupales, talleres de reflexión.
- ✓ También puede efectuar el seguimiento y la observación de un grupo de la institución a lo largo de toda una jornada de trabajo, análisis discursivo de mensajes, analizar redes, analizar el organigrama y sociograma, etc.

1.1.1.3 Diagnóstico de comunicación externa

Son los diagnósticos que privilegian en el análisis las relaciones de comunicación con el afuera; comprenden los aspectos citados en el punto anterior aunque referidos a otras instituciones cuando se trata de diagnósticos interinstitucionales.

Los diagnósticos de comunicación externa se pueden subdividir, a su vez, en diagnósticos de medios y de interlocutores:

a) Diagnóstico de medios

La centralidad de la massmediación y la importancia que esto tiene para todo tipo de organizaciones sean estatales, privadas o privadas con fines públicos es un dato con el que se convive.

Sin embargo, son pocos aquellos casos en los que la organización ha diseñado una estrategia para lograr una permanencia en los medios de comunicación o para colocar en la agenda pública sus problemáticas de interés aunque todas lo reconocen como una necesidad.

Aquí el planificador debe incorporar conocimientos sobre los lenguajes, los contenidos, los temas que se privilegian y el protagonismo actual de la massmediación en la configuración de la percepción que los sujetos tienen de su contexto.

Otras tareas que realiza el planificador en un diagnóstico externo.

- ✓ En primer lugar identifica aquellos medios significativos para los interlocutores de la organización.
- ✓ Releva la cobertura de los medios de la zona y frecuencia de uso por la gente.
- ✓ Efectúa un análisis general especialmente de aquellos que hacen referencia al tema de interés de la organización.
- ✓ Para llevar adelante estos objetivos el planificador deberá realizar investigación documental, visitar medios de comunicación, hacer entrevistas, encuestar a los receptores o audiencias, analizar discursivamente la programación, utilizar recursos para análisis semióticos, etc.

1.1.1.4 Diagnóstico de interlocutores

Otro diagnóstico de comunicación externa es el de interlocutores o destinatarios, también conocido como diagnóstico comunitario. Este tipo de diagnóstico ha sido sometido a crítica incluso por aquellos que se abocaron a este tipo de análisis.

El planificador debe tomar en cuenta lo siguiente:

- ✓ Caracterice las situaciones de comunicación.
- ✓ Delimite el problema o el tema que la organización quiere comunicar.
- ✓ Identifique los actores sociales que están vinculados con ese tema o problema.
- ✓ Conozca la percepción que estos tienen del tema o problema en la actualidad y a futuro. Qué saben qué no saben. Cómo lo perciben.
- ✓ Identifique cuales son las propuestas de los actores en relación con esa problemática.
- ✓ Cómo creen que se les comunica en la actualidad, cómo lo comunicarán ellos, como lo solucionarían, etc.³

1.2 Concepto de Comunicación

- Según Villacorta, El ser humano tiene, por naturaleza, la necesidad de comunicarse. La acción de relacionarse con los demás es tan importante que significa incluso, la supervivencia misma del hombre. Esta necesidad se presenta desde que nace y es una constante en las diferentes etapas de nuestra vida. ⁴

³ PRIETO CASTILO, Daniel; Diagnóstico de la comunicación, CIESPAL, Quito, 1990, pág. 311

⁴ Villacorta O Manuel R.. Comunicación Social en Guatemala p.19 año 1987

- Flores señala que la importancia actual de la comunicación en un mundo en que la necesidad de la relación se manifiesta a través de todos los niveles y en las actividades más diversas el tema de la comunicación ha adquirido extraordinario relieve.

La vida de los hombres en sociedad se puede esquematizar por la multitud de relaciones que vincula a unos con los otros. Es esa variedad de relacionarse a que alude hay que observar dos aspectos fundamentales: saber transmitir las ideas y saber hacerse comprender por los demás⁵

- Según Villacorta la comunicación es la facultad que tienen todos los seres vivos para dar a conocer sus sentimientos, pensamientos, vivencias, e informaciones, donde existe un proceso compuesto por: el emisor, es quien formula el mensaje, el receptor, que es quien recibe el mensaje, el mensaje en sí, es la información la cual debe ser aceptada por el receptor, el canal es la vía por la cual el mensaje es transmitido y el código es el conjunto de signos y reglas necesarios para que tanto el emisor como el receptor puedan captar el mensaje.⁶
- Para 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.⁷
- Según Niño Rojas, en su libro "Los procesos de la comunicación y el lenguaje", detalla que 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.

⁵ Flores Roque Cantú Comunicación Oral y Escrita p. 3. (1999)

⁶ Villacorta O Manuel R.. Comunicación Social en Guatemala p.27 año 1987

⁷ León Mejía, Alma B. Estrategias para el desarrollo de la comunicación profesional. 2ª. Edición, México. NORIEGA EDITORES.p.250

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.⁸

1.2.1 Proceso de comunicación

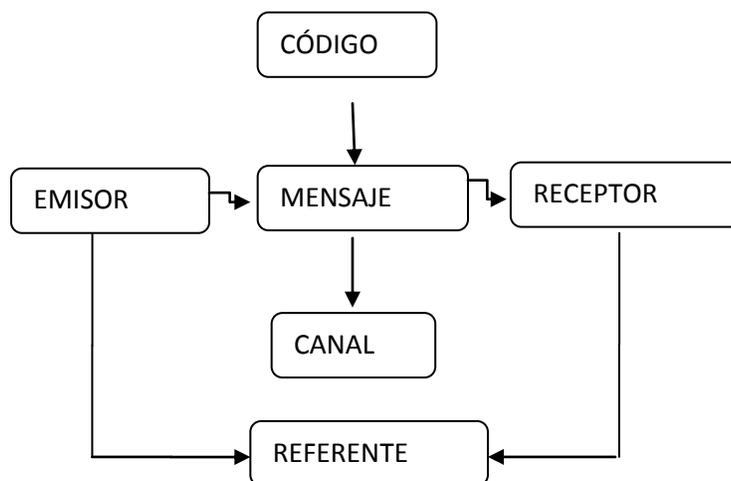


Imagen 1/Según Niño Rojas.

1.2.1.1 Emisor

Es la persona que se encarga de transmitir el mensaje. Esta persona elige y selecciona los signos que le convienen, es decir, realiza un proceso de codificación; codifica el mensaje.

1.2.1.2 Receptor

Persona a quien va dirigido el mensaje; realiza un proceso inverso al del emisor, ya que descifra e interpreta los signos elegidos por el emisor; es decir, descodifica el mensaje.

1.2.1.3 Código

⁸ Niño Rojas, Víctor Miguel. 1985. Los procesos de la comunicación y del lenguaje, fundamentos y práctica. Colombia. ECOE EDICIONES. p31

El código es un sistema de signos y reglas para combinarlos, que por un lado es arbitrario y por otra parte debe de estar organizado de antemano.

1.2.3.4 Mensaje

Es el contenido de la información (contenido enviado): el conjunto de ideas, sentimientos, acontecimientos expresados por el emisor y que desea transmitir al receptor para que sean captados de la manera que desea el emisor. El mensaje es la información debidamente codificada.

1.2.3.5 Canal

El proceso de comunicación que emplea ese código precisa de un canal para la transmisión de las señales. El canal sería el medio físico a través del cual se transmite la comunicación.

1.2.3.6 Referente

Realidad que es percibida gracias al mensaje. Comprende todo aquello que es descrito por el mensaje.

1.3 Tipos de Comunicación

Para Báez en su libro “La comunicación efectiva, los tipos de comunicación se pueden dividir en:

1.3.1 La comunicación interpersonal

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

1.3.2 La comunicación intrapersonal

Es la de 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

Comunicación en grupos pequeños, es donde se involucra un determinado número de participantes, por ejemplo, el personal de una empresa, de una organización, etc. Comunicación de masas, es la que consiste en la transmisión de mensajes que se envían a través de los medios tecnológicos a grandes grupos de personas.⁹

1.3.6 Comunicación organizacional

Se entiende según Fernández como: “un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización y su medio; o bien influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos.

Ocurre en un sistema complejo y abierto que es influenciado e influencia en el medio ambiente, la comunicación organizacional implica mensajes, su flujo, su propósito, su dirección y el medio empleado, también implica el flujo de mensajes dentro de una red de relaciones interdependientes.¹⁰

1.3.7 Comunicación interna

Según Ramos son actividades que se realizan dentro de una organización para mantener las buenas relaciones entre los miembros de la organización por medio de la circulación de mensajes que se originan a través de los diversos medios de

⁹ Báez Evertz, Carlos J. La comunicación efectiva. 2000, Santo Domingo. Instituto Tecnológico de Santo Domingo, Santo Domingo.280p.

¹⁰ Fernández Collado, Carlos, La Comunicación en las Organizaciones.2ªedición., México: Trillas, 2002 (reimp. 2003), 273 pág.Martínez de Velasco, Alberto y Nonisk Abram, Comunicación

comunicación empleados por ella, con el objetivo de proveer comunicación, unión y motivación para así alcanzar las metas.¹¹

1.3.8 Comunicación externa

Davis dice son todas aquellas comunicaciones que están dirigidas a sus públicos externos, con el fin de mantener o perfeccionar las relaciones públicas y así proyectar mejor la imagen corporativa de la organización como: Publicidad, Relaciones Públicas, Publicidad institucional, Redes de comunicación, Canales y medios para promocionar las actividades de la organización¹²

- **Publicidad**

Según Thompson la publicidad es una forma de comunicación impersonal y de largo alcance que es pagada por un patrocinador identificado para informar, persuadir o recordar a un grupo objetivo acerca de los productos, servicios, ideas u otros que promueve, con la finalidad de atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, seguidores u otros.¹³

- **Relaciones públicas**

Según el diccionario electrónico ABC, se llama Relaciones Públicas o RRPP, sigla con la cual también se suele denominar a esta disciplina para ganar en abreviación, a la ciencia que se ocupa de gestionar la comunicación entre una organización determinada y la sociedad, con el objetivo de construir, administrar y mantener su imagen positiva entre el público.¹⁴

- **Publicidad institucional**

Para Guevara la comunicación institucional son las acciones de comunicación realizadas en espacios pagados en medios masivos de comunicación, que

¹¹ Ramos Padilla Carlos G. La comunicación, un punto de vista organizacional .México: Editorial Trillas, 1991, p75

¹² Davis Flora, La comunicación Externa 1998, España. ALIANZA. p270

¹³ Por Ivan Thompson <http://www.promonegocios.net/publicidad/que-es-publicidad.html>

¹⁴ Diccionario digital via Definicion ABC <http://www.definicionabc.com/comunicacion/relaciones-publicas.php>

emplean recursos publicitarios, en las que el receptor identifica claramente que el emisor está hablando de sí mismo, y cuyo objetivo es distinto a la venta de productos y servicios.

- **Redes de comunicación**

Para dirigir un administrador en cualquier nivel que esté situado, de dar órdenes o instrucciones, de comunicación, de liderazgo y de coordinación, que son los principales componentes de la organización para dirigir. El talento de un buen administrador reside en saber utilizar todas esas formas o medios.

- **Canales y medios para promocionar las actividades de la organización**

Características de los medios de comunicación

Medios Impresos

(Prensa y revistas especializadas)

- Información: Extensa y reflexiva
- Temáticas: Ideales para transmitir información reflexiva y perdurable.
- Datos: Documentos, resultados de investigaciones, entrevistas largas, explicaciones, cifras, estadísticas y testimonios.
- Fecha y horario de cierre.

Medios electrónicos

(Radio, televisión e Internet)

- Información: Breve, instantánea y concreta.
- Temáticas: Ideales para transmitir información de impacto.
- Datos: Cifras concretas, datos globales y testimonios breves.
- El horario de cierre es muy variado.

4 Base de datos de medios y periodistas

- Local, regional, nacional y agencias internacionales de noticias.
- Nombre del director del medio
- Jefe de redacción
- Nombre del periodista¹⁵

1.3.9 Comunicación Descriptiva

Según el Manual de Comunicación para Investigadores Proceso de transmisión de información de un emisor a un receptor a través de un medio. En la transmisión y la recepción de esa información se utiliza un código específico que debe ser codificado por el emisor y decodificado por el receptor.

1.3.10 Comunicación psicosocial

En el ser humano la comunicación es un acto propio de su actividad psíquica, derivado del lenguaje y del pensamiento, así como del desarrollo y manejo de las capacidades psicosociales de relación con el otro. Permite al individuo conocer más de sí mismo, de los demás y del medio exterior mediante el intercambio de mensajes principalmente lingüísticos que le permiten influir y ser influido por las personas que lo rodean.¹⁶

1.4 Comunicación digital

Según Alberich la aproximación entre Tecnología y Medios de Comunicación de Masas establece un nuevo modelo económico, productivo y social que supone la aparición de industrias, perfiles profesionales y modelos económicos hasta ahora desconocidos. Esta nueva escena comunicativa implica un nuevo perfil de usuario más activo así como una estructura productiva con nuevos perfiles profesionales.

Esta Era Digital abre las puertas a nuevas posibilidades hasta ahora inimaginables. Cada vez más hay espectadores que mientras ven un programa de

¹⁵ Guevara Liliana Comunicadora Social <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n32/lquevara.html>

¹⁶ Manual de Comunicación para investigadores, Fundación de la Universidad Autónoma de Madrid, pag. 5

televisión se conectan al mismo tiempo a su página web. Esta confluencia entre PC y TV consolida la implementación del lenguaje audiovisual como lengua franca de la cultura digital.¹⁷

1.4.1 Comunicación evolutiva

Según Zanoni la comunicación es de suma importancia para la supervivencia de especies gregarias, pues la información que ésta extrae de su medio ambiente y su facultad de transmitir mensajes serán claves para sacar ventaja competitiva en el entorno.

1.4.2 La “Web 2.0”

En la actualidad, se habla y se escribe mucho sobre la Web 2.0. El término en Google arroja más de 90 millones de resultados. Pero ¿qué significa exactamente? Todavía no hay unanimidad absoluta a la hora de encontrarle una definición exacta, ya que, como veremos, representa varias características diferentes al mismo tiempo.

Los principios básicos de la Web 2.0 se inician como una forma de evolución natural de la Web inicial enfocada al usuario, pasando por una plataforma técnica para múltiples desarrollos de aplicaciones hasta arribar a una era en la que el usuario toma protagonismo real como productor, consumidor y difusor de contenidos y servicios.

1.4.3 YouTube

El sitio de videos YouTube es la estrella principal de la Web actual. Su funcionamiento es simple: permite subir, ver y compartir gratis videos de hasta diez minutos de duración. El servicio fue fundado a finales de 2005 casi de casualidad en un garage de California por los norteamericanos Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim (que después se alejaría) cuando tenían menos de treinta

¹⁷ Alberich P., y Roig, A. (Coords.). (2005). Comunicación audiovisual digital. Nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas. Barcelona: Editorial UOC. Disponible en

años. Ellos querían mostrarles a otros amigos el video de una fiesta, pero el archivo era demasiado pesado para enviarlo por correo electrónico.

1.4.4 Facebook

Sin duda es una de las redes sociales más populares. Facebook nació en abril de 2004 de la mano de Mark Zuckerberg (que apenas tenía ¡19 años!) como una comunidad exclusiva para uso de los estudiantes de la Universidad de Harvard (EE.UU.). Pero tiempo después fue abierta al público en general y explotó.

Hoy cuenta con más de 70 millones de usuarios de diferentes países del mundo que comparten entre sí fotos, mensajes, afinidades e intereses comunes: musicales, literarias, deportivas, artísticas y cualquier otro tipo de aplicaciones como juegos, videos, clips de audio, test, horóscopos, etc.

Cada día, varios cientos de miles de personas “se encuentran” en alguna de las tantas sub-redes generadas en Facebook. A finales de octubre de 2007, Facebook aceptó venderle el 1,6% de sus acciones a Microsoft, a cambio de 240 millones de dólares.

1.4.5 Twitter

Este servicio de es uno de los últimos y más rotundos éxitos de la Web 2.0. Fue creado en marzo de 2006 por la compañía Obvious de San Francisco y se trata de enviar mensajes de textos cortos (de hasta 140 caracteres) para que sean leídos por nuestros followers (seguidores) en tiempo real. A su vez, nosotros podemos seguir a los usuarios que deseemos y ver a los seguidores del resto de los usuarios, mandarles mensajes privados por email o explorar sus perfiles, blogs, etc.

En abril de 2008 contaba con un millón de usuarios registrados (y un crecimiento promedio de 3.500 nuevos usuarios por día). “Sin dudas Twitter es el servicio más vertiginoso, trendy (que podría traducirse con lo más nuevo de las nuevas

tendencias), inquieto y hasta polémico que nos ofrece las nuevas tecnologías sociales sobre la Web.¹⁸

1.5 Comunicación animal.

Según Case la comunicación y el lenguaje normalmente están interrelacionados entre sí. Con frecuencia pasamos por alto la información recibida a través de las expresiones faciales, las señales corporales y el tacto. Estas expresiones son inconscientes y pese a ello para el observador atento pueden remarcar, confirmar o desdecir lo que dice con las palabras.

Los humanos son los únicos seres vivos de la tierra que han desarrollado un sistema de comunicación tan complejo y abstracto como es el lenguaje, sin embargo la comunicación no tiene que limitarse a un intercambio de palabras tal y como nosotros lo entendemos. El mundo animal, es el mundo animal no existen las palabras, la comunicación es posible e indispensable.

Cuando un animal hace algo que produce que otro cambie su comportamiento y esto no es accidental, entonces ellos se están comunicando.

La comunicación 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 y pueden ser expresiones faciales, ladridos, lameteos o sustancias químicas, como la orina o las que emiten las hembras en celo.

Muchas señales son comportamientos ritualizados. Decimos que un comportamiento esta ritualizado cuando ha perdido su función original y pasa a tener un significado; por ejemplo el comportamiento de los cachorros buscando los pezones de su madre, con los movimientos característicos de la cabeza hacia arriba, se ritualiza para significar amistad y apaciguamiento. La gran mayoría de las señales utilizadas por los humanos y por los animales para comunicarse son

¹⁸ Zanoni Leandro, El Imperio digital, El nuevo paradigma de la comunicación 2.0 Edición Buenos Aires B.2008.p27

los rasgos de comportamiento ritualizados que inicialmente tienen una función específica pero no el significado final.

Los perros se comunican utilizando todos los sentidos. La vista juega un papel muy importante pues los perros se comunican a través de las expresiones faciales y la postura corporales, que son señales visuales. Ladrar, gruñir, aullar y otras expresiones vocales se utilizan para dar información elemental o general. Es a través de las expresiones faciales ya las expresiones corporales cómo los perros explican en detalle a los demás lo que quieren, lo que les disgusta, cuáles son sus intenciones y talvez incluso su estado de ánimo.

