

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

The seal of the University of San Carlos of Guatemala is a large, circular emblem in the background. It features a central figure of a man in a hat and robe, surrounded by various symbols including a castle, a lion, and a shield. The text "UNIVERSITAS CAROLINA ACADÉMICA COACTEMALENSIS" is written around the perimeter of the seal. The title of the work is overlaid on the seal.

**DIAGNÓSTICO, PROPUESTA Y ESTRATEGIA DE
COMUNICACIÓN INTERNA EN EL ALBERGUE MUNICIPAL DE
MASCOTAS MIXCO**

FRANCISCO JOSÉ POPOL MÉNDEZ

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, OCTUBRE DE 2021

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ejercicio Profesional Supervisado



**Diagnóstico, propuesta y estrategia de comunicación interna en el albergue
municipal de mascotas Mixco**

Comunicación

Presentado por:

Francisco José Popol Méndez

creando futuro

Previo a optar por el título de:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Asesor:

Evelin Morazán Gaitán

Guatemala, octubre de 2021

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Director

Lic. César Augusto Paiz Fernández

Consejo Directivo

Representantes Docentes

M.A. Silvia Regina Miranda López

Representantes Estudiantiles

José Guillermo Herrera López

Gerardo Iván Porres Bonilla

Representante de Egresados

M.Sc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretario

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

Comisión de EPS de Licenciatura

Coordinador

Dr. José María Torres Carrera

Supervisoras

M.A. Evelin Morazán Gaitán

M.A. Evelin Hernández

Lcda. Krista María Ramírez

Lcda. Brenda Yanira Chacón Arévalo

Supervisores

M.A. Marvin Sarmientos Yuman

Lic. Luis Fernando Lucero

Lic. Mynor René Martínez

Lic. Julio Sebastián Chilín



Guatemala, octubre 15 de 2021

Estudiante de EPS de Licenciatura
Francisco José Popol Méndez
Carné: 201502918
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Después de evaluar su trabajo académico impreso y de manera virtual, titulado: **“Diagnóstico, propuesta y estrategia de comunicación interna en el albergue municipal de mascotas Mixco”** y luego de haber sustentado el examen privado y defensa de su proyecto de EPS, de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se aprueba por unanimidad por parte del tribunal examinador.

Por tanto, se autoriza el trabajo final en el acta de cierre respectiva e impresión de su trabajo final de EPSL en un número de cinco (5) ejemplares impresos; así como tres (3) CD's con el documento incluido en formato PDF, los cuales deberá entregar un ejemplar a la institución o empresa, el resto a Coordinación del EPSL, que luego serán entregados a la Biblioteca Central, a Biblioteca de Flavio Herrera, y a Secretaría de la E.C.C.

Sin más que hacer constar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


M.A. Evelyn Morazán Gaitán
Supervisora


Dr. José María Torres Carasa
Coordenador

Escuela de Ciencias de la Comunicación
Coordinación EPS
LICENCIATURA
E.C.C.



Guatemala 22 de marzo de 2021
EPSL-C0178

Doctor:
Leonel Raúl González Flores
Coordinador
Albergue Municipal de Mixco
Presente.

Distinguido Doctor González :

Por medio de la presente se solicita aceptar como practicante del programa de graduación del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, al estudiante **Francisco José Popol Méndez**, carné no. **201502918** quién manifestó su deseo de hacer Práctica Supervisada en su institución, para el efecto se requiere lo siguiente:

- Extenderle, por favor una carta de aceptación y trabajar por *medios electrónicos y plataformas virtuales*.
- Facilitarle los materiales para hacer su práctica.
- Aceptar que dentro del Plan y Estrategia de Comunicación del 2020 de su institución, y que el estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico con *medios electrónicos o plataformas virtuales*, elaborar un plan y ejecutar una estrategia, que ayude al proceso de comunicación Interna o Externa de su institución.
- Autorizar que se supervise el Ejercicio Profesional –EPSL. cuando las condiciones sanitarias lo permitan por la emergencia Sanitaria actual por el COVID-19.
- Que se autorice el informe final de resultados de dicha investigación.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Dr. José María Torres Carrera
Coordinador EPS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

cc. Archivo
MA. Evelin Morazán

Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio M2, Ciudad Universitaria USAC
Zona 12, Ciudad de Guatemala, C.A.

www.comunicacion.usac.edu.gt

(502) 2418-8920



Ciudad de Mixco, 27 de abril de 2021

Dr. José María Torres Carrera
Coordinador EPS Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Dr. Torres:

Por medio de la presente me dirijo a usted, para hacer de su conocimiento que hemos autorizado al estudiante: Francisco José Popol Méndez, con número de carne 201502918, de la Escuela de Ciencias de la comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala la realización del Ejercicio Profesional Supervisado correspondiente a la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, en el Albergue Municipal de Mascotas Mixco, nos adaptaremos a las políticas de distanciamiento y protocolos sanitarios de su respetable institución.

Debiendo cumplir 800 horas de práctica comprendidas en el periodo del 15 de marzo al 30 de agosto del 2021.

Atentamente.



Leonel Raúl González
Encargado del Albergue Municipal de Mascotas Mixco

Para efectos legales, únicamente el autor es responsable del contenido del presente trabajo.



Dedicatoria

Este Ejercicio Profesional Supervisado lo dedico a cada uno de mis seres queridos, familia y amigos, quienes han sido un pilar importante en mi vida para seguir adelante. En donde con mucho esfuerzo y dedicación al trabajo me lo he ganado.

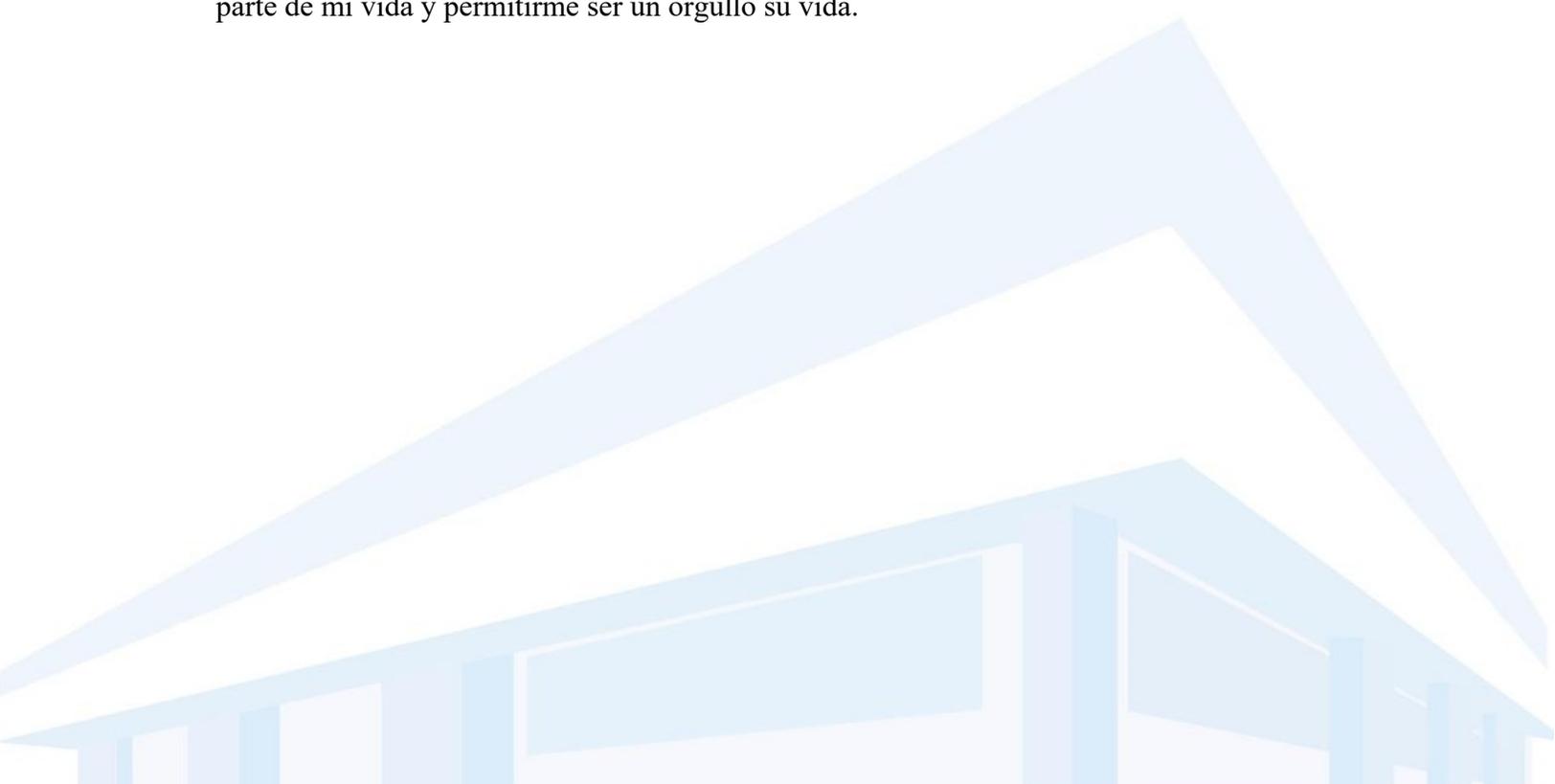
Dedicatoria a mi madre Verónica Méndez, quien día con día me motiva a ser una mejor persona y profesional día con día, quien es mi orgullo de ser lo que seré.

Dedicatoria a mis abuelos, Hilda, Berta, Hugo y Gustavo, quienes son la razón de sentirme tan orgulloso de culminar mi meta, por confiar y educarme siempre.

Dedicatoria a cada uno de mis tíos, quienes, desde el ejemplo profesional y el cariño, me apoyaron, educaron y fueron parte de mi formación humana y profesional.

Dedicatoria a cada uno de mis amigos, quienes al igual que mi familia me apoyaron día a día a seguir adelante y no darme por vencido, quienes tengo el orgullo de llamar colegas y que formaron parte de mi formación humana y profesional de quien soy y seré.

Y sin dejar atrás a toda mi familia, quienes confiaron en mi, a todos y cada uno gracias por ser parte de mi vida y permitirme ser un orgullo su vida.



Agradecimientos

Primeramente, a Dios, por la oportunidad diaria de vivir y de poder desarrollar este proyecto con su bendición y cuidado cada día.

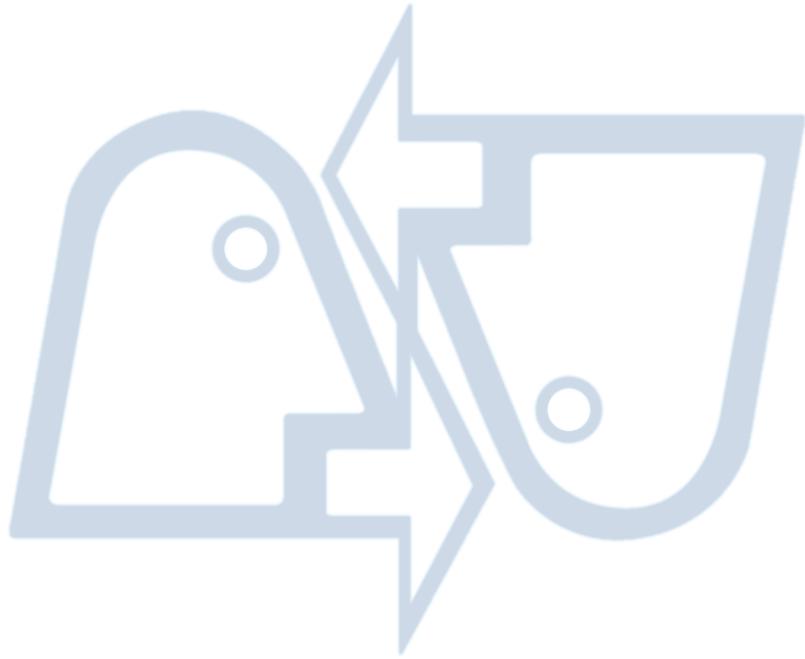
Agradecimientos desde el primer día que la universidad me dio la bienvenida al mundo tal y como es, las oportunidades que me han brindado son incomparables, y antes de todo esto ni pensaba que fuera posible que algún día si quiera me topara con una de ellas, quien formó a un profesional bajo los ideales San Carlistas.

Agradecimiento a la Escuela de Ciencias de la Comunicación, los catedráticos, compañeros y coordinación en general quienes bajo los pilares de la comunicación ofrecieron cátedra profesional a cada uno de nosotros y de los copiosos conocimientos que cada uno me han otorgado.

Agradecimiento a los supervisores y coordinación del Ejercicio Profesional Supervisado, quienes bajo el profesionalismo de la carrera y la catedra profesional que los identifica apoyaron a todos y cada uno de los estudiantes.

Agradecimiento a la institución que me abrió las puertas desde el primer momento y colaboraron en todo lo posible para que se logrará la realización de este proyecto.





Comunicación
creando futuro



INDICE

Índice de Figuras	i
Índice de Tablas	ii
Introducción	iii
Antecedentes	v
Justificación	vi
Capítulo 1	1

Diagnóstico de Comunicación

1.1. La institución	1
1.2. Perfil Institucional	1
1.3. Ubicación geográfica	2
1.4. Integración y alianzas estratégicas	4
1.5. Origen e historia	5
1.6. Departamentos o dependencias de la institución	6
1.7. Organigrama de la Empresa	7
1.8. Misión	7
1.9. Visión	7
1.10. Objetivos Institucionales	8
1.11. Público Objetivo	8
1.12. Diagnóstico	9
1.13. Objetivo General y Específicos	10
1.14. Tipos de Investigación	11
1.15. Enfoque	12
1.16. Técnicas de recolección de datos	13
1.16.2. Documentación	16
1.16.3. Entrevistas a profundidad	17
1.16.4. Grupos focales	18
1.16.5. Encuestas	19
1.17. Interpretación de Resultados	21
1.18. FODA: Definiciones	47
1.19. Problemas detectados	49
1.20. Planteamiento del problema	50
1.21. Indicadores de éxito	50
1.22. Proyecto a desarrollar	50



Capítulo 2	51
------------------	----

Plan estratégico de Comunicación

2.1. Plan de Comunicación	51
2.2. Misión.....	52
2.3. Visión.....	52
2.4. Elementos comunicacionales.....	52
2.4.1. Comunicación Organizacional:	53
2.4.2. Comunicación Externa:	53
2.4.3. Comunicación Interna:	56
2.5. Alcances y límites de la estrategia.....	59
2.6. Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional	59
2.6.1. Objetivo general y específicos:.....	60
2.6.2. Acciones para Conseguir los objetivos.....	60
2.6.3. Indicadores para medir su cumplimiento.....	61
2.6.4. Los instrumentos.....	62
2.6.5. Actividades para la operatividad de la estrategia	62
2.7. Financiamiento	64
2.8. Presupuesto	65
2.9. Beneficiarios	65
2.10. Recursos Humanos	66
2.11. Área Geográfica de Acción	66
2.12. Cuadro comparativo de la Estrategia.....	67
2.13. Cronograma del Plan de comunicación	69
Capítulo 3	70
Ejecución de la Estrategia	
3. Informe de la ejecución	70
3.1. Ejecución 1: Avisos de uso de mascarillas y distancia social.	70
3.2. Ejecución 2: Bitácora de Signos Vitales.....	71
3.3. Ejecución 3: Botones	72
3.4. Ejecución 4: Manual de empleado.....	73
3.5. Ejecución 5: Sesión Fotográfica	74
3.6. Actividades y Calendarización	75
Conclusiones.....	76
Recomendaciones	77
Referencias	78
E grafías.....	79
Anexos	82



Índice de Figuras

Figura 1 - Ubicación Geográfica albergue municipal de mascotas Mixco.....	2
Figura 2 – Ubicación y distancia Geográfica albergue municipal de mascotas Mixco hacia Municipalidad de Mixco.....	3
Figura 3 – Ubicación y distancia Geográfica albergue municipal de mascotas Mixco hacia Parque “DogPark”.....	3
Figura 4 - Organigrama Director de Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad de Mixco.....	7
Figura 5 - ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en el albergue?	21
Figura 6 - ¿Le gusta trabajar aquí?	22
Figura 7 - ¿Cree que el albergue tiene claro sus objetivos?	23
Figura 8 - ¿Conoce la misión/visión de la municipalidad?	24
Figura 9 - ¿Conoce las reglas del albergue?	25
Figura 10 - ¿Se lleva bien con sus compañeros?	26
Figura 11 - ¿Conoce el trabajo que sus compañeros desempeñan?	27
Figura 12 - ¿Considera que la comunicación entre los diferentes departamentos fluye bien?.....	28
Figura 13 - ¿Se siente identificado con el albergue?	29
Figura 14 - ¿Toman en consideración su opinión?	30
Figura 15 - ¿Tiene la confianza de comunicarse con sus superiores y compañeros?	31
Figura 16 - ¿Se siente identificado con el lugar?	32
Figura 17 - ¿Se encuentra respaldado y motivado por el equipo de trabajo?	33
Figura 18 - Respecto a la pandemia, ¿Cree que dentro del albergue los protocolos de bio- seguridad son los adecuados?.....	34
Figura 19 - ¿Sus jefes o superiores muestran interés en usted?	35
Figura 20 - ¿Tiene <i>WhatsApp</i> ?	36
Figura 21 - ¿Cómo se comunica con sus compañeros y superiores?	37
Figura 22 - ¿Existen reuniones o convivencias internas?	38
Figura 23 - ¿Qué mejoraría usted dentro del albergue?	39
Figura 24 - Respecto a su experiencia en el albergue, está:	40
Figura 25 - Respecto al entorno laboral se encuentra.....	41



Índice de Tablas

Tabla 1 - Pregunta 1: ¿Como han afrontado la nueva normalidad dentro de las instalaciones del albergue.....	42
Tabla 2 - Pregunta 2: ¿Qué medidas cree que se podrían mejorar?.....	43
Tabla 3 - Pregunta 3: ¿Conoce la misión y visión del albergue? ¿Cree qué ha evolucionado?.....	44
Tabla 4 - Pregunta 4: ¿Cree que existen problemas entre compañeros?.....	45
Tabla 5 – Pregunta 5: En breves palabras, ¿Cómo es el impacto de las publicaciones?.....	46
Tabla 6 - Alcances y Limites.....	59
Tabla 7 – Instrumentos.....	62
Tabla 8 – Presupuesto.....	65
Tabla 9 – Beneficiarios.....	65
Tabla 10 – Cuadro Comparativo de la Estrategia.....	67
Tabla 11 – Cronograma del Plan de Comunicación.....	69
Tabla 12 – Actividades y Calendarización.....	75



Introducción

Con el fin de que la comunicación interna dentro del albergue municipal de mascotas Mixco mejoré, junto a que las prevenciones y procesos de desinfección contra Covid-19 de igual manera se fortalezcan, se presentó el plan estratégico de comunicación.

La etapa de planificación del plan estratégico inicia luego de la etapa diagnóstica, que es la llave para iniciar el proceso de realización del proyecto, donde se reconocen los posibles problemas que la institución posee a evaluar y donde se espera determinar puntos importantes que serán relevantes durante la elaboración de dicho proyecto.

Se tuvo en cuenta la situación del país frente a la pandemia del virus Covid-19, por lo cual la realización de diagnóstico y planificación fueron llevadas a cabo bajo el cuidado, prevención y manejo de las bases fundamentales para el cuidado de los colaboradores de la institución y el cuidado del estudiante, concluyendo con un trabajo a distancia con visitas regulares al lugar.

Para la Planificación del plan estratégico se necesitó un análisis profundo y estipulado de los resultados obtenidos en la etapa de diagnóstico. Una vez con la información y los análisis de los ya mencionados resultados. Es donde el proceso de planificación toma un giro completo referente a el propósito de la institución.

Al referirse a que será una planificación de comunicación interna, se realiza una investigación de diferentes objetivos que se esperan completar y lograr. Según el estado de la organización, como se tiene entendido el albergue se mantiene a base de donaciones, por lo que no cuentan con un apoyo directo de la Municipalidad además de sueldos, las diferentes acciones y actividades que se busca realizar rondan un presupuesto accesible.

Luego de tener el conocimiento de las actividades, acciones y objetivos que se desean cumplir y realizar en el proyecto de comunicación estratégica, se realizó un presupuesto donde el financiamiento está dividido un aproximado de 50% la organización y 50% el estudiante de EPS.



En dónde se esperó, que el cumplimiento de las diferentes actividades, acciones y objetivos, no únicamente mejoren la comunicación interna del lugar, si no que también la relación y la cultura organizacional que se tiene dentro del lugar.

Seguido de la respectiva idea por parte de la institución de continuar con el trabajo de mejorar en las diferentes áreas que el estudio y el trabajo realizado luego de la etapa del ejercicio profesional supervisado lograron identificar y propusieron diferentes acciones para la resolución de las ya mencionadas áreas.



Antecedentes

El albergue municipal de mascotas Mixco es una extensión de la municipalidad de Mixco, que surge luego de la problemática que el municipio enfrentaba en cuanto al abandono y sobrepoblación de perros de la calle.

Al ser una institución que en redes sociales es bien aceptado por la población, se indagó en el desarrollo interno del mismo, debido a que no se identificaba una diferencia entre la municipalidad y el albergue en cuanto a puntos específicos, lo que llevó al estudio interno del mismo y de como los mismos colaboradores se sentían respecto al trabajo social que desempeñan diariamente para el bien de los albergados.

Por lo que al ser una institución con un impacto social referente al cuidado y conciencia animal, que al día de hoy continúa siendo de interés para una gran cantidad de la población. En donde el estudio teórico no fue presenciado hasta el momento de la realización de dicho proyecto, que lo deja con un espacio abierto frente a próximas investigaciones.

La comunicación, tanto interna como externa, para una organización significan la base de su desarrollo. Al hablar del albergue municipal de mascotas Mixco, no se encontró información respecto a informes o investigaciones realizadas respecto a ninguna carrera académica hasta el momento, además de ser una institución que hasta esta investigación únicamente se encontró con practicantes del área de Medicina Veterinaria.

Aún así, se puede mencionar que, en cuanto a publicidad, principalmente impresa, se identifican las gigantografías y vallas que posee el establecimiento por fuera e internamente, de la misma forma se notificó que, antes de la pandemia, durante las diferentes ferias de adopción que el albergue organizaba, ellos entregaban afiches con información importante respecto a la adopción y el trabajo de ellos.

Seguido de los *Roll up* con el logo y demás información ofrecida en las ya mencionadas ferias de adopción. Por otro lado en cuanto a redes sociales, que es el lugar en donde más información es encontrada.



Justificación

Al tomar en cuenta que esta es la primera investigación realizada en el albergue municipal de mascotas Mixco, es notable que existan puntos de vista diferentes y diferentes problemas en la comunicación interna como externa, luego de conocer los diferentes problemas principales de la comunicación interna se llegó a la conclusión el plan estratégico será enfocado en esto.

En donde se busca la apertura a futuros estudiantes, investigadores y profesionales que deseen realizar un trabajo en el establecimiento, de cualquiera de las áreas profesionales, en donde posean un punto de inicio en investigaciones, tanto de manera interna, como de manera externa.

Luego de obtener los resultados mencionados con anterioridad, gracias a la metodología utilizada en este estudio, se identificó que uno de los problemas principales es la falta de cultura organizacional dentro del albergue, de igual forma se identificó que el ambiente laboral no se encuentra en óptimas condiciones.

Sin embargo, cabe aclarar que no es un ambiente laboral negativo, mucho menos tóxico, sino que no es perfecto, siendo este el punto por el cual esta planificación fue elaborada y presentada ante los titulares del albergue.

Por otro lado, al continuar con los problemas detectados y la manera en la que se espera resolver los mismos, se observó un descontento por parte de algunos de los colaboradores por la falta de desinfección por parte del albergue, al determinar que el albergue se sostiene a base a donativos.

Se obtuvo y propuso la idea de un termómetro y de un oxímetro, estos servirán y serán utilizados en una bitácora diaria de síntomas y signos vitales, que colaborarían con el manejo, prevención de la esparción y cuidado para con los colaboradores del virus Covid-19.

