

COMUNICACIÓN ALTERNATIVA Y COMUNITARIA



**RESCATA
AMOR**

EL AMOR CAMBIA VIDAS

FUNDACIÓN RESCATA AMOR

INTEGRANTES

Leidy Rodríguez, Natalia González,
María Fernanda Yepes, Ginna Lucumí,
Laura Romero



TABLA DE CONTENIDO



1. DESCRIPCIÓN DE LA PROBLEMÁTICA	3.
2. D.O.F.A	4.
3. CRUCE D.O.F.A	5.
4. M.E.F.I	6.
5. M.E.F.E	7.
6. P.E.C.O	8.
7. ANÁLISIS ORGANIZACIONAL	9.
8. OBJETIVOS S.M.A.R.T	10.
9. PÚBLICO OBJETIVO	11.
10. ESTRATEGIAS	12.
11. TÁCTICAS	13.
12. EVALUACIÓN	14.
13. I.A.P	18.
14. OBSERVACIÓN PARTICIPANTE	19.
15. INVESTIGACIÓN PARTICIPANTE	21.
16. ACCIÓN PARTICIPATIVA	33.
17. EVALUACIÓN	42.

1. DESCRIPCIÓN DE LA PROBLEMÁTICA

La existencia de distintos animales en las calles con una calidad de vida deplorable, es uno de los problemas más comunes dentro de la sociedad, esto lo verifica el Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal de la ciudad de Bogotá, quienes realizaron un estudio donde se estima que "hay alrededor de 66.467 perros callejeros y una densidad de 165 animales por km²" (Estrada A., Directora, 2022), a raíz de esta problemática bastante notoria, varias personas se han dedicado a transformar esta realidad, como lo hizo la señora Gloria y su hija Maolly, quienes crearon la fundación **Rescata Amor**.

La idea de crear la fundación nació hace 12 años, en un inicio brindándole comida a varios animales callejeros donde poco a poco los fueron rescatando y luego ayudándolos a conseguir una familia responsable. Hace 4 años se creó oficialmente el nombre hoy conocido como **Rescata Amor**, la cual busca ayuda de distintas organizaciones u otras fundaciones en cuanto a temas económicos, infraestructura y voluntariado.

Esta fundación actualmente le brinda las necesidades básicas a 54 perros que fueron abandonados, se perdieron, tienen enfermedades terminales (cáncer, problemas hepáticos y renales), camadas enteras abandonadas y heridos. A raíz de la cantidad de necesidades que tienen que cubrir con el fin de mejorar su calidad de vida, la fundación ha presentado distintos inconvenientes como los bultos de comida, ya que, 1 bulto de 30 kg dura aproximadamente 1 día y medio, por la cantidad de animales que hay.

Por otro lado, varios de los perros al tener enfermedades graves, necesitan de medicamentos de altos precios que la fundación no puede cubrir al 100%, además de ello, los animales viven todos juntos dentro de un mismo espacio pequeño, por lo que la fundación tiene como objetivo que cada perro tenga su propia casa en un ambiente más amplio.

Esto se considera un problema en creciente, a raíz de la poca ayuda y atención que recibe la fundación, por lo que cuenta con poco voluntariado, apadrinamiento, donaciones y ninguna ayuda de algún sindicato u organización.

2. DOFA



Debilidades

- D1.** No hay suficiente espacio para la gran cantidad de mascotas que requieren ayuda.
- D2.** Los recursos que poseen no son suficientes para alimentar adecuadamente a los animales pertenecientes a la fundación.



Oportunidades

- O1.** Una organización externa llamada: "Los Amigos de Cosmo" brinda su apoyo para contrarrestar problemas de Rescata Amor.
- O2.** El voluntariado que apoya en eventos locales de adopción canina, promueve el interés del público y genera posibles alianzas.



Fortalezas

- F1.** Se incentiva a las personas para que adopten estas mascotas y con esto, lograr nuevos espacios para recibir otros animales.
- F2.** Con Rescata Amor se disminuye la presencia de mascotas abandonadas en la calle, se evita que estas vayan a comer desperdicios y desechos tóxicos, que afectan la salud y aumentan la contaminación.



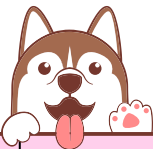
Amenazas

- A1.** Las otras fundaciones más reconocidas pueden obtener mayor participación del Estado y apoyo económico para su correcto funcionamiento.
- A2.** La locación en la que están ubicados es un claro ejemplo de la falta de esterilización en la zona, ya que, hay demasiada sobrepoblación de animales que requieren ayuda. Y al ser tan alta la demanda en "Rescata Amor" no pueden cubrir el total de animales.

3. CRUCE DOFA

Factores Internos Factores Externos	Fortalezas	Debilidades
	F1: Se incentiva a las personas para que adopten estas mascotas y con esto lograr nuevos espacios para recibir otros animales. F2: Con Rescata Amor se disminuye la presencia de mascotas abandonadas en la calle, se evita que estas vayan a comer desperdicios y desechos tóxicos, que afectan la salud y aumentan la contaminación.	D1: No hay suficiente espacio para la gran cantidad de mascotas que requieren ayuda. D2: Los recursos que poseen no son suficientes para alimentar adecuadamente a los animales pertenecientes a la fundación.
Oportunidades	FO (máx - máx)	DO (min - máx)
O1: Una organización externa llamada: "Los Amigos de Cosmo" brinda su apoyo para contrarrestar problemas de Rescata Amor. O2: El voluntariado que apoya en eventos locales de adopción canina, promueve el interés del público y genera posibles alianzas.	F1 - O2: Mediante actividades en redes sociales generar un impacto en donde se motive a adoptar animales y junto con el apoyo de algunos voluntarios, lograr nuevos cambios en la fundación. F2 - O2: Para brindar una mejor condición a los perros, conseguir aliados con el fin de tener más beneficios y que los animales de la calle puedan tener una mejor condición de vida.	D1 - D2 - O2: Con campañas realizadas, promover la adopción y que puedan quedar espacios libres, brindándoles un lugar a nuevos animales. Llegar a varios sitios en donde también se motive a las personas a donar productos, comida y medicina para el bienestar de los perros. D2 - O1 - O2: En Tik Tok publicar videos presentando a los voluntarios y su labor, también a las fundaciones aliadas, así se podrá seguir conociendo más acerca de las ocupaciones realizadas dentro de la fundación.
Amenazas	FA (máx - min)	DA (min - min)
A1: Las otras fundaciones más reconocidas pueden obtener mayor participación del Estado y apoyo económico para su correcto funcionamiento. A2: La locación en la que están ubicados es un claro ejemplo de la falta de esterilización en la zona, ya que, hay demasiada sobrepoblación de animales que quieren ayuda. Y al ser tan alta la demanda en "Rescata Amor" no pueden cubrir el total de animales.	A2 - F2: Cada día se ven más animales en la calle, para disminuirlos se va a dejar un número telefónico especial, en dónde se podrá contactar a la fundación, así se reducirán los riesgos de enfermedades que producen y puedan encontrar un hogar. A1 - F1 - F2: Con anuncios, reforzar las redes sociales y que otras fundaciones y el Estado conozcan a Rescata Amor, para así tener más posibilidades de recibir animales.	A1 - A2 - D2: Fortalecer los canales digitales para que la fundación se de a conocer y se logren crear nuevas alianzas, consiguiendo tener más recursos y nuevos espacios. A1 - D2: Desempeñar nuevas actividades y eventos en lugares de espacio público, en busca de personas que quieran apoyar las campañas y veterinarios que estén dispuestos a apoyar las esterilizaciones.

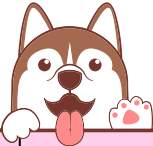
4. MEFI



Factores	Puntuación	Ponderado	Total
Fortalezas			
F1: Se incentiva a las personas para que adopten estas mascotas y con esto lograr nuevos espacios para recibir otros animales.	0.2	3	0.6
F2: Con Rescata Amor se disminuye la presencia de mascotas abandonadas en la calle, se evita que estas vayan a comer desperdicios y desechos tóxicos, que afectan la salud y aumentan la contaminación.	0.2	3	0.6
Debilidades			
D1: No hay suficiente espacio para la gran cantidad de mascotas que requieren ayuda.	0.3	2	0.6
D2: Los recursos que poseen no son suficientes para alimentar adecuadamente a los animales pertenecientes a la fundación.	0.3	2	0.6
Total	1.0		2.4

Teniendo en cuenta el análisis anterior, se concluye que la Fundación Rescata Amor, cuenta con debilidades, como la falta de recursos y espacio para los perros, sin embargo, sus fortalezas contrarrestan y mitigan estas situaciones, concluyendo que no presentan un grave problema interno.

5. MEFE



Factores	Puntuación	Ponderado	Total
Oportunidades			
O1. Una organización externa llamada: "Los Amigos de Cosmo" brinda su apoyo para contrarrestar problemas de Rescata Amor.	0,4	4	1,6
O2. El voluntariado que apoya en eventos locales de adopción canina, promueve el interés del público y genera posibles alianzas.	0,2	4	0,8
Amenazas			
A1: Las otras fundaciones más reconocidas pueden obtener mayor participación del Estado y apoyo económico para su correcto funcionamiento.	0,1	2	0,2
A2: La locación en la que están ubicados es un claro ejemplo de la falta de esterilización en la zona, ya que hay demasiada sobrepoblación de animales que requieren ayuda. Y al ser tan alta la demanda en "Rescata Amor" no puede cubrir el total de animales.	0,3	1	0,3
Total	1,0		2,9

Basándonos en el análisis, se puede concluir que la fundación Rescata Amor está en un riesgo muy grande en cuanto a la parte externa.



**RESCATA
AMOR**

EL AMOR CAMBIA VIDAS

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES (PECO)

7. ANÁLISIS ORGANIZACIONAL

Para entender cómo funciona y la razón de ser de la Fundación Rescata Amor, es necesario comprender varios factores que facilitaran el análisis organizacional.

1. Motivación Organizacional: Hace 12 años nace la intención de ayudar, rescatar y contribuir a los animales que se encuentran en estado de abandono en las calles. La razón principal del personal de la fundación y lo que ha logrado que estén vigentes desde hace 4 años, es transformar la realidad en la que viven estos animales, que por la indiferencia de la sociedad mueren en terribles condiciones.

2. Capacidad Organizacional: Actualmente, la fundación tiene a cargo a 54 caninos y aunque no tienen muchos recursos económicos, luchan cada día por brindarles alimento, amor y cuidados básicos para el buen desarrollo de estos animales. Al no estar vinculados a ningún sindicato u organización externa, se les ha complicado bastante obtener recursos. Solo son dos personas trabajando allí, que se esfuerzan por cambiar vidas, inculcando respeto y dignidad por estos y todos los animales.

3. Entorno externo: Cómo es una organización sin ánimo de lucro, recibe donaciones de terceros para que siga en funcionamiento. Sin embargo, al ser tan elevada la cantidad de animales que requieren de atención, la fundación no alcanza a cubrir la totalidad de gastos y servicios aunque quisieran.

Conscientes de esta situación han entablado relaciones con la fundación: "Los Amigos de Cosmo", y con esto se facilita un poco el trabajo.

8. OBJETIVO S.M.A.R.T

S Specific **M** Mesurable **A** Attainable **R** Relevant **T** Time

Conseguir mínimo 3 empresas u organizaciones donatarias a la fundación (marca de purina, medicamento, carpintería) por medio de investigaciones y reuniones, esto en el primer semestre del año 2023.

Objetivos específicos

- Obtener una alianza con una marca de purina como donadora principal de comida, por medio de reuniones y acuerdos.
- Lograr un acercamiento y ayuda con centros médicos de bienestar animal, para medicamentos con asesoría médica.
- Adquirir casas para los animales con especialistas en el dominio de la madera y diseño de accesorios de animales.

9. PÚBLICO OBJETIVO

El público objetivo de la Fundación Rescata Amor se encuentra en un rango de edad entre los 18 y 50 años de edad, son personas que viven en Bogotá, Soacha y zonas aledañas pertenecientes a un estrato 2, 3 o 4.

Dentro de sus intereses están los animales, el deporte y las labores sociales. Quieren adoptar una mascota, ya que, su intención es cuidarlos y brindarles una vida digna, además de llenarlos de amor y tener un compañero más en la familia.

Sus trabajos son estables con ingresos mensuales de aproximadamente \$1'500.000 a \$3'000.000, algunos cuentan con más mascotas dentro de la casa, lo que significa que tienen conocimientos previos sobre el cuidado de animales.

10. ESTRATEGIAS

Inicialmente, se deben plantear unas estrategias para solucionar o mitigar en gran medida, las problemáticas que tiene la Fundación Rescata Amor, para que de esta manera, la fundación pueda estar en óptimas condiciones para brindar ayudas a más animales en condiciones deplorables.



Fortalecer los canales digitales de comunicación de la fundación, como redes sociales, para generar mayor alcance y apoyo para los animales.



Brindar mayor visibilidad de la fundación dentro de su público objetivo y aliados, fortaleciendo e impulsando la adopción y apadrinamiento.



Generar mayor impacto dentro del nicho de personas amantes de los animales, mediante actividades por redes sociales.



Ampliar los aliados de la Fundación Rescata Amor para consolidarse entre sí y brindar mejores condiciones, para los animales actuales y futuros.

Estas estrategias fueron planteadas con un enfoque comunicativo, puesto que, esta fundación cuenta con canales digitales, en donde publica las situaciones que se presentan dentro de ella, sin embargo, no recibe tanto apoyo, ni ayudas.

11. TÁCTICAS

De acuerdo a las estrategias anteriores, se deben acompañar de las tácticas a realizar, para el cumplimiento de los objetivos propuestos y buscar soluciones reales y alcanzables, para un mayor rendimiento en la Fundación Rescata Amor. Estas tácticas se implementarán de manera periódica y estratégica, para cumplir con las metas de la fundación y del proyecto.



Crear una página de Facebook donde se evidencie información sobre la fundación y los casos de los animales.



Crear una parrilla de contenidos de Instagram y Tik Tok, para mejorar el engagement de la fundación y por ende, mayor visibilidad.



Implementar la promoción paga de publicaciones en las redes sociales de la fundación, para generar mayor alcance y vistas, por lo tanto, más beneficios y donaciones.



Crear campañas de adopción y apadrinamiento de manera periódicas, que serán divulgadas por Instagram, dando a conocer los animales y sus historias conmovedoras.



Realizar piezas donde se invite a las personas para hacer parte de voluntariado con los perros, también compartir en grupos o foros con fines en común.



Desarrollar TikTok's o reels con canciones en tendencia o sonidos virales, ya sea haciendo uso del audio o realizando un trend viral de redes sociales.

12. EVALUACIÓN

Se organizara una programación estratégica con los parámetros definidos con el fin de lograr las actividades propuestas, aplicando un procedimiento rápido y eficaz para proceder ante cualquier situación. Con el propósito de mejorar las falencias presentadas durante el proceso que se está realizando con la fundación.

A través de ingresos generados y las labores realizadas, permitirán que las estrategias cumplan con su objetivo y genere nuevos resultados.

EQUIPO	ENCARGADO DE LA OPERACIÓN	FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES
1. Comunicación Organizacional	Laura Romero, María Fernanda Yepes.	Llevar a cabo las estrategias de comunicación en donde se lleve un proceso de campañas y redes sociales.
2. Comunicación Informativa	Natalia González, Leidy Rodríguez.	Informar sobre la gestión adelantada por la fundación; publicaciones de redes sociales.
3. Medios de Comunicación	Ginna Lucumí.	Propagar la información y consulta de los usuarios sobre lo que se planea y ejecuta al interior de la fundación; redes sociales.

PROCESO DE EVALUACIÓN

01. Informar:

TAREAS	RESPONSABLE
Elaboración de la página de Facebook.	EQUIPO 1.
Elaboración de historias para Instagram y Tik Tok.	EQUIPO 1.
Monitoreo de redes sociales.	EQUIPO 3.
Campañas de adopción.	EQUIPO 1.
Divulgar por redes campañas de apadrinamiento.	EQUIPO 3.
Realizar reuniones en donde se conozca el proceso avanzado.	EQUIPO 2.
Promover donaciones.	EQUIPO 1.
Informar todos los procesos llevados día a día.	EQUIPO 2.

02. **Evaluar:**

TAREAS	RESPONSABLE
Definir acciones, mensajes y audiencias.	EQUIPO 2 Y 3.
Aprobación de contenidos de redes sociales.	EQUIPO 1 Y 2.
Aprobación de donaciones y adopciones.	EQUIPO 1 Y 2.

03. **Activar:**

TAREAS	RESPONSABLE
Monitoreo de redes sociales.	EQUIPO 3.
Monitoreo de donaciones.	EQUIPO 1.
Monitoreo de adopciones y apadrinamientos.	EQUIPO 2.

04. Administrar y analizar:

TAREAS	RESPONSABLE
Cantidad de ingresos de donaciones.	EQUIPO 2.
Gastos que se realizan en los animales.	EQUIPO 1.
Gastos en las campañas.	EQUIPO 3.



**RESCATA
AMOR**

EL AMOR CAMBIA VIDAS

INVESTIGACIÓN ACCIÓN PARTICIPATIVA (I.A.P)

1.OBSERVACIÓN PARTICIPANTE

Luego de realizar una visita a la organización y hacer un previo análisis del caso, se plantean y desarrollan espacios para el diálogo e intercambio de ideas.