1.5.1 Comunicación visual animal.

La comunicación visual engloba todas las señales captadas por los ojos de un receptor y que hacen cambiar su comportamiento, los perros se muestran muy atentos a las señales visuales (en particular al movimiento)

Expresiones faciales, lenguaje corporal.

Comportamiento	Vía de entrada de la señal	Significado
Arrugar la nariz (Gruñir enseñando los dientes)	Vista	Agresividad
Elevar las orejas	oído	Dominancia
Sonido grave (gruñido)	Oído	Agresividad
Sonido agudo, largo (aullido)	Oído	Soledad
Empujar con el hocico	Tacto	Amistad
Marca olorosa (orina)	Olfato	Territorialidad
Marca olorosa (orina)	Olfato / gusto	Hembra en celo

Cuadro 1. Según Case P. Linda

1.5.2 Conciencia animal

Son los animales que tienen o no conciencia es imposible saberlo dado que no hay modo de verificarlo.

Es más probable que sea el comportamiento del amo el que desencadena la sumisión en el perro y tal vez el comportamiento temeroso, que de forma equivocada es interpretado como conciencia.

Los perros tienen una gran capacidad de percepción, por ejemplo, si el amo espera que su perro sea destructivo mientras está fuera, es muy probable que el perro se muestre culpable, tan pronto como el amo regresa, por supuesto, el perro no se acuerda de que hace tres horas, ha mordisqueado los mejores zapatos de su amo, pero ha aprendido a anticipar el enfado de este.¹⁹

1.5.3 Condicionamiento clásico animal

Es el proceso de aprendizaje en el que el estímulo neutro se asocia con un estímulo aprendido para desencadenar la misma respuesta, una respuesta aprendida o condicionada.

1.5.4 Contacto corporal de los perros

Contacto corporal o físico. Uno satisface una necesidad básica: los cachorros se mantienen pegados unos a otros y a su madre para compartir calor y seguridad. Se ha demostrado que los animales sin este sentido de seguridad no crecen y pueden incluso llegar a morir.

El otro tipo de contacto corporal es utilizado para la comunicación. El toco con el hocico para olisquear el trasero de un perro que se aproxima o nuestras manos, es un comportamiento ritual que significa amistad. El toque con la cadera también significa cordialidad en el lenguaje del perro. Un toque con el hocico en el cuello muestra aceptación de la superioridad del otro.

¹⁹ Case P. Linda Manual de comportamiento Canino, Catedrática en la Universidad de Illinois, Departamento de Animal cience p10.

1.6 Actividades Asistidas por Animales (AAA)

Según el Documento Propiedad de Asociación Mascotas Terapeutas a través de su Proyecto Dog Therapy AAA Son actividades lúdicas, con efecto terapéutico pero sin objetivos concretos, en las que las personas se relacionan con el animal para aumentar su calidad de vida. Nadie evalúa ni mide el progreso del paciente y se puede llevar a cabo por cualquier voluntario que se preste a llevar un animal.

Tanto las sesiones de Terapia mejoran la calidad de vida de las personas de este colectivo ya que alivian los sentimientos de soledad, depresión y aburrimiento, entre otros y las sesiones van encaminadas hacia la mejora de las áreas de actividad, comunicación verbal, conversaciones sobre animales, socialización con trabajadores del centro y demás residentes, entre otras.

- **Ayudar a la memoria a corto/largo plazo**

Dejar la foto de la mascota, ayuda a los/as usuarios/as a acordarse de la actividad realizada el día de la sesión.

Durante las sesiones, el decir el nombre del perro, sexo, edad, el resaltar las características de su raza y su función; preguntarles si alguna vez han tenido un perro, se está trabajando la memoria a corto/largo plazo.

- **Interacción directa con la mascota.**

Al acariciar a la mascota, se reduce la tensión arterial y se presume como un indicativo de la reducción del estrés y coadyuva en el tratamiento de la ansiedad. Es un estímulo multisensorial, ya que se capta la atención y motivación del paciente, y el estar viendo a un animal moverse, jugar con una pelota, acariciarlo o cepillarlo, pueden ser estímulos que conecten al paciente con la realidad y desarrolle empatía.

- **Catalizador de interacciones entre humano-animal**

El mismo perro nos realiza conductas afiliativas, como lamernos, dejarse acariciar, cepillar y muchas otras más, lo que facilita la utilización de este animal en las sesiones.

- **Facilitador social**

Los animales facilitan la socialización entre los residentes, los trabajadores del centro y los familiares y también entre el paciente y el co-terapeuta, pues el paciente puede sentirse más predispuesto a colaborar ya que los animales de por sí, poseen un efecto tranquilizador.

El animal actúa como nexo de unión en las conversaciones entre el co-terapeuta y el paciente y contribuye a crear una atmósfera más cálida.

- **Catalizador de emociones**

Los animales pueden desencadenar comportamientos divertidos que provocan la alegría y la risa. El humor resulta beneficioso para mejorar el estado mental de una persona y también sus impedimentos físicos.

- **Fuente de motivación**

Los animales inspiran la motivación del paciente, motivándolo a que salgan para pasearlo.

El animal es un incitador del juego y esto es debido a la neotenia, que es la retención de rasgos juveniles por parte del animal adulto: el perro nunca llegará a la madurez.

- **Modificador del entorno**

Los animales son unos modificadores natos del entorno y a este respecto se han hecho estudios que los animales poseen la capacidad de modificar el entorno en que se encuentra una persona y las personas presentan una disminución de la

presión sanguínea y expresan verbalmente sentimientos de relajación en presencia del perro.

- **Reforzador de conductas**

Se puede pedir al paciente que se levante y toque con la mano un cono y vuelva a sentarse. Luego el paciente le pide al perro que haga lo mismo que ha hecho él: el paciente está realizando un ejercicio de motricidad general y el animal está reforzando

su conducta yendo a tocar el cono y volviendo. Es más, el paciente está adiestrando al perro, lo que hace que aumente su autoestima.

También se le puede pedir que ejercite el sistema muscular y el esqueleto lanzándole una pelota para ejercitar brazos y hombros. El mismo hecho de lanzarle la pelota al animal, ver cómo juega con ella o bien que se la vuelva a traer para que se la siga tirando, es un buen refuerzo para el paciente.

- **Un perro de terapia**

Es un perro con alto adiestramiento para integrarse a un proceso terapéutico.

Se utiliza como una herramienta de estimulación, multisensorial, de transición o simplemente un incentivo al juego para completar las terapias y objetivos.

Conecta al paciente a la naturaleza misma dentro de una terapia, obteniendo mayor participación.

1.6.2 Adiestramiento positivo

Son distintas técnicas, las cuales suprimen los métodos aversivos de adiestramiento utilizando como base investigaciones científicas que dieron como resultado el nacimiento del condicionamiento.

1.6.3 Condicionamiento base científica

El condicionamiento es un método de aprendizaje mediante asociaciones, es decir que en el proceso se asocian dos eventos para generar el aprendizaje y formar una hábito o romperlo.

1.6.4 Se trabajan con dos tipos de condicionamientos:

- **Condicionamiento Clásico**

El principio del condicionamiento Clásico es que cuando dos sucesos suelen acontecer al mismo tiempo, cada vez que aparece uno viene el otro a la mente.

- **Condicionamiento Operante**

El principio del condicionamiento Operante es que se tienen más probabilidades de repetir las conducta que conllevan consecuencias positivas y menos probabilidades de repetir las que conllevan consecuencias negativas.

1.6.5 El Clicker y Adiestramiento en Positivo “Ejecución y Adiestramiento”

- **Herramientas**
- **Refuerzo positivo**

La presencia de un comportamiento dará como resultado una respuesta positiva y por ende las posibilidades que el comportamiento se vuelva a presentar aumentan.

El reforzamiento en positivo no significa comida, el animal no trabaja por la comida, TRABAJA POR EL SONIDO.

El primer paso es enseñarle a nuestro amigo canino que cada vez que suene el click va recibir un premio – comida. (me he ganado una recompensa).

Cuando el animal ya ha aprendido lo anterior nosotros podemos marcar, señalar el comportamiento deseado y poco a poco moldear el comportamiento.

El sonido no es una orden, no indica lo que debe hacer para ganarse el premio. El sonido solo desencadena la respuesta.

- **Es un reforzador condicionado**

La comida, caricias, juego son reforzadores positivos, algo que el animal deseara, incluso sin adiestramiento, el CLICK es lo que el animal aprendió a desear.

- **Recomendaciones**

- ✓ No usar nuestra voz en vez del clicker.
- ✓ Usar el clicker siempre antes del premio.
- ✓ El click es mientras esta realizando el comportamiento.
- ✓ El click se realiza UNA SOLA VEZ.
- ✓ Preguntarnos siempre que estoy reforzando.
- ✓ No utilizar el clicker para llamar al perro si no lo tenemos a la vista.

- ✓ No utilizar el clicker para motivar al perro, es decir no sonarlo para que llame su atención.
- ✓ Premio adecuado al área y ejercicio a practicar.
- ✓ Sesiones cortas y variadas. Tres sesiones de cinco minutos.
- ✓ Adiestramos por fases sucesivas, si algo sale mal, empezamos de nuevo.
- ✓ Y por último DEBE SER DIVERTIDO PARA AMBOS.

1.7 Intervenciones Asistidas por Animales (IAA)

Las intervenciones asistidas por animales (IAA) son todos aquellos ejercicios en los que se utiliza a cualquier animal como un estímulo multisensorial 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 mejore la vida cotidiana de la persona beneficiada.

- **Clasificación de IAA**

- ✓ Terapia asistida por animales (TAA)
- ✓ Actividades asistidas por animales (AAA)
- ✓ Educación asistida por animales (EAA)
- ✓ Terapia educativa asistida con animales (TEAA)
- ✓ Actividades educativas asistidas con animales (AEAA)

1.7.1 Terapia Asistida por Animales (TAA)

Es una intervención en la cual el animal es incorporado como parte integral del proceso de tratamiento con el objetivo de mejorar funciones físicas, psicosociales y/o cognitivas.

- **Características**

- ✓ Los animales y sus guías deben ser entrenados, seleccionados y reunir criterios específicos.
- ✓ Es aplicada por un terapeuta profesional dentro del ámbito de la práctica de su profesión
- ✓ Se deben fijar objetivos y medir el progreso.
- **Guiar la interacción entre el animal y el paciente**
- ✓ Los animales pueden pertenecer a la Institución o ser parte de un grupo de voluntarios.
- ✓ Las sesiones pueden ser individuales o grupales.
- ✓ Dirigida hacia un objetivo específico.
- ✓ Las visitas deben ser previamente planificadas y supervisadas por personal de la institución / asociación.
- ✓ Estar orientadas pacientes con una necesidad en común?
- ✓ Es parte integral de una proceso de recuperación y/o rehabilitación, mediante la interacción entre animal y paciente.

1.7.2 Objetivos de las Intervenciones Asistidas por Animales (IAA)

- **Físicos**
- ✓ Mejorar las destrezas motoras
- ✓ Aceptación /habilidades con una silla de ruedas.
- ✓ Disminuir la tensión arterial.
- **Salud mental**
- ✓ Incrementar la interacción verbal entre los miembros de un grupo

- ✓ Aumentar la atención
- ✓ Reducir la ansiedad y/o el sentimiento de soledad.

- **Educativos**

- ✓ Incrementar el vocabulario
- ✓ Incentivar procesos de memoria.
- ✓ Seguir ordenes

- **Emotivos**

- ✓ Aumentar el deseo de involucrarse en una actividad de grupo
- ✓ Desarrollar la interacción entre las personas
- ✓ Incrementar el deseo de ejercitarse.

1.7.3 Beneficios de las Intervenciones Asistidas por Animales IAA

- **Empatía**

- ✓ Identificarse con, y comprender los sentimientos y motivaciones del otro.
- ✓ Es más fácil comprender lo que está sintiendo un animal, que lo que siente un ser humano, ya que el animal es más lineal y vive el momento
- ✓ Tocar un gatito disminuye la presión arterial, es relajante y tranquilizador.

- **Proyectar la atención**

Las personas con baja autoestima, pueden aprender a proyectar su atención en el entorno. Con ello pasan de hablar y pensar en sus problemas, a hablar y pensar en los animales

- **Alimentación**

- ✓ Psicológicamente cuando una persona alimenta a un animal, su necesidad de ser alimentado también se desarrolla.

- **Relación**

- ✓ Los animales abren canales de seguridad emocional.
- ✓ La presencia del animal puede convertirse en un abrelatas de la resistencia inicial del paciente. Los niños proyectan especialmente bien, sus sentimientos y experiencias hacia un animal.

- **Aceptación**

- ✓ Los animales tienen la facilidad de aceptarte incondicionalmente. No les preocupa como es esa persona, ni lo que dice. No juzga, perdona y no tienen dobles intenciones.

- **Entrenamiento**

- ✓ En Unidades de Larga Estancia, se ha comprobado que reducen notablemente la angustia de la hospitalización.

- **Socialización**

- ✓ entre los pacientes,
- ✓ entre los pacientes y el personal,
- ✓ entre los pacientes, el personal y la familia o visitas.

El personal suele encontrar más facilidades a la hora de dirigirse a los pacientes durante y después de las visitas.

- **Estimulación mental**

En situaciones de depresión, la presencia del animal sirve para “renovar la atmósfera”, incrementar la diversión, la risa y el juego. Estas distracciones ayudan a disminuir los sentimientos de soledad de las personas

- **Contacto físico**

Hay programas destinados a personas que han sido objeto de abusos físicos y sexuales, en los cuales el personal y los voluntarios, no tienen permiso para tocar a los pacientes.

En estos casos tener un animal, para sujetarlo, abrazarlo y acariciarlo, supone un gran beneficio ya que les permite recuperar el contacto físico

- **Tipos**

- ✓ Delfinoterapia (delfines)
- ✓ Hipoterapia (caballos)
- ✓ Con Mascotas (Perros, gatos, conejos y hamster)

1.7.4 Estructura de la sesión de Intervenciones Asistidas por Animales IAA

Independientemente de si realizamos TAA, AAA o EAA o una visita hospitalaria debemos esforzarnos porque la misma tenga una estructura y orden ya que eso permite que la intervención terapéutica tenga un mayor impacto en el paciente y el aprendizaje sea el mejor.

- **Presentación**

- ✓ El primer contacto del paciente con la mascota, saludo.
- ✓ Espacio corto de tiempo en el cual al perro no se le exige, no debe hacer nada en concreto, salvo dejarse acariciar y en el cual el o los pacientes lo conocen.

- **Ejercicio de calentamiento**

- ✓ Sirven para centrar al perro.
- ✓ No se exige a los perros ni a los pacientes.
- ✓ Ejercicio más común: cepillado (está comprobado que cepillar y acariciar a un animal baja la tensión arterial)

- **Ejercicios específicos**

- ✓ EL centro de la sesión.
- ✓ Parte más divertida.
- ✓ Acción que graba la sesión en la mente del paciente.
- ✓ TAA = ejercicio con objetivo.

- **Tiempo tranquilo**

- ✓ Bajar excitación generada por la sesión.
- ✓ Espacio de tiempo relajado en que el paciente decide que hacer con el perro, puede ser una retroalimentación.

- **Despedida**

- ✓ Momento relajado que se puede aprovechar para recordar la proxima visita.

1.7.5 Perro de terapia

Un perro de terapia es un animal seleccionado, entrenado y adiestrado específicamente para integrarse dentro de un programa terapéutico o educativo como herramienta para alcanzar los objetivos establecidos de una forma más rápida, todo ello encaminado a la mejora de la calidad de vida y/o la integración social de personas con discapacidad o necesidades especiales.

1.7.5.1 Actividades a Realizar con el Paciente

- **Vamos de paseo**

- ✓ Pacientes que no quieren caminar pero que pueden o que se niegan a hacerlo.
- ✓ El perro debe saber andar con la correa suelta y sin tirones.
- ✓ El paciente debe hacer todo el trabajo, desde enganchar la correa al collar o inclusive ponerle el collar y luego llevarlo de paseo. Se utilizan dos correas.

- **Que pienso cuando me rascas**

- ✓ Permite descubrir las actitudes de los pacientes en relación al contacto físico.
- ✓ El perro permanece a la par del paciente en la posición que el perro prefiera y el paciente platica con nosotros sobre lo que cree que el perro esta sintiendo y pensando.

- **Quiéreme**

- ✓ Primero se hablan de los gustos de los perros para terminar hablando de los propios
- ✓ El perro debe estar cerca de los pacientes para que lo acaricien en la posición más cómoda para ambos.
- ✓ El paciente acaricia al perro en diferentes lugares tratando de adivinar cuales son las favoritas del mismo y como sabe que son sus favoritas.

- **Ponme guapo**

- ✓ Acariciar a un perro baja la presión arterial, es un buen ejercicio de inicio ya que relaja a los pacientes y funciona para que el perro marque el momento de empezar a trabajar.
- ✓ Material: diferentes tipos de cepillos y peines, manopla, goma con púas, colonia, ganchos. Fotografías o dibujos de cada una de las herramientas.
- **Tenemos varios ejercicios:**
 - ✓ Se llevan todas las herramientas en una canasta o bolsa, el paciente toma una fotografía y debe de buscar en la canasta el elemento correspondiente a su fotografía.
 - ✓ Se colocan los objetos en un mesa distante el paciente y el perro va a traer los objetos.
 - ✓ Según el tipo de peine o cepillo el paciente debe mover sus brazos de forma distinta.

1.7.5.2 Habilidades caninas sin material

- **Dame la manita/ mírame**
 - ✓ El perro le da la mano a la orden del paciente. El paciente le da los premios. Lo mismo con el mírame.
- **Choca los cinco**
 - ✓ Chocar los cinco con el paciente quien puede estar en una silla o en el suelo.
- **Sienta / échate**
 - ✓ Es un ejercicio que mejora la autoestima del paciente porque logra hacer algo por sí mismo.

- ✓ El paciente le dice o le hace una señal al perro para que se siente y cuando el perro obedece le da el premio.
- **Bajo puente**
- ✓ El perro debe saber pasar bajo las piernas de las personas. La idea es que los pacientes se coloquen en círculo o en línea recta parados con las piernas abiertas, cada uno debe lograr que el perro pase entre sus piernas abiertas.

- **Cobro educativo**

- ✓ Se necesitan peluches de animales del tema que se quiera enseñar, pelotas, diferentes juguetes, etc.
- ✓ El voluntario indicara alguna características del peluche, juguete, etc. (por ejemplo hace muuu, o es de color verde, etc)
- ✓ El paciente al escuchar la característica de su juguete lo lanza y el perro lo va a traer y lo devuelve.

- **Escondite**

- ✓ Por turnos los pacientes esconden un juguete o premio al perro y este lo busca, al encontrarlo el paciente le da un premio.

- **Llena la tacita**

- ✓ Con un grupo de pacientes, cada paciente debe tener una taza o recipiente donde el perro pueda meter fácilmente la nariz.
- ✓ En un recipiente se coloca un premio sin que el perro vea.
- ✓ Se acerca al perro a las tazas para que encuentre el premio y al encontrarlo el paciente deposita otro premio en otra traza para repetir el ejercicio.
- ✓ Las tazas pueden estar volteadas.

- **Burbujas**

- Por turnos los pacientes hacen burbujas, se premia al perro por cazarlas, verlas, ladrarles, etc.

- **Dar diana**

- ✓ El perro debe saber dar con la pata o el hocico el target.
- ✓ El paciente tiene el target en la mano y moverlo en diferentes posiciones invitando al perro a seguir target.
- **El ula ula**
 - ✓ El perro debe saber pasar / saltar por el aro.
 - ✓ Se necesita un ula ula desarmable
 - ✓ El paciente arma el ula ula y el perro luego salta por él y el paciente le da un premio.
 - ✓ Se puede aplicar con un cuerda.
- **A desarrollar La historia de....**
 - ✓ Hacer un álbum de fotografías detallando la historia de nuestro perro para contársela a los pacientes.
- **El perro lector**

El perro se debe quedar quieto viendo fijamente un punto o un libro, se necesitaran libros sobre animales, historias de perros.

1.8 Observación

La observación según Ballesteros es la estrategia fundamental del método científico. Observar supone una conducta deliberada del observador, cuyos objetivos van en la línea de recoger datos en base a los cuales poder formular o verificar hipótesis

Se podría pensar en la observación como un método de recogida de informaciones, pero la observación, además de un método, es un proceso riguroso de investigación, que permite describir situaciones o contrastar hipótesis, siendo

por tanto un método científico. Para que la observación, pierda ese carácter exclusivamente instrumental y sea un procedimiento científico de investigación, se requieren ciertos requisitos.

Como procedimiento científico, la observación, requerirá como cualquier otro procedimiento científico, delimitar el problema o situación a observar, recoger datos, analiza esos datos e interpretar los resultados. Esta observación permitirá otras formas de investigar pero deberá realizarse en contextos naturales, por tanto se reducirá la influencia del investigador u otros factores de intervención.

La observación debe estar orientada a servir un objetivo concreto de la investigación. Como se ha indicado anteriormente, para tener validez, la observación deberá estar debidamente controlada, es decir someterse a unas reglas o pautas que garanticen su valor. Sobre todo la observación debe planificarse a fin de recoger los requisitos de validez y confiabilidad.²⁰

La observación por tanto, se caracteriza como una percepción intencionada e ilustrada. Intencionada por qué se hace con un objeto determinado, ilustrada por que va guiada de algún modo por un cuerpo de conocimiento. Según Bunge A diferencia de la sensación en bruto, la observación es selectiva e interpretativa. Es selectiva porque tiene una finalidad, porque es intencionada, y es interpretativa porque es ilustrada.

1.8.1 Característica en cuanto es un procedimiento científico según Bunge

1.8.1.2 Observación Intencionada

Porque coloca las metas y los objetivos que los seres humanos se proponen en relación con los hechos, para someterlos a una perspectiva teleológica.

1.8.1.3 Observación ilustrada

²⁰ Ballesteros Fernández, 1980, pag.135

Porque cualquier observación para ser tal está dentro de un cuerpo de conocimientos que le permite ser tal; solo se observa desde una perspectiva teórica.

1.8.1.4 Observación selectiva

Porque necesitamos a cada paso discriminar aquello que nos interesa conocer y separarlo del cúmulo de sensaciones que nos invade a cada momento.

1.8.1.5 Observación interpretativa

En la medida en que tratamos de describir y de explicar aquello que estamos observando. Al final de una observación científica nos dotamos de algún tipo de explicación acerca de lo que hemos captado, al colocarlo en relación con otros datos y con otros conocimientos previos²¹

1.8.2 Tipos de observación

Según tipos co, en digital la observación para hacer alusión a la técnica más básica dentro del proceso de investigación ya que consiste en el establecimiento de una relación entre el objeto que se intenta abordar y el sujeto que lo investigará.

Para llevar adelante la observación se utilizan los cinco sentidos y es a partir de ellos que se realiza el primer contacto con el fenómeno a investigar. De todas formas, el investigador va orientando el uso de sus sentidos, para poder analizar aquellos aspectos que más le interesen.

1.8.2.1 Observación no científica

Esta observación es la que se realiza de manera espontánea, sin la intención de llevar adelante un proceso de investigación, por lo que no se hace de manera rigurosa ni sin ninguna preparación para ello. Esta observación es la que hace una

²¹ Bunge Mario, En el proceso de observación 733-734,717-734.Buenos Aires Argentina, año 1983.

persona cada vez que entra en contacto con algún fenómeno conocido o no. Se trata de un acto sin intención pero esto no significa que a partir de esta observación la persona no pueda decidir iniciar una investigación a futuro.

1.8.2.2 Observación científica

En este caso, en cambio, el individuo entra en contacto con el fenómeno con una preparación previa, que le sirve como guía para saber a qué se le debe prestar atención, en qué enfocarse y con qué puede encontrarse. De esta manera, la persona sabrá qué irá a observar aunque puede ocurrir que una vez que se encuentre frente al fenómeno entre en contacto con elementos que no se esperaba, y se concentre en ellos.

1.8.2.3 Observación de laboratorio

En observaciones como estas se delimita el grupo de personas o a la porción de un fenómeno que se quiere estudiar para luego observarlo, por considerarlo representativo, o bien, cuando directamente se traslada una muestra de lo que se quiera observar a un laboratorio para estudiarlo allí. La ventaja que ofrece la observación de laboratorio es que el investigador puede manipular las variables y en base a ello observar los cambios acontecidos y sacar conclusiones.

1.8.2.4 Observación de campo

En oposición a la observación anterior, en esta el estudioso no traslada al objeto de estudio a su laboratorio, sino que es él el que se dirige al lugar en el que se desarrolla el fenómeno en cuestión.

1.8.2.5 Observación grupal

Una observación conocida bajo este nombre no se lleva adelante por una única persona, sino que es un grupo de ellas la que lo hace. Puede ocurrir que el grupo acuerde que cada miembro observe una determinada parte o fragmento del

fenómeno en cuestión para luego ponerlo en común y conectarlo con lo que otros observaron.

1.8.2.6 Observación no participante

En este caso, el investigador no forma parte del fenómeno o grupo de personas que se quiera estudiar, sino que lo observa desde afuera, para no modificar ninguna de sus variables ni condicionar el comportamiento del objeto de estudio.

1.8.2.7 Observación Participante

Como su nombre indica, y en oposición a la observación antes mencionada, en esta el investigador sí se involucra en el fenómeno a investigar, y forma parte de este. Esto hace que pueda tener un contacto mucho más directo con el objeto de estudio, pero a veces, puede ocurrir que aquello que se le presente no resulte auténtico justamente por la presencia de un tercero que lo condicione.

1.8.2.8 Observación Indirecta

Cuando un investigador realiza una observación de manera indirecta, esto significa que no entró en contacto directo con el objeto o fenómeno a estudiar, sino que se basa en la observación que hizo otro u otros especialistas. Es por esto que en la observación indirecta se pueden establecer comparaciones o relaciones entre fenómenos que el científico no pudo conocer directamente. Esto es ideal cuando se desean investigar fenómenos del pasado o que se encuentran a distancias significativas, ambos impedimentos para el científico, pero no por eso obstáculos definitivos para poder llevar adelante un estudio con seriedad.

1.8.2.9 Observación Directa

En oposición a la observación anterior, en la directa es el propio investigador el que entra en contacto con el fenómeno a investigar. Por supuesto que esta observación es mucho más provechosa para el investigador, ya que siempre lo que una persona ve con sus propios ojos será mucho más completo que lo que le

cuenten tercero y además puede orientar su observación a lo que él deseé no a lo que otra persona hizo.

1.8.2.10 Observación Sistemática

Cuando se lleva adelante esta clase de investigación, a la que también se le conoce bajo el nombre de “estructurada”, el investigador utiliza como apoyo una serie de elementos técnicos que guían y complementan su observación, como pueden ser fichas, tablas, gráficos, cuadros, entre otros elementos.

1.8.2.11 Observación Desestructurada

En este caso, en cambio, el observador no va acompañando por ningún instrumento técnico como los que mencionamos anteriormente, sino que la persona va libre a abordar a los objetos de estudio. De esta manera, el investigador no se encuentra condicionado por nada y depende de lo que surja en el momento la información que recabe.²²

1.9 Proceso de la observación

En el proceso de observación, siempre según Bunge se distinguen cinco elementos:

- ✓ **Sujeto u observador**, en el que se incluyen los elementos constituyentes de este, tanto los sociológicos como los culturales, además de las experiencias específicas del investigador.
- ✓ **Objeto de la observación** que es la realidad, pero en donde se han introducido procedimientos de selección y de discriminación, para separarlo de otras sensaciones.

²² Tipos de Observación <http://www.tipos.co/tipos-de-observacion/>

- ✓ **Circunstancias de la observación** son las condiciones concretas que rodean al hecho de observar y que terminan por formar parte de la propia observación.
- ✓ **Los medios de la observación** son los sentidos y los instrumentos desarrollados por los seres humanos para extender los sentidos o inventar nuevas formas y campos para la observación.
- ✓ **Cuerpo de conocimientos** es el conjunto de saberes debidamente estructurados en campos científicos que permiten que haya una observación y que los resultados de esta se integren a un cuerpo más amplio de conocimientos.²³

1.10 Conclusiones de lo observado

- ✓ Lo observado durante el período del 15 de febrero al 15 de marzo del presente. DogTherapy AAA es un proyecto de red de Mascotas Terapeutas enfocado en la promoción y ejecución de programas de actividades asistidas con animales.
- ✓ DogTherapy AAA, es un proyecto que se deriva de La Asociación Mascotas Terapeutas, la cual carece de una oficina física, lo que dificulta que la población los ubique como un ente formal y serio
- ✓ La directora general, es reconocida en la sociedad, pero su labor no es visibilizada.
- ✓ Carece de un departamento de Comunicación o Información pública, que realice los contactos con medios para buscar espacios.
- ✓ La red social no cuenta con actualizaciones constantes y con temas de específicos, muestra de ello a esta fecha registra 148 like.

²³ Bunge Mario, La investigación científica y su Filosofía, 2da. Edición p 28.

- ✓ Las personas involucradas dentro de la organización, no cuentan con salarios permanentes, todos son voluntarios, esto traerá problemas en caso que alguno decida retirarse de la organización.
- ✓ 2014 implemento cambios estructurales, pero es desconocido por la sociedad, por la falta de una estrategia de comunicación para dar a conocer esos cambios.
- ✓ Falta de recursos económicos para dar a conocer los cambios realizados, ya que es necesario hacer artes digitales, para publicarlos en las redes sociales.
- ✓ A pesar de tener aceptación en los lugares a donde van a realizar actividades asistidas por animales, es necesario dar a conocer a través de los medios los cambios realizados.
- ✓ Falta de voluntarios para adiestrar a los caninos, la mayoría llegan buscando los servicios de un adiestrador.
- ✓ En Guatemala se desconoce la terapia asistida por animales, no se tiene la cultura de aceptar a los perros en espacios públicos.
- ✓ No se reconoce a DogTherapy AAA, como parte de Mascotas Terapeutas, porque no se han realizado publicaciones en el que estén los logos de ambos.

1.11 Objetivos del diagnóstico

1.11.1 Objetivo general

- Analizar la comunicación externa y los contenidos publicados del Proyecto Dog Therapy AAA en la red social.

1.11.2 Objetivos específicos

- Verificar el conocimiento de los fans sobre el proyecto Dog Therapy AAA
- Evaluar la efectividad de las redes sociales utilizadas para dar a conocer las actividades del proyecto.
- Calificar el flujo de información que se publica en la red social.

1.12 Descripción institucional

Según archivos El proyecto DogTherapy AAA tendrá como ámbito de proyección el sistema de salud en general y también el académico, (tanto hacia sus colaboradores/as, como a sus clientes y beneficiarios/as directos/as

Nombre de la institución: DogTherapy AAA

Dirección física: 30 Ave 17-81, Z18 Santa Elena III

Teléfono de contacto: 5992-1000

Directora general: Rosario Barrios, adiestradora de mascotas

Directoras del proyecto: Licda en Admón. de empresas Miriam Hernández

Licda. En Psco. Carolina Morales

Correo electrónico: dogtherapy.aaa.gt@gmail.com

1.13 Qué es y cómo se conforma

DogTherapy AAA (Actividades Asistidas por Animales) es un proyecto de red de Mascotas Terapeutas enfocado en la promoción y ejecución de programas de actividades asistidas con animales.

Se cuenta con un formato de aprendizaje de Terapia Canina, para que el voluntario y su mascota puedan llegar a serlo y así poder asistir en Hospitales, Fundaciones, Asilos y dónde se requiera.

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.

1.13.1 Antecedentes

Mascotas Terapeutas es una asociación no lucrativa, que fue fundada el 24 de mayo del 2002 por iniciativa de Rosario Barrios quien con personas voluntarias acompañadas de 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 AAA 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.

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.

DogTherapy AAA 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, DogTherapy AAA 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.

1.14 Misión institucional

Somos un grupo de personas que se capacitan y unen esfuerzos para llevar a cabo actividades asistidas con nuestras mascotas, planificadas para atender las necesidades de pacientes menores de edad, adultos y adultos mayores que se

encuentran recibiendo atención médica en diferentes centros asistenciales públicos, para coadyuvar en la mejora de su salud.

1.15 Visión institucional

Un grupo de personas profesionalizadas para realizar actividades asistidas por animales incorporadas en el campo de la salud mental como parte importante en el programa de salud nacional que ayude a la población más vulnerable a mejorar su calidad de vida.

Objetivo general (Institucional)

- Capacitar a las personas para que logren que sus mascotas estén positivamente condicionadas para el trabajo hospitalario.

Objetivos específicos

- Capacitar a las personas en la formulación de actividades asistidas con animales en forma profesional.
- Incorporar a los/as colaboradores/as del proyecto en el sistema de salud pública para mejorar la salud mental de los/as pacientes.
- Promover actividades y conocimientos básicos de autocuidados para los/as colaboradores/as del proyecto como parte de la promoción de la salud mental.

1.16 Filosofía de dogtherapy AAA:

El proyecto DOGTherapy AAA se basa sobre todo en el vínculo de comunicación que se puede establecer entre personas a través de una mascota, para realizar actividades de naturaleza terapéutica.

Es sabido que en la mayoría de personas, el amor, la compañía y la ternura que inspiran las mascotas han propiciado una mejoría en la vida de las personas, más allá de lo que pueda llegar la medicina convencional.

Las personas que contribuimos con este tipo de intervención no convencional, participamos del convencimiento que todo ser viviente debe ser tratado con respeto, fomentando la dignidad humana y el derecho que asiste a todo ser viviente a tener una mejor calidad de vida, a participar en el desarrollo social y disfrutar de igualdad de oportunidades.

Así como nuestras mascotas actúan como entes catalizadores y permiten mejorar las relaciones entre seres humanos, los co-terapeutas asistiremos a las personas que lo necesiten con una actitud afectiva, sin hacer juicios de valor, eliminando barreras sociales y respetando su intimidad.

Las actividades propuestas tienen como objetivo mejorar la forma en que la gente es percibida socialmente y facilitar las conversaciones, aumentando el número y la calidad de las interacciones sociales para crear un sentido de pertenencia, al procurar la aceptación mutua.

- **Del co-terapeuta**

Esperamos que la persona que participe en el proyecto DogTherapy Actividades Asistidas por Animales (AAA), tenga entusiasmo para proyectarse hacia la sociedad, donando sobre todo, el tiempo que se comprende podría invertir en otras actividades de interés personal.

En esta proyección hacia la sociedad, se deben conjugar en nuestros colaboradores la disciplina de naturaleza intrínseca para proseguir una capacitación continua tanto para sus mascotas como para sí mismas, buscando la tecnificación y la especialización en la asistencia a personas que se encuentren temporal o permanentemente en estado de vulnerabilidad, física, psicológica o social.

Igualmente, se requiere del colaborador o colaboradora, un interés hacia el mejoramiento de su comunidad, sin buscar el incentivo del reconocimiento público a su labor, pues ésta será anónima, la ayuda generosa de un ser humano hacia otro. La generosidad imprimirá también su actividad, así como también la capacidad de la tolerancia.

Procurará también el trabajo en equipo, para poder acudir en auxilio de sus compañeros o compañeras en alguna actividad especial o que necesite del refuerzo oportuno, debiendo estar en condición de ser flexibles y adaptarse a muchas condiciones externas y también internas.

Se espera que también como beneficio interior, el/la colaborador/a del proyecto DOGTherapyAAA, crezca como persona, y sea más asertivo/a en sus relaciones cercanas, con su familia, en su ambiente laboral y social, con mayor independencia, aumento en su confianza y autoestima, con mejor manejo del estrés y en el autocuidado de su cuerpo para superar sus enfermedades o prevenirlas.

- **Diseño institucional del Proyecto:**

El proyecto DOGTherapy AAA tendrá como ámbito de proyección el sistema de salud en general y también el académico, (tanto hacia sus colaboradores/as, como a sus clientes y beneficiarios/as directos/as).

- **Clientes**

Entidades estatales y privadas de atención a pacientes, personas institucionalizadas (adultos/as y personas menores de edad)

Autoridades, docentes y estudiantes, tanto del nivel universitario, educación media, primaria y pre-primaria.

- **Medios de comunicación social**

El cliente meta (o beneficiario/a directo/a) son personas que necesitan de atención especial por su condición temporal o permanente en la carencia de salud o en general, por su condición especial de vida.

- **Necesidades sentidas básicas**

Comprensión del fenómeno de enfermedad con una visión integral.

Capacidad de respuesta inmediata a las necesidades integrales del paciente.

Enlace y coordinación de esfuerzos individuales, comunitarios e interinstitucionales.²⁴

- **Principios – valores**

Solidaridad, armonía, responsabilidad, honestidad, respeto, vocación de servicio, sensibilidad humana, lealtad, compromiso social, profesionalidad, multidisciplinariedad.

Según el diccionario Cumbre:

- **Solidaridad:** Entera comunidad de intereses, sentimientos y aspiraciones.
- **Armonía:** Amistad y buena correspondencia
- **Responsabilidad:** Capacidad de todo sujeto activo para reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado.
- **Honestidad:** Decencia en la persona.
- **Respeto:** Acatamiento que se hace a alguien, atención que se tiene con alguien.
- **Vocación de servicio:** Servir sin esperar nada a cambio.

