



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL



Universidad
Casa Grande

UNIVERSIDAD CASA GRANDE

TÍTULO DEL PROYECTO

Informe de Sistematización del Proyecto de Aplicación Profesional:
Estudio de mercado de École, diseño y prototipado de juguetes ecológicos

Equipo interdisciplinario:

Bucheli Franco Doménica Andrea
Guerrero Guales Wendy Katuska
Mendizábal Solís María José
Mesias Cedeño Emily Naomi
Nivelo Pacheco Ashley Joselyne
Panta Villavicencio José Andrés

Guías del Proyecto

Lotty Palacios Wanke
Marcela Santos

GUAYAQUIL, ECUADOR

Noviembre, 2022

FACULTAD DE ECOLOGÍA HUMANA

Reflexión individual de la estrategia comunicacional de École y desarrollo de eventos

Para optar al grado de:

Licenciatura en Comunicación

Elaborado por:

Mendizábal Solis María José

Guías del Proyecto

Lotty Palacios Wanke
Marcela Santos

GUAYAQUIL, ECUADOR

Noviembre, 2022



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, DOMÉNICA ANDREA BUCHELI FRANCO, autor del trabajo de titulación “SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL PROYECTO: ESTUDIO DE MERCADO DE ÉCOLE, DISEÑO Y PROTOTIPADO DE JUGUETES ECOLÓGICOS”, certifico que el trabajo de titulación es una creación de mi autoría, por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas. Con lo cual, exonero a la Universidad Casa Grande de reclamos o acciones legales.



Doménica Andrea Bucheli Franco
0926783846



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL



Universidad
Casa Grande

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

DOMÉNICA ANDREA BUCHELI FRANCO en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL PROYECTO: ESTUDIO DE MERCADO DE ÉCOLE, DISEÑO Y PROTOTIPADO DE JUGUETES ECOLÓGICOS”, de la modalidad Proyecto de Aplicación Profesional, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.

Doménica Andrea Bucheli Franco
0926783846



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL



Universidad
Casa Grande

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, WENDY KATIUSKA GUERRERO GUALES, autor del trabajo de titulación “SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL PROYECTO: ESTUDIO DE MERCADO DE ÉCOLE, DISEÑO Y PROTOTIPADO DE JUGUETES ECOLÓGICOS”, certifico que el trabajo de titulación es una creación de mi autoría, por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas. Con lo cual, exonero a la Universidad Casa Grande de reclamos o acciones legales.

Wendy Katuska Guerrero Guales
0921919791



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL



Universidad
Casa Grande

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

WENDY KATIUSKA GUERRERO GUALES en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL PROYECTO: ESTUDIO DE MERCADO DE ÉCOLE, DISEÑO Y PROTOTIPADO DE JUGUETES ECOLÓGICOS”, de la modalidad Proyecto de Aplicación Profesional, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.

Wendy Katuska Guerrero Guales
0921919791



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL



Universidad
Casa Grande

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, MARÍA JOSÉ MENDIZÁBAL SOLÍS, autor del trabajo de titulación “SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL PROYECTO: ESTUDIO DE MERCADO DE ÉCOLE, DISEÑO Y PROTOTIPADO DE JUGUETES ECOLÓGICOS”, certifico que el trabajo de titulación es una creación de mi autoría, por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas. Con lo cual, exoneró a la Universidad Casa Grande de reclamos o acciones legales.

María José Mendizábal Solís
0923441364



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL



Universidad
Casa Grande

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

MARÍA JOSÉ MENDIZÁBAL SOLÍS en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL PROYECTO: ESTUDIO DE MERCADO DE ÉCOLE, DISEÑO Y PROTOTIPADO DE JUGUETES ECOLÓGICOS”, de la modalidad Proyecto de Aplicación Profesional, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.

María José Mendizábal Solís
0923441364



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL



Universidad
Casa Grande

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, EMILY NAOMI MESIAS CEDEÑO, autor del trabajo de titulación “SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL PROYECTO: ESTUDIO DE MERCADO DE ÉCOLE, DISEÑO Y PROTOTIPADO DE JUGUETES ECOLÓGICOS”, certifico que el trabajo de titulación es una creación de mi autoría, por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas. Con lo cual, exonero a la Universidad Casa Grande de reclamos o acciones legales.

Emily Naomi Mesias Cedeño
0927651430



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL



Universidad
Casa Grande

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

EMILY NAOMI MESIAS CEDEÑO en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL PROYECTO: ESTUDIO DE MERCADO DE ÉCOLE, DISEÑO Y PROTOTIPADO DE JUGUETES ECOLÓGICOS”, de la modalidad Proyecto de Aplicación Profesional, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.

Emily Naomi Mesias Cedeño
0927651430



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL



Universidad
Casa Grande

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, ASHLEY JOSELYNE NIVELÓ PACHECO, autor del trabajo de titulación “SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL PROYECTO: ESTUDIO DE MERCADO DE ÉCOLE, DISEÑO Y PROTOTIPADO DE JUGUETES ECOLÓGICOS”, certifico que el trabajo de titulación es una creación de mi autoría, por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas. Con lo cual, exoneró a la Universidad Casa Grande de reclamos o acciones legales.

Ashley Joselyne Niveló Pacheco
0924231194



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL



Universidad
Casa Grande

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

ASHLEY JOSELYNE NIVELÓ PACHECO en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL PROYECTO: ESTUDIO DE MERCADO DE ÉCOLE, DISEÑO Y PROTOTIPADO DE JUGUETES ECOLÓGICOS”, de la modalidad Proyecto de Aplicación Profesional, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.

Ashley Joselyne Niveló Pacheco
0924231194



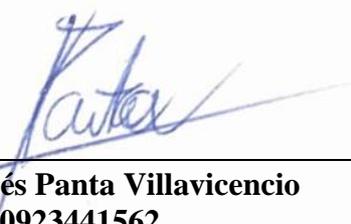
PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL



Universidad
Casa Grande

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, JOSÉ ANDRÉS PANTA VILLAVICENCIO, autor del trabajo de titulación “SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL PROYECTO: ESTUDIO DE MERCADO DE ÉCOLE, DISEÑO Y PROTOTIPADO DE JUGUETES ECOLÓGICOS”, certifico que el trabajo de titulación es una creación de mi autoría, por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas. Con lo cual, exoneró a la Universidad Casa Grande de reclamos o acciones legales.



José Andrés Panta Villavicencio
0923441562



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL

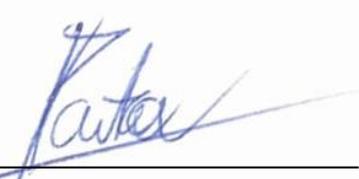


Universidad
Casa Grande

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

JOSÉ ANDRÉS PANTA VILLAVICENCIO en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL PROYECTO: ESTUDIO DE MERCADO DE ÉCOLE, DISEÑO Y PROTOTIPADO DE JUGUETES ECOLÓGICOS”, de la modalidad Proyecto de Aplicación Profesional, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.



José Andrés Panta Villavicencio
0923441562

Resumen

El objetivo del presente Proyecto de Aplicación Profesional École en su tercera edición es posicionar a la marca en el mercado de juguetes ecológicos didácticos de Ecuador, dando a conocer sus atributos y beneficios en el desarrollo infantil. El proyecto consiste en 3 etapas: investigación, diagnóstico del problema e implementación del proyecto. Empezando por un estudio de mercado que permita conocer a fondo el grupo objetivo con sus intereses, la competencia y la sostenibilidad del proyecto basándose en los principios de la economía circular, un diseño que le da otro uso a los materiales que otros consideran desechos. Complementándose así con la importancia de la estimulación temprana en los niños y niñas de 6 meses a 4 años en cada uno de los juguetes a elaborar.

Por último, mencionar que el presente documento es el resultado del trabajo colaborativo de los estudiantes: DOMÉNICA ANDREA BUCHELI FRANCO, WENDY KATIUSKA GUERRERO GUALES, MARÍA JOSÉ MENDIZÁBAL SOLÍS, EMILY NOEMI MESIAS CEDEÑO, ASHLEY JOSELYNE NIVELÓ PACHECO, JOSÉ ANDRÉS PANTA VILLAVICENCIO; y contiene El Informe de sistematización del Proyecto de Aplicación Profesional “ESTUDIO DE MERCADO DE ÉCOLE, DISEÑO Y PROTOTIPADO DE JUGUETES ECOLÓGICOS”; por tal razón los contenidos aquí presentes están relacionados con los otros documentos de los estudiantes mencionados que complementan el trabajo general, existiendo la posibilidad de que ciertos capítulos se repitan, sin que esto implique plagio o copia intencionada.

Palabras claves:

Juguetes ecológicos, didácticos, desarrollo infantil, estimulación temprana, economía circular.

Contenido

1. Primera instancia: Antecedentes e investigación del proyecto	18
1.1. Antecedentes	18
1.1. Solicitud impartida	19
1.3. Marco teórico	20
1.3.1. Educación temprana	20
1.3.2. El juego en la primera infancia	23
1.3.3. Juguetes ecológicos	25
1.3.4. Diseño circular	26
1.4. PESTEL	26
2. Segunda Instancia: Diagnóstico del problema e hipótesis de mejora	27
2.1. Diagnóstico del problema	27
2.2. Hipótesis de mejora	31
2.3. Matriz de Marco Lógico	31
2.4. Planteamiento de acciones	32
2.5. Sistematización de objetivos	34
2.5.1. Objetivo principal	34
2.5.2. Objetivos específicos	34
2.6. Línea gráfica tercera edición	34
2.7. Diagrama de GANTT	36
3. Tercera instancia: Reconstrucción Histórica del Proyecto	36
3.2. Diseño metodológico	36
3.3. Desarrollo de componentes	37
3.3.1. Estudio de mercado	37
3.3.1.1. Observación directa	37
3.3.1.2. Localización del target	40
3.3.1.3. Encuesta	43
3.3.1.4. Análisis de competencia	46
3.3.2. Difusión de la marca	49
3.3.3. Participación de las familias	50
3.2.3.1. Festival Jugando Ando	51
3.2.3.2. Evento Ecojugando	51
3.2.3.3. Testeo Eco explorando 2023	51
Cami Camaleón	52
Lula la Tortuga	52
Animacuentos	53
3.3. École lanzamiento de juguetes 2023	53
3.4. Elaboración de juguetes	54
3.5. Conclusiones y Recomendaciones	56

4. Cuarta instancia: Reflexiones individuales sobre el aprendizaje desde el perfil profesional	57
4.2. Doménica Bucheli	57
4.3. Wendy Guerrero	60
4.4. María José Mendizábal	64
4.5. Emily Mesias	67
4.6. Ashley Niveló	71
4.7. José Panta	74
5. Bibliografía	78
6. Anexos	80
<i>Anexo 1: Catálogo juguetes École</i>	80
<i>Anexo 2: Cobertura Evento Jugando Ando</i>	81
<i>Anexo 3: Contenido para redes sociales</i>	82
<i>Anexo 4: Estadísticas Instagram</i>	85
<i>Anexo 5: Carta Auspiciante</i>	88
<i>Anexo 6: Cobertura Evento Ecojugando</i>	89
<i>Anexo 7: Testeo Eco explorando 2023</i>	90
<i>Anexo 8: Juguetes École línea 2023</i>	91
<i>Anexo 9: Preguntas grupo focal</i>	93
<i>Anexo 10: Encuesta de precios juguetes</i>	94
<i>Anexo 11: Lanzamiento de juguetes École línea 2023</i>	95
<i>Anexo 12: Boletín de prensa para medios</i>	97

1. Primera instancia: Antecedentes e investigación del proyecto

1.1. Antecedentes

École nace como un Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) en el año 2020 con la finalidad de elaborar juguetes ecológicos para niños y niñas de 4 meses a 6 años, de forma que ayude a potenciar las diferentes áreas del desarrollo infantil y fomente la exploración de los más pequeños con su entorno y el medio ambiente. Dichos juguetes se realizaron en las dos ediciones anteriores a partir de los siguientes principios planteados por la economía circular: reparar, reutilizar y renovar materia prima ya existente, extendiendo el ciclo de vida útil y generando menos desechos para el medio ambiente.

Este proyecto a su vez busca ser un emprendimiento que genere ingresos para la sostenibilidad del programa de educación infantil Mi Casita Grande, el cual también plantea brindar oportunidades laborales a estas familias, fomentando el apoyo no solo al medio ambiente, sino llevando una práctica eco amigable mientras les enseñan a los más pequeños el respeto hacia el ecosistema que los rodea. Eventualmente se espera poder generar suficientes ingresos que contribuyan al crecimiento del programa para que este se convierta finalmente en una fundación.

En la primera edición, en el 2020, teniendo el contexto de la pandemia y el confinamiento, el proyecto se enfocó en mostrar juguetes y juegos que los padres podían elaborar fácilmente con materiales que sobran en casa en el día a día, para así lograr fomentar la imaginación de los más pequeños, a la vez que los ayuden con la estimulación temprana que estos requieren para un correcto desarrollo cognitivo y motriz, mientras se divierten aprendiendo. Todo esto realizado bajo el concepto de "diseño circular" aplicado a juguetes, el cual indica que estos deben de ser creados a partir de materiales reciclados o fáciles de encontrar en casa, para así darles una segunda vida de uso y no crear desperdicios innecesarios.

En la segunda edición, en el 2021, atravesando un post-confinamiento y el regreso progresivo a las actividades ordinarias, se enfocó en los fundamentos de la educación infantil, que debido a la pandemia se vieron afectados, y en la implementación de soluciones prácticas basadas en el diseño circular, el cual se centra en generar soluciones que aporten a la economía circular, mediante la reducción, reutilización y reciclaje de recursos. Las soluciones propuestas fueron 6 juguetes a base de materiales reciclados, tanto de madera como de tela, los cuales se obtuvieron mediante donaciones por parte de empresas o negocios. Los juguetes realizados fueron testeados por los niños del rango de edad a los que estaban dirigidos para certificar su funcionalidad y beneficios asignados.

Actualmente en el 2022, École se encuentra en su tercera edición en busca de mantener ese propósito inicial, el de crear juguetes a partir del diseño circular y las 9Rs de la economía circular, que permitan a los más pequeños jugar y aprender mientras respetan y cuidan del medio ambiente. Empezando con el objetivo de convertir a École en una marca e introducirla en el mercado como una opción a la hora de comprar juguetes para así llegar a posicionarse junto con la competencia de juguetes ecológicos - didácticos del mercado ecuatoriano.

1.1. Solicitud impartida

En la tercera edición de École, año 2022, se solicitó al equipo interdisciplinario de estudiantes de la Universidad Casa Grande por parte de las guías del Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) Lotty Palacios, docente en área de diseño y reconocida diseñadora industrial, y Marcela Santos, docente del área de desarrollo infantil vinculada con los temas de primera infancia y la creación del programa Mi Casita Grande; la generación y realización de estrategias a partir de un estudio de mercado para poder posicionar a École como una marca en el mercado de juguetes ecológicos para niños y niñas a partir de los 6 meses hasta los 4 años de edad.

Este giro al proyecto se dio puesto que los dos años anteriores se centraron en el diseño de prototipos y producción de juguetes como herramienta fundamental en el aprendizaje infantil, considerando así esta base de juguetes para expandir el nombre de École como una opción de marca de juguetes para que los padres y madres de familia opten por comprar menos juguetes modelos y conozcan los beneficios de los juguetes ecológicos; con esto se cumpliría el propósito planteado desde un inicio de constituir una fuente de sostenibilidad para Mi Casita Grande. De igual manera, como solicitud adicional se requirió la creación de nuevos juguetes École en esta tercera edición para tener más variedad al momento de llevar la marca a los puntos de venta.

Como grupo se consideró oportuno este pedido por cómo se ha venido desarrollando en sus anteriores ediciones y por el potencial que tienen los juguetes diseñados para ser conocidos y aceptados por un público más amplio. Además de la gestión realizada en anteriores años, se apoyan rotundamente las razones sociales que involucran a École, así como la educación sostenible a temprana edad, el cuidado del medio ambiente y la fabricación de juguetes basados en el diseño circular.

1.3. Marco teórico

1.3.1. Educación temprana

La etapa del desarrollo desde el nacimiento hasta aproximadamente los tres años es crucial por cuanto los niños logran desarrollar habilidades tales como hablar, gatear, caminar, correr, relacionarse con otras personas, conocer su mundo y progresar en la autonomía. Es por esta razón que surge el tema de la estimulación y la educación temprana como disciplinas y prácticas para favorecer el desarrollo y aprendizaje infantil, de la mano de los adultos significativos como madres, padres, educadores y otros cuidadores.

La educación temprana se ha desarrollado de tal manera que, así como lo indica Meléndez (2003), ya no se basa únicamente en el avance biológico que va teniendo el niño o niña conforme va creciendo, sino que se visualiza esta experiencia desde un enfoque social,

toda vez que aquella necesidad que surge de conocer y comprender el entorno conlleva una constante interacción con los otros y con el ambiente que lo rodea, lo que incluye los objetos de la cultura entre los que se encuentran los juguetes.

Varios autores analizan que la educación temprana va de la mano con la calidad del afecto y el apego que tienen los niños con otras personas, así como aquellos recursos y oportunidades que puedan llegar a tener cerca para desarrollar su potencial, basando esta experiencia en el desarrollo de sus capacidades que a su vez les permitan mantener un contacto armonioso con las personas que los rodean. Estas relaciones de afecto se producen desde que el menor se encuentra en formación dentro del vientre de la madre, responden a los llamados de ella o a los sonidos de la música, lo cual permite que al momento de nacer y durante los próximos tres años de su vida, puedan experimentar el desarrollo de capacidades cognitivas de una forma mucho más rápida (Katz, 2005).

Hablar de desarrollo infantil es hablar del desarrollo del cerebro humano por cuanto, a pesar de que este se da a lo largo de toda la vida, es durante los primeros 1000 días de vida cuando el infante logra la mayor parte de sus conexiones neuronales a una velocidad que no se repite en otro momento de la vida. *“... a los tres años, el cerebro del niño es dos veces más activo que un cerebro adulto”* (Brotherson, 2009). Se conoce que durante este tiempo se forma la base de la arquitectura cerebral, en donde se evidenciará el crecimiento en las áreas afectiva-social, cognitiva, de lenguaje y comunicación, así como en la motriz.

La educación y la estimulación son aportes fundamentales para el desarrollo cerebral, con incidencia en la cantidad y calidad de la información que el niño recibe desde que es un bebé y en los primeros años de crecimiento. Si el cerebro de los menores durante sus primeros años de vida recibe estímulos pobres, su cerebro no será capaz de adaptarse posteriormente a recibir estímulos de calidad o de forma abundante y estará en desventaja

para llevar un ritmo de aprendizaje adecuado en el proceso de adquirir funciones cerebrales más complejas.

Suele suceder con bastante frecuencia que los padres, aun estando conscientes de la importancia que tiene el estimular a sus hijos en los primeros años de vida, dejan pasar por alto esta etapa fundamental por distintas situaciones, lo cual no permite que se puedan desarrollar de manera integral todas las áreas del cerebro. Los padres deben comprender lo vital que es que un niño no solo refuerce con el tiempo, sino más bien que constantemente se encuentre desarrollando sus aspectos intelectuales o lingüísticos, de manera que otras áreas como la social, la motora o la sensorial también lo hagan, con repetición sistemática de diversos ejercicios y experiencias.

La teoría de Piaget plantea cómo se lleva a cabo la maduración fisiológica, cerebral y biológica de los niños, en cuatro etapas, las cuales fueron clasificadas de la siguiente manera:

- a) Etapa 1 (Sensorio-motora): Esta etapa consiste en cómo se desarrolla el niño en el aspecto cognitivo desde el nacimiento hasta aproximadamente los dos años. En este periodo comienza a formar todos sus mecanismos de exploración del mundo externo a él, y va adquiriendo información de cómo es el desarrollo de otras personas con este mundo, de cómo él o ella misma pueden adentrarse en lo desconocido por medio de la exploración en la vida diaria.
- b) Etapa 2 (Pre-operacional): Esta etapa, comprendida desde los dos a tres años hasta los seis a siete años de edad aproximadamente, es cuando lleva a cabo la función de representación; el niño crea imágenes mentales de la realidad, imita las acciones de los adultos y sus iguales, muestra claros signos de juego simbólico y sus competencias lingüísticas mejoran de una forma notable.

- c) Etapa 3 (Operaciones concretas): Esta etapa, la cual va desde los ocho hasta los doce años, es donde los niños ya elaboran pensamientos concretos y son capaces de utilizar la lógica para llegar a conclusiones, van adquiriendo una mayor capacidad para organizar sus ideas, desarrollando un mejor pensamiento racional, lógico y operativo.
- d) Etapa 4 (Operaciones formales): Etapa comprendida desde los doce años hasta la adultez, en donde las personas son capaces de utilizar la lógica para llegar a conclusiones abstractas, no ligadas con un caso concreto, desarrollar la capacidad de hipótesis y solucionar problemas más complejos como juegos de mesa, de memoria, etc. (UNIR, 2022)

Se menciona aquí el *método de las hermanas Agazzi*, el cual fue desarrollado por dos hermanas que durante toda su vida se dedicaron a proponer experiencias de aprendizaje para los niños pequeños.

Este método consistía en una serie de mecanismos de enseñanza aplicados para niños hasta los seis años, puesto que las hermanas tenían la teoría de que era hasta esta edad en donde se podía educar a los niños con creatividad, espontaneidad y libertad, para que así luego de este periodo de crecimiento, ellos estuvieran lo suficientemente capacitados para poder llegar a desenvolverse por su propia cuenta en el mundo que los rodea. Ellas propusieron *el museo*, como una forma de impartir lecciones en clase en donde el supuesto museo esté creado por objetos que los menores durante el tiempo de interacción utilicen con mucha más frecuencia, de tal manera que pueden llegar a desarrollar un valor afectivo hacia estos objetos, resultando así que dichos utensilios sean organizados de forma circular, facilitando la comunicación entre niños-adultos y niños-niños, con la finalidad de crear un ambiente para el enriquecimiento cognitivo (Cirjan, 2018).

1.3.2. El juego en la primera infancia

El juego es una actividad fundamental en la vida de los niños y permite que puedan explorar el ambiente, desarrollar su imaginación, con la finalidad de que puedan incorporar su desarrollo oral y corporal en el momento de llevar a cabo estas actividades, logrando así que conforme pase el tiempo, los niños puedan llegar a expresar el cómo visualizan el mundo a través de la creatividad.

El juego es una forma de poder contribuir al desarrollo y crecimiento cognitivo y cerebral, puesto que constituye una etapa indispensable en la vida de un niño, para que este pueda tener un desarrollo sano y óptimo, que les permita obtener información sobre cómo pueden llegar a planificar, organizar, regular ciertos tipos de emociones como la felicidad, el enojo, la desesperación, entre otros, así como la calidad de relación que puedan tener con otras personas, obteniendo para consigo diversos tipos de destrezas que fomenten a su crecimiento.

El mundo actual involucra grandes retos y a su vez diversas oportunidades para continuar aprendiendo, puesto que se interconecta de forma tal que crea visiones más dinámicas de cómo pueden desarrollarse los niños. Un ejemplo de ello es The LEGO Foundation que plantea que la mejor forma de crear generaciones que puedan tener experiencias positivas y lleguen a desarrollar habilidades que les permitan atravesar situaciones negativas es con el impulso del juego como una forma de motivar a los niños a que aprendan y a que generen nuevas ideas que puedan aplicarlas en el mundo que los rodea.

Resulta importante mencionar las ideas de esta empresa puesto que es una de las primeras en involucrar dentro de sus productos un aprendizaje activo de ideas y de conocimiento dentro del mundo, para que los niños puedan estar mayormente preparados para enfrentar los retos que se les puedan presentar mañana, usando su imaginación e ideas positivas (LEGO Group, 2017).

Cuando se habla de juego se generaliza a las distintas experiencias que un niño debe de tener en sus primeros años de vida, como un mecanismo de exploración y de descubrimiento. No se necesitan de artefactos modernos ni de objetos costosos, puesto que el propio ambiente en donde un niño se desenvuelve todos los días sea una casa, un patio, un parque, también forma parte de la visión que se le quiere dar a la palabra juego.

El juego también se ve influenciado de forma particular por la cultura o valores con los que son educados los niños, pero independientemente de esta, lo importante es que en todo momento se encuentren apoyados y dirigidos por una persona que sea capaz de ver las necesidades reales de los niños y que, de igual forma, les permitan ejercer su pensamiento en el contexto social en el que se desenvuelvan (McClelland, Acock, y Morrison, 2006).

1.3.3. Juguetes ecológicos

La idea de la creación y producción de juguetes ecológicos como herramientas educativas respetuosas con el medio ambiente se orienta a fomentar que los niños aprendan y se desarrollen a la vez que puedan despertar la curiosidad por lo nuevo con recursos que no contaminen el planeta (Ministerio de Educación, 2018).

Los juguetes ecológicos tienen beneficios tales como:

- a) Fomentan la imaginación, puesto que al no ser simplemente aparatos electrónicos que funcionan a base de corriente o de programas ya establecidos, son una forma de que los niños puedan fomentar su propia creatividad, dándoles el uso que ellos crean conveniente. Adicional a esto, la simplicidad que tienen los juguetes ecológicos por el uso del diseño circular hace que el tacto, el olfato y los diversos sentidos, puedan activarse de forma espontánea y natural.
- b) Mejoran la salud mental y física de los niños, debido que al ser llevados a cabo de forma orgánica, le transmiten un ambiente tranquilo y relajado invitando al pequeño de la casa a jugar y a desarrollarse de una forma más serena y calmada.

A diferencia de los juguetes de pilas que emiten sonidos fuertes o vienen con efectos y luces que sobreestiman al niño.

1.3.4. *Diseño circular*

En la misma línea de pensamiento del uso de juguetes ecológicos para contribuir con el desarrollo infantil ingresa el diseño circular como una forma de creación de bucles que puedan permitir que se haga uso de materiales reciclados en ciclos, con la finalidad de que se evite mayor contaminación del planeta con los desechos. Este diseño circular tendría como finalidad crear juguetes con materiales como plástico, cartón, entre otros, los cuales podrían después de su uso, volver a reutilizarse. El diseño circular va mucho más allá del reciclaje, puesto que recurre a la reducción de uso de materias primas que suelen emplearse en las fábricas de construcción de juguetes para niños, lo cual fomentaría la cultura de reutilización, reparación y refabricación.

Es necesario indicar que la gestión de residuos para la creación de juguetes para niños sería una forma muy útil de darle una segunda vida a aquellos implementos que en un inicio podrían llegar a considerarse basura, puesto que pueden ser abordados de distintas maneras. La implementación del diseño circular sería una forma de encontrar una especie de balanza entre la educación que se implementa en los hogares, con la aplicación de un papel activo de preservación del medio ambiente, de manera que los niños al desarrollar sus habilidades estarían contribuyendo al cuidado del medio ambiente. Esto se constituye como una forma de relacionarse con el entorno de manera directa, permite a los padres impulsar una crianza sana en la gestión de la relación con el entorno (Domínguez, 1999).

1.4. PESTEL

FACTORES EXTERNOS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
--------------------------	----------------------	-----------------

POLÍTICO	Por medio de la Ley de propiedad intelectual del Sistema de Información, se puede registrar la marca École para evitar plagios o marcas similares.	Que ya haya otra marca con los derechos del nombre en el país.
ECONÓMICO	Mercado de juguetes en constante crecimiento. Se han logrado \$1.4 millones en ventas de juguetes de exportación en 2018.	La tendencia reciente del mercado es decreciente, con una caída de las ventas nacionales del 10 % en 2018, 15 % en 2019 y 25 % en 2020, según el INEC
SOCIAL	Convención de los Derechos del Infante, derecho a jugar.	Los estereotipos de la sociedad influyen en la elección de juguetes. Los limitan a experimentar y aprender.
TECNOLÓGICO	La tecnología ecológica aboga por la eficiencia energética y producción menos contaminante.	El proceso de limpieza y tratamiento de los materiales reciclados, según la tecnología ecológica, es específico y costoso.
ECOLÓGICO	Juguetes ecológicos, opción atractiva al momento de comprar.	El material reciclado se considera inseguro y poco higiénico.
LEGAL	Ser calificada como una entidad sin fines de lucro y obtener los beneficios que de esta calificación se generen.	Reformas a la Ley que impliquen variaciones tanto en lo societario como en lo tributario.

2. Segunda Instancia: Diagnóstico del problema e hipótesis de mejora

2.1. Diagnóstico del problema

La finalidad de École desde sus inicios fue que los fondos recaudados por medio de la venta de juguetes sean destinados al programa Mi Casita Grande. Sin embargo, pese a ese ser su objetivo principal, el proyecto no trabajó para constituirse en una marca independiente durante sus dos primeras ediciones.

Teniendo en cuenta el contexto social y económico de la pandemia que azotó al Ecuador en el año 2020, el proyecto en su primer año tuvo que replantear sus objetivos para adaptarse al contexto previamente mencionado y entrar en la mente de los futuros

consumidores como una solución ecológica para el aprendizaje y desarrollo de los infantes del Ecuador, sobre todo de Guayaquil, que durante ese año se encontraban sin acceso a educación ni a herramientas que les permitan potenciar su aprendizaje.

Luego de haber considerado los factores del pedido, gracias a la metodología del marco lógico se estableció que el problema central era que École no es una marca posicionada de juguetes infantiles ecológicos, por lo que se decidió tomar en consideración las posibles causas inmediatas y mediatas, junto a la causa estructural al igual que los efectos inmediatos y mediatos con su efecto macro-social.

Primero se mencionó las causas inmediatas, mediatas y la causa estructural. La primera causa inmediata que se encontró fue que *no cuenta con un estudio de mercado*, elemento esencial para orientar en el posicionamiento de la marca École. Por lo que, como primera causa mediata del cual no se logró el estudio de mercado se obtuvo que; en ediciones pasadas hubo otro enfoque, debido a que se centraron en la elaboración de prototipos, no existía diversidad entre las carreras de los integrantes y existía una falta de recursos económicos. La segunda causa mediata fue la pandemia, la falta de accesibilidad a lugares públicos, la escasez de herramientas comunicativas dificultó la realización del estudio mercado, el bienestar familiar y la salud era lo primordial durante esos meses tan difíciles. Finalmente, la última causa mediata fue que la gestión estaba enfocada en la educación infantil, porque hubo exceso de juguetes de moda gracias a la demanda mediática (ya sea por shows infantiles populares o tendencias de internet) y por ende no muchos juguetes que contribuyan al desarrollo y a incentivar una cultura ecológicamente consciente.

Dentro de la segunda causa inmediata se estableció *la falta de exposición mediática*, la cual es provocada por la falta de presupuesto para acciones de comunicación como primera causa mediata. Todo esto debido a que no se permitían rubros de comunicación, había falta de auspiciantes y no se realizaron acciones de autogestión. La siguiente causa mediata, señala

que existió una ausencia de plan comunicacional. La conformidad con objetivos planteados anteriormente, la falta de estudiantes de comunicación y marketing en el equipo, sumado a que, en esas instancias del proyecto, el requerimiento no era fundamental causaron que se prioricen otras actividades. Como punto final, el proyecto École se encontraba en fase inicial en su segunda edición, por lo que como causas inmediatas se concluyó que el proyecto aún se estaba estabilizando, el convenio era igualmente pequeño y existía una falta de recursos económicos y tecnológicos.

La tercera causa inmediata que se consideró relevante fue debido a *las preferencias tradicionales del consumidor*, definiéndose así su primera causa mediata: la preferencia de juguetes modelos por su facilidad de acceso y compra, debido a que los juguetes importados son más llamativos para los niños y los prefieren por sus personajes populares ya que es lo que está de moda. Otra causa mediata se trata del desconocimiento sobre juguetes artesanales/ ecológicos, ya que hay un incipiente mercado ecuatoriano de juguetes ecológicos, la sociedad está poco familiarizada con productos ecológicos, y porque la nueva era digital ha opacado a los juguetes didácticos y los dispositivos son el mayor distractor para los niños. Y la última causa mediata que se encontró fue la falta de conocimiento por parte de los consumidores, por lo que optan por las preferencias del infante y no por lo que les ayudará en su crecimiento, desconocen de los beneficios de los juguetes para el desarrollo del niño y carecen de tiempo para informarse de la importancia de escoger un buen juguete para su hijo/nieto/sobrino/amigo.

También considerando la problemática que se está abarcando, se decidió plantear la siguiente causa estructural para el árbol de problemas: *“Vivimos en una sociedad consumista que valora lo que viene del exterior por encima de lo local”*, ya que como sociedad se está acostumbrado a pensar que lo importado es mejor que lo nacional, ya sea por reconocimiento/popularidad/calidad, entre otros factores, que no siempre son verídicos.

Para esto también se identificaron los principales efectos que podrían surgir de las causas. En el primer efecto inmediato se colocó que *no contaban con bases fundamentales para la realización del proyecto*, teniendo como efecto mediato segmentos del mercado sin definir; desconocimiento de la ubicación de los sectores, falta de información sobre las edades del público sumado a los gustos y preferencias sin definir. Siguiendo con este proceso, otro efecto mediato fue que la viabilidad del proyecto no se encontraba definida, debido a que se desconocía la información de la aceptación del producto y la capacidad organizacional, sumado a que la conveniencia de su ejecución no se encontraba determinada. Así mismo se evidenció que habría una falta de información financiera pertinente debido a que los costos de producción son inexistentes, no se conoce los precios de la competencia y hay una falta de datos de indicadores financieros.

El segundo efecto inmediato se basó en *la falta de reconocimiento de la marca por los consumidores* ya que los consumidores no comprarían los juguetes École y esto generaría ingresos insuficientes para la marca, una discontinuación de la producción de los juguetes y por lo tanto tampoco se producirían fondos para apoyar a Mi Casita Grande.

A esto también se le suma como efecto mediato la falta de credibilidad de la marca hacia los consumidores, lo que desencadenaría una ausencia de recomendaciones por parte de los consumidores, emisión de malos comentarios hacia la marca y una mayor preferencia hacia la competencia puesto que no está trabajando continuamente en la marca con el público objetivo. De esta manera, también se podría tener una pérdida de interés de los clientes ya que habría una desmotivación a la compra de los productos de la marca, también se presentaría una carencia de seguimiento hacia École y por lo tanto no tendría un crecimiento.

Como tercer efecto inmediato se definió *la insostenibilidad y poca rentabilidad en el sector de juguetes ecológicos*, puesto que habría una minoría en el mercado de este tipo de juguetes trayendo como consecuencia bajas plazas laborales, menor ingresos para artesanos y

una carencia de culturalización de responsabilidad ambiental. También esto llevaría a un rechazo al producto artesanal, dando como resultado menos productividad por parte de los artesanos, pérdida de continuidad de prácticas ecológicas y una escasez de la materia prima para la fabricación de dichos juguetes. Esto a su vez, generaría que el proyecto École pierda interés/apoyo debido a que llega a su etapa final por progreso nulo, tendría un mínimo financiamiento de parte de las entidades que lo respaldan y así mismo perdería estas conexiones con sus aliados estratégicos.

Finalmente luego de haber planteado todas estas causas y efectos en el árbol de problemas, se consideró que el efecto macro social sería que *“Niños y niñas no alcanzarán su máximo desarrollo potencial”*, debido a que no se llevaría a cabo el avance del proyecto bajo el propósito que se ha planteado, en el cual muy aparte de querer posicionarse como marca tiene la intención de ser reconocida para aportar en el aprendizaje de los niños y niñas desde una temprana edad, inculcando una cultura eco amigable responsable.

2.2. Hipótesis de mejora

A partir de actividades recreativas y educacionales con los niños y padres de familia, así como también una estrategia comunicacional en redes surgida del estudio de mercado que evidencie las preferencias del consumidor, los productos École van a ser conocidos y adquiridos por el público.

2.3. Matriz de Marco Lógico

A continuación, se presenta la matriz de marco lógico que nace de la construcción del árbol de problemas, especificando la finalidad, el propósito y los componentes del proyecto que se decidieron para su respectiva ejecución.

Tabla 1

	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos

Finalidad: Contribuir al máximo desarrollo potencial de los niños y niñas.	Al menos un 20% de los niños del Ecuador aprenden con los recursos y juguetes del proyecto École.	Recurrencia del producto en Centros de Desarrollo Infantil de GYE	Disponibilidad de niños de 6 meses a 4 años y sus familias
Propósito: Posicionar a Ecole como una marca de juguetes infantiles ecológicos	Aumento de un 40% del número de consumidores (no solo de CDI)	Reportes de ventas	Apertura de puntos de venta locales para exhibición de fabricantes nacionales
Componentes			
C1: Explorado el mercado ecuatoriano en relación a venta de juguetes ecológicos infantiles	<ul style="list-style-type: none"> - Competencia identificada. - Mercado segmentado. - Estudio de costos de producción vs. precios de la competencia. - Definición de la viabilidad del proyecto. 	<ul style="list-style-type: none"> - Estudio de mercado - Cotizaciones a proveedores - Resumen de indicadores financieros 	<ul style="list-style-type: none"> -No más restricciones por pandemia -Financiamiento interno y externo para el proyecto
C2: Se incrementó el alcance de la marca hacia nuestro grupo objetivo y posibles aliados estratégicos.	<ul style="list-style-type: none"> -Incremento de un 3% de engagement y alcance en RRSS (Instagram/Facebook). -Alianzas con al menos 2 Instituciones que apoyen nuestra causa. -Al menos 2 artículos publicados en medios nacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Estadísticas de los KPIs - Reporte de social media - Acuerdos de participación de las Instituciones - Publicaciones en medios nacionales 	Aumento de público y expansión del mercado
C3: Padres y madres de familia han sido informados sobre los beneficios que tienen los juguetes ecológicos en el desarrollo cognitivo y motriz de los niños y niñas.	<ul style="list-style-type: none"> - Asistencia de los padres y madres de familia. - Satisfacción de lo aprendido en las intervenciones realizadas. - Participación activa en las actividades realizadas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Listado de asistentes - Encuesta de satisfacción - Prueba de entrada y salida 	<ul style="list-style-type: none"> - Las redes sociales de école se encuentran funcionales. - Instituciones de desarrollo infantil (CDI)

2.4. Planteamiento de acciones

Una de las primeras acciones realizadas al momento de recibir el pedido fue la obligatoria reunión de todos los integrantes del equipo, tanto estudiantes como guías, para poder determinar y conocer las diferentes fortalezas y beneficios que el equipo iba a tener

durante esta tercera edición del proyecto, como son; contactos, equipos, materiales, habilidades y disposición horaria para próximas reuniones y actividades que contribuyan con el desarrollo del mismo.

Posteriormente, cuando los elementos fueron identificados, mediante el uso de técnicas de estudio vistos durante los seminarios, se procedió a la designación de puestos de trabajo durante el tiempo de desarrollo del proyecto, también se establecieron las debidas prioridades a lo largo de este proceso, como era el cumplimiento de los ejercicios y la documentación solicitada por parte de los docentes organizadores de la modalidad PAP durante sus seminarios. Dichas actividades fueron un gran soporte a la hora de rearmar y analizar el proyecto desde el nuevo punto de enfoque de la tercera edición, así como para rescatar los elementos e información relevante de ediciones pasadas.

Como parte de las primeras actividades solicitadas por parte del equipo se encontraba un manifiesto realizado por los integrantes del equipo, en el cual se redactaron un total de 10 reglas a seguir, así como una promesa conjunta para el desarrollo correcto y armonioso del proyecto grupal. Aparte de esto, también se realizó una lluvia de ideas que permitió el reconocimiento de posibles stakeholders ya sea para la producción como para la distribución.

Como actividad propia del equipo se determinó la necesidad de reactivar las redes sociales, Instagram y Facebook; como parte del plan se realizó una malla de contenido con la cual los diseñadores que integran el equipo podían guiarse al momento de crear artes tanto estáticos como audiovisuales, siempre teniendo en cuenta los pilares comunicacionales de École: contenido informativo, contenido de valor como marca y contenido de proyectos/servicios.

Entre estos destacan: tips para padres de familia, datos curiosos acerca del crecimiento y desarrollo de los niños, actividades divertidas y fáciles de replicar en casa que contribuyan de alguna forma al desarrollo del infante a la vez que cuidan el medio ambiente.

También exposición de los eventos que se realizó con los menores y para darle presencia a los juguetes de École tanto de la edición pasada como de la actual, se optó por presentarlos con sus beneficios y formas de jugar según la edad.

Como equipo se pensó que una de las problemáticas importantes a resolver era el hecho de que no se había realizado un estudio de mercado, un asunto realmente crucial para el avance del proyecto, puesto que sin él este carecería de una estructura por la cual pueda consolidarse y crear bases firmes para llegar a introducirse en el mercado y lograr un posicionamiento como una marca de juguetes ecológicos, como ya se ha mencionado. El posicionamiento del proyecto en el mercado era un objetivo empírico para que este esté a la par de la competencia de juguetes ecológicos y didácticos.

2.5. Sistematización de objetivos

2.5.1. Objetivo principal

Posicionar a École como una marca de juguetes, elaborados a partir del diseño circular para el desarrollo infantil.

2.5.2. Objetivos específicos

- Diseñar una estrategia de marketing que permita a la marca la entrada en el mercado de los juguetes.
- Comunicar los beneficios que aportan los juguetes al aprendizaje infantil.
- Identificar a los socios estratégicos que permitan introducir a la marca en el mercado.

2.6. Línea gráfica tercera edición

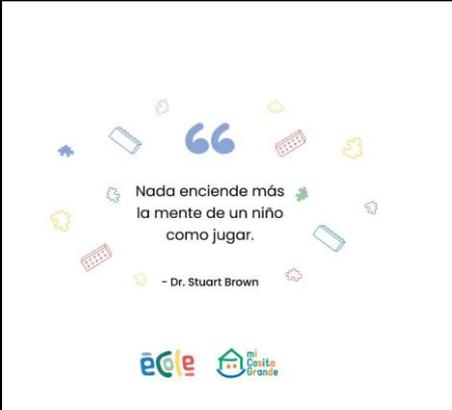
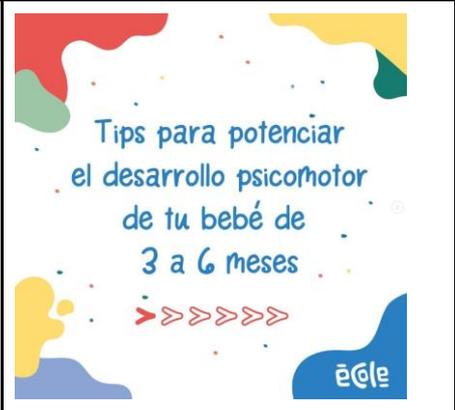
Como primer punto se optó por seguir publicando el contenido en redes sociales en la cuenta Instagram (@ecole.juguetes), tomando en cuenta que lo publicado se compartiría en la página de Facebook de la misma que cuenta con su enlace.

Algo que se tuvo que tomar en consideración fueron los artes que realizaron las ediciones anteriores, aquellos artes representan las bases de donde nació École en cuanto a cromática, tipografía e ilustración ya que se debe mantener. Tener en cuenta estos puntos es importante para que el cambio de una edición a otra no sea tan abrupto, adicionalmente que los artes no queden en algo simple o básico.

Para la elaboración de este contenido se presentaron pequeños cambios en cuanto estética y estrategia, respecto a cromática se optó por descartar el color negro de los artes ya que deslucía de cierta manera el contenido, cambiando a colores fuertes de la marca como el azul, verde o rojo que se ubican en el logo, adicionalmente se cambió el color negro del texto *juguetes ecológicos* por el azul de École.

Este cambio de cromática se presentó también en los fondos de cada arte, presentando así un feed más dinámico y fuera del uso de un solo color. Para los reels también se utilizó esta idea además de recursos gráficos como fotografía y video que hicieron ver a Ecole como una marca más humana que conecte con el público.

Tabla 2

CARACTERÍSTICA	ANTES	DESPUÉS
TEXTO	 <p>Nada enciende más la mente de un niño como jugar. - Dr. Stuart Brown</p> <p>École mi Casita Grande</p>	 <p>Tips para potenciar el desarrollo psicomotor de tu bebé de 3 a 6 meses</p> <p>>>>>></p> <p>École</p>



2.7. Diagrama de GANTT

Tabla 3

Diagrama de GANTT de la 3ra edición de École



3. Tercera instancia: Reconstrucción Histórica del Proyecto

3.2. Diseño metodológico

En este apartado se detalla el enfoque de investigación, el cual se considera mixto puesto que hace uso de instrumentos cualitativos y cuantitativos como entrevistas, encuestas y observaciones directas que permitan tener una perspectiva profunda de la problemática y a su vez generen resultados que aporten a la hipótesis de mejora del proyecto.

3.3. Desarrollo de componentes

3.3.1. Estudio de mercado

Siguiendo con el árbol de problemas, con este componente se busca obtener la mayor información posible en relación al grupo objetivo seleccionado, para establecer objetivos y estrategias que lleven al posicionamiento de la marca en el mercado de juguetes ecológicos.

3.3.1.1. Observación directa

Se empezó con un análisis de competencia en diferentes puntos de ventas de la ciudad de Guayaquil en los sectores Norte, Centro, Sur y sus polos, vía a la costa y Samborondón, de tal manera que esta observación en cuanto a precios, presentaciones de productos y presencia en perchas pueda ser un referente en la producción de juguetes École.

Tabla 4

Observación directa, Guayaquil Norte

Lugares	Segmentación	Precios	Disponibilidad de prueba	Juguetes Didácticos	Juguetes Ecológicos	¿Predominan Juguetes Modelos?	¿Juguetes para el desarrollo o Comunes?	Marcas encontradas	Packaging
Juan Marcet	En la mitad de 2 perchas, una frente a la otra. Separados por niveles y edades.	Económicos: \$7 - \$14 Elevados: \$22 - \$34	No	Si	Si	Si	Si hay	Crayola, crocodile creek, treehicle, mudpuppy mideer, Classic world entre otros pero estos fueron los más observados	Cartón
Mingood	En una percha/mesa frente a una de las entradas de la tienda	Desde \$2 hasta \$10 - \$13	No	Si	Si	Si	Si hay	Marcas Chinas/ genéricas	Plástico y cartón
Coral	En perchas, material didáctico en conjunto con útiles escolares, juguetes para niños entre los 1 y 4 años de edad. En un 80%, juguetes para niños.	Desde \$4 genéricos hasta \$45 los populares	No - algunos poseen ventanas	Si	No	Si	Si hay	Fisher price, Play Doh, lancor, marcas genéricas, thinking kids, balloon, consuplast, sport baby, Jia Le	Plástico y cartón
Mi juguetería Fco Orellana	Separados por los juguetes para menores de 3 años y ya después juguetes para niños variados	Fisher Price \$24 - \$46 Mega blocks \$10 - \$20	No - algunos poseen ventanas	Si	No	Si	Si hay	Fisher Price, Play Doh, Mega blocks, kids art	Plástico y cartón
Mi juguetería Rc Norte	Se encuentran separados por los juguetes para niños pequeños/menos de 3 años y ya después juguetes para niños; carros, figuras de acción, etc. Y los de niñas; muñecas, peluches, etc.	Desde \$5 Ecuatoys, Win Fun \$29 - \$42, Fisher Price \$37 - \$55	No - algunos poseen ventanas	Si	No	Si	Si hay	Fisher Price, Play Doh, Win Fun, Ecuatoys, Baby Steps, V Tech, Baby Clementoni	Plástico y cartón

Tabla 5

Observación directa, Samborondón

Lugares	Segmentación	Precios	Disponibilidad de prueba	Juguetes Didácticos	Juguetes Ecológicos	¿Predominan Juguetes Modelos?	¿Juguetes para el desarrollo o Comunes?	Marcas encontradas	Packaging
Mi juguetería	en una sola área para los más pequeños, juguetes didácticos	ecuatoys - mayor precio \$5,59 / danke - mayor precio es \$7,69 / sunta blocks \$14 / blocks \$8	no	sí	no	sí	ambos	ecuatoys, danke, blocks, sunta blocks, lego, fisher price	la mayoría son bolsas plásticas o cajas plásticas
Mariposa	la mitad de la tienda son juguetes didácticos	HAPE - \$48,43 / eco platos \$42	no	sí	Un juego de platos	no	desarrollo	HAPE	cajas de cartón
Belabu	están organizados por edades y dependiendo del material	orgánicos \$24 / ecológicos \$45	sí	sí	Solo 2 tipos de juguetes	no	desarrollo	orgánicos, HAPE, djeco toys, baby einstein	cajas de cartón y algunos estaba sin empaque

Tabla 6

Observación directa, Guayaquil Centro/ Sur

Lugares	Segmentación	Precios	Disponibilidad de prueba	Juguetes Didácticos	Juguetes Ecológicos	¿Predominan Juguetes Modelos?	¿Juguetes para el desarrollo o Comunes?	Marcas encontradas	Packaging
Mi juguetería	Construcción, bebe, niños, niñas - Segmentado en diferentes perchas, total 4: construcción (legos), fisher price (bebés), juguetes de niños y niñas por separado	-	No	Si	No	No	Ambos	Danke, Ecuatoys, Fisher Price, Jumbo Blocks, Basicblocks, Build me up maxi, Edu blocks, Mega blocks, Color bricks, Vtech, Benic Play Mat, Dolu toy factory, Little learner, Winfun, Playdoh.	Plástico y cartón
Juguetería	Segmentado en perchas, en 3 pasillos diferentes, el 1, 7 y 10.	-	No, están sellados	Si	Si	No	Ambos	Educa - puzzles, baby form, Top Bright, Red bird hong kong, Melissa y doug, Kune, Vtech, Hape, Little case, Hape, Basic shapes, Ever Earth, Classic world, Unta/Sunta, Baby einstein, Oops, Melissa y Doug, Fisher price, Vtech, Edushape, Fahn,	Madera, plástico, cartón, metal
Bebé Mundo	Segmentado en 4 perchas, una pequeña al ingresar (juguetes de tela), y 3 medianas de lado y lado con juguetes ecológicos y tecnológicos.	-	No, están sellados	Si	Si	No	Desarrollo de los niños	Cosmi, cosmo didáctico, Didaktea - Danke, Study y gift, Janod, Mudpuppy, Dediles, Piggames, Lala	Madera, plástico, cartón.
Juan Marcet	Percha a lo largo. Segmentado en una sola percha a lo largo frente objetos que sirven para regalos.	-	No	Si	Si	No	Ambos	Midder, Crocodile creek, Hape, Classic world, Fisher Price, Cosmi, The interallia group. Juguetes pedagógicos, Didaktea, Deli, Aprendo, Jovi, Treehole, Stem, Cosmi.	Madera, plástico, cartón, metal
Juan Marcet Mall del Sur	Segmentado en 3 perchas, una pequeña al ingresar, y 2 largas a la largo de forma horizontal.	-	No, están sellados	Si	Si	Si	Desarrollo de los niños		Madera, plástico, cartón, metal

Tabla 7

Observación directa, Ceibos

Lugares	Segmentación	Precios	Disponibilidad de prueba	Juguetes Didácticos	Juguetes Ecológicos	¿Predominan Juguetes Modelos?	¿Juguetes para el desarrollo o Comunes?	Marcas encontradas	Packaging
Fybeca	Por edades, parte superior juguetes de bebes y abajo juguetes para niños a partir de 1 año	Desde los \$2 hasta los \$25	No	Si	No	Si	Ambos	Fisher Price - Play Doh - Nickelodeon - Disney	Cartón - Plástico transparentes, muchos juguetes se mostraban a primera vista
Baby Center	Todos los juguetes estaban en la sesion de Entrenamiento del almacen, ordenados por marca	Desde los \$4 hasta los \$110	No	Si	No	Si	Ambos	Fisher Price - Vtech baby - Winfun - Baby Clementoni - Kids media - Disney - El reino infantil	Cartón - Plástico transparentes, muchos juguetes se mostraban a primera vista
Juan Marcet	Sesion de juguetes del almacen, estaba organizado por edades de menos a mayor, de arriba hacia abajo	Desde los \$12 hasta los \$45	No	Si	Si	No	Sobresalen mas los juguetes basados en el desarrollo de los niños	Hape - Classic - Midder - Creative roots	Cartón, las mayoría estaban en cajas de carton completamente cerradas
Belabu	Organizados por tamaño, algunas secciones estan organizadas por marca	Desde los \$4 hasta los \$326	No	Si	Si	No	Sobresalen mas los juguetes basados en el desarrollo de los niños	Hape - Djeco Toys - Microscoters - Baby Einstein - Kruselings	Cartón, las mayoría estaban en cajas de carton completamente cerradas, también habian juguetes que no tenían empaque únicamente etiqueta
Supermaxi	Estan organizados por edades	Desde los \$8 hasta los \$45	No	Si	No	Si	Ambos	Vtech - Winfun - Play doh	Cartón - Plástico transparentes, muchos juguetes se mostraban a primera vista
Mi juguetería	Estan organizados por edades y por tamaño	Desde los \$2 hasta los \$94	No	Si	No	Si	Ambos	Fisher price - Vtec - Baby Clementoni - Winfun	Cartón - Plástico transparentes, muchos juguetes se mostraban a primera vista

Tabla 8

Observación directa, Vía la Costa

Lugares	Segmentación	Precios	Disponibilidad de prueba	Juguetes Didácticos	Juguetes Ecológicos	¿Predominan Juguetes Modelos?	¿Juguetes para el desarrollo o Comunes?	Marcas encontradas	Packaging
Superpaco	Un pasillo que ocupaba menos de la mitad	Desde los \$2 hasta los \$36	NO, porque todos los juguetes estaban sellados	SI	NO, pero si habia juguetes que decia fabricado con materiales no toxicos	SI	AMBOS	Fisherprice, Jazzdrum, Burgerstore Worlddream, Senndoll, Artkids, Ecuatoys, Balloon, Baby conceit, Juguetes didacticos, Aprendo, Shopping cart	Plástico de funda transparente, Mochila de plástico transparente, Caja de cartón, Plástico
Mi comisariato	Varios pasillos	Desde los \$9 hasta los \$400	NO, porque todos los juguetes estaban sellados	SI	NO	SI	AMBOS	Fisherprice, Little mommy, My little baby, Baribe, Ciccio bellos, Ecuatoys, Defa Lucy, IMC toys, Happy family, Cool&Fun, Cash Register, Supermarket, Baby clementoni, Winfun, Marvel, Disney, Baby Kitchen, Baby Shovel Truck, Danke, PeppaPig, Build a bot, Lego, Playdoh, Little darlings	Caja de cartón, Plástico de funda transparente
Tía	Un pequeño sector donde habia juguetes de bebes, niñas y niños	Desde los \$2 hasta los \$30	NO, porque todos los juguetes estaban sellados	SI	NO	SI	AMBOS	JustBaby, Ecuatoys, Happy toys	Caja de cartón, Plástico de funda transparente

Los resultados que más destacaron fueron los siguientes:

- Dentro de los juguetes de la sección para niños desde los 3 meses a los 3 años de edad, es donde más se encuentran los *juguetes didácticos*.
- Los precios se ven determinados por sus características, mientras más grandes más costosos, pero también, mientras más cualidades tengan como luces, botones, sonido, *su precio es más elevado*.
- Los juguetes importados como Fisher Price son aquellos que tienen un *mayor precio* a diferencia de los juguetes nacionales como Ecuatoys.
- Se pueden *manipular aquellos juguetes* que tengan ventanas en sus empaques y se encuentren en puntos de venta pequeños donde la atención es más personalizada.
- Se puede determinar que en cada punto de venta al menos cuenta con una sección *de juguetes didácticos* en sus diferentes perchas con relación a las edades.
- Los juguetes ecológicos no se encuentran fácilmente en cualquier juguetería o algún punto de venta de juguetes, son los que *menos prevalecen* y *en algunas tiendas ni se encuentran* a diferencia de cualquier otro tipo de juguete.

- Los puntos de ventas que tienen a disposición un porcentaje mínimo de juguetes ecológicos son: *Belabu, Bebemundo, Mini Good, Juan Marcet, Super Paco*.
- Si bien es cierto que los juguetes didácticos y ecológicos se encuentran en tiendas de los distintos puntos de venta, cabe recalcar que *predominan más los juguetes modelo*, es decir que muchos de los juguetes se basan en películas, series y demás contenidos audiovisuales e infantiles.
- En relación a los empaques de los juguetes, las marcas varían mucho en el diseño de presentación, usando desde *material plástico hasta material de madera mdf, cartón ecológico, lata tipo metal y tela*.

Gracias al estudio y exploración realizada se pudo comprender de una manera más técnica y amplia sobre cómo los juguetes son catalogados, posicionados y elaborados por distintas marcas, detonando sus atributos diferenciadores que los destaquen uno por encima de otro, preocupándose por el bienestar del consumidor y no solo desde el punto de vista económico. Esto a su vez ayudó a comprender qué sería lo más conveniente para École como marca independiente y para la elaboración de su nueva línea de juguetes ecológicos, teniendo como objetivo a largo plazo ser reconocidos y destacar sobre la competencia.

3.3.1.2. Localización del target

Para poder definir al grupo objetivo se realizaron tres sesiones de grupos focales con un total de 30 personas donde se buscó obtener información de lo que pensaban sobre la disponibilidad de juguetes en el mercado y de la crianza a temprana edad, así mismo de los intereses o prácticas ecológicas que llevan en su día a día. (*Ver Anexo 9*)

Después de un análisis de cada una de las respuestas de los participantes, se definió los siguientes puntos como los más relevantes para la ejecución de nuestro proyecto:

- 8 de cada 10 de los participantes prefieren comprar juguetes que ayuden al desarrollo de sus más pequeños.
- 4 de cada 10 de las personas investiga los beneficios que le puede proporcionar cada juguete al infante. Opinión compartida: “Yo siempre primero pienso en la edad del niño y luego veo que tan funcionales son (los juguetes), yo no soy mucho de marcas de afiliarme a una marca en específico, sino más bien en si realmente sirve”
- La mayoría coincide en que la marca de los juguetes no lo hace mejor, ni tiene mayor relevancia, es más, prefieren comprar de marcas que no sean tan conocidas pero que sí aporten de una buena forma en sus hijos/as.
- Muy pocas veces deciden distraer al infante con juegos en el celular, videos de internet o programas de televisión; prefieren darles materiales que estimulen su motricidad y su creatividad como lápices de colores, hojas y pinturas.
- 6 de cada 10 considera que la tecnología es de gran ayuda en el aprendizaje de los niños, siempre y cuando se le dé un buen uso.
- Cuando se les preguntó por qué razón compran un juguete, la mayoría de los participantes comentaron que siempre suele ser para ocasiones especiales como cumpleaños, logros o en Navidad.
- 3 personas comentaron que los juguetes varían según la edad que tengan los niños. **Persona A:** “Cuando son más pequeños procuro regalarle juguetes que les ayuden en su crecimiento, a diferencia que cuando ya están más grandes y saben distinguir los juguetes que quieren, entonces les dejo elegir el de su preferencia”. **Persona B:** “Yo creo que los juguetes los sigue cambiando de acuerdo también a la edad del niño porque dicen, los niños de pequeños empiezan a desarrollar las motricidades, perfecto, y de ahí comienzan a

desarrollar otras cosas mientras van aprendiendo, de acuerdo a eso yo creo que también se basaría en la adquisición de algún juguete para un niño”.

Persona C: “Cuando son chiquitos creo que buscaría juguetes que no tengan tantas partes complicadas, no complejas y figuras que sean más sencillas, o grandecitas que puedan cargar en sus manos cómodamente y que no tenga ningún peligro o que ocurra algún riesgo de que se lo meten a la boca. Y ya para los más grandecitos que ya saben qué esas cosas no se las pueden meter a la boca ni nada, yo consideraría juguetes que tengan como diferentes partes que puedan estimular el cerebro por ejemplo como estos rompecabezas para armar, que sean juguetes coloridos y también bueno que tengan ruido, que tengan luces es importante porque eso va estimulando poco a poco el cerebro de ellos mientras van creciendo”.

- Otros participantes comentaron que es mejor mantener un equilibrio en la forma de entretener a los más pequeños y les ayude en su aprendizaje también. Una participante comentó: “Yo sé que a mi hijo le gustan los carros, yo trato de combinar su juguete favorito con algo didáctico para que le ayuden a la motricidad fina y le ayuda a lo que es ojo mano boca, también a la motricidad gruesa”.

Luego de definir las conclusiones de los grupos focales se decidió atender las necesidades del grupo objetivo. De esta forma, el *buyer persona* ideal para École se encuentra en un rango entre los 25 - 35 años de edad, con un nivel socioeconómico medio, medio alto y con hábitos e intereses en manualidades, jardinería y prácticas eco amigables. Así mismo tomando en consideración el target definido, se procedió a realizar un *customer journey* como se detalla a continuación, el cual permita considerar el punto de vista de cada una de las personas del grupo objetivo, para

mejorar la experiencia con los futuros clientes de la marca y así definir estrategias de comunicación y de marketing.

Tabla 9

Customer Journey, Consolidación

Etapas	Conciencia/ Atracción	Interés/ Consideración	Compra	Retención/ Fidelización	Deleite/ Recomendación
Acciones del cliente	Visualización de post con contenido relevante para el desarrollo de su hijo/a	Revisión de catálogo de juguetes École	Seguimiento con promociones Consultas sobre el producto y compra	Regalo por su compra Asesoría personalizada del mejor juguete según la edad de su hijo	Encuestas de satisfacción del producto Descuentos en próximas compras Video testimonio
¿Qué está sintiendo?	Intrigada por conocer más sobre el producto que ayudará a su hijo/a	Reflexiva sobre los beneficios que pueden ofrecer y por cuál será el mejor	Expectativa a lo que le pueden comentar sobre el producto y feliz por tener una herramienta de mucha ayuda para su menor	Agradecida por el obsequio y la atención obtenida	Satisfecha por la utilidad del producto en el desarrollo de su bebé
Puntos de contacto, medios	Anuncio en redes sociales	Redes sociales, Tienda virtual	Correo electrónico, email mkt, redes sociales	Chats, atención al cliente, redes sociales	Encuesta, redes sociales, email mkt, WOM

Fuente: École, 2022

3.3.1.3. Encuesta

Al finalizar los grupos focales, se tomó la decisión de presentar un catálogo con los juguetes de la línea 2022 (*Ver Anexo 1*) y a partir de eso realizar una encuesta en la cual se pueda conocer las percepciones de las personas acerca de los posibles precios que podrían tener y así analizar esos resultados como referente. (*Ver Anexo 10*)

Un **48,4%** de los encuestados decidió colocarle al juguete <Apila Conmigo> el valor de “**Alrededor de \$10**”.

APILA CONMIGO



¡Pon a prueba tu mente y tu creatividad y apila las piezas hasta que no puedas más!

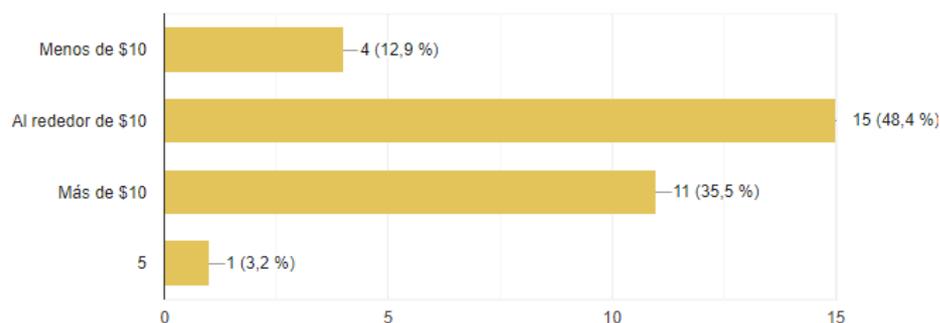
Medidas: Al rededor de 10 x 10 cm (varía por cada pieza)

Materiales: Madera maciza y pintura no tóxica.

Técnica: Corte, lijado y pintado de madera.

*Elaborado a mano.

31 respuestas



Un **51,6%** de los encuestados decidió colocarle al juguete <Cosiendo y Enhebrando> el valor de **“Alrededor de \$5”**.

COSIENDO Y ENHEBRANDO



Un divertido juego donde te vas enredando mientras aprendes jugando

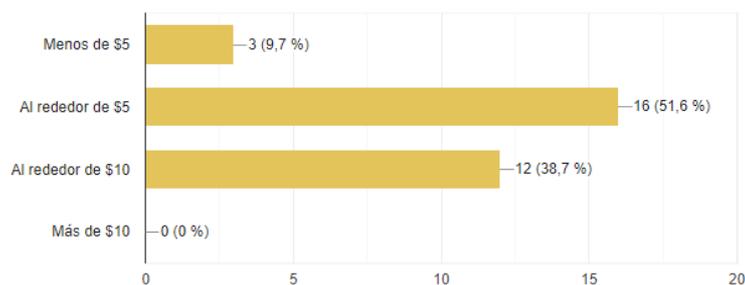
Medidas: 25 x 25 cm

Materiales: Tela, hilo de bordar, pasador con acetato, y ojetes.

Técnica: Costura

*Elaborado a mano.

31 respuestas



Un **45,2%** de los encuestados decidió colocarle al juguete <Mi Casita Grande> el valor de **“Alrededor de \$10”**.

MI CASITA GRANDE



Balancín de Mi Casita Grande con diversas texturas y papel espejo.

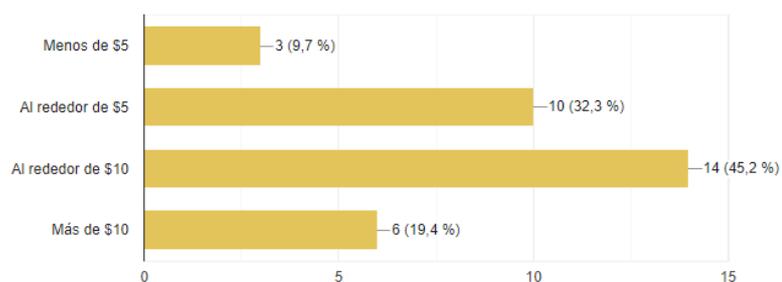
Medidas: 20 x 20 cm.

Materiales: Madera maciza, papel espejo y pintura no tóxica.

Técnica: Corte, lijado y pintado de madera.

*Elaborado a mano.

31 respuestas



Un **67,7%** de los encuestados decidió colocarle al juguete <Ruleta de animales> el valor de **“Alrededor de \$5”**.

RULETA DE ANIMALES



¡Gira de un lado al otro lado y con la flechita bailando empareja los tazos!

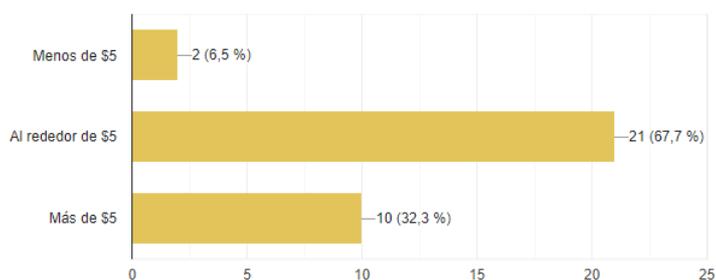
Medidas: 20 x 20 cm.

Materiales: balsa, pintura no tóxica, tornillo y puntero de madera.

Técnica: Corte, lijado y pintado de madera.

*Elaborado a mano.

31 respuestas



Un **387%** de los encuestados decidió colocarle al juguete <Animamigos> el valor de **“Alrededor de \$5”**.

ANIMAMIGOS
(Precio por unidad)



Títeres de dedo para crea nuevas historias y aventuras con un nuevo mejor amigo

Medidas: 10 x 5 cm

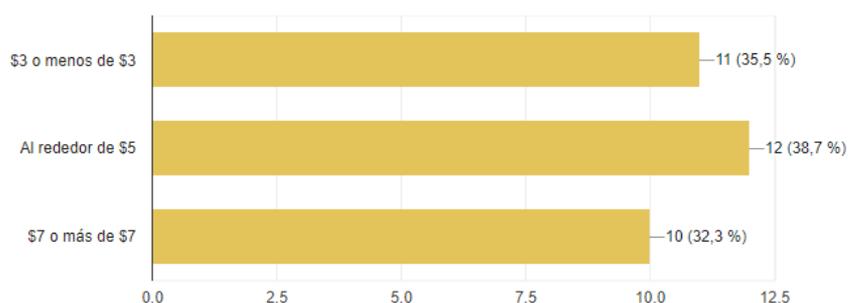
Materiales: Feltro e hilo de bordar de distintos colores.

Técnica: Bordado.

*Elaborado a mano

*No incluye estante.

31 respuestas



3.3.1.4. *Análisis de competencia*

El mercado de los juguetes ecológicos, pese a ser algo novedoso, en Ecuador ha generado muchos emprendimientos en los últimos años, en especial gracias a la pandemia y la importancia que le dan las generaciones actuales a la conservación del medio ambiente y a la sostenibilidad. Un estudio realizado por el Instituto Tecnológico de Producto Infantil y Ocio indica que “un 62% cree que los juguetes fabricados de manera sostenible no son una moda pasajera y seguirán bien presentes en el mercado” (AIJU, 2021).

A continuación, se detallarán las marcas competidoras encontradas a nivel nacional, tanto en el ámbito de juguetes ecológicos o juguetes elaborados a partir de materiales naturales (madera), como el de juguetes didácticos de plástico, tomando en cuenta también la variedad de estos en las áreas del desarrollo del infante.

Tabla 10

Análisis de competencia, juguetes didácticos plásticos

	Toy Chick	Ecuatoys	Lexus
Grupo Objetivo	Padres y madres entre los 25-45 años, clase media	Negocios con disponibilidad a compras al por mayor, clase media	Padres y madres entre los 25-35 años, clase media alta
Posicionamiento	medio/ alto	medio /bajo	medio/ alto
Fortalezas	Variedad de juguetes didácticos para niños desde los 0 a los 4 años/ fortalecen diversas áreas del desarrollo / Precios accesibles / Línea gráfica continua	Venta al por mayor accesibles para pequeños y grandes negocios. / Juguetes para niños de 0 a 4 años	Variedad de libros didácticos, de varios tamaños y procedimientos de juego/ alto movimiento en RRSS
Promesa básica	Productos que divierten y desarrollan las habilidades de los niños	Fabricación y venta de JUGUETES económicos y de buena calidad	Los mejores libros interactivos para aprender mientras te diviertes.
Elementos creativos	Juguetes, Didácticos, Titeres, puzzles	Juguetes, Didácticos, Muñecas y Muñecos	Libros interactivos y didácticos
Piezas gráficas			
Medios utilizados	Redes sociales	Redes sociales, prensa escrita	Redes sociales
Soportes utilizados	Instagram	Facebook, Youtube, Instagram, página web	Instagram, Facebook, página web
Desventajas	Solo manejan una plataforma, la cual tiene un movimiento mínimo (publicación mensual)	Solo se centran en compras al por mayor	Poca variedad en lo que serían otros juguetes didácticos

Tabla 11

Análisis de competencia, juguetes didácticos ecológicos

	Bloccotoys	Dactarijuguetes	Taton	Wilson	Juega y Educa
Grupo Objetivo	Padres y madres entre los 25-45 años, clase media, media alta, amantes del medio ambiente	Padres y madres entre los 25-45 años, clase media, amantes del medio ambiente	Padres y madres entre los 25-45 años, media alta y alta amantes del medio ambiente	Padres y madres entre los 25-45 años, clase media, media alta, amantes del medio ambiente	Padres y madres entre los 25-50 años, clase media alta y alta, amantes del medio ambiente y lo vintage
Posicionamiento	Medio	Medio	Medio alto	Alto	Alto
Fortalezas	Variedad de juguetes didácticos que fortalecen diversas áreas del desarrollo. / para infantes desde los 6 meses a los 6 años	Variedad de juguetes montessori/ para infantes desde los 6 meses a los 6 años/ Línea gráfica continua/ tips y contenido de valor	Espacios creativos para niños de 2 años en adelante, varios modelos, servicio al cliente, tráfico de RRSS continuo	Juguetes didácticos de madera/ Envíos a domicilio en todo Ecuador/ Catálogo de fácil acceso/ Movimiento en RRSS	Espacios creativos para niños de 2 años en adelante, varios modelos, buena calidad
Promesa básica	Juguetes didácticos, Mobiliario y Ambientes de Aprendizaje. Productos de madera, no tóxicos y ecoamigables	Juguetes montessori, didácticos y más. •Queremos niños felices, inteligentes y naturales!	Juguetes ilustrados de cartón para armar, colorear y jugar. Recicla . Reduce . Reutiliza	Juguetes didácticos y de calidad	Hacemos juguetes para alegrar el corazón de los niños. Queremos rescatar al juguete que se hereda, y ser el mejor recuerdo de la niñez de una persona
Elementos creativos	Juguetes, Didácticos, Montessori	Juguetes, Didácticos, Montessori y ropa de bebe	juguetes ilustrados de carton para pintar y armar	Juguetes didácticos, Montessori, y peluches	Espacios de madera y metal, ambientados para juego de rol como la cunita
Piezas gráficas					
Medios utilizados	Redes sociales, eventos	Redes sociales,	Redes sociales, eventos, entrevistas	Redes sociales, eventos	Redes sociales,
Soportes utilizados	Instagram, Mail, Whatsapp	Instagram	Instagram, página web, Whatsapp, Facebook, Youtube	Instagram, página web, Tik tok, Facebook	Instagram
Desventajas	Línea gráfica nula o poco usada en RRSS, no muy buen feed, Solo se maneja por un medio	Solo manejan una plataforma, la cual tiene un movimiento mínimo e inconsistente. / falta de	Feed un poco inconsistente. Especializado en un solo producto	Feed repetitivo, Poca información sobre ellos	Solo manejan una plataforma, la cual tiene un movimiento mínimo e inconsistente. / falta de catálogo, sitio web para ver precios/ línea gráfica muy sobria y aburrida

Los juguetes de la competencia en el ámbito de juguetes didácticos plásticos son un poco más accesibles por costo de producción a diferencia de los juguetes de madera u otro material eco amigable. Otra diferencia apreciable está en la parte la promesa básica de cada marca ya que los juguetes plásticos, pese a tener mayor variedad, no cuentan con una calidad al detalle como lo aseguran los juguetes de madera, sin mencionar la creatividad al momento de proponer nuevas formas y productos para que los niños jueguen y aprendan, como es el caso de “Tatón, casas ilustradas de cartón”.

En cuanto al manejo de redes sociales, los competidores usan Instagram aún si cuentan con una página Web con catálogo y otras redes; en la mayoría de casos se observa constante actividad en la publicación de posts y respuestas a los clientes. En cuanto a la línea gráfica se evidencia que en la mayoría no se aprecia el debido uso o el manejo de una, ya que las publicaciones, o no seguían un orden o un estilo conciso (colores de la empresa o

elementos), o solo se limitaban a tomar fotos del producto sin componer un espacio para que este destaque. Lo único que prevalecía era el logo corporativo en una esquina.

También cabe mencionar que la falta de catálogo en algunos de estos competidores era evidente, puesto que los clientes al querer saber precios o disponibilidad tenían que preguntar en las mismas publicaciones, mientras que a aquellas marcas con página web o catálogo no se les hacía esa pregunta constantemente, ya que con el catálogo a la vista y de fácil acceso ellos podían corroborar esta información.

Esta parte dio a entender la importancia de tener un medio por el cual se pueda mostrar el producto con su precio y características a los clientes, en especial como una marca que está presente en redes sociales.

Concluyendo con este estudio de mercado, se pudo evidenciar lo importante que es hacer un análisis previo a lanzar una marca al mercado. A su vez permitió establecer ciertas estrategias para École y dejar sentadas las bases para las futuras ediciones.

3.3.2. Difusión de la marca

Como parte del plan estratégico con el objetivo de que la marca tenga presencia en el mercado de los juguetes y pueda darse a conocer en diferentes instancias, se tomó la decisión de estar presentes en el evento Jugando Ando Intergaláctico (@jugandoando.ec) y realizar una presentación de la propuesta de École el 10 de septiembre en tarima con los niños asistentes y el siguiente día 11 de septiembre se contó con un espacio donde los padres y niños podrían acercarse para que los más pequeños pongan en práctica sus habilidades con diferentes actividades y así mismo vender juguetes para apoyar con los ingresos a Mi Casita Grande. Dentro del stand se vendieron 2 set de 5 títeres de dedo, 7 títeres de dedo individual y 4 cosiendo y enhebrando. (*Ver Anexo 2*)

A su vez, también para incrementar el alcance de la marca en redes sociales, se realizó una estrategia de contenido de valor con los pilares planteados. (*Ver Anexo 3*)

Se ejecutaron un total de 62 publicaciones, entre ellas piezas gráficas estáticas y video reels, siendo la publicación con mayor interacción, el reel sobre la experiencia en “Jugando ando” con 111 likes y un alcance de 3439, seguido de la publicación sobre “Las ventajas de los juguetes ecológicos frente al resto” con 56 likes y un alcance de 5221. Gracias al contenido publicado se pasó de 215 a 505 seguidores, siendo mujeres el mayor porcentaje con un 82,1%. El mayor número de seguidores tiene un rango entre 25 a 34 años, alineándose al grupo objetivo.

El público que más interactuó con un mayor porcentaje 76,3% se encuentra en Ecuador y la ciudad con más interacción fue Guayaquil con 65,7%. A su vez se obtuvo un alcance de 11550 cuentas, es decir que se llegó con el contenido a estas personas entre estos seguidores y no seguidores. En cuanto el alcance en redes sociales tuvo una mejor acogida en Instagram, logrando un engagement de 5,10% cuando el objetivo planteado era de 3%, consiguiendo un total de 1685 interacciones con el contenido, entre ellos likes, comentarios, compartidos y guardados. (*Ver Anexo 4*)

Por otro lado, para este componente también se buscó alianza con auspiciantes que estén alineados a la marca mediante una carta (*Ver Anexo 5*), se logró conseguir alianza con Cifrut que donó 120 gelatinas, PULP que donó 120 jugos, Inimi que donó 30 cupcakes. Todos estos refrigerios fueron destinados a los niños en cada uno de los eventos realizados. También se consiguió alianza con auspiciantes que colaboraron en el desarrollo de la colección 2023, estos fueron Litotec quienes donaron 25 pedazos de distintos tamaños de madera entre maciza y mdf, Maria Bonita donó 3 kilos de telas y Aguja Mágica donó 5 kilos de retazos de telas.

3.2.3. Participación de las familias

En este tercer componente se buscó que los padres y madres de familias estén informados sobre los beneficios que tienen los juguetes ecológicos en el desarrollo de los niños y niñas; para esto se participó en un evento y se realizaron 3 eventos internos en UCG.

3.2.3.1. Festival Jugando Ando

En este evento se tuvo un stand el 11 de septiembre del 2022, de 10h00 a 18h00, en Samborondón en el Teatro Sánchez Aguilar, en el cual se comercializó los juguetes de la edición pasada previamente fabricados, de tal forma que los ingresos se destinen a Mi Casita Grande. Así mismo se pudo dar a conocer a los padres de familia sobre la importancia de los juguetes ecológicos en los niños realizando diversas actividades eco-amigables e informando cómo los juguetes ayudaban en el desarrollo de sus niños. (*Ver Anexo 2*)

Como resultado final se logró que los padres tanto como los niños conozcan lo fácil que es inculcar una cultura eco-amigable desde temprana edad, creando juguetes con materiales reciclados como cartón, palos de helado, tela, cajas de huevos, entre otros. A su vez se pudo indicar los beneficios y la funcionalidad de los juguetes y el juego según la edad.

3.2.3.2. Evento Ecojugando

El primer evento interno se llevó a cabo en la Universidad Casa Grande, el día 13 de octubre del 2022, a las 15h30. Este consistía en un espacio para compartir entre madres e hijos mientras armaban con materiales reciclados su propia casita grande poniendo en práctica su imaginación, creatividad y el trabajo en equipo. (*Ver Anexo 6*)

Como resultado, los niños descubrieron nuevas formas de entretenerse con sus creaciones ecológicas, y así mismo las madres de familia pudieron evidenciar las diferentes formas que hay para jugar con sus hijos, sin necesidad de gastar en juguetes modelos.

3.2.3.3. Testeo Eco explorando 2023

Este segundo evento tuvo lugar en el Centro ubicado en la Isla Trinitaria del programa Mi Casita Grande, el día 25 de octubre del 2022, a las 15h30. El objetivo del mismo era validar cada uno de los nuevos juguetes de la edición 2023. Se determinó 3 secciones según la edad correspondiente para cada juguete, de tal forma que los niños puedan testarlos y los integrantes del proyecto puedan realizar observaciones para ver cómo se desenvolvían los niños con los juguetes. (*Ver Anexo 7*)

Los resultados de la observación directa fueron los siguientes:

Cami Camaleón

Los niños de 2 a 3 años, lograron captar de inmediato la función de Cami Camaleón y les fascinó el poder llevarlo a todos lados por medio de su cuerda. Esto se debe a que los niños a esa edad quieren llevar consigo todos los juguetes a cada lugar que vayan, lo cual fue clave para evidenciar que el juguete estaba funcionando según lo estipulado. Sin embargo, también descubrieron otras formas de jugar que no se había considerado y fue muy gratificante ver cómo se desenvolvían mientras fortalecían su motricidad fina, la prensión al momento de agarrar la cuerda y jalarla, el desarrollo del equilibrio y la orientación espacial identificando los lugares pequeños hasta las zonas al aire libre.

Lula la Tortuga

Los niños de 1 a 2 años encontraron llamativo el juguete, haciéndolo pasar por obstáculos o simplemente moviéndolo de arriba a abajo, de un lado al otro. Lula contaba con papeles espejo que le permitían al infante verse a sí mismo, estos se entretenían mirando sus reflejos o buscando el de sus madres. Cabe mencionar que esta actividad ayuda con su desarrollo del sentido de la identidad e imitación.

Como resultado, se evidenció que Lula llamaba la atención momentáneamente y luego preferían otros juguetes, por lo que se optó por un rediseño del juguete que sea más entretenido. Ahora Lula cuenta con 3 piezas, de forma que los pequeños puedan armarla

como un rompecabezas, apilarla, ubicarla acorde a su creatividad e imaginación o hasta crear, no solo su forma de tortuga, sino la que ellos deseen. Por su complejidad, la edad a la que iba dirigido este juguete cambió para niños y niñas de 2 a 3 años.

Animacuentos

Estos juguetes se testearon con niños de 3 a 4 años, tuvieron un gran recibimiento ya que se notaba cómo ellos se interesaban por los accesorios que estos tenían y por el mini cuento que acompaña a estos amigos, de tal forma que mientras van conociendo de ellos puedan colorearlos.

Con esta observación se pudo confirmar que el juguete estaba destinado a la edad planteada y que cumplía su función de reforzar la motricidad fina, la presión, la creatividad e imaginación creando nuevas historias con los personajes.

3.3. École lanzamiento de juguetes 2023

El día 24 de noviembre del 2022 a las 16h00, se llevó a cabo el lanzamiento de la nueva línea de juguetes École dentro de las instalaciones de la Universidad Casