



**DISEÑO DE ESTRATEGIA DIGITAL PARA PROYECTO
PREMI - MI CASITA GRANDE**

MODALIDAD PROYECTO DE INNOVACIÓN

AUTORA: CINTHYA PAMELA AYALA CABRERA

TUTOR: MGS. ANGELO BAQUERIZO

FECHA: JUNIO 2020

● → Resumen

El presente proyecto busca elaborar un diseño de estrategia digital que tenga como objetivo comunicar a través de canales digitales como página web y redes sociales, los servicios que presta Premi - Mi Casita Grande y que el mismo sea difundido a los diferentes públicos que se ha identificado durante el proceso de investigación.

Utilizando una metodología cualitativa, mediante entrevistas a profundidad se determinará el nivel de aceptación del proyecto y los beneficios que tendrían los protagonistas y así difundir a la colectividad de qué se trata este centro de educación inicial.

Palabras claves: redes sociales, Facebook, Instagram, página web, fundraising, educación inicial.

● Abstract ←

This project looks for to develop a digital strategy design that aims to communicate through digital channels such as website and social networks, the services provided by Premi Mi Casita Grande. And that it was disseminated to the different audiences that have been identified during the investigation process.

Using a qualitative methodology, through in-depth interviews will determine the level of acceptance of the project and the benefits that the protagonists would have and thus disseminate to the community what this center of initial education is about.

Keywords: social media, Facebook, Instagram, web page, fundraising, child education

Dedicatoria

Este presente trabajo quiero dedicárselo a la memoria de mi padre, con quien no pude compartir sus últimos meses de vida, por encontrarme en este proceso de formación y aprendizaje, también dedico este trabajo a mis dos hijos Bianca y Francesco con quienes también he tenido que sacrificar mi tiempo por alcanzar este logro, sin embargo, sé que durante esta etapa, todo sacrificio es válido para poder darles un futuro mejor y poder compartir más tiempo con ellos.

También le dedico este trabajo a todos los niños participantes del proyecto PREMI - MI CASITA GRANDE y a sus padres por apostar a lo mejor para sus hijos y creer en este hermoso y noble proyecto, que solo busca la educación de calidad basada en el amor y trabajo en equipo para los niños de los sectores del sur de la ciudad de Guayaquil.

Agradezco infinitamente a mi compañera Silvia Dume, quien ha sido un apoyo durante esta etapa, me ayudó con todas mis dudas e inquietudes.

Y quiero agradecer a mi tutor Angelo Baquerizo por toda su predisposición para guiarme y poder culminar mi proyecto de tesis.

Índice

Resumen	II
Abstract	II
Dedicatoria	III
ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN	1
BENCHMARKING	5
UNICEF.....	7
Fundación Colombia Chiquita	8
Videojuegos Güeyitas.....	9
Fundación Cecilia Rivadeneira	10
Buenas prácticas a ser utilizadas en el prototipo.....	11
Marco Conceptual	13
Internet	13
Estrategia.....	13
Estrategia Digital	14
<i>Engagement</i>	15
Redes Sociales	15
Gamificación.....	17
Reputación Digital	18
Metodología del prototipado	20
Objetivo general.....	20
Objetivos específicos.....	20
Enfoque de la investigación	21
Tipo de investigación.....	21
Unidad de Análisis	22
Instrumento de recolección de datos	25
Observación participativa	25
Entrevistas a profundidad.....	25
Análisis de resultados de la investigación	33
Entrevistas realizadas en cuanto a medios digitales.....	33
DESCRIPCION Y VIABILIDAD DEL PROTOTIPO	43
Introducción	43
Descripción de los elementos y funciones del prototipo.....	43
Objetivo general.....	44
Objetivos específicos.....	44
ESTRATEGIA	44

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.....	45
Contenidos	45
Medios de comunicación	45
Facebook	46
PÁGINA WEB	51
OTRAS ACCIONES	55
Instagram	58
Hashtag #PorUnaNiñezFeliz	61
Mensaje.....	62
Viabilidad y originalidad del proyecto.....	62
Presupuesto	62
Metodología del testeo del prototipo	64
ENTREVISTAS EVALUACION DEL PROTOTIPO.....	64
Resultados del testeo del prototipo.....	69
• Contenido.....	71
• Medios de comunicación	71
• Mensaje.....	71
• Viabilidad.....	72
Conclusiones y Recomendaciones para mejorar el prototipo	72
Recomendaciones:	73
Bibliografía.....	74
ANEXOS	77

Índice de Figuras

<<<Figura 1. ¿Qué hacen los niños en Premi Mi Casita Grande?.....	4
<<<Figura 2. <i>Deberes de los padres de familia en Premi Mi Casita Grande</i>	5
<<< Figura 3. Inicio de la Web de Unicef	7
<<< Figura 4. Inicio web Fundación Colombia Chiquita.....	8
<<< Figura 5. Merchandising digital y físico de Güeyitas	9
<<< Figura 6. Inicio de la web Cecilia Rivadeneira.....	10
<<< Figura 7. Sección de la web donde apela a la donación.....	11
<<< Figura 8. Mapa de contenidos.....	46
<<< Figura 9. Página de inicio de Facebook	48
<<<Figura 10. Modelo de post para portada de Facebook.....	49
<<<Figura 11. Modelo de post para Facebook PREMI Mi Casita Grande.....	49
<<<Figura 12. Publicaciones pagadas en Facebook.	50
<<<Figura 13. Información de publicaciones en Facebook.....	50
<<<Figura 14. <i>Galería de fotos página web</i>	51
<<< Figura 15. Vista de Actividades, tipo boletines.....	52
<<< Figura 16. Vista desde la página para enlazarse con las redes del proyecto.	53
<<< Figura 17. Inicio de la web de Premi y Mi Casita Grande.....	55
<<<Figura 18. Antiguo canal de Youtube.....	56
<<<Figura 19. Actual canal de Youtube	56
<<< Figura 20. Cuenta de Instagram.	58
<<< Figura 21. Diseños de post para historias de Instagram.....	59
<<<Figura 22. Planificación de publicaciones en redes sociales.	60

Índice de gráficos

<<<Gráfico 1. Lugar de acceso a internet en ecuatorianos.....	3
<<< Gráfico 2. Unidad de análisis de Premi Mi Casita Grande	22
<<<Gráfico 3. Cuerpo de la página web	54
<<< Gráfico 4. Círculo dorado de la marca Premi y Mi Casita Grande	61

Índice de tablas

<<<Tabla 1. Benchmarking.....	6
<<< Tabla 2. Cronograma Semestral Facebook.	47
<<< Tabla 3. Cronograma Plan de Videos.....	57
<<<Tabla 4. Presupuesto Semestral web y redes	63
<<<Tabla 5. Grilla con resultado de testeo a docentes del Proyecto Premi Mi Casita Grande	71

● ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

En Ecuador, hace 20 años se viene dando gran importancia a la educación inicial de los niños que se encuentran en el territorio ecuatoriano, pero desde hace una década tiene mayor valor la estimulación temprana en los bebés desde los 6 meses hasta los 4 años. Una vez que los niños llegan a los 5 años ingresan inmediatamente al nivel educativo de nuestro país.

No obstante, la educación en estimulación temprana es un servicio que no siempre se ofrecen de forma gratuita, en ocasiones para acceder a este tipo de beneficios en la mayoría de ciudades del país, los padres deben contratarlo de manera particular, ya que por tratarse de infantes requiere de muchos cuidados por lo tanto familias de una condición media pueden realizarlo, pero familias de escasos recursos económicos no pueden acceder a este tipo de educación.

Una de las entidades que ofrece estos servicios de manera gratuita para familias y padres de familia de escasos recursos económicos es el MIES (Ministerio de Inclusión Económica y Social), (MIES, 2018) que es un organismo gubernamental, dicha entidad tiene dos programas denominados: CNH (Creciendo con Nuestros Hijos) y CIBVS (Centros Infantiles del Buen Vivir) los cuales se establecen como centros de cuidados a menores desde 1 año de edad hasta los 4 años, en horarios de lunes a viernes desde las 07h00 hasta las 16h00, en barrios periféricos o estratégicos de las ciudades y comunidades a nivel de todo el país. Estos centros tienen una capacidad sumamente limitada, por lo que es un poco complicado tanto para padres y niños acceder a este tipo de servicios. (MIES, 2018)

Según la ley Orgánica de Educación Intercultural, reformada en el año 2012, los centros de atención de primera infancia a nivel nacional se clasifican en dos subniveles: el primer subnivel denominado inicial 1, donde se encuentran los niños de hasta 3 años, y el subnivel 2, denominado inicial 2 que comprende los niños de hasta 5 años de edad.

Durante el período lectivo 2013-2014 en el Ecuador existían 6.705 centros de educación materno infantil, según datos del Archivo Maestro de Instituciones

Educativas (AMIE), de los cuales el 73% pertenece al sector público y el 27 % al sector privado.

Sin embargo, se ha encontrado la necesidad de que la población guayaquileña conozca sobre un proyecto que nació desde las aulas de la Maestría de Pedagogía de la Universidad Casa Grande, dicho espacio realizó su apertura en febrero del 2018, como parte de un convenio interinstitucional entre la Universidad Casa Grande con el Municipio de Guayaquil, la Cooperación Belga (VLIR-UOS) y la Universidad de Artevelde de Genth de Guayaquil.

Este conjunto de entidades tiene como objetivo brindar educación materno-infantil de forma gratuita y con un enfoque de enseñanza diferente basado en el amor y la familia a niños de escasos recursos económicos de los sectores más vulnerables de la ciudad, para lo cual primero se estableció como zona de operaciones, el Centro Polifuncional Municipal Zumar, ubicado en Bastión Popular, luego de un año se dio apertura a otro espacio de Premi Mi Casita Grande en uno de los CAMIS ubicados en la Isla Trinitaria, al sur de Guayaquil.

Es por esta razón que el presente trabajo propone una “Estrategia Digital para Premi - Mi Casita Grande”, una vez determinado los sitios donde se realizará un previo análisis para encontrar la problemática comunicacional del sitio, se realiza una breve segmentación dividiendo cuáles son los públicos objetivos que acuden al lugar.

Al Programa de Recreación y Estimulación Materno Infantil PREMI, acuden niños desde los 6 meses hasta los 2 años de edad, al que se les brinda el servicio de estimulación temprana y desarrollo de habilidades psicomotrices, donde participan el niño, la madre y el educador en encuentros semanales.

Mientras que, en el Centro de Atención y Educación Materno Infantil Mi Casita Grande dirigido para niños de 2 hasta los 4 años, se ofrece el servicio matutino en horarios fijos de lunes a viernes de 8:30am hasta pasado del mediodía.

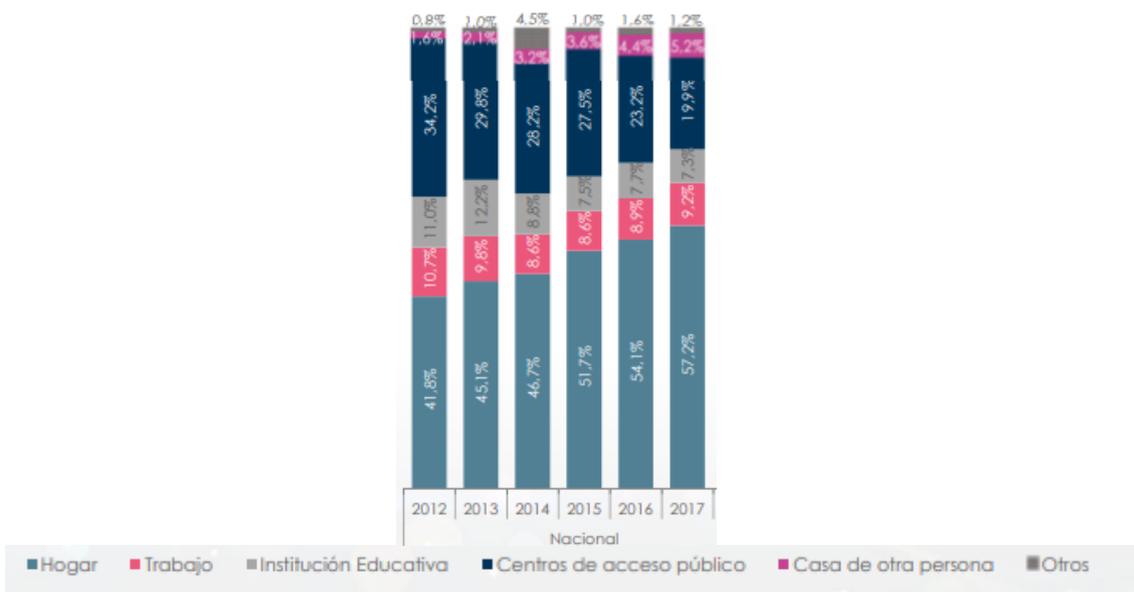
En sus inicios PREMI, arrancó con 200 niños y dos meses después MI CASITA GRANDE, con un total de 61 niños. Desde que inició el proyecto que ha buscado fortalecer la educación y enseñanza materno infantil a niños necesitados de la zona norte y sur de Guayaquil, ya que al ofrecer a las madres la oportunidad de

participar junto a educadores y parvularios motiva el desarrollo las habilidades psicomotrices y de aprendizaje de sus hijos.

No obstante, al ser un proyecto de ayuda social, no se ha dado la suficiente importancia a la presencia digital que debería tener Premi y Mi Casita Grande, y así difundir todo trabajo que se desarrolla en conjunto dentro del mismo, con la finalidad de que la colectividad tenga conocimiento de que existen estas iniciativas a través de convenios entre empresas privadas y públicas que se ejecutan a favor de los niños de escasos recursos económicos en la ciudad de Guayaquil.

A finales del año 2018, la coordinación del proyecto decidió seguir sugerencias de los estudiantes de pregrado de la Facultad de Comunicación Mónica Herrera de crear cuentas en redes sociales como Facebook e Instagram, además de implementar una página web para poder dar a conocer el proyecto en plataformas digitales.

En el Ecuador, el acceso a internet incrementó en 14,7 puntos a comparación del año 2012 en el área urbana, teniendo una penetración de 46,10% el internet en los hogares del país. Sin embargo, se detalla en un informe del (INEC, 2017) que el lugar donde las personas utilizan más el internet a nivel nacional era en sus hogares, es decir el 57,2%.



<<<Gráfico 1. Lugar de acceso a internet en ecuatorianos.

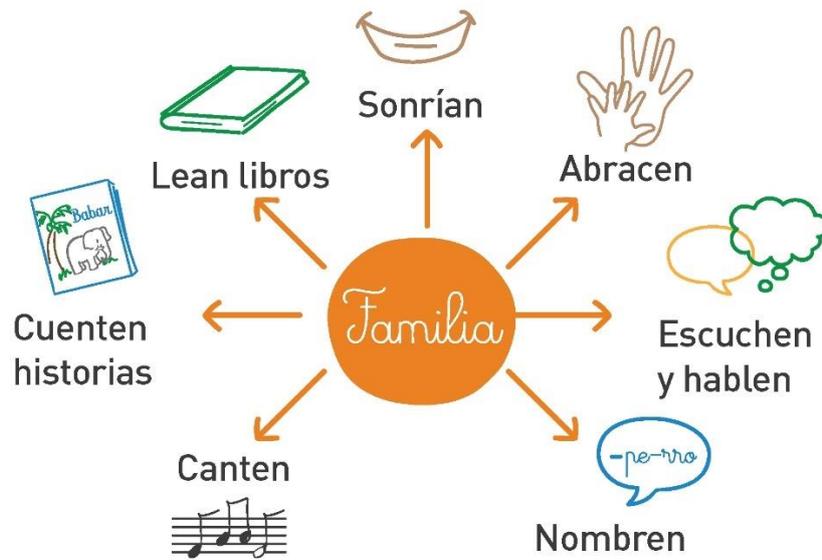
Según el (INEC, 2017) en su estudio, también se agrega que a nivel nacional la tenencia de un teléfono inteligente ha crecido en más de 7 puntos en relación al 2016, es decir el 44,7% de la población tiene un teléfono inteligente.

Es necesario colocar las estadísticas y conocer el entorno en donde nos vamos a desenvolver, es por esta razón que el programa Premi y Mi Casita Grande tiene varios participantes, y un grupo de ellos son los niños de 6 meses hasta los 4 años 11 meses, quienes realizan diferentes actividades que se detallan a continuación:



<<<Figura 1. ¿Qué hacen los niños en Premi Mi Casita Grande?

Por otro lado, Premi y Mi Casita Grande tienen establecido cuáles son los deberes que tienen los padres para participar en el proyecto y cómo deben desenvolverse durante las sesiones del programa, y luego del mismo.



<<<Figura 2. Deberes de los padres de familia en Premi Mi Casita Grande

Una vez analizadas las problemáticas de comunicación encontradas en este proyecto, lo que se propone es el diseño de una estrategia digital para Premi Mi Casita Grande, en donde se use las plataformas digitales existentes para poder llegar a tener más interacción con sus participantes y poder llegar a más personas para que se beneficien con las herramientas de educación materno infantil y estimulación temprana que ofrece este proyecto.

● BENCHMARKING

Para poder realizar una comparación de buenas prácticas, se analizaron algunas propuestas y fundaciones que han empleado diferentes estrategias digitales para dar a conocer sus productos y servicios de manera eficaz, en el que se destacaron variables y características que se podrían adoptar y desarrollar a futuro en este proyecto.

El uso y el manejo de las herramientas digitales como página web, que forma parte de una de las fortalezas con las cuales cuenta el proyecto, y con la que se pretende trabajar para la estrategia.

	UNICEF	COLOMBIA CHIQUITA	VIDEOJUEGO GÜEYITAS	FUNDACIÓN CECILIA RIVADENEIRA
Redes Sociales	Cuentas en 5 redes: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube	Cuentas en redes sociales y Facebook	Facebook e Instagram bien posicionados.	Cuentas oficiales en Facebook e Instagram, Twitter
Página Web	Detalle de los programas que tiene la fundación para que las personas elijan a cuál de ellos va dirigida la donación.	Describe en qué consiste el proyecto innovador y por qué nació.	Página web actualizada e innovadora donde se descarga de manera gratuita productos didácticos dirigido a los niños	Contenido detallado de los programas y servicios, adicional de podcast donde anuncian los eventos para recaudar fondos.
Fundraising	Genera campañas en redes sociales que te llevan directo a la página web, para realizar la donación de fondos	Desde su página web puedes realizar donaciones a los diferentes programas	Realizan convenios interinstitucionales a cambio de productos o servicios que minimizan los costos operativos del proyecto.	Utilizo plataforma HazVaca.com donde recaudó cerca de 11.000 dólares en una de sus campañas
Engagement	Campañas donde prevalecen los derechos de los niños	Corredores, ciclistas y amantes al deporte se sintieron afines con el proyecto y decidieron apoyar a la innovación.	La narrativa utilizada para difundir el cuidado de los animales en niños de 4 a 7 años, utilizando plataformas digitales es innovador.	Las campañas que emplean en redes y su página web creando hashtags para apoyar las campañas a niños enfermos de cáncer ha tenido una excelente acogida.

<<<Tabla 1. Benchmarking

UNICEF

Cuenta con una estrategia digital basada en el uso de su red social oficial de Facebook en donde enlaza al usuario a través de una publicación con un personaje o vocero que goza de fama a nivel mundial, y busca el llamado a la acción a la página web para realizar una donación, para esto te pide tus datos entre ellos la dirección de correo electrónico, donde te envían información de manera gratuita, la misma que tiene contenido relacionado a la enseñanza y formación de tus hijos, esta acción se da como recompensa por realizar la donación dando *click* en su página oficial de Facebook.



<<< **Figura 3. Inicio de la Web de Unicef**

Análisis:

La estrategia de Unicef puede ser adoptada en este proyecto de la siguiente manera: el usuario que posee un teléfono móvil con acceso a internet, puede revisar las redes e ingresar a la *fanpage* y al realizar un buen *copy* con una imagen que apele a los sentimientos de nuestro público, el usuario ingresa al link para la página web de PREMI y Mi Casita Grande desde la publicación realizada en la *fanpage* de Facebook, posteriormente se le pedirá los datos para que se suscriban a nuestro *newsletter* donde se enviará información de calidad a los públicos objetivos que tendremos en este proyecto.

Fundación Colombia Chiquita

Esta fundación tiene una página web completa en donde se detalla cada uno de los proyectos que desarrolla y a quiénes está dirigido, tiene información de cómo realizar donaciones y participar de cada uno de estos proyectos como donante o voluntario.



<<< **Figura 4. Inicio web Fundación Colombia Chiquita**

Análisis:

Esta estrategia con la que cuenta la Fundación Colombia Chiquita de darle la opción al usuario de ser donante o voluntario, es lo que propongo que se debe implementar en la página web de Premi Mi Casita Grande, porque así como existen usuarios que desean realizar una donación a través de la página, también existe un grupo de personas que desea sumarse al proyecto como voluntarios, los mismos que podrían ser estudiantes de las carreras de psicología infantil, parvularias, desarrollo temprano y otras ramas de la educación.

No solo dar la opción a que sean donantes con materiales o juguetes o dinero, sino también poder contar con el recurso humano que quiera sumarse con el trabajo que se realiza a diario en las instalaciones del proyecto.

Videojuegos Güeyitas

Proyecto de implementación de las acciones de difusión en medios digitales y tradicionales para la promoción del álbum multiplataforma Güeyitas del autor Andrés Ricardo Amunátegui Fabara de la Universidad Casa Grande, donde utilizaron redes sociales como Facebook e Instagram para dar a conocer el primer videojuego del Ecuador que enseña la convivencia responsable con animales.

Dirigido a niños de 4 a 7 años de edad, el contenido lo pensaron en cómo hacer llegar el mensaje a su público objetivo que, en este caso, eran los nativos digitales y usaron las redes para que sus padres se involucren en el proceso de aprendizaje acompañado de campañas en redes sociales que tuvo muy buena acogida.



<<< **Figura 5. Merchandising digital y físico de Güeyitas**

Análisis:

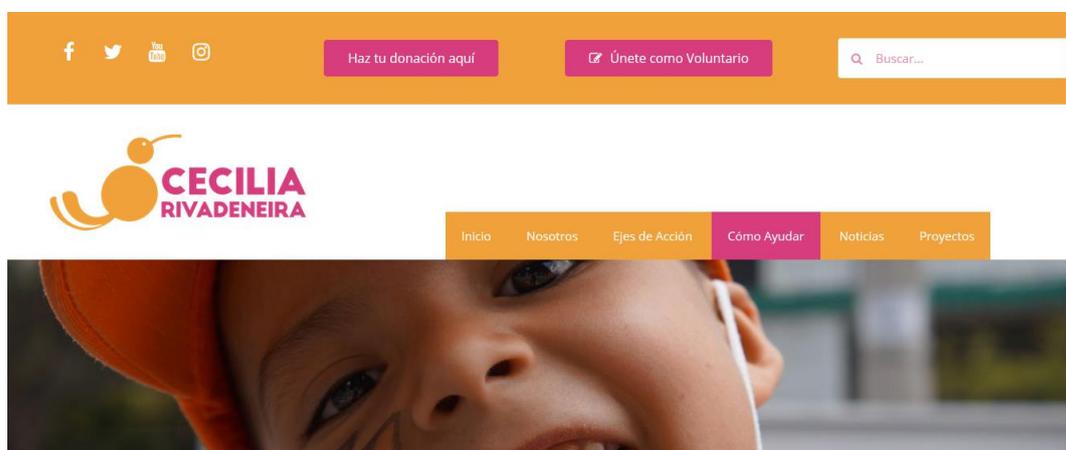
Es una página web completa con información variada para descargar por parte de los usuarios, con la finalidad de que se puedan realizar actividades lúdicas y de aprendizaje para los niños, tales como el videojuego Güeyitas, además del libro de cuentos, audiolibros, álbum interactivo, son basados en contenido innovador para niños acerca de la convivencia responsable con animales, y de como los padres padres de familia se involucren en el proceso, es esta buena práctica a que se debería implementar en la página del Proyecto de Premi Mi Casita Grande.

De igual forma se enfocaron en usar dos redes sociales que son *facebook* e *instagram* generando contenido que difunde los objetivos con los que fue realizado el videojuego que es promover en los niños, la convivencia responsable con los animales.

Lo que propongo es que para el Proyecto se trabaje con ambas redes, generando contenido que llame a la interacción de los usuarios a las páginas oficiales del Proyecto, posteando contenido que difundan los objetivos del proyecto de Premi Mi Casita Grande que es promover el cuidado y amor de los niños en su etapa de primera infancia de los niños que tengan edades comprendidas desde los 6 meses hasta los 4 años de edad, con contenido sobre la educación temprana y desarrollo psicomotriz, y que su página web se vuelva más interactiva y llamativa para que sea un referente para padres de familia, docentes, personal del proyecto, investigadores y demás usuarios que a futuro busquen información acerca del proyecto.

Fundación Cecilia Rivadeneira

Esta fundación es un emprendimiento dedicado a transformar la vida de los niños diagnosticados con cáncer y a sus familias, cuenta con una página web actualizada y en la misma difunden sus campañas para promover esta causa, en el año 2017, crearon la campaña #CombisQueTransformanVidas, utilizando la plataforma de *crowdfunding* en Ecuador HazVaca.com donde sobrepasaron el valor esperado y realizaron la compra de 2 combis para trasladar a los niños a diferentes con tratamientos médicos.



<<< **Figura 6. Inicio de la web Cecilia Rivadeneira.**

Una de las herramientas que se destaca de esta fundación, es que en la parte inferior de su página tienes acceso a información de cómo ayudar, donar o ser voluntarios a sus diferentes programas, es una muy buena práctica que se puede implementar en Premi Mi Casita Grande.

Cómo Ayudar

Voluntariado

Colaboración Puntual

Voluntario Profesional

Socios Benefactores

Para Empresas, Productos Y Servicios

Para ser parte de nuestro Programa de Voluntariado Memo FCR, sólo debes donar tu tiempo y acudir a una inducción de formación, que es anunciada a través de nuestras redes sociales de forma periódica, y participar en al menos 2 jornadas mensuales en nuestros diferentes programas.

¡UNIRME!

¿Por qué nuestro Programa de Voluntariado se llama Memo?

Memo es sinónimo de entrega, lucha y alegría, características de Guillermo, ecuatoriano radicado en la ciudad de Guayaquil, quien fue diagnosticado con un Linfoma No Hopkins varios años atrás, su ejemplo de vida es la razón por la que adoptamos su sobrenombre tras su fallecimiento, ya que inspiró a muchos jóvenes a ser parte de la causa que nos une, mejorar la calidad de vida de los niños y niñas diagnosticados/as con cáncer.

<<< Figura 7. Sección de la web donde apela a la donación

Análisis:

Al igual que en la página web de la Fundación Colombia Chiquita aquí hay una opción para ser voluntario, pero con la diferencia que ofrece de una manera más detallada si eres empresa o una persona natural de cómo puedes aportar y cuáles son las opciones más puntuales si deseas hacer una donación, es decir la opción para donar es más amplia para el contexto empresarial y más específica, esa buena práctica es la que se debería implementar dentro la página de Premi Mi Casita Grande.

Buenas prácticas a ser utilizadas en el prototipo

- **Medición Instagram con la herramienta PHlan**

Esta nos ayudará en el resumen promedio de comentarios, *likes*, seguidores al momento de la consulta y *engagement* en porcentaje.

Una de las tendencias que se está utilizando en Instagram es el orden de la retícula donde se ponen las fotografías llamado *grid*, dándole armonía al perfil.

- **Medición de estadísticas de Facebook en el administrador de anuncios**

Las publicaciones que han sido pagadas serán medidas a través del administrador de anuncios, mientras que los que han sido publicados de forma orgánica (no pagado), serán analizados a través de las estadísticas de la propia *fanpage*.

- **Uso de *hashtag* para crear tendencias**

Si se van a utilizar *hashtags* tienen que ser asociados a la temática de la que se habla y no utilizar cualquiera únicamente para atraer tráfico.

- **Campañas cortas de *fundraising***

A través de piezas visuales explicando los objetivos de cada campaña *fundraising*, utilizando plataformas ya conocidas en Ecuador. Otra de las acciones principales para realizar el *fundraising* es hacer actividades de recolección de fondos. Dichas campañas serán por tiempo definido y mencionando el *link* en redes que llevará a la página web para realizar la donación a la campaña *crowdfunding* que se defina por tiempo.

- **Implementación de botón de donación en página web.** - Dentro de la página web creada por el proyecto se propone insertar una pestaña que indique donde puede hacer *click* el usuario que desee realizar la donación.

● Marco Conceptual

Para realizar el marco conceptual se ha rescatado diferentes palabras que van a ayudar a definir el entorno de este proyecto, por lo que se ha decidido conceptualizar internet, estrategia, estrategia digital, *engagement*, redes sociales, *fundraising* y geolocalización.

Internet

Según la Real Academia de la Lengua Española, internet se define como una red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras mediante un protocolo especial de comunicación.

De igual manera, internet hoy en día no es solamente un medio publicitario, sino una plataforma digital que ofrece múltiples oportunidades de comercialización a las empresas para dar a conocer sus productos y servicios. (Scolari, 2008) señala “las tecnologías informáticas y las comunicaciones digitales en particular han dado lugar a muchas conversaciones, en los últimos 15 años parecería que no se ha hablado de otra cosa hipertextos, interfaces, simulaciones, virtualidades e interacciones han entrado a formar parte de nuestras actividades cotidianas.

En otras palabras, Internet es un terreno fértil para innovar y se puede lograr una mayor productividad e interacción con los usuarios, ya que está transformando la forma en que el consumidor interactúa con los contenidos.

Este concepto es una de las bases fundamentales en este proyecto ya que las estrategias que se implementarán en la difusión de las actividades del Centro de educación infantil serán en los entornos digitales donde el internet es la clave para todo.

Estrategia

Estrategia se conceptualiza como el arte, se traza para dirigir un asunto, según información del Diccionario de la Real Academia de la Lengua española, además otros autores consideran que la estrategia es parte de los resultados de las acciones humanas, pero no de diseños humanos (Henry Mintzberg, 2006)

Las estrategias son elaboradas mucho antes de las acciones que se van a ejecutar y se desarrollan de forma consciente en un período de tiempo determinado, con la finalidad de alcanzar los objetivos básicos que se ha planteado la empresa o en el caso de este proyecto se generará contenido para difundir que será utilizado de manera estratégica para captar la atención de los seguidores.

Una estrategia puede ser considerada como una pauta de acción o como se lo denomina en el campo de los juegos una maniobra para llevar ventaja sobre el contrincante.

Mientras que George Morrissey (1999) define estrategia como la dirección en la que una empresa necesita avanzar para cumplir con su misión. Además de las directrices de cómo llegar mediante una planeación a largo plazo y uso de táctica.

Desde hace algunas décadas grandes empresas en el mundo han sido referentes o modelos a seguir por las estrategias que han usado en sus campañas ya sea de lanzamiento de algún producto o de campañas de publicidad para posicionarse dentro del mercado.

Lo que buscamos con este proyecto es poder utilizar una buena estrategia digital para lograr la visibilidad en la web, como comienzo para poder ejecutar las acciones planteadas.

Estrategia Digital

La estrategia digital comprende la inclusión y contemplación de los entornos digitales en un plan y modelo de negocios, para el desarrollo y crecimiento de tu empresa de forma permanente, es decir que esta estrategia no sea tomada como un complemento, sino en la base de tus operaciones. (América Economía, 2014)

Marcos Clark, (América Economía, 2014) agrega que, para poder ejecutar una estrategia digital es necesario tener una hoja de ruta. Para elaborarla, lo primero que debes tener claro son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de tu negocio. Así también las ventajas competitivas. En base a esto, podrás plantear objetivos y metas claras y alcanzables para tu estrategia digital.

Engagement

Dentro de las redes sociales y plataformas digitales se habla mucho del término *engagement* que, según Staudt, Lodato y Hickman (2012) "está estrechamente relacionado con la ayuda mutua, en un ambiente propicio para el desarrollo del mismo", en la que ambas partes estén dispuestas a compartir conocimientos e información, y en la que sean partícipes de los procesos de transformación y creación de productos, contenidos o servicios.

El término anglosajón *engagement* se lo puede traducir como compromiso. Pardo lo indica como "diálogo activo con los grupos de interés" (Pardo, Paredes, Cuesta, 2011), todo tipo de *engagement* comprende tres conceptos fundamentales: comunicación, colaboración y compromiso. La comunicación sirve para conocer las demandas y exigencias del grupo, colaboración para trabajar junto a ellos y compromiso de cumplir y dar respuesta.

El *engagement* lo podemos entender como el compromiso que logra el público con nuestra marca o servicio, un estudio enfocado en las audiencias (González, Bernal, Roncallo, Uribe & Arango, 2015) lo sugiere como los esfuerzos innovadores para profundizar la relación con el público, más allá de las prácticas de promoción y generación de mercadeo.

El *engagement* se lo define como una experiencia entre el usuario y las redes sociales que lleva a estos a interactuar, crear y compartir en sus redes. (Mc Cay-Peet & Quan-Haase, 2016). Para medir el *engagement* en una red social, es de suma importancia escoger el contenido que se va a postear y medir la interacción de tus seguidores, es una forma de saber si tu contenido es relevante para ellos. En el caso de este proyecto buscamos generar este *engagement* para conseguir la fidelización de los usuarios con la marca para que, a su vez se motiven a donar dinero para crear un fondo de emergencia mediante el *fundraising*.

Redes Sociales

Las redes son un espacio importante para estudiar la construcción de la identidad (Turkle, 1997). Las tecnologías no son solo aparatos que afectan nuestras

concepciones espacio-temporales, sociabilidad y modos de acceso al saber, sino también las formas en que producimos presencia. Incluso en contextos con brechas digitales, las redes son un fenómeno en ascenso y en ellas se evidencian procesos de revitalización de las identidades, sus sentidos, flujos y narrativas (Barbero, 2003).

Según (Scolari, 2008) en su libro *Hipermediaciones* acota:

Si los viejos televidentes, al convertirse en usuarios, se transforman y asumen un nuevo rol, también los viejos medios están siendo reconvertidos a partir de su contaminación con los hipermedios. Además de facilitar los procesos de producción y distribución textual-por ejemplo, creando redes y abriendo el juego a los usuarios, las tecnologías digitales han aceitado en el sentido de favorecer las contaminaciones entre lenguajes y sistemas semióticos.

Carlos Scolari

Hipermediaciones, 2008

Definitivamente, las redes sociales han ayudado a que los usuarios tengan más acceso a la información logrando la interacción y producción de su propio contenido y libertad de opinión, un fenómeno que no se daba décadas atrás, lo que hace que exista mayor interacción entre los usuarios y las plataformas digitales.

En la actualidad y con la llegada del internet, las empresas empezaron a difundirse en entornos digitales a través de la creación de páginas web y redes sociales y de esa manera llegar a tener visibilidad que según (Sibilia, 2008) plantea que actualmente asistimos al espectáculo del yo: la visibilidad y la celebridad serían un fin en sí mismo. “Nos observamos a nosotros mismos y la sola maravilla del espectáculo nos cautiva”, una de las principales razones de cómo las personas y las empresas crean sus perfiles en alguna red social con la finalidad de estar presentes de manera digital.

Por lo tanto, la visibilidad según Wilde (2000, p. 145) menciona: “Nos observamos en Facebook, Twitter, Instagram, mientras ponemos en escena un espectáculo del yo. Con las nuevas tecnologías nos insertamos en un hiperespacio en el que están presentes representaciones de nuestra identidad, condensadas en micro textos y avatares”.

Dentro de los entornos de las redes sociales vamos a trabajar este presente proyecto, en el cual la difusión del contenido principal será en Instagram, Youtube y Facebook; todas estas son las social *network* más conocidas y utilizadas en el país, según datos de *We Are Social*, 2018.

Gamificación

Gamificación proviene del término en inglés “*game*” que significa juego por lo se podría mencionar que el juego significa la base de esta conceptualización. Se puede utilizar diferentes sinónimos como: ludificación, juegoificación, juegoificación y gamificación. (Valda & Arteaga, 2015).

Otro de los conceptos que se pueden agregar a gamificación es el uso de mecánicas, componentes y dinámicas propias de los juegos y el ocio en actividades no recreativas. En este se basa tres características claves que deben tener un juego: los componentes, mecánicas y dinámicas. (Deterding, S., Khaled, R., Nacke, L.N., Dixon, D. (2011).

Los componentes que es la base del proceso de gamificación son los elementos que le dan la estructura al juego. Las mecánicas son las reglas y normas que se tiene dentro del espacio lúdico, donde se pueden medir las respuestas, reacciones y algún posible premio dentro del mismo. Las dinámicas en cambio, son las emociones, narrativas, reconocimiento y sentido de progreso que tiene el usuario para involucrarse dentro del juego. (Valda & Arteaga, 2015).

Gamificación entra dentro de este proyecto ya que se pretende implementar dentro de la web, un juego muy dinámico donde los padres conocerán diferentes consejos acerca de la educación de sus hijos, en este espacio los progenitores ganarán puntos y serán identificados a través de avatares para que la inmersión

en el campo digital sea diferente y única comparado al resto de los centros de educación inicial.

Reputación Digital

La reputación digital es aquella opinión que generan los usuarios de la web también es de suma importancia porque es una muestra de que están receptando la información o se han tomado su tiempo para revisarla, de lo contrario no darían su aporte a este término se lo conoce como recomendación entre iguales. Podemos afirmar que “la recomendación entre iguales” se ha convertido en el desarrollo de la web, en un modelo de producción de confianza, construido a través de las opiniones de los públicos” (Pulido y Benítez, 2016, p.51).

Esto genera impacto en la reputación de una organización o empresa, implicando que toda opinión importa, porque toda opinión es vista por los usuarios.

Desde una perspectiva de la cultura del consumo y el acceso a los bienes simbólicos, los prosumidores tienen capacidad para transformar la imagen de marca de las empresas y participar en el proceso productivo de su construcción y de creación de valores. Los prosumidores recrean significados, pero también interpretaciones sobre las referencias propuestas por los iguales. Más allá del análisis individual de estas prácticas, aquí interesa valorar su impacto sobre la comunicación corporativa y de respaldar o consumir nuevos valores de marca en los procesos en los que participan. (Pulido y Benítez, 2016, p.56)

Esto señala que el poder de los prosumidores no se encuentra sólo en la red, sino también es presencial, pudiendo influir en el prestigio de las organizaciones y su imagen corporativa a los ojos del público en general.

Lo que también nos lleva a citar el concepto de identidad virtual donde el análisis de la identidad “debe situarse en la historia” (Castells, 1997 a). Y estamos en otros tiempos. En tiempos de la sociedad de redes (Castells, 1997 b) instaura el término sociedad en red para referirse a la sociedad contemporánea y le atribuye una serie de transformaciones de índole social, político y económico que deviene de las tecnologías de la información y ubica a la identidad en su centro:

En un mundo de flujos globales de riqueza, poder e imágenes, la identidad se está convirtiendo en la principal, y a veces única, fuente de significado en un periodo histórico caracterizado por una amplia desestructuración de las organizaciones, deslegitimación de las instituciones, desaparición de los principales movimientos sociales y expresiones culturales efímeras (Castells, 1997, pág. 33).

Manuel Castells

La era de la información: economía, sociedad y cultura. Vol. 1 la sociedad red, 1997

La identidad es – ahora más que nunca - una suma de identificaciones inestables y móviles y estas características parecen visibilizarse aún más en los mundos virtuales. La identidad se compone de atributos particulares (carácter, estilo de vida, objetos, biografías) y de pertenencia social (clase social, etnicidad, colectividades, edad y género) (Giménez, 2007).

En el mundo virtual, los círculos están conformados por redes y el espacio del que las identidades se apropian, es el hiperespacio. El yo está en su localidad, pero está también en el mundo. Y en ambos con simultaneidad.

La identidad, como el *self*, puede entenderse como una máscara producto de interacciones en escenarios (Davis, 2013; Goffman, 2001). En las redes, este escenario es virtual y las identidades en línea deben comprenderse como procesos de cambio en las representaciones (*Small, Kasianovitz, Blandford* y *Celaya*, 2012) con un carácter más estratégico, en que sus componentes (avatar, bio, nombre de usuario) se manipulan para crear una representación específica.

Mientras que la identidad digital es aquella que se ve marcada por la interacción, por la conversación. La construcción de esta, pasa a definir qué, cómo y dónde se va a comunicar en internet. Además de conocer y utilizar las diversas herramientas disponibles. (Alonso, 2011)

● Metodología del prototipado

Para poder realizar la investigación y obtener los resultados de la misma, se realizaron varias visitas de campo en conjunto con mi compañera Silvia Dume, quien está encargada del diseño de estrategia de narrativa *transmedia*. Para poder establecer el primer diálogo con la directora del proyecto y determinar cuáles eran las fortalezas y debilidades del proyecto Premi Mi Casita Grande, en lo que respecta a comunicación digital, se realizó un análisis del actual manejo de las redes sociales y así mismo se constató cuáles eran recursos o herramientas digitales con los que contaba el proyecto.

Luego de la entrevista con la directora y un recorrido por las instalaciones del centro infantil, se planteó diferentes alternativas para poder mejorar el funcionamiento y la interacción con las plataformas digitales existentes por parte de los padres de familia participantes del proyecto a quienes se identificó como grupo objetivo.

Sin embargo, a medida que seguíamos desarrollando el proyecto, se identificó otro segundo público objetivo, que en este caso son los docentes que imparten las enseñanzas dentro del centro infantil.

Objetivo general

- Determinar cuál es la problemática que tienen los padres de familia para interactuar con las plataformas digitales existentes del proyecto.

Objetivos específicos

- Analizar el contenido y métricas de las publicaciones de las cuentas oficiales de Facebook y de Instagram que se han mantenido durante los últimos meses.
- Determinar cuál es el tipo de contenido que se encuentra en la página web y cómo poder mejorarlo en conjunto con un contenido de narrativa transmedia.

- Determinar cuáles son las acciones que se plantearán durante el proceso del prototipado.

Enfoque de la investigación

Para este tipo de investigación se utilizará un método cualitativo basado en un estudio experimental descriptivo, ya que poseemos un público finito y el estudio se basará en el análisis de los comportamientos y actitudes de los participantes del proyecto tanto como padres de familia, docentes y niños. Sin embargo, nuestra muestra será aleatoria al momento de la investigación y el prototipo.

En el presente proyecto lo que se plantea es implementar un diseño de estrategia digital para Premi - Mi Casita Grande, a través de las entrevistas a profundidad, observación participativa de los diferentes actores lo que nos permitirá obtener la información necesaria para coordinar acciones durante el tiempo que dure el prototipado.

Tipo de investigación

Previo a la elaboración del prototipo se aplicará una investigación inductiva ya que se plantea recopilar información relevante que nos ayude a mejorar el contenido y generar más interacción por parte del público objetivo y poder elaborar una correcta estrategia que esté lo más apegada a nuestros públicos potenciales.

Unidad de Análisis

Julio 2019



<<< **Gráfico 2. Unidad de análisis de Premi Mi Casita Grande**

La unidad de análisis según diferentes autores es el elemento que se toma como base para la investigación, por lo tanto nuestra unidad de análisis son los 280 niños que son los participantes del proyecto Premi Mi Casita Grande, en el Centro Polifuncional Zumar, ubicado en el sector de Bastión Popular, en el sector de la Isla Trinitaria se encuentra otro centro infantil, el mismo que cuenta con 65 niños, lo que nos da como totalidad 450 niños y 14 docentes desplazados en ambos centros.

La directora del proyecto nos supo manifestar que existen 420 familias atendidas de manera directa a través de este proyecto. Una población interesante de docentes y profesionales en pedagogía y enseñanza de estimulación temprana que desean realizar estudios de investigación en este proyecto.

Perfil del usuario potencial (mapa de empatía)

El prototipado se dirigirá a uno de los principales usuarios que está conformado por el grupo de padres participantes del proyecto Premi Mi Casita Grande, por lo

tanto, se busca que además de las madres de familia que siempre están presentes durante las sesiones de enseñanza y aprendizaje con sus hijos, se involucren los padres, ya que se quiere potenciar el género masculino que no participa por motivos laborales o de tiempo y su presencia es fundamental en esa etapa de proceso de aprendizaje de los niños.

Lo que se plantea es que los padres interactúen a través de la página web para que conozcan la evolución de Premi Mi Casita Grande, además de que vayan revisando los contenidos de valor que se publicará dentro de la misma.

Para este estudio de los perfiles de los usuarios se desarrolló los siguientes mapas de empatía:



ESFUERZOS / MIEDOS

padres de familia no cuentan con suficientes recursos económicos para la alimentación, movilización o materiales escolares que necesite el niño para asistir al programa.

BENEFICIOS

Los niños que asisten al programa sienten felicidad y deseo por jugar y aprender con actividades lúdicas además sienten la conexión con la naturaleza.

Mientras que nuestro público objetivo secundario serán los docentes, a quienes se les motivará a participar en la página web donde compartirán extractos de artículos científicos y comunicados de vital importancia para los padres de familia, contenido para el canal de youtube y emitir comunicados y contenidos para facebook e instagram donde se dará consejos sobre la enseñanza materno infantil y educación temprana.



ESFUERZOS/ MIEDOS

La preparación y el trabajo en equipo es constante, para poder llegar a los niños y a los padres para que estos no deserten y concluyan los procesos de enseñanza de los niños.

BENEFICIOS

Es un equipo de trabajo muy integrado y que comparte el mismo amor y vocación por lo que hace y sabe como llegar a los niños y a los padres

Instrumento de recolección de datos

Para realizar el levantamiento de información y recopilación de datos se implementarán dos herramientas que son las entrevistas a profundidad y la observación participativa.

Observación participativa

Se empleo la observación participativa en las diferentes sesiones de trabajo que se dieron en las instalaciones del centro polifuncional y Zumar y de la Isla Trinitaria para analizar los comportamientos de los niños, padre y docentes.

Este instrumento de investigación fue considerado porque es una técnica donde el observador se involucra, mas no se mezcla con los participantes durante el proceso investigativo (Hernández, 2015).

Entrevistas a profundidad

Se realizará 30 entrevistas a profundidad, 20 a madres y padres de familia participantes y 10 entrevistas al personal docente del proyecto Premi Mi Casita Grande, se empleará un cuestionario con preguntas relevantes acerca del proyecto sus beneficios y las herramientas digitales que utilizan para identificar cuáles son los medios sociales digitales que ayudarían a generar interacción con los participantes del proyecto. Dicho instrumento de recolección de datos se realizará a los padres de familia y a los docentes.

Al primer grupo se lo dividió en padres de familia de edades comprendidas entre los 18 y 35 años, con el objetivo de analizar sus comportamientos de consumo, su acceso a la conectividad e internet, y las horas en que más pasan conectados, análisis sobre las opciones de acceso a internet que tienen tanto desde sus hogares o dispositivos móviles y la manipulación de herramientas digitales.

El segundo grupo fue dividido entre las personas que fundaron el proyecto, personal administrativo y las parvularias y maestras de los centros infantiles con la única finalidad de conocer los antecedentes la evolución y los avances que ha tenido el proyecto durante estos casi dos años y determinar cuáles son sus

gustos y preferencias a la hora de interactuar con herramientas digitales para los métodos de enseñanza

CENTRO POLIFUNCIONAL ZUMAR

Número de padres entrevistados: 10

Número de docentes entrevistados: 7

Número de niños participantes del Proyecto: 45

CAMI ISLA TRINITARIA

Número de padres entrevistados: 10

Número de docentes entrevistados: 3

Número de niños participantes del Proyecto: 35

TABLA 1 Muestra de la Investigación

Realizado por autora.

Entrevistas realizadas a padres de familia participantes del proyecto PREMI y Mi Casita Grande del centro polifuncional Zumar. Sector Bastión popular de Guayaquil.

Entrevista 1.

1.- ¿Buenos días, coméntenos usted desde hace cuánto es participantes de este proyecto?

Ya tengo mucho tiempo, ya tengo mi primer hijo que lo inscribí cuando tenía un año creo y ahora el viene los jueves horita el tienen 3 y ella la inscribí cuando tenía 6 meses y desde ahí estamos viniendo.

2.- ¿Qué edad tiene el bebe en la actualidad?

1 año 8 meses

3.- ¿Y usted cómo se enteró de que existía este centro infantil ?

Por la señora Andrea por la señora que trabaja aquí, ella vive por la casa donde yo vivo y por un grupo de mamitas que invito y yo creo que soy la única de por ahí que ha quedado.