²⁴ Información tomada de los archivos del Proyecto Dog Therapy AAA.

- **Sensibilidad humana:** Sentir el dolor ajeno.
- **Lealtad:** Cumplimiento de lo que exigen las leyes de la fidelidad y las del honor.
- **Compromiso social:** Responder a la necesidad o demandas de la sociedad.
- **Profesionalidad:** Actuar con entrega y prontitud.
- **Multidisciplinariedad:** Cumplir con cabalidad las tareas asignadas.²⁵

1.16.2 Líneas de servicio

Sensibilización, comunicación, inducción, capacitación, formación continua, investigación, socialización, diseño curricular, diseño de materiales especiales.

- **Disciplinas involucradas**

Psicología, veterinaria, medicina, estadística, trabajo social, ciencias de la comunicación, pedagogía, andragogía, psiquiatría, otras afines.

1.16.3 Estrategia de instalación – posicionamiento:

Involucramiento de profesionales con preparación académica, vocación de servicio, sensibilidad humana y respeto a toda forma de vida.

1.16.4 Integración y trabajo en equipo

Espacios de estudio, adiestramiento y capacitación de las mascotas con técnicas en positivo. Fuente: Archivos de Mascotas Terapeutas, Dog Therapy AAA.

Generación de necesidades de cambio en el sistema de salud y atención a población vulnerable.

²⁵ Diccionario Cumbre, de la Lengua Española, Editorial Everest S.A. novena edición año 2007

Difusión nacional e internacional del proyecto dentro de la Asociación Mascotas Terapeutas. Participación de actividades académicas relacionadas al tema de atención a pacientes.

1.16.5 Centros asistenciales que se visitan

- **Hospital Roosevelt**

El Hospital Roosevelt es un centro asistencial público que atiende a personas que habitan en la ciudad capital de Guatemala y en el resto del país, referidos desde los hospitales departamentales y regionales. Cuenta con alrededor de 2800 colaboradores entre personal médico, de enfermería, auxiliar, técnico, nutrición, trabajo social, atención al usuario y usuaria, personal de seguridad, intendencia y administrativo.

Se encuentra dentro del tercer nivel de atención dentro de la clasificación del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, que incluye hospitales y sanatorios (Hospital Roosevelt, 2009). El hospital ofrece servicios médicos y hospitalarios gratuitos en medicina interna, cirugía, ortopedia, traumatología, maternidad, ginecología, pediatría, oftalmología y subespecialidades.

El Proyecto DOGTherapy AAA realiza actividades asistidas por animales en la pediatría de este hospital, visitando las salas ubicadas en nivel dos y tres del edificio, así como las salas de quemados y especialidades. La pediatría de este hospital fue inaugurada el 3 de julio de 1957 y a partir de la fecha ha sufrido varias remodelaciones y modernización a través de donantes.

Este centro está siendo visitando cada 15 días los días domingo por la mañana en horario de 09:30 a 11:30 a.m.

- **Hospital General San Juan de Dios:**

El “Hospital General San Juan de Dios” fue puesto al servicio público en octubre de 1778, no se sabe con certeza el día que esto ocurrió, pero a través de su vida

se ha celebrado el 24 de octubre, día de San Rafael Arcángel, patrono desde entonces, como fecha de aniversario.

Ya en el siglo XX y debido al terremoto del 4 de febrero de 1976, el Hospital se vio en la necesidad de trasladar algunas de las áreas de atención médica al Parque de la Industria, en la zona 9 capitalina. Las atenciones trasladadas fueron: Emergencia, Ginecología y Obstetricia, Medicina, Pediatría y Traumatología, entre otras. Fue en el año 1981 que se trasladó el Hospital a las actuales instalaciones, en la zona 1.

Dentro del hospital existe un área Pediatría donde se le brinda al niño y niña atención en las mismas especialidades, y es donde la Asociación Mascotas Terapeutas inicia su labor desde el año 2002.

El Hospital San Juan de Dios marca el inicio de la labor de las actividades asistidas por animales en Guatemala ya que una perra de raza alaskan malamute llamada Xena, visitó la pediatría del Hospital General San Juan De Dios por primera vez un viernes 24 de mayo del 2002 acompañada por su dueña, Rosario Barrios.

Xena padecía de una enfermedad congénita denominada displacia de cadera y además era diabética. A principios del mes de febrero en el 2002 se le realizó una cirugía para corregir su problema en la cadera y tras un proceso de recuperación Rosario decidió llevarla a visitar a los niños para contarles su historia y de esta forma alentarlos durante su estadía en el hospital. Los médicos dudaron de que la visita de un perro fuera beneficiosa para los niños y negaron la entrada de Xena a las distintas salas, la única con una mentalidad diferente fue la Dra. Susana Molina, jefe médico de la sala de nutrición. En dicha sala la mayoría de pacientes son bebés de 1 año o menos, y solo habían dos niños, uno de 7 años y otro de 6 años.

El impacto de la visita de Xena en ambos niños fue tan beneficioso que su estado de ánimo influyó para que su recuperación fuera más rápida. Por esta razón otros jefes de salas otorgaron el permiso para que la visita también se realizara en sus respectivas salas.

Xena falleció el 3 de septiembre de 2004 pero su legado sigue vivo ahora a través del Proyecto DogTherapy AAA que realiza actividades asistidas por animales en las salas de medicina general, cirugía, traumatología, sala cuna, nutrición y en algunas ocasiones en oncología, quemados, espina bífida y emergencia.

Este centro está siendo visitado cada 15 días, los días sábado por la tarde en horario de 03:00 a 05:0 p.m.

En ocasiones especiales como el día del niño y de la madre se visita el Centro de Nutrición Hermano Pedro. Se está buscando nuevos espacios como la Casa Ronald Macdonalds entre otros.

1.16.6 Estrategia de instalación – posicionamiento:

- ✓ Involucramiento de profesionales con preparación académica, vocación de servicio, sensibilidad humana y respeto a toda forma de vida.
- ✓ Integración y trabajo en equipo
- ✓ Espacios de estudio, adiestramiento y capacitación de las mascotas con técnicas en positivo.
- ✓ Generación de necesidades de cambio en el sistema de salud y atención a población vulnerable.
- ✓ Difusión nacional e internacional del proyecto dentro de la Asociación Mascotas Terapeutas.
- ✓ Participación de actividades académicas relacionadas al tema de atención a pacientes.

1.16.7 Funciones del voluntariado de Dogtherapy AAA

El nuevo proyecto de la Asociación Mascotas Terapeutas, DogTHERAPY* AAA hace de conocimiento las funciones que tendrán las personas que deseen participar como colaboradores/as en actividades asistidas por animales dirigidas a pacientes adultos/as, adultos/as mayores y niños y niñas que se encuentren en los servicios de asistencia hospitalarios públicos, asilos, casas hogares, etc.

- a) Participar en un programa de formación y capacitación continua, tanto para la persona como para su mascota.
- b) Planificar actividades asistidas con animales conforme a las necesidades de los y las pacientes a ser visitados/as en hospitales y otros centros asistenciales.
- c) Realizar visitas a centros hospitalarios, asilos, casas hogares, y otros lugares donde se requiere de atención especializada y profesional con mascotas, de acuerdo al plan de su actividad.
- d) Revisar el plan de actividad con el fin de mejorarlo y poderlo usar en futuras ocasiones.
- e) Preparar material adecuado para las actividades que realizarán con su mascota, adecuado a los pacientes a visitar.

Perfil/competencias

- a) El/La voluntario/a mantendrá un alto espíritu de equipo, para que la medida de sus posibilidades, se logre el éxito en los objetivos propuestos de las actividades y dejar en las personas visitadas, una experiencia grata que logre coadyuvar a la recuperación de su salud.
- b) Conservar una actitud responsable y de respeto hacia las personas y pacientes, así como a las instalaciones hospitalarias y de atención médica que se visiten y a sus autoridades, normas y reglas, comprendiendo la labor y razón de ser del proyecto DogTHERAPY AAA.

- c) El/La voluntario/a protegerá a su mascota dentro de los centros asistenciales en todo momento, procurándole condiciones de bienestar y confort, para transformar la experiencia en un momento grato y placentero.
- d) Con el fin de realizar sus funciones dentro del Proyecto DogTHERAPY* AAA, el/la colaborador/a, mantendrá a su mascota dentro de los mejores estándares de vida que estén a su disposición, velando por su salud y seguridad integral.²⁶

Normas en centros de asistencia

- Según el manual de normas antes de realizar las actividades hospitalarias, realizar en las mascotas un acicalamiento y limpieza de la piel, patas y cola, para asegurarse que puedan ser manipulados sin perjuicio a los pacientes.
- Llevar siempre consigo un kit que contenga: gel antiséptico, toallas húmedas, toallas de papel, bolsas plásticas (para recoger los desechos fecales de la mascota), etc.
- Colocar collar y correas especiales para la visita hospitalaria y no usar las mismas en casa, así como también los juguetes, pelotas, y otros accesorios que se usen para las actividades son de uso exclusivo para el hospital y lavarlos cuidadosamente en casa, guardándolos en un lugar apropiado.
- Al terminar cada actividad en hospitales, centros de asistencia, etc., usar antiséptico en gel, limpiar nuestras manos escrupulosamente y que los/as usuarios/as también lo usen.
- Utilizar los recipientes para los residuos hospitalarios, escogiéndolos adecuadamente a través del código de color con el que se identifica cada recipiente: verde, crema, gris, azul o blanco (residuos no peligrosos), rojo (residuos peligrosos biológicos), evitando que la mascota se acerque a estos últimos.

²⁶ Información tomada de los archivos del Proyecto Dog Therapy AAA.

- El contacto con los pacientes y usuarios/as en los centros hospitalarios y asistenciales se debe mantener al mínimo o eliminarlo por completo, así como también evitar el contacto de nuestras manos con nuestro propio cuerpo, hasta después de haber efectuado un cuidado lavado de manos.
- Evitar que las mascotas tengan contacto con fluidos de los pacientes o que encuentren dentro de algún recipiente en el hospital.
- Evitar así mismo, que las mascotas tengan contacto con los pacientes que se encuentren en tratamiento especial.
- Evitar que las mascotas ladren dentro de los pasillos o salas de las instituciones, para no perturbar a los pacientes.
- El/la colaborador/a del proyecto DogTherapy que esté pasando por algún quebranto de salud, se abstendrá de asistir a los centros asistenciales u hospitalarios, excusándose con anticipación.

“Antes de ingresar a la Institución”:

- Los perros llegan 20 minutos antes de que inicie la visita.
- Los perros juegan, corren, hacen el 1 y el 2.
- El co-terapeuta debe hidratar a su mascota o incentivarlo con algún premio antes de la visita.
- Se informa al grupo la logística de visita, que área les será asignada, si llegará todo el equipo o si se distribuyen en parejas para visitar el área indicada.
- El co-terapeuta deberá peinar al perro, sacudirlo y limpiar, y estar pendiente de colocar correas limpias antes de iniciar camino a visita.
- Al ingresar al Centro se limpian las patas de los perros con clorixidina (humedeciendo una toallita húmeda).

“Dentro de la Institución”

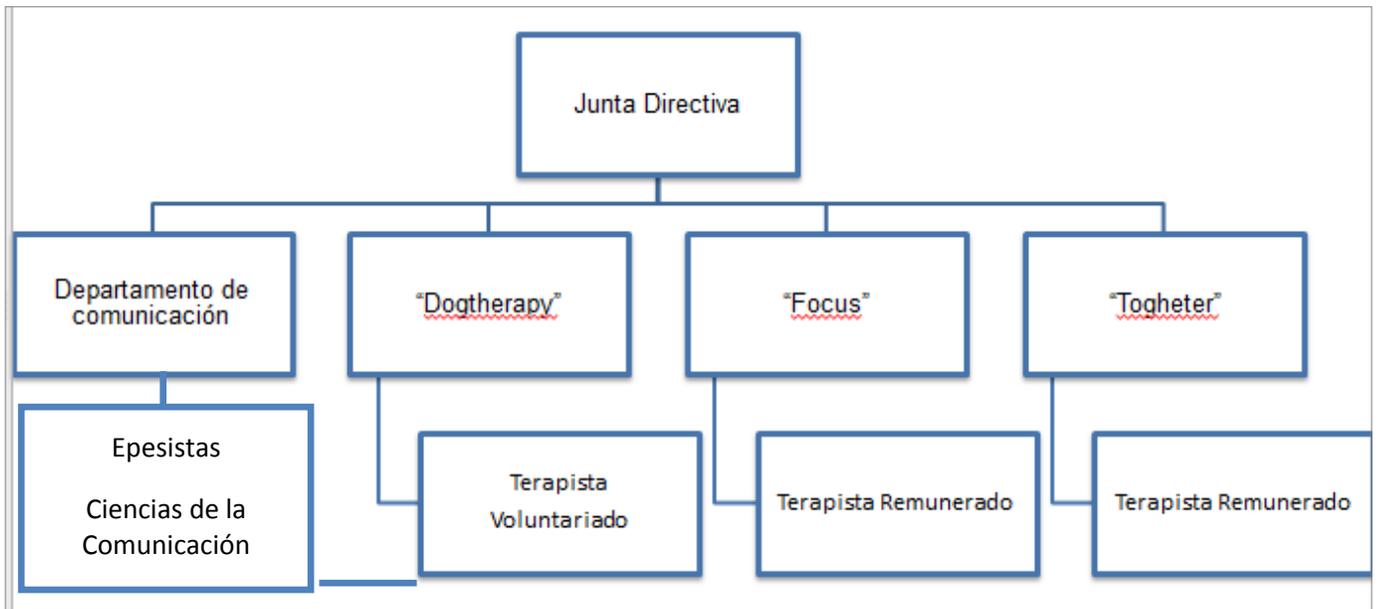
- El co-terapeuta no debe ingresar a la habitación del paciente sin solicitar el consentimiento del paciente o sus padres.
- Antes de realizar la visita, el co-terapeuta debe informarse de las áreas que se encuentran permitidas y las que no puede ingresar.
- No forzar el contacto físico con los pacientes y verificar que los abrazos y cariños no lo ponen en peligro.
- El co-terapeuta no debe entrar en detalles o realizar pláticas sobre enfermedad y condición con el paciente o familiares.
- El co-terapeuta debe estar pendiente del nivel de stress y de hidratación de su mascota, así como estar pendiente de sus necesidades fisiológicas durante la visita.

“Después de realizar la visita”

- Al salir se lleva a la mascota a un lugar donde pueda jugar, tomar agua, se le da el resto de premios, comida, se cepilla y se vuelve a limpiar.
- El co-terapeuta deberá tener una manta fresca si realizará un viaje largo después de su visita.
- Se reúne el grupo de co-terapeutas y se revisa y comenta cómo les fue en la visita, se observa a los perros y juegan otros minutos antes de retirarse.
- Se recopila información de relevancia para mejoras continuas.²⁷

²⁷ Normas de bioseguridad y conducta en los centros de asistencia y hospitales©

1.17 Organigrama institucional



1.17 FODA

FORTALEZAS: <ul style="list-style-type: none">• La dirección del aprendizaje es divertida• La mascota disfruta aprendiendo• Se evitan prácticas peligrosas para la salud física y mental de la mascota• El aprendizaje es continuo y se transforma en un estilo de vida para el voluntario/a y su mascota.• Adicionalmente dentro del pensum de capacitación se considera enseñar a las mascotas comandos básicos como sentado, echado, quieto, uso de correa, y obediencia básica entre otros. Así mismo esta capacitación es complementada con lecturas, cursos, y talleres para los voluntarios.	OPORTUNIDADES: <ul style="list-style-type: none">• Mucho campo dentro de Guatemala para el desarrollo de los temas de terapias y visitas asistidas con animales.• Buena imagen en la sociedad, facilitando el apoyo de empresas, ya que su marca será relacionada con el bienestar a la sociedad.• Servicio a personas con capacidades diferentes.
DEBILIDADES: <ul style="list-style-type: none">• Falta de cultura de la sociedad guatemalteca en la aceptación de animales de terapia en espacios públicos.• Poco apoyo de las autoridades, ya que no es considerado un tema de relevancia en la actualidad nacional.• Falta de conciencia acerca del voluntariado.	AMENAZAS: <ul style="list-style-type: none">• Surgimiento de nuevas organizaciones con fines similares• La falta de visibilización de DOGTherapyAAA.• Poco interés de posibles voluntarios por falta de visibilización del proyecto.• No poder proyectar correctamente a la asociación ante posibles inversores por falta de un plan estratégico de comunicación.• Deserción de voluntarios

Capítulo II

Metodología y resultados del diagnóstico

2.1 Metodología

Según Hernández Baptista Metodología, se refiere a la lógica interior del proceso de descubrimiento científico, y a ella le corresponde no solamente orientar la selección de instrumentos sino fundamentalmente, fijar criterios de verificación o demostración de lo que se afirme en la investigación. Por lo tanto se considera a la metodología, el estudio y análisis de los métodos que serán utilizados para alcanzar los objetivos estipulados en una investigación, y con ello lograr que dicha investigación sea clara y precisa en el campo o tema que se pretende estudiar.

Es importante aplicar y definir la metodología a utilizar en cualquier tipo de investigación, ya que esto nos llevara a desarrollar de forma organizada cada una de las actividades y con ello lograr una solución, en este caso una estrategia, para solucionar el problema planteado.²⁸

La metodología es una parte de la Lógica general que estudia los métodos de las ciencias, y metodología científica, en particular, sería, aquella parte de la teoría general de la investigación científica que se ocupa de los métodos seguidos y a seguir. Según Ginger²⁹

2.2 Descripción del Tipo de Comunicación Utilizada

Utilizaremos la Comunicación Organizacional Externa, la que se define como el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia el público³⁰, es uno de los más eficaces ya que realizara un análisis de las comunicaciones externas y los medios que usa Dog Therapy AAA para dar a conocer sus actividades y fortalecer al proyecto en las redes sociales.

²⁸ Hernández, Fernández y Baptista, Metodología de Investigación (2006)

²⁹ Ginger, Sociología. Barcelona. Edición península, 1998

³⁰ Tamayo y Tamayo, Mario Aprender a Investigar, año 1999. Pag. 100.

2.3 Tipo de Investigación

2.3.1 Cualitativa

Es un método de investigación empleado en muchas disciplinas académicas, tradicionalmente en las ciencias sociales, sino también en la investigación de mercados y contextos posteriores. Los investigadores cualitativos tienen por objeto reunir un conocimiento profundo del comportamiento humano y las razones que gobiernan tal comportamiento.

