



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN REDISEÑADA



DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN
COMUNICACIÓN

TEMA:

Estrategias de comunicación digitales utilizadas en la página de Facebook de
rescate animal ecuador.

AUTORA:

Landívar Córdova Gabriela Marita

TUTORA:

Mgtr. Montece Moreno Cindy

BABAHYO – 2023

Resumen

Dentro del siguiente trabajo, Estrategias de comunicación digitales utilizadas en la página de Facebook de rescate animal ecuador, se encuentra la problemática de que Ecuador es un país con altos índice de maltrato animal, por lo que existen movimientos como rescate animal ecuador, que en su página de Facebook promueve el cuidado y llama a la protección de los animales, para ello usan estrategias de comunicación orientadas a los canales digitales. Se encuentra el beneficio de dar una visión externa a su modelo estratégico de comunicación y puedan identificar posibles cambios necesarios, además de resaltar aciertos y conceptos de utilidad para otras fundaciones de rescate animal. Esto siguiendo al objetivo de Analizar las estrategias de comunicación digitales utilizadas en la página de Facebook de Rescate Animal Ecuador a través del cual se pudo explorar los conceptos de fundación para animales, estrategias de comunicación digitales, las necesidades de las estrategias de comunicación, maltrato animal, redes sociales, publicidad y campañas. Medidos a través de la metodología inductiva-deductiva, cuantitativa y cualitativa, con técnicas de la entrevista a un conocedor del marketing y la encuesta seleccionada a 101 participantes. Donde se pudo encontrar que el 65% si conoce alguna fundación de rescate animal, mientras que el 35% no conoce alguna fundación de rescate animal, que las estrategias de comunicación requieren realmente de factores como el público objetivo, los objetivos de la organización, pudiendo aplicar estrategias como las campañas de concientización y la publicidad en línea. Concluyendo que existe en el país violaciones a los derechos de los animales, que estas son expuestas en las redes de Rescate animal, y usan estrategias de comunicación digital efectivas a través de compartir información emotiva que llama a la intervención ciudadana recomendando mayor interacción con los usuarios en las redes.

Palabras clave: Estrategias de comunicación; Rescate animal; Facebook; Redes sociales.

Abstract

Within the next work, Digital communication strategies used in the Facebook page of Rescate Animal Ecuador, there is the problem that Ecuador is a country with high rates of animal abuse, so there are movements such as animal rescue Ecuador, which on its Facebook page promotes the care and calls for the protection of animals, for this they use communication strategies oriented to digital channels. There is the benefit of giving an external view to their strategic communication model and identify if it needs changes, in addition to highlighting successes and useful concepts for other animal rescue foundations. This following the objective of analyzing the digital communication strategies used in the Facebook page of Rescate Animal Ecuador through which it was possible to explore the concepts of animal foundation, digital communication strategies, the needs of communication strategies, animal abuse, social networks, advertising and campaigns. Measured through the inductive-deductive, quantitative and qualitative methodology, with techniques of the interview to a marketing expert and the selected survey to 101 participants. Where it was found that 65% do know any animal rescue foundation, while 35% do not know any animal rescue foundation, while 35% do not know any animal rescue foundation. rescue foundation, while 35% do not know any animal rescue foundation. That communication strategies really require factors such as the target audience, the objectives of the organization the target audience, the objectives of the organization, being able to apply strategies such as awareness campaigns and strategies such as awareness campaigns and online advertising. Concluding that animal rights violations exist in the country, and that these are exposed in Rescate Animal networks, and use effective digital communication strategies through the effective digital communication strategies through the sharing of emotive information that calls for citizen intervention, recommending greater interaction with users in the networks.

Keywords: Communication strategies; Animal rescue; Facebook; Social networks.

Índice

Resumen	
Abstract.....	
Introducción.....	1
1. Planteamiento Del Problema	2
2. Justificación.....	3
3. Objetivos	3
3.1. Objetivo General	3
3.2. Objetivos Específicos.....	3
4. Línea de investigación	4
5. Marco Teórico	4
6. Marco Metodológico	15
6.1. Modalidad de la investigación	15
6.2. Diseño de investigación	15
6.3. Alcance de investigación.....	15
6.4. Población y muestra.....	16
6.5. Métodos.....	17
6.5.1. <i>Métodos de nivel teórico del conocimiento</i>	17
6.5.2. <i>Métodos de nivel empírico del conocimiento</i>	17
6.6. Técnicas.....	17
6.7. Instrumentos.....	18
7. Resultados.....	18
8. Discusión de resultados	24
9. Conclusiones	26
10. Recomendaciones	27
11. Referencias.....	28
12. Anexos.....	30

Introducción

En el Ecuador existen muchos animales en situación de calle y maltrato, sumado al desconocimiento de las personas del buen trato hacia sus mascotas, provoca que existan fundaciones que busquen el proteger a los animales y rescatarlos de las situaciones desfavorables en que viven, fundaciones como Rescate Animal Ecuador.

Por lo tanto, para el estudio que se redacta a continuación, titulado Estrategias de comunicación digitales utilizadas en la página de Facebook de rescate animal ecuador, se exploran las estrategias utilizadas por la fundación Rescate Animal Ecuador en su página de la red social de Facebook, canal por el cual comparten información acerca de la situación de los animales que se encuentran en abandono o maltrato y llaman a las personas a mejorar sus vidas.

Dentro de este trabajo se puede encontrar el abordaje del análisis de las estrategias de comunicación digitales utilizadas en la página de Facebook de Rescate Animal Ecuador. Aplicando la ayuda de una base teórica sobre las funciones y bases de una fundación para los animales, la publicidad y campañas que se usan para que las fundaciones puedan dar su mensaje, las clases de estrategias de comunicación que emplean, especialmente aquellas que son digitales estrategias de comunicación digitales y que se necesita para aplicarlas, los problemas relacionados al maltrato animal.

1. Planteamiento Del Problema

Aunque las leyes de protección animal existen en nuestra sociedad desde hace muchos años, varios países del mundo las han mantenido en segundo plano. Esta situación ha llevado a que los gobiernos se encuentren en un problema social, pues los animales, que son ignorados y marginados por el ser humano terminan viviendo en las calles volviéndolos víctimas de maltrato y sentencias de muerte por parte de los mismos dirigentes; situación que evidentemente viola los derechos animales impuestos.

El Ecuador es uno de los países de Sudamérica que se cataloga con el mayor número de maltrato a los animales, sin embargo, para algunos, el abuso de los animales es un problema de menor importancia.

La Fundación Rescate Animal Ecuador es una de las principales agencias de rescate y derechos de los animales del país, brindando asistencia en casos de maltrato, rescate, búsqueda y reubicación de mascotas abandonadas o perdidas, además, de dar asistencia veterinaria para el bienestar de las mascotas.

En la era digital actual, la tendencia de la comunicación visual es muy importante a la hora de crear una estrategia de comunicación. Vivir en la era digital marca un momento importante en la implementación de cualquier estrategia por sus pautas publicitarias pujantes y de valor agregado; redes sociales, patrocinio e internet.

La Fundación hoy por hoy es un vocero de los casos que existe en el país de la lucha por el bienestar de los animales y fomentar una cultura de tolerancia y respeto hacia ellos, mediante las publicaciones que realizan en su página oficial de Facebook.

2. Justificación

La situación que atraviesan los animales en el Ecuador es triste. Cuando una persona obtiene una mascota, no compra un objeto, sino la responsabilidad de hacerse cargo. La relevancia de este proyecto radica en el análisis de las estrategias de marketing digital que utiliza la página Rescate Animal Ecuador en la cual facilitará ampliamente a los usuarios estar enterados de todo el contenido que publica la misma, de tal modo que se beneficiará la fundación de manera directa, es decir, obtiene más internación con sus seguidores y a la vez consigue nuevos seguidores.

Por otra parte, la universidad técnica de Babahoyo se beneficiará con este proyecto, pues, se creará un precedente sobre el tema de concientización de Rescate Animal, por medio de las publicaciones que hace la página de Facebook de la fundación.

Las estrategias comunicacionales utilizadas por la fundación, les proporcionan información a los usuarios sobre lo que se está logrando para acabar con el maltrato animal, información que necesitan, porque no conocen lo que sucede en Ecuador respecto a este tema.

3. Objetivos

3.1. Objetivo General

Analizar las estrategias de comunicación digitales utilizadas en la página de Facebook de Rescate Animal Ecuador.

3.2. Objetivos Específicos

- Evaluar la importancia de la creación estrategias digitales como herramienta para el rescate animal.
- Identificar las necesidades de estrategias comunicacionales que tiene la página

- Examinar la forma en que la fundación se comunica con sus grupos objetivos y como construye redes de comunicación con otras organizaciones.

4. Línea de investigación

Gestión de la comunicación Sub-línea Comunicación Pública, Organizacional y Política

5. Marco Teórico

Fundaciones para animales

La fundación de animales es creada para que varios animales en especial lo que habitan en la calle tengan beneficios, una de las principales razones de la existencia de los refugios de animales es una responsabilidad de las personas, porque son las personas las que crean los espacios, y por tanto velan por que los espacios sean aptos para que todos vivan por igual. Esto quiere decir que por ser animales deben pasar desapercibidos, lo cual no es así, porque todo animal necesita ser cuidado y protegido.

El objetivo de esta habitación para tener animales (generalmente perros y gatos, pero también conejos, ratones, cerdos, caballos, vacas, cabras) es protegerlos y al menos asegurarles una buena calidad de vida. En el mejor de los casos, los animales que viven allí aceptan ser adoptados y llevados a hogares privados, donde se les otorga un estatus y un futuro mejor además de convertirse en mascotas. (Matyas, 2018)

Además de la problemática de los derechos de los animales, tal vez a lo que más valor le dan los voluntarios que suelen trabajar en estos lugares, también debemos mencionar otra problemática muy importante: la de la salubridad pública. Abandonar animales, dejarlos deambular sin brindarles el cuidado necesario y permitir que se reproduzcan sin ningún tipo de cuidado es sin duda alguna un complejo problema también para los humanos. Esto es así debido a

que las jaurías o grupos de animales pueden volverse violentos, arrasar con lo que se encuentran a su paso en busca de alimento, contagiar enfermedades e incluso lastimar a quienes puedan cruzárseles.

Las mascotas se han convertido en una parte importante del núcleo familiar. Es así con el inicio de la pandemia, este descuido del manejo y cuidado de las mascotas se ha convertido en un maltrato animal sin precedentes. Animales de todo tipo, especialmente perros, fueron sacados violentamente de sus hogares siendo estos perros grandes, medianos y pequeños colocados en calles, espacios abiertos o vertederos.

En 2023, la epidemia no era tan grave como antes, sino un problema con los perros, el abandono no paró. Estimaciones recientes muestran que entre 18.000 y 20.000 perros son abandonados en las calles y parques cada año. Según estadísticas fiables, hay 183 perros callejeros por kilómetro cuadrado y el número de animales abandonados supera fácilmente los 800.000. (Estupiñan, 2023)

Un perro abandonado significa un animal atacante, una criatura completamente indefensa que de repente se encuentra en circunstancias desconocidas. Su primera reacción es de miedo y la segunda de ansiedad. Su confusión es inmensa. Su depresión es palpable. Así como los "perros callejeros" luchan por adaptarse a la vida humana, los perros abandonados luchan por adaptarse a las calles. Se pierde hasta que aprende a comer y defenderse tiempo. Sufrir una nueva situación de vida le provocará una tristeza extrema, que inevitablemente los conducirá a cambios fisiológicos notorios. El impacto mental del abandono nunca desaparece.

Por estos miles de razones que padecen los animales que se encuentran en calles que no tienen un hogar y con son los más propensos a que se le cometan actos impuros realizados por

personas desagradables, he aquí la importancia que tienen las creaciones de fundaciones hacia animales que se encuentran desamparados en las calles, además las fundaciones no solo es creada para animales en situación calle también es para aquellos animales que habitan en un hogar pero estos sean maltratados o que solo son utilizados para productos de crías y así los dueños se beneficien económicamente.

Estrategias de comunicación digitales

Hablar de una estrategia de comunicación digital es hablar de una estrategia adaptada a Internet. La estrategia digital es un método que tiene como objetivo definir el comportamiento de la comunicación en Internet y elegir las herramientas adecuadas para lograrlo.

La comunicación digital permite la interacción inmediata entre los medios y la sociedad y es una rama de la comunicación social que se centra en la iniciación e intercambio de información en los medios digitales con el objetivo de aumentar su comercialización o importancia económica, cultural o de diversas formas y actividades personales. (Álvarez, 2021)

En resumen, de la cita que antecede la comunicación digital puede definirse como un desarrollo tecnológico que configura nuevas formas de crear mensajes en un entorno comunicativo con exceso de contenidos.

El objetivo principal de la estrategia es permitir que el público objetivo entienda lo que hace, por qué lo hace, qué significa, cómo ayuda y por qué compran. Considera cómo las personas son percibidas y vistas desde el exterior, y si la estrategia está enfocada, las acciones que realices con el público llevarán a que se conviertan en clientes, porque a las personas les interesa quién eres y qué puedes hacer para enseñarles. Por estas razones, una estrategia de comunicación digital es muy importante en la propuesta que realizan.

Necesidades de estrategias comunicacionales

Hay varios factores a tener en cuenta a la hora de determinar una estrategia de comunicación, y los mensajes no se crean por inspiración. La comunicación es una herramienta de marketing rigurosa que implica mucho pensamiento estratégico.