4.- ¿Usted nunca considero en ir a otro centro infantil para su bebe?

No, no este mi hijo si estaba en ese de CNH, pero de ahí como cambiaron a la profesora, nunca llego la otra profesora a presentarse de ahí la señora me hizo referencia de este centro que se iba a abrir y ya me quedé aquí no más.

5.- ¿Cuál ha sido la evolución de sus bebes desde que llegaron a este centro?

En todo en el desarrollo motor, en el desarrollo mental, para que sí, si me ha ayudado bastante.

6.- ¿Y usted si cree que hay una diferencia entre los otros programas?

Si porque con mi otro hijo han sido cositas así, pero con este ha desarrollado más.

Porque mi hijo es difícil en relacionarse, en ser sociable, entonces poco a poco se ha ido integrado con los otros niños

7.- ¿Usted sigue a través de las redes sociales oficiales del proyecto las actividades de su hijo?

Si, si veo

8.- ¿Y usted si esta d acuerdo con que se postee información sobre las actividades que realizan los niños aquí para que la gente conozca?

Si, porque así se van dando a conocer a más personas y pueden venir a dejar aquí a sus hijos, para que sus hijos se beneficien del programa.

Fuente: Angelica Eugenio, Guayaquil.

ENTREVISTA 2**1.- ¿Buenos días, usted es participante del proyecto desde hace cuánto tiempo?**

Ya casi 1 año.

2.- ¿Como se enteró que existía este proyecto?

La verdad una mamita que ya concurría acá me atrajo vecina del lugar.

3.- ¿Y usted como ha visto el desarrollo de su hijo desde que está asistiendo a este centro infantil?

Le ha ayudado mucho con la inclusión porque yo tengo un problema de mi hijo con autismo y le ha ayudado más que todo a socializar.

4.- ¿Usted tiene conocimiento de que el centro tiene redes sociales, usted las sigue o no tiene conocimiento de esto?

La verdad no, nada que ver, yo veo todo lo que hacen también trato de imitar en la casa.

5.- ¿Y a usted si le gustaría que esa información sobre las actividades que realizan los niños aquí sea compartida para que otras personas la puedan ver?

Yo creo que, si porque hay veces que muchas mamitas que no ayudan a sus hijos por desconocimiento y si este lugar si ha favorecido mucho, a mí en particular al menos y a otras personas también

6.- ¿Usted si está a favor de que este proyecto continúe a lo largo del tiempo?

Si y que mejorara para nosotros por ejemplo venimos solo 1 día a la semana y sería el éxito que por lo menos sean 2 o 3 semanas.

7.- ¿Cuántos años tiene su bebe?

1 año 10 meses

Fuente: Mónica Gavilánez, Sector Ciudad Santiago, Guayaquil.

ENTREVISTA 3

1.- ¿Amigo buenos días, coméntenos usted es participante del proyecto desde hace cuánto tiempo?

Recién desde este año.

2.- ¿Como se enteró que existía este centro infantil?

Por medio de una prima

3.- ¿Cuántos bebes tiene usted aquí?

2 bebes uno de 1 de 11 meses y otra de 3 años.

3.- ¿Y usted como ha visto el desarrollo de su hijo desde que está asistiendo a este centro infantil?

No si una muy bien, buena enseñanza, las profesoras muy bien se comportan muy buen con los niños

4.- ¿Usted tiene conocimiento de que el centro tiene redes sociales, usted las sigue o no tiene conocimiento de esto?

No, aun no conozco sobre eso.

5.- ¿Y a usted si cree que sería importante que se difunda en las redes sociales sobre las actividades que realizan los niños aquí?

Claro, claro que si para que las demás personas se puedan dar cuenta de que estos lugares existan, para poder meter a sus niños.

7.- ¿Usted si está de acuerdo con que este proyecto continúe a través del tiempo?

Si claro que sí.

Carlos Fajardo, Sector Florida Norte, Guayaquil

ENTREVISTA 4

1.- Buenos días, coméntenos, ¿usted es participante del proyecto desde hace cuánto tiempo?

Ya como unos 9 meses.

2.- ¿Como se enteró que existía este centro infantil?

Me trajo una amiga que estaba acá.

3.- ¿Y usted como ha visto el desarrollo de su hijo desde que está asistiendo a este centro infantil?

Muy bien porque él se ha abierto bastante, dialoga bastante y todo ya no tiene ese temor que tenía antes.

4.- ¿Usted si está de acuerdo con que este proyecto continúe a través del tiempo?

Si claro que sí, porque es muy bueno para los niños para que los niños puedan desarrollarse más en su entorno.

5.- ¿Usted tiene conocimiento de que el centro tiene redes sociales, usted las sigue o no tiene conocimiento de esto?

Si, si tengo conocimiento.

6.- ¿Usted si sigue las publicaciones a través de las redes sociales?

Por ahí las veo de vez en cuando.

7.- ¿Y a usted si cree que sería importante que se difunda en las redes sociales sobre las actividades que realizan los niños aquí?

Claro que sí, muy bueno para las cosas que hacen aquí, para lo que les enseñan y todo eso.

Fuente: Angélica Ventura

Domicilio: Florida Norte Pancho Jácome.

ENTREVISTA 5

1.- ¿Buenos días coméntenos usted es nueva aquí, es su primer día en el proyecto coméntenos como se enteró que existía este centro?

Me enteré a través de mi vecina, que vivimos en la misma urbanización, me dijo que venía para ZUMAR y me pareció interesante y lo traje al niño haber que tal es

2.- ¿Como ha visto hoy las actividades que realizan para los niños aquí?

Interesante para que los niños se recreen y puedan interactuar con otros niños y socialicen con otros niños.

3.- ¿Qué edad tiene su bebe?

1 año 5 meses

4.- ¿Usted tiene conocimiento de que el centro tiene redes sociales?

No, no tengo

5.- ¿Y a usted si le gustaría que las actividades que realizan aquí se difundan en esas redes?

Si, si me gustaría.

6.- Le gustaría que este tipo de centros sigan en el tiempo en otros lugares de la ciudad?

Si, si me gustaría porque así se va ampliando y va a haber más para los niños que no tienen y que no saben de esto, pero les ayuda bastante.

Betty Holguín

Domicilio: Ciudad Santiago, Guayaquil.

ENTREVISTAS REALIZADAS A PADRES DE FAMILIA EN CAMI ISLA TRINITARIA

ENTREVISTA 7

1.- ¿Amiga buenos días coméntenos que edad tiene su bebe y como se enteró que existía el centro infantil aquí en el sector de la Isla Trinitaria?

Buenos días, mi bebe tiene 8 meses y yo me entere de esto por la vecina de mi cuñada y entonces como yo no sabía si criar bien a mi hijo, quería saber si me podían enseñare algo más de lo que ya se.

2.- Sabemos que es su primer día aquí, ¿cómo ve las instalaciones, que es lo que le gusta de este centro?

Esta acorde a la edad de mi hijo y a la edad de otros niños más.

3.- ¿Y su familia está de acuerdo con que usted traiga al bebe al centro, su esposo qué opina?

Si, el sí porque él ha visto, ósea él siempre me dice que vea por internet como estimularle al bebe, pero yo no solamente creo todo lo que el internet dice, entonces quería algo de lo que puedo saber.

4.- ¿Y usted si está de acuerdo con que existan este tipo de programas gratuitos para los niños de 6 meses a 5 años en la Ciudad de Guayaquil?

Si porque es muy necesario.

Ingrid Alvarado

Sector Isla Trinitaria, Cooperativa 09 de abril, Guayaquil.

ENTREVISTA 8

1.- ¿Amiga buenos días, coméntenos desde hace que tiempo acude a este centro con su bebé?

Buenos días, yo asisto desde el mes de marzo, ya tengo aquí asistiendo más de 6 meses con mi bebe que tiene 10 meses cumplidos.

2.- ¿Qué es lo que más le gusta de este centro infantil?

Muchas cosas nuevas que a veces en la casa uno no sabe o no puede, a veces uno no sabe para los niños y a veces hay bastante aquí que aprender.

3.- ¿Y cómo ha visto lo que ha aprendido aquí, como ha visto que ha evolucionado en su bebe?

Porque ella se le hace más fácil interactuar con otros niños, antes si era más tímida

4.- ¿Usted si tiene conocimiento de que este proyecto tiene redes oficiales?

Sí, si sé por medio de la Tía Andrea que nos dice, siempre nos está comentando sobre las redes sociales

5.- ¿Usted si está de acuerdo con que se comparta las actividades que realizan los niños?

Claro, porque es un programa que es serio, por eso sí. Jackeline Quiñonez, Domicilio Isla Trinitaria, Cooperativa El Diamante.

Análisis de resultados de la investigación

Durante las diferentes visitas que se realizó al centro infantil, que se iniciaron en enero del 2019, se visitó el Centro Polifuncional Zumar en Bastión Popular, norte de Guayaquil. Luego se inauguró otro centro en el Sector de la Isla Trinitaria, en el sur, lugar donde se extendió los servicios del proyecto captando más participantes que en su totalidad sumaban la cantidad de 70 niños.

La directora del proyecto manifestó que gracias a los convenios interinstitucionales realizados con organismos internacionales como la fundación Artevelde de Bélgica y con el Municipio de Guayaquil, se ha hecho posible canalizar este proyecto que beneficia a dos de los sectores más vulnerables de Guayaquil, donde existe falta de oportunidades para niños y jóvenes.

Al llegar a ser padres a temprana edad, los jóvenes de los sectores antes mencionados, acceder a este tipo de servicios de educación de calidad como lo es la estimulación temprana para sus hijos es muy difícil, por lo que deciden participar en este tipo de proyectos que brinda este tipo de atención de manera gratuita.

También se realizaron entrevistas tipo sondeo de opinión para medir el nivel de aceptación del proyecto ante los padres de familia, los mismo que manifestaron su satisfacción por el modo de enseñanza en donde prevalece el amor a la familia.

Los padres de familia por su parte indican que este proyecto ha sido de gran ayuda para los niños y para ellos pues como familias se han visto beneficiados con una educación innovadora y de calidad para sus hijos adicional que muestran gran interés por querer interactuar con las plataformas digitales que se les mencionaba con las que cuenta el proyecto.

Entrevistas realizadas en cuanto a medios digitales

Luego de haber realizado las entrevistas y las sesiones de trabajo que se aplicó a un grupo de 10 padres de familia participantes del proyecto que acuden al CAMI del sector Isla Trinitaria de la Ciudad de Guayaquil.

Este proceso de investigación denominado entrevistas presenciales, el que consiste en la indagación por medio de la observación para determinar el rol de usuarios de los entrevistados en un ambiente digital, su conocimiento en cuanto a la enseñanza de la primera infancia y cuáles son las herramientas digitales que prefieren usar al momento de difundir algún contenido.

De esta forma es como se recopilará una base de datos obtenida de la información proporcionada por los entrevistados de ambos grupos para que esa información sea utilizada en la propuesta de prototipado y se considerara los puntos claves para establecer las estrategias aplicables al proyecto.

ENTREVISTAS REALIZADAS PADRES DE FAMILIA EN CUANTO A MEDIOS DIGITALES.

Preguntas

1.- ¿Que red social es la que más usa usted, para revisar las actividades del proyecto, facebook o de Instagram?

Yo tengo cuenta de Facebook

2.- ¿Usted cuenta con un dispositivo móvil que tiene datos o se maneja con el wifi?

Me manejo con el wifi y a veces hago recargas para el teléfono

3.- ¿Tiene computador o Tablet en su casa?

Tengo una Tablet por mis niños

4.- ¿Tiene conocimiento de que el proyecto tiene una página web?

No tengo conocimiento

5.- ¿Le gustaría poder conocer la información que se encuentra en la página web?

Claro por supuesto

6.- ¿Ha monitoreado el canal de Youtube de Premi Mi Casita Grande?

No nunca lo he visitado.

Fuente: María Eugenia Burgos, Isla Trinitaria, Guayaquil.

ENTREVISTA 2

1.- ¿Que red social es la que más usa usted para revisar las actividades del proyecto la de Facebook o de Instagram?

Facebook

2.- ¿Usted cuenta con un dispositivo móvil que tiene datos o se maneja con el wifi?

En mi casa hay wifi

3.- ¿Tiene computador o Tablet en su casa?

Tengo una laptop

4.- ¿Tiene conocimiento de que el proyecto tiene una página web?

No, no tengo conocimiento

5.- ¿Le gustaría poder conocer la información que se encuentra en la página web?

Claro por supuesto

6.- ¿Ha monitoreado el canal de Youtube de Premi Mi Casita Grande?

No, no sabía que tenían.

Erika Montoya. Sector Bastión Popular bloque 3

ENTREVISTA 3

1.- ¿Que red social es la que más usa usted para revisar las actividades del proyecto la de Facebook o de Instagram?

Facebook

2.- ¿Usted cuenta con un dispositivo móvil que tiene datos o se maneja con el wifi?

Tengo plan y wifi, usted sabe que hoy en día uno no puede estar sin internet.

3.- ¿Tiene computador o Tablet en su casa?

Tengo una laptop.

4.- ¿Tiene conocimiento de que el proyecto tiene una página web?

No, no tenía conocimiento.

5.- ¿Le gustaría poder conocer la información que se encuentra en la página web?

Si por supuesto.

6.- ¿Ha monitoreado el canal de Youtube de Premi Mi Casita Grande?

No para nada.

Lorena Cevallos, Sector Isla Trinitaria, Guayaquil.

ENTREVISTA 4

1.- ¿Que red social es la que más usa usted para revisar las actividades del proyecto la de Facebook o de Instagram?

De Facebook.

2.- ¿Usted cuenta con un dispositivo móvil que tiene datos o se maneja con el wifi?

Wifi, yo paso en la casa por el bebe.

3.- ¿Tiene computador o Tablet en su casa?

Si tengo una Tablet viejita, pero si funciona todavía.

4.- ¿Tiene conocimiento de que el proyecto tiene una página web?

No, no sabia

5.- ¿Le gustaría poder conocer la información que se encuentra en la página web?

Si, desde luego.

6.- ¿Ha monitoreado el canal de Youtube de Premi Mi Casita Grande?

No para nada.

Jaqueline Espinoza, Isla Trinitaria, El Diamante, Guayaquil.

ENTREVISTA 5

1.- ¿Qué red social es la que más usa usted para seguir las actividades del proyecto, facebook o de instagram?

Facebook, esa es la que uso. Instagram no tengo.

2.- ¿Usted cuenta con un dispositivo móvil que tiene datos o se maneja con el wifi?

Tengo plan por el trabajo y wifi en la casa.

3.- ¿Tiene computador o Tablet en su casa?

Tengo una Tablet por los bebes

4.- ¿Tiene conocimiento de que el proyecto tiene una página web?

No

5.- ¿Le gustaría poder conocer la información que se encuentra en la página web?

Si, más que nada para aprender a manejar eso

6.- ¿Ha monitoreado el canal de youtube de Premi Mi Casita Grande?

No

Ingrid Alvarado, Sector Isla Trinitaria, Cooperativa 09 de abril, Guayaquil.

ENTREVISTA 6**1.- ¿Que red social es la que más usa usted de Facebook o de Instagram?**

Solo tengo de Facebook.

2.- ¿Usted cuenta con un dispositivo móvil que tiene datos o se maneja con el wifi?

Tengo datos yo recargo semanalmente con tarjeta cuando tengo, pero en la casa me conecto del wifi de mi vecina

3.- ¿Tiene computador o Tablet en su casa?

No ninguna de las dos, tenía Tablet, pero se dañó.

4.- ¿Tiene conocimiento de que el proyecto tiene una página web?

No, no sabia

5.- ¿Le gustaría poder conocer la información que se encuentra en la página web?

Si sería bueno.

6.- ¿Ha monitoreado el canal de Youtube de Premi Mi Casita Grande?

No, para que le voy a mentir.

Betty Holguín, domicilio: Ciudad Santiago, Guayaquil

ENTREVISTA 7**1.- ¿Que red social es la que más usa usted de Facebook o de Instagram?**

Yo tengo cuenta de Facebook

2.- ¿Usted cuenta con un dispositivo móvil que tiene datos o se maneja con el wifi?

El wifi de la casa.

3.- ¿Tiene computador o Tablet en su casa?

Tengo una Tablet

4.- ¿Tiene conocimiento de que el proyecto tiene una página web?

No había escuchado

5.- ¿Le gustaría poder conocer la información que se encuentra en la página web?