2.3.2 Cuantitativa

Se refiere a la investigación empírica sistemática de los fenómenos sociales a través de técnicas estadísticas, matemáticas o informáticas. El objetivo de la investigación cuantitativa es desarrollar y emplear modelos matemáticos, teorías y / o hipótesis relativas a los fenómenos³¹

Según Monje Álvarez cuantitativa es la aproximación a la realidad y al objeto de estudio, ya que se obtienen datos cuantitativos para expresar numéricamente el resultado de una muestra, mediante procesos estadísticos describir fenómenos o evaluar la magnitud y confiabilidad, se recoge información que se cuantifica con mayor facilidad³².

2.4 Instrumento

Según Monge Álvarez, identificar los elementos y características en el diseño de los instrumentos, teniendo en cuenta las cualidades que debe reunir un instrumento adecuadamente diseñado. Como la encuesta, entrevista, formula y observación.³³

³¹ <http://www.tiposdeinvestigacion.com/> los tipos de comunicación

³² Monje Álvarez Carlos Arturo, Metodología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa, Edición Neiva 2011, P. 132

³³ Monje Álvarez Carlos Arturo, Metodología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa, Edición Neiva 2011, P. 133

Según Abril Hugo las técnicas se subordinan a un método y éste a su vez es el que determina qué técnicas se van a usar. Aunque el método y la técnica se encuentran íntimamente ligados no se identifican, pues ambos se complementan y son necesarias en la investigación.³⁴

2.4.1 La Observación Utilizada (No participante)

Según la Universidad la Sábana La observación no participante es aquella en la cual se recoge la información desde afuera, sin intervenir para nada en el grupo social, hecho o fenómeno investigado.³⁵

2.4.2 La Entrevista

Es la relación directa establecida entre el investigador y su objeto de estudio con el fin de obtener testimonios orales, permite la recopilación de información detallada en vista de que la persona que informa comparte con el investigador aquello concerniente a un tema específico o evento acaecido en su vida según Jiménez³⁶

Para conocer cómo se encuentra la comunicación externa del Proyecto Dog Therapy AAA se entrevistó a tres personas que tienen relación directa con el mismo.

³⁴ Abril, Víctor Hugo, Técnicas e Instrumentos de la Investigación, Ph. D Pag. 6

³⁵ UNIVERSIDAD LA SABANA. Observación como habilidad inicial en el proceso de investigación. Recuperado el 1 de Diciembre de 2010, de: http://sabanet.unisabana.edu.co/crear/paginas/observacion_como_habilidad_inicial_en_el_proceso_de_investigacion/paginas/clasificacion.htm

³⁶ Jiménez Ileana Vargas, Revista Calidad en la Educación Superior, Costa Rica Volumen 3, Mayo 2012 pag. 119

2.4.2.1 entrevista 1

Rosario Barrios
Fundadora de Asociación Mascotas Terapeutas,
y la red de proyectos Dog Therapy AAA
Profesión adiestradora con 14 años de experiencia

Expresa que la labor principal de la organización es capacitar y entrenar voluntarios y sus mascotas para que realicen actividades asistidas con animales en centros asistenciales del país.

Lamenta que actualmente falta promocionar a la organización y posicionarse en la mente de los voluntarios. Así mismo manifiesta que los lugares donde se realizan las terapias asistidas, la aceptación es excelente.

Uno de los medios más utilizados para dar a conocer el trabajo que realiza Dog Therapy, se realiza a través de la red social Facebook.

Aunque también cuentan con una página web, es necesario ponerlo en orden e identificar la información que a la gente le interesa. Resalta que hay una persona encargada de actualizar la información en la página y red social.

Dog Therapy AAA enfrenta necesidades que son primordiales para la realización de las terapias y son uniformes y materiales para un mejor servicio de terapias asistidas.

2.4.2.2 entrevista 2

Carolina Morales
Profesión: Psicóloga
Directora y adiestradora del Proyecto Dog TherapyAAA
Miembro asociada de la red de proyectos de Mascotas Terapeutas.

Expresa que la labor que realizan es coadyuvar en la asistencia a usuarios y usuarias del sistema hospitalaria y de otros centros, por medio de actividades asistidas con sus mascotas y que estas actividades motivan emociones positivas que van asociadas con la relajación y otras actitudes que, según estudios científicos, favorecen la recuperación de la salud.

Al preguntarle ¿Qué considera usted que debe hacerse para que haya más voluntariado? Morales respondió que la cultura de ciudadanía activa y el voluntariado como parte de esa cultura.

En cuanto a la aceptación de Dog Therapy respondió que ha sido muy positiva en los centros donde se ha realizado la labor de DogTherapy.

Y que los medios que se utilizan para dar a conocer el trabajo son: Básicamente, las redes sociales: se tiene una cuenta en Facebook, una página web y un correo electrónico, así mismo se tiene un trifoliar con la información básica.

Cuentan con un grupo cerrado solo para voluntarios en el que comparten artículos interesantes para la formación de una cultura canófila, que debe interesar al colaborador del Proyecto, pues se trata de incentivar la cultura del respeto a los derechos básicos a los que debe tener acceso cualquier forma de vida.

Así mismo Carolina Morales expresa que la población acepta fácilmente las actividades asistidas; el personal médico y enfermeras aceptan los servicios e incluso existen organizaciones que las solicitan para apoyar los programas de salud mental que tienen a su cargo.

También comenta las necesidades básicas de Dog Therapy AAA, y es proyectarse a la población en general y encontrar más voluntarios cualquier persona que esté dispuesta a realizar la labor social.

Morales expresó que se necesita fomentar una actitud de servicio, dentro de una visión de ciudadanía activa, al entender que todas las personas podemos colaborar en mejorar nuestra sociedad con nuestro trabajo, en cualquier tipo de voluntariado.

2.4.2.3 entrevista 3

Miriam Hernández
Profesión: Licda. Administración de Empresas.
Directora y adiestradora del Proyecto Dog TherapyAAA
Miembro asociada de la red de proyectos de Mascotas Terapeutas.

La labor principal de Dog Therapy es realizar Actividades Asistidas por Animales o AAA, formulando actividades que tengan una Meta Terapéutica con la colaboración de personas (Voluntarios o Colaboradores) que deseen donar su tiempo en hospitales, asilos, centros asistenciales, fundaciones, etc.

Considera asimismo hacer conciencia para el voluntariado y de esa manera lograr posicionarse en la mente de los voluntarios potenciales que como bien se indica es un “voluntariado” en el cual la recompensa no es material, sino es ver a los pacientes felices con las mascotas, que un niño no se ha querido levantar y cuando ve a los perritos se levanta, esa es la real recompensa del voluntariado.

Resalta que es un compromiso con las personas que se ayudan, es algo que no se realiza solo una vez, es constante y se requiere de compromiso. Es algo para los demás no para uno mismo.

Es necesario dar a conocer más la labor que se hace, así como los resultados que se han obtenido, pero sobre todo hace falta el compromiso de los voluntarios con la labor que realizan, es necesario tener una estructura organizativa a nivel de

asociación que se pueda utilizar y que le de soporte a la red de proyectos con que se cuenta.

Afortunadamente la aceptación que ha tenido Dog Therapy en los lugares donde se realizan las actividades programadas es muy buena, Dog Therapy AAA, utiliza la página Web y el facebook para dar a conocer sus actividades y en algunas en prensa.

Dog Therapy AAA, enfrenta algunas necesidades y son las siguientes: Divulgación de sus actividades, Obtención de patrocinios para realización de actividades y para implementación de proyectos (revisteros en hospitales). Elaboración de uniformes. Contar con un dominio para la página web y Capacitación constante para voluntarios

El obstáculo por lo que Dog Therapy no se ha dado a conocer como parte de Mascotas Terapeutas, se debe a que aún no se ha realizado una campaña para dar a conocer la nueva estructura con que cuenta la Asociación .

Así mismo, aún se está afianzando la estructura tanto legal como organizativa, la cual es necesario cimentar para dar los próximos pasos.

Se necesita en primer lugar, tener una estructura sólida más grande para poder darles a las personas la atención que se merecen. Así mismo, divulgación de nuestra labor y actividades que realizamos así como voluntarios comprometidos con la labor que se realiza.

2.4.3 Encuesta

García define la encuesta como una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con intención de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población. Mediante la encuesta se obtienen datos de interés sociológico interrogando a los miembros de un colectivo o de una población.³⁷

Como características fundamentales de una encuesta, Sierra destaca la encuesta es una observación no directa de los hechos sino por medio de lo que manifiestan los interesados, es un método preparado para la investigación. Permite una aplicación masiva que mediante un sistema de muestreo pueda extenderse a una nación entera, hace posible que la investigación social llegue a los aspectos subjetivos de los miembros de la sociedad.³⁸

En este caso nuestra población es de 285, cantidad de seguidores de la fan page de Facebook, de acuerdo a la fórmula utilizada la muestra fue de 164.

2.4.4 Formula Aplicada a la Población

Es población finita cuando está delimitada y conocemos el número que la integran, En los problemas planteados en las distintas disciplinas se estudia el comportamiento de una o más variables sobre un conjunto de unidades, la variable es la característica estudiada que puede tomar distintos valores de unidad en unidad.³⁹

³⁷ **García Ferrando** Manuel Madrid, El análisis de la realidad social. Métodos y Técnicas de investigación Alianza Universidad, 1992

³⁸ Bravo Sierra, Técnicas de Investigación Social, Novena Edición, pag.21 Editorial Paraninfo. año 1994

³⁹ <http://www.monografias.com/trabajos87/calculo-del-tamano-muestra/calculo-del-tamano-muestra.shtml#ixzz3ISQPk1E>

Se utilizó la fórmula para el cálculo de muestras finitas, con un 95% de precisión y un 5% de margen de error, la cual dio como resultado un total de 164 encuestados.

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

2.4.5 Descripción de la Formula

Dónde:

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

$$n = \frac{285 * 1.962 * 0.05 * 0.95}{0.052 * (285 - 1) + 1.962 * 0.05 * 0.95}$$

n = 164 encuestados

2.5 Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
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				■																

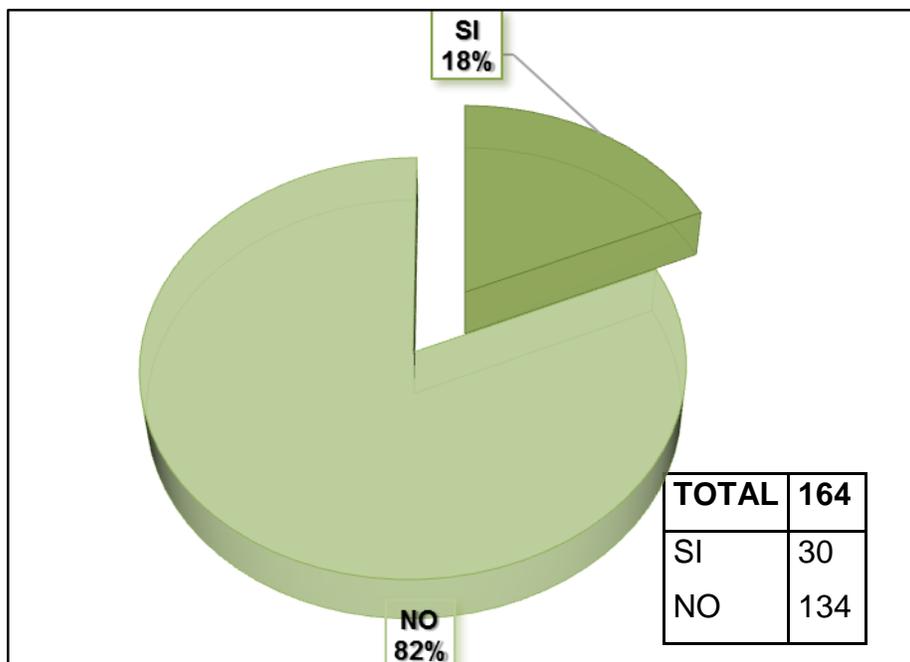
ACTIVIDADES	JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1 Curso propedéutico y diagnóstico de comunicación																								
2 Construcción de diagnóstico de comunicación																								
3 Curso propedéutico del Plan 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.

A continuación se presentarán los resultados de las encuestas realizadas.

2.6.1 Grafica 1

¿Conoces a alguna organización que trabaja con terapias asistidas por animales?

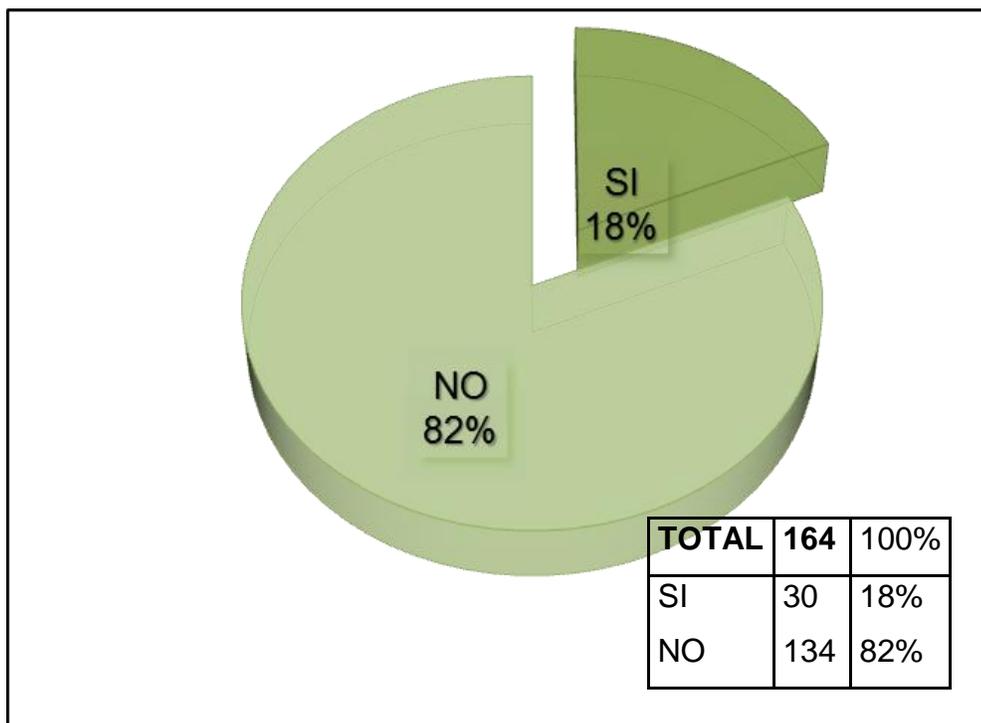


Fuente: Elaboración propia.

La muestra fue de 164, que equivale al 100% de nuestra población, se preguntó ¿Conoces a alguna organización que trabaja con terapias asistidas con animales? 34 respondieron Sí, lo que equivale al 18% y 130 respondieron NO, lo que equivale al 82%, esto da un total del 100%.

2.6.2 Grafica 2

¿Conoce el trabajo que realiza Dog Therapy AAA?

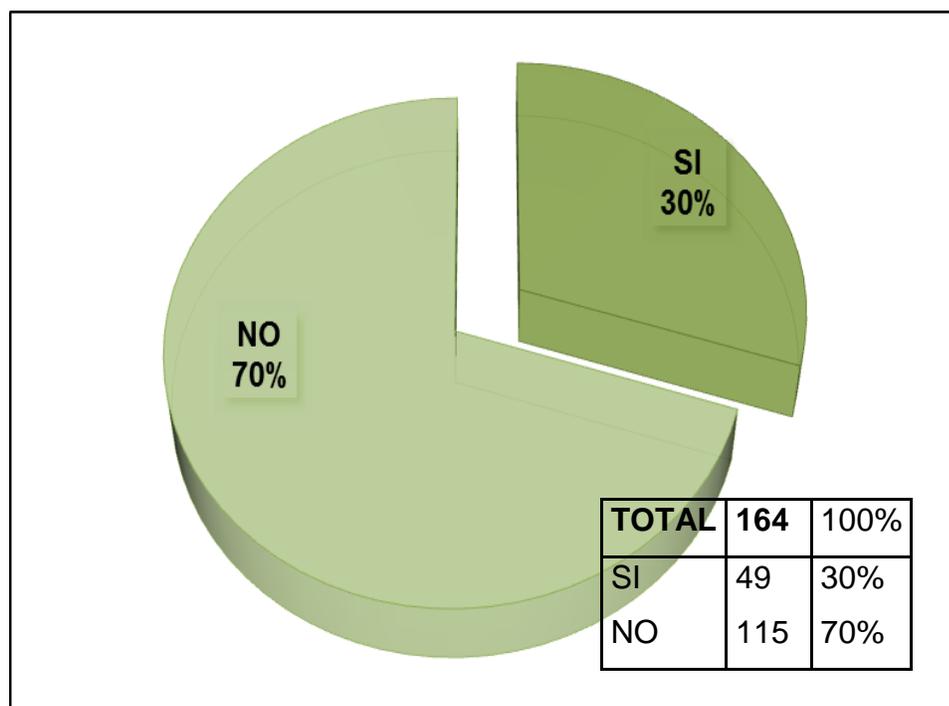


Fuente: Elaboración propia.

La muestra fue de 164, que equivale al 100% de nuestra población, se preguntó ¿Conoce el trabajo que realiza Dog Therapy AAA? 130 respondieron NO conocer el trabajo que realiza Dog Therapy AAA, lo que equivale al 82%, y 34 respondió si conocer el trabajo que realizan lo que equivale al 18% esto da un total del 100%.

2.6.3 Grafica 3

¿Conoce usted los beneficios de las actividades asistidas con animales?

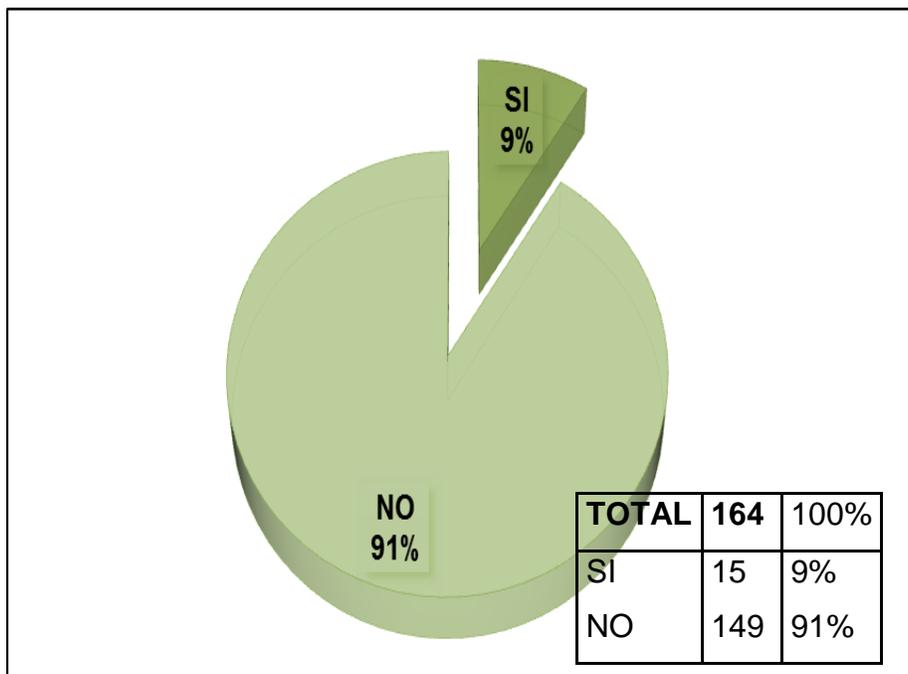


Fuente: Elaboración propia.

La muestra fue de 164, que equivale al 100% de nuestra población, se preguntó ¿Conoce usted los beneficios de las actividades asistidas con animales? 115 respondieron NO conocer el beneficio de las actividades asistidas, lo que equivale al 70%, y 49 respondió SI conocer el beneficio de las actividades asistidas con animales, lo que equivale al 30% esto da un total del 100%.

2.6.4 Grafica 4

¿Ha participado como voluntario en Dog Therapy AAA?

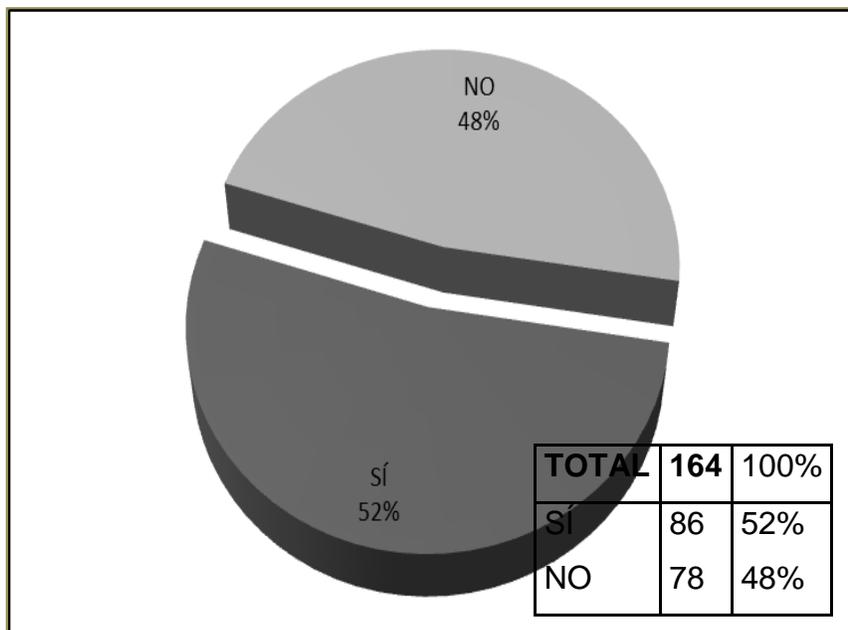


Fuente: Elaboración propia.

La muestra fue de 164, que equivale al 100% de nuestra población, se preguntó ¿Ha participado como voluntario en Dog Therapy AAA? 149 respondieron NO haber participado como voluntario lo que equivale 91%, y 15 respondió SI haber participado como voluntarios en Dog Therapy AAA, que sumado da un total 100%.

2.6.5 Grafica 5

¿Le gustaría formar parte del voluntariado de Dog Therapy AAA?

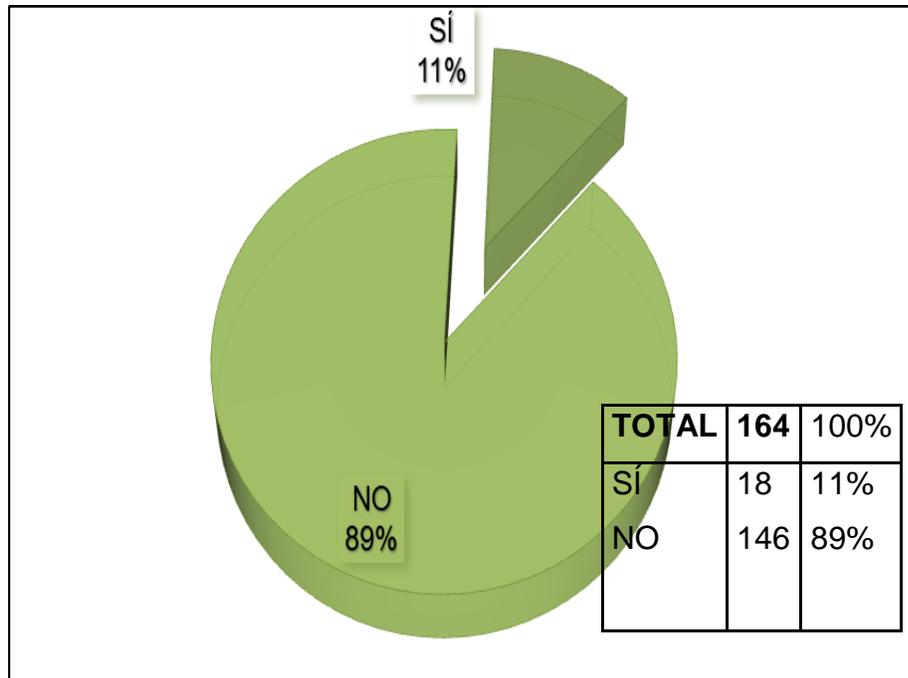


Fuente: Elaboración propia.

La muestra fue de 164, que equivale al 100% de nuestra población, se preguntó ¿Le gustaría formar parte del voluntariado de Dog Therapy? 88 respondieron SI lo que equivale al 52%, y 78 respondió NO lo que equivale al 48%, que sumado da un total de 100%

2.6.6 Grafica 6

¿Sabe usted cómo involucrarse en el voluntariado de Dog Therapy AAA?

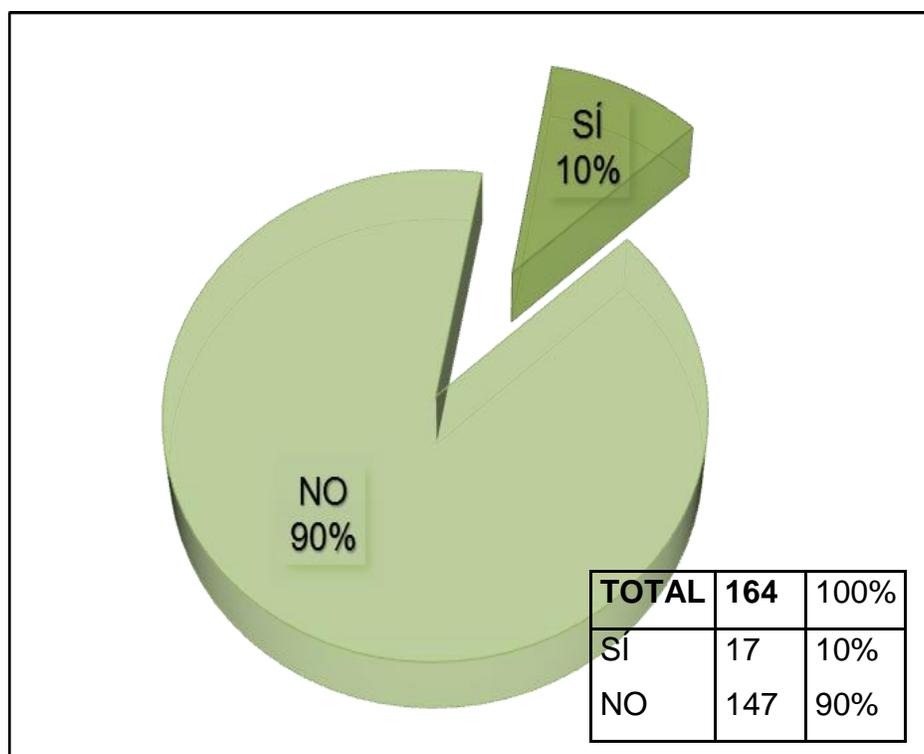


Fuente: Elaboración propia.

La muestra fue de 164, que equivale al 100% de la población, se preguntó ¿Sabe usted cómo involucrarse en el voluntariado de Dog Therapy AAA? 18 respondieron SI esto equivale al 11% y 146 respondieron NO lo que equivale al 89% que sumado da un total de 100%

2.6.7 Grafica 7

¿Sabe usted que Dog Therapy AAA es un proyecto de Asociación Mascotas Terapeutas?

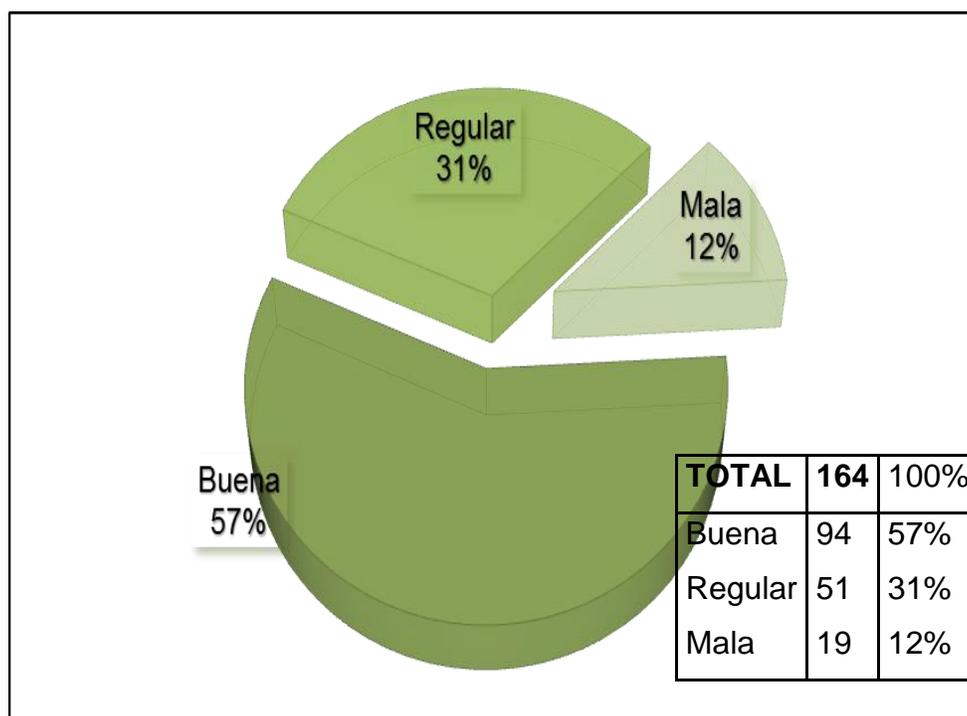


Fuente: Elaboración propia.

La muestra fue de 164, que equivale al 100% de la población, se preguntó ¿Sabe usted que Dog Therapy AAA es un proyecto de Asociación Mascotas Terapeutas? 17 respondieron SI lo que equivale al 10% y 147 respondieron NO lo que corresponde al 90% que sumado da un total del 100%.

2.6.8 Grafica 8

¿Cómo evalúa la labor que realiza Dog Therapy, AAA?

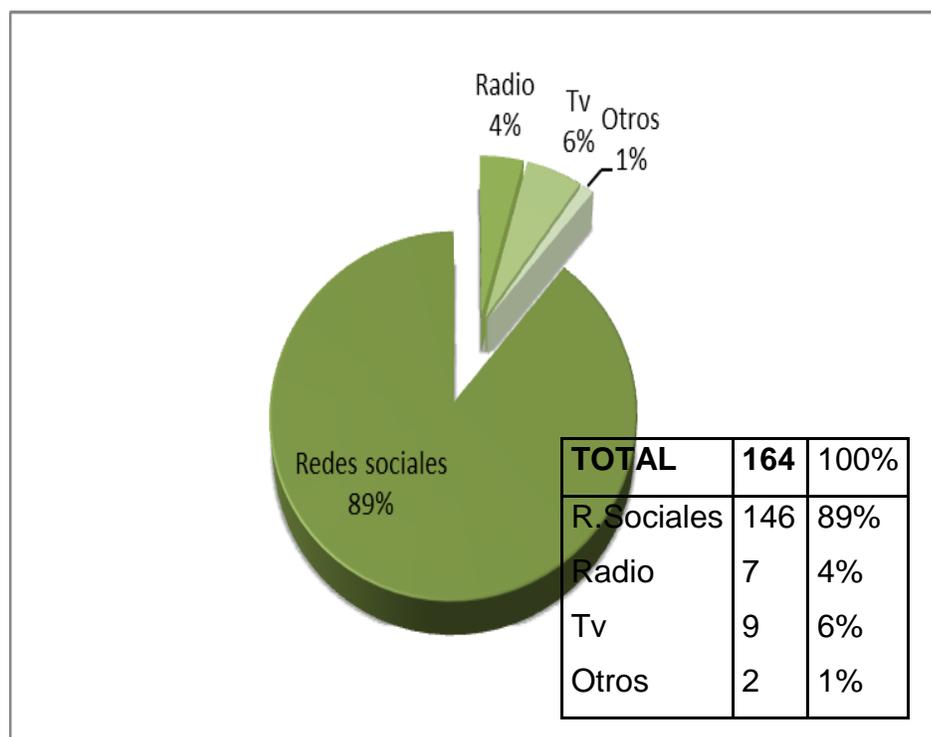


Fuente: Elaboración propia.

La muestra fue de 164, que equivale al 100% de la población, se preguntó ¿Cómo evalúa la labor que realiza Dog Therapy, AAA? 94 respondieron BUENA lo que equivale al 57%, 51 respondieron REGULAR lo que equivale al 31% y 19 personas respondieron que es MALA lo que equivale al 12% que sumado da un total del 100%

2.6.9 Grafica 9

¿Por qué medio se ha enterado del proyecto Dog Therapy AAA?

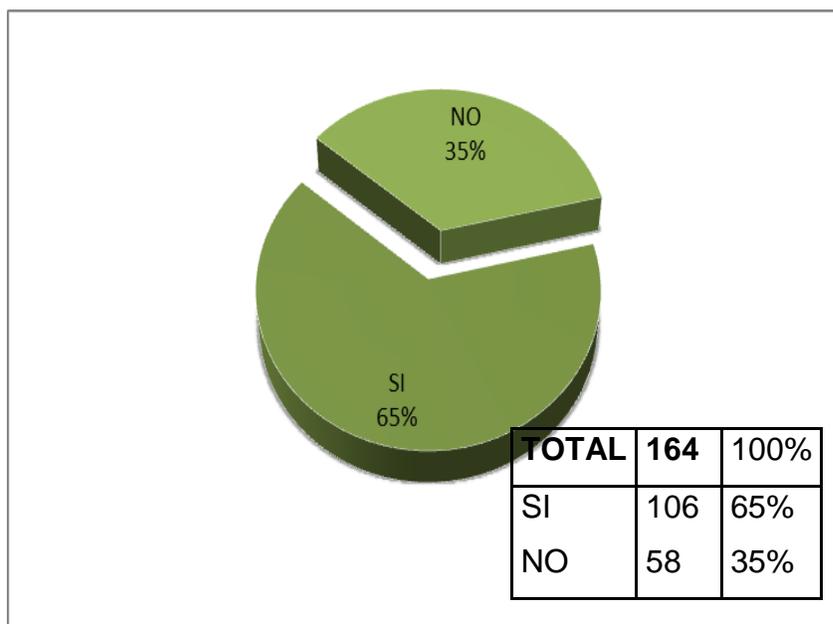


Fuente: Elaboración propia.

La muestra fue de 164, que equivale al 100% de la población, se preguntó ¿Por qué medio se ha enterado de Dog Therapy? 146 respondieron que por REDES SOCIALES lo que equivale al 89%, 7 personas informaron que por RADIO lo que equivale al 4 %, 9 personas respondieron que por TV lo que equivale al 6 % y 2 personas informaron que por OTROS medios lo que equivale al 1% y sumado esto da un total del 100%

2.6.10 Grafica 10

¿Está interesado en adiestrar a su perro?



Fuente: Elaboración propia.

La muestra fue de 164, que equivale al 100% de la población, se preguntó ¿Está interesado en adiestrar a su perro? 106 respondió SI lo que equivale el 65% y 58 respondió NO lo que equivale al 35%, que sumado da un total de 100%.

2.7 Conclusiones de la investigación.

Las organizaciones no lucrativas necesitan de la comunicación, ya que necesitan del apoyo y sensibilización de la sociedad para conseguir recurso y los mejores voluntarios. La comunicación es el mejor medio para relacionarnos con el público externo explicando lo que se hace y lo que se quiere hacer.

De acuerdo a la encuesta realizada hay desconocimiento de la población que son las actividades asistidas por animales, los requisitos para formar parte del voluntariado, los beneficios de las actividades asistidas por animales, como nace el proyecto.

Es necesario fortalecer la comunicación externa dando a conocer cuáles son las actividades que realiza el proyecto, donde está la sede de adiestramiento, los lugares donde se llevan las terapias asistidas, dando respuesta a las interrogantes de los voluntarios potenciales, esto favorecerá la formación de opinión e imagen del proyecto, esto creará confianza.

Afortunadamente se cuenta con la una fan page en la red social de Facebook, ya que el resultado de la encuesta demuestra que el 89% de la población encuestada conoció Dog Therapy AAA a través de las redes sociales. Lo que se puede aprovechar para dar a conocer las respuestas de las interrogantes de la población.

De aquí la necesidad de la actualización de la fan page y la página web con temas que respondan las dudas de los voluntarios potenciales para que se sumen al equipo de voluntarios activando la conciencia de la ciudadanía. Dog Therapy AAA es un proyecto de la Asociación de Macotas Terapeutas, pero la población lo desconoce, por lo que es importante dar a conocer el vínculo existente a través de publicaciones escritas y audiovisuales.

CAPITULO III

Propuesta de comunicación

3.1 Plan de comunicación

Según Morelo El Plan de Comunicación es el esqueleto, la base que permite practicar una comunicación institucional profesional. Como la comunicación es una labor que aborda multitud de actividades, que se dirige a numerosos tipos de públicos y puede tener desde uno hasta múltiples objetivos, es fundamental organizarla y llevarla a la práctica con un marco de referencia claro.⁴⁰

Estrategia de comunicación organizacional externa para fortalecer el proyecto de Dog Therapy AAA en las redes sociales.

3.2 Objetivo general

- Fortalecer la comunicación del proyecto Dog Therapy AAA, ante la sociedad a través de medios de comunicación.

1.2.1 Objetivos específicos

- Actualizar los canales de comunicación utilizados con información específica de interés.
- Mejorar el vínculo del Programa Dog Therapy AAA con la Asociación de Mascotas Terapeutas.
- Aprovechar los espacios de las actividades públicas con los diferentes medios de comunicación.