Así mismo, al mencionar el punto de vista de una cultura organizacional en el sentido de pertenencia que se desea transmitir hacia los colaboradores del albergue, se propuso la realización del manual de empleado donde los diferentes puntos importantes dentro de la cultura



organizacional estén estipulados y escritos para el conocimiento de todos, como lo dice su nombre un manual.

Junto con una sesión fotográfica y la realización de diferentes actividades, entre las cuales se define la cartelera informativa y el buzón de sugerencias, que busca, además de lo ya mencionado, una mejora en cuanto a el ambiente laboral que existía de manera interna.

Luego, con de la sesión fotográfica ya mencionada, en la cual se tomará fotografía de cada uno de los colaboradores y una grupal que puedan tener a la vista de todos, y en el gafete personal de cada uno. Seguido con la continuación de actividades como lo es la celebración mensual de cumpleaños interna, la celebración de logros y la posible implementación de cobertores de mascarillas personalizados con el logo del albergue para mejorar el sentido de pertenencia.



Capítulo 1

Diagnóstico de Comunicación

1.1. La institución

Albergue municipal de mascotas Mixco

1.2. Perfil Institucional

El albergue municipal de mascotas Mixco es un centro anexo de la municipalidad de Mixco, dedicado al bienestar de perros de la calle. Siempre ha sido caracterizado por su buen desempeño humano, su profesionalismo y papel de “héroe” frente al municipio y la ciudad. En donde se ofrece cuidado, bienestar, castración, protección y rescate si el caso lo amerita, hacia perros y animales en general, que se encuentran en situación de calle o de desamparo.

A lo largo de los tres años que lleva en labor de manera oficial y constituido, donde por medio de una petición por parte de una gran cantidad de la población del municipio y por parte de proyectos para los mixqueños, en donde se buscó así el bienestar de tantos perros desamparados en las calles del municipio, junto con el cuidado y protección de otros animales de la calle.

Debido a diferentes situaciones, como en este caso la pandemia, el albergue se vio limitado a la realización de diferentes actividades que acostumbraban a realizar, como lo es el movimiento de voluntariado para el albergue, la feria de adopciones y actividades internas de convivencia. Continúan con la búsqueda de diferentes métodos para continuar con el proceso de adopciones, como el uso de redes sociales y medios de comunicación alternativos.

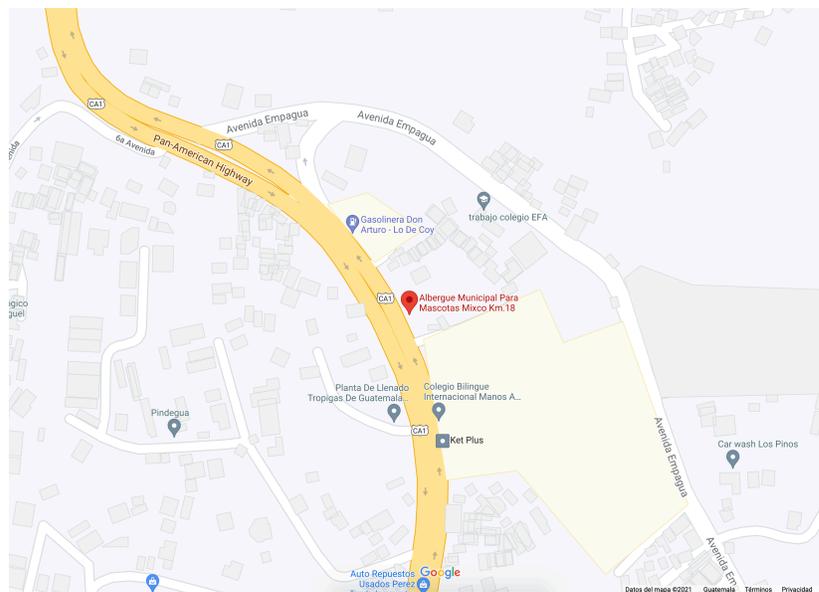
Lamentablemente luego de las últimas actualizaciones de medidas respecto a la pandemia del virus Covid-19, se canceló su última propuesta de adopciones.



1.3.Ubicación geográfica

El albergue municipal de mascotas Mixco tiene sus oficinas centrales en el kilómetro 18 de la Ruta Panamericana, Mixco. Junto a una sede de gasolinera Don Arturo y la cede central de Sequipan Guatemala. No tiene una ubicación tan bien posicionada, debido a la gran alfluencia vehicular que puede llegar a tener a lo largo del día y de su poca variedad de parqueos exteriores, sin embargo posee espacio para el ingreso de ambulancia.

Figura 1

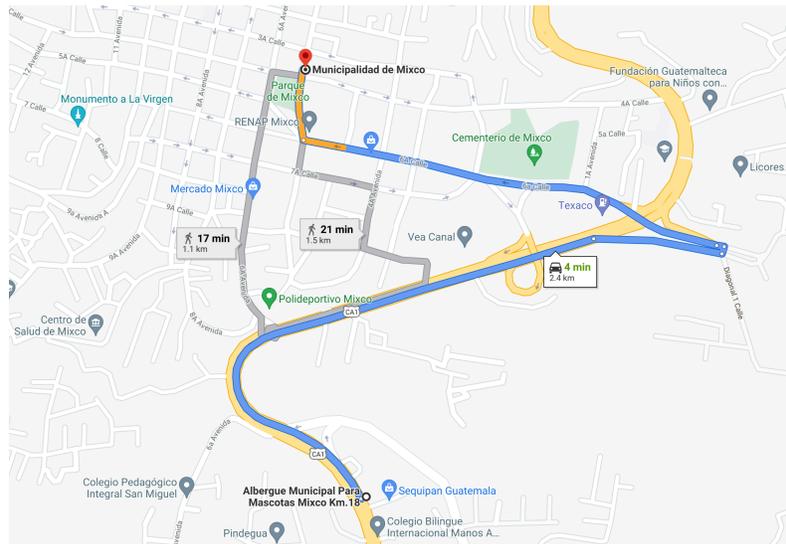


Ubicación geográfica Albergue Municipal para Mascotas Mixco
Fuente: Google Maps. Recuperado 20 de abril del 2021

Comparado con las oficinas centrales de la municipalidad de mixco, ubicadas en Calle 4-65 zona 1 Mixco, se encuentra un poco retirada, estando más cerca del área de San Cristobal, que tambien forma parte de Mixco, pero no en el área central. Habiendo sido creado tres años atrás, en fecha de Diciembre del año 2017. La posición del mismo se debe a que en el área de San Cristobal existe un parque para máscotas en donde la Municipalidad de Mixco Ofrece diferentes puestos y actividades para las personas y sus mascotas.



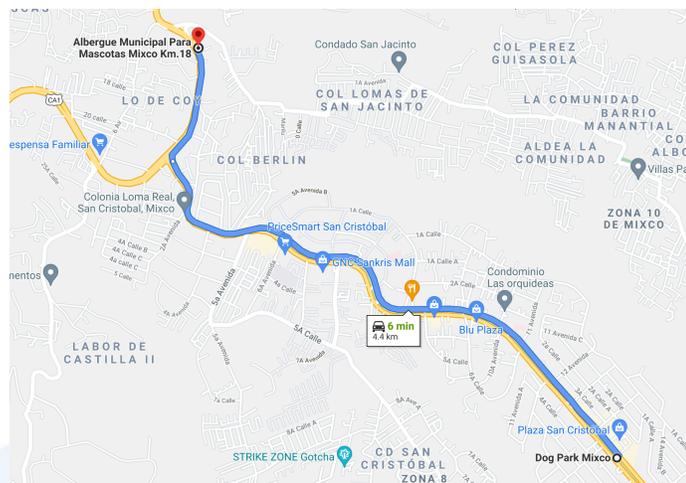
Figura 2



Ubicación geográfica Albergue Municipal para Mascotas Mixco y Cede central de la Municipalidad de Mixco
Fuente: Google Maps. Recuperado 20 de abril del 2021

Luego de la búsqueda de un punto céntrico que aún formará parte del área de Mixco, se instaló el “DogPark” en el área de San Cristóbal, ubicado en 3ra. calle bulevar San Cristóbal 13-70 (Camellón Central) sector B1 y B2 Zona 8 de Mixco, en donde el albergue Municipal realizó muchas de sus pasadas actividades de adopción y voluntariados, que de la misma forma está abierto a todo público.

Figura 3



Ubicación geográfica Parque para mascotas DogPark con dirección hacia el albergue Municipal para Mascotas Mixco
Fuente: Google Maps. Recuperado 20 de abril del 2021



Por parte de su ideología, el Albergue busca que toda persona esté enterada de que para cuidar un animal se necesitan valores, más cuando se trata de seres tan preciados y nobles como se trata de los perros, dirigiéndose de esa forma a la familia completa, un núcleo familiar, formado por la figura o figuras paternas, hijos o no, que busquen brindar esa necesidad afectiva que el animal otorga y requiere.

Cada día se otorga y brinda cuidados, comida y si es necesario atención médica a los perros que ellos tienen dentro del albergue, así como también a personas que necesitan un apoyo médico hacia sus mascotas, pueden llegar al albergue si es necesario, de la misma forma, si existen casos en donde hay problemática con un perro abandonado, una hembra en donde tuvo sus crías y necesita cuidados, ellos se dirigen al lugar y si es necesario el perro o perros son recatados y llevados al albergue para realizarles el chequeo necesario y así brindarles la oportunidad de ser adoptados.

1.4. Integración y alianzas estratégicas

Dado por entendido, de la forma que se expuso antes, el Albergue Municipal de Mascotas Mixco es un anexo extendido por la Municipalidad de Mixco, dedicado al resguardo y rescate de perros en situación de calle. Al ser parte de la municipalidad se espera que esta forme parte de la misma respecto a financiamiento, sin embargo, esta misma no recibe un financiamiento concreto para los animales.

Así fue la manera en la cual se comprendió que en cuanto a salarios e insumos básicos, es la municipalidad que se encarga de ellos, por el otro lado en cuanto al albergue se mantienen con donaciones de diferentes entidades o empresas terceras, tanto para comida, medicamento como juguetes para los mismos perros.

Uno de las empresas e instituciones que se encarga regularmente de brindar el concentrado y “premios” para los perros, muchas veces por medio de compras de clientes para servir de donativo y ayudar por medio de Arca de Noé Guatemala, junto con Laboratorios Veterinarios Lavet, que recientemente realizaron una donación de productos de uso veterinario al albergue.



Junto a Empresas como Kani Dog Food, Pet Shop My Family y otros que esporádicamente realizan donaciones para los perros albergados.

1.5. Origen e historia

Dada la situación de calle que muchos perros padecían y padecen a lo largo de toda el área de Mixco, San Cristóbal y sectores allegados, por medio de solicitud por parte de la ciudadanía y del mismo alcalde del Municipio, inicia la idea de realización de un albergue, donde muchos perros en situación de calle conseguirían, no solo un lugar donde podrían dormir, sino un lugar en donde, si fuera el caso, no pasarán por momentos difíciles ni duros.

Según afirman en la página oficial de la municipalidad de Mixco, “Como parte de los proyectos realizados en beneficio de los mixqueños se han realizado tres jornadas de esterilización, vacunación antirrábica y capacitaciones para trabajadores municipales y alumnos de centros educativos en cuanto a la tenencia responsable de mascotas, rescate y adopción de perros y gatos abandonados.” (2016, 19 septiembre).

Así mismo aseguran que esta razón fue la que impulso el proyecto Municipal de Protección Animal, en donde trabajarán y se basarán en seis ejes para el bienestar de animales abandonados, siendo estos el Albergue Municipal para Animales, el Rescate de animales maltratados, Adopciones, jornadas de esterilizaciones, vacuna antirrábica y la educación sobre la tenencia responsable de mascotas.

Donde de la misma forma se buscó la instancia a voluntariado, quienes solicitaron el deseo de trabajar allí, directamente con el área Municipalidad de Mixco o bien dirigiéndose a la Dirección de Desarrollo Social y Económico.



1.6. Departamentos o dependencias de la institución

Dentro del albergue existen diferentes sectores dirigidos hacia la protección animal. Desde el área administrativa hasta el área de limpieza, en donde, cada una de estas áreas posee un encargado específico, sin embargo, a lo largo del trabajo Y de la disposición de cada uno de los trabajadores existe una cooperación general entre todos los sectores.

Por un lado, se encuentra en el área de veterinaria, conformada por el técnico que es el encargado principal de el área de veterinaria y un auxiliar veterinario, quienes proporcionan su servicio de médico veterinario no únicamente para los albergados, sino también gente que necesite de sus servicios y puedan llevar al perro hasta el lugar.

Así mismo existe el área de rescate y limpieza del albergue, en donde el mismo que coordina y se encarga del rescate forma parte de otros sectores como por ejemplo del sector de inspección. Mientras que en el área de limpieza existe siempre una persona encargada quien es la persona que vela por la limpieza del lugar y que los perros no se encuentren en condiciones de suciedad.

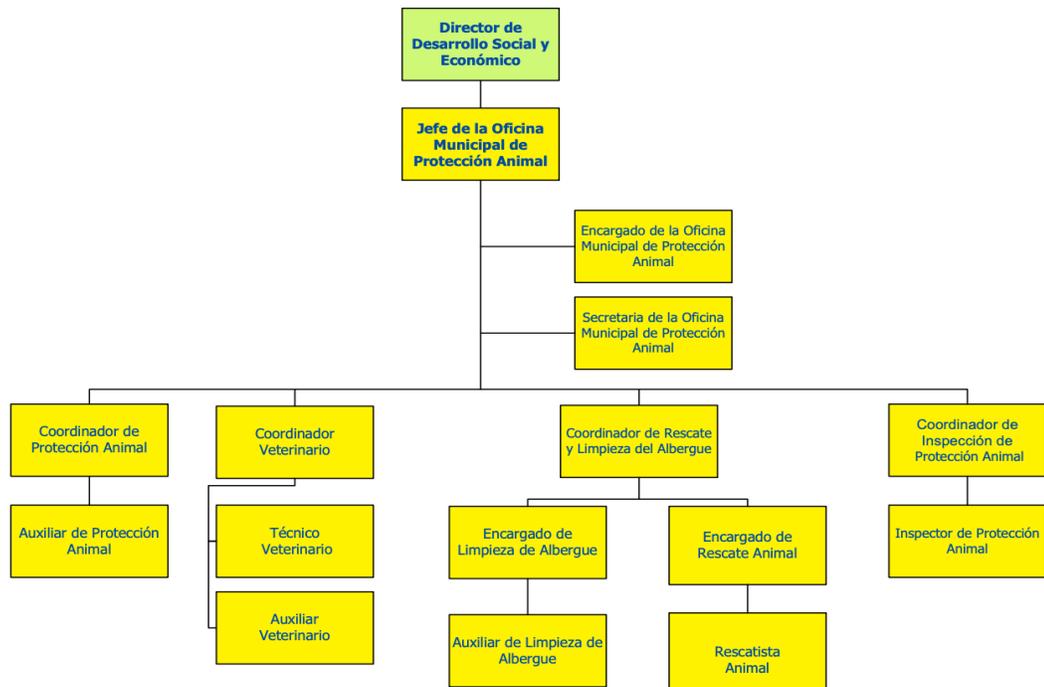
Cabe aclarar que el área administrativa se encuentra dividida dentro de todos los sectores del albergue, pueden ser rescatistas, pueden formar parte del área de inspección, pero siempre buscan la manera de formar parte del bienestar de los perros albergados y de los próximos a rescatar, así buscar su pronta adopción en un lugar que les brinde el cariño y cuidados merecidos y necesarios.

Junto con lo mencionado anteriormente y lo ya conocido dentro del ámbito del albergue municipal, se puede notificar de otra área en donde el albergue repercute y forma parte, es el parque recreativo *DogPark*, ubicado en el área de San Cristóbal en su camellón central, donde muchas veces se realizaron y se espera seguir realizando jornada de adopciones, voluntariado en momentos recreativos para los perritos albergados y personas con perros del área.



1.7. Organigrama de la Empresa

Figura 4



Fuente: Tomo XIX MOF DIRECCIÓN DE DESARROLLO SOCIAL Y ECONOMICO 2020

1.8. Misión

Crear consciencia al vecino del cuidado de una mascota y erradicar la sobre población de perros en la calle, para que todas las mascotas en situación de calle puedan tener una vida lo más digna posible.

1.9. Visión

Ser el albergue ejemplo y modelo en el país, proporcionando rescate, esterilización, castración y protección a animales en situación de calle, creando conciencia y simpatía entre los vecinos del lugar.



1.10. Objetivos Institucionales

- Rescatar Perros y animales en situación de calle
- Proporcionar Auxilio veterinario para animales que hayan sido llevados al albergue
- Promover la adopción
- Promover la castración y esterilización
- Crear conciencia sobre el cuidado de mascotas
- Fomentar el cuidado y respeto a los animales

1.11. Público Objetivo

Como se menciona con anterioridad, el albergue busca un impacto mucho más grande hacia la familia, un núcleo familiar como por ejemplo una familia en donde los padres inculcan el valor y el cuidado de una mascota de sus hijos. Sin embargo, de manera teórica se expondrá el grupo objetivo entre esos tres grandes puntos de evaluación, el socioeconómico, el psicológico y el sociodemográfico.

En el apartado de Sociodemográfico se comprendió los puntos demográficos del público del albergue, principalmente vecinos del área de Mixco y aledaño. En cuanto a edades, el rango de edad el bastante extenso, debido a que desean promover la ideología de adopción desde los niños.

Así mismo en el sociodemográfico, se entendió el punto de género, donde basándose en los géneros básicos, afirman que un gran porcentaje de sus respuestas está constituido por el generó femenino. Luego, al pasar con el área psicológica, lo que afirmó que ellos buscan personas que esté dispuestas a tener a su cargo, mantener y de esta manera darle una vida digna.



1.12. Diagnóstico

Es una estrategia, una forma de producción de contenido, conocimiento e información sobre algún hecho que pueda ser utilizado para modificar la realidad o bien alterar una situación que ya con el tiempo ha sido constante. Como afirma Bruno “Esta es una elección no solo metodológica sino además epistemológica y política, pues entonces creemos en la posibilidad de aportar estos elementos para que la sociedad” (Bruno, 1990).

Todo proceso inicia con un simple análisis, un reconocimiento de la situación, grupo o bien de la institución que es proceso de estudio, en resumidas cuentas, el diagnóstico, primer paso antes de lanzar alternativas, hipótesis, o bien de empezar el proceso de acción y de llevar a cabo el cambio o modificación de sentido que se busca desde el inicio del problema.

No significa que sea lo único ha realizar, puede existir el diagnóstico, pero sin el proceso a cabo necesario todo queda como una simple observación sin fin, ambos se pueden determinar como una gestión o proceso en donde las acciones llevan al fin buscado o el inicio de esa meta buscada en donde la planificación y el diagnóstico fueron realizados de manera exitosa.

Ambos sucesos formaron parte de la misma dinámica, procesos complementarios y continuos, donde se inicio con el punto de partida, que fue dirigido con un nuevo objetivo, a un nuevo fin, continuó con el proceso de evaluación, que debió a su resultado, habiendo sido positivos o negativos, se tomó un nuevo punto para el proceso de diagnostico.

El diagnóstico no puede surgir de la nada, necesitó una teoría un sustento para su desarrollo correcto, sin especulaciones. Así también el iniciar un diagnóstico a partir de una investigación parcial pudo llegar a conclusiones que dependiendo de la investigación realizada definieron características generales del proceso, en donde se concluyó que toda distorsión de información o ideas nacidas por especulación tienden a ser puntos erróneos y sin contexto social.



Donde se entendió que el diagnóstico es una estrategia de producción de conocimiento, que al igual que muchas otras busca la recreación a través de interpretación desde nuestra situación histórica particular hasta la formulación de resultados e hipótesis relevantes para el desarrollo sustancial de vertientes positivas en la investigación.

Forma como afirma Bruno, “el diagnóstico como estrategia de producción colectivo de conocimientos, confronta de los juicios personales con los juicios de otros miembros del grupo o del equipo para planificar. Quienes intentan conocer, cuando encuentran algo que no es inclusive incluíble en los conceptos conocidos” Bruno(1990).

1.13. Objetivo General y Específicos

Los objetivos de la investigación son las actividades clave a lograr para responder o resolver el problema de investigación. Zita, A. (2020, 24 septiembre). Entendiendo por esto que son nuestros propositos y metas a cumplir dentro de una investigación.

1.13.1. Objetivo General

Identificar los problemas de comunicación interna que se presentan en el Albergue Municipal de Mascotas Mixco.

1.13.2. Objetivos Específicos

1. Evaluar el sentido de pertenencia que los trabajadores del Albergue Municipal de Mascotas tienen hacia el albergue.
2. Determinar que conocimiento sobre cultura empresarial tienen los empleados del albergue
3. Describir el manejo de protocolos de bio-seguridad dentro de la empresa.



1.14. Tipos de Investigación

Durante el proceso de recabar información, lo que se busca es aplicar el tipo de investigación cualitativa y cuantitativa, para que gracias a las diferentes técnicas y teorías que estas aportan a la investigación, toda la información que se concrete, conozca y obtenga, no exista ningún momento o espacio de “vacío”, debido a que al usar las dos no debería “pasarse” ni un solo gramo de información.

Los tipos de investigación que serán utilizadas para la elaboración de dicho proyecto, se dividen en tres diferentes reglones, de acuerdo con su enfoque, de acuerdo con el conocimiento sobre el objeto de estudio y de acuerdo con el periodo de aplicación de la investigación.

En los primeros se enumeran las investigaciones, cualitativa, cuantitativa y de enfoque mixto, con el conocimiento de lo que cada una de ellas significa y tienen como propósito, se determinó que en este apartado se lleva principalmente a cabo el proceso de recabar información más directa que en los demás tipos de investigación.

Debido a que la investigación cualitativa y la cuantitativa son las que poseen mejor respaldo científico y teórico, ambas poseen técnicas de investigación que, al mismo tiempo llegan a ser complementarias en el proceso general de la investigación, como lo es por el lado de la investigación cuantitativa, la encuesta y el censo, como técnicas y el instrumento el cuestionario.

De la misma forma, toda investigación cualitativa, debido al tipo de enfoque que maneja, al ser de principios inductivos y por lo cual se participa en la investigación, presenta diferentes técnicas, como la observación, entrevistas, el llamado *Focus group* y la documentación, dando por hecho que son de relación más directa con los sujetos investigados.

Así mismo los tipos de investigación pueden tener énfasis según “el conocimiento sobre el objeto de estudio” • Hernández, E. (2021, 4 febrero). Diagnóstico de comunicación. En donde se entiende estas investigaciones, a comparación de la cualitativa, cuantitativa y la mixta son directas en mucho menor rango.



Las ya mencionadas son reconocidas como la investigación explicativa, descriptiva y explorativa, las cuales tienden a ser de carácter investigativo documental, a comparación de las anteriores que son de recabar información en acto, estas se basan en la exploración de información, de la forma en la que describen y explican.

1.15. Enfoque

Al referirse a “Enfoque de investigación”, se define como, “la forma en la que el investigador se aproxima al objetivo de estudio. La perspectiva desde la cual se aborda el tema” Yanez, D. (2020, 19 mayo). El cual se divide en tres diferentes, el enfoque cualitativo, cuantitativo y en el enfoque mixto.

En este caso se creyó que la vertiente de investigación cualitativa sería la correcta, debido a que por ser una empresa en la que se espera realizar un trabajo de comunicación interna y no tanto de comunicación externa, en donde los puntos de los clientes y personas externas sean determinantes para investigación, mientras que las ideas, puntos de vista y sobretodo opiniones internas, sean las evaluadas, analizadas y expuestas para un desarrollo potencial del trabajo.

Luego de conocer los datos anteriores, se entendió que no sería de enfoque cuantitativo por el hecho de no buscar datos, ni cifras exactas, sin embargo, está si podría llegar a tener un enfoque mixto. Esto determinando un uso de ciencias sociales junto con punto de vista de objetividad, una medición controlada (dependiendo el caso) y sobretodo dejando una interacción social en el estudio de la empresa.

Concluyendo con que la investigación fue elaborada bajo un enfoque mixto, debido a la difusión y elaboración de encuestas hacia los empleados de dicho lugar, entrevistas hacia los altos mandos del albergue municipal para mascotas Mixco, y documentación sobre información, noticias, notas periodísticas cualquier otro medio escrito por el cual diferentes medios de difusión hallan hablado o comentado sobre el albergue municipal.



1.16. Técnicas de recolección de datos

Refiriéndose al uso de, instrumentos herramientas las cuales poseen la función de desarrollar los sistemas de intercambio de información, las cuales luego de analizar los resultados y respuestas de las diferentes interacciones dan paso a las conclusiones. Siendo las más conocidas, la observación, documentación, entrevista, grupos focales y la encuesta.

Luego de tener conocimiento de los tipos investigación, el enfoque, algunas técnicas de recolección y teniendo conocimiento de cuáles fueron las utilizadas para elaborar de este diagnóstico, de la manera en la que determinó Hernández “Teniendo las técnicas e instrumento de recopilación de datos, se continúa vaciando los datos, continuando con el análisis e interpretación de los mismos y finalizando con la presentación de resultados” Hernández, E. (2021, 4 febrero).

1.16.1. Observación

“La observación es un proceso cuya función primera e inmediata es recoger información sobre el objeto que se toma en consideración. Esta recogida implica una actividad de codificación: la información bruta seleccionada se traduce mediante un código para ser transmitida a alguien (uno mismo u otros)” Fabbri, M. S. (2020, marzo).

Con relación a lo citado anteriormente, se puede determinar que la observación es uno de los procesos empíricos básicos para el ser humano, sobre todo para el investigador, donde se toman en consideración los diferentes medios y sistemas de codificación para así tener en cuenta comportamientos, maneras y modos de transmisión o emisión de información.

Sin embargo este al ser una técnica de uso global, refiriéndose a que en toda carrera universitaria es empleada, pero con un contexto diferente, por ejemplo el clínico y educativo, donde se derivan de su primer sentido que es el de conocer, así como también debe de ser, según Fabbri “aptitud que hay que desarrollar: aprender a observar; desarrollar el sentido de la observación” Fabbri, M. S. (2020, marzo).



Sin duda la observación es la técnica básica que un investigador puede emplear, pero hasta cierto punto es la más complicada y difícil de saber emplear de manera adecuada, dado que, como se mencionó anteriormente es un proceso a desarrollar y que funciona como complemento de las demás técnicas de recolección de datos.

Tipos de observación

Observación de campo

Es la observación se realizada en el lugar donde se encuentra o se lleva a cabo el fenómeno, objeto o sujeto que se pretende investigar.

Observación no directa

Es la observación realizada sin seguir pasos ni planificación alguna. Surge a partir del encuentro de un fenómeno u objeto que pueden ser conocidos o no.

Observación directa

Es la observación que se lleva a cabo al momento de que el fenómeno, o sujeto de estudio se encuentra con el investigador

Observación de participante

Observación en donde el investigador u observador se involucra. En donde llega a existir la posibilidad de que la objetividad se vea alterada o nublada.

Albergue municipal

El albergue municipal de mascotas Mixco se encuentra en un lugar en donde la llegada es relativamente sencilla, estando posicionado sobre la carretera interamericana en un punto estratégico con respecto a la municipalidad de Mixco y el parque “*DogPark*” de San Cristobal.



Al entrar se puede observar la falta de insumos para el proceso de desinfección, principalmente al entrar al albergue, donde ese proceso se resume en colocar amonio en la suela de los zapatos por medio de un difusor. En cuanto a separación y distanciamiento para las personas que llegan se encuentra al rededor de un metro y medio, colocando silla, se permite el ingreso de una persona, máximo dos si es el caso.

Al entrar al área de oficina, se pudo observar que el espacio es reducido, junto a cuarto que es utilizado como armario en donde tienen parte de los donativos de concentrado y de medicinas, la sala principal donde se encuentran dos personas y una siguiente en donde se tiene el área de veterinaria y médica. De la misma forma en la parte de abajo se encuentra el área que utilizan de comedor y dos escritorios más.

En cuanto al uso de la mascarilla, se pudo observar que en el área de secretaría las dos o tres personas que se mantienen allí tienen un uso regular, algunas veces lo tienen y otras no, debido a que regularmente conviven todo el día con las mismas personas, pero el distanciamiento es menor allí.

Con el tema de la bioseguridad, hay un baño en donde pueden lavarse las manos y poseen así mismo en el escritorio alcohol en gel para su uso continuo. El uso de mascarilla por parte del resto del equipo de trabajo es básico, muchas veces la mantienen bajo la barbilla u no poseen, bajo la misma idea de que ellos trabajan con las mismas personas todo el día.

Respecto al lugar en cuestión, se pudo observar que, al ser un lugar que se sostiene por base a donaciones, muchas de las cosas están gastadas o en mal estado, ver anexos, las jaulas para los albergados son de malla y metal, donde cada uno posee su propia casa de madera.

Las gigantografías que se encuentran al entrar están desde que el albergue abrió, lo que las tiene desgastadas y sin color.

En cuanto a lo que se observó de cultura organizacional y desarrollo de cada uno de los trabajadores, existe una buena relación entre la mayoría, por otro lado, existe un grupo apartado



que son los que se dedican a laborar en el área debajo de la administración que por lo poco que se logró observar son muy centrados, directas hacia el trabajo y un poco distantes.

Sin embargo, con la información brindada por quien está encargada de redes sociales, parece que el albergue no tiene una persona que conozca respecto a redes sociales, no poseen un cronograma de publicaciones, donde data de manera específica que se posteará y en que red social se desea hacer, seguido de la hora y el *copy* o descripción de imagen, video, entre otros.

Junto con la sugerencia de que en el albergue se necesita de alguien que pueda generar los mismos materiales a postear, desde los videos hasta las fotografías, para hacer mejor uso de redes.

1.16.2. Documentación

Como su nombre lo dice, documentación es la ciencia por la cual se busca documentar, en donde la interpretación de la información obtenida, en donde se otorgue datos específicos sobre un tema determinado. También conocido como investigación documental.

“En la búsqueda y localización de los documentos el investigador puede servirse del documentalista que conoce los procedimientos para hallar las referencias y conseguir las fuentes.” Desantes, J. M. (2020). Como afirma Desantes, es un procedimiento metodológico en donde la responsabilidad de elección y de la explotación de documentos es lo principal en este punto, sin una buena documentación el investigador se encuentra “en el aire”.

Aunque como determina Desantes, “Este camino comienza con la iniciativa de conocer del hombre”, refiriendose de manera más científica, sin embargo para el investigador teórico, sin el deseo de conocer y tener una buena documentación para la realización de la investigación adecuada, justificada y preparada.

Denominando así, que la documentación presenta un papel enorme en la primera fase de la investigación, “en algunas ciencias es la única fuente” Desantes, J. M. (2020). Confirmando la



importancia de la documentación, es el soporte que se emplea para darle sostenibilidad a la investigación.

Dado que todo lo que sucede hoy en día puede ser documentable, todo puede constituir material de investigación, desde un mensaje de texto, uno en redes sociales, mientras tenga relación al tema y sentido en el mismo, es posible que su utilización se haga referencia conforme a la intención que desea tener el investigador.

1.16.3. Entrevistas a profundidad

Se define como la técnica en donde se lleva a cabo una conversación entre dos o más sujetos, en donde existe el emisor, quien es el sujeto principal de la misma, con el rol denominado entrevistador, mientras que el otro y otros el rol de entrevistados. Donde existe una sucesión de preguntas planteadas por el entrevistador, hacia el entrevistado. Que es el momento y el punto clave en donde este proceso de recolección de datos lleva a cabo.

También conocida como un género periodístico importante, aunque en ese contexto sea periodísticamente, la encuesta también puede ser realizada de forma más casual, de diferentes temas en la misma conversación y no de un único contexto como puede ser llegada a ser categorizada de la manera periodística.

Por otro lado, la Entrevista a profundidad, que así como la entrevista normal, forman parte de un grupo de técnicas de recolección de datos, entre ambas existen diferencias, por ejemplo el hecho de que esta entrevista sucede luego de ya haber tenido más de un encuentro cara a cara entre ambos (entrevistado y entrevistador).

Con la búsqueda de obtener un punto de conversación más profundo, más personal, donde se construye y se edifican los datos poco a poco, en donde el otro de las técnicas importantes, como lo es la observación, se complementa con este, así adquirir en la conversación un grado de confianza y honestidad entre ambos sujetos (si este fuera el caso), y así recabar profundamente en la información obtenida.



Para la realización de la entrevista, esta fue realizada a 4 diferentes personas, el Doctor Veterinario encargado del albergue, la encargada del área de administración y las dos personas encargadas de la difusión de información en redes sociales.

1.16.4. Grupos focales

“La técnica de grupos focales es un espacio de opinión para captar el sentir, pensar y vivir de los individuos, provocando auto explicaciones para obtener datos cualitativos.” Hamui-Sutton, A. (2013, 1 enero). Algo muy parecido a la entrevista, con el ligero giro de que es una entrevista grupal, aquí el investigador lo que desea es obtener información de manera grupal.

Es una puesta de opinión que el investigador establece para que se llegue a puntos de vista colectivos, creencias grupales y entre confianza, utilizado principalmente para conocer el ambiente laboral en el que se encuentran, todos saben que al momento de dos personas que trabajan juntas y llegan a pasar por los “mismos problemas” es probable que ambos comenten lo mismo, a menos que uno de ellos esté “exagerando” el problema.

Facilitando la discusión, y fomentando, por la ya mencionada confianza, lo que crea la fácil opinión acerca de diferentes temas que muchas veces se llegan a considerar problemáticos o bien “tabú”, lo que permite generar una gran riqueza testimonial, según afirma Hamui-Sutton, A en su página.

Así mismo se puede entender gracias a Hamui-Sutton, A, que “Los grupos focales se fundamentan en la epistemología cualitativa, y por ello, es conveniente marcar algunas diferencias entre el enfoque cualitativo y cuantitativo”. Recordando que el propósito de la investigación y su enfoque es de carácter cualitativo principalmente, hasta mixto, pero estos han ayudado a crear la diferencia de un enfoque y otro, puesto que fue basado meramente en principios teóricos.

Una de las grandes ventajas respecto a esta técnica es su sensibilidad en el aspecto de indagación de información, se puede llegar a indagar en como diferentes fenomenos afectan al mismo grupo,



en profundizar en el área reflexiva y crítica de diferentes puntos de vista. Siempre claro con un uso claro de materiales, como el uso de bitácora, en donde se dejen comentarios meticulosos y registros lo más exactos posibles de las diferentes actividades realizadas.

1.16.5. Encuestas

La encuesta es de las técnicas mayormente utilizadas para la elaboración de una investigación, es utilizada como un procedimiento que permite obtener y elaborar datos de manera eficaz y rápida. Definiéndola como lo demuestra Ferrado “una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características” Ferrando M. (1996).

Así mismo la encuesta se considera igualmente como medio de obtención de datos, “en modo de interés sociológico, mediante la interrogación de los miembros de la sociedad” Bravo, R. S. (1995). En donde la información se obtiene mediante una observación indirecta de los hechos.

Se encuestó al equipo interno del albergue, desde médicos veterinarios, el área administrativa, personal de limpieza, un área interna denominada inspección y los dos guardias de seguridad que se turnan diariamente respecto al cuidado del mismo, en donde se buscaba obtener información que fuera de utilidad para la resolución y conocimiento de los objetivos planteados con anterioridad.

Se envió a los 15 trabajadores internos en donde se obtuvo una recepción de 12. Preguntas básicas de respuesta sí y no, junto a interrogantes donde según la condición de la pregunta, sería necesaria o no la descripción. Donde se concluyó con preguntas de satisfacción respecto a temas relevantes en la investigación.

Para una buena recepción de información y de datos, se busca que algunas de las preguntas sean consideradas como preguntas abiertas, donde se les da la libertad al encuestado de que conteste



con sus propias palabras, aunque mal que bien, muchas veces puede llegar a ser una tangente en donde, pueden llegar a no contestar nada.

Es de resaltar que hay que evitar que la encuesta sea de hábito monótono, debe ser hasta cierto punto rápida y directa, haciendo énfasis también en preguntas abiertas y otras de opción múltiple, debido a que, al llegar a ser muy extendida o muy elaborada, es probable que los encuestados pasen por alto todo y muchas de las veces lleguen a “contestar por contestar”, llegando a crear problemas en los resultados finales de la encuesta. Sin obtener los resultados esperados, con información inesperada, con el grado de error que se desea evitar.

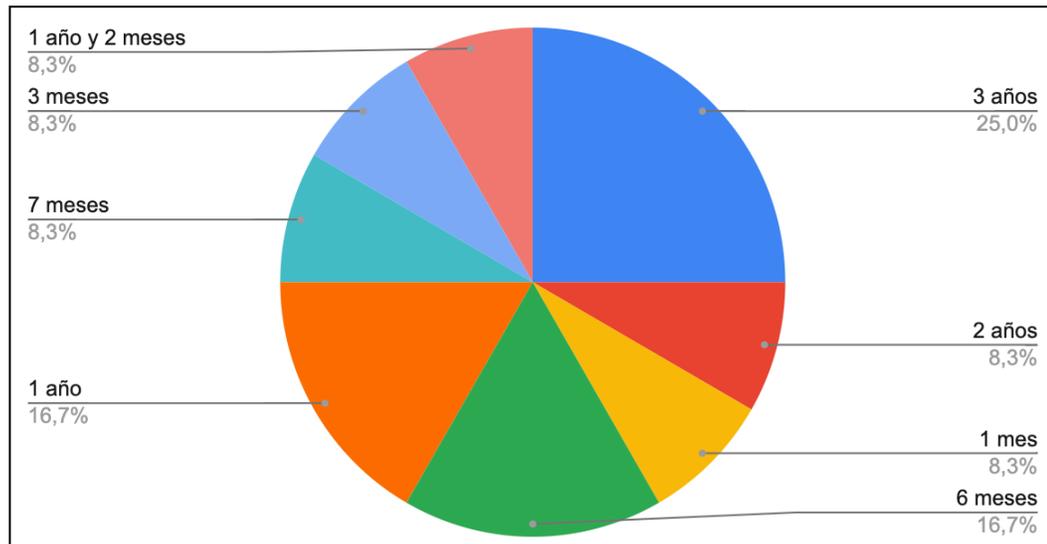
Un gran ejemplo para encuestas es la realización de preguntas de sí, no y si es muy tangente, un “no lo sé”, ya que además de ser contestada con velocidad, hay mejor recepción de información y mayor atención de los encuestados hacia la encuesta, debido a que deben enfocar sus respuestas a la disyuntiva entre sí y no.



1.17. Interpretación de Resultados

1. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en el albergue?

Figura 5



Fuente: Elaboración Propia

De las 12 personas que contestaron la encuesta, hay tres que están en el albergue desde el primer momento en el que abrió sus puertas, han visto el crecimiento, avance y evolución del mismo, pueden ser quienes mejor conocimiento tienen respecto al mismo; una persona que lleva dos años, otra con un año y dos meses, dos personas que llevan un año, una persona con siete meses, dos que llevan seis meses, una persona con tres meses y una que recién lleva un mes laborando.

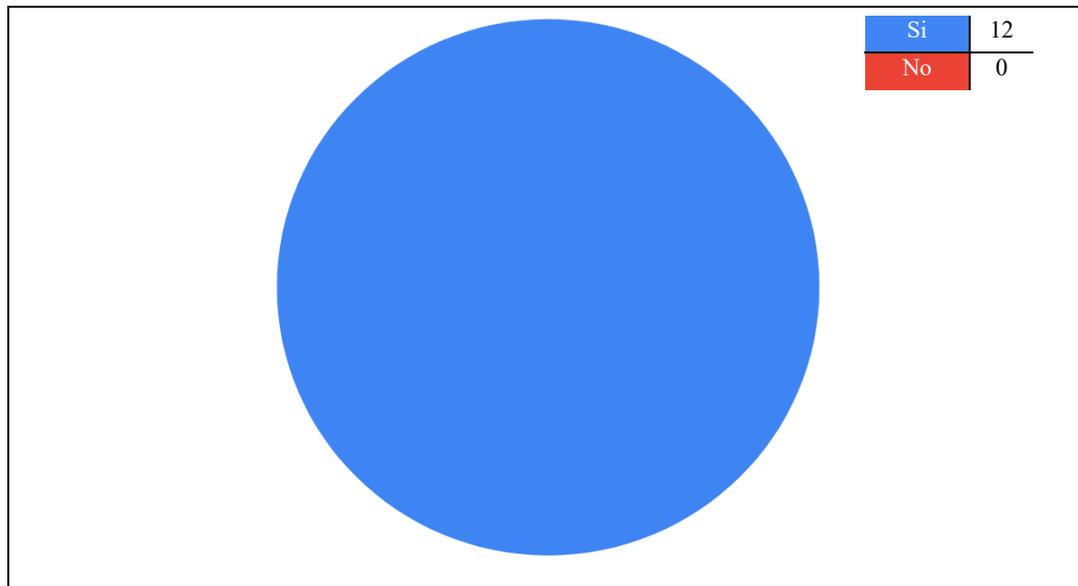
Al tener en cuenta que el universo pensado fue de 15 personas en donde se presentó un total de ocho mujeres y de siete hombres.

De esto se define que el equipo de trabajo consta por un gran porcentaje de personas que ya tienen cierta experiencia y conocimiento en el área. Lo que dio en conclusión que por mucha diferencia que el equipo tenga respecto al ingreso de cada uno, el albergue abre las puertas aún en pandemia a nuevas personas para formar parte de su equipo de trabajo, situación que también tiene que ver con la municipalidad de Mixco.



2. ¿Le gusta trabajar aquí?

Figura 6



Fuente: Elaboración Propia

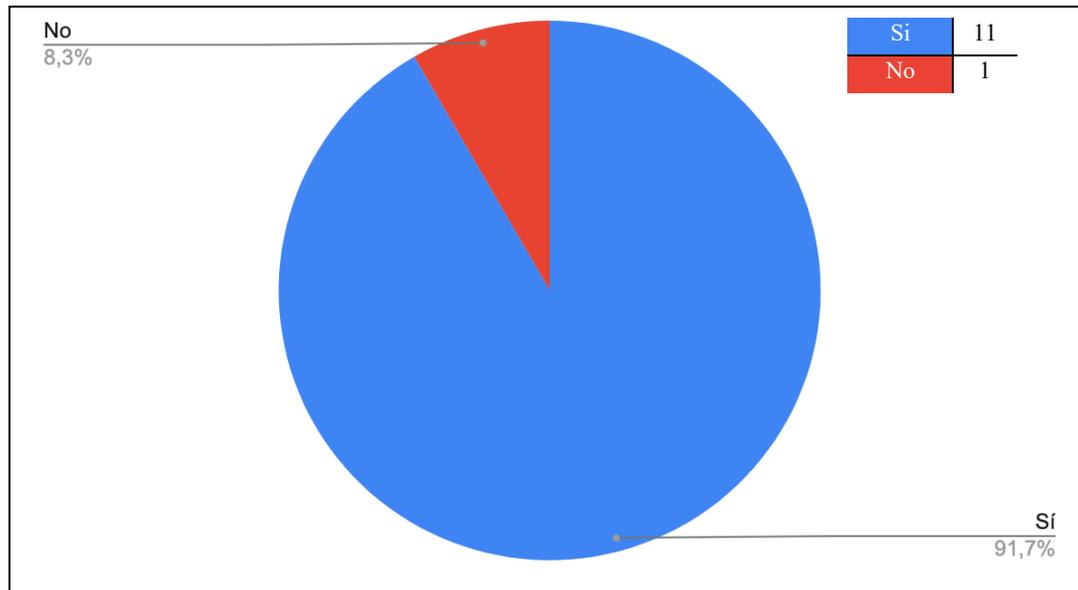
De acuerdo a la respuesta de la segunda pregunta en la encuesta, se afirmó que, el porcentaje de respuestas positivas fue de un 100%, se interpretó que, de las 12 encuestas realizadas, los 12 trabajadores se encuentran felices y les gusta trabajar allí, en el proceso de rescate y de formar parte de un albergue para mascotas, como lo es el albergue municipal de mascotas Mixco.

De esto se concluyó que respecto a la gratificación de laboral en un lugar en donde la ayuda social es dirigida a animales, en especial perros en situación de calle y colaborar para brindarles una vida digna, no existe ningún colaborador que se encuentre en una posición negativa respecto al trabajo.



3. ¿Cree que el albergue tiene claro sus objetivos?

Figura 7



Fuente: Elaboración Propia

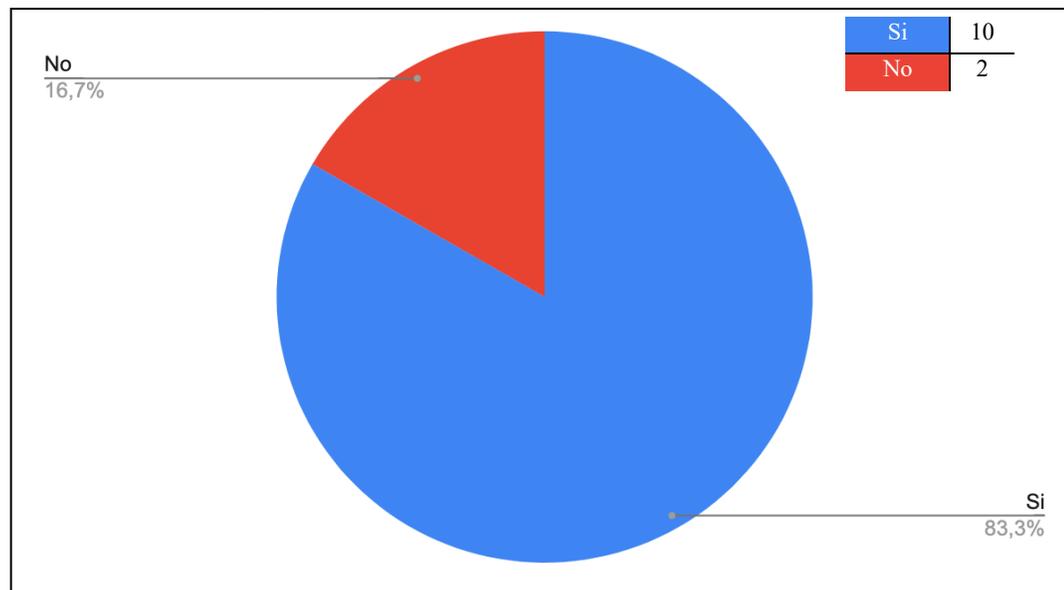
Al conocer que un gran porcentaje de encuestados tienen más de 10 meses laborando en el albergue, se pudo entender que existen diferentes opiniones en donde creen que el albergue no tiene sus objetivos claros. Con una respuesta positiva del 91.7% positiva y un 8.3% negativa. Se determinó que existen problemas internos de comunicación, que, aunque no sean explícitos, no significa que no existan.

Al comprender que es un lugar con poco más de tres años de labores y pensar que sus objetivos no están claros es necesario que, tanto las personas como el mismo albergue pongan en práctica un plan para la corrección de pensamientos respecto a las ideas, donde se concluyó que los objetivos son puntos clave necesarios para llegar a un fin común, dentro del albergue debe de existir una corrección general en cuanto a recepción de objetivos para trabajadores, como en la implementación de los mismos para una mejor cultura organizacional y cumplimiento laboral.



4. ¿Conoce la misión/visión de la municipalidad?

Figura 8



Fuente: Elaboración Propia

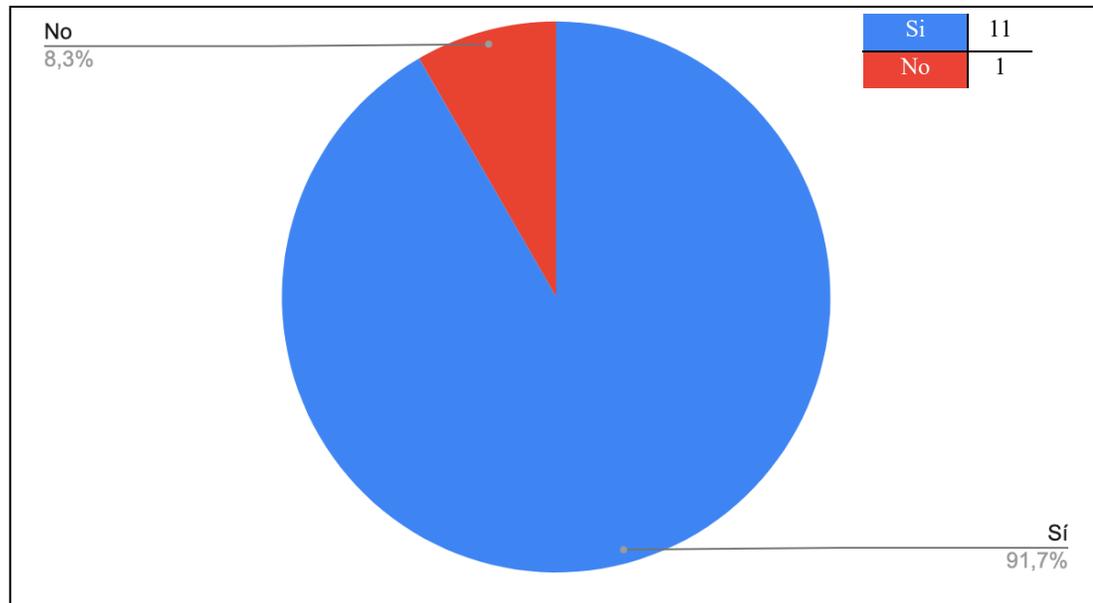
Al ser una “extensión” de la municipalidad y estar bajo ideologías de la misma, es necesario saber si existe conocimiento respecto a la misión y visión de la misma, al hacer la encuesta tuvimos la respuesta de dos personas que afirman no conocerla y de 10 que si conocen la encuesta, por otro lado hay que tomar en cuenta que conocer realmente la misión y visión es, además de significar entender lo que ellos hace, significa conocer el concepto literal de su misión.

De esta manera, se determinó que del porcentaje de un 83.3% fue positiva y un 16.7% negativa, es necesario crear esa cultura de pertenencia hacia la municipalidad y hacia al albergue, debido a que es necesario que el trabajador conozca estos términos y así poder brindar un trabajo correcto y una fidelidad al lugar extendida por su cultura de pertenencia, tanto a la municipalidad, como en este caso principalmente al albergue.



5. ¿Conoce las reglas del albergue?

Figura 9



Fuente: Elaboración Propia

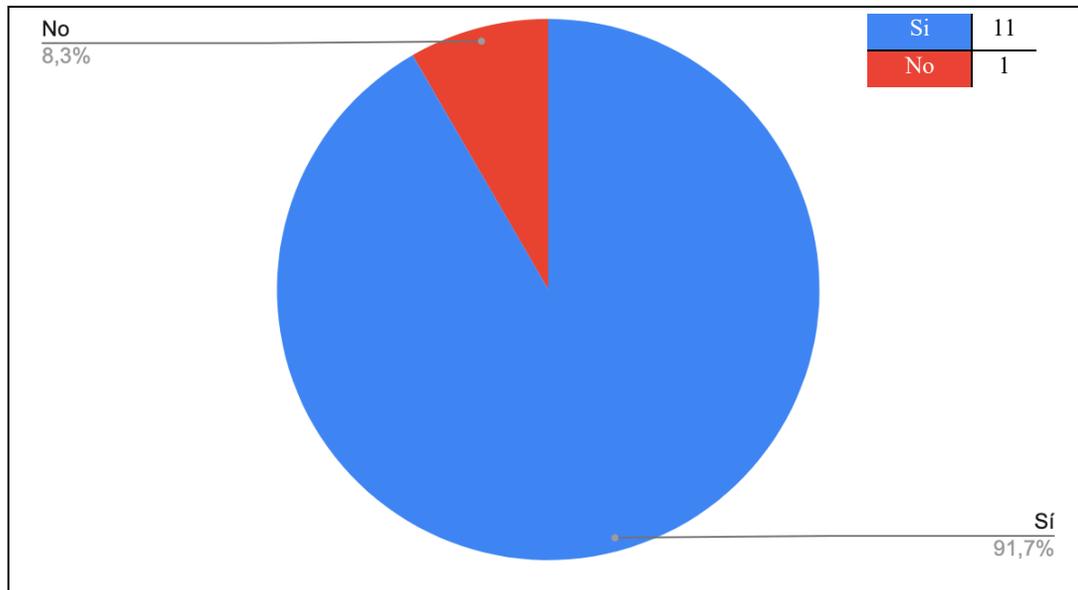
Toda institución, para tener una buena organización interna, es necesario que presente el tener unas correspondientes e importantes reglas dentro del establecimiento, tanto para personas que lo visiten, como los mismos trabajadores, de este modo llevar todo en armonía y llegar al cumplimiento eficaz de las tareas, tanto grupales como individuales. Con una respuesta positiva del 91.7% positiva y un 8.3% negativa

Se llegó a la conclusión, es necesario que conforme las personas sean reclutadas, sea el puesto que sea, reciban una inducción, respecto a la cultura organizacional que manejen en el lugar, que es necesario que todos manejen la misma ideología y sintonía empresarial, por muy “pequeña” que esta sea, mejorar los objetivos del lugar, para así tener un fin conjunto en cuanto a desarrollo del albergue.



6. ¿Se lleva bien con sus compañeros?

Figura 10



Fuente: Elaboración Propia

La relación entre compañeros de trabajo es uno de los medios principales para la realización de un buen trabajo interno, de esta forma también es funcional para la creación de confianza y de erradicación de problemas que puedan llegar a enfrentarse con el ambiente laboral del mismo, en donde se obtuvo respuesta positiva del 91.7% positiva y un 8.3% negativa.

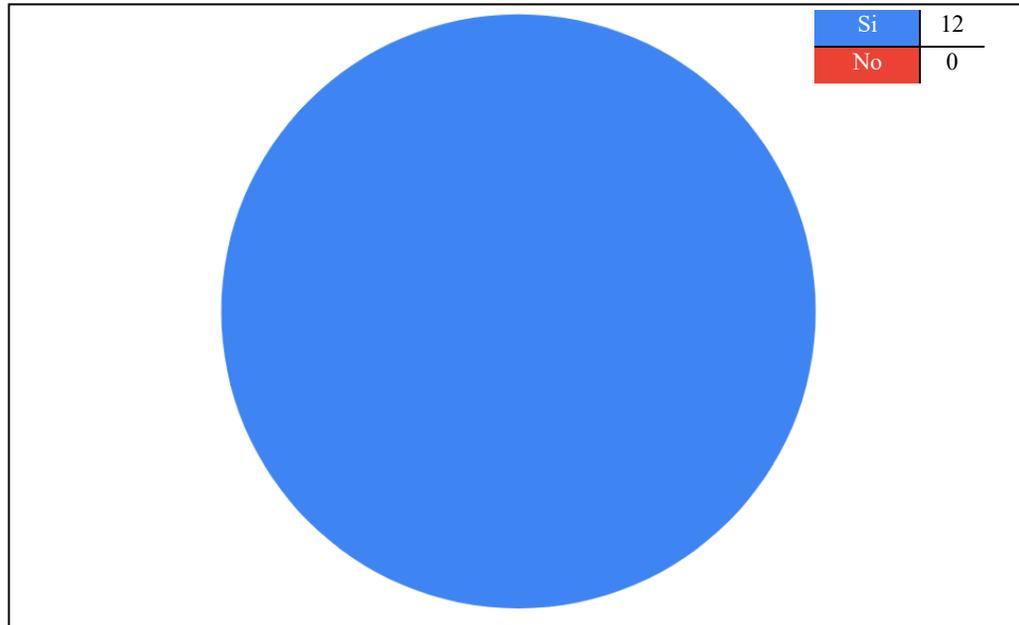
Al conocer que puede llegar a existir una mala relación laboral entre uno o más personas dentro del lugar, es necesario que, así como presentaron en la entrevista, se realice una evaluación, luego de llegar al dialogo con es a persona y buscar un punto de inflexión para la resolución del problema.

De la misma forma que como se mencionó anteriormente, es necesario que, si la persona llega a tener este tipo de pensamientos respecto al lugar o compañeros, el propósito es llegar a ser un equipo de trabajo para el fin primordial.



7. ¿Conoce el trabajo que sus compañeros desempeñan?

Figura 11



Fuente: Elaboración Propia

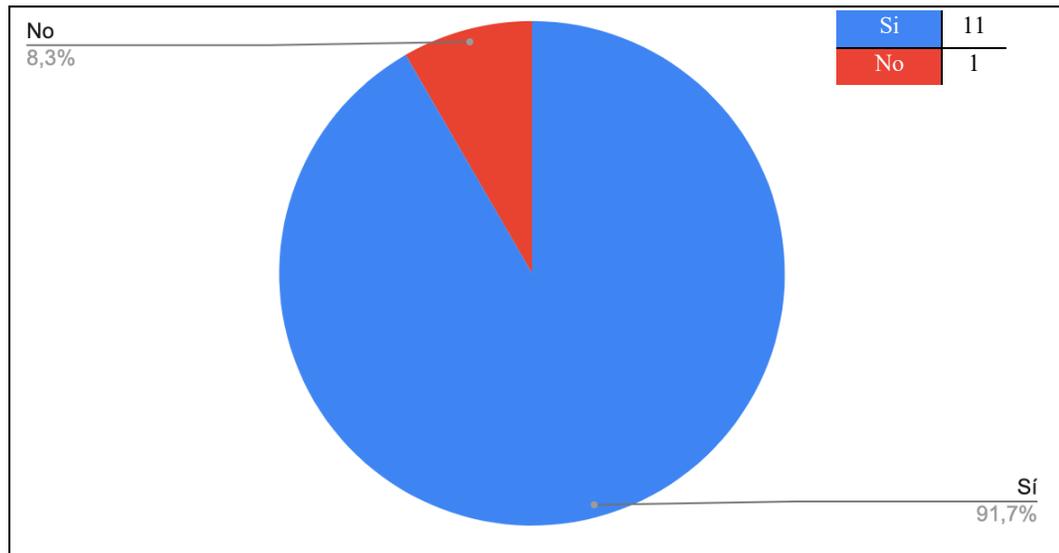
El desempeño laboral individual es importante, por lo que el hecho de que todos conozcan el trabajo que realizan sus compañeros, es útil al tener en cuenta que un conocimiento externo, refiriéndose al trabajo que cada uno realiza, sirve de motivación y de punto para que si alguien llega a ser observado con un cumplimiento erróneo de trabajo, de esta forma puede llegar a ser llamado de atención por cualquiera de sus compañeros.

Así mismo funciona como indicador de que no existe el caso en donde la persona se preocupa únicamente por su trabajo, sino que parece que existe el apoyo general entre todos, por si llegará a ser visto el momento en donde alguno no cuenta con la posibilidad de el cumplimiento del mismo, estas personas pueden ser de apoyo.



8. ¿Considera que la comunicación entre los diferentes departamentos fluye bien?

Figura 12



Fuente: Elaboración Propia

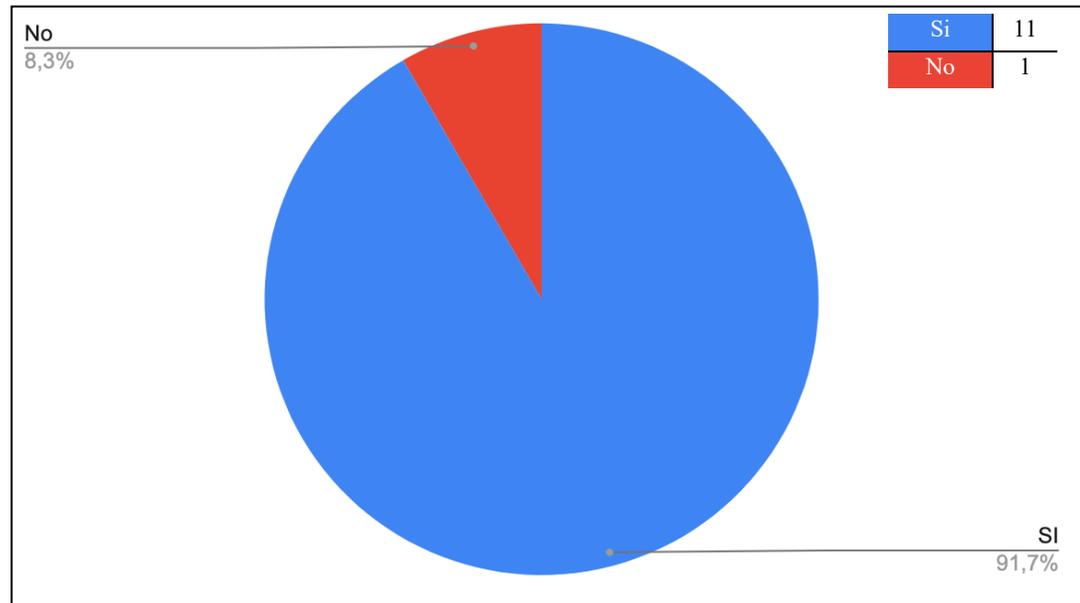
La comunicación interna es un punto vital para el desarrollo general de una empresa, en donde gracias a ella es posible conocer e identificar puntos de manera real en cuanto a problemáticas que puedan existir, de esta forma, si en alguna empresa, la comunicación interna llega a ser analizada como negativa entre los diferentes departamentos que laboran en el mismo lugar es necesario un cambio respecto a la distribución de información o a la erradicación del problema. Se obtuvo una respuesta positiva del 91.7% positiva y un 8.3% negativa.

Debido a que, de esta forma, si existen lo que se conocen como barreras de comunicación, en donde muchas veces puede ser tomadas como situaciones externas, mal humor, desinterés de comunicación o cualquier otra razón por la cual el mensaje no sea dado de la mejor forma, es posible llegar a presentar este tipo de situaciones entre departamentos.



9. ¿Se siente identificado con el albergue?

Figura 13



Fuente: Elaboración Propia

El sentido de pertenencia hacia una empresa es lo que hace que una empresa trabaje de manera más productiva, persona que trabaja feliz, trabaja mejor, por ende, el sentido de pertenencia entre trabajadores y albergue, aún más con la causa y el propósito que representa el albergue. En donde se llegó a la conclusión de una respuesta positiva del 91.7% positiva y un 8.3% negativa.

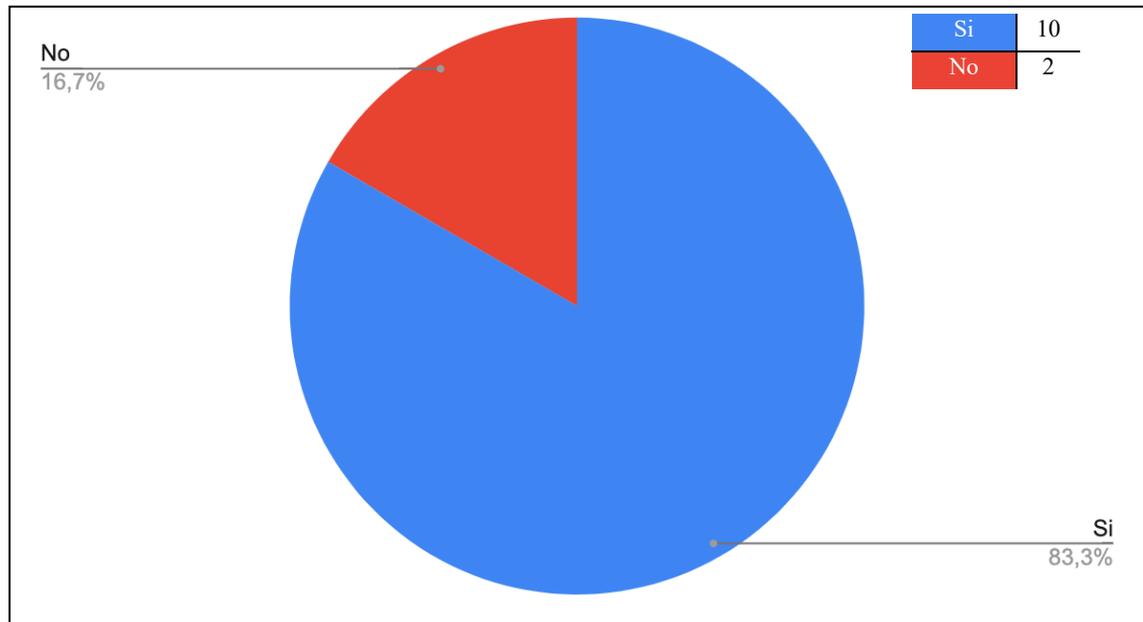
El sentirse identificado con una empresa vuelve el trabajo más productivo y de mejor calidad al momento de realizar cualquier tarea, es oportuno llegar a una conclusión en donde la persona, luego de haber dado las respuestas en una de las encuestas, forme parte o no del equipo de trabajo del albergue, así como también optar por la opción de ser trasladado a otra área de la municipalidad.

Lo que hace pensar que la resolución de esta encuesta puede verse afectada por ese pequeño grado de error en donde el encuestado contestara de manera inconsciente alguna de las respuestas, creando puntos de vista diferentes.



10. ¿Toman en consideración su opinión?

Figura 14



Fuente: Elaboración Propia

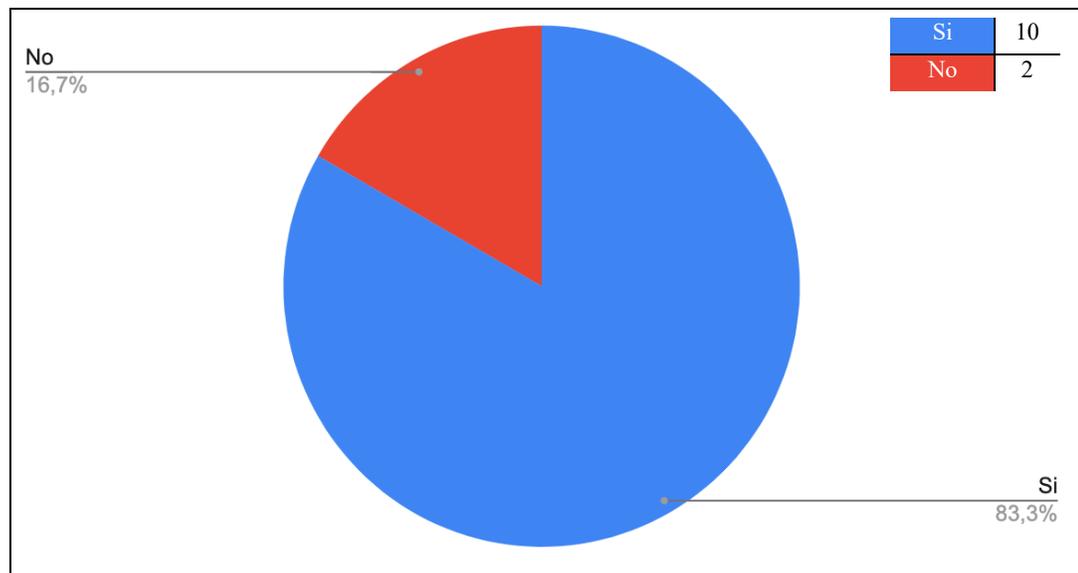
Al momento de la realización de esta encuesta, se identificó que un gran porcentaje, el 83.3% de respuestas respecto a la interrogante de, si toman en cuenta la opinión de todos o no, se vio envuelta en una vertiente donde un 16.7% de estas respuestas fuera negativa, afirmando que la opinión de esos trabajadores no es tomada en cuenta.

De esta forma, al ser un punto bastante negativo que demuestra que existen problemas internos de comunicación, ya que, al ser un equipo de trabajo, es necesario que todos sientan esa posibilidad de opinar sobre algún tema, en donde si ven algún problema y lo logran identificar, este sea expuesto para la mejora interna del lugar.



11. ¿Tiene la confianza de comunicarse con sus superiores y compañeros?

Figura 15



Fuente: Elaboración Propia

De igual forma que en la pregunta pasada, el porcentaje de respuestas acertando a lo negativo, por muy “poco” que demuestre, es un punto de quiebre para que la comunicación interna se vea afectada. Se obtuvo una respuesta con el porcentaje del 83.3% de respuestas positivas y un 16.7% de respuesta negativa.

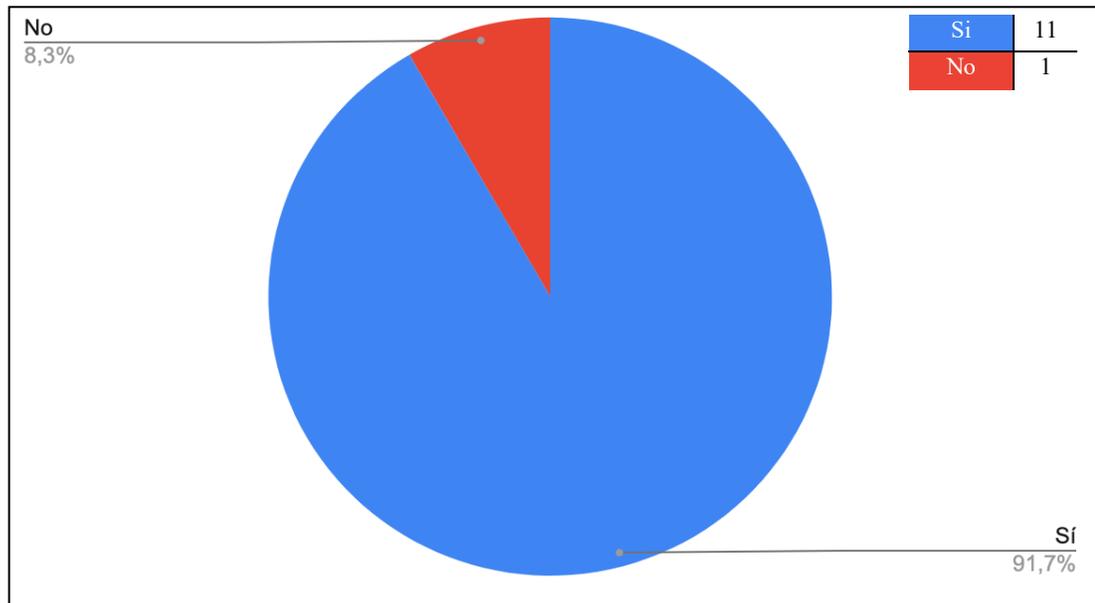
La confianza laboral, tiene el propósito de fortificar los lazos internos, en este caso reforzar el ambiente laboral en el que se encuentren todos los que están dentro de la empresa, el motivo de la desconfianza, pudo haber salido por una situación externa, o por la falta de interés que se llegó a demostrar.

En cualquiera de los casos, se necesita crear esa cultura de confianza laboral en donde todos tengan la confianza de transmitir un mensaje, sin miedo a ser rechazado, así como también puede que no siente la confianza por ser una persona con la que ya haya tenido algún problema, de la misma forma a como se mencionó antes.



12. ¿Se siente identificado con el lugar?

Figura 16



Fuente: Elaboración Propia

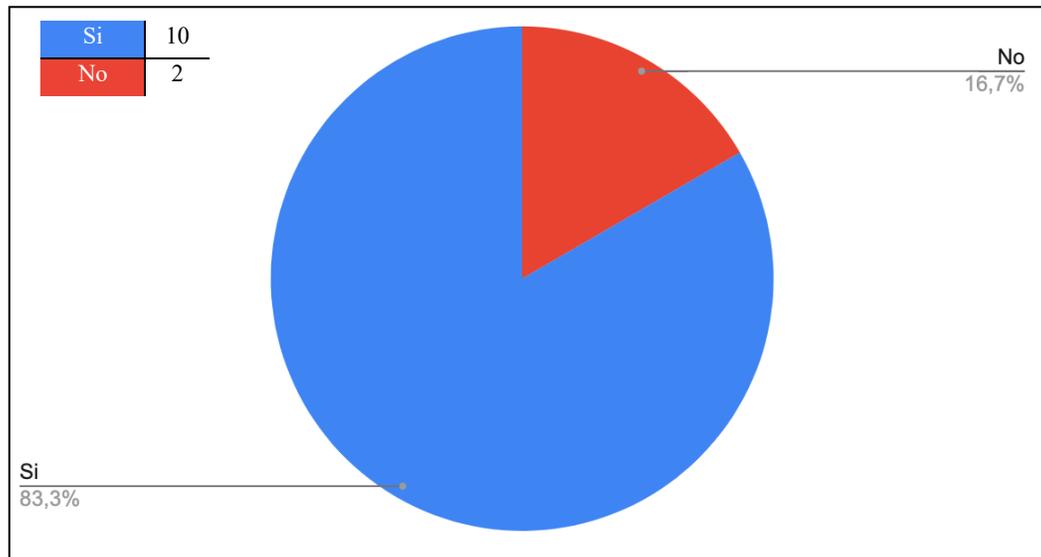
El albergue no es únicamente los perros y el equipo de trabajo, es el lugar en donde trabajan, las instalaciones. De la misma manera que todas las empresas donde existan empleados y ofrezcan un servicio, si una parte de ellas no funciona, el resto no lo hará.