Si obvio

6.- ¿Ha monitoreado el canal de Youtube de Premi Mi Casita Grande?

No nunca.

Fuente: Angélica Ventura, domicilio: Florida Norte Pancho Jácome.

ENTREVISTA 8

1.- ¿Que red social es la que más usa usted para seguir las actividades del proyecto, facebook o Instagram?

Yo uso la de Facebook, porque de Instagram se me olvido la clave.

2.- ¿Usted cuenta con un dispositivo móvil que tiene datos o se maneja con el wifi?

Del wifi de mi casa.

3.- ¿Tiene computador o Tablet en su casa?

Tengo una de escritorio

4.- ¿Tiene conocimiento de que el proyecto tiene una página web?

No

5.- ¿Le gustaría poder conocer la información que se encuentra en la página web?

Si, eso seri una muy buena opción.

6.- ¿Ha monitoreado el canal de Youtube de Premi Mi Casita Grande?

No para nada.

Carlos Fajardo, Sector Florida Norte, Guayaquil.

ENTREVISTA 9

1.- ¿Que red social es la que más usa usted para revisar las actividades del proyecto, facebook o de instagram?

Yo tengo cuenta de Facebook y de Instagram.

2.- ¿Usted cuenta con un dispositivo móvil que tiene datos o se maneja con el wifi?

Si tengo datos

3.- ¿Tiene computador o Tablet en su casa?

Laptop de mi esposo

4.- ¿Tiene conocimiento de que el proyecto tiene una página web?

No para nada.

5.- ¿Le gustaría poder conocer la información que se encuentra en la página web?

Claro por supuesto.

6.- ¿Conoce de la existencia del canal de Youtube de Premi Mi Casita Grande?

No nunca lo he visitado.

Mónica Gavilánez, Sector Ciudad Santiago, Guayaquil.

Entrevista 10.

1.- ¿Que red social es la que más usa usted para seguir las actividades del proyecto facebook o de instagram?

Yo uso Facebook

2.- ¿Usted cuenta con un dispositivo móvil que tiene datos o se maneja con el wifi?

Me manejo con el wifi y a veces hago recargas para el teléfono

3.- ¿Tiene computador o Tablet en su casa?

Tengo una Tablet

4.- ¿Tiene conocimiento de que el proyecto tiene una página web?

No conocía de eso.

5.- ¿Le gustaría poder conocer la información que se encuentra en la página web?

Claro por supuesto

6.- ¿Ha monitoreado el canal de Youtube de Premi Mi Casita Grande?

No, no lo he visitado.

Fuente: Angélica Eugenio, Guayaquil.

Los resultados de la investigación que se realizó a través de las entrevistas a profundidad a otro grupo de 10 padres de familia participantes del proyecto Premi Mi Casita Grande, determinó que la red más usada por los padres de familia entre Facebook e Instagram es la red social de Facebook.

En cuanto a Instagram al momento de realizar la investigación, los padres más jóvenes de edades comprendidas entre 18 a 25 años si tenían una cuenta en esta red social, pero de igual forma, seguían las actividades del proyecto a través de la red de Facebook.

Esto nos da la conclusión de que se debe trabajar en generar de manera alterna contenido para la cuenta de Instagram del proyecto, para captar otro segmento del público, y estar presentes también en esta red que es muy llamativa para promocionar las actividades y para generar interacción con las audiencias más jóvenes.

También se pudo constatar que los padres de familia tienen acceso a dispositivos móviles y cuentan con *laptops*, *tablets*, en sus hogares, además de contar con red wifi en sus domicilios para poder acceder al monitoreo de las plataformas digitales del proyecto y poder revisar la información.

En las respuestas también se evidenció su predisposición para acceder a la página web, además de tener gran aceptación el momento en que se les menciona si les gustaría compartir las actividades que realizan los niños en el canal de *youtube* del proyecto, aunque este no ha sido visitado por ningún participante al momento de realizar esta investigación, y es lo que se propone dentro del prototipo, generar contenido para el canal y que se promocióne el mismo a los padres de familia.

A continuación, se muestran los resultados en la siguiente grilla:

ENTREV.	FB	IG	DATOS	WIFI	ESCR	LAPTOP	TABLET	SI	NO	SI	NO	SI YB	NO YB
1	X			X			X		X	X			X
2	X			X		X			X	X			X
3	X			X		X			X	X			X
4	X			X			X		X	X			X
5	X		X	X			X		X	X			X
6	X		X	X					X	X			X
7	X			X			X		X	X			X
8	X			X		X			X	X			X
9	X	X		X		X			X	X			X
10	X			X			X		X	X			X

GRILLA CON RESULTADOS DE TESTEO A PADRES DE FAMILIA PROYECTO PREMI MI CASITA GRANDE

Durante las entrevistas realizadas a los padres de familia en cuanto al acceso a internet, redes sociales y conocimiento de la página web del proyecto, nos manifestaron que de las cuentas oficiales existentes la que más utilizan es la de Facebook, y en cuanto a la página web nunca la han monitoreado puesto que no saben cómo acceder a ella, no conocen ningún link.

Otras madres de familia manifestaron que si les gustaría que se difunda las actividades que realizan sus hijos dentro del centro a través de la *fanpage* de Facebook, para que esto pueda ser replicado en otros lugares de la Ciudad y se abra más centros de este tipo para el bienestar de los niños de escasos recursos económicos.

Además de manifestar que así la ciudadanía puede conocer un poco más sobre esta noble labor que realiza este proyecto, y así puedan también beneficiarse de este, pues ellos no conocieron a Premi Mi Casita Grande a través de las redes sociales sino por el boca a boca por medio de vecinos o familiares y pudieron acceder a este beneficio.

Por lo tanto, consideran que si es importante que se dé más uso a las redes sociales existentes del proyecto.

En cuanto a los docentes, se realizaron 10 entrevistas a profundidad, entre personal como parvularias, educadoras de primera enseñanza y psicólogos, Álvaro Vargas, psicólogo y técnico de acompañamiento familiar, además de la Lcda. Rina Ramírez Ronquillo, docente de Premi Mi Casita Grande, manifestaron que sería de gran ayuda para ellos como docentes y para los padres de familia poder aprender a utilizar esta plataforma como es la página web y el canal de youtube del proyecto, donde ellos podrían subir información como consejos, sesiones o ejercicios prácticos que los padres podrían realizar en casa con sus niños, siempre que exista en el hogar de los niños participantes acceso a internet y un dispositivo para poder navegar en la página.

La directora del proyecto manifestó que aún falta mucho por alimentar la página y sería de gran ayuda que eso se pueda plasmar durante el tiempo de ejecución del prototipado o aportando con ideas para poder hacer más interactiva la página web con la que cuentan.

DESCRIPCION Y VIABILIDAD DEL PROTOTIPO

Introducción

El proyecto tiene como finalidad realizar la difusión de las actividades a través de una estrategia digital que enfatice las actividades que realizan los niños dentro del centro infantil, con posts que se generan en tiempo real donde los infantes realizan actividades lúdicas y manteniendo un cronograma de publicaciones acompañadas del hashtag oficial **#PorUnaNiñezFeliz**.

Estas publicaciones se realizarán en las cuentas oficiales de Facebook y de Instagram, además de emplear un canal de Youtube para subir a esta plataforma videos con sesiones de trabajo que se realizarán en casa, lo que se pretende es llegar a los diferentes públicos, para que conozcan lo que se realiza dentro de los centros con los niños, para generar engagement y llegar a poder a canalizar en algún momento actividades de fundraising.

Dentro de esta estrategia digital se quiere dar mayor énfasis a la implementación y el uso de la página web, con la publicación de contenidos de narrativas transmedia, noticias sobre el proyecto y ejercicios didácticos para que los padres entren a la página y exista tráfico.

A pesar de que este proyecto se financia de entes nacionales e internacionales, existen lapsos en que esos recursos demoran en llegar y existe cierto desfinanciamiento para continuar con el proyecto y se hace ciertos suspensiones del mismo, donde los niños se ven afectados con la continuidad del programa, es por esto que se busca tener un fondo para evitar este tipo de situaciones que si bien es cierto no es algo que prevalece y es por tiempo limitado pero no quieren que se suspenda el proyecto.

Descripción de los elementos y funciones del prototipo

Una vez analizada la información recopilada, se llegó a la conclusión de que se puede llegar a implementar una estrategia digital con la finalidad de que se conozca la labor que se realiza en el centro infantil, usando los diferentes medios

digitales antes mencionados y poder llegar a tener un espacio en la mente del grupo objetivo, que son los padres de familia de 20 a 35 años, que son los participantes del proyecto, además de captar a otros grupos objetivos como son los docentes y demás padres que se pueden interesar en seguir el proyecto a través de las redes sociales.

Objetivo general

- Crear una estrategia digital para Premi - Mi Casita Grande con el fin de obtener más seguidores e interacciones.

Objetivos específicos

- Definir cuál será la red social con la que nuestro público objetivo tiene mayor afinidad.
- Identificar el comportamiento digital que tienen los públicos objetivos dentro de los medios sociales.
- Conocer el tipo de contenido que desean consultar a través de la página web del proyecto.
- Generar buena reputación digital dentro de los entornos digitales para ser referencia en manejo de material online.

ESTRATEGIA

Se ha diseñado el tipo de estrategia digital que se enfoca en publicar y crear contenidos acerca de las actividades que realizan los niños en el centro en la cual se propone dar una mayor activación de la página web, con el fin de crear contenidos de interés para nuestro grupo objetivo, de igual manera a través de las redes sociales como Facebook e Instagram en cada una de las *fanpages* que ya tiene el proyecto Premi Mi Casita Grande.

Es así como por medio de estas plataformas y la web trataremos de captar más seguidores y generar más tráfico para la página.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Se han desarrollado conceptos creativos acompañados de narrativa *transmedia*, en los que se difunde historias reales y también las actividades que realizan en el centro los niños bajo un lenguaje simple y fácil de conectarse con nuestro público objetivo que son los padres de familia de Premi - Mi Casita Grande dentro de la campaña se utilizará el nombre de la campaña que es **#PorUnaNiñezFeliz**.

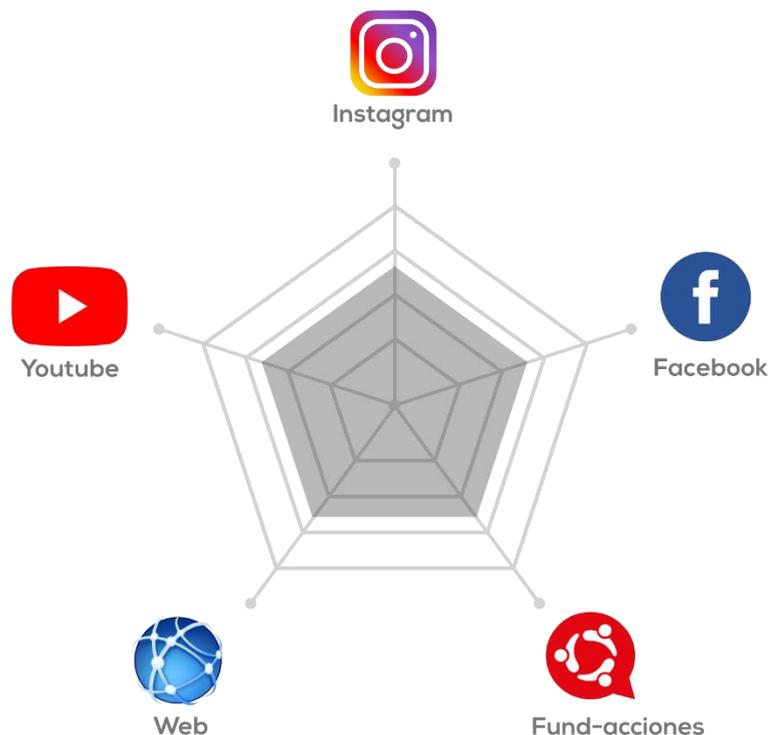
Contenidos

Una vez que se ha expuesto los contenidos ante los directivos del proyecto enfatizan que si es viable mantener publicaciones periódicas en redes con actividades que se cumplan en tiempo real enfocadas en los niños y también otras publicaciones donde interactúen los padres.

Medios de comunicación

Los medios escogidos como redes sociales en este caso Facebook e Instagram también han sido aprobados, aunque se enfatiza en que los padres de familia tienen más familiarización con la red social de Facebook, además de actualizar contenidos de la página web. Mientras que el canal de Youtube que actualmente tienen no es el oficial, ya que los directivos no poseen acceso a la misma. Todos los medios digitales, serán herramientas claves en el proceso de la estrategia digital, para poder llegar al público objetivo que son los padres de familia de los sectores de la Isla Trinitaria y Bastión Popular de la Ciudad de Guayaquil.

A continuación, mostramos el mapa de medios de comunicación



<<< Figura 8. Mapa de contenidos

Facebook

Actualización de Contenidos en redes sociales

Dentro de la propuesta para redes sociales lo que se plantea postear contenido real con las actividades que los niños realizan dentro del centro infantil, este contenido será posteado en tiempo real y se fijará pauta para las publicaciones más relevantes.

Con respecto a la red social Facebook que es con la red que se trabajó un cronograma de pauta por 2 meses para poder realizar el monitoreo de la investigación, lo que se propone es un cronograma de publicaciones basado en el siguiente cuadro:

MES	TEMA	CONTENIDO
ENERO	Visitas al Centro	Publicaciones donde los niños realizan actividades con los padres en los centros Premi Mi Casita Grande y posicionamiento de hashtag #PorUnaNiñezFeliz
FEBRERO	Desarrollo y Habilidades	Posteo de actividades de aprendizaje realizadas por los niños dentro del centro infantil
MARZO	Promoción de hastage a través de piezas audiovisuales	Posteo de 2 videos con el hashtag #PorUnaNiñezFeliz
ABRIL	Publicaciones con videos hechos por padres	Videos con actividades para desarrollar en casa
MAYO	Celebración Día de la Madre	Posteo de artes alusivos a este día y videos de los niños compartiendo actividades.
JUNIO	Celebración Día del Niño	Posteo de video alusivo a celebración del día del niño donde los niños aparecen realizando actividades en grupo junto a las maestras y padres de familia.

<<< **Tabla 2. Cronograma Semestral Facebook.**

Cuando hablamos de narrativa transmedia o transmedia *storytelling*, esta se define como un proceso en el que se difunden varios elementos de una historia central, en el que se integran una ficción que se van difundiendo mediante varios canales con el objetivo de generar entretenimiento de forma uniforme y coordinada. Jenkins (2007).

Es por esta razón que dentro de las publicaciones proyectadas donde se ha empleado la narrativa transmedia para dar a conocer historias como la de Natasha y Santiago, donde se narra su evolución dentro del centro infantil, una vez que ellos han formado parte del proyecto, para encontrar contenido atractivo con historias reales y continuar empleando esta temática para seguir narrando mas historias en las redes con nuevos casos o casos especiales que se presenten en los centros infantiles de ambos sectores tanto como de Bastión Popular y de Isla Trinitaria.

Lo que se propone es realizar un cronograma de publicaciones y que se presente fotos en tiempo real y que esta sea pautada por parte la institución, de tal forma que se vaya difundiendo la información en las redes sociales.

También se planea realizar concursos desde la *fanpage*, para captar más seguidores. Dentro de los concursos que se tiene planteado es ganar “Un día como alcaldesa o alcalde”, dicho incentivo será planificado y ejecutado en conjunto con la Municipalidad de Guayaquil.



<<< **Figura 9. Página de inicio de Facebook**

Por otro lado, proponemos una línea gráfica para todas las redes sociales. En el modelo de los posts se pretende informar en diferentes aspectos como: actividades diarias, evolución de la infraestructura, contenido y eventos académicos que se realicen dentro o fuera del centro del espacio oficial de Premi y Mi Casita Grande.



<<<Figura 10. Modelo de post para portada de Facebook



<<<Figura 11. Modelo de post para Facebook PREMI Mi Casita Grande



<<<Figura 12. Publicaciones pagadas en Facebook.