Los anunciantes crean mensajes para lograr objetivos específicos y los anuncios definen lo que quieren lograr y pueden involucrarse muchas estrategias diferentes. La publicidad persuasiva es parte de una serie de estrategias de comunicación diseñadas para alentar a los consumidores a comprar bienes o servicios específicos, generalmente apelando a sus sentimientos y emociones generales.

Una estrategia de comunicación digital es una herramienta que forma parte del plan de marketing o social media de una empresa. Con él, marcas un conjunto de pautas planificadas para lograr tus objetivos. (Belmouss, 2019) Debe considerar los siguientes puntos:

- Objetivos globales
- ¿Qué vas a hacer?
- ¿Qué herramientas pueden ayudarte a hacer esto?
- ¿Cuándo llegarás a la meta?

Aplicando estas estrategias al negocio y combinando todos los elementos necesarios, mejora la imagen, marca y producto, llega exactamente a las personas, causa una buena impresión en los clientes potenciales, genera crecimiento y atrae a otros usuarios.

Hoy en día, el uso del marketing digital en las empresas se ha convertido en una de las estrategias de comunicación más importantes para lograr los objetivos trazados a nivel digital.

Dado que existe una amplia gama de elementos y conocimientos en este campo, estas estrategias se pueden utilizar de diferentes maneras, por lo que es bueno conocer las estrategias que pueden ayudarlo a desarrollar una comunicación digital efectiva.

Animales que habitan en la calle vs los que habitan en casa

Para empezar con este apartado es necesario indicar la definición de animal es un ser vivo que puede moverse por sus propios medios, generalmente movimiento y sensación, para inhalar oxígeno y expulsar dióxido de carbono. (Real Academia Español, 2020)

De forma general no existe una definición exhaustiva sobre el termino animal, porque la misma tiene diversos significados por ejemplo se llama animales a los que pueden vivir en el agua o en la tierra, pero forman un eslabón esencial en la cadena trófica y son esenciales para mantener el equilibrio ecológico. La palabra animal también se refiere a una persona muy ignorante, grosera o violenta que usa mucha fuerza bruta.

Las mascotas se integraron plenamente en la familia cuando nuestros antepasados empezaron a mejorar la calidad de vida. Durante el Neolítico, cuando apareció la agricultura y la ganadería, las personas ya no tenían que dedicar todo su tiempo al trabajo productivo, y se pudo considerar un nuevo concepto llamado ocio. Las primeras actividades humanas fueron el arte, la agricultura y la domesticación de animales.

Los animales de compañía son animales domesticados diseñados para satisfacer las necesidades emocionales y de compañía humana. Los animales no están obligados a trabajar como ganado, ni están destinados al consumo alimentario; Los animales de compañía viven con humanos con fines recreativos, educativos o sociales, pero no para ninguna actividad lucrativa (García, 2020).

En la llamada "terapia asistida por animales", los animales de compañía pueden actuar como buenos terapeutas para personas con diversos problemas de salud. Las mascotas acompañan a los mayores en casa, ayudan a los privados de libertad a integrarse en la sociedad, son los mejores ayudantes cuando los niños se enfrentan a problemas y actúan como buenos guías.

Ahora bien, al tratar sobre los animales de compañía que son los que habitan en casa es necesario mencionar a los animales que habitan en las calles, ¿por qué pasa esto? Desafortunadamente, no todos los perros tienen dueños responsables, por lo que no les queda más remedio que buscar refugio en el medio urbano, donde encuentran un lugar donde cobijarse y alimentarse, en lugar de pasar por diversas penurias como violencia, enfermedades, hambre y destrucción, entre otras cosas.

Un perro callejero es aquel que no tiene hogar o si lo tiene, pero pasa todo porque no ha sido cuidado adecuadamente por su dueño, fue abandonado o nació en la calle. En general, el problema de los perros callejeros está relacionado con factores socioeconómicos y culturales, que tienen su origen en una educación insuficiente de los ciudadanos y una legislación inadecuada.

Los perros callejeros existen desde hace mucho tiempo en casi todos los países. Por ello, la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Sociedad Mundial para la Protección de los Animales (WSPA) han declarado desde la década de 1990 que la única forma de limitar la sobrepoblación de perros callejeros es castrar a los animales, educar al público sobre la cría responsable e identificar a los animales. (Organización Mundial de la Salud, 2020)

El maltrato animal y la normativa que sanciona dicho actuar

La crueldad animal es una manifestación del comportamiento humano hacia los animales de otras especies que muestra falta de respeto e indiferencia ante los actos de violencia contra los

animales. Aunque se ha avanzado mucho en la sensibilización sobre el problema del maltrato animal, todavía queda mucho camino por recorrer para garantizar que se respeten los derechos de los animales.

Deben tenerse en cuenta las siguientes condiciones, los métodos de control de la población animal están definidos en los protocolos emitidos por la OIE, de la cual Ecuador es miembro, por lo que deben manejarse de acuerdo con estos acuerdos internacionales. (Organización Mundial de Sanidad Animal, 2018)

Además, pueden existir otras formas de maltrato, como el abandono de animales (generalmente perros y gatos) por parte de sus dueños, la caza de animales, el uso de animales para experimentos, la recolección de animales para peletería, el uso de animales en circos, las corridas de toros. y, finalmente, el abuso sexual.

El ambiente de inseguridad e incertidumbre que vivimos ahora es una gran preocupación para las personas que no saben si habrá un final feliz. Pero lo cierto es que los actos de violencia que involucran a estos animales están relacionados de muchas maneras. Porque experimentamos dramas inquietantes, conmovedores y situaciones frustrantes todos los días.

Al mismo tiempo, la crueldad hacia los animales es un factor que contribuye a la violencia en la sociedad y es parte de toda la violencia que enfrentamos como individuos y como sociedad.

Los animales tienen derechos, por lo que dañarlos, causarles dolor o desatenderlos puede ser sancionado por la ley. Cuando se trata de derechos de los animales, debe entenderse por este todo el ordenamiento jurídico destinado a garantizar los derechos jurídicos de estos animales, tales como el derecho a la vida, el derecho a la libre recreación en los lugares públicos, el derecho a una vida digna y a la protección de animales. En caso de emergencia, obtenga ayuda médica de un

veterinario. El desarrollo de la sociedad hace que los países tengan mucho que hacer cada vez, porque con el desarrollo vienen cambios en los ciudadanos que tratan de adaptarse a nuevas formas de gobierno que deben ser respetadas y adaptadas para evitar conflictos.

El Código Orgánico del Ambiente del Ecuador (en adelante COA) se elaboró siguiendo la voluntad del pueblo ecuatoriano de crear una ley que proteja y promueva el trato amable a los animales, principalmente para buscar una convivencia pacífica entre estas dos especies para que las personas puedan vivir en un país con animales. paz y beneficio mutuo.