Dicha visita se lleva a cabo el día 06 de mayo del presente año, en la vereda Pilitas, vía alto de las rosas, en compañía de cinco integrantes del equipo de trabajo. Durante este tiempo se priorizó la opinión de las encargadas de dicho refugio animal: Gloria y su hija Maolly. Fue de suma importancia entender y comprender sus puntos de vista referentes a la situación actual.

A medida que se avanzaba en la conversación se iban identificando factores que influyen en las complicaciones de esta problemática. Entre ellos: la posible intoxicación de los perros por parte de los vecinos, puesto que, suele ser bastante complejo controlar ladridos y ruido. Además, de la escasez del alimento para las mascotas y los recursos económicos porque estos no suelen ser fijos. Esto se realizó con el fin de lograr que ellas como personal interno pensarán en posibles soluciones para estas debilidades. Adicional, se iba desarrollando una entrevista informal en compañía de todos los presentes para conocer más sobre el refugio animal, sus intereses y motivaciones.

El modelo de Orlando Fals es el que aplicamos en esta investigación: el cual está basado en la inserción del investigador en la comunidad, el análisis de las condiciones históricas y la estructura social de la comunidad, el desarrollo del nivel de conciencia de los miembros de la comunidad, el desarrollo de organizaciones políticas y grupos de acción y lo que ellos llamaron la investigación militante, caracterizada por su énfasis en la solución de problemas y el compromiso con la comunidad o grupo (Fals-Borda, 1985)

1.OBSERVACIÓN PARTICIPANTE

Según un estudio de caso se identifican fallas en cuanto a la publicación de contenidos digitales en las distintas plataformas y su periodicidad, ya que, no son constantes y no siguen un patrón que los identifique como organización. Además, las creadoras del refugio animal no tenían conocimiento acerca del Marketing Digital y cómo este les puede servir como herramienta útil para la labor que realizan.

Por estas razones se decide realizar este proyecto comunitario, que contiene distintas estrategias de mercadotecnia, que se colocaron en funcionamiento para obtener muy buenos resultados y que la organización pueda mejorar a nivel interno y externo. Entre estas estrategias se encuentran: fortalecer las redes sociales para generar mayor alcance y visibilidad. Esto para que sean más reconocidos y puedan a su vez encontrar patrocinadores o aliados.

Generar un mayor impacto en el público de Rescata Amor para aumentar la adopción de perros, voluntariado y donaciones de comida. Todo esto con el fin de mejorar las condiciones de los animales de Rescata Amor, brindarles una mejor calidad de vida y encontrarles una familia. Es de suma importancia enseñarles herramientas que serán útiles en su campo de acción y contribuir así desde el conocimiento a este tipo de organizaciones que trabajan sin ánimo de lucro.

Finalmente, a lo largo de la enseñanza, la comunidad tuvo una actitud asertiva, siempre dispuestas a aprender nuevas cosas y claramente a implementarlas, para así mejorar algunas falencias. Además, se resalta la buena labor que realiza este refugio animal, pues, contribuye a disminuir una gran problemática social que aumenta cada vez más. Brindan asistencia médica, alimenticia y afectiva a los animales domésticos que necesitan ayuda y cuidados sin ánimo de lucro, invierten tiempo, dinero y cuidados, para hacer que estos animales tengan una mejor calidad de vida y quizás vuelvan a contar con una familia, que los adopte y poder recibir más perros.

2. INVESTIGACIÓN PARTICIPANTE

Con esta investigación buscamos entender y analizar la opinión de un grupo poblacional en Bogotá, ubicado en la ciudad y zonas aledañas, esto se basó en los lugares donde normalmente la fundación realiza sus eventos y jornadas de adopción, son personas entre los 18 - 40 años, que destinan parte de sus ingresos para la manutención de sus mascotas.

Esto se realizó por medio de encuestas por la red social Instagram y formularios de Google las cuales estuvieron activas durante 24 (Instagram) y 48 horas (Google). Para las encuestas se realizó una investigación, donde se enfocó principalmente, en personas que tienen mascotas o son amantes de los animales y sobre todo, de los perros, que cuenten con un trabajo estable, estén dentro de los estratos sociales 2, 3 o 4 y además de esto, tengan interés por el cuidado de los animales, ya que, esto se basó en el análisis del comportamiento de las personas que interactúan con la fundación.

Dentro de las encuestas se implementaron preguntas cerradas, por lo que se puede decir que es una investigación cuantitativa, puesto que, este tipo de investigación implementa factores cuantitativos, lo que nos permite realizar un mejor análisis del problema y así poder encontrar una solución acertada.

Las personas encuestadas no fueron escogidas al azar y tampoco se realizó este formulario con personas que han sido beneficiadas con la fundación (Personas que adoptaron sus mascotas con Rescata Amor), ya que, no se cuenta con un contacto directo con ellos; los encuestados de esta investigación son personas que tienen mascotas o son amantes de los animales y sobre todo de los perros, esto se determinó gracias a la segmentación realizada previamente, se determinó que estas personas tienen o han tenido mascotas en sus hogares, en total se obtuvieron 54 respuestas.

La mayoría de personas que respondieron las encuestas tienen mascotas en sus casas principalmente por dos razones, la primera porque buscan tener compañía en casa, un ser vivo que cuide la vivienda y a las personas que habitan dentro de ella, la segunda razón por la que cuentan con una mascota, es porque buscan enseñar a sus hijos que tener un ser vivo a cargo es una gran responsabilidad.

2. INVESTIGACIÓN PARTICIPANTE

Tamaño de la muestra



Tamaño de la población (%)	Nivel de confianza (%)	Margen de error (%)
5.092.500	85	10

Tamaño de la muestra

52

Según una investigación realizada por Seguros Bolívar "El 75% de la población colombiana tiene mascotas donde el 70% se encuentra en la ciudad de Bogotá, con 5'092.500 mascotas entre perros y gatos" en esta investigación se evaluó una población de 54 personas en la ciudad de Bogotá y sus alrededores, en un rango de edad entre los 18 y 40 años de edad.

El porcentaje de la muestra es la evaluación de la cantidad de respuestas completas registradas en determinada encuesta. Este nombre se le da al grupo de personas de las que interesan sus gustos, comportamientos y edades. En este caso se determinó que la muestra de la encuesta realizada por medio de Google, son 52 personas.

El tamaño de la muestra permite a los investigadores saber cuántos individuos deben estudiarse para estimar un parámetro dado con un nivel de confianza deseado, o el número necesario para detectar una cierta diferencia entre los grupos de estudio, suponiendo que realmente exista.

Por lo tanto, se seleccionó un tamaño de muestra de 54 personas dentro de una población de 7.881.769 de habitantes, según El Tiempo, esto con el fin de poder determinar los comportamientos y generalizarlos a nivel del tamaño de población real, luego de esto, se pasa a determinar el margen de error para conocer el nivel de confianza de la correcta selección.

2. INVESTIGACIÓN PARTICIPANTE

Margen de error



The image shows a digital calculator interface for determining sample size. It features three input fields at the top: 'Tamaño de la población' with the value 5.092.500, 'Nivel de confianza (%)' with a dropdown menu set to 85, and 'Tamaño de la muestra' with the value 54. Below these fields, the text 'Margen de error' is displayed above a large, bold green '10%'.

Input	Value
Tamaño de la población	5.092.500
Nivel de confianza (%)	85
Tamaño de la muestra	54
Margen de error	10%

La determinación del porcentaje del margen de error en una encuesta determina el nivel de confianza y credibilidad que tienen los resultados de una encuesta realizada sobre cualquier tema, con esto, se puede ver reflejada la opinión general de los encuestados.

Según la definición del margen de error de Andrés Muguiru, "Estadísticamente se refiere al tamaño del error de muestreo aleatorio debido a la construcción de la encuesta. Este es un término importante en la investigación porque define la confiabilidad de la encuesta o los resultados de la encuesta".

Esto nos da a entender que gracias a que el margen de error de la encuesta fue bajo, se identifica qué se puede tener más confianza en los resultados para generalizar la población completa, esto se usa necesariamente para que las opiniones no se desvíen. Este es el valor por encima y por debajo de los resultados reales, entre más alejado esté el margen de error del 50% se asegura más confianza en el resultado, en este caso al ser el 10% se confirma una confianza del 90%.

En esta investigación se puede observar que el margen de error obtenido en la encuesta realizada sobre el maltrato, abuso y abandono animal es muy bajo, lo que indica que tiene una alta confiabilidad en sus resultados.

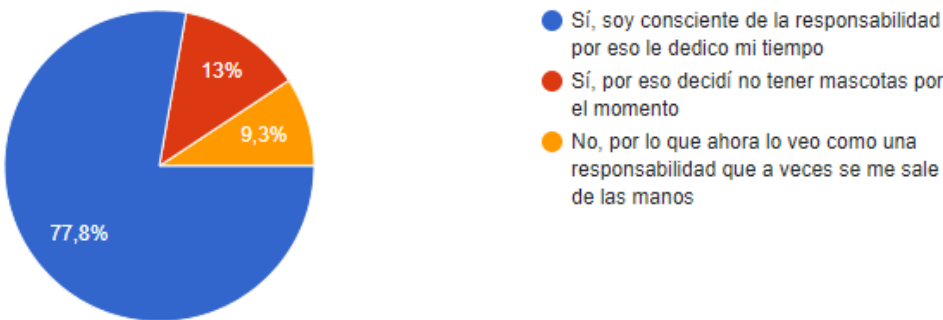
2. INVESTIGACIÓN PARTICIPANTE



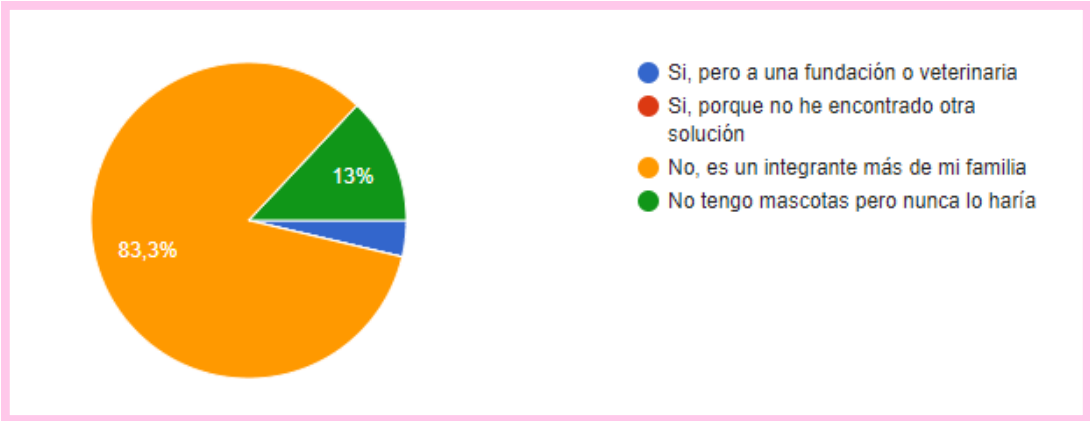
Formulario de Google



Según las respuestas obtenidas, la mayoría de personas identificaron que lo más complicado de tener una mascota es pasar tiempo de calidad, ya que, las personas encuestadas trabajan y/o estudian, por lo que no permanecen en sus hogares, además, según un estudio realizado por Infobae: "...de los 51.609.000 personas que hay en Colombia 21.671.600 personas tienen un animal...", por lo que los dueños no tuvieron en cuenta la responsabilidad, la demanda de tiempo que requieren las mascotas y los gastos económicos que han aumentado por la inflación que presenta el país, sobre todo por la escasez de insumos y medicamentos.

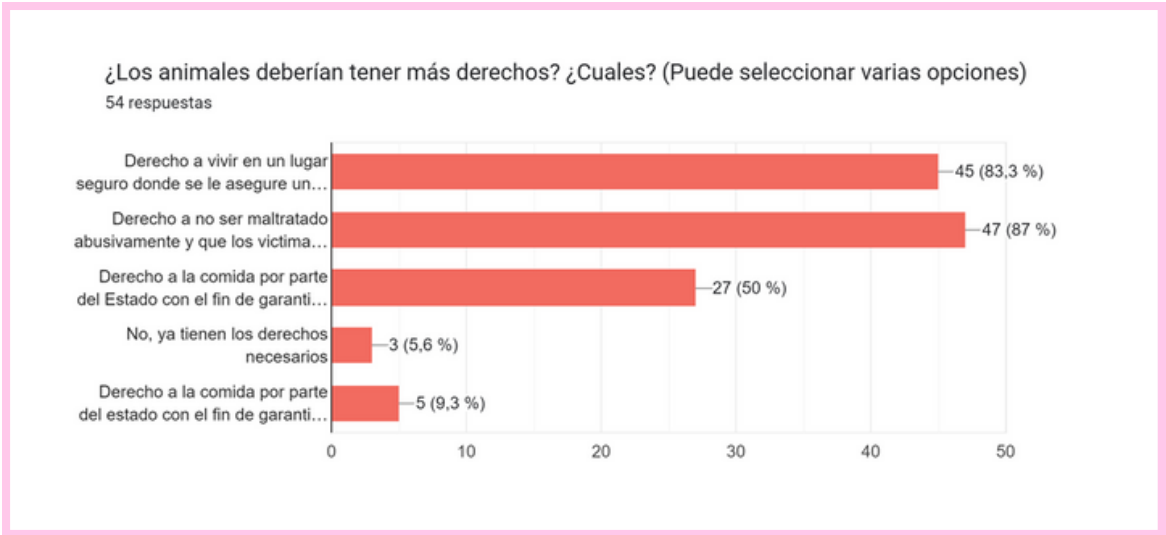


2. INVESTIGACIÓN PARTICIPANTE



La responsabilidad de contar con una mascota en casa no es algo que se tenga en cuenta; ya que, solo piensan que un animal en casa es una forma de "entretenimiento" dejando a un lado el tiempo que requieren, las etapas por las que pasan y las enfermedades que pueden contraer, por lo que también significan gastos médicos, la educación que requieren y el tiempo que necesitan. A pesar que la respuesta más popular, es que si saben la responsabilidad de tenerlos en casa, se dieron cuenta de esto luego de contar con ellos en el hogar.

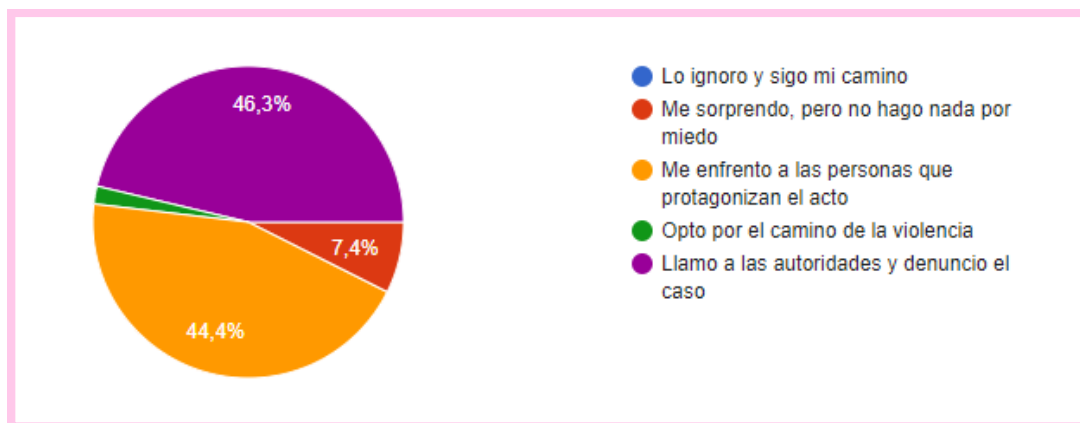
En cuanto al abandono animal, según un artículo del Observatorio Animal de Bogotá, en el año 2022 y lo que va del 2023 hasta la fecha, se valoraron 6.427 animales y se incautaron 579, la razón de esto es por la falta de conciencia. En la encuesta se ve reflejado que quienes respondieron, nunca han llegado a pensar abandonarlos por que son considerados parte de la familia.



2. INVESTIGACIÓN PARTICIPANTE

Con la Ley 1774 de enero de 2016, la Ley 84 de 1989 y el Código de Procedimiento Penal, se determinó que los animales en Colombia son sujeto activo de derechos, ya que, se consideran seres vivos con sentimientos y por el hecho que no se puedan comunicar verbalmente, no pueden ser considerados como "objetos". Con esto también se busca prohibir en su totalidad la venta de animales en plazas de mercado y demás lugares.

Dentro de las respuestas de la encuesta, se puede evidenciar que el 90% de las personas están de acuerdo con que los animales sean objeto de derechos, además de tener unos derechos establecidos, piensan que se deben hacer cumplir y ampliar los mismos, garantizando así una vida digna a los animales.

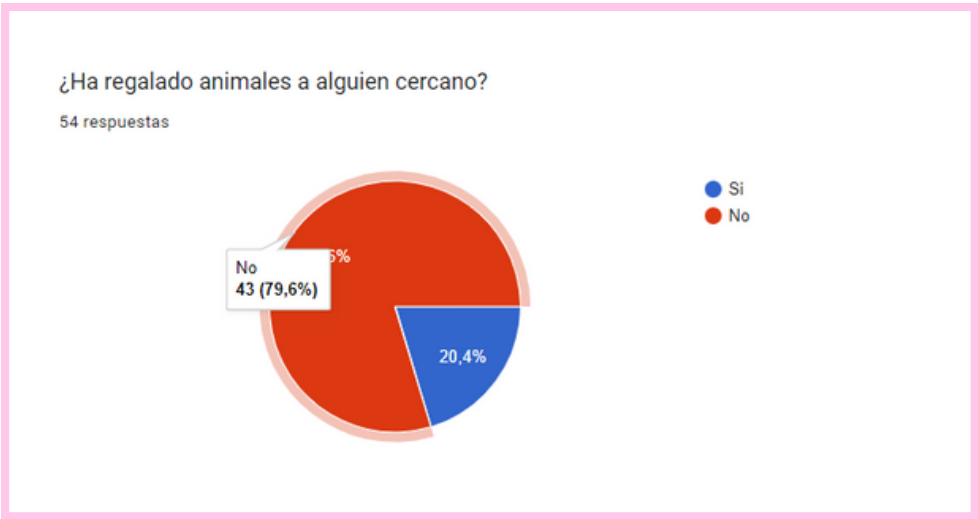


En los casos de violencia normalmente los animales mueren; debido a que, no los ayudan ni les brindan los primeros auxilios que llegan a necesitar, por las heridas que el agresor le provoca, en este caso la encuesta registró dos respuestas populares, como lo son; que si la persona presencia el acto realiza el reporte a las autoridades denunciando el caso, además, que también enfrentarían al agresor para que se detenga la situación en contra del animal.

2. INVESTIGACIÓN PARTICIPANTE



Teniendo en cuenta la gráfica anterior, las personas encuestadas reportaría el caso de violencia en contra del animal llamando a la línea de emergencias 123, aunque el 55,6% desconoce los grupos de ayuda y por esto mismo desconocen que en estas circunstancias actuaría la Patrulla de Rescate Animal y se activa el Escuadrón Anticrueldad.



Normalmente una de las razones por las que llega una mascota a un hogar, es como regalo para los niños; por dos razones, la primera para que tengan "algo" con que distraerse cuando son pequeños y la segunda, es para que entiendan que tener a cargo a un ser vivo es una responsabilidad muy grande, a pesar que muchos adultos se les hace fácil abandonarlos, por que no pueden seguir con la responsabilidad adquirida en el momento de llevar a una mascota a casa.

2. INVESTIGACIÓN PARTICIPANTE

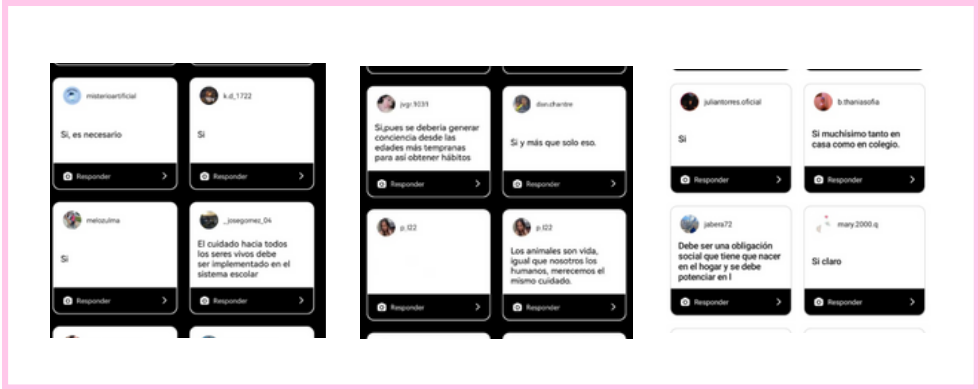


Según el periódico El Tiempo, hay 66.000 perros abandonados en la ciudad de Bogotá, lo que quiere decir que hay aproximadamente 165 animales por kilómetro cuadrado, donde se encuentran mascotas que alguna vez contaron con un dueño que llegó a la conclusión de abandonarlo por una enfermedad, problemas de comportamiento o simplemente por la edad en la que se encontraban. Esto se puede evidenciar que es una situación demasiado indignante para la mayoría de los encuestados.



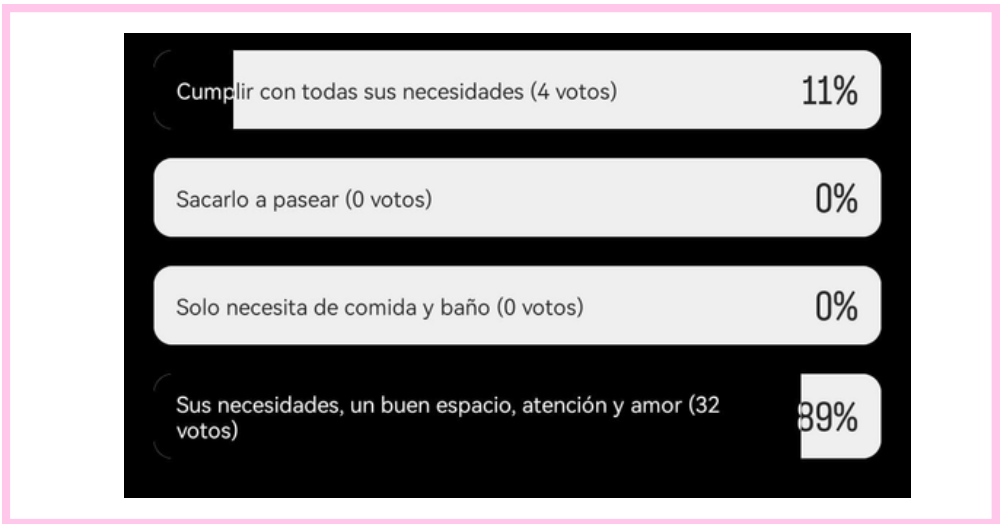
El 94% de los encuestados está de acuerdo con que se debería crear conciencia en las instituciones educativas, ya que, no se le da la importancia necesaria a la educación y promoción del cuidado hacia los animales, por la falta de esta, se presentan los casos de maltrato contra las mascotas o en general los perros y gatos callejeros. Según un artículo publicado por la revista Semana, las localidades de Suba, Engativá y Kennedy presentan la mayor cantidad de reportes de violencia contra los animales, los cuales no solo son mascotas como perros o gatos, también hay casos de abuso hacia animales de granja.

2. INVESTIGACIÓN PARTICIPANTE



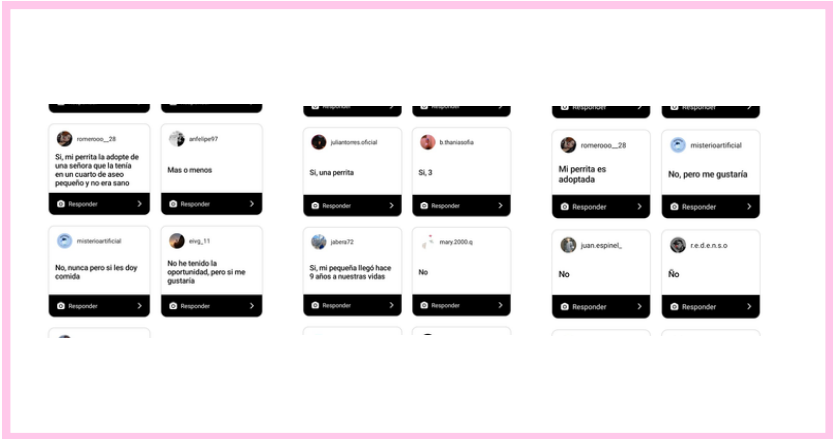
Dentro de las preguntas realizadas en Instagram se conoció la opinión de algunas personas y se realizó un análisis en donde la mayoría está de acuerdo en que la educación, sobre el cuidado de los animales debe llevarse a cabo en las instituciones. Gran parte de la sociedad considera también que desde casa la enseñanza es esencial para los niños porque los perros y gatos son seres vivos que merecen respeto.

El índice de maltrato animal es alarmante en Bogotá, con casos de maltrato animal reportados a diario, según el Instituto Distrital de Protección Animal, al año se reportan más de 10.252, educar a los niños en el cuidado de los animales va más allá de crear hábitos de responsabilidad. A través de su cuidado, los niños, jóvenes y todas las personas en general, pueden aprender valores como la compasión, el respeto, el amor incondicional, la paciencia, la consideración y la bondad.