Admini... Notificaciones Estadísticas **Centr...** Más ▾ Configuración Ayud

	Mensajes Aprendiendo y compartiendo en PREMI del CA... Promocionada por Pame Ayala Cabrera el Aug... Completado	10 306 Personas alcanza...	24 Conversaciones c...	11,00 \$ Gasto total: 11,00 \$ Ver resultados
	Interacciones con la publicación Hoy nos pueden encontrar en CAMI de Cisne 2... Promocionada por Pame Ayala Cabrera el Aug... Completado	17 992 Personas alcanza...	1825 Interacción con la ...	10,00 \$ Gasto total: 10,00 \$ Ver resultados
	Mensajes Tambores japoneses 😊 ¡Nuestros niños disfr... Promocionada por Pame Ayala Cabrera el Jul ... Completado	3120 Personas alcanza...	3 Conversaciones c...	3,00 \$ Gasto total: 3,00 \$ Ver resultados
	Visitas en el sitio web http://www.primerainfancia.casagrande.edu.ec/ Promocionada por Pame Ayala Cabrera el Jul ... Completado	19 112 Personas alcanza...	213 Clics en el enlace	19,81 \$ 2,00 \$ gastado al día Ver resultados
	Interacciones con la publicación Desde el año 2018 el Centro Infantil Premi Mi ... Promocionada por Pame Ayala Cabrera el Jul ... Completado	56 160 Personas alcanza...	658 Clics en el enlace	53,00 \$ Gasto total: 53,00 \$ Ver resultados

<<<Figura 13. Información de publicaciones en Facebook

PÁGINA WEB

El proyecto Premi Mi Casita Grande cuenta con una página web <https://www.primerainfancia.casagrande.edu.ec/>, esta página fue publicada durante el mes de Enero del 2019, una vez que se realizó el diagnóstico al proyecto, lo que se propone para hacer más interactiva la página y llamar la atención de nuestro público objetivo que son los padres de familia participantes del proyecto es lo siguiente:

- **Actualización de contenidos como galería de fotos cada 30 días.**

Esta es una propuesta para que los padres de los niños participantes muestren más interés en visitar la página web y puedan descargar alguna foto de sus niños, porque hay algunos padres que por motivos de trabajo a veces no podrán acudir a todas las actividades que se realizan en los centros infantiles.

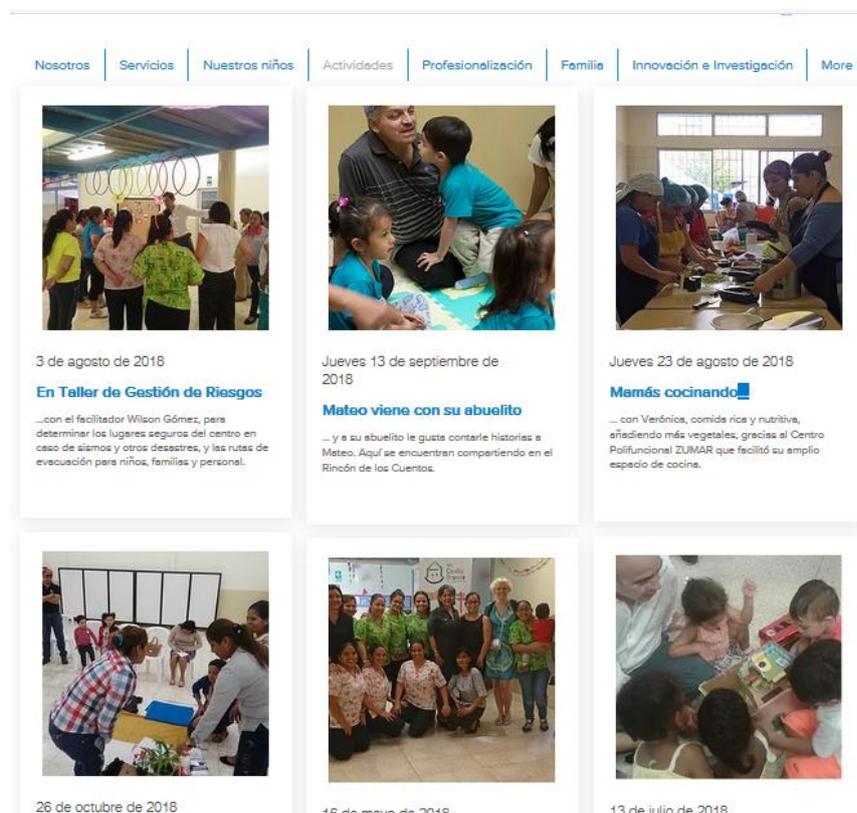
"Aprendemos explorando, experimentando, jugando, leyendo, cantando y conversando"



<<<Figura 14. Galería de fotos página web

- **Emisión de comunicados y noticias acerca del proyecto.**

Al ingresar a la página en la pestaña actividades se encuentran las noticias y tipo de boletines donde se detallan eventos que se han realizado dentro del centro junto a los padres, esta información es la que debe ser actualizada cada 3 meses para que sea información oportuna no solamente para los de familia sino también para los profesionales que estén realizando algún tipo de investigación o estudio dentro del centro.



<<< **Figura 15. Vista de Actividades, tipo boletines.**

- **TimeLine**

Dentro del timeline nos explica la cronología desde los inicios del centro hasta la actualidad, también encuentras la información de los programas que ofrece como Premi y Mi Casita Grande, además de los logros que se han obtenido en estos dos años como firmas de convenios con organismos

internacionales y la apertura del nuevo centro infantil en el sector de Isla Trinitaria.

- **Enlazar la página con las redes sociales del proyecto**

Desde la página podemos enlazar con las 3 redes sociales que son Facebook, Instagram y youtube, lo que queremos lograr es que los padres vean en la página web una herramienta completa para acceder de manera más rápida a cualquiera de las otras plataformas digitales en caso de que no tengan conocimiento de las cuentas oficiales del proyecto.



<<< **Figura 16. Vista desde la página para enlazarse con las redes del proyecto.**

- **Videos con actividades de los niños**

Es lo que se propone en el plan de videos semestral, para que visiten el canal de youtube, además el link también será insertado y promovido en las publicaciones que se harán en las redes sociales de Facebook y de Instagram como estrategia para poder conectarlos a la página.

Cuerpo de la página web



<<<Gráfico 3. Cuerpo de la página web

Nosotros. - Al hacer click en esta pestaña de la página, se encuentra la información a través del timeline que se menciona y un detalle de todos los logros que se han tenido en tan solo 2 años de ejecución del proyecto.

Servicios. - Se detallan en que se diferencian los servicios de Premi – Mi casita Grande y cuál es la diferencia entre los dos programas, pues uno es para los niños de 6 meses hasta 2 años y el otro programa Mi Casita Grande es para los niños de 2 a 5 años de edad.

Nuestros Niños. - Al desplegar esta pestaña se encuentra la galería de fotografías con las actividades lúdicas que realizan los niños dentro de los centros infantiles y también en conjunto con sus padres.

Actividades. - Aquí se encuentra información tipo boletines de las actividades de mayor relevancia que se han realizado en los centros y que sirven de soporte o evidencia para las personas que buscan información acerca del proyecto.

Familia. - Al hacer click aquí se da una breve descripción de los servicios que ofrecen como apoyo y acompañamiento familiar a los participantes del proyecto que son niños y padres.

Innovación e Investigación.- Aquí se encuentra un resumen de una breve investigación que se realizó sobre el desarrollo del aprendizaje de los niños en la primera infancia durante sus primeros años.

Donaciones. - Dentro de la página se encuentra habilitada esta pestaña donde se indica todos los productos que se pueden donar para los centros infantiles, como útiles escolares, juguetes y materiales que pueden ser usados dentro de los centros, se hace hincapié en no donar productos plásticos.

OTRAS ACCIONES

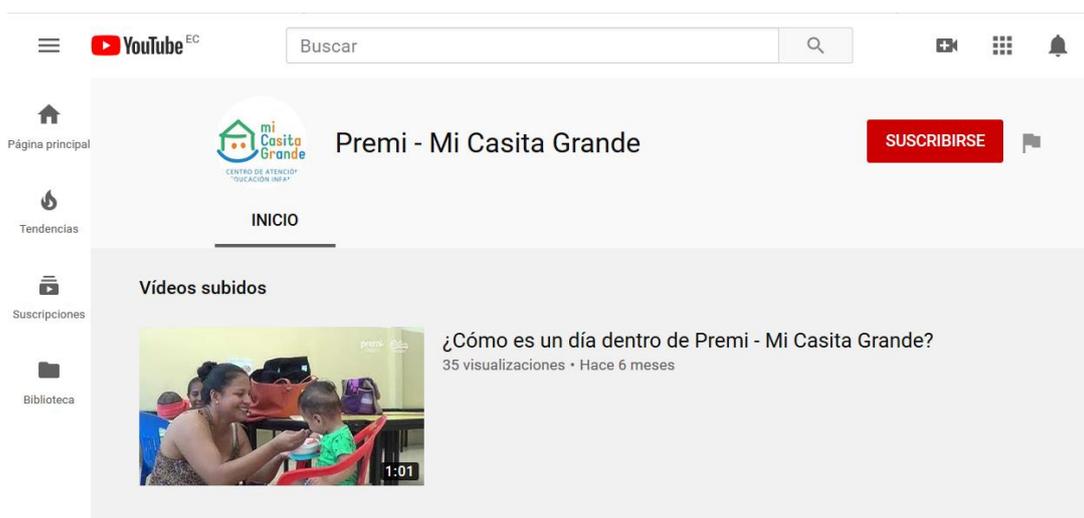
- Realizar actualizaciones de la galería de fotos cada 20 días.
- Subir material que sea descargable, tales como ejercicios prácticos y material lúdico para que los niños practiquen junto a sus padres y se refuerze su proceso de enseñanza.
- Se propone cambiar los colores de la página en un 25%, con colores que estén más acorde a la marca.
- También se propone subir video en 360, para que la gente pueda conocer las instalaciones de los centros desde la comodidad de su hogar, sin necesidad de movilizarse hasta los centros.



<<< **Figura 17. Inicio de la web de Premi y Mi Casita Grande**

Mientras que otro de los canales que se usarán es **Youtube**.

A pesar que PREMI y Mi Casita Grande ya tenía un canal de Youtube, los directivos del proyecto no tienen acceso a la cuenta de la misma, a pesar que se hizo el respectivo reclamo a Youtube que se nos entregara una nueva clave y el usuario; pero este intento fue fallido.



<<<Figura 18. Antiguo canal de Youtube.

Por lo que se planteó la creación de uno nuevo. Dentro de la propuesta es publicar un video por mes. Cada pieza visual se enfocará en los niños estén realizando actividades lúdicas en el centro o junto a sus padres. Dicho link será compartido en las redes sociales de Premi Mi Casita Grande, para que los seguidores puedan acceder de manera más rápida y de esta forma promover el canal.



<<<Figura 19. Actual canal de Youtube

A continuación, presentamos el plan de videos para que sea considerado a partir del próximo año en los primeros 6 meses, para que los videos sean elaborados con anticipación.

PLAN DE VIDEOS SEMESTRAL

MES	TEMA DEL MES	CONTENIDO
ENERO	Video informativo de Premi Mi Casita Grande	Video que narra cómo surge el proyecto desde sus inicios
FEBRERO	Video promocional de los servicios que ofrece el centro	Se detallan todos los servicios que ofrece el programa para niños de 6 meses hasta 4 años de edad para iniciar un nuevo periodo
MARZO	Video testimonial de padres de familia	Video donde 2 padres de familia narran su experiencia y evolución de sus niños desde que decidieron participar en el proyecto
ABRIL	Video con los niños en actividades lúdicas	Video donde se puede apreciar a los niños involucrados en actividades lúdicas dentro del centro
MAYO	Video realizado a Carlos Troya, padre de Natasha niña participante del proyecto.	Video testimonial de los padres de Natasha que es una niña participante del proyecto quien ha tenido una evolución desde que ingreso al centro hasta la fecha.
JUNIO	Video promocional por el día del niño.	Video que narre la importancia que tiene el niño dentro de la sociedad de vivir su rol de acuerdo a su edad, que viva su infancia a plenitud.
TOTAL	6 VIDEOS	RED: YOUTUBE

<<< **Tabla 3. Cronograma Plan de Videos**

Instagram

En la red social Instagram se realizarán diferentes tipos de publicaciones, a comparación de Facebook. En el formato historias, se establecer una estructura de participación y *engagement* con los seguidores. Este engagement o lazo con la audiencia se plantea desarrollar encuestas, cuestionarios, preguntas. Cada una de estas herramientas, propias de la interfaz de Instagram, motivará la participación del público. La otra propuesta es subir microvideos o historias para ir dando mayor uso a esta página, además del uso de hashtag oficial #PorUnaNiñezFeliz.



<<< **Figura 20. Cuenta de Instagram.**

La imagen que está colocada en la parte superior es como se ve actualmente la página de Instagram, nuestra propuesta en enfocar Instagram como un medio de comunicación digital para un público docente, ya que los padres de familia tienen un uso nulo de la red social mencionada anteriormente.

Es por esto que decidimos escoger esta red ya que nos enfocaremos a público más joven o estudiantes de universidad de la carrera de Párvulos, Educación entre otras.



<<< **Figura 21. Diseños de post para historias de Instagram**

En ambas redes lo que se busca difundir principalmente son las actividades que realizan los niños dentro de los centros infantiles tanto del sector de Bastión Popular como de Isla Trinitaria de la ciudad de Guayaquil.

Si bien es cierto para poder tener una planificación de los posts que se realizarán de manera mensual, presentamos en la siguiente tabla un plan semestral de publicaciones, las mismas que están sujetas a cambios en cuanto a las actividades propuestas por los directivos del proyecto.

A continuación, se detalla el plan semestral de publicaciones para las redes de Facebook y de Instagram en la siguiente tabla:

PLAN DE PUBLICACIONES SEMESTRAL PARA INSTAGRAM

PERIODO ENERO A JUNIO 20

MES	TEMA	CONTENIDO
ENERO	Introducción	Posteo donde se hace énfasis en la esencia de la enseñanza de Premi Mi Casita Grande y posicionamiento de hashtag #PorUnaNiñezFeliz
FEBRERO	Aprendizaje	Posteo de actividades de aprendizaje realizadas por los niños dentro del centro infantil
MARZO	Actividades Grupales	Posteo de 2 videos con los niños donde se encuentran realizando actividades recreativas.
ABRIL	Involucramiento	Posteo de actividades donde los niños se involucran de manera individual y personalizada junto sus padres.
MAYO	Desarrollo de Habilidades	Posteo de actividades de exploración y experimentación.
JUNIO	Celebración Día del Niño	Posteo de video alusivo a celebración del día del niño donde los niños aparecen realizando actividades en grupo junto a las maestras y padres de familia.

<<<Figura 22. Planificación de publicaciones en redes sociales.



<<<Figura 23. Publicaciones actuales de la página de Instagram de Premi Mi Casita Grande

Hashtag #PorUnaNiñezFeliz

Se plantea el uso de este hashtag ya que es un reflejo de la marca de Premi y Mi Casita Grande. Lo curioso de este centro es que uno llega al centro de educación inicial, ya sea en Isla Trinitaria o Bastión Popular y nunca se escucha un niño llorando, es decir, cada niño es feliz en su entorno, ya sea que esté con el docente o su padre de familia dependiendo del programa en el que participe.

Por una niñez feliz, es la frase o slogan de la marca de Premi Mi Casita Grande, sin embargo, se hizo un análisis del mismo a través del círculo dorado de la marca en donde se llegó a la siguiente conclusión:



<<< Gráfico 4. Círculo dorado de la marca Premi y Mi Casita Grande

Objetivos de la Campaña

- Comunicar la importancia que tienen los niños en la sociedad, de vivir su rol de niños de acuerdo a su edad.
- Vincular a los padres con el desarrollo psicomotriz de sus hijos.
- Ofrecer contenidos para involucrar a padres e hijos para cultivar un buen ambiente familiar en el hogar.
- Otorgar herramientas informativas y participativas a través de diferentes plataformas digitales.

Mensaje

En cuanto al mensaje que se va a desarrollar durante la campaña, se va a hacer hincapié en el amor y la unidad familiar como parte fundamental en el desarrollo de la primera infancia de los niños acompañado con el hashtag #PorUnaNiñezFelíz. Este slogan y hashtag ha sido aprobado como mensaje oficial desde los inicios del proyecto, e irá acompañado de imágenes de los niños desarrollando sus actividades y de esa manera lograr el posicionamiento de la marca en la mente de los prosumidores.

Además, los padres de familia están familiarizados con este tipo de contenidos pues se realizó un plan piloto de pauta por 1 mes en la red social Facebook.

Viabilidad y originalidad del proyecto

Después de haber realizado entrevistas a profundidad durante la fase de investigación, se constató que se tuvo capacidad de respuesta en las redes sociales, en cuanto a la página web los padres de familia mostraron interés en saber monitorear la página y acceder a la información que se emita a través de la misma.

Con el canal de YouTube también se tuvo buena acogida pues los padres les interesa mucho ver videos de como interactúan sus hijos dentro del centro.

Además del sondeo realizado a los padres de familia todos tienen acceso a internet desde sus hogares y en dispositivos móviles.

La directora del proyecto recalcó que es importante que exista dentro del proyecto un analista o asistente de comunicación dentro del proyecto, pues todas estas acciones ayudan a que el proyecto tenga visibilidad no solamente en la parte digital sino también a nivel de la ciudadanía y se vaya posicionando en la mente de los usuarios y de la ciudadanía en general.

Presupuesto

En la siguiente tabla se detalla el presupuesto que fue calculado en datos reales el tiempo que duro el prototipo, que fue por el lapso de 2 meses, se ha hecho una referencia mensual y también por 6 meses, tomando en cuenta que el

proyecto no cuenta con un rubro destinado para la estrategia, se ha considerado por 6 meses.

PRESUPUESTO MENSUAL Y SEMESTRAL DE PREMI MI CASITA GRANDE

Gastos Fijos	Monto Mensual	Meses	Total	Observaciones
Sueldo Comunicador Free Lance	\$80,00	6	\$480,00	
Publicaciones pagadas en Facebook	\$25,00	6	\$150,00	
Publicaciones pagadas en Instagram	\$25,00	6	\$150,00	
Diseños y Artes	\$70,00	2	\$140,00	Los Diseños y artes se realizarán cada 3 meses
Mantenimiento de la Web	\$20,00	6	\$120,00	
Videos	\$200,00	3	\$600	Se han realizado 3 videos
Gastos Totales	\$ 420,00		\$1640,00	

<<<Tabla 4. Presupuesto Semestral web y redes

Elaborado por: Pamela Ayala Cabrera

Metodología del testeo del prototipo

Para realizar el testeo del prototipo se realizó grupos focales con la Msc. Marcela Santos, directora del proyecto Premi Mi Casita Grande, de igual forma se realizó el testeo con el equipo de docentes quienes coinciden en que el darle prioridad y un mayor funcionamiento a la página web y el canal de youtube, con contenidos que permitan interactuar a los padres de familia, además de usar las redes sociales existentes difundiendo las actividades que realizan los niños en el centro

Dentro del testeo del prototipo realizamos las entrevistas al grupo de docentes para que nos dio su opinión acerca de la propuesta que se plantea dentro del prototipo y destacamos algunas de las entrevistas en las que el Psicólogo Álvaro Vargas, técnico de acompañamiento familiar y la Lcda. Esthela Escobar, Lcda. Evelyn Núñez, Lcda. Ryna Ramírez, docentes del equipo de Premi Mi Casita Grande dieron importantes aportes.

De igual manera se realizó entrevistas con expertos en medios digitales y comunicación quienes dieron su punto de vista con respecto al prototipado.

ENTREVISTAS EVALUACION DEL PROTOTIPO

Entrevista realizada a Marcela Santos, directora del Proyecto.

Preguntas

1.- ¿Qué opina de la aplicación de una estrategia digital para obtener más audiencia para Premi y Mi Casita Grande?

Considero que es importante. Dentro de ello, hemos definido por ahora dos audiencias: a) los padres y madres de familia, usuario y potenciales usuarios de nuestros servicios y b) los profesionales, colegas de la educación y colegas académicos e investigadores afines a nuestro campo de la atención y educación a la primera infancia.

2. ¿Qué opina del contenido que se encuentra dentro de la propuesta de la estrategia digital?

Considero que hay que proponerlo en nuestro presupuesto ya que el uso de estas plataformas ayuda a que nuestra labor sea visible y también nos encamina a la innovación que viene acompañada de la tecnología que es fundamental hoy en día para cualquier empresa o institución con o sin fines de lucro.

3. ¿Qué le transmite el hashtag #PorUnaNiñezFeliz?

A mí, que estoy dentro del programa y que acogí “por una niñez feliz” como el slogan de nuestros servicios, me transmite alegría, sensación de bienestar. A mí me evoca las sonrisas de nuestros niños con sus mamás cuando están en nuestro programa, cuando juegan, exploran, experimentan, crean, comen, escuchan, hablan, etc.

4. ¿En realidad refleja el valor de la marca?

Refleja lo que queremos lograr en nuestro centro, que es de hecho lo que logramos en buena medida.

5. ¿Cómo ha visto la participación del público luego de empezar las campañas en redes sociales?

Ha aumentado notablemente la afluencia de visitantes a Facebook. Al principio era porque se pagaban las promociones, pero ahora vemos muchos *likes* en *facebook* aunque no hayan pagado esas publicaciones, esto es porque ya muchas familias están atentas a nuestras publicaciones, además de que estas ya aparecen en muchos perfiles porque los padres las comparten.

6.- Por último, ¿qué le cambiaría a la estrategia?

Tendría que analizarlo más adelante según como se vaya dando la respuesta de los usuarios de nuestras páginas.

Entrevista realizada a Lcda. Esthela Escobar Cabezas

Parvularia Centro Infantil Isla Trinitaria.

Preguntas

1.- ¿Qué opinas sobre el uso de redes sociales para poder difundir las actividades del proyecto Premi Mi Casita Grande?

Me parece que es super apropiado, puesto que usando redes sociales se llega a más gente, no solamente del ámbito educativo, sino a madres jóvenes que pasan mucho tiempo en las redes sociales, es mucho para ellos receptar la información, es la población a la que llegamos cuándo usamos redes sociales.

2.- ¿El hashtag utilizado impulsa el valor de la marca?

Si, hace la diferencia y que se note que el método de enseñanza con el que trabajamos es diferente.

3.- ¿Qué opinas del contenido que está reflejado dentro del prototipo?

Pienso que el contenido del prototipo esta manejado de acuerdo a lo que hacemos, se ha dado a conocer lo que se hace dentro del proyecto, el aporte que se está dando a la educación en casa, al trabajar con primera infancia no siempre la persona que esta en casa sabe como guiar al niño y a través de estas herramientas digitales propuestas se esta llegando a muchos padres de familia y público en general.

4.- ¿Cree usted que lo que se propone dentro del prototipo, les ayudará a ustedes como docentes a promover el uso de estas plataformas digitales?

Nosotros creemos en la parte de la socialización, las redes, el contenido que se ha publicado en el canal de youtube es para dar una respuesta, a la educación en casa, no solamente para nosotros sino para otros docentes de otras instituciones lo que se propone en el prototipo si promueve el uso de estas plataformas.

5.- ¿ Como ve usted el comportamiento de los padres de familia con el uso de estas plataformas?

Nosotros somos un centro inclusivo y al ser un centro de esta categoría tenemos personas de toda índole, estrato, condición social y también tenemos a personas con alguna discapacidad física, te podría decir que el 90 % de los padres ha aceptado favorablemente el uso de estas plataformas, el 8% ha mostrado ciertos inconvenientes por problemas económicos, pues mucha gente se mueve por

medio de recargas y el 3% es porque tiene algún tipo de discapacidad física o son adultos mayores que están a cargo de los niños en casa y no manejan este tipo de herramientas digitales.

Entrevista realizada A Lcda. Rina Ramírez

Técnica Parvularia del Centro Polifuncional Zumar.

Preguntas

1.- ¿Qué opinas sobre el uso de redes sociales para poder difundir las actividades del proyecto Premi Mi Casita Grande?

El uso de las redes nos ha permitido interactuar a través de estas herramientas con el grupo de padres más jóvenes que son los que pasan mayor tiempo en el celular, y hemos también visto como muchos padres que no son participantes del proyecto realizan consultas de cómo obtener un cupo para poder ingresar a sus hijos y eso nos da mucha satisfacción saber que estamos llegando a más personas, que nuestro proyecto se está conociendo.

2.- ¿El hashtag utilizado impulsa el valor de la marca?

Si, nuestra marca está dirigida a servicios de desarrollo infantil y primera infancia y el hashtag afirma que nuestros niños sean felices a través de nuestra enseñanza.

3.- ¿Qué opinas del contenido que está reflejado dentro del prototipo?

Pienso que el contenido del prototipo es de gran ayuda para nosotros porque nos incentiva a dar más uso a las plataformas que teníamos pero que no encontrábamos una manera correcta y coordinada de usarlas, con lo que se propone con los cronogramas y el contenido que se generara para estas plataformas pienso que le dará un plus a nuestra labor y se llegará a muchísimas más personas.

4.- ¿Cree usted que lo que se propone dentro del prototipo, les ayudará a ustedes como docentes a promover el uso de estas plataformas digitales?

Pienso que el contenido del prototipo sera de gran ayuda para nosotros poder plasmar todos nuestros conocimientos y enseñanzas, socializar con los padres decirles que si no recuerdan algún ejercicio que si desean transmitir lo que han aprendido a otros padres de familia y no saben como hacerlo, los inviten a visitar

las plataformas digitales y ahí se encuentra la información plasmada, es y será de vital importancia para nosotros pues ahora todo es digital.

5.- ¿ Como ve usted el comportamiento de los padres de familia con el uso de estas plataformas?

Los padres han respondido de una manera positiva pues hay muchos que sus edades oscilan entre los 18 años y 25 años y manejan a la perfección las redes están al día, otro grupo se maneja mucho con el facebook y otra minoría son los abuelos que cuidan a los niños de ellos pues muy poco lo manejan ya que son adultos mayores, pero como te digo la mayoría son padres jóvenes y la respuesta ha sido positiva.

Entrevista realizada a Psicólogo Álvaro Vargas, Técnico de Familia de Inclusión del Centro Isla Trinitaria.

Preguntas

1.- ¿Qué te parece fomentar el uso de las redes sociales y otras herramientas digitales como el canal de youtube y página en los docentes y padres de familia?

Me parece una excelente idea porque eso es lo que actualmente se está utilizando en las empresas y demás instituciones, estas herramientas pueden ser un puente de aprendizaje para los padres de familia y herramientas adicionales para nosotros.

2.- ¿El hashtag utilizado impulsa el valor de la marca?

Por supuesto que sí, es el hashtag con el que hemos iniciado y con el que nos identificamos, es nuestro slogan ya si los padres nos identifican ya, eso somos en Premi Mi Casita Grande trabajamos para que los niños sean felices con nuestras enseñanzas.

3.- ¿Cómo has visto el nivel de aceptación de los padres de familia en cuanto al uso de estas plataformas?

Veo con muy buenos ojos el nivel de aceptación, esto es lo que actualmente se está viviendo pasamos tiempo considerable más de 3 o 4 horas diarias en el

celular, es lo que han mostrado los estudios y pues pienso que es una muy buena fuente para que los padres se nutran de información valiosa para la enseñanza de sus hijos, han respondido muy bien al contenido que se ha posteado durante este tiempo.

4.- ¿Usted qué opina en utilizar la página web existente y las cuentas oficiales que tiene el proyecto para difundir información sobre consejos para padres que le podrían ayudar a los padres en la enseñanza de sus hijos?

Claro yo pienso en lo personal que las tecnologías tal como la página web, serían de mucha ayuda, ya que los padres se pueden nutrir de conocimiento, de consejos, de algún artículo interesante que se podría aplicar en casa, creo que sería muy viable de crear esa cultura esa práctica de que el padre ya en casa revise la página, se acostumbre, incluso encuentre un disfrute en aquello, y claro vamos a ver casos en los que realmente familias que no tienen internet o no tienen posibilidad de un computador, hoy en día en un mundo tan digitalizado es normal, sabemos que hay padres en nuestro centro que si tienen el acceso y que si se promueve aquello sería de gran ayuda en casa.

5.- ¿Qué opina de lo que se ha planteado en el prototipo para difundir la labor que realizan?

Me parece una excelente iniciativa que demos este gran paso, que no solamente se quede en las aulas de los centros lo que enseñamos a los padres, sino que se replique o que la información se vuelva un referente que se encuentra en las plataformas, esto nos llevará a otro nivel.

Resultados del testeo del prototipo

Luego de haber realizado las sesiones de trabajo con la directora y los docentes del proyecto Premi Mi Casita Grande. Se pudo evidenciar que la propuesta y el proyecto “Diseño de Estrategia Digital para Premi Mi casita Grande” son viables.

Los entrevistados destacan que la estrategia de cómo utilizar los diferentes canales para difundir el trabajo que se realiza dentro de los centros infantiles y promover dentro de los padres el uso de estas plataformas es la apropiada.

Además, concuerdan en que a través de esta estrategia se va a llegar a otros segmentos de la población que también muestran interés en el proyecto.

Se clasificó en diferentes categorías para poder mostrar los resultados del testeo del prototipo presentado.

NUMERO DE ENTREVISTADOS	CONTENIDO	MEDIOS DE COMUNICACION	MENSAJE	VIABILIDAD
ENTREVISTADO 1	Me parece interesante	Están muy bien escogidos	Nos identifica el hashtag	Si es viable
ENTREVISTADO 2	Acorde con lo que hacemos desde los centros	Son los que más se usan.	Es claro se entiende que es dirigido a lo que hacemos	Se trabajará con lo que tenemos, es viable.
ENTREVISTADO 3	Está muy bien la propuesta de los cronogramas	Facebook la más usada por los padres	Se entiende los padres lo asimilarn	Reforzaremos herramientas que no estábamos utilizando
ENTREVISTADO 4	Si es muy buena iniciativa para las redes	Si está muy bien que nos activemos en redes.	Me gusta no pierde el enfoque de lo que hacemos	Pienso que todo lo que se propone si es viable
ENTREVISTADO 5	Me encanta el tipo de contenido para las redes	A través de este tipo de canales Podemos interactuar con los padres	Se identifica con nuestra labor	Es viable, se entiende todo lo que se propone
ENTREVISTADO 6	Es una excelente propuesta	Se activará la comunicación en redes	Es claro se transmite nuestra esencia	Si es viable, se puede realizar y los padres también han mostrado su interés siguiendo las actividades a través de la página.
ENTREVISTADO 7	El contenido es acertado, me gusta	Lo de activar el canal de youtube, me gusta muchísimo	Siento que si nos identificaran con ese mensaje	Me gusta es acertado y viable.

<<<Tabla 5. Grilla con resultado de testeo a docentes del Proyecto Premi Mi Casita Grande

• Contenido

Lo que se propone dentro del prototipo en cuanto al contenido fue calificado de manera acertada, pues lo que se sugiere es que las actividades que se realizan en el centro sean compartidas a través de las plataformas, los docentes manifestaron que en cuanto a la línea gráfica y los diseños presentados para las redes como *facebook* e *instagram*, son novedosos y llamativos y de seguro los padres de familia asimilarán la información posteada en redes, pues la mayoría son padres de familia jóvenes que están receptivos y usan la tecnología para informarse.

• Medios de comunicación

Los medios de comunicación que se proponen usar dentro del prototipo son los acertados, luego de realizar las entrevistas se determinó que la red más usada es facebook y es una de las que más seguidores tiene, en cuanto a instagram y youtube se pretende llegar a tener la misma interacción con estas dos redes, es por eso que se propone el cronograma para darle más movimiento a estas dos redes y en cuanto a la página web también se determinó por parte de los entrevistados que es una herramienta fundamental, que no se debe dejar de lado pues esta es la carta de presentación del proyecto, pues aquí se muestra información detallada para las personas y usuarios que necesiten saber y conocer datos exactos de Premi Mi Casita Grande.

• Mensaje

El uso del hashtag promueve la esencia del proyecto que es los servicios educativos en temas de desarrollo temprano y educación materno infantil, adicional a las imágenes que se proyectan para los medios digitales, las mismas hacen que se genere mayor interés por parte de los padres de familia que son nuestro público objetivo y usuarios que también desean formar parte del proyecto.

Con las estrategias propuestas para las diferentes plataformas digitales lo que se pretende es que los usuarios también interactúen generen su propio contenido identificándose con el mensaje.