Es así que en el artículo 139 COA (2020) determina que “El presente capítulo tiene por objeto la promoción y la garantía del bienestar animal, a través de erradicar la violencia contra los animales, fomentar un trato adecuado para evitarles sufrimientos innecesarios y prevenir su maltrato, y de aplicar y respetar los protocolos y estándares derivados de instrumentos internacionales reconocidos por el Estado. La tenencia de animales conlleva la responsabilidad de velar por su bienestar, y su manejo deberá promover una relación armoniosa con los seres humanos”

Ahora bien, existen controversias si un animal es abandonado o maltratado es sancionado de acuerdo a los siguientes artículos que contempla el Código Orgánico Integral Penal:

Art. 250.3.- Abandono de animales de compañía. - La persona que abandone a un animal de compañía será sancionada con trabajo comunitario de veinte a cincuenta horas. (Código Orgánico Integral Penal, 2021)

Art. 250.4.- Maltrato a animales que forman parte del ámbito de la fauna urbana. - La persona que por acción u omisión cause un daño temporal o deteriore gravemente la salud o integridad física de un animal que forme parte del ámbito de la fauna urbana, sin causarle lesiones

o muerte, será sancionada con trabajo comunitario de cincuenta a cien horas. (Asamblea Nacional, 2021)

Así mismo, la normativa penal indica los delitos donde los animales que sean utilizados para organizaciones de peleas, sean productos de abusos sexuales, lesiones o muerte; serán sancionados con una pena privativa de libertad.

La importancia de contar con un ordenamiento jurídico que rijan todos los aspectos, incluidas las declaraciones de los derechos de los animales, que es obligatoria porque se acepta en el registro oficial y se publica en los reglamentos, muestra la protección de los animales y la necesidad de respetar a los animales. El país finalmente entendió la gravedad del problema. Para tratar de promulgar leyes con los derechos de los animales y garantizar que estos derechos no sean violados, asegurando así su bienestar en la sociedad.

Redes sociales

Una red social es una estructura en Internet formada por personas u organizaciones que están conectadas entre sí en función de intereses o valores compartidos. Con su ayuda se pueden establecer rápidamente relaciones entre personas o empresas sin jerarquías ni limitaciones físicas. (Rissoan, 2019)

Comunicación estratégica

La comunicación estratégica es el proceso de planificación, desarrollo y control de los mensajes y la información compartida con los diferentes grupos objetivo de una organización para lograr sus objetivos. (Meza, 2018)

Comunicación visual

La comunicación visual es el proceso de entregar y recibir información utilizando recursos visuales. Aunque se puede combinar con el lenguaje escrito o hablado, la comunicación visual no requiere texto ni sonido para intercambiar información. (Rollie, 2021)

Publicidad

La publicidad en redes sociales se refiere a invertir en publicidad paga en diferentes formatos y formas para que cada red social pueda llegar a más personas. En otras palabras, es una forma de publicidad online que te permite llegar a tu público objetivo a través de redes sociales específicas a cambio de una inversión monetaria. Puede basar su campaña en un marco de tiempo específico, un objetivo publicitario y un presupuesto. (Montero, 2021)

Dentro de las publicidades en redes sociales destaca porque es una herramienta de alcance para todos los públicos que nos permite crear el tipo de contenido que necesitas para alcanzar los objetivos de tu marca. Como tal, Facebook seguirá siendo una apuesta segura para cualquier estrategia de marketing digital, incluidas las campañas de medios pagados. (Shum, 2021)

Marketing digital

El marketing digital, también conocido como marketing en línea, es la promoción de marcas que utilizan Internet y otras formas de comunicación digital para conectarse con clientes potenciales. En otras palabras, es un conjunto de estrategias dirigidas a la comunicación y comercialización electrónica de productos y servicios. Es una de las principales vías para que las empresas se comuniquen directa y personalmente con el público en el momento adecuado. (Silicia, 2021)

Compañías contra el maltrato animal

Las compañías de maltrato animal comprenden que los animales son seres sintientes, como también tienen la capacidad para desarrollar el compromiso y la empatía. Asimismo, desarrolla la sensibilidad al impacto del comportamiento abusivo en los demás; y, finalmente fomenta un comportamiento que respete a los animales. (Fernández, 2019)

6. Marco Metodológico

6.1. Modalidad de la investigación

La presente investigación es cuali – cuantitativa porque mediante los datos y la información obtenidos, se detallan determinadas conclusiones relacionadas con el fenómeno objeto de la investigación.

6.2. Diseño de investigación

La investigación es cuantitativa no experimental de diseño transversal; en virtud de que se recogen los datos estadísticos necesarios, y se analiza como incide la problemática en las conclusiones de la investigación.

Es cualitativa de diseño narrativo; porque mediante el sondeo realizado a la población investigada, se obtiene la información adecuada en base a las experiencias para describirlas y analizarlas a través de las técnicas de entrevista y encuesta.

6.3. Alcance de investigación

Es una investigación exploratoria, porque el fenómeno estudiado es muy poco conocido por la sociedad.

Es una investigación descriptiva, porque se analizan los elementos del fenómeno que surge sobre las estrategias de comunicación digitales utilizadas en la página de Facebook de rescate animal Ecuador.

Es una investigación explicativa, porque se busca analizar las estrategias de comunicación digitales utilizadas en la página de Facebook de Rescate Animal Ecuador.

6.4. Población y muestra

Se entiende como población el conjunto de elementos, individuos u objetos que por su interés pueden incluirse en el estudio a realizar (Gómez, 2017).

Dada la naturaleza de la investigación, el presente estudio posee una población finita, la cual engloba diferentes estratos, debido a que los sujetos de observación son ciudadanos de todas las provincias del Ecuador que poseen amplio conocimiento en el campo de marketing y los ciudadanos en general. Por lo tanto, la encuesta estuvo dirigida al ciudadano civil considerado en la investigación, mientras que la técnica de la entrevista se aplicó a los profesionales en el área de marketing y de derecho animal. La muestra de 101 personas ha sido determinada por medio de un muestreo no probabilístico a conveniencia de la investigadora; además, se estratificó de la siguiente manera:

Tabla 1: Resumen de la muestra

Marco muestral	N
Ciudadanos	100
Profesional de marketing y de derecho animal	1
Total	101

6.5. Métodos

6.5.1. Métodos de nivel teórico del conocimiento

Método inductivo. - Se pretende alcanzar el conocimiento a partir de la generalización de los datos particulares obtenidos, que se pueden aplicar a una población mayor, específicamente a toda la población ecuatoriana, para que tengan una buena estrategia de comunicación digitales.

Método deductivo. - Este método es empleado para obtener las conclusiones del fenómeno expuestos en las líneas que anteceden, en conjunto con redes sociales para así identificar como la fundación se comunica con sus grupos objetivos.

Método histórico-lógico. – Ayuda a indagar los acontecimientos y sucesos que se han dado en el transcurso del tiempo, en lo referente a las distintas estrategias de comunicaciones digitales, en este caso en específico fundaciones de rescate de animales; y a través del método lógico se investiga las necesidades de estrategias comunicacionales que tiene la página. Lo que conduce a analizar y explicar la información obtenida con la aplicación de la entrevista y la encuesta, originando con esto, que se establezcan las posibles soluciones del fenómeno que se plantea.