2. INVESTIGACIÓN PARTICIPANTE

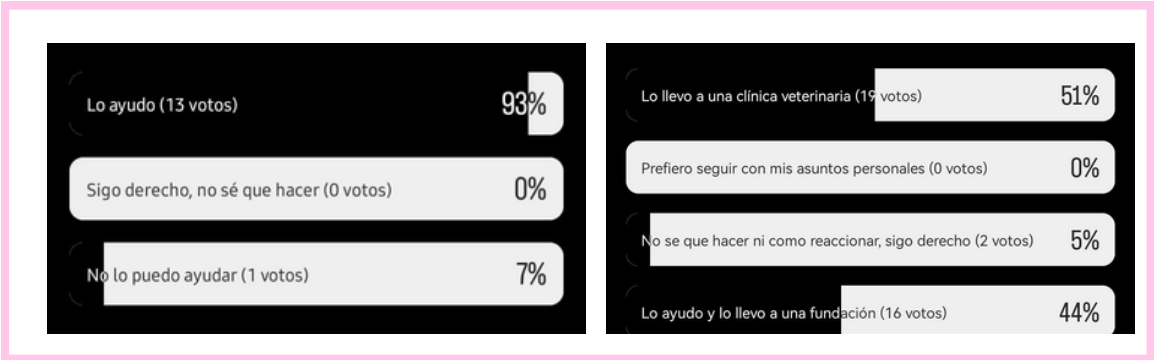
La siguiente pregunta realizada consistió en saber ¿Cuál cree que sería un trato digno para una mascota?, a lo que muchos respondieron, que necesitan un trato digno si se van hacer cargo de un animal doméstico y cumplan con sus necesidades incluyendo el amor que deben brindarles a diario. Todo esto se ve reflejado en las encuestas, aunque los casos reportados a diario nos dan a conocer que la sociedad no está tomando conciencia, desde marzo del 2021 a marzo de 2022 se han registrado más de 1.774 denuncias de los cuales se imputaron 173 y 71 condenas, los animales son seres vivos que merecen el respeto y no son objetos de propiedad.



Como se puede ver reflejado en las encuestas sobre la pregunta ¿Alguna vez has rescatado animales de la calle que se encuentran abandonados?. La gran mayoría no ha tenido la oportunidad de rescatar un animal de calle, pero algunos sí han podido y se sienten orgullosos de eso, porque este acto cambia vidas. El aspecto más importante de esta situación es que el número de animales adoptados a menudo no es el mismo que el número de animales abandonados o maltratados. Las adopciones de perros y gatos descienden en Bogotá, con un registro de 974 en el año 2018, 1.147 en el 2019, 864 durante el 2020 y con corte al 21 de junio de 2021, 321 adopciones se han registrado, según las estadísticas realizadas por la Alcaldía de Bogotá.

Conforme a las estadísticas realizadas por el Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal, más de 66.000 perros deambulan por las calles de Bogotá. Por eso, además de promover oportunidades de capacitación para la tenencia responsable de mascotas, muchas organizaciones invitan a la ciudadanía a sumarse a su trabajo de diversas formas y participar en el rescate de las mascotas que se encuentran en sus calles, barrios y ciudades.

2. INVESTIGACIÓN PARTICIPANTE



La mayor parte del tiempo se ignoran las necesidades por las que están pasando los animales y deciden dejarlos abandonados. Según los análisis realizados por la encuesta, algunos si han llegado a ayudar. Informes de la revista Semana reportan 167 animales rescatados en la Plaza Distrital del Mercado El Restrepo, de la localidad de Antonio Nariño, los rescates a animales ayudan y cada día se localizan más, el Escuadrón Anticrueldad del Instituto de Protección y Bienestar Animal realizó el rescate de 3 cachorros abandonados en una vivienda ubicada en la localidad de Puente Aranda, en la ciudad de Bogotá.



Como se ha podido observar en las dos encuestas, la indignación que sienten las personas al momento de hablar sobre el abandono, maltrato y violencia contra los animales es muy grande, las opiniones sobre las causas que llevan a las personas a abandonar a sus mascotas son la falta de responsabilidad y generalmente, esto puede suceder cuando las mascotas son un regalo inesperado o las toman como algo pasajero, más no como un integrante más de la familia. Para algunas personas, llega un momento en que las mascotas se interponen en el camino, o simplemente se cansan de cuidarlos y el compañero que era uno más en su familia se queda atrás. De acuerdo con las estadísticas proporcionadas por el DANE, en Colombia el 67% de los hogares conviven con al menos un animal de compañía

3. ACCIÓN PARTICIPATIVA

El día sábado 6 de mayo se organizó un encuentro con las personas que conforman Rescata Amor, esta fundación se encuentra a las afueras de Bogotá, vía Fusagasugá, en la vereda Pilitas. A las 8 de la mañana comenzó el recorrido por las instalaciones del lugar, donde se conocieron a los perros que pertenecen a la fundación.



Seguido de esto, se empezó con el desarrollo de la actividad, donde se compartió con las fundadoras de Rescata Amor, los conocimientos sobre cómo se realizan herramientas como el DOFA, PECO, BENCH, MEFI, MEFE y objetivos SMART, para un mejoramiento en las problemáticas que presenta la fundación y se puedan obtener grandes cambios.

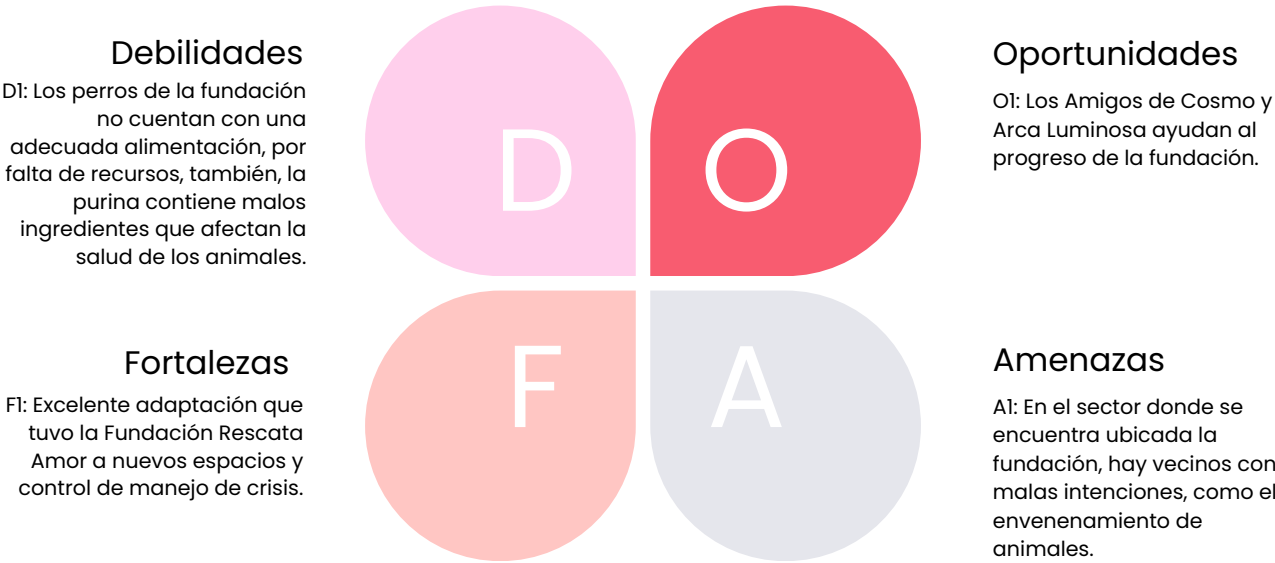


3. ACCIÓN PARTICIPATIVA

En el acompañamiento, se dialogaron términos claves y se pusieron en práctica de inmediato para conocer qué tan eficaz resultó la explicación. Las fundadoras fueron muy participativas y construyeron su propia DOFA.



 DOFA creado por Rescata Amor



3. ACCIÓN PARTICIPATIVA

Rescata Amor desarrolla una labor social dentro de la comunidad, mitigar en gran medida el abandono y el maltrato animal, pues, desde sus inicios brinda su ayuda a animales en condiciones de calle que requieren cuidados y un vida digna, esta es considerada por ellas, como una gran fortaleza de su parte, lo que destaca a la fundación dentro de la sociedad.