Se encontró que, si existe desinterés laboral o problemática interna, esto ocasionaría un golpe interno para el desarrollo del lugar, debido a que, si el entorno laboral no es el adecuado, el desarrollo de la persona respecto al equipo completo tampoco. Por lo cual se concluyó que la respuesta positiva fue del 91.7% positiva y un 8.3% negativa.



13. ¿Se encuentra respaldado y motivado por el equipo de trabajo?

Figura 17



Fuente: Elaboración Propia

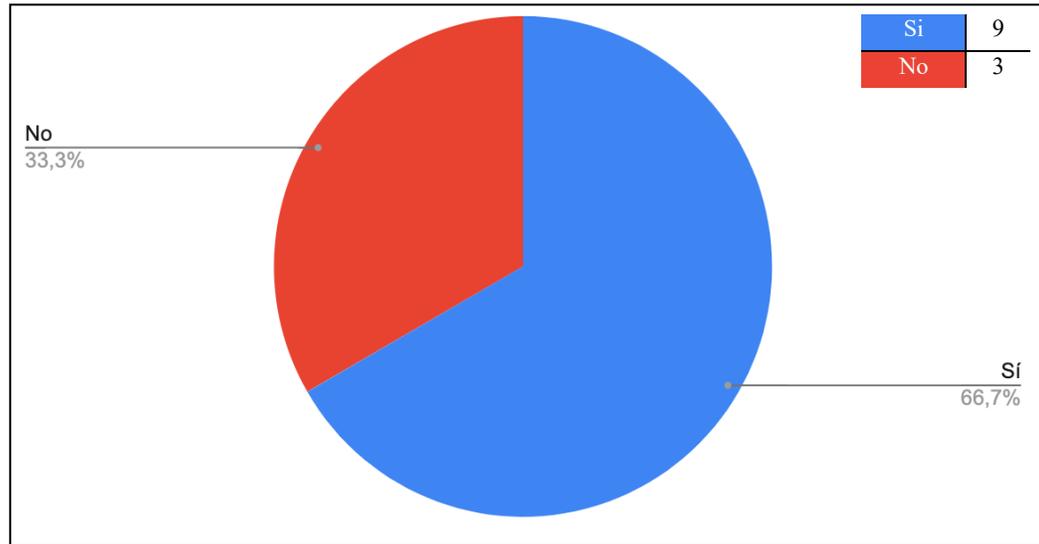
El respaldo y motivación por un equipo de trabajo es lo que crea un ambiente laboral óptimo y produce un mejor trabajo respecto a lo interno, es necesario que tanto compañeros, como superiores creen esa motivación, al final del día el albergue sale adelante por el equipo de trabajo que se encuentra detrás de él. Se concluyó con una respuesta de 83.3% positiva y un 16.7% de negativa.

Visto como una analogía, cada una de las personas es una pieza de un rompecabezas, cuando no hay una o se rompe, el resultado no es el mismo, es necesario por parte del equipo de trabajo hacer que esa motivación y respaldo para cada uno de las personas sea la óptima. Por parte de la cultura organizacional dentro de cualquier empresa se busca que todos los internos sean motivados día con día por medio de la comunicación y confianza creada con anterioridad.



14. Respecto a la pandemia, ¿Cree que dentro del albergue los protocolos de bio-seguridad son los adecuados?

Figura 18



Fuente: Elaboración Propia

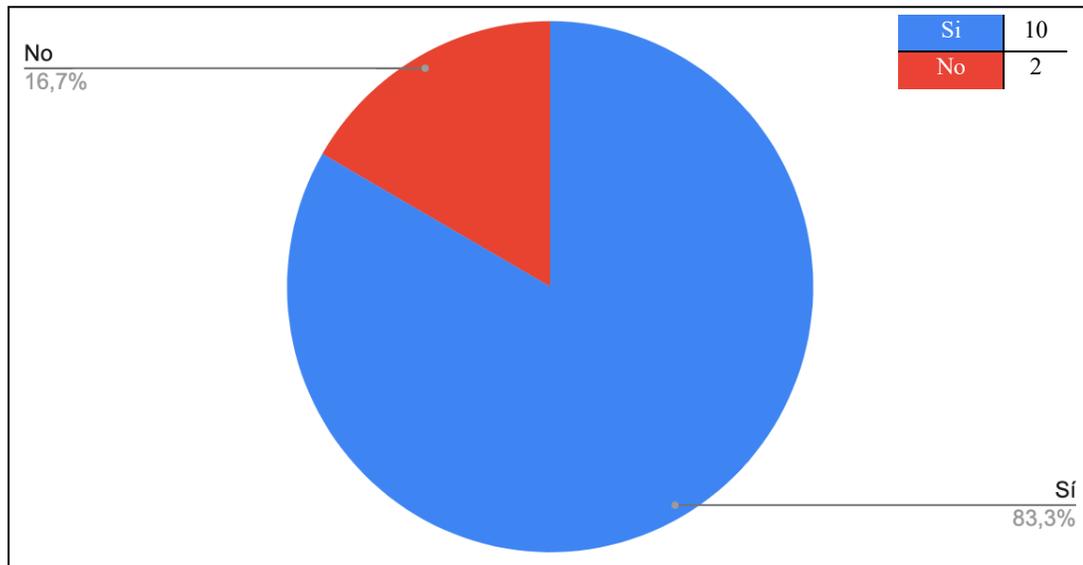
Debido a la pandemia continúa y muchos lugares han sufrido de un paro laboral, mientras que para otras ha sido motivo de ver como salir adelante aún con la pandemia. Se tomó en cuenta que la realización de protocolos de bio-seguridad son importantes para cada uno de los empleados y personas que visiten el lugar.

La pregunta obtuvo un porcentaje considerable de respuestas negativas, seguido del punto de vista de los encuestados que opinaron así, se obtuvo un 66.7% de respuesta positiva y un 33.3% de respuesta negativa. Dentro de las respuestas y opiniones de las respuestas negativas, se comprendió que uno de los puntos principales a trabajar fue el de la falta de implementos de desinfección, al ser un establecimiento, que como ellos resaltaron, se sostiene a base de donaciones.



15. ¿Sus jefes o superiores muestran interés en usted?

Figura 19



Fuente: Elaboración Propia

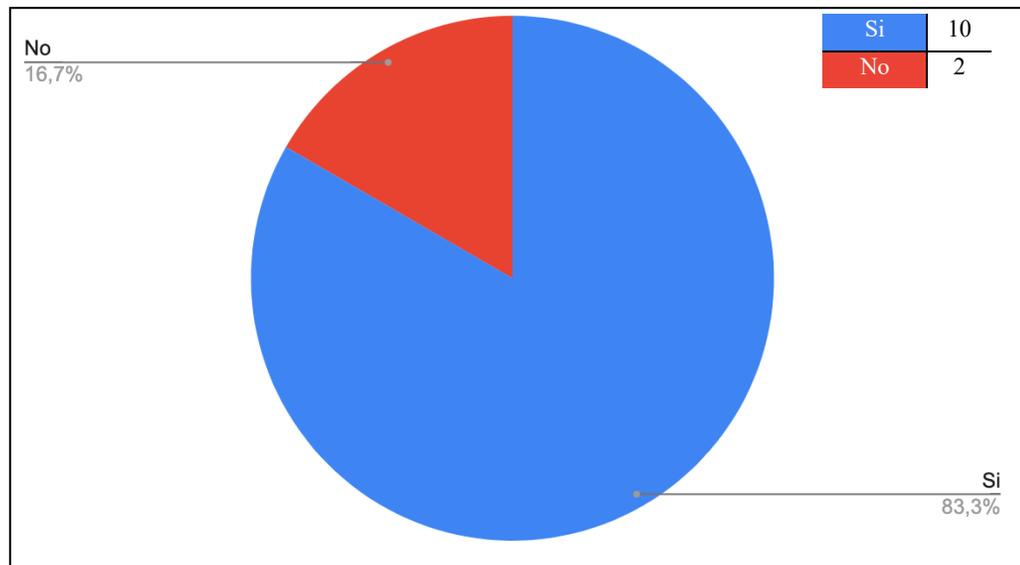
Dentro de la cultura organizacional, existe el sentido de liderazgo por parte de los superiores o jefes, en este caso se denomina líder a quienes buscan mejorar el cambio junto con los demás, mientras que muchas veces el termino de “jefe” es mal empleado como alguien que solo manda o dirige. Se obtuvo un 83.3% de respuesta positiva y un 16.7% de respuesta negativa.

En cualquier caso, el propósito de los superiores es motivar aún más al equipo de trabajo a la realización próspera y oportuna de las tareas, es así que, sin la comunicación adecuada entre ambos, tanto el superior como los trabajadores llegarán a presentar desacuerdos, problemas y hasta este momento la falta de interés ante los demás trabajadores el equipo.



16. ¿Tiene *Whatsapp*?

Figura 20



Fuente: Elaboración Propia

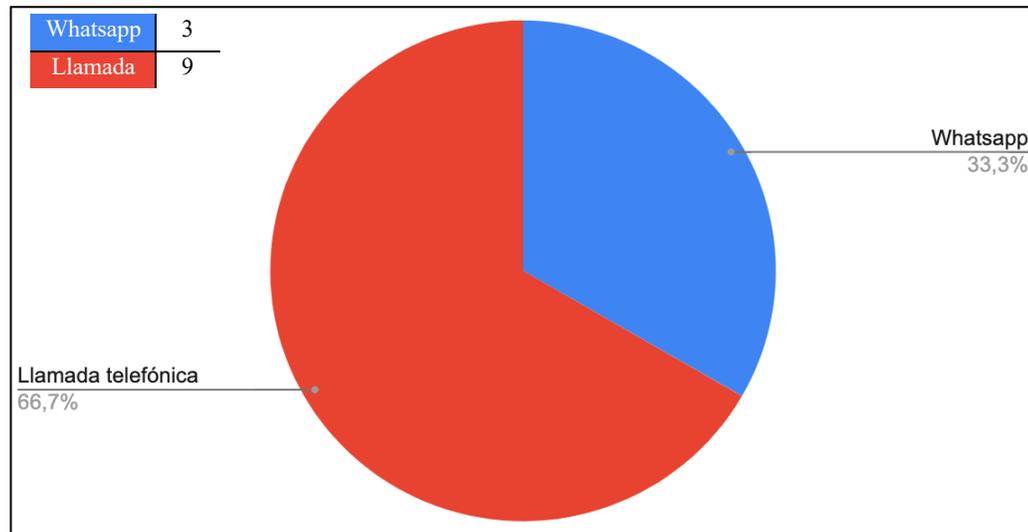
La comunicación entre los trabajadores, regresando al que es el punto por el cual, si es el caso, se presenten o se comuniquen, estando fuera del lugar, siendo así donde el uso correcto de redes sociales se presenta, hasta el punto en donde todo el equipo o equipos tengan un chat de *Whatsapp* en donde si es necesario enviar un mensaje sea enviado a todos. Se obtuvo un 83.3% de respuesta positiva y un 16.7% de respuesta negativa.

Sin embargo, las situaciones de algunos empleados no conocen o permiten la posibilidad de tener las dichas redes sociales, por lo que los ocasiona el uso de medios tradicionales de comunicación.



17. ¿Cómo se comunica con sus compañeros y superiores?

Figura 21



Fuente: Elaboración Propia

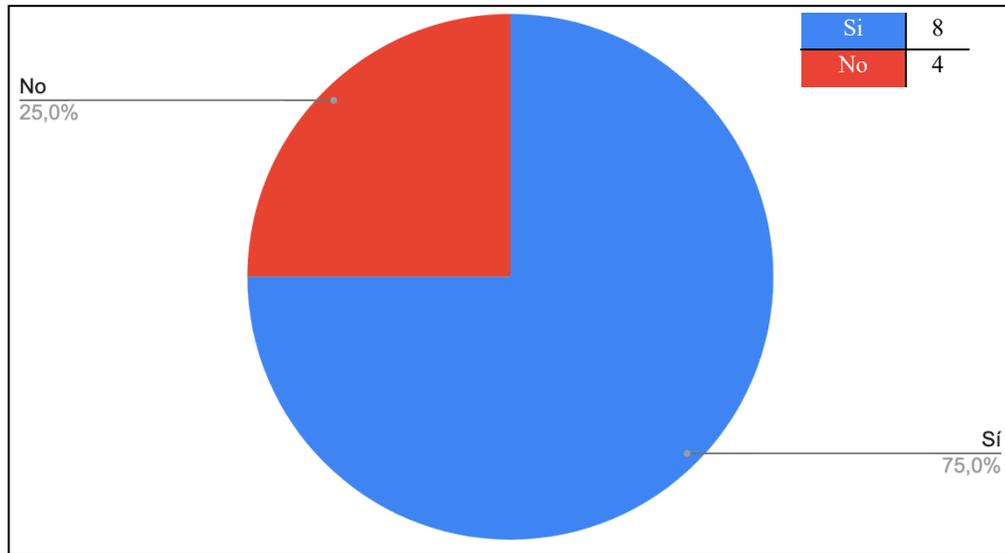
De la manera en que se mencionó en la gráfica pasada, además de redes sociales, y si fuera el caso de no utilizarlas, la forma principal y tradicional de comunicación que se realiza es por parte de llamada telefónica, sin embargo, es observable también que existen casos en donde la comunicación es exclusivamente por medio de redes sociales y de mensajería instantánea, como lo es en este caso *WhatsApp*.

Se obtuvo un 66.7% de respuesta para llamada telefónica y un 33.3% de respuesta para *WhatsApp*, en donde se concluyó que gran parte del equipo de trabajo, para tener una comunicación más directa o bien, por ser la única manera de transmisión de información es donde se opta por llamada telefónica y no por el uso de la red social.



18. ¿Existen reuniones o convivencias internas?

Figura 22



Fuente: Elaboración Propia

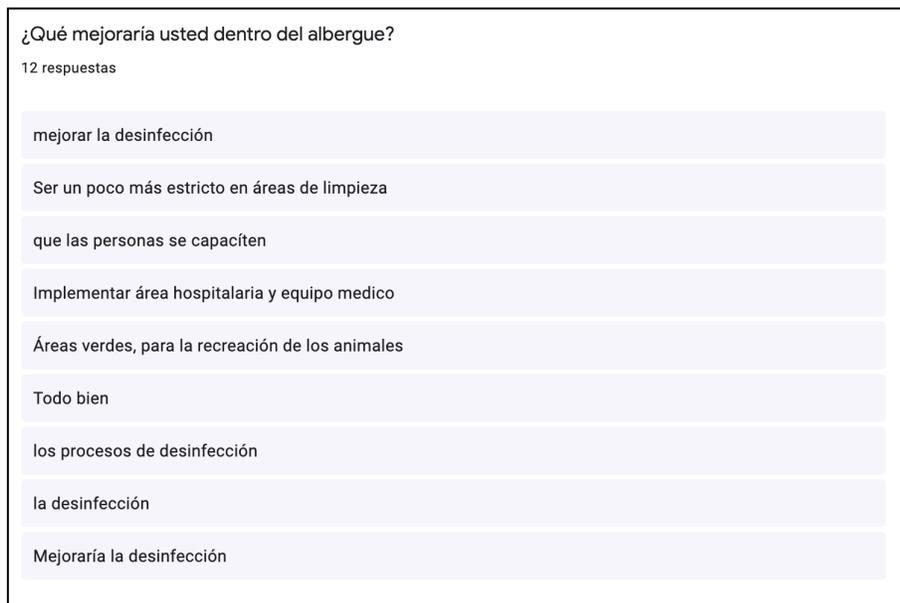
Uno de los medios principales por los cuales se busca que diferentes empresas tengan y mejoren su comunicación interna, siempre ha sido las convivencias entre el equipo de trabajo, sin embargo es entendible que, debido a la pandemia en la que se encuentra el mundo y el país, este tipo de convivencias es un poco más complicado, junto con el hecho de que no todos los empleados poseen un dispositivo móvil por el cual se puedan realizar video conferencias o reuniones virtuales, estas han quedado un poco apartadas.

Por este motivo, el interés de las mismas sí existe, se concluyó con un total de 25%, quienes afirmaron que no han tenido alguna o que ellos no han participado y que si les gustaría que existiera este tipo de convivencias o reuniones.



19. ¿Qué mejoraría usted dentro del albergue?

Figura 23



Fuente: Elaboración Propia

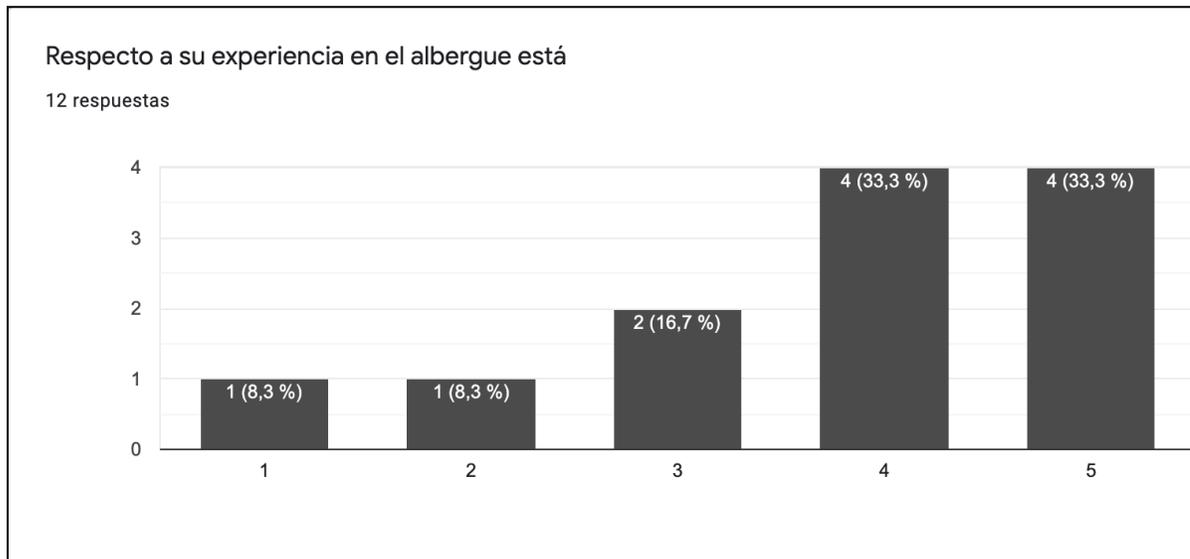
Con motivos de conocimiento, la pregunta pasada fue más abierta a las demás, dejando a la posibilidad de que ellos presentarán que sería algo que ellos mejorarían dentro del albergue, su opinión respecto a este caso.

Así se puede observar que muchas personas lo que sienten que es necesario es la limpieza, tanto en tema de pandemia y bio-seguridad, como limpieza en general, por otro lado, opinaron que sería muy útil para los albergadas, áreas de recreación dentro del mismo albergue, seguido de una solicitud de una mejora en el equipo hospitalario y médico, en donde se concluyó con la solicitud de la contratación de persona capacitada para los puestos.



20. Respeto a su experiencia en el albergue, está:

Figura 24



Fuente: Elaboración Propia

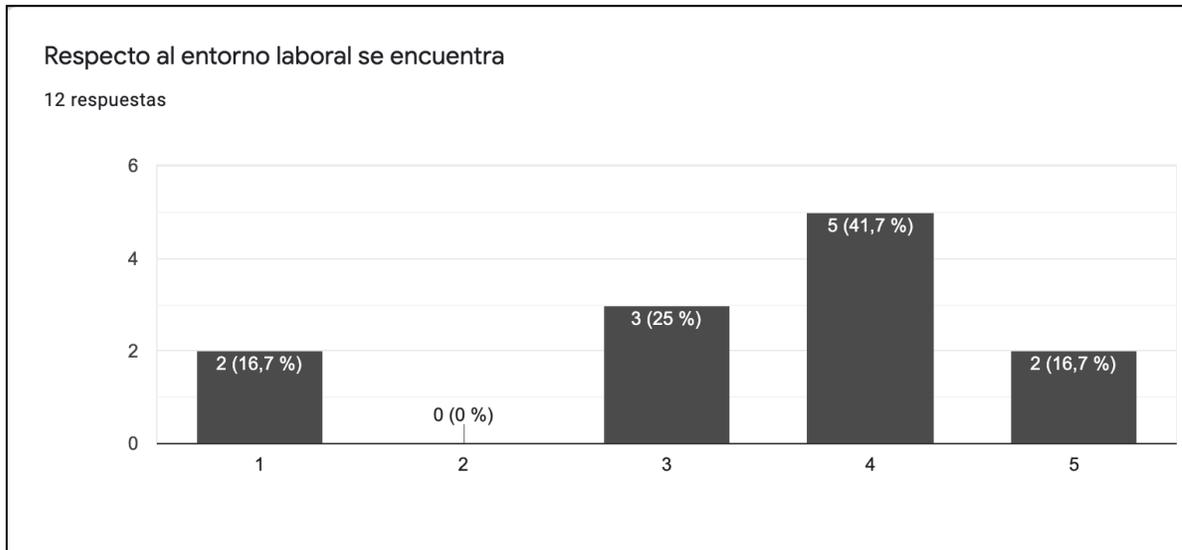
Se realizó una serie de dos preguntas de satisfacción respecto a diferentes puntos importantes a tomar en consideración, en la primera se evaluó que tan satisfechos se encontraban respecto a su experiencia de laborar en el albergue, siendo cinco muy satisfecho y uno Insatisfecho.

Se concluyó que el 66% se encuentra satisfecho de trabajar allí, donde un 50% del mismo 66% no está completamente satisfecho, pero tampoco no lo está. Se obtuvo un 16% que se encuentra en medio de todo y luego otro 16% de las opiniones menos satisfechas respecto su experiencia.



21. Respetto al entorno laboral se encuentra:

Figura 25



Fuente: Elaboración Propia

De la misma forma que la encuesta anterior, se concluyó que, sobre el entorno laboral no existe una posición referente a un excelente entorno laboral, como sucede en todo trabajo en el que se labore, no significa que sea algo negativo, sin embargo, no es excelente.

Se concluyó que mientras un pequeño porcentaje, en este caso el 16% se encuentra insatisfecho en cuanto al entorno laboral, es necesario para el bienestar grupal buscar medidas en las que el porcentaje positivo aumente para así mejorar el ambiente interno del lugar.



1.17.2. Entrevistas

Pregunta 1: ¿Como han afrontado la nueva normalidad dentro de las instalaciones del albergue?

Tabla 1

Entrevistado	Respuesta
Dr. Leonel Gonzales (Veterinario)	“Debido a las nuevas disposiciones, se trata de llevar a cabo el distanciamiento social, trabajando para que el área de limpieza, cada una de las personas mantengan ese dicho distanciamiento y evitar lo mayor posible cualquier contagio.”
Jaqueline Cuyan (Encargada de <i>Facebook</i> y <i>Messenger</i>)	“Tratamos como todas las personas de llevar un cierto orden ante la pandemia, dejando pasar de una a dos personas por familia. Tratando de llevar de la mejor forma los controles de bio-seguridad, lamentablemente se han tenido que cancelar actividades debido a aglomeraciones, pero siempre se han llevado a cabo de la mejor forma las medidas”
Melissa Méndez (Administradora)	“Nos ha perjudicado por la afluencia de personas que han buscado adoptar perros, sin embargo, hemos buscado realizar jornadas de adopción, sin embargo, luego de las últimas disposiciones se complicó nuevamente el proceso de adopción, llegando a ser utilizado los medios digitales para dar a conocer a los vecinos de los diferentes perros en adopción”
Ingrid Morales (Encargada de <i>Instagram</i> , <i>Whatsapp</i> , <i>Facebook</i> , <i>Youtube</i> y <i>Tiktok</i>)	“Ha sido un proceso difícil, al principio no se han podido realizar jornadas de adopción, ni visitas para los albergados. Buscando estrategias por medio de redes sociales para dar a conocer a los albergados, presentar a cada uno y que las personas los conozcan, aunque lamentablemente los abandonos han incrementado”

Fuente: Elaboración Propia

Se entendió que, en cuanto a adopciones, el grupo del albergue municipal, ha tenido un decremento de las mismas, así fue la manera en la que se llegó a tener que optar por el uso de redes sociales para continuar el proceso de adopción, mientras que de manera interna se continua la implementación y con el seguimiento de procedimientos de bioseguridad, según el conocimiento de diferentes limitantes y disposiciones que, conforme el paso del tiempo estas continúan en evolución.

Donde se comprendió que, siempre ha sido el propósito principal, aún en pandemia, el bienestar y seguridad de los albergados y así tener un buen control de los mismos. De la misma forma buscar



la creación de conciencia y empatía por medio de redes sociales para que los vecinos sepan de los albergados Y brindarle sí es posible un nuevo hogar.

Pregunta 2: ¿Qué medidas cree que se podrían mejorar?

Tabla 2

Entrevistado	Respuesta
Dr. Leonel Gonzales (Veterinario)	“Tratar de seguir el esquema que ya se tiene, continuando con esquemas de desinfección, buscando de la misma forma un mejor manejo de desechos para el medio ambiente .”
Jaqueline Cuyan (Encargada de <i>Facebook</i> y <i>Messenger</i>)	“Nos gustaría instalar un túnel, como en centros comerciales. Así como llevar un buen manejo de limpieza para quienes vienen y para nosotros, implementando termómetros y continuando con el mismo proceso.”
Melissa Méndez (Administradora)	“Estámos en proceso de reestructurar el protocolo de desinfección, deberíamos tener ese protocolo, no solo con la pandemia, sino para protección respecto a limpieza, tomando en cuenta también en cuenta la limpieza de los perros. Estamos en busca de un pediluvio y otros insumos necesarios.”
Ingrid Morales (Encargada de <i>Instagram</i> , <i>Whatsapp</i> , <i>Facebook</i> , <i>Youtube</i> y <i>Tiktok</i>)	“Si, en cuanto a la bio-seguridad, al entrar al albergue se necesita mejorar, no tenemos termómetro, no hay alfombra desinfectante y sería útil, llevar a cabo si es posible el voluntariado, en cuanto a pocas personas.”

Fuente: Elaboración Propia

Refiriéndose a las medidas de la bioseguridad que el albergue maneja, existen puntos de mejora, según exponen unas de las personas entrevistadas, mientras que otras personas coinciden en que se lleva el proceso de desinfección de la mejor forma. En donde de la misma forma se afirma que es un proceso que continúa en evolución.

Se afirmó que el albergue se encuentra en la búsqueda de diferentes tipos de termómetros y de un pediluvio, así como otros materiales, donde se tiene en cuenta que además de permitir el proceso de ingreso diario de personas, se cuenta con perros albergados, quienes necesitan un cuidado y mantenimiento diario.

El propósito de todas estas medidas y cambios observados, son para el cuidado y seguridad personal de cada una de las personas trabajadoras del albergue. De esta manera también recordar



que el albergue se sustenta a partir de donaciones, por lo que muchas veces es difícil, debido a la falta de dependencia que tienen respecto de la municipalidad.

Pregunta 3: ¿Conoce la misión y visión del albergue? ¿Cree qué ha evolucionado?

Tabla 3

Entrevistado	Respuesta
Dr. Leonel Gonzales (Veterinario)	“Sigue evolucionando, nosotros tenemos como meta dar el cuidado intensivo al cuidado de perros de la calle, no a los perros con dueño. Nuestra prioridad son los perros de la calle .”
Jaqueline Cuyan (Encargada de <i>Facebook</i> y <i>Messenger</i>)	“Si tenemos, no la tengo presente. Sin embargo nuestra misión desde principio siempre fue el rescate de perros de la calle en estado crítico”
Melissa Méndez (Administradora)	“Si las conozco, hemos tratado de que se implemente y se logre lo que se quiere llegar, la misión, lo que se quiere es hacer la conciencia al vecino de lo que es tener el cuidado de una mascota... Y a la vez como visión tenemos la erradicar la sobre población de perritos en la calle, recatamos, estabilizamos, esterilizamos y ya damos en adopción, tenemos el fin de que vuelva a un hogar.”
Ingrid Morales (Encargada de <i>Instagram</i> , <i>Whatsapp</i> , <i>Facebook</i> , <i>Youtube</i> y <i>Tiktok</i>)	“Si, las conozco. Han ido evolucionando, porque cada día hay problemas, diferentes para con los perritos rescatados. Así mismo no se ha enfocado en ellas, todos tienen diferente propósito, unos solo por ganar dinero y otro por el verdadero amor a los animales.”

Fuente: Elaboración Propia

En referencia a lo que Misión y visión del albergue es, es algo que todos conocen, o creen conocer, en este caso, las personas entrevistadas mencionan que, si las conocen, en donde de ellas tienen en común la idea central, el propósito central de lo que en el albergue tienen como misión y visión.

Sin embargo, por parte de lo que significa la cultura organizacional, es necesario inculcarla a profundidad. De esta forma es necesario tomar en cuenta lo que mencionan de la falta de “sentido de pertenencia” que pueden llegar a tener algunas personas ante la empresa, lamentablemente esto puede llegar a generar un mal ambiente laboral, pesado y conflictivo para ellos de manera interna, desviándose de el verdadero propósito, en este caso, la misión verdadera del albergue.



Pregunta 4: ¿Cree que existen problemas entre compañeros?

Tabla 4

Entrevistado	Respuesta
Dr. Leonel Gonzales (Veterinario)	“Por el cargo que tengo en este momento, traro de solventar problemas entre compañeros, donde no se lleven en el equipo, trabajar en armonía y conjunto entre los animales, si existen problemas, pero todo se resuelve con el dialogo.”
Jaqueline Cuyan (Encargada de Facebook y Messenger)	“Todos sabemos trabajar en equipo, cada quien sabe manejar su equipo y área, trabajamos en conjunto y bastante maduros, afuera puede haber problemas, pero al momento de entrar el.”
Melissa Méndez (Administradora)	“Siempre habrá problemas entre compañeros, tratamos de que no sea algo fuerte, que todo esté en un ambiente laboral en donde estén cómodos, hasta donde se ve un bajo nivel laboral en donde ya entra un traslado por parte de la Municipalidad, si existen roces, muchas veces ya es personal, laboralmente tratamos de arreglarlo.”
Ingrid Morales (Encargada de Instagram, Whatsapp, Facebook, Youtube y Tiktok)	“Si, creo que en todos lados hay problema, por ejemplo, los desacuerdos y problemas personales.”

Fuente: Elaboración Propia

De la manera en la que se presentó en la tabla pasada, muchas personas afirman que en cualquier trabajo siempre existirán diferentes opiniones, ideas y problemas personales, que pueden llegar a afectar el desarrollo y trabajo de las personas envueltas en algún conflicto. La superioridad y complejos de ideologías diferentes es otro punto importante y relevante a tomar en cuenta respecto a problemas que pueden llegar existir internamente en alguna empresa.

El diálogo y el trabajo en equipo pueden solventar con la resolución de problemas que existan en el equipo, por lo que se solicita siempre honestidad y sinceridad por parte del equipo completo, porque si en dado caso la persona ya no se encuentra como con la manera de trabajar que tiene en el albergue, una solución diferente a las anteriores, que a su vez es mucho más estricta, es el traslado que ya es evaluado por parte de la municipalidad.



Se realizaron preguntas más directas hacia el lado de redes sociales, desde el impacto de las publicaciones, hasta el conocimiento que una de las personas tenían sobre el manejo de redes sociales. Su cargo y como es su manejo de material respecto a *posteo*, videos y material más elaborados.

Pregunta 5: En breves palabras ¿Cómo es el impacto de las publicaciones?

Tabla 5

Entrevistado	Respuesta
Jaqueline Cuyan (Encargada de <i>Facebook</i> y <i>Messenger</i>)	“Si, en cuanto al rating de personas alcanzadas hemos llegado a tener impacto en otros países de latinoamerica, buscando apoyar o pidiendo consejos de como iniciar un albergue. Llega a quienes debé de llegar, sin embargo, nos gustaría que el impacto en Mixco fuera mayor”
Ingrid Morales (Encargada de <i>Instagram</i> , <i>Whatsapp</i> , <i>Facebook</i> , <i>Youtube</i> y <i>Tiktok</i>)	“Si, siempre ha tenido un impacto muy grande, principalmente con los rescates, varia depende del tipo de publicación.”

Fuente: Elaboración Propia

Durante la entrevista con Ingrid Morales, conforme ella respondió las preguntas, surgieron más, por ejemplo, la de conocer si ella tenia algún conocimiento profesional sobre el manejo de redes sociales y plataformas como *Youtube*, ella comentó qué, el material para *posteo* de videos en *Youtube* son muchas veces gracias a el área de comunicación social de la municipalidad, así como también por parte de personas que se dedican al gremio de producción audiovisual, si les gusta a ellos lo publican.

Pero que por lo contrario su *posteo* de videos en *Youtube* son una vez al mes, en la red social de *TikTok* su proceso es diferente, al ser una red social, su *posteo* es más seguido que *Youtube*, pero siempre de manera esporádica, redes como *Instagram* donde, según mencionó la entrevistada debería de haber por lo menos un *posteo* diario, existen días en donde publican nada. Comentó que llegó a encargarse de redes sociales en suplementó de la persona anterior, en donde la apropiaron del uso completo de las mismas.



1.18. FODA: Definiciones

Fortalezas: Son aquellos aspectos positivos que se pueden resaltar de una institución, que influyen de forma directa en sus funciones y en el cumplimiento de sus objetivos y metas, también dependen de ella misma para aprovechar el entorno, dentro de las principales fortalezas de cualquier institución o empresa, se resalta el recurso humano, que va desde el personal operativo hasta el administrativo, ya que todos permiten que la tareas se cumplan a cabalidad, también los recursos tecnológicos, financieros, estructura organizacional, organización del trabajo, metodología de trabajo, entre otros. Las fortalezas involucran la contribución positiva de las partes interesadas en términos de experiencia, conocimiento, formación académica, habilidades que contribuyen el desempeño de una organización, etc.

En el albergue municipal para mascotas Mixco, se resalta como principal fortaleza, el amor por los animales y la dedicación que se le otorga a cada uno de los albergados, el interés por el bienestar de los perros de la calle y velar por su seguridad, es parte de sus fortalezas, junto al hecho de ser un albergue conocido a nivel nacional, donde tiene redes sociales bien formadas y con un buen recibimiento por parte del público y grupo objetivo.

Oportunidades: Son los factores o situaciones externas que pueden favorecer el que hacer de la institución, para que dé respuesta a la problemática que atiende conforme a sus mandatos. (Factores político institucionales, económicos, medio ambientales, sociales, culturales, ámbito internacional, enfoque territorial, factores poblacionales, entre otros). Estos son externos al entorno de una organización. Por ejemplo, siempre surgen nuevas ganancias después de ejecutar una buena estrategia. Así que, generalmente las oportunidades tienen como resultado el crecimiento, cambios en la percepción del mercado, soluciones a dificultades, etc.

Como Oportunidades en el albergue se puede denotar el impacto de donativos que recibe de parte de empresas para el alimento de los albergados, así como el hecho de que al ser parte de la municipalidad de Mixco esta está sustentada en cuanto a gastos básicos y el sueldo de los trabajadores, seguido del interés por parte de personas externas a Guatemala para el apoyo del



mismo albergue y de cómo por medio de la búsqueda de crear conciencia es que se inculca cada vez más la idea de adopción y no tanto de la compra de perros y animales.

Debilidades: Son los aspectos negativos internos que obstaculizan la capacidad de la institución para lograr su mandato y enfrentar el entorno. (Recurso humano, tecnológicos, financieros, estructura organizacional, organización del trabajo, metodología de trabajo, entre otros). En las organizaciones existen ciertas áreas de negocio que pueden no funcionar de acuerdo con las expectativas de los clientes, y esto puede ser lo que provoca fricciones y hace que la organización no logre los objetivos deseados.

Segmentos como la falta del apoyo financiero, la falta de herramientas tecnológicas apropiadas para la capacitación, una ubicación inadecuada de la organización, etc., pueden caer dentro de la categoría de “debilidad”. Estos suelen estar bajo el control de la organización y pueden estar creando pérdidas significativas. Las debilidades son atributos negativos que contribuyen a la desventaja competitiva de una organización. Una comprensión precisa de las características negativas es algo que ayuda a una organización a mejorar y crear mejoras en la institución.

En el lado de debilidades se puede determinar el a veces bajo conocimiento de la institución, el tener problemas internos y la poca confianza de comunicar problemas o de poner comunicarse con el superiores del área o con los mismos compañeros, seguido de la idea errónea de lo que es el trabajar para un bien social, la falta de condiciones debido a la pandemia, el mal distanciamiento en el lugar, así como también entender qué existe una baja cultura empresarial que se puede observar por encuestas y entrevistas realizadas.

Amenazas: Son factores o situaciones externas negativas que influyen en el quehacer institucional. (Factores político institucionales, económicos, medio ambientales, sociales, culturales, ámbito internacional, enfoque territorial, factores poblacionales, entre otros) Las amenazas indican aquellos factores que pueden causar daño a las estrategias de mercadotecnia existentes en una organización y también pueden eventualmente conducir a pérdidas.



Los competidores, los cambios en las políticas gubernamentales, la mala cobertura de prensa para los productos / servicios / eventos, un cambio en el comportamiento del cliente, son algunos aspectos que pueden generar una amenaza en una institución.

De la misma forma, una de las amenazas que el albergue presenta sería el hecho de que la municipalidad no ofrece más que el salario y gastos básicos, debido a que muchas veces los equipos inmuebles están en deterioro y en mal estado, la imagen del lugar que por lo mismo de no ser renovados puede llegar a ser visto de mala forma y verse mal, el desinterés por parte del vecino que, al conocer las condiciones en las que se encuentra el albergue, estos continúan siendo participes de violencia y otros problemas hacia perros de la calle, sin crear la conciencia buscada por parte del albergue.

1.19. Problemas detectados

Se logró evidenciar problemas a mejoras dentro del albergue municipal para mascotas Mixco, luego del análisis de los resultados, tanto de la etapa de observación, como de las encuestas y de las entrevistas realizadas. Lo que llevó a la generación de los problemas.

Tomando en cuenta el hecho de lo observado como punto de complementación a los análisis previamente mencionados, se llegó a la conclusión que uno de los problemas es el refuerzo en el área de la cultura organizacional que tiene el albergue, la falta el instinto de pertenencia que algunos trabajadores llegan a presentar y de esa forma buscar la motivación en sus compañeros y superiores para comunicar si existe o tiene problemas que puedan resolver.

Hacer partícipe a todos los trabajadores de la misión y visión del lugar, poner en práctica el significado de cada una junto a seguir los valores y objetivos del mismo, buscar crear en las personas de la misma forma el problema de lo que la pandemia significa y como cuidar al equipo de trabajo, que se sientan seguros en cuanto a la desinfección.



Se concluyó con el problema de que no hay una persona estipulada directamente con el conocimiento de generación de contenido para el albergue, mientras que una de la persona que está encargada en este momento de *posteo*, profesionalmente se dedica a enfermería veterinaria.

Así mismo que no llevan un *cronopost* donde establecen *posteo* en redes sociales, lo cual beneficiaría la imagen social de las redes, al tener un horario y *posteo* específico, si es que lo amerita.

1.20. Planteamiento del problema

¿Cuales son las causas que generan problemas de comunicación interna en el albergue municipal para mascotas Mixco?

Respuesta hipotética: Dentro del albergue existen diferentes opiniones respecto a problemas y situaciones que acontecen la época actual, por lo que existen diferentes ideas que generan un problema de identificación con el albergue.

1.21. Indicadores de éxito

- Manuales de cultura organizacional, que de no tener la municipalidad se utilizarán otros.
- Apoyo por parte de la municipalidad si el traslado de alguien sea el necesario hacia otro sector de la municipalidad y así evitar problemas.
- El albergue está dispuesto a continuar con el proyecto en casos futuros.
- Equipo tecnológico y audiovisual
- Presupuesto para contratación de productores y fotógrafos
- Presupuesto para compra de materiales

1.22. Proyecto a desarrollar

Estrategia de comunicación integrada en función del desarrollo de una exitosa interrelación interna en el Albergue municipal de mascotas Mixco.



Capítulo 2

Plan estratégico de Comunicación

2.1. Plan de Comunicación

El Plan estratégico de comunicación es una llave, herramienta, una “hoja de ruta”, de que determina de forma clara los objetivos de comunicación a los que se desean llegar y se quieren alcanzar “para favorecer y mejorar el desarrollo laboral e integro de una empresa o equipo laboral” Valentin M.G. (2021).

De la misma forma se conceptualiza como un documento que recoge y especifica “las políticas, estrategias, recursos, objetivos y acciones de comunicación, tanto internas como externas, que se propone realizar una organización” Obra Social Fundación “La Caixa”(2010). Entendiendo que es un registro en donde se deje especificado objetivos y metas, que luego de haber observado en la etapa de Diagnóstico, se pretende corregir o mejorar para una buena comunicación, ya sea interna, como externa.

Tratándose principalmente de comunicación interna, este es propuesto principalmente para un desarrollo del mismo ya sea de mediano a largo plazo, único según el lugar de implementación y único entre todos los desarrollados con anterioridad, trabajado con coherencia referente a lo evaluado y observado.

Existen muchas maneras de referirse a el desarrollo o las partes que todo plan de comunicación debe llevar, se inicia con la etapa de documentación, seguido por el Análisis y reflexión, la formulación de objetivos, el Planteamiento estratégico, “continuando con los procesos y concluyendo con el seguimiento” L.(2021).

Una vez haya sido realizada la etapa de Diagnóstico y analizado los resultados que durante esta fase se obtuvieron, se continúa con el plan estratégico de comunicación, en donde, debido a ser específico para la comunicación interna del lugar, se esperan realizar y cumplir con los objetivos para una mejor comunicación interna.



2.2. Misión

Mejorar los procesos internos de comunicación en el albergue municipal de mascotas Mixco tomando en cuenta la problemática Covid-19.

2.3. Visión

Resolver la problemática en comunicación interna, interrelación y manejo de prevención frente a la pandemia Covid-19 en el albergue municipal de mascotas Mixco.

2.4. Elementos comunicacionales

Emisor: Al iniciar en el proceso de comunicación se identifica a quien codifica el mensaje, lo organiza de tal forma que el receptor pueda codificar y entender, “debe conocer el sistema de lenguaje (idioma) utilizado por el receptor para que su mensaje pueda ser legible” Pérez, J. (2009).

Receptor: Quien recibe la información del emisor, es a quien va dirigida, con un proceso de intercambio de roles entre emisor y receptor, por lo que el receptor toma el papel de emisor y así sucesivamente, si es bidireccional.

Código: Conjunto de signos usados para la composición de un mensaje. Siendo definidos como verbales y no verbales.

Mensaje: Es la información o idea que es transmitida entre emisor y receptor.

Canal: Es por donde se envía el mensaje, dependiendo de la situación, por ejemplo, Internet.

Ruido: Toda señal, sonido, cualquier cosa que interrumpa el intercambio de ideas en la conversación entre emisor y receptor. Toda perturbación en el proceso comunicativo, distorsionando u ocultando el mensaje.



Retroalimentación: Es la respuesta del receptor que informa al emisor sobre cómo se ha recibido el mensaje. Necesaria para confirmar la comprensión del mensaje, de manera correcta y efectiva.

2.4.1. Comunicación Organizacional:

Definida como el proceso de gestión comunicacional, tanto interna como externamente, en organizaciones, como para los clientes con los cuales esta se relaciona. Medio importante para el contexto en el cual se busca la mejora de la efectividad de la transmisión y como fluye la comunicación.

Lo que la vuelve un pilar importante para la construcción del flujo de comunicación en un clima organizacional, siendo este tanto interno como externo.

2.4.2. Comunicación Externa:

Refiriéndose a tres diferentes tipos, la comunicación externa operativa, externa estratégica y la externa de notoriedad, que dependen del receptor al que se quiere dirigir de manera directa, refiriéndose principalmente hacia clientes, proveedores y competidores, aquí es donde se pueden llevar a cabo los diferentes medios como patrocinios, eventos, entre otros.

“Suele estar regida por una identidad corporativa (manifiesta en detalles estéticos como logotipos, colores, etc., pero también en directrices comunicativas estratégicas) y por ende estar mucho más controlada y normada. Esto incluye boletines al público, publicidad, correos electrónicos, marketing en redes sociales, etc.” Raffino, M. E. (2020).

En otras palabras, es la que va hacia el exterior de la empresa, lo que muestra la empresa desde medios convencionales hasta los no convencionales, la imagen pública de diferentes organizaciones y empresas también forman parte de esta definición de comunicación externa.



1. Tipos de Comunicación externa

- **Comunicación Externa estratégica:**

En esta lo que se busca es, como su nombre lo dice buscar y conocer de manera estratégica la evolución, competencias y cualquier información necesaria que llegue a afectar la posición competitiva que la empresa pueda llegar a tener con respecto a otras.

- **Comunicación Externa operativa:**

Funciona a través de el desarrollo atemporal de las actividades de la empresa, es donde se denominan todos los puntos importantes de la comunicación pública de la empresa. “tanto con proveedores, clientes, competidores, administraciones, etc.” Soto, B. (2020, 10 abril).

- **Comunicación Externa de notoriedad:**

En donde el área de publicidad, patrocinio y promoción llevan su papel a cabo, desde la intervención de ATL y BTL, vayas publicitarios, puntos de información, apoyo de personas con móviles y MUPIS, todo tipo de información que sea relevante y este a la vista del posible consumidor o cliente que la empresa busque llamar su atención.

2. Canales de Comunicación Externa

Depende de la organización, es necesario que se determinen aquellos canales que la audiencia y grupo objetivo utilicen y por los cuales sea mejor recibido el mensaje. Entre los más importantes se pueden encontrar:

- **Redes Sociales**

Al estar en el siglo de la tecnología, en donde una gran cantidad de personas, principalmente entre 15 y 60 años, se comunican y utilizan redes sociales para mantener el contacto con familiares lejanos o bien, con contactos en el momento. Así es como organizaciones grandes, al



ver este ímpetu que nació referido a la búsqueda de acoplación con su grupo objetivo, es que se puede encontrar a una gran cantidad de empresas y organizaciones en las diferentes redes sociales con relevancia.

- E-mail *marketing*

Un canal directo y de los más utilizados hasta la fecha, “A través del email marketing puedes lanzar diferentes tipos de mensajes: más persuasivos, informativos, de venta... y de fidelización” Núñez, I. (2021). Lo que se refiere a el equilibrio entre nuevo y antiguo publico, en donde por medio de este se puede llegar a crear apropiación de la organización con los diferentes públicos a los cuales se les envía y se lleva a cabo este canal.

- PodCast

“El podcast es una manera innovadora de conectar con la audiencia y mantenerlo comprometido a través de entregas periódicas que la audiencia espera con ansia.” Núñez, I. (2021). Donde se define que es una manera de consumir contenido más libre, al poder llegar a ser consumido como lo llego a ser la música en radio, o en diferentes plataformas, creando y fortaleciendo el posicionamiento que las diferentes marcas tenían referente a su grupo objetivo.