6.5.2. Métodos de nivel empírico del conocimiento

Método de medición. – Se utiliza para obtener los datos necesarios para cuantificar el progreso de los proyectos de investigación en materia de comunicación.

Método de análisis documental. – La razón de este método es que pretende recopilar información sobre un fenómeno reflejado en documentos tales como papers, artículos, revistas, libros, etc.; por tanto, hay material útil para justificar la problemática incluso desde el punto de vista de otros autores.

6.6. Técnicas

Entrevista. - Se ha aplicado la entrevista informal sobre la base de la muestra obtenida de acuerdo con la población investigada, que, por ser un grupo numeroso, se ha realizado un

profesional de marketing y de derecho animal, conocedor de la materia específicamente es 1 el entrevistado.

Encuesta. - Se ha aplica la encuesta a los ciudadanos civiles y expertos en la materia, para identificar las estrategias de comunicación digitales utilizadas en la página de Facebook de rescate animal Ecuador, proyectados en la presente investigación específicamente son 100 ciudadanos.

6.7. Instrumentos

Se empleó la guía de entrevista con los profesionales de marketing y de derecho animal utilizando preguntas abiertas para que puedan dar su criterio sobre identificar las estrategias de comunicación digitales utilizadas en la página de Facebook de rescate animal ecuador.

Se utilizó para la encuesta, el cuestionario de preguntas cerradas, dirigidas a los ciudadanos civiles y profesionales; que expresen su opinión sobre las estrategias de comunicación digitales utilizadas en la página de Facebook de rescate animal Ecuador.

7. Resultados

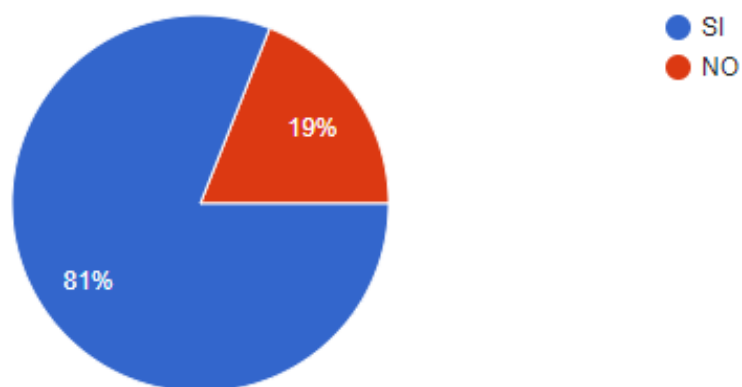
- **Resultados de las preguntas sobre las encuestas**

1. ¿Usted conocía que existen normativas que amparan los derechos de los animales?

a) SI ()

b) NO()

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
A	81	81%
B	19	19%
TOTAL	100	100%



Análisis- De la población encuestada el 81% si conocía que existen normativas que amparan los derechos de los animales, mientras que el 19% no conocía que existen normativas que amparan los derechos de los animales.

2. ¿Usted sabía que si un animal es abandonado tiene una sanción penal?

a) SI ()

b) NO()

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
A	77	77%
B	23	23%
TOTAL	100	100%

Análisis- El 77% si sabía que si un animal es abandonado tiene una sanción penal, mientras que el 23% no sabía que si un animal es abandonado tiene una sanción penal.

3. ¿Usted conoce alguna fundación de rescate animal?

a) SI ()

b) NO()

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
-----------	------------	------------

A	65	65%
B	35	35%
TOTAL	100	100%

Análisis- El 65% si conoce alguna fundación de rescate animal, mientras que el 35% no conoce alguna fundación de rescate animal.

4. ¿Usted ha ayudado alguna vez algún animal que habite en la calle?

a) SI ()

b) NO()

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
A	71	71%
B	29	29%
TOTAL	100	100%

Análisis. - El 71% de los encuestados indican que alguna vez si han ayudado a un animal que habite en la calle, mientras que el 29% indican que alguna vez no han ayudado a un animal que habite en la calle.

5. ¿Usted sabe que son las estrategias de comunicación digital?

a) SI ()

b) NO()

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
A	62	62%
B	38	38%
TOTAL	100	100%

Análisis. - El 62% de la población encuestada indica que si sabe que son las estrategias de comunicación digital mientras que el 38% de la población encuestada indica que no sabe que son las estrategias de comunicación digital.

6. ¿Cree usted que las estrategias comunicacionales utilizadas por la fundación, les proporcionan información a los usuarios?


a) SI ()

b) NO()

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
A	70	70%
B	30	30%
TOTAL	100	100%

Análisis. – El 70% si cree que las estrategias comunicacionales utilizadas por la fundación, les proporcionan información a los usuarios, mientras que 30% no cree que las estrategias comunicacionales utilizadas por la fundación, les proporcionan información a los usuarios

- **Resultados de las preguntas sobre las entrevistas**

PREGUNTAS	
	<p>1. ¿Qué estrategias de comunicación digital, según ud, funcionan bien para la expansión de las empresas, en este caso la fundación rescate animal Ecuador?</p> <p>La selección de una estrategia de comunicación dependerá de muchos factores según el público objetivo y los objetivos específicos a corto o mediano plazo de la fundación. Podría mencionar algunos como: La presencia en redes sociales hoy en día tienen mucho alcance para difundir este tipo de acciones y contenido para la visualización y expansión. Otra estrategia que apuntaría sería “Las campañas de recaudación de fondos en línea”, “Colaboración con influencers de causa común o a fines”,</p>

	<p>“Publicidad en línea”, “Eventos en línea”. Pero tomemos en cuenta que la continuidad y la constancia, en estas ejecuciones estratégicas, es fundamental para la comunicación ya que esta interacción con su público objetivo ayuda a evaluar su efectividad; en donde reflejará el compromiso real y genuino con la causa animal.</p>
<p>Entrevistado: Carlos Luis Viteri</p>	<p>2. ¿Cree usted que las estrategias comunicacionales que utiliza la fundación, les proporcionan información a los usuarios?</p> <p>Si proporciona una información a los usuarios, constantemente se informa. Pero la estrategia de expansión va más allá de un contenido informativo, debe de complementarse con algunos enfoques que demuestren una estructura más sólida y formada. Mostar acciones de un equipo y compartir todas las acciones en beneficio de los animales. Estar disponible para responder preguntas de la audiencia, generar historias importantes y el proceso de evolución de las mismas, comunicando las historias de éxito con ejemplos concretos del trabajo de la fundación para ilustrar el impacto de las donaciones y ayuda. Comunicar de manera transparente sobre cómo se utilizan las donaciones y los fondos recaudados.</p> <p>Otro punto importante a compartir sería la colaboración con expertos, invitando a expertos en bienestar animal, veterinarios y personas con conocimiento en la materia.</p> <p>3. ¿Cómo usted elige qué canales de comunicación digital usar para un público objetivo?</p> <p>La elección de los canales de comunicación digital depende de diversos factores y es importante validar los canales más adecuados. Primero se debe comprender a fondo a quiénes se desea llegar. Esto incluye factores como edad, género, ubicación geográfica, nivel educativo, intereses, valores y comportamientos. Realizaría una exhaustiva investigaciones o encuestas para recopilar esta información.</p> <p>Una vez se tenga una comprensión más clara del público objetivo, investigar cuáles son los canales digitales que suelen utilizar este público objetivo. Utilizaría plataformas como Facebook, Instagram y Tik Tok para compartir historias inspiradoras y metas claras para motivar a las personas a contribuir. Fotos y videos de los animales rescatados, eventos de recaudación de fondos y consejos relacionados con el cuidado de mascotas. Adicional a esto conectaría google Adwords para saber que busca mi público</p>