3.3 Concepto

Dogtors inyectando al corazón

⁴⁰ Molero Hermosilla Antonio José, El Plan de Comunicación ILGO, octubre-noviembre de 2005

3.4 Público objetivo

Fans de las redes sociales.

3.5 Descripción de la propuesta

- 1) Diseñar invitaciones para convocatorias a los medios de comunicación.
- 2) Entrevistas en medios de comunicación televisiva.
- 3) Capacitaciones de 2 horas cada una.
- 4) Mejorar Misión y Visión del proyecto Dog Therapy AAA.
- 5) Capsulas de audio de 60segundos.
- 6) Realizar calendarios digitales
- 7) Realizar sesión de fotos con voluntarios y mascotas.
- 8) Artes digitales de boletines a full color, tamaño carta para la fan page y la página web de Dog Therapy AAA.
- 9) Manta vinílica de un tamaño de 1.5*1.5 a full color.

3.6 Justificación de la propuesta

El plan de comunicación se realiza con el propósito de practicar una comunicación externa de manera profesional y lograr los objetivos planteados. Se sabe que la comunicación es indispensable para mantener buenas relaciones en todos los espacios, y las redes son una excelente herramienta de comunicación externa, para dar a conocer a una organización, por ello es importante capacitar sobre el buen uso de las redes sociales para que respondan o interactúen de una manera correcta con los seguidores de las redes.

Es importante dar a conocer la labor que realiza el proyecto ante la sociedad guatemalteca, a través de las redes sociales y los medios de comunicación por

ello es importante aprovechar los espacios que brindan los diferentes medios en las actividades en las que participa el voluntariado.

Así mismo es necesario crear conciencia de la importancia del voluntariado, a través de comunicados y boletines digitales, para crear flujo de información y que las redes sociales estén en acción, para ganar seguidores y lograr que más personas se involucren en el voluntariado para Dog Therapy AAA.

En nuestro medio existen personas reconocidas en diferentes espacios por lo que es propicio aprovechar el momento y realizar capsulas audiovisuales para invitar a la población a unirse al voluntariado.

Existe una misión y visión, pero es necesario reestructurarlo y publicarlo con diseños de artes y publicarlos en las redes sociales para captar la atención de los seguidores.

Para generar una relación más cercana con nuestros seguidores, se debe realizar un calendario anual con contenido de interés aprovechando las fechas importantes que tienen relación con la finalidad del proyecto, para no improvisar temas.

Así mismo es importante identificar el punto de reunión para el adiestramiento de las mascotas, con esto logramos visibilizar al proyecto y despertar el interés a que se sumen al voluntariado las personas que vean la manta en el club Monte María zona 12.

Es necesario que Dog Therapy AAA sea conocida y reconocida, por lo que es recomendable una dosis de relaciones públicas, conociendo diferentes medios de comunicación, jefes de información y periodistas, para tener una base de datos y así poder compartir convocatorias, boletines o información que deseamos sea publicada.

3.7 Estrategia para su implementación

- 1) **Diseñar invitaciones para convocatorias** a los medios de comunicación, para que le den cobertura a los eventos organizados por la Asociación de Mascotas Terapeutas y su red de proyectos, así ganar espacios en los diferentes medios de comunicación y generar opinión pública. De esta manera daremos a conocer el proyecto.
- 2) **Entrevistas en medios de comunicación televisiva** a la directoras o voluntarios para dar a conocer el proyecto Dog Therapy AAA, formas de involucrarse al voluntariado, necesidades del proyecto y áreas de cobertura.
- 3) **Realizar 4 capacitaciones** al año, de 2 horas cada una, se sugieren estos temas.

1	Buen uso de las redes sociales a los asociados de la Asociación y la red de proyectos de Mascotas Terapeutas para que respondan o interactúen de una manera correcta con los seguidores de las redes.
2	Comunicación efectiva y visibilización de las organizaciones en los medios de comunicación.
3	Como redactar boletines y comunicados de prensa.
4	Capacitación al vocero institucional.

- 4) **Mejorar Misión y Visión del proyecto Dog Therapy AAA** y publicarlo a través de artes. Para fortalecer la imagen del proyecto y patentizar la labor que realizan. (La misión y visión deben llevar mensajes concisos y breves para que respondan a las interrogantes, qué, quién y dónde)

Misión y visión actual.

MISION:

Somos un grupo de personas que se capacitan y unen esfuerzos para llevar a cabo actividades asistidas con nuestras mascotas, planificadas para atender las necesidades de pacientes menores de edad, adultos y adultos mayores que se encuentran recibiendo atención médica en diferentes centros asistenciales públicos, para coadyuvar en la mejora de su salud.

VISION:

Un grupo de personas profesionalizadas para realizar actividades asistidas por animales incorporadas en el campo de la salud mental como parte importante en el programa de salud nacional que ayude a la población más vulnerable a mejorar su calidad de vida.

Se propone la siguiente misión y visión mejorada.

Misión:

Planificar, capacitar y unir esfuerzos para realizar actividades asistidas con nuestras mascotas para atender a pacientes que se encuentran recibiendo atención médica en los diferentes centros asistenciales públicos.

Visión:

Profesionalización de voluntarios para realizar actividades asistidas por animales, incorporarlos en el campo de la salud mental como parte del programa de salud nacional, para ayudar a la población vulnerable a mejorar su calidad de vida.

- 5) **Realizar 8 capsulas de audio** de 60segundos con personas reconocidas para que inviten a la población a sumarse al voluntariado de Dog Therapy AAA para crear un mayor impacto y hacer conciencia de la importancia del voluntariado, publicarlos en la fan page y página web.

Capsula no. 1

Capsula audiovisual

Medio: Fan page y pagina Web Dog Therapy AAA

Personaje: Lic. Jorge de León Duque

Tema: Invitación a sumarse al voluntariado

Duración: 112 segundos

Control: Música entrada 10 seg.

Cortina: color verde, con el mensaje clave. Dogtors inyectando al corazón

Personaje: Jorge de León Duque, Procurador de los Derechos Humanos

Mensaje: Un llamado a todos estos eventos donde hay una participación de voluntariado es importante porque pone de manifiesto el interés que se presenta, en este caso que tienen que ver con el tema de los animales es importante que haya ese compromiso y ojalá nos uniéramos en voluntariado para estos temas de vital importancia en el país, si hubiere esa mística de trabajo en todos los temas de nutrición, salud Guatemala sería distinta, reitero el llamado y la invitación para el voluntariado.

El proyecto Dog Therapy sumamente complacido que se lleven a cabo ese tipo de eventos y reitero que no se quede allí nada más, si no que abarque otros temas a de importancia a nivel nacional.

Cortina: color verde, con mensaje Súmate al voluntariado de Dog Therapy y logotipos

Control: Música salida 7 seg.

Capsula no. 2

Capsula audiovisual

Medio: Fan page y pagina Web Dog Therapy AAA

Personaje: Lic. Rudy Camposeco

Tema: Invitación a sumarse al voluntariado

Duración: 134 segundos.

Control: Música entrada 10 seg.

Cortina: color verde, con el mensaje clave. Dogtors inyectando al corazón

Personaje: Rudy Camposeco, Comisionado Coordinador Contra la Discriminación en Guatemala CODISRA

Mensaje: Amigos y amigas nos estamos abocando a ustedes por este medio para convocarles a que se puedan sumar a un voluntariado que se está desarrollando en el marco de Dog therapy para que principalmente lo que se busca es que luego de un adiestramiento que tengan sus perros puedan ser agentes de sanidad y de un proceso de acompañamiento en personas que están sufriendo de alguna dolencia en los centros hospitalarios.

El perro es el mejor amigo del hombre.

Por eso es que estamos conscientes que estos animalitos pueden a través de una terapia asistida asistir a los enfermos en los centros hospitalarios y puedan ser agentes de sanidad y de salud para personas que lo necesitan.

Les hacemos la cordial invitación para que se sumen a este voluntariado en el marco del proyecto Dog Therapy los enfermos y personas con quebrantos de salud se lo van a estar agradeciendo.

Cortina: color verde, con mensaje Súmate al voluntariado de Dog Therapy y logotipos

Control: Música salida 8 seg.

6) Realizar calendarios digitales

Realizar calendarios de tamaño 22*28cm, a full color en digital publicarlo mensualmente.

- De fotografías de voluntarios y mascotas
- Actividades del mes:

Capacitaciones, adiestramiento y visitas a hospitales.

- Con temas de interés:

Para generar una relación más cercana con nuestros contactos y no improvisar temas.

Ejemplo de temas

- Higiene de las mascotas
- Día de la amistad, mi mejor amigo
- Día nacional de la no violencia contra la niñez
- Historias de vida de perros voluntarios de Dog Therapy AAA
- Día de la enfermera
- Día de la paz en Guatemala
- Importancia de las vacunas
- Día universal del niño

- Campañas anti cohetes por las mascotas.

7) Realizar sesión de fotos con voluntarios y mascotas.

- Para convocatoria de nuevos voluntarios.
- Día del niño
- Navidad
- Día del cariño

8) Artes digitales de boletines a full color, tamaño carta para la fan page y la página web de Dog Therapy AAA.

Para crear conciencia de la importancia del voluntariado, a través de boletines digitales, que serán publicados en las redes sociales. Se sugiere escribir y publicar los siguientes temas, una cada mes por un año. Con el propósito de dar a conocer el Proyecto e incrementar el número de seguidores y lograr incentivar a los voluntarios y patrocinadores potenciales.

Ejemplo de temas para los boletines mensuales.

- ¿Qué es voluntariado?
- ¿Qué valores son necesarios para brindar un voluntariado eficaz?
- ¡Voluntariados en el mundo que han dejado huella!
- ¿Cuál es la labor de Dog Therapy AAA?
- ¿Quiénes forman el equipo de voluntarios?
- ¿Cómo integrarme al equipo de voluntarios de Dog TherapyAAA?
- ¿Cómo puedo ser patrocinadora?
- ¿Cuáles son las necesidades de Dog TherapyAAA?

- ¿Qué razas de perros pueden ser voluntarios?
- ¿En qué beneficia la compañía de un perro?
- ¿Quiénes son los beneficiarios de las actividades asistidas por animales?
- ¡Mi perro el mejor Dogtor!

9) Manta vinílica de un tamaño de 1.5*1.5 a full color.

Identificar con una manta vinílica el lugar de adiestramiento que es el club Monte María zona 12. De un tamaño de 1.5*1*5 a full color. Con el propósito de visibilizar al Proyecto Dog Therapy AAA y identificar el punto de reunión para adiestramiento canino para el voluntariado y el objetivo del adiestramiento, agregando contacto para consultas y logotipos de la red de proyectos.

3.8 Recursos a utilizar

3.8.1 Recursos materiales

Alquiler cámara de video
Alquiler de cañonera capacitaciones
Alquiler de salón para capacitaciones
Cámara fotográfica
Celular
Computadora
Encuadernados
Fotocopias
Hojas
Impresiones finales de proyecto
Impresora
Internet
Lapiceros
Libros de texto
Línea telefónica
Material didáctico para terapias
Tinta para imprimir
Viáticos

3.9 Presupuesto

Estrategia	Descripción	Cantidad	Tamaño/tiempo	Precio
Diseño de convocatorias	Diseño invitaciones para convocatorias a los medios de comunicación.	12	45 X 60 cms.	Q. 1,200.00c/u
Entrevistas en medios televisivos	Entrevistas en medios de comunicación televisiva.	6	10 minutos	Q. 6,000.00
Capacitaciones	Capacitaciones para 12 personas con refacción y lugar.	4	2 horas cada una.	Q.3,300.00 c/u
Mejorar Misión y Visión	Mejorar Misión y Visión del proyecto Dog Therapy AAA.	2	45 X 60 cms.	Q. 150.00
Capsulas audiovisuales.	Capsulas de audio de 60segundos.	12	113segundos	Q. 300.00c/u
Calendarios digitales	Realizar calendarios digitales	12	Carta	Q. 150.00 c/u
Sesión de fotos	Realizar sesión de fotos con voluntarios y mascotas.	4	8.8 x 5 cms	Q. 2,000.00
Artes para boletines	Artes digitales de boletines a full color, tamaño carta para la fan page y la página web de Dog Therapy AAA.A full color, papel bond	6	Tamaño carta	Q. 350.00
Manta vinílica	Manta vinílica de un tamaño de 1.5*1.5 a full color	2	1*5 X1*5	Q. 150.00
TOTAL				Q13,600.00

Nota: cotizaciones en anexo.

3.10 Cronograma de ejecución

ACTIVIDADES	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 Crear conciencia de la importancia del voluntariado																								
2 Actualizar la información de la fan page																								
3 Mejorar la Misión y Visión del proyecto Dog Therapy AAA																								
4 grabar y editar y publicar capsulas de video																								
5 Realizar una sesión de fotos voluntarios y mascotas																								
6 Diseñar y publicar un calendario digital de actividades mensuales																								
7 Realizar un calendario con temas de interés																								
8 Realizar capacitaciones																								
9 diseñar manta vinílica para identificar lugar de adiestramiento																								
10 Realizar 2 entrevistas en tv para dar a conocer el proyecto																								
11 Diseñar convocatoria para medios de comunicación																								
12 Realizar una base de datos de periodistas																								

Capítulo IV Control y seguimiento

4.1 Ejecución de propuestas

4.1.1 Estrategia no.1 implementada:

Se diseño invitaciones para convocatorias a los medios de comunicación. Y este fue el resultado.

TV Azteca

CONVOCATORIA
ASOCIACIÓN MASCOTAS TERAPEUTAS
Invita a medios de comunicación a la
celebración de 14 años de voluntariado.

Lugar: 48 Calle 3-12 Zona 12,
Colonia Monte María I
(Club Monte María)

Nuestra labor no sustituyen medicamentos,
pero si somos un remedio para el alma
para todas las personas que visitamos en
los diferentes centros de salud.

Hora: 11:00am
Fecha: 24-05-2015

Mascotas
Terapeutas

Dog
therapy

Together

Silvia Garrido Celular 47399452

Listas para ayudar!



Diario de Centro América.



4.1.2 Estrategia no.2 implementada:

Entrevistas en medios de comunicación televisiva.

Entrevista en Tv Azteca

Entrevista en Tv Maya

Primera parte

Entrevista: En segmento Q´akaslemaal

Medio: Tv Maya el canal multicultural de Guatemala

Entrevistada: Licda. En Psico. Carolina Morales.

Entrevistador: Julio Vásquez

Cargo: Directora de Dog Therapy AAA / Adiestradora de mascotas.

Tema: Presentando el proyecto y sus actividades en el marco del día de la solidaridad.

Duración: 9 minutos con 55 segundos



Segunda parte

Entrevista: En segmento Q´akaslemal

Medio: Tv Maya el canal multicultural de Guatemala

Entrevistada: Licda. En Psico. Carolina Morales.

Entrevistador: Julio Vásquez

Cargo: Directora de Dog Therapy AAA / Adiestradora de mascotas.

Tema: Presentando el proyecto y sus actividades en el marco del día de la solidaridad.

Duración: 10 minutos

Control: Música entrada 5 seg.

Cortina: color verde, con el mensaje clave. Dogtors inyectando al corazón

Personaje: Psico. Carolina Morales, Directora y adiestradora Dog Therapy AAA

Mensaje: Formas de involucrarse, razas de mascotas y tipos de mascotas.

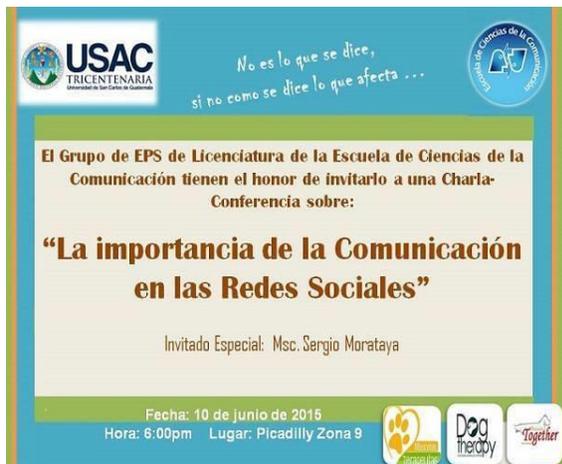
Control: Música salida 5 seg.



4.1.3 Estrategia no.3 implementada:

Se realizó capacitación de 2 horas cada una.

Tema: El buen uso de las redes sociales para que respondan o interactúen de una manera correcta con los seguidores de las redes.



Convocatoria enviada



Miembros de Dog Therapy AAA y Asociados. Asistieron a la capacitación

4.1.4 Estrategia no.4 implementada:

Se mejoró la Misión y Visión del proyecto Dog Therapy AAA. y se realizó la publicación en el siguiente arte.

Nuestra Misión



Planificar, capacitar y unir esfuerzos para realizar actividades asistidas con nuestras mascotas, para atender a pacientes que se encuentran recibiendo atención médica en diferentes centros asistenciales públicos.

Coadyuvando a la mejora de la salud.



dogtherapy.aaa.gt@gmail.com

Nuestra Visión



Profesionalización de voluntarios para realizar actividades asistidas por animales, incorporarlos en el campo de la salud mental como parte del programa de salud nacional, para ayudar a la población vulnerable a mejorar su calidad de vida.



dogtherapy.aaa.gt@gmail.com

4.1.5 Estrategia no. 5 implementada:

Se realizó la grabación y edición de capsulas audiovisuales.

Capsula no. 1

Capsula audiovisual

Medio: Fan page y pagina Web Dog Therapy AAA

Personaje: Lic. Jorge de León Duque

Tema: Invitación a sumarse al voluntariado

Duración: 112 segundos

Control: Música entrada 10 seg.

Cortina: color verde, con el mensaje clave. Dogtors inyectando al corazón

Personaje: Jorge de León Duque, Procurador de los Derechos Humanos

Mensaje: Un llamado a todos estos eventos donde hay una participación de voluntariado es importante porque pone de manifiesto el interés que se presenta, en este caso que tienen que ver con el tema de los animales es importante que haya ese compromiso y ojalá nos uniéramos en voluntariado para estos temas de vital importancia en el país, si hubiere esa mística de trabajo en todos los temas de nutrición, salud Guatemala sería distinta, reitero el llamado y la invitación para el voluntariado.

El proyecto Dog Therapy sumamente complacido que se lleven a cabo ese tipo de eventos y reitero que no se quede allí nada más, si no que abarque otros temas a de importancia a nivel nacional.

Cortina: color verde, con mensaje Súmate al voluntariado de Dog Therapy y logotipos

Control: Música salida 7 seg.

Capsula no. 2

Capsula audiovisual

Medio: Fan page y pagina Web Dog Therapy AAA

Personaje: Lic. Rudy Camposeco

Tema: Invitación a sumarse al voluntariado

Duración: 134 segundos.

Control: Música entrada 10 seg.

Cortina: color verde, con el mensaje clave. Dogtors inyectando al corazón

Personaje: Rudy Camposeco, Comisionado Coordinador Contra la Discriminación en Guatemala CODISRA

Mensaje: Amigos y amigas nos estamos abocando a ustedes por este medio para convocarles a que se puedan sumar a un voluntariado que se está desarrollando en el marco de Dog therapy para que principalmente lo que se busca es que luego de un adiestramiento que tengan sus perros puedan ser agentes de sanidad y de un proceso de acompañamiento en personas que están sufriendo de alguna dolencia en los centros hospitalarios.

El perro es el mejor amigo del hombre.

Por eso es que estamos conscientes que estos animalitos pueden a través de una terapia asistida asistir a los enfermos en los centros hospitalarios y puedan ser agentes de sanidad y de salud para personas que lo necesitan.

Les hacemos la cordial invitación para que se sumen a este voluntariado en el marco del proyecto Dog Therapy los enfermos y personas con quebrantos de salud se lo van a estar agradeciendo.

Cortina: color verde, con mensaje Súmate al voluntariado de Dog Therapy y logotipos

Control: Música salida 8 seg.

4.1.6 Estrategia no. 6 implementada:

Se realizó calendario digital con temas para escribir y publicar.



Fecha	Tema
Enero	Higiene de las mascotas
Febrero	Día de la amistad, "Mi mejor amigo"
Marzo	Día nacional de la no violencia contra la niñez, según decreto 37-2005
Abril	Historias de vida de mascotas de Dog Therapy AAA y de voluntarios.
Mayo /12	Día internacional de la enfermera
Junio/22	Día de la Paz en Guatemala
Julio/27	Día mundial del perro callejero
Agosto	Importancia de las vacunas
Noviembre/20	Día Universal del niño
Diciembre	Campaña para no quemar cohetes cerca de las mascotas

4.1.7 Estrategia no. 7 implementada:

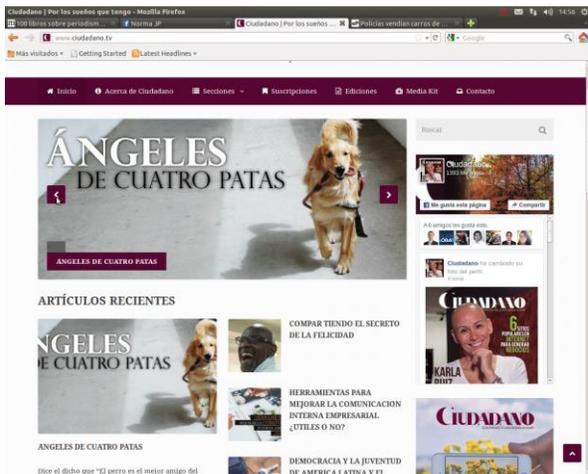
Se realizó sesión de fotos con voluntarios y mascotas.



4.2 Descripción de materiales utilizados.

Se procedió a realizar contactos con medios de comunicación.

Entrevista en radio en línea, Exprésate Guate. Se dio a conocer el proyecto Dog Therapy AAA



También se contactó con revista Ciudadano, allí se logró obtener un espacio para dar a conocer la labor de Dog Therapy AAA.

- ✓ En radio Emisoras Unidas de Guatemala y TGW salió una nota de Dog Therapy AAA y el voluntariado que realiza. 26 de mayo de 2015.
- ✓ En Revista Ciudadano salió la publicación de Dog Therapy AAA, con el tema Ángeles de 4 patas.
- ✓ El Diario de Centro América, el 19 de Junio publicó una nota de Dog Therapy AAA y las actividades que realiza.
- ✓ Tv Azteca Realizó una nota de Dog Therapy AAA, actividades que realiza, en el mes de mayo.
- ✓ Tv Azteca publicó dos notas de la carrera de rehabilitación en la que participó Dog Therapy AAA, la primera fue narrando las actividades que realiza Oso la mascota de Erick un voluntario y la otra nota entrevista de las actividades que se realizan, Psicóloga directora de Dog Therapy AAA publicada en el noticiero Hechos Meridianos de TV Azteca, el 19 de Junio, Así mismo se utilizó cámara de video, computadora, micrófono y DVDS para las capsulas audiovisuales.

4.4 Conclusiones finales

Al actualizar los canales de comunicación utilizados con información específica de interés se fortalecerá la comunicación organizacional externa, se logrará mejor alcance a los objetivos y posicionarnos en la mente del voluntario y patrocinador potencial.

Al aprovechar los espacios de las actividades públicas con los diferentes medios de comunicación se le dará importancia a la comunicación externa, el flujo de información se dará y las informaciones llegaran a los seguidores y voluntarios.

Al mejorar el vínculo del Programa Dog Therapy AAA con la Asociación de Mascotas Terapeutas, se logrará dar a conocer que pertenecen a la red de proyectos de Mascotas Terapeutas, por ello es importante agregar el logotipo de la Asociación y su red en cada publicación que se realiza en cualquier medio de comunicación utilizado.

Así mismo afirmamos que una comunicación creativa, eficaz y clara es la clave para lograr comunicación con los seguidores y se logrará el incremento de voluntarios, esto le dará una mejor imagen al proyecto y mayor credibilidad, abarcando áreas como motivación, servicio, valores en el voluntariado.

En conclusión este trabajo fue realizado con la finalidad de aportar sobre la importancia de la comunicación externa para cualquier organización con o sin fines de lucro, para mejorar la comunicación de forma efectiva y conseguir los resultados necesarios para el crecimiento del proyecto Dog Therapy AAA.

4.3 Recomendaciones generales

4.3.6 A Escuela de Ciencias de la Comunicación

- ✓ Darle siempre la prioridad de supervisar a los epesistas, para mayor respaldo y credibilidad del Ejercicio Profesional Supervisado.
- ✓ Delegar a supervisores con vocación ya que esto crea una mejor comunicación con el supervisor y supervisado y lograr mejores resultados. (Actualmente se tuvo esa experiencia gratificante)
- ✓ Actualizar pensum de estudios de acuerdo a la realidad a la que se enfrentan los estudiantes en los puestos de trabajo.

4.5.2 A la Institución

- ✓ La importancia de contar con los servicios profesionales de un comunicador social.
- ✓ Mantener actualizada la fan page con información de interés de los seguidores y voluntarios.
- ✓ Realizar por lo menos dos convocatorias a nuevos voluntarios durante el año.

4.6 -Bibliografía

1. Abril, Víctor Hugo, Técnicas e Instrumentos de la Investigación, Ph. D Pag. 6
2. Alberich P., y Roig, A. (Coords.). (2005). Comunicación audiovisual digital. Nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas. Barcelona: Editorial UOC.
3. Báez Evertz, Carlos J. La comunicación efectiva. 2000, Santo Domingo. Instituto Tecnológico de Santo Domingo, Santo Domingo.280p.
4. Ballesteros Fernández, 1980, pag.135
5. Bravo Sierra, Técnicas de Investigación Social, Novena Edición, pag.21 Editorial Paraninfo. año 1994
6. Bruno Daniela, Planificación de Procesos Comunicacionales, Universidad de Plata pag. 1
7. Bunge Mario, En el proceso de observación 733-734,717-734.Buenos Aires Argentina, año 1983.
8. Bunge Mario, La investigación científica y su Filosofía, 2da. Edición p 28.
9. Case P. Linda Manual de comportamiento Canino, Catedrática en la Universidad de Illinois, Departamento de Animal ciencia p10.
10. Davis Flora, La comunicación Externa 1998, España. ALIANZA. p270
11. Diccionario Cumbre, de la Lengua Española, Editorial Everest S.A. novena edición año 2007
12. Fernández Collado, Carlos, La Comunicación en la Organizaciones. 2ª edición., México: Trillas, 2002 (reimp. 2003), 273 pág. Martínez de Velasco, Alberto y Nonisk Abram, Comunicación
13. Flores Roque Cantú Comunicación Oral y Escrita p. 3. (1999)
14. García Ferrando Manuel Madrid, El análisis de la realidad social. Métodos y Técnicas de investigación Alianza Universidad, 1992
15. Ginger, Sociología. Barcelona. Edición península, 1998
16. Hernández, Fernández y Baptista, Metodología de Investigación (2006)
17. Información tomada de los archivos del Proyecto Dog Therapy AAA.

18. Jiménez Ileana Vargas, Revista Calidad en la Educación Superior, Costa Rica Volumen 3, Mayo 2012 pag. 119
19. León Mejía, Alma B. Estrategias para el desarrollo de la comunicación profesional. 2ª. Edición, México. NORIEGA EDITORES.p.250
20. Manual de Comunicación para investigadores, Fundación de la Universidad Autónoma de Madrid, pag. 5
21. Molero Hermosilla Antonio José, El Plan de Comunicación ILGO, octubre-noviembre de 2005
22. Monje Álvarez Carlos Arturo, Metodología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa, Edición Neiva 2011, P. 132
23. Monje Álvarez Carlos Arturo, Metodología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa
24. Niño Rojas, Víctor Miguel. 1985. Los procesos de la comunicación y del lenguaje, fundamentos y práctica. Colombia. ECOE EDICIONES. p31
25. Normas de bioseguridad y conducta en los centros de asistencia y hospitales®
26. PRIETO CASTILLO, Daniel; La comunicación en la educación, Ediciones CICCUS-La Crujía, Buenos Aires, 1999, pág. 81,
27. PRIETO CASTILO, Daniel; Diagnóstico de la comunicación, CIESPAL, Quito, 1990, pág. 311
28. Ramos Padilla Carlos G. La comunicación, un punto de vista organizacional .México: Editorial Trillas, 1991, p75
29. Tamayo y Tamayo, Mario Aprender a Investigar, año 1999. Pag. 100.
30. Villacorta O Manuel R.. Comunicación Social en Guatemala p.19 año 1987
31. Villacorta O Manuel R.. Comunicación Social en Guatemala p.27 año 1987
32. Zanoni Leandro, El Imperio digital, El nuevo paradigma de la comunicación 2.0 Edición Buenos Aires B.2008.p27

E grafías

1. <http://www.tiposdeinvestigacion.com/> los tipos de comunicación
2. Diccionario digital via Definicion ABC
<http://www.definicionabc.com/comunicacion/relaciones-publicas.php>
3. Guevara Liliana Comunicadora Social
<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n32/lguevara.html>
4. Por Ivan Thompson <http://www.promonegocios.net/publicidad/que-es-publicidad.html>
5. Tipos de Observación <http://www.tipos.co/tipos-de-observacion/>

4.7 -Anexos

Entrevista: (A personajes de la institución)



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Proyecto de EPS
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación



Toda información que proporcione será valiosa y confidencial, se utilizará únicamente para para fines investigativos.

1. ¿Cuál es la labor principal del Dog Therapy AAA?
2. ¿Cree que hace falta posicionar en la mente de voluntariados a Dog Therapy AAA?
3. ¿Qué considera usted que falta hacer para que haya más voluntariado?
4. ¿Cuál es la aceptación que ha tenido Dog Therapy AAA en los lugares donde se realizan las actividades programadas?
5. ¿Qué medios utiliza para dar a conocer el trabajo que realiza Dog Therapy AAA?
6. Considerando que Dog Therapy AAA cuenta con una fan page y una página web, ¿Cree que el contenido de ambas es de interés y actualizado, o es necesario actualizarlo?
7. ¿La Fan Page de Dog Therapy AAA en Facebook, la usan para informar las actividades próximas que realizan?
8. ¿Hay una persona encargada de actualizar la fan page y página web y con qué frecuencia la actualizan?

3.16 Encuesta



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Proyecto de EPS
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación



Toda información que proporcione será valiosa y confidencial, se utilizará únicamente para obtener datos estadísticos para fines investigativos.

Instrucciones: Marque con una X la respuesta que considere adecuada.

1. ¿Conoces a alguna organización que trabaja con terapias asistidas con animales?
Si ___
No ___
2. ¿Conoces el trabajo que realiza Dog Therapy AAA?
Si ___
No ___
3. ¿Conoce usted los beneficios de las terapias asistidas de Dog Therapy AAA?
Si ___
No ___
4. ¿Ha participado como voluntario en Dog Therapy AAA?
Si ___
No ___
5. ¿Le gustaría formar parte de voluntariado de Dog Therapy AAA?
Si ___
No ___
6. ¿Sabe usted como involucrarse en el voluntariado de Dog Therapy AAA?
Si ___
No ___
7. ¿Sabe usted que Dog Therapy es un proyecto de Asociación Mascotas Terapeutas?
Si ___
No ___
8. ¿Cómo evalúa la labor que realiza Dog Therapy AAA, en Guatemala?
Buena ___
Regular ___
Mala ___
9. ¿Por qué medio se ha enterado de Dog Therapy AAA?
Radio ___
Televisión ___
Redes Sociales ___
Otros ___
10. ¿Estaría interesado en adiestrar a su perro?
Si ___ No ___

Otras actividades

Socializando información de Dog Therapy AAA en el Kong Training Camp.



Adiestramiento canino

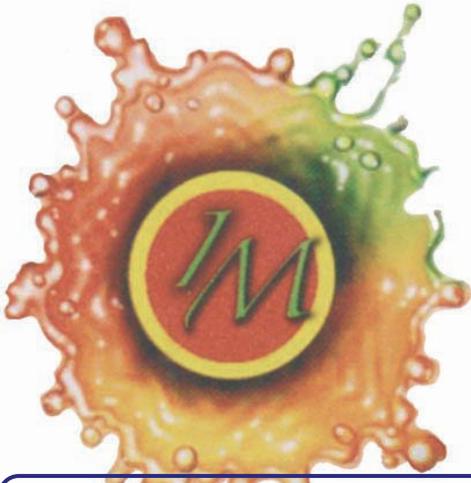


Participando en la carrera de rehabilitación del hospital San Juan de Dios y visitas al hospital



Impresos Monzon

3a. Avenida 6-39 Zona 9 Colonia Satélite Mixco



COTIZACION

Guatemala 24 de Julio de 2,015

Celular: 5954 - 8999

EMPRESA: DOG THERAPY AAA	NIT:	ATENCION: DOG THERAPY AAA
DIRECCION: Guatemala	TEL.:	

CANTIDAD	DESCRIPCION	TOTAL
02	Acrílicos tipo sándwich con impresión digital full color sobre texcote, alta resolución y separadores de aluminio de 0.46 * 0.31	Q. 575.00
	TOTAL	

OBSERVACIONES:

NOTA: Por favor le solicitamos el 50% de anticipo al autorizar la orden y el otro 50% restante al momento de recibir su mercadería.

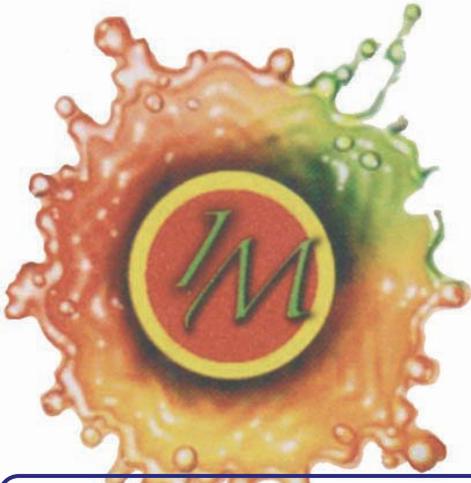
Fecha autorizada la orden	dia	mes	año

Nilmo Monzon
Nombre del Representante

Firma del Cliente

Impresos Monzon

3a. Avenida 6-39 Zona 9 Colonia Satélite Mixco



COTIZACION

Guatemala 24 de Julio de 2,015

Celular: 5954 - 8999

EMPRESA: DOG THERAPY AAA	NIT:	ATENCION: DOG THERAPY AAA
DIRECCION: Guatemala	TEL.:	

CANTIDAD	DESCRIPCION	TOTAL
01	Manta vinilica de 1.5 X 1.5 impresa a full color incluyendo el diseño	Q. 150.00
TOTAL		

OBSERVACIONES:

NOTA: Por favor le solicitamos el 50% de anticipo al autorizar la orden y el otro 50% restante al momento de recibir su mercaderia.

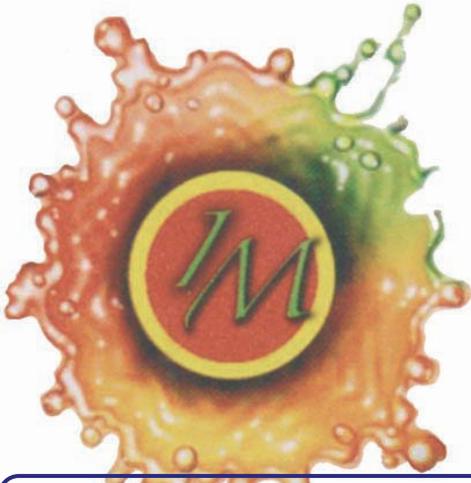
Fecha autorizada la orden	dia	mes	año

Nilmo Monzon
Nombre del Representante

Firma del Cliente

Impresos Monzon

3a. Avenida 6-39 Zona 9 Colonia Satélite Mixco



COTIZACION

Guatemala 24 de Julio de 2,015

Celular: 5954 - 8999

EMPRESA: DOG THERAPY AAA	NIT:	ATENCION: DOG THERAPY AAA
DIRECCION: Guatemala	TEL.:	

CANTIDAD	DESCRIPCION	TOTAL
06	Artes para publicarlos en redes sociales	Q. 350.00
TOTAL		

OBSERVACIONES:

NOTA: Por favor le solicitamos el 50% de anticipo al autorizar la orden y el otro 50% restante al momento de recibir su mercaderia.

Fecha autorizada la orden	dia	mes	año

Nilmo Monzon
Nombre del Representante

Firma del Cliente

Artes para la fan page



Dog therapy
libres trabajando con fines benéficos y altruistas

Tu mascota por la salud y bienestar

Together

Dogtherapy.aaa.gt@gmail.com

Libres trabajando con fines benéficos y altruistas



Dog therapy
libres trabajando con fines benéficos y altruistas

Together

Dogtherapy.aaa.gt@gmail.com



Listos para inyectar Corazones ❤️

Dog therapy
libres trabajando con fines benéficos y altruistas

Together

Dogtherapy.aaa.gt@gmail.com

Dogtors inyectando al corazón ❤️



Dog therapy
libres trabajando con fines benéficos y altruistas

Together

Dogtherapy.aaa.gt@gmail.com

Con responsabilidad, dedicación y sentido de servicio hacia los pacientes



Dog therapy
libres trabajando con fines benéficos y altruistas

Together

Dogtherapy.aaa.gt@gmail.com

No hay mejor psiquiatra en la Tierra, que un cachorro lamiendo tu cara

(Dem Williams)



Dog therapy
libres trabajando con fines benéficos y altruistas

Together

Dogtherapy.aaa.gt@gmail.com