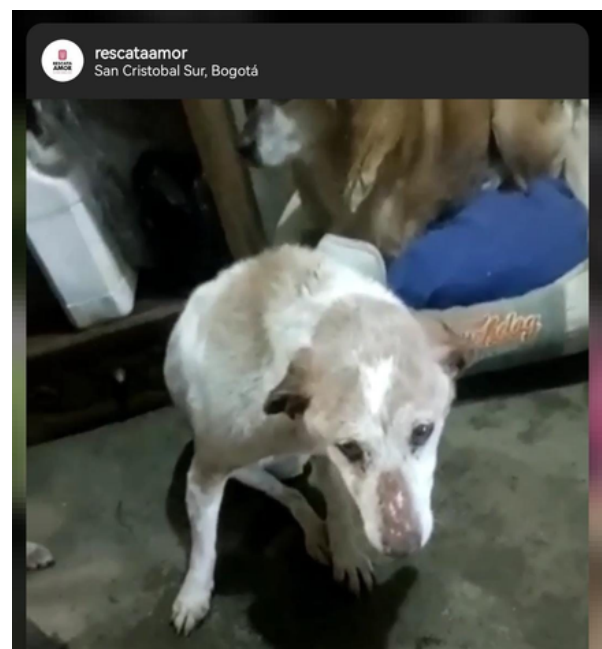


Gaira y sus bebés

Gaira es una perrita que se encontraba en la ciudad de Santa Marta, fue recogida por Rescata Amor y mediante un proceso de esterilización se descubrió a tiempo, que venían en camino 8 cachorros. Actualmente Gaira es una perra feliz y sus bebés están en busca de hogar.

Frida Kahlo

Frida Kahlo es una abuela de la fundación, fue rescatada de las calles de la localidad de San Cristóbal, actualmente, cuenta con excelentes cuidados que le brindan Gloria y Maolly.



3. ACCIÓN PARTICIPATIVA

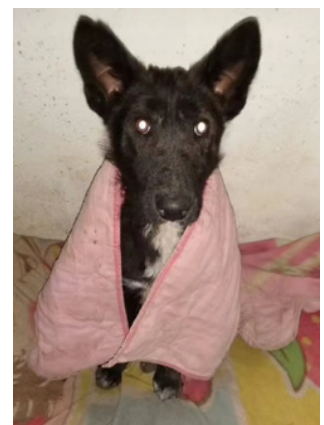
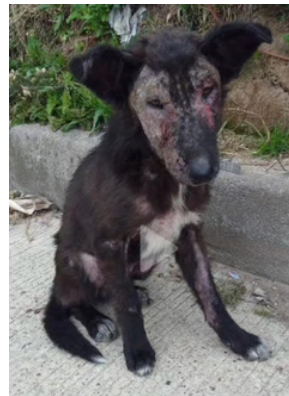


 Agatha

Agatha fue rescatada en diciembre de 2022, junto a sus hermanos en situación de calle en Soacha, al principio presentaba comportamientos de aislamiento y rechazo, ahora, es una perra muy consentida y amorosa, gracias a la fundación.

 Zeus

Zeus es un sobreviviente de las calles de Bogotá, la fundación lo rescato y lo encontró en condiciones tristes, con su piel herida y expuesta. Sin embargo, con amor pudo curarse y llegar a un lugar lleno de amor.



Como estos casos, se encuentran muchos más, pues el objetivo de Rescata Amor es cambiar vidas y muchos de sus animales han sido rescatados de las calles de Bogotá o de personas malintencionadas. Por lo que se concluye, que esta fundación, reduce un porcentaje del abandono y maltrato animal que se presenta en la ciudad.

3. ACCIÓN PARTICIPATIVA

En esta socialización se encontraron nuevas problemáticas, como vecinos molestos que no toleran a los animales y presuntamente encargan de envenenarlos, por otro lado, problemas internos como lo son bajos recursos para transportarse a la hora de hacer eventos benéficos para los perros. Estas problemáticas fueron construidas dentro del DOFA hecho por las fundadoras de Rescata Amor.



Con base a esto, explicamos la realización del PECO y dentro de esto, cómo construir un objetivo SMART en pro de la fundación. Ellas desarrollaron su propio objetivo.



Objetivo SMART creado por Rescata Amor



Realizar un evento que se divulgue por la red social de Instagram, donde se incentive la adopción para los perros de la Fundación Rescata Amor, durante el primer trimestre del periodo B del año 2023.

3. ACCIÓN PARTICIPATIVA

En el diagnóstico realizado con anterioridad, se plantearon estrategias reales y a corto plazo, donde la fundación pueda obtener beneficios con ayuda de Cámara de Comercio, PURINA Nestlé, entre otros, esto fue socializado con las fundadoras, mediante una breve explicación y enseñando como ingresar a estas páginas web.



También, se compartieron las estrategias planteadas dentro del PECO, se relacionaron con unas tácticas ya establecidas y se explicó de manera asertiva cómo podrían aplicarla dentro de las redes sociales de la Fundación Rescata Amor. Algunas de las estrategias fueron, realizar una parrilla de contenidos para organizar y controlar el contenido publicado en las redes sociales del refugio animal, algunas técnicas para la aplicación de temas tendencia o virales para ampliar el público y cómo promocionar el contenido, mediante la red social de Instagram.



3. ACCIÓN PARTICIPATIVA

Dentro de estas estrategias y tácticas se menciona el crear una página de Facebook, en donde se aplique una estrategia crossmedia, relacionando el contenido con la plataforma de Instagram. También se explica el uso de promocionar dentro de la aplicación, para generar nuevas interacciones y ampliarse a nuevos públicos que se interesen por los perros o mascotas en general.



No obstante, esta táctica no ha sido aplicada, debido a que, ellas cuentan con una voluntaria que se encarga de las redes sociales de Rescata Amor. También se mencionó posicionarse en Tik Tok, ya que, en esta red social se logra llegar a más personas y se tienen mejores interacciones, usando sonidos virales, realizando trends del momento, utilizando hashtags y otras estrategias que utilizan organizaciones con fines en común.



3. ACCIÓN PARTICIPATIVA

Dentro de las tácticas se planteó la realización de una parrilla de contenidos para llevar un orden cronológico de las publicaciones realizadas en Instagram y Tik Tok, se les enseñó un formato sencillo que puede ser implementado dentro de la fundación.

Sin embargo, esto no será aplicado por ellas, debido a que, cuentan con una voluntaria que se encarga de las redes sociales, por lo tanto, esta persona solo crea el contenido y lo publica de manera libre, sin llevar algún orden o planeación como apoyo. No obstante, de esta manera, las redes sociales cuentan con un buen número de seguidores e interacciones.

 Parrilla de contenidos

Fecha	Hora	Estrategia/ Objetivo	Público	Tipo de pieza	Tono	Descripción del diseño
Lunes	5:00p.m	Informar a la comunidad	Amantes de los animales	Reel	Informativo y alegre	Desarrollar un reel con voz en off hablando sobre tips para mascotas
Martes	5:00p.m	Conmover e incentivar a los usuarios	Amantes de los animales	Historia	Conmovedor	Crear historias con los perritos que pueden ser adoptados
Miércoles	5:00p.m	Entretener a la comunidad	Amantes de los animales	Reel	Informativo y alegre	Desarrollar un reel donde se brinde una receta canina casera
Jueves	5:00p.m	Conmover e incentivar a los usuarios	Amanted de los animales	Post	Conmovedor	Desarrollar post donde se evidencien perritos que pueden ser apadrinados
Viernes	5:00p.m	Incentivar a los usuarios	Amantes de los animales	Historia	Informativo y conmovedor	Desarrollar historias donde se muestre las cuentas de banco de la fundación, junto con fotos o videos de los perros

3. ACCIÓN PARTICIPATIVA

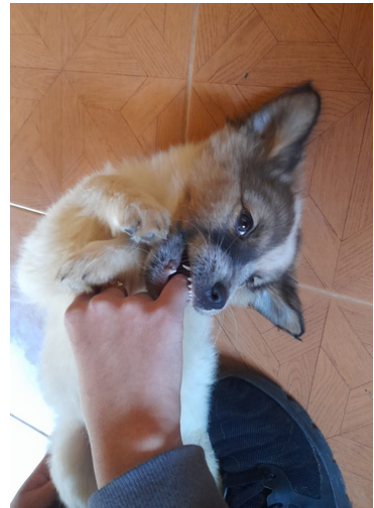
Por lo tanto, se socializaron los contenidos con las fundadoras, se explicó como realizar los procedimientos planteados que pueden ayudar a mejorar notablemente las condiciones de los perros de la fundación. También se conoció de cerca la situación que viven los animales de Rescata Amor, se conocieron grandes, tristes y conmovedoras historias.

Este encuentro dejó una gran enseñanza, brindar una vida óptima y llena de amor a los animales, esto debería ser considerado como propósito de vida, ya que, actualmente la fundación cuenta con 54 perros, donde el 70% son abuelos con enfermedades graves y en la gran mayoría son perros adultos que nadie adopta.



3. ACCIÓN PARTICIPATIVA

Así como ellos, se encuentran perros más jóvenes, entre estos, Gaira, un perro hembra quien fue rescatada del refugio, tuvo una camada de hermosos cachorros, que actualmente se encuentran en adopción, para esto, se creó una campaña de adopción difundida a través de Instagram, para generar recursos y buscarle un hogar para la camada.



De esta manera finaliza este proceso de acción participativa, donde un grupo de estudiantes de Comunicación Social de la CUN, comparten conocimientos con la Fundación Rescata Amor, para fortalecer las redes sociales y por ende, obtener ayudas y recursos que necesitan los perros que conforman la fundación y lograr un cambio social.

4. EVALUACIÓN

Dentro de la investigación psicosocial se identificó una problemática enfocada en el abandono y el maltrato animal dentro de la sociedad, donde las organizaciones sin ánimo de lucro ayudan a mitigar. Como primera medida, se evaluó las causas primarias y secundarias de esta problemática social en la Fundación Rescata Amor.

Para esto, se recogieron distintos datos dentro del entorno de la fundación y luego del ambiente social, dentro de las primarias, se entendieron los aspectos como la economía, ausencia de medicamentos por la demora de procesos del Invima y el desabastecimiento de más de 50 fármacos, el aumento de los precios de los alimentos, por la inflación del mercado internacional de los insumos necesarios; como causas secundarias se categorizaron la falta de educación sobre la responsabilidad que estos seres vivos requieren, mudanza por parte de los dueños y alergias por parte de los integrantes de la familia.

Así mismo, se fueron conociendo los distintos efectos que esto causaba, se encontraron abandonadas camadas completas de bebés (5-9 crías), mascotas domesticadas con una avanzada edad (10-17 años), animales de compañía con problemas de salud (ansiedad, cáncer, demencia senil, garrapatas) y mascotas con alto grado de hiperactividad.

A raíz de esta problemática se evaluaron los procesos internos y externos que estaba desarrollando la fundación de mano de las personas a cargo, con el fin de planificar estrategias de comunicación funcionales en todos los aspectos para garantizar los correctos procesos de marketing, adopción, donaciones por parte de entidades estatales y marcas pioneras del mercado; se establecieron marcando los objetivos SMART, evaluando las matrices de evaluación internas y externas, destacando el correcto funcionamiento de gestiones internas donde las personas a cargo reconocieron sus fortalezas, amenazas, debilidades y oportunidades.

4. EVALUACIÓN

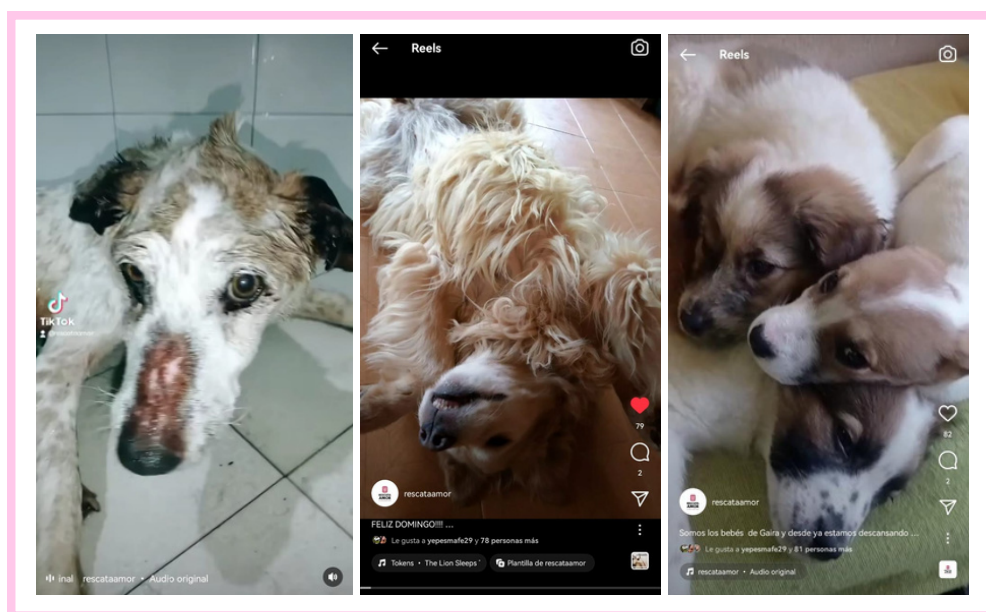
Nuestro equipo de trabajo conformado por 5 estudiantes de Comunicación Social de séptimo semestre, se encargó de enseñar desde el conocimiento profesional estrategias de mercadotecnia, con el fin de estimular la adopción, conocimientos sobre animales domésticos a la comunidad y aumento del engagement, inscripciones con marcas de purina, dándole solución a la escasez de alimentos, alternativas de alianzas con otras instituciones sin ánimo de lucro, con el fin de aumentar el reconocimiento y el conocimiento de procesos para ingresar a distintos proyectos ofrecidos por la Alcaldía de Soacha, además de la Cámara de Comercio de Bogotá.

Luego de realizar la acción participativa enseñándole a la comunidad a realizar el cambio social en la fundación, se lograron observar distintos cambios, entre ellos se encuentra la inscripción que se realizó a la marca de comida para animales "PURINA" de Nestlé, la cual realiza donaciones constantes a fundaciones o refugios que hagan eventos de adopción. Desde allí se logró evidenciar los primeros pasos que estaba realizando la fundación para generar el cambio social que se buscaba con esta investigación, logrando cumplir la segunda y cuarta estrategia establecida.



4. EVALUACIÓN

También se ayudó con contenido para redes sociales, con el fin de dar a conocer a la comunidad los distintos animales que hacen parte de esta organización, además, implementaron videos y post dentro de la red social de Instagram con música, hashtag y copys, también se les explicó el correcto algoritmo que funciona en la aplicación de Tik Tok, con el fin de garantizar videos virales que ayuden al alcance de la cuenta, esto con el objetivo de aumentar el engagement de la fundación en la sociedad y acelerar los procesos de adopción. Por lo que se logró el objetivo de enseñar y aplicar distintas tácticas de mercadotecnia digital, cumpliendo las estrategias 1 y 2 además de las tácticas 5 y 6.



rescataamor Somos los bebés de Gaira y desde ya estamos descansando y recargando energía para el próximo domingo.

Estaremos el Jornada de adopción como parte de la actividad de Yoga y Meditación guiada por @liluyogui. 🧘🏻‍♀️🧘🏻‍♂️

Somos peluditos muy especiales y queremos familias ideales para acompañarlos en el camino de la vida❤️❤️

Si estas buscando ese ser especial que te de alegría y amor incondicional, visítanos!!!

Fecha: Domingo 21 de mayo
Hora: 10:00 a.m
Lugar: ZULA Cra, 7 #120- 20

Los esperamos

#adoptanocompres #adopt #dogyoga #dosisdebienestar
#practicayoga #practicaamorosa #yogadog #fundacionesperros
#donaciones #cezula #yogaconperritos #liluyogui

Rescata Amor · 05-08

Bañaron a un inocente 🥹🥹🥹

#amorperruno 🥰 #adoptanocompres

#bañaronauninocente 🥰 @Sebastian Moreno

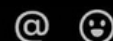
🥰 @Camilo Triana 🌱 @JuanDa.

Compartir

Ocultar

🎵 Bañaron a un inocent...

Añadir comentario...



4. EVALUACIÓN

Además de ello, se explicó el proceso para abrir una página en la red social de Facebook que fue expuesto en el apartado (Acción participativa) pero lastimosamente no se aplicó en la fundación, además, nuestro equipo de investigación elaboró una parrilla de contenidos teniendo en cuenta el público objetivo, los contenidos y la elaboración de las cuentas, la cual no se puso a prueba por el voluntariado que ya hace parte de la fundación. Se incumplieron las tácticas 1, 2 y 3.

Como estrategia se había planteado elaborar eventos con el fin de hacer visible los animales pertenecientes a la fundación para acelerar los procesos de adopción, además de ello hacer crecer la imagen con un voz a voz entre la comunidad, así que se realizó de mano de las creadoras de la organización, un evento que ayudará en este proceso y que adicional le abriera un espacio a personas que estuvieran dispuestas a colaborar con voluntariado, ya que, este modo de ayuda facilita la organización del evento y colabora en la buena imagen organizacional.



4. EVALUACIÓN

El día 27 de mayo de 2023 se realizó la jornada de adopción, en compañía de un evento de yoga, en el centro comercial Zula en la Localidad de Usaquen. Esta jornada tuvo la compañía de más de 10 voluntarios quienes estuvieron encargados de los perros y de incentivar a la gente para brindar apoyo a la fundación. En esta jornada hubo varias donaciones de alimento, cobijas, camas y dinero, además, se presentó una exitosa adopción de una perra, por otro lado, algunos animales fueron apadrinados.



4. EVALUACIÓN

Se logró la estrategia 2 y las tácticas 4 y 5.





RESCATA AMOR

EL AMOR CAMBIA VIDAS



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

VIGILADA MINEDUCACIÓN