	<p>objetivo para anexarlos a estas redes sociales y mostrar información de relevancia.</p> <p>Participaría en conversaciones en línea relacionadas con el bienestar animal y los derechos de los animales. Comentar en publicaciones, responder preguntas y compartir información útil. En este caso puntual utilizaría plataformas de crowdfunding y donaciones en línea para recaudar fondos para la fundación.</p>
	<p>4. ¿Cree que en un futuro próximo las estrategias de comunicación digital suplantarán a las estrategias de comunicación tradicionales?</p> <p>En la actualidad, las estrategias de comunicación digital están ganando mucho terreno, debido a su capacidad para llegar a audiencias específicas y reales, que nos ayudan a ofrecer una interacción más directa y personalizada. De esta manera es importante ejecutar y conocer ambas porque se puede lograr una sinergia entre medios efectiva. Se puede empezar una campaña en medios tradicionales para luego amplificar mi mensaje por medio de redes sociales. Entender el potencial que tienen ambas para comunicar es importante, ya que las estrategias de comunicación tradicionales todavía tienen un rol importante dónde participar y pueden ser efectivas en ciertas situaciones y para ciertos públicos. La clave para muchas fundaciones es encontrar el equilibrio adecuado entre ambos enfoques para lograr sus objetivos de comunicación de manera efectiva.</p>

8. Discusión de resultados

Según Rissoan (2019) indica que una red social es una estructura en Internet formada por personas u organizaciones que están conectadas entre sí en función de intereses o valores compartidos(...) En concordancia la autora Silicia (2021) indica que el marketing digital “es un conjunto de estrategias dirigidas a la comunicación y comercialización electrónica de productos y servicios. Es una de las principales vías para que las empresas se comuniquen directa y personalmente con el público en el momento adecuado”. Entonces conjuntamente con los resultados de la encuesta y entrevista esta premisa determinar que los hallazgos que forman parte del contexto de la problemática; las estrategias de comunicación que utilizan en las fundaciones de rescate animal si proporcionan información necesaria a los ciudadanos, pero así mismo hay un porcentaje muy significativo del 30% que cree que las estrategias de comunicación que utilizan las fundaciones de rescate animal no proporcionan información necesaria a los ciudadanos.

En tal sentido, es necesario indicar que, aunque las leyes de protección animal existen en nuestra sociedad desde hace años, algunos países del mundo las mantienen detrás de escena. Esta situación ha generado problemas sociales para los gobiernos, pues los animales abandonados y marginados por los humanos terminan en las calles, víctimas de violencia y ejecución por parte de los mismos líderes; una clara violación de los derechos de los animales.

Hoy, la fundación es la voz nacional de la lucha por el bienestar animal y promueve una cultura de tolerancia y respeto por los animales mediante la publicación de publicaciones en su página oficial de Facebook. Este criterio es concordante con lo que indica el autor Fernández (2019) que “las compañías de maltrato animal comprenden que los animales son seres sintientes, como también tienen la capacidad para desarrollar el compromiso y la empatía. Asimismo,

desarrolla la sensibilidad al impacto del comportamiento abusivo en los demás; y, finalmente fomenta un comportamiento que respete a los animales”

De acuerdo con Rollie (2021) “la comunicación visual es el proceso de entregar y recibir información utilizando recursos visuales. Aunque se puede combinar con el lenguaje escrito o hablado, la comunicación visual no requiere texto ni sonido para intercambiar información” y en tal sentido Shum (2021) “las publicidades en redes sociales destaca porque es una herramienta de alcance para todos los públicos que nos permite crear el tipo de contenido que necesitas para alcanzar los objetivos de tu marca (...)”, este criterio, cumple puesto que el resultado de la entrevista nos podemos dar cuenta que la persona entrevistada también corrobora que las estrategias comunicacionales son de mucha ayuda para dar a conocer información vital sobre los animales o cualquier otro producto hacia las personas interesadas. En este caso, una página de animales es muy importante que cuente con estrategia comunicacional porque hoy en día es una herramienta necesaria para dar a conocer el objetivo que tiene la misma, con qué fin ayudan a los animales y de ese modo sea transparente para los internautas.

9. Conclusiones

Se concluye que las violaciones de los derechos de los animales son flagrantes, y un gran número de mascotas abandonadas y otros animales maltratados en sus hogares se pueden ver a diario en todas las ciudades.

La creación de una página contra el rescate de animales que habitan en la calle o inclusive para animales que sea maltratados es muy importante para que las personas tomen conciencia que, aunque sea animales tienen sentimientos y que maltratar o dejar abandonado a un animal conlleva a una sanción.

Existen muchos beneficios para la comunicación digital, especialmente llamando a la emotividad y a la empatía hacia los animales de la calle. Y es que su estrategia en las empresas, especialmente las pequeñas y medianas empresas, pueden usarlo si se enfocan en el consumo de contenido descentralizado, ya que brinda a los clientes acceso a la información cuando la necesitan, en el medio de su elección.

10. Recomendaciones

Se recomienda que la comunicación digital ofrece muchas ventajas sobre las formas tradicionales de comunicación, como la velocidad, la rentabilidad y la comodidad. Puesto que, proporciona una forma de comunicación más personal e íntima, ya que los sentimientos y las emociones se pueden expresar fácilmente a través de los canales de comunicación.

Una solución al problema de los animales abandonados es acudir a una protectora de animales y adoptarlos, así puedes poner de tu parte y ayudar a reducir el alto porcentaje de animales de la calle.

Ser más activo e involucrado en actividades de concientización sobre el bienestar animal garantizará que cuantas más personas se involucren en estas actividades, más personas aprenderán sobre los derechos de los animales.