- Aplicaciones de mensajería instantánea

Conectado directamente con las redes sociales, las aplicaciones de mensajería instantánea son eso, mensajes al instante, que además de ser más personalizables que un mensaje de texto, son más globales y personales.

- Publicidad

Conocido por formar parte de los formatos clásicos de comunicación externa. Basándose en medios convencionales y no actuales, la publicidad en radios, medios impresos, atl, btl, anuncios televisivos, continúan siendo un punto resaltante de la comunicación externa.



- Llamadas telefónicas

Los *call centers*, ya sea de organizaciones como bancos o empresas de ámbito organizacional, buscan la información y producción de comunicación externa por medio de llamadas.

2.4.3. Comunicación Interna:

Refiriéndose a la comunicación interna, como lo dice su nombre, es todo tipo de intercambio de información que se lleva a cabo de manera interna de la empresa, en donde los canales o medios disponibles mantienen una buena relación humana entre colaboradores y entre disponibilidad de intercambios de información.

Así mismo, genera y “establece vínculos informativos de diversa naturaleza entre sus propias partes” Raffino, M. E. (2020). Denominando así, que dicha comunicación es la responsable de que la empresa se encuentre a pie, donde por lo general no sale a la luz y se encuentra, como su nombre lo menciona, interno.

1. Tipos de Comunicación Interna

Puede ser dividida según el nivel jerárquico dentro de la organización, así como el nivel del que este venga y sea desarrollada en diferentes tipologías.

- Comunicación Ascendente:

Conocida como parte de la comunicación vertical, es la que proviene de los sectores bajos hacia el nivel superior dentro de la empresa, muchas veces utilizada como medio de *feedback*. “También sirve para dar ideas, sugerencias, proposiciones a quienes tomen en la organización las decisiones estratégicas, o para hacer solicitudes formales” Raffino, M. E. (2020).



- **Comunicación Descendente:**

Al contrario de la Comunicación Ascendente, esta es la que surge de sectores altos hacia los sectores bajos dentro de una organización o empresa. “Suele ser un tipo de comunicación unidireccional, que cumple con notificar, dar instrucciones, participar decisiones” Raffino, M. E. (2020).

- **Comunicación Horizontal:**

Representada y desarrollada entre los empleados del mismo sector o nivel corporativo, en esta no se observa un nivel jerárquico. “No hay una relación jerárquica en ella, sino que se da entre iguales, generalmente para compartir información, responder solicitudes, etc.” Raffino, M. E. (2020).

2. Canales de Comunicación Interna

Dependiendo mucho del tamaño de la organización, de la cantidad de empleados y sucursales, es decir, los cimientos de la comunicación interna. “En donde pueden ser formales o informales a través de los cuales la comunicación en una empresa fluye” Efficcy (2021). Entre los principales canales se pueden definir:

- **Correo Electrónico.**

Un correo institucional, en donde se la unidad de los colaboradores. De esta forma se unifica a los miembros de una empresa como parte del mismo lugar, con el mismo dominio de correo y de esta manera fortalecer el sentido de pertenencia.

- **Cultura Organizacional**

Las diferentes normas y valores internos por los cuales se rige la organización o institución.



- **Sentido de Pertenencia**

Es lo esencial para que un empleado se sienta participó de algo, parte del equipo y se identifique con la empresa, institución y sus valores.

- **Reuniones**

“Las reuniones suelen ser un buen método de comunicación descendente y horizontal, pero no suele ser tan bueno para la ascendente” Efficcy (2021). Son uno de los canales más clásicos respecto a la comunicación interna.

- **Buzón de sugerencias**

Un buzón en donde, ya sea por sectores o bien, 1 en general, se deje a oportunidad de quien desea, de manera anónima, dejar un papel con alguna sugerencia o punto que le gustaría recomendar, que esa persona considere que sea necesaria para mejorar.

- **Cartelera Informativas**

Cartelera en donde se coloquen, circulares, boletines e incluso calendarios en donde se encuentre a vista de todos para que todos tengan conocimiento de mensajes importantes.

- **Boletines internos o Circulares**

Documentos y/o informes mensuales que funcionen de manera que informen y notifiquen diferentes situaciones que ocurren dentro de la empresa u organización.

- **Manual de empleado**

Donde se encuentre toda la información que sea de suma importancia que cualquiera de los colaboradores tenga conocimiento, respecto a la organización.



2.5. Alcances y límites de la estrategia

Tabla 6

Problema	Alcance	Límite	¿Por qué?
Falta de cultura Organizacional	x		
Falta de sentido de pertenencia por parte de algunos colaboradores	x		
Falta de participación interna por parte de los trabajadores	x		
Falta de protocolos de desinfección	x		
Falta de conocimiento técnico referente a redes sociales		x	Las redes sociales son un tema que día con día van siendo actualizadas y con nuevos índices de estudio, por lo que resulta casi imposible “capacitar” a quien es encargado de las redes en el albergue.

Fuente: Elaboración Propia

2.6. Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional

Por metodología se entiende que, “es el conjunto de pautas y acciones orientadas a describir un problema” Navarro, J. (2008). Es la técnica que se utiliza al momento de la realización de investigaciones, con el propósito de obtener de manera eficaz y verídica la información solicitada.

Por parte de metodología, la investigación realizada se dividió en sus diferentes puntos de vista, tomando en cuenta el tipo, el enfoque que se le dio y la forma en la que luego del proceso de investigación se llevo a cabo desde la etapa de diagnóstico.

Con base en la investigación descriptiva, al entender que son las que “realizan su estudio sin alterar o manipular ninguna de las variables del fenómeno, limitándose únicamente a la medición



y descripción de las mismas” Jervis, T. M. (2020). Se comprende que es la investigación que como su nombre lo dice, se encarga de describir la situación a investigar.

Se continuó con un enfoque mixto, el cual es el que se conoce por integrar de manera sistemática una combinación tanto del método cuantitativo, como cualitativo, por lo que existen puntos en la investigación en donde se habla de puntos teóricos, como de otros no teóricos, que simultáneamente impactan en la misma. Seguido de una observación participativa que, al venir del lado de investigación cualitativa, en donde se basó principalmente en recolección de datos e información, encarga de realizar la observación de manera directa en el lugar de estudio.

2.6.1. Objetivo general y específicos:

1. Objetivo General:

Fortalecer la comunicación interna en el Albergue municipal de mascotas Mixco

2. Objetivos Específicos:

- Mejorar ambiente laboral
- Fomentar un sentido de pertenencia en el albergue
- Promover la prevención del virus Covid-19

2.6.2. Acciones para Conseguir los objetivos

	Descripción
Objetivo de la comunicación	Mejorar ambiente Laboral.
Acción:	El trabajo en equipo y la fraternidad son puntos importantes respecto al ambiente laboral por los cual, el trabajar en la generación de comportamientos fraternales y diferentes actitudes entre colaboradores, ayudará a la mejora y creación de un buen ambiente



	Descripción
Objetivo de la comunicación	Fomentar un sentido de pertenencia.
Acción:	Sentirse parte de una organización y sentiré único dentro de la misma, además de crear un vínculo de empresa-colaborador, ayuda en la manera en la que esa persona se siente respecto a su trabajo, sentirse importante y relevante dentro del lugar de trabajo es vital para un buen desarrollo organizacional-laboral

	Descripción
Objetivo de la comunicación	Promover la prevención del virus Covid-19
Acción:	Al encontrarse el país en un estado de alarma y alerta respecto al virus que ya lleva un poco más de un año a lo largo del mundo, las medidas de prevención, tanto para la propagación, infección y cuidado del mismo son importantes para la empresa y principalmente los colaboradores, en este caso al ser una organización que tiene un enfoque social, es necesario que se tenga un adecuado uso de medidas y prácticas para el cuidado de salud.

2.6.3. Indicadores para medir su cumplimiento

A lo largo de tres meses, se estima que, gracias a la implementación de actividades dentro del albergue, el ambiente laboral empiece a mejorar, donde la implementación de el buzón de sugerencias, además de ser utilizado por uno o varios, esté presente un impacto interno importante para la mejora.

Por otro lado, con la implementación de acciones que generen el sentido de pertenencia, se espera que luego de un mes de haber sido implementadas actividades y productos como el protector de mascarillas, estos se sientan parte del mismo equipo y en donde la confianza entre el equipo empiece a mejorar.



En donde se concluyó con que, se espera que luego del primer mes, los procesos de desinfección tengan una gran mejora, siendo así un incremento en comodidad por parte de los colaboradores y personas externas al llegar al lugar, previniendo y cuidando de la salud de todos los que lleguen y trabajen allí.

2.6.4. Los instrumentos

Tabla 7

Actividad	Tiempo
1 cartelera informativa	1 semana
Celebración mensual de cumpleaños	1 semana
Implementación de bitácora de signos vitales	1 semana
Implementación y creación de comisiones conformadas por 1 persona por cada sector	1 semana
Reuniones	1 semana
Toma de signos vitales	1 semana
1 buzón de sugerencias	2 semanas
Entrega de pines o botones en modo de celebración de logros	2 semanas
12 gafetes personalizados con fotografía	2 semanas
25 protector de mascarillas con el logo del albergue	2 semanas
Mejora de proceso de desinfección	1 mes
1 manual de empleado	1 mes

Fuente: Elaboración Propia

2.6.5. Actividades para la operatividad de la estrategia

- Propuesta 1: Manual de empleado.

Con el propósito de que, los colaboradores tengan a la mano y conozcan la información institucional del lugar, el manual de empleado contendrá datos relevantes y de manera resumida respecto a la organización.

- Propuesta 2: Gafetes con fotografías individuales.

En búsqueda de mejorar el sentido de pertenencia, por parte de los colaboradores hacia el albergue, se propuso la realización de gafetes con fotografía individual.



- Propuesta 3: Bitácora de signos vitales.

Con el propósito de una mejora en el manejo de la pandemia del virus Covid-19, la bitácora de signos vitales será de utilidad para el control de signos e información relevante frente a la salud.

- Propuesta 4: Avisos de uso de mascarilla en todo momento.

En función de la continua prevención de exposición de la salud de los colaboradores y de personas que lleguen a la institución, los avisos plantean puntos importantes respecto al uso de mascarilla y distanciamiento social

- Propuesta 5: Protector de mascarilla.

Referente al sentido de pertenencia y al manejo, prevención y cuidado ante la pandemia, los protectores de mascarilla serán propuestos para el uso diario.

- Propuesta 6: Botones.

En mejora del sentido de pertenencia los pines serán otorgados a los colaboradores, así ser lucidos por ellos, tanto en el uniforme, como en lugares que ellos deseen portarlo.

- Propuesta 7: Cartelera de información

Con el fin de mejorar el ambiente laboral y de tener una mejor comunicación interna, en donde todos puedan conocer y tener información importante, desde circulares hasta fechas.

- Propuesta 8: Buzón de sugerencias.

Lugar en donde los colaboradores podrán colocar diferentes sugerencias referentes al ambiente interno, con sugerencias y puntos de vista, de manera anónima o no.



- Propuesta 9: Mejora de implementos de limpieza.

En la prevención de la dispersión de el virus Covid-19, se propone la mejora de los productos y utensilios de limpieza.

- Propuesta 10: Reuniones.

Para el fortalecimiento de comunicación interna en la institución y en búsqueda de una mejora de ambiente laboral, además de establecer el uso de reuniones como algo mensual, el uso de reuniones como medio de celebración mensual interno, frente a logros o días especiales.

- Propuesta 11: Sesión Fotográfica.

Referente a la implementación de Gafetes con fotografías individuales y en el proceso de mejorar el sentido de pertenencia.

2.7. Financiamiento

Al conocer que se trata de una institución donde el sustento se base en donaciones, la mayor parte de propuestas y actividades se ven bajo aprobación de ejecución por parte de los mismos empleados, en donde el estudiante financiará la sesión de fotografía profesional, los botones y el manual de empleado, junto con dos avisos referentes al uso de mascarilla y distanciamiento social.



2.8. Presupuesto

Tabla 8

Cantidad	Descripción	Costo unitario	Costo total
28	Botones/pines	Q 6.00	Q 168.00
1	Bitácora de signos vitales (impresión)	Q2.00	Q2.00
1	Caja de Madera(Buzón)	Q24.00	Q24.00
1	Cartelera de corcho 60x100 cm	Q135.00	Q135.00
1	Encuadernado	Q15.00	Q15.00
15	Gafetes(impresión)	Q15.00	Q225.00
1	Galón de Amonio	Q50.00	Q50.00
1	Manual de empleado (impresión)	Q25.00	Q25.00
2	Avisos de uso de mascarilla y distanciamiento	Q5.00	Q10.00
1	Paquete Termómetro y Oxímetro	Q200.00	Q200.00
25	Protectores de Mascarillas	Q10.00	Q250.00
2	Rociadores plásticos	Q15.00	Q30.00
1	Sesión Fotográfica	Q1000.00	Q1000.00
	Total	-	Q2134.00

Fuente: Elaboración Propia

2.9. Beneficiarios

Tabla 9

Beneficiarios	Beneficios
Primarios: Albergue municipal de mascotas Mixco. Dr. Leonel Gonzáles y Lic. Melissa Méndez Vecinos del municipio de Mixco	El beneficio principal es hacia la organización y las dos personas que están a la cabeza de ella. Dado que son ellos quienes se encargarán de buscar que la comunicación interna siga de manera positiva.
Secundarios: Escuela de Ciencias de la Comunicación Estudiantado de la ECC, USAC	Siendo el primer plan estratégico de comunicación elaborado en el lugar, así todos los que deseen elaborar o continuar con el proceso de análisis de la comunicación, tanto interna como externa del lugar, generando así antecedentes de que en el lugar ya existe un trabajo e investigación referente a la ya mencionada.

Fuente: Elaboración Propia



2.10. Recursos Humanos

- Leonel Raúl Gonzáles Flores, Veterinario
- Saily Melissa Méndez Huarte, administradora general del Albergue municipal de mascotas Mixco
- Dr. José María Torres, Coordinador EPS 2021
- MA. Evelín Morazán, Supervisora EPS 2021
- Francisco José Popol Méndez, estudiante de EPS Licenciatura y encargado de la elaboración de los materiales

2.10.1. Recursos de Mobiliario y Equipo:

- *Macbook Pro* 2016 de 13 Pulgadas, 256 GB de almacenamiento y 8 Gb de Ram
- Disco Duro *Seagate* de 1 TB
- *Mouse onn Wireless*
- Silla de Oficina
- Internet Residencial

2.11. Área Geográfica de Acción

Ubicación geográfica del albergue, Mixco Guatemala, Personal administrativo.



2.12. Cuadro comparativo de la Estrategia

Tabla 10

Actividad o producto	Objetivos específicos	Presupuesto	Recurso Humano	Área Geográfica	Beneficiarios	Fecha de ejecución
Avisos de uso de mascarilla	Emplear adecuadamente practicas para la prevención del virus Covid-19	Q10.00	Estudiante de EPS	Mixco, Guatemala	Albergue	15/7/21
Bitácora de signos vitales	Emplear adecuadamente practicas para la prevención del virus Covid-19	Q2.00	Estudiante de EPS	Mixco, Guatemala	Albergue	26/7/21
Botones	Mejorar ambiente laboral Establecer un sentido de pertenencia	Q168.00	Estudiante de EPS	Mixco, Guatemala	Albergue	30/7/21
Buzón de sugerencias	Mejorar ambiente laboral	Q24.00	Estudiante de EPS	Mixco, Guatemala	Albergue	26/7/21
Cartelera de información	Mejorar ambiente laboral	Q135.00	Estudiante de EPS	Mixco, Guatemala	Albergue	26/7/21
Celebración de logros	Mejorar ambiente laboral Establecer un sentido de pertenencia	Ninguno	Albergue	Mixco, Guatemala	Albergue	30/7/21
Celebración mensual de cumpleaños	Mejorar ambiente laboral Establecer un sentido de pertenencia	Ninguno	Albergue	Mixco, Guatemala	Albergue	30/7/21
Gafetes	Establecer un sentido de pertenencia	Q225.00	Estudiante EPS	Mixco, Guatemala	Albergue	26/7/21
Manual de empleado	Mejorar ambiente laboral	Q40.00	Estudiante de EPS	Mixco, Guatemala	Albergue	30/7/21



Mejora de implementos de desinfección	Establecer sentido de pertenencia	un de	Q280.00	Albergue	Mixco, Guatemala	Albergue	20/7/21
Protector sobre mascarilla	Establecer sentido de pertenencia Emplear adecuadamente practicas para la prevención del virus Covid-19	un de	Q250.00	Estudiante de EPS	Mixco, Guatemala	Albergue	30/7/21
Reuniones	Mejorar ambiente laboral		Ninguno	Albergue	Mixco, Guatemala	Albergue	30/7/21
Sesión de fotografía	Mejorar ambiente laboral		Q1000.00	Estudiante de EPS	Mixco, Guatemala	Albergue	20/7/21

Fuente: Elaboración Propia



2.13. Cronograma del Plan de comunicación

Tabla 11

	Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero					
	S1	s2	s3	s4	s1	s2	s3	s4	s1	s2	s3	s4	s1	s2	s3	s4	s1	s2	s3	s4	s1	s2	s3	s4	s1	s2				
<i>Aviso sobre uso de Mascarilla</i>																														
<i>Bitácora de Signos Vitales</i>																														
<i>Botones</i>																														
<i>Cartelera de información</i>																														
<i>Celebración de logros</i>																														
<i>Celebración Mensual de cumpleaños</i>																														
<i>Gafetes</i>																														
<i>Manual de empleado</i>																														
<i>Mejora de implementos de desinfección</i>																														
<i>Protector sobre mascarilla</i>																														
<i>Reuniones</i>																														
<i>Sesión Fotográfica</i>																														

Fuente: Elaboración Propia



Capítulo 3

Ejecución de la Estrategia

3. Informe de la ejecución

3.1. Ejecución 1: Avisos de uso de mascarillas y distancia social.

Objetivo: Crear conciencia y responsabilidad respecto a la pandemia del virus Covid-19

Medio: Impreso

Área Geográfica: Sede Central del Albergue municipal de mascotas Mixco. Kilometro 18 ruta Interamericana.

Presupuesto de esta acción: Q25.00

Comprobación del Material:



Anexo 4



3.2.Ejecución 2: Bitácora de Signos Vitales

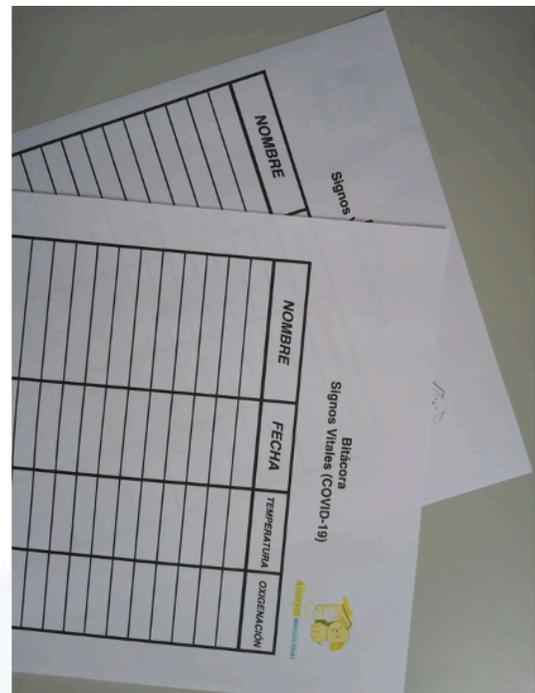
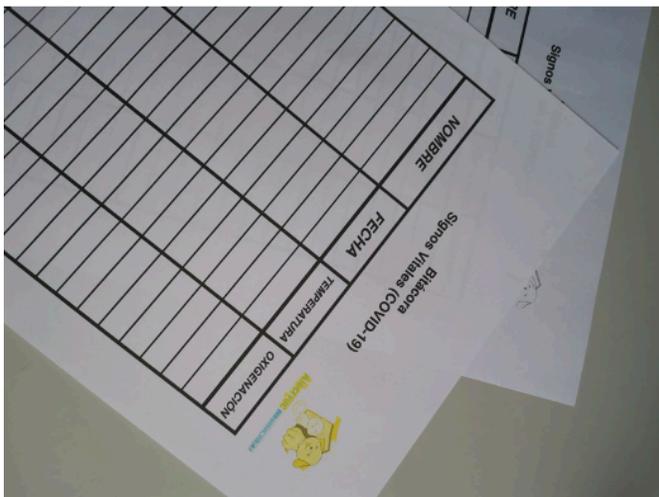
Objetivo: Atribuir la creación de una base de datos respecto a signos vitales referentes a la problemática del virus Covid-19.

Medio: Impreso

Área Geográfica: Sede Central del Albergue municipal de mascotas Mixco. Kilometro 18 ruta Interamericana.

Presupuesto de está acción: Q2.00

Comprobación de Material:



Anexo 5



3.3.Ejecución 3: Botones

Objetivo: Construir y mejorar el sentido de pertenencia en los colaboradores del albergue.

Medio: Impreso en lamina circular de 2.25’’

Área Geográfica: Sede Central del Albergue municipal de mascotas Mixco. Kilometro 18 ruta Interamericana.

Presupuesto de está acción: Q168.00

Comprobación de Material:





3.4.Ejecución 4: Manual de empleado

Objetivo: Construir un sentido de pertenencia y cultura organizacional.

Medio: Impreso

Área Geográfica: Sede Central del Albergue municipal de mascotas Mixco. Kilometro 18 ruta Interamericana.

Presupuesto de está acción: Presupuesto sin aprobación.

Comprobación de Material: Anexo 10



Anexo 7



3.5. Ejecución 5: Sesión Fotográfica

Objetivo: Fomentar un buen ambiente laboral y la relación entre las diferentes áreas del albergue

Medio: Estudio fotográfico

Área Geográfica: Sede Central del Albergue municipal de mascotas Mixco. Kilometro 18 ruta Interamericana.

Presupuesto de esta acción: Q1000.00

Comprobación de Material:





Conclusiones

Luego de las diferentes acciones y actividades pensadas para la mejora del ambiente laboral, se logró identificar qué en el albergue el ambiente, nunca fue negativo, sin embargo si tuvo dificultades, y probablemente las dificultades continúen, no necesariamente con los mismos colaboradores, pero como cualquier otro lugar, las diferencias de opinión y de trabajo continuarán, es parte de ellos llegar a un acuerdo mutuo y consolidarlas.

Al momento de presentarles a los colaboradores los diferentes puntos en cuanto al sentido de pertenencia, como el uso de botones y la propuesta de las mascarillas, se identifico un apego personal por parte de ellos hacia la institución, desde el uso diario de los botones, tanto en ellos como en sus pertenencias, hasta en la discusión de la realización de mascarillas personalizadas en un futuro, debido a que ellos no portan un uniforme directo del albergue.

Al presentar las diferentes acciones para mejorar las prácticas de prevención frente a la pandemia, los procesos de desinfección, como el uso correcto de mascarilla y el distanciamiento social mejoraron de manera interna, únicamente viéndose obviados al momento de comer o de beber agua, en cuanto a desinfección el albergue se encuentra en proceso de mejoramiento de los insumos, en donde los instrumentos como la bitácora de signos vitales es preparada para su uso.

Al ser un apoyo social, respecto al tema de mascotas y abandonos de animales, se busca continuar con la creación de conciencia al municipio de Mixco, lo cual es la motivación principal de los colaboradores en realizar un buen trabajo.

Aún sin poseer un profesional respecto a redes sociales, o bien, alguien con el conocimiento profesional del manejo y uso, su comunicación externa presenta una respuesta exitosa.



Recomendaciones

Al ser una investigación en donde el trabajo se centro únicamente en el diagnóstico y planificación referente a la comunicación interna, se recomienda que, para futuros profesionales, los trabajos de investigación sean realizados bajo un enfoque diferente, una investigación distinta que sea referente a la comunicación externa, o ambas.

Es necesario que se presente la implementación, interna en los colaboradores, un profesional o alguien estudiado que conozca respecto a redes sociales, comunicación, o bien generador de contenido digital y tradicional, para tener un impacto acorde a los objetivos de la institución.

Al ser una institución sostenible por parte de donaciones, buscar y solicitar colaboración y ayuda respecto a presupuesto en propuestas, no concluidas ni realizadas para la institución. Hacia la municipalidad de Mixco.

Con la implementación del “Manual de empleado” se recomienda que sea de uno interno, así como externo frente a la solicitud de tener a mano información importante de carácter institucional y organizacional, para no batallar con la dificultad de no “tener a mano” la información solicitada, así también ser de conocimiento interno.

Se recomienda realizar y concluir con las propuestas presentadas, de esta forma seguir trabajando en la mejora y fortalecimiento interno con la búsqueda de patrocinio en el presupuesto para la resolución de dichas actividades que no pudieron ser ejecutadas por falta del mismo.



Referencias

- Bravo, R. S. (1995). *Técnicas de investigación social*. Recuperado de <https://abcproyecto.files.wordpress.com/2018/11/sierra-bravo-tecnicas-de-investigacion-social.pdf>
- Bruno, D (1990). Diagnóstico y poder. Diagnóstico y participación. Recuperado el CIESPAL, Quito, 1990, pág 311. De febrero de 2021, de Diagnóstico y poder. Diagnostico y participación
- Fabbri, M. S. (2020, marzo). *Las técnicas de investigación: La observación*. Recuperado de <http://institutocienciashumanas.com/wp-content/uploads/2020/03/Las-t%C3%A9cnicas-de-investigaci%C3%B3n.pdf>
- Federación de Gimnasia de Guatemala. (2019, abril). *Plan operativo anual 2019* (Página 19). Recuperado de <https://www.federaciondegimnasiaguatemala.com/wp-content/uploads/2019/02/5-Plan-Pei-Pom-Poa-2019.pdf>
- Ferrando, M. G., Ibáñez, J., Alvira, F., & Martín, F. A. (1996). *El análisis de la realidad social*. Recuperado de <http://metodo1.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/164/2014/10/Garcia-et-al-El-analisis-de-la-realidad-social-metodos-y-tecnicas-de-la-investigacion.pdf>
- Mediáfora & Servicio Andaluz de Empleo. (2006). *Habilidades comerciales*. http://www.juntadeandalucia.es/empleo/recursos/material_didactico/especialidades/materia_didactico_habilidades_comerciales/descarga/m3.pdf
- Obra Social Fundación «La Caixa». (2010). *Elaboración de un plan de comunicación*. https://www.solucionesong.org/img/foros/4c8ddf9bb43a2/Elaboracion_plan_de_comunicacion_PPVE.pdf
- S. (2021, 20 enero). Significado de Objetivo de investigación. Recuperado 20 de abril de 2021, de <https://www.significados.com/objetivo-de-investigacion/#:%7E:text=Un%20objetivo%20de%20investigaci%C3%B3n%20es,estudio%20o%20trabajo%20de%20investigaci%C3%B3n.&text=Los%20objetivos%20de%20investigaci%C3%B3n%20se,un%20problema%20o%20una%20hip%C3%B3tesis.>



E grafías

- A. (2021, 11 mayo). *Cultura organizacional: Qué es y cómo definirla correctamente*. Blog de Recursos Humanos de Bizneo HR: práctico y actual.
https://www.bizneo.com/blog/cultura-organizacional/#Que_es_la_cultura_organizacional
- Anguita, C. J. (2003, 15 mayo). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I) | Atención Primaria. Recuperado 25 de abril de 2021, de <https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-la-encuesta-como-tecnica-investigacion--13047738>
- Consultores, A. (2019, 9 septiembre). *Retroalimentación y comunicación interpersonal*. Aiteco Consultores.
<https://www.aiteco.com/retroalimentacion/#:%7E:text=Retroalimentaci%C3%B3n%2C%20en%20el%20%C3%A1mbito%20de,se%20ha%20recibido%20el%20mensaje.&text=La%20retroalimentaci%C3%B3n%20es%20necesaria%20para,mismos%20t%C3%A9rminos%20que%20el%20emisor.>
- Desantes, J. M. (2020). Documentación de las ciencias de la información. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 32, 25–38. <https://doi.org/10.5209/dcin>
- *¿Cuáles son los canales de comunicación interna más importantes?* (2021, 26 abril). efficy. <https://www.efficacy.com/es/canales-comunicacion-interna/>
- Editorial Grudemi. (2021, 9 junio). *Comunicación organizacional*. Enciclopedia Económica. <https://enciclopediaeconomica.com/comunicacion-organizacional/>
- EcuRed. (2013). *Ruido en la comunicación - EcuRed*.
https://www.ecured.cu/Ruido_en_la_comunicaci%C3%B3n
- Fernández, J. E. (2009). *Tipos de Comunicación Corporativa-Interna*. Mi Espacio.
https://www.infosol.com.mx/espacio/Articulos/Desde_el_Aula/tipos_de_comunicacion_corporativa-interna.html#8



- Hamui-Sutton, A. (2013, 1 enero). La técnica de grupos focales | Investigación en Educación Médica. Recuperado 25 de abril de 2021, de <https://www.elsevier.es/es-revista-investigacion-educacion-medica-343-articulo-la-tecnica-grupos-focales-S2007505713726838>
- Hernández, E. (2021, 4 febrero). Diagnóstico de comunicación [Diapositivas]. Zoom. <https://www.Facebook.com/groups/218091596620991/permalink/237468584683292>
- Jervis, T. M. (2020, 27 agosto). *Investigación descriptiva: características, técnicas, ejemplos*. Lifeder. <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>
- Jiménez Cruz, J. O. (2011, 14 febrero). *Elementos de la comunicación y el aprendizaje en la educación virtual joel ricardo jiménez cruz * laboratorio de cibernética, departamento de ingeniería eléctrica, UAM-I recibido: 26 enero 2011*. DocPlayer. <https://docplayer.es/6242113-Elementos-de-la-comunicacion-y-el-aprendizaje-en-la-educacion-virtual.html>
- L. (2021, 7 mayo). *Plan estratégico de comunicación interna: Cuáles son sus etapas*. Talentos Reunidos. https://talentosreunidos.com/2013/09/17/plan-estrategico-de-comunicacion-interna/#El_plan_estrategico_de_comunicacion_interna
- MuniMixco creará el albergue municipal para perros y gatos. (2016, 19 septiembre). MuniMixco. <https://www.munimixco.gob.gt/munimixco-creara-el-albergue-municipal-para-perros-y-gatos/>
- Núñez, I. (2021, 15 enero). *Los 5 tipos de canales de comunicación externa que toda empresa debería conocer (y aprovechar)*. Eli Romero Comunicación. <https://eliromerocomunicacion.com/los-5-tipos-de-canales-de-comunicacion-externa-que-toda-empresa-deberia-conocer-y-aprovechar/>
- Pérez, J., & Gardey, A. (2009). *Definición de emisor c*. Definición.de. <https://definicion.de/emisor/>
- Raffino, M. E. (2020, 22 julio). *Comunicación interna - concepto, tipos y objetivos*. Concepto. <https://concepto.de/comunicacion-interna/>



- Robles, B. (2011, septiembre). La entrevista en profundidad: Una técnica útil dentro del campo antropológico. Recuperado 24 de abril de 2021, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16592011000300004
- Soto, B. (2020, 10 abril). *La comunicación externa de la empresa*. Gestion.Org. <https://www.gestion.org/el-papel-del-gabinete-de-prensa/>
- Valentín, M. G. (2021, 28 enero). *Webinar «Emprender en comunicación ¡los intangibles no existen!»* Thinking for Innovation. <https://www.iebschool.com/blog/elaborar-plan-comunicacion-9-pasos-comunicacion-digital/>
- Zita, A. (2020, 24 septiembre). *Objetivos de la investigación: Qué son, sus características e importancia (con ejemplos)*. Toda Materia. <https://www.todamateria.com/objetivos-de-la-investigacion/>



Anexos

Anexo 1: Fotografías del lugar, etapa de observación.





Anexo 2: Diseño de encuesta

¿Cuánto tiempo lleva trabajando para este albergue?	SI-NO
¿Le gusta trabajar aquí? ¿Por qué?	<input type="radio"/> <input type="radio"/>
¿Cree que el albergue tiene claro sus objetivos?	<input type="radio"/> <input type="radio"/>
¿Conoce la misión / visión de la municipalidad?	<input type="radio"/> <input type="radio"/>
¿Conoce las reglas del albergue?	<input type="radio"/> <input type="radio"/>
¿Se lleva bien con sus compañeros? ¿Por qué?	<input type="radio"/> <input type="radio"/>
¿Conoce el trabajo que desempeñan sus compañeros?	<input type="radio"/> <input type="radio"/>
¿Considera que la comunicación entre los diferentes departamentos fluye bien?	<input type="radio"/> <input type="radio"/>
¿Se siente identificado/a con el albergue?	<input type="radio"/> <input type="radio"/>
¿Toman en consideración su opinión?	<input type="radio"/> <input type="radio"/>
¿Tiene la confianza de comunicarse con sus superiores y compañeros?	<input type="radio"/> <input type="radio"/>
¿Se siente identificado con la empresa?	<input type="radio"/> <input type="radio"/>
¿Se encuentra respaldado y motivado por el equipo de trabajo?	<input type="radio"/> <input type="radio"/>
Respecto a la pandemia, ¿Cree que dentro de la empresa los protocolos de bio-seguridad son los adecuados? ¿Por qué?	<input type="radio"/> <input type="radio"/>
¿Sus jefes o superiores muestran interés en usted?	<input type="radio"/> <input type="radio"/>
¿Tiene Whatsapp?	<input type="radio"/> <input type="radio"/>
¿Cómo se comunica con sus compañeros y superiores?	
¿Existen reuniones o convivencias internas? De ser la respuesta no, ¿Le gustaría?	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
¿Qué mejoraría usted dentro del albergue?	

Respecto a su experiencia en el albergue está

Insatisfecho Muy satisfecho

Respecto al entorno laboral se encuentra

Insatisfecho Muy satisfecho



Anexo 3: Cotizaciones



Cotización Oxímetro y termómetro de Facebook



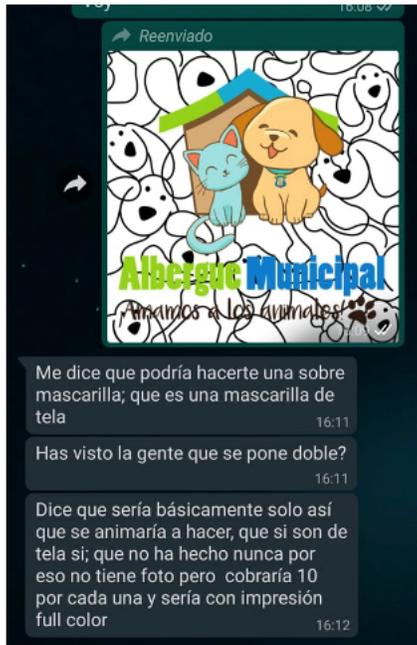
Cotización Caja de buzón de sugerencias de DollarCity



Cotización de Sesión Fotográfica de Agencia Kiwords



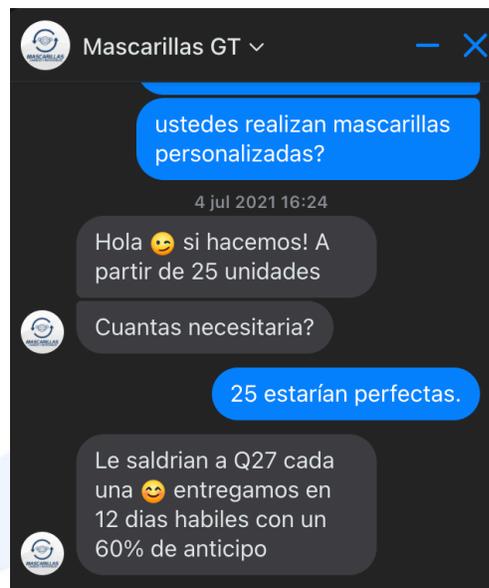
Cotización Cartelera de corcho para cartelera informativa desde Facebook Marketplace



Cotización Protector de Mascarillas



Cotización Amoniaco desde Facebook Marketplace



Cotización Mascarillas de Mascarillas GT desde Facebook Messenger



Guatemala, 15 de julio 2021

Joven
Francisco José Popol
Guatemala

Joven Popol:

Le saludo cordialmente presentando la siguiente cotización:

DESCRIPCION	UNIDAD	TOTAL
28 botones publicitarios impresos a colores tamaño estándar	Q. 6.00 cada botón	Q. 168.00

De ser autorizada la presente cotización, el trabajo se entregará 4 días hábiles después de aprobada la misma, quedamos a la espera de poder servirle.

Atentamente,

Ingrid Rodriguez
Propietaria

Cotización de Botones



Anexo 6: Botones



Fotografías de Botones



Anexo 7: Manual de Empleado:



MANUAL DE EMPLEADO

Albergue Municipal para Mascotas de Mixco



HISTORIA

Dada la situación de calle que muchos perros padecían y padecen a lo largo de toda el área de Mixco, San Cristóbal y sectores allegados, por medio de solicitud por parte de la ciudadanía y del mismo Alcalde de Municipio, inicia la idea de realización de un albergue, donde muchos perros en situación de calle conseguirían, no solo un lugar donde podrían dormir, sino un lugar en donde, si fuera el caso, no pasarán por momentos difíciles ni duros.

Por parte de los proyectos realizados en beneficio de los mixqueños se realizaron jornadas de esterilización, vacunación antirrábica y capacitaciones para trabajadores municipales. Así como para alumnos de centros educativos en cuanto a la tenencia responsable de mascotas, rescate y adopción de perros y gatos abandonados.

Asegurando que fue lo que impulsó el proyecto Municipal de Protección Animal, en donde trabajan 6 ejes para el bienestar de animales abandonados, siendo estos el Albergue Municipal para Animales, el Rescate de animales maltratados, adopciones, jornadas de esterilizaciones, vacuna antirrábica y la educación sobre la tenencia responsable de mascotas.





Misión

Crear consciencia al vecino del cuidado de una mascota y erradicar la sobre población de perros en la calle, para que todas las mascotas en situación de calle puedan tener una vida lo más digna posible.

Visión

Ser el albergue ejemplo y modelo en el país, proporcionando rescate, esterilización, castración y protección a animales en situación de calle, creando conciencia y simpatía entre los vecinos del lugar.



Objetivos Institucionales

-  Rescatar Perros y animales en situación de calle.
-  Proporcionar Auxilio veterinario para animales que hayan sido llevados al albergue.
-  Promover la adopción.
-  Promover la castración y esterilización.
-  Crear conciencia sobre el cuidado de mascotas.
-  Fomentar el cuidado y respeto a los animales.





Valores



ACTIVISMO SOCIAL:

Nos comprometemos en educar a dueños y futuros dueños en el trato y cuidado a todos los animales.



COMPROMISO:

Trabajaremos en equipo para proteger la vida de nuestros animales abandonados.



DILIGENCIA:

Cumplo con los deberes, funciones y responsabilidades asignadas a mi cargo de la mejor manera posible.



JUSTICIA:

Reclamaremos justicia para que se cumpla la Ley que asegura el bienestar de todo animal.



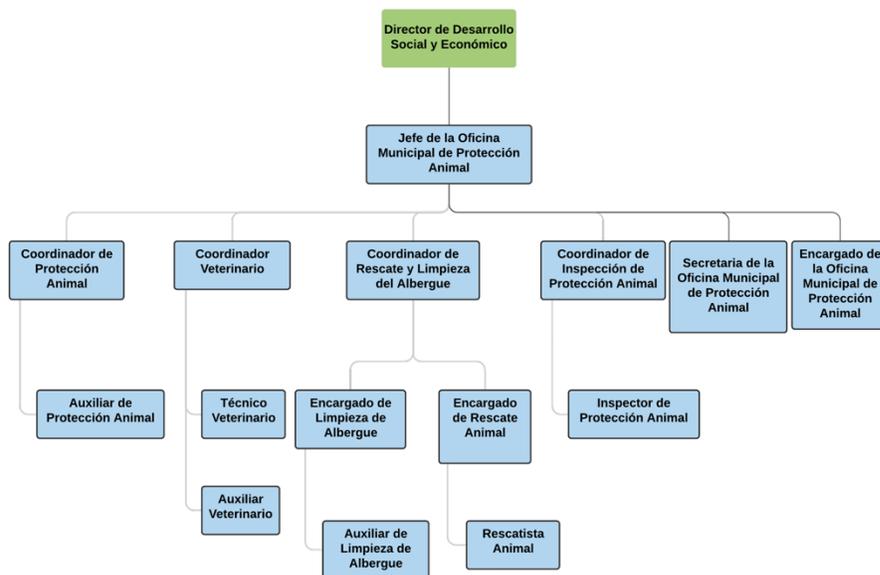
RESPETO:

Promovemos el respeto a todo ser viviente y su derecho a tener una vida digna.





Organigrama



Obligaciones

1. Cumplir las obligaciones concretas del puesto de trabajo
2. Cumplir las medidas de seguridad e higiene que se adopten.
3. Cumplir las órdenes e instrucciones del superior en el ejercicio de su función directiva.
4. No realizar la misma actividad que la empresa en competencia de ella.
5. Contribuir a mejorar la productividad.

Derechos

1. A la ocupación efectiva durante la jornada del trabajo.
2. A la promoción y formación en el trabajo.
3. A no ser discriminados para acceder a un puesto de trabajo.
4. A la integridad física y a la intimidad.
5. A percibir puntualmente la remuneración pactada.



Logo y Eslogan

Tipo de logo: **Imagotipo**

“Combinación de imagen y texto que puede ser utilizado por separado”



Tipo de eslogan: **Diferenciador**

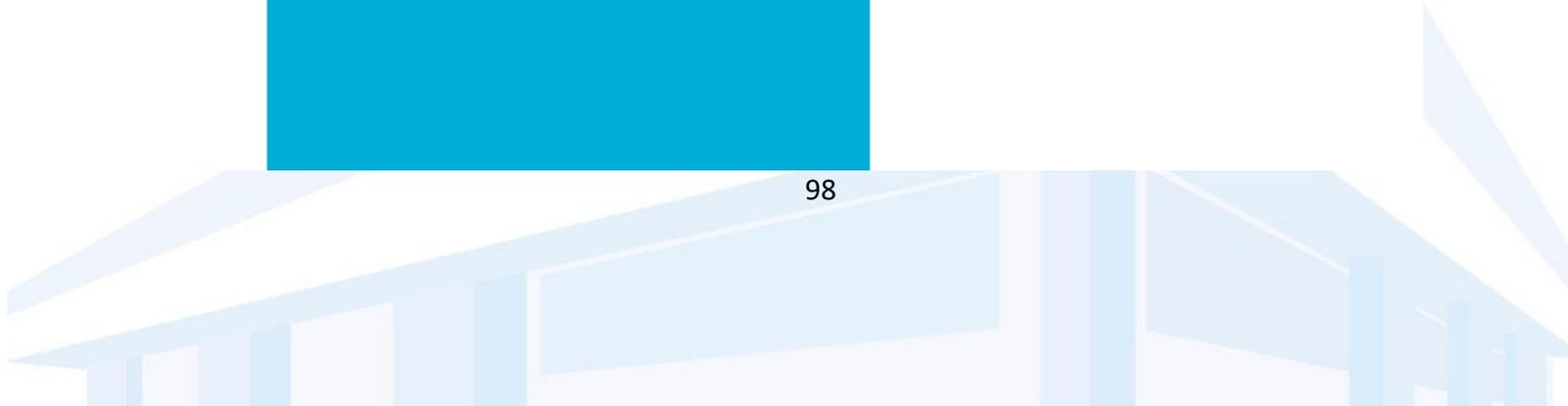
“Intenta diferenciar su producto o servicio de los demás.”

¡Amamos a los animales! 🐾



Paleta de colores







Anexo 8: Sesión Fotográfica del personal





Anexo 9: Propuestas y *MockUps*



Propuesta y *MockUp* de Buzón de Sugerencias



Propuesta y *MockUp* de Gafetes



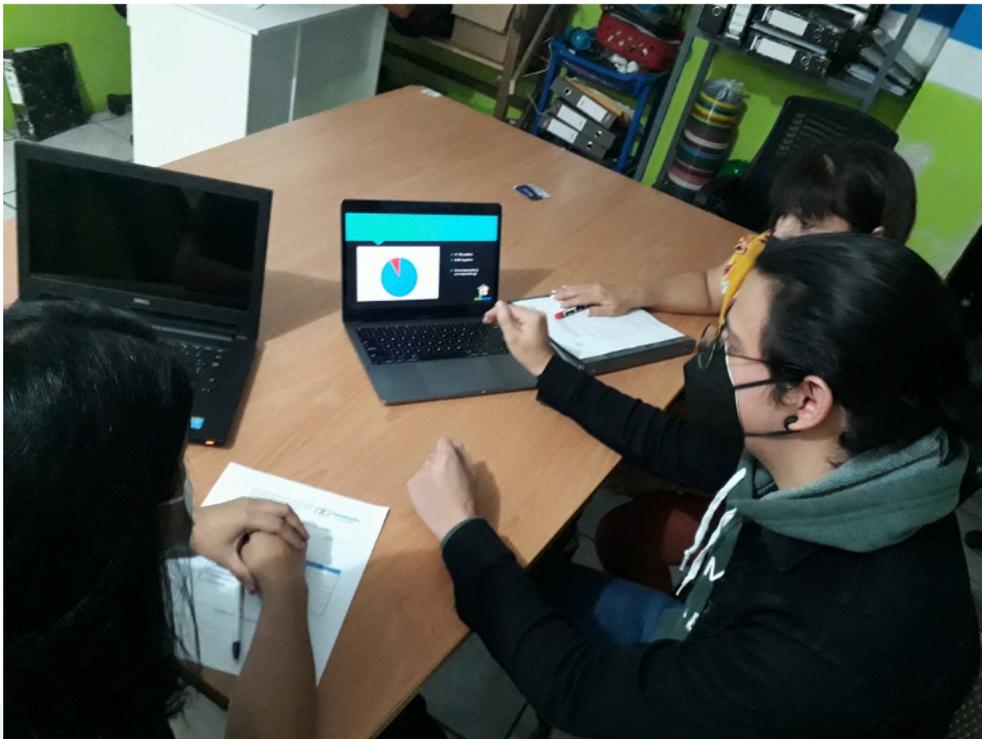
Propuesta y *MockUp* de Mascarilla o protectores de mascarilla

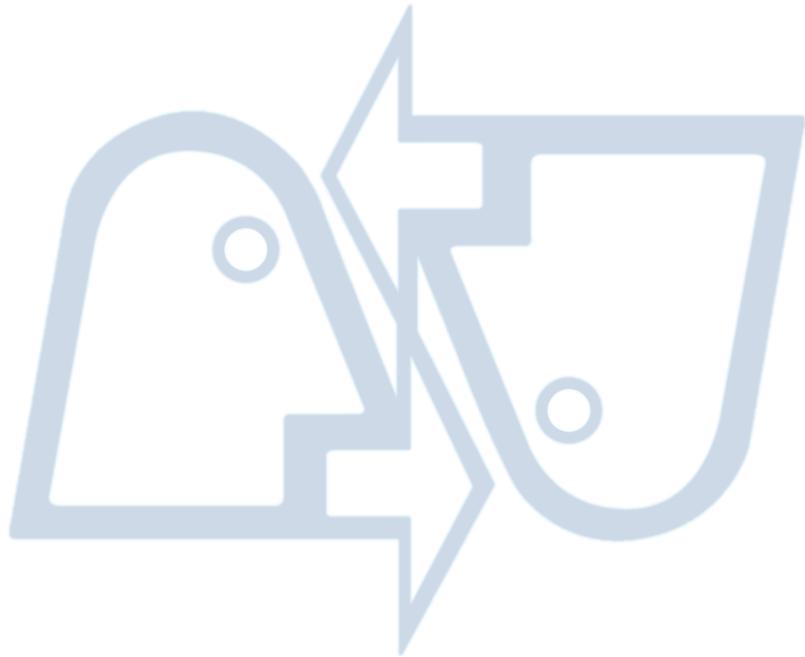


Propuesta y *MockUp* de Cartelera Informativa



Anexo 10: Supervisión





Comunicación
creando futuro