- **Viabilidad.**

Se califica el contenido propuesto por parte de los expertos en generación de contenido como un prototipo viable, pues lo que se hace es generar contenido para alimentar las plataformas pero con contenido real basado en las actividades y labor que se realizan dentro de los centros infantiles e impartir información por parte de personal calificado en temas de enseñanza en educación materno infantil y desarrollo temprano, que es un contenido de calidad lo que generara más interacción con el público objetivo y captará mas usuarios y generará enganche con las audiencias.

Conclusiones y Recomendaciones para mejorar el prototipo

Se concluye que las herramientas que se van a utilizar para la estrategia digital son las adecuadas pues son conocidas tanto por el personal docente y también por la mayoría de los padres, aunque manifiestan que no están muy familiarizados con la red social Instagram, pero esta es una herramienta que ayudaría a captar nuevos grupos de interés de prosumidores (como por ejemplo personal docente), ya sea que esté estudiando en la maestría o pregrado. Si se usan muy bien las opciones de esta red con lo que respecta a fotos y videos se plasmaría mucho mejor los contenidos para dar mayor visibilidad.

Las fotos utilizadas son netamente de los niños junto a sus padres mientras realizan actividades dentro de los centros infantiles, donde se pueden transmitir la conexión que existe entre padres e hijos.

En base a los datos recogidos, se plantea en el siguiente proyecto que sigan utilizando las redes ya creadas con la finalidad de difundir el contenido de las acciones que se realizan dentro del proyecto, para aumentar una audiencia macro que conozca de qué se trata este proyecto y así mismo, implementar estrategias de *fundraising* para la recaudación de fondos y obtener recursos económicos para casos de emergencia y que Premi Mi Casita Grande siga vigente y no se vean afectados los participantes que son los niños que acuden al proyecto en el momento que no haya apoyo por parte de las entidades con las que se tiene el convenio.

Recomendaciones:

Lo que se recomienda es la contratación de un asistente de comunicación que realice todas las actividades enfocadas a la comunicación y promoción de difusión del proyecto tanto en redes sociales como en medios tradicionales puede ser radio o televisión se realicen agendas de medios etc.

Si el proyecto no cuenta con los recursos suficientes para realizar esta contratación se recomienda realizar convenios con la Universidad Casa Grande para que los pasantes de la Facultad de Comunicación Mónica Herrera de la UCG, realicen sus pasantías con el manejo de las redes oficiales Y además propongan actividades de promoción del proyecto.

Se recomienda destinar un presupuesto razonable para realizar pautaaje con ambas redes sociales, pues el tiempo que se llevó a cabo el prototipado que fue por el lapso de 1 mes, se reflejó en las métricas donde se tuvo aceptación por parte de los usuarios de las redes y se pudo constatar la acogida por parte de los padres de familia interesados en este proyecto.

Realizar concursos en redes sociales para llamar un poco más la atención de los usuarios y que exista más interacción para captar nuevos grupos objetivos.

Una vez que se empiece a generar el contenido propuesto dentro del cronograma de publicaciones para el canal de youtube, se recomienda empezar a promocionar dentro de las publicaciones de las redes sociales el link del canal de youtube y también incentivar a los padres de familia participantes a que visiten el canal, esta recomendación debería hacerla el personal docente.

En cuanto a la red social instagram se recomienda seguir el cronograma de publicaciones propuesto para que haya un equilibrio con la página de facebook del proyecto, la idea es tener activas ambas cuentas oficiales del proyecto, para difundir la información y captar más seguidores.

Mejorar la línea grafica existente.

Seguir alimentando la página web con información actualizada e implementar más innovación en el contenido, así como lo hace el videojuego Güeyitas, que es lo que se propone en el benchmarking.

Bibliografía

Castells, M. (1997 a). La era de la información: economía, sociedad y cultura.

Vol. 2 el poder de la identidad. Madrid: Alianza Editores

Castells, M. (1997 b). La era de la información: economía, sociedad y cultura.

Vol. 1 la sociedad red. Madrid: Alianza Editores

Chen, B., & Marcus, J. (2012). Students' self-presentation on Facebook: An examination of personality and self-construal factors. *Computers in Human Behavior*, 28(6), pp. 2091-2099.

Doucet, A. V. (2008). Análisis de contenido y propuesta de metadatos para la representación documental de la fotografía científica: un estudio de casos. Tesis Doctoral para la obtención del grado de doctor en documentación. Universidad de Granada, Granada, España.

Galvis, Y., Silva, M. (2016). "Comunicación: reputación y crecimiento empresarial" *Revista científica Pensamiento y Gestión*, ISSN: 1657-6276, No. 41. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.14482/pege.41.9711>

García, A. (2006). Virtual, real y corporal. El eros cyborg y las identidades en el ciberespacio. *Revista de antropología experimental*, 6, pp. 43-54.

Giddens, A. (1997). Modernidad e identidad del yo: el yo y la sociedad en la época contemporánea. Barcelona: Península.

Giménez, G. (2007). Estudios sobre la cultura y las identidades sociales (Vol. 18). Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

Goffman, E. (2001). La presentación de la persona en la vida cotidiana. Buenos Aires: Amorrortu

Gonzales, Roncallo, Uribe & Arango (2015). Factores que facilitan la generación de 'engagement' con programas de televisión: exploración cualitativa desde la identidad del canal, las características del producto y la valoración de las audiencias estudios *Sobre El Mensaje Periodístico*, 22(2), 995-1017

Igartua, J. J. (2012). Tendencias actuales en los estudios cuantitativos en comunicación. *Comunicación y sociedad*, 17, 15-40.

Renau R., Oberst V., Oberst U., Carbonell-Sánchez X. (2013). Construcción de la identidad a través de las redes sociales online: una mirada desde el construccionismo social. *Anuario de psicología / The UB Journal of psychology*, 43 (2), pp. 159-170.

Turkle, S., (1997). La vida en la pantalla: la construcción de la identidad en la era de Internet. Barcelona: Paidós.

Virilio, P. (1997) Cibermundo. ¿una política suicida? Conversación con Philippe Petit. Santiago: Dolmen Ediciones.

Elizabeth Stinson. (2016). Reacciones de Facebook, el botón Me gusta totalmente rediseñado, está aquí. 2016, de WIRED Sitio web: <https://www.wired.com/2016/02/facebook-reactions-totally-redesigned-like-button/>

Serrano-Puche Javier . (2013). Vidas conectadas: tecnología digital, interacción social e identidad. Revistas Científicas Complutenses, Vol 18, 12. Recuperado de: <http://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/44249/41810>

Scolari A. Carlos. (2015). Ecología de Medios. Barcelola: Gedisa S.A. P. (12)

BBC Mundo. (agosto 3,2016). Qué es "Historias" de Instagram y en qué se diferencia de Snapchat. noviembre 2, 2018, de BBC Recuperado de: Sitio web: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-36962958>

Caride A. (2018). Sácale el mejor partido a las Historias destacadas de Instagram. 19 de octubre del 2018, de hoyreka Sitio web: <https://www.hoyreka.com/historias-destacadas-instagram/>

Pulido, M., Benítez, L. (2016). "Recomendación entre iguales": el papel de los prosumidores en la reputación online de las organizaciones. Pensar en la Publicidad, ISSN: 1887-8598, 49-62. Recuperado de: <http://revistas.ucm.es/index.php/PEPU/article/view/53773>

Cobo Romaní, Cristóbal; Pardo Kuklinski, Hugo. 2007. Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / México DF.

Morrisey G., (1996). Pensamiento estratégico: construya los cimientos de su planeación. Madrid, España. PRENTICE HALL HISPANOAMERICANA S.A

Alonso J. (2011) Cuadernos de comunicación. Evoca. Madrid España. Recuperado de: www.evocaimagen.com

We are Social (2018). Digital in 2018. Recuperado de: <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-global-overview-86860338>

Rivera E. (2012) Crowdfunding: La enclosión de la financiación colectiva, un cambio tecnológico, social y económico. Recuperado de: www.microtemas.com

Deterding, S., Khaled, R, Nacke, L.N., Dixon, D. (2011) Gamification: Toward a Definition. ACM Digital Library. Recuperado de: <http://gamification-research.org/wp-content/uploads/2011/04/02-Deterding-Khaled-Nacke-Dixon.pdf>

Valda F., Arteaga C. (2015). Diseño e implementación de una estrategia de gamificación en una plataforma virtual de educación. FIDES ET RATIO Volumen 9. P.65

Ordanini, A.; Miceli, L.; Pizzetti, M.; Parasuraman, A. (2011). Crowd-funding: transforming customers into investors through innovative service platforms. *Journal of Service Management*, 22 (4), p. 443-470

América Economía. (28 de julio de 2014). *América Economía*. Obtenido de ¿Qué es una estrategia digital y por qué necesitas una?: <https://www.americaeconomia.com/analisis-opinion/que-es-una-estrategia-digital-y-por-que-necesitas-una>

INEC. (2017). *Tecnologías de la Información y Comunicación* . Quito: INEC.

MIES. (12 de marzo de 2018). *Inclusión.gob*. Obtenido de 176 Infantes egresan de programa CNH: <https://www.inclusion.gob.ec/176-infantes-egresan-de-programa-cnh/#>

ANEXOS



Entrevistas a profundidad realizadas a personal docente de Premi Mi Casita Grande.



Método de observación participativa aplicada en el Centro Polifuncional Zumar



Entrevistas realizadas a los padres de familia en cuanto a medios digitales.

ENTREVISTAS REALIZADAS A DOCENTES PARA METODOLOGIA DEL PROTOTIPADO

Entrevista realizada A Lcda. Rina Ramírez

Técnica Parvularia del Centro Polifuncional Zumar.

Preguntas

1.- ¿Buenos días, Licenciada, ¿coméntenos cuánto tiempo lleva laborando en el centro infantil?

Desde febrero del 2018, tenemos aquí ya un año y más, ha sido la acogida muy buena, nosotros nos damos a los niños, las mamitas participan, se entusiasman de ver el crecimiento de sus niños tanto físico como emotivo, también los niños van poco a poco desarrollando sus destrezas, que es lo más importante.

2.- ¿Usted si ha visto la acogida por parte de los padres en cuanto a las redes, como ellos se sienten en las actividades que comparten con los niños?

A muy importante porque interactúan las madres con los niños, incluso antes venían las mamas, pero los papas ya se involucran, ya vienen también, padre y madre se involucran con los hijos.

Aquí son 2 horas que los padres se entregan al hijo completamente, aquí hacemos actividades que en la parte afectiva comienza a fortalecerse también entre ellos y ellos más que todo es el avance que han visto con sus niños, ha ayudado tanto también la ayuda con la psicóloga fortalecemos también la familia.

3.- ¿Existe ayuda psicológica aquí en el centro?

Si, existe ayuda psicológica, así es tanto como para el niño como para la familia, nosotros hacemos una evaluación antes de ingresar al niño, si nosotros vemos algún déficit, nosotros vamos entendiendo a la familia, vemos que está pasando en la familia, vemos en que entorno está el niño y de acuerdo a eso involucramos más a la psicóloga hacemos visitas domiciliarias con la psicóloga, cuando ya vemos el caso de que tiene que intervenir más y hemos visto el resultado de

familias que dicen primera vez que he tenido más hijos y nunca he tenido la oportunidad de hacerle este tipo de estimulación.

6.- ¿Usted cómo educadora piensa que si debería de postearse en las redes sociales de este centro esta información para que otros padres vean lo que se hace en este centro?

Si es muy importante, las redes sociales ahora todos nos manejamos con eso y si debería de difundirse más para que vean aquí es un servicio gratuito y pueden ellos acogerse a este servicio, no es necesario ir a algún centro que tiene algún costo, aquí solamente es de inscribirse y le damos un horario nada más.

4.- ¿Cuál de todas las historias de los padres de familia que han visto un resultado favorable, ¿cuál cree usted que fue la más emotiva?

7.- ¿Un mensaje para todos los padres que tienen hijos menores de 5 años?

Un consejo que solo tengamos mucha paciencia a nuestros niños, porque nuestros hijos están en ese lapso de que no van a volver a ser y nos perdemos toda esa magia que tienen nuestros hijos de poder ayudarlos, guiarlos y nosotros a futuro vamos a ver este cambio en nuestros niños y comenzar desde pequeños a cambiar esta sociedad que piensa que con los juegos, los videojuegos piensan que eso les va a ayudar al niño o darle una Tablet, para nuestros niños eso les impide progresar mentalmente como físicamente.

Entrevista realizada a Psicólogo. Álvaro Vargas,
Técnico de familia de inclusión del Centro Isla Trinitaria.

Preguntas

1.- ¿Buenos días, coméntenos cuál es su función dentro del centro infantil?

Mi función en este centro es el de técnico de familia de inclusión, prácticamente llevo un trabajo de día a día con las familias directamente, en el cuál hablamos sobre el desarrollo de sus niños, acompañado de una serie de orientación psicológica y sugerencias para el día a día y la vida práctica en casa, no solamente lo que hacemos en el centro sino lo que hacemos en casa.

2.- ¿Dentro del tiempo que ha estado trabajando aquí, ha tenido alguna historia que ha tenido que manejar de manera especial?

He tenido muchas historias, en el día a día, nosotros vemos historias que realmente impactan y te llegan emocionalmente, muchos casos difíciles pero el éxito está en manejarlos de la mejor forma posible, ya que sabemos que estamos en una población algo vulnerable en la cual se ven diferentes casos desde desnutrición hasta conflictos de parejas y familiares.

3.- ¿Los padres como ven esta ayuda que se presta orientada hacia la familia?

Gran parte de los padres que hablan conmigo en el día a día, muestran mucho interés en el proceso que estamos llevando a cabo, en este proceso en el que han visto un desarrollo en sus hijos, al principio había un poco de resistencia, que desde el ámbito psicológico lo entendemos, la resistencia a la consulta, a compartir, a tocar temas familiares, incluso algo considerado privado pero a medida que se van tomando más visitas, a medida que se van tomando más orientación, la persona se vuelve más a compartir especialmente con su hijo que es el centro.

4.- ¿Usted qué opina en utilizar la página web existente que tiene el proyecto para difundir información sobre consejos para padres o *Tips* que le podrían ayudar a los padres en la enseñanza de sus hijos?

Claro yo pienso en lo personal que las tecnologías tal como la página web, serían de mucha ayuda, ya que los padres se pueden nutrir de conocimiento, de consejos, de algún artículo interesante que se podría aplicar en casa, creo que sería muy viable de crear esa cultura esa práctica de que el padre ya en casa revise la página, se acostumbre, incluso encuentre un disfrute en aquello, y claro vamos a ver casos en los que realmente familias que no tienen internet o no tienen posibilidad de un computador, hoy en día en un mundo tan digitalizado es normal, sabemos que hay padres en nuestro centro que si tienen el acceso y que si se promueve aquello sería de gran ayuda en casa.

5.- Usted como una persona que trabaja y forma parte de este lugar, ¿Qué es lo que más le gusta de este centro?

Lo que más me gusta y que ha creado un impacto en mi vida en todo este tiempo que he estado es el contacto cercano con la comunidad, realmente el hecho de estar aquí me hace un ente transformador de la comunidad junto a mis compañeras y eso es lo que realmente me ha gustado compartir con las familias, conocer sus realidades motivarlos a tener nuevas prácticas, motivarlos a cambiar ciertos aspectos de su día a día, entonces ese contacto que realmente en lo personal ha tocado mi corazón y realmente yo también aprendo de ellos, así como todos aprendemos y compartimos de todos, es lo que me ha encantado y día a día para mi es un proceso en el que yo aprendo y siento que ellos también tienen un crecimiento, eso realmente no hay palabras para describirlo.

Eventos realizados por otras carreras de la Universidad Casa Grande que promueven a este proyecto como un centro de investigación para docentes y profesionales de la rama de la educación.

CHARLA - TALLER
*¿Qué hacen los niños en
PREMI - Mi Casita Grande?
Programa para primera infancia*
Universidad Casa Grande - Municipio de Guayaquil - Cooperación Belga

Ed. Marcela Santos, Mgtr.
Lcda. Diana Barros, Mgtr.
Ps. Cl. Sofía Mora, Mgtr.
Lcda. Jennifer Ordóñez, Mgtr.

12 Agosto del 2019
17h00
Auditorio UCG

Maestría en
DESARROLLO TEMPRANO Y EDUCACIÓN INFANTIL

POSGRADOS | Universidad Casa Grande



Estadísticas de página de Facebook



Muestra del alcance de publicación pagada



Alcance de publicación orgánica



Estadística de seguidores en Facebook en octubre 2019.