11. Referencias

- Álvarez, S. F. (2021). Estrategias de la comunicación digital en el manejo de redes sociales para la promoción de microempresas. *Revista Killkana Sociales. Vol. 5 No. 3, 73-86.*
- Asamblea Nacional. (2021). *Maltrato a animales que forman parte del ámbito de la fauna urbana.* Quito: Código Orgánico Integral Penal.
- Belmouss, S. (2019). *El uso de internet y las estrategias de comunicación digital por parte de las ONGs.* Murcia.
- Código Orgánico del Ambiente. (2020). *Manejo responsable de la fauna urbana .* Quito: Corporaciones de Estudios y Publicaciones.
- Código Orgánico Integral Penal. (2021). *Abandono de animales de compañía .* Quito: Corporaciones de Estudios y Publicaciones.
- Estupiñan, M. F. (15 de Marzo de 2023). Un problema de conciencia. *Forbes ec*, pág. 1.
- Fernández, Á. A. (2019). *Elementos básicos del maltrato animal.* Madrid: Veterinaria.
- García, R. d. (2020). *Cuatro animales de compañía.* Español: Amazon Digital Services LLC - KDP Print US.
- Gómez, C. Á. (Julio de 2017). Derecho de autor N° 051469. *La investigación científica y las formas de titulación, aspectos conceptuales y prácticos.* Quito, Pichincha, Ecuador: Jurídica del Ecuador.

Matyas, R. C. (Enero de 2018). *Importancia de los Refugios de Animales*. Obtenido de [www.definicionabc.com: https://www.definicionabc.com/importancia/im-refugio-animales.php#:~:text=Una%20de%20las%20principales%20razones,vivibles%20para%20todos%20por%20igual](https://www.definicionabc.com/importancia/im-refugio-animales.php#:~:text=Una%20de%20las%20principales%20razones,vivibles%20para%20todos%20por%20igual).

Meza, L. J. (2018). *Comunicación estratégica: diseño de la identidad corporativa. Volumen 1: identidad vs. imagen*. Monterrey: Editorial Digital del Tecnológico de Monterrey.

Montero, C. R. (2021). *Publicidad en redes sociales*. Bogota: Ediciones de la U.

Organización Mundial de la Salud. (2020). *Animales en situación de la calle*. Obtenido de OMS: <https://www.who.int/es>

Organización Mundial de Sanidad Animal. (Agosto de 2018). *Países Miembros*. Obtenido de OIE: <https://www.oie.int/es/quines-somos/nuestros-miembros/paises-miembros-new/>

Real Academia Española. (2020). *Animal*. España: Asociación de Academias de la Lengua Española.

Rissoan, Romain. (2019). *Redes sociales comprender y dominar las nuevas herramientas de comunicación*. Barcelona: ENI.

Rollie, R. &. (2021). *La enseñanza del diseño en comunicación visual: Conceptos básicos y reflexiones pedagógicas*. Argentina: Nobuko.

Shum, X. Y. (2021). *Marketing digital: Navegando en aguas digitales, sumérgete conmigo*. Bogota: Ediciones de la U.

Silicia, M. &. (2021). *Marketing en redes sociales*. Madrid: ESIC Editorial.

12. Anexos

Preguntas de la Encuesta

Encuestadora: Gabriela Landívar

Encuestado: Sociedad civil y profesionales expertos en la materia

1. ¿Usted conocía que existen normativas que amparan los derechos de los animales?
2. ¿Usted sabía que si un animal es abandonado tiene una sanción penal?
3. ¿Usted conoce alguna fundación de rescate animal?
4. ¿Usted ha ayudado alguna vez algún animal que habite en la calle?
5. ¿Usted sabe que son las estrategias de comunicación digital?
6. ¿Cree usted que las estrategias comunicacionales utilizadas por la fundación, les proporcionan información a los usuarios?

Preguntas de la Entrevista

Entrevistadora: Gabriela Landívar

Entrevistado: Carlos Luis Viteri

1. ¿Qué estrategias de comunicación digital, según ud, funcionan bien para la expansión de las empresas, en este caso la fundación rescate animal Ecuador?
2. ¿Cree usted que las estrategias comunicacionales que utiliza la fundación, les proporcionan información a los usuarios?
3. ¿Cómo usted elige qué canales de comunicación digital usar para un público objetivo?
4. ¿Cree que en un futuro próximo las estrategias de comunicación digital suplantarán a las estrategias de comunicación tradicionales?

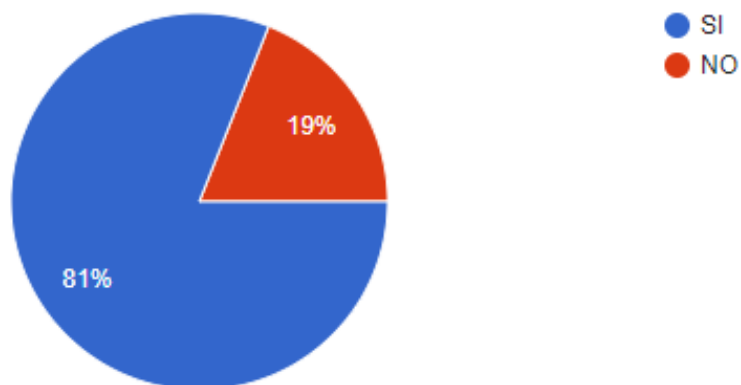
- **Resultados de las preguntas sobre las encuestas**

7. ¿Usted conocía que existen normativas que amparan los derechos de los animales?

a) SI ()

b) NO()

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
A	81	81%
B	19	19%
TOTAL	100	100%



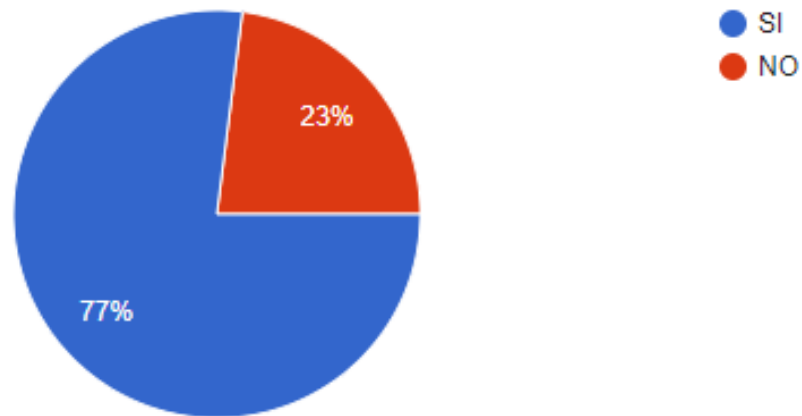
Análisis- De la población encuestada el 81% si conocía que existen normativas que amparan los derechos de los animales, mientras que el 19% no conocía que existen normativas que amparan los derechos de los animales.

8. ¿Usted sabía que si un animal es abandonado tiene una sanción penal?

a) SI ()

b) NO()

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
A	77	77%
B	23	23%
TOTAL	100	100%



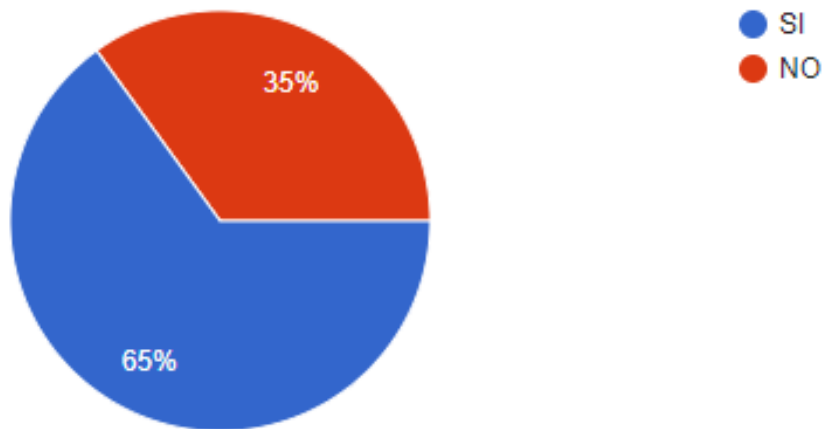
Análisis- El 77% si sabía que si un animal es abandonado tiene una sanción penal, mientras que el 23% no sabía que si un animal es abandonado tiene una sanción penal.

9. ¿Usted conoce alguna fundación de rescate animal?

a) SI ()

b) NO()

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
A	65	65%
B	35	35%
TOTAL	100	100%



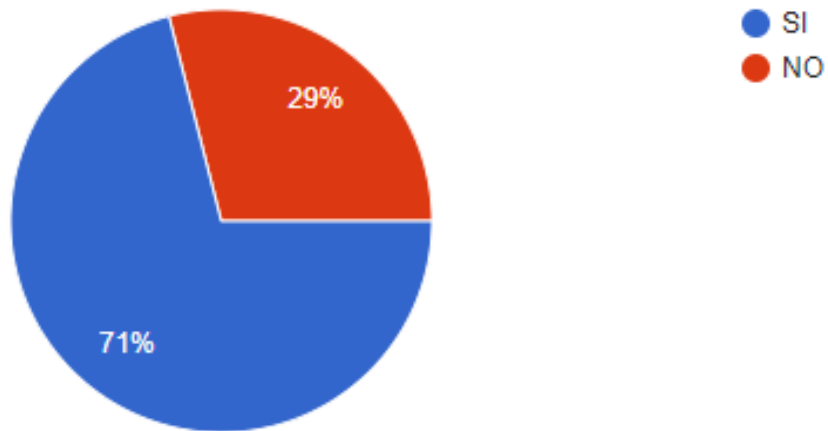
Análisis- El 65% si conoce alguna fundación de rescate animal, mientras que el 35% no conoce alguna fundación de rescate animal.

10. ¿Usted ha ayudado alguna vez algún animal que habite en la calle?

a) SI ()

b) NO()

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
A	71	71%
B	29	29%
TOTAL	100	100%



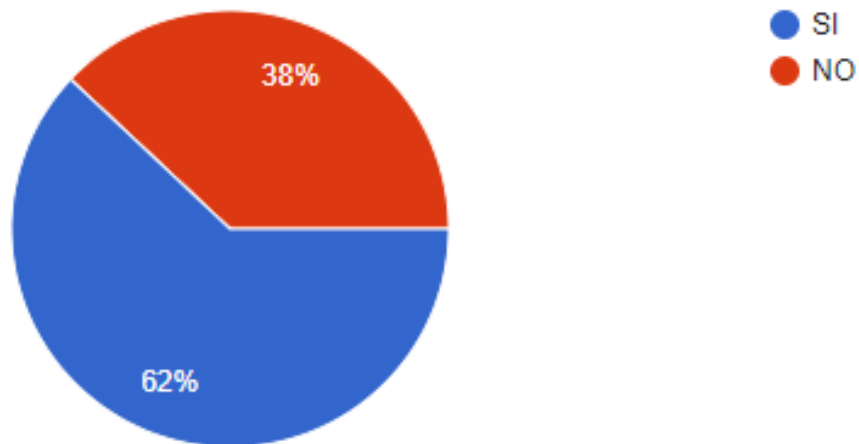
Análisis. - El 71% de los encuestados indican que alguna vez si han ayudado a un animal que habite en la calle, mientras que el 29% indican que alguna vez no han ayudado a un animal que habite en la calle.

11. ¿Usted sabe que son las estrategias de comunicación digital?

a) SI ()

b) NO()

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
A	62	62%
B	38	38%
TOTAL	100	100%



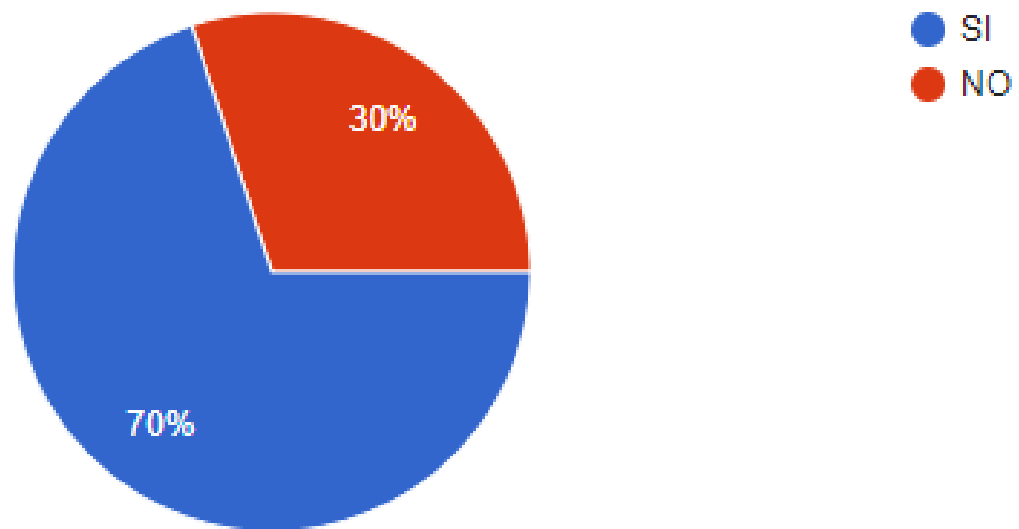
Análisis. - El 62% de la población encuestada indica que si sabe que son las estrategias de comunicación digital mientras que el 38% de la población encuestada indica que no sabe que son las estrategias de comunicación digital.

12. ¿Cree usted que las estrategias comunicacionales utilizadas por la fundación, les proporcionan información a los usuarios?

a) SI ()

b) NO()

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
A	70	70%
B	30	30%
TOTAL	100	100%



Análisis. – El 70% si cree que las estrategias comunicacionales utilizadas por la fundación, les proporcionan información a los usuarios, mientras que 30% no cree que las estrategias comunicacionales utilizadas por la fundación, les proporcionan información a los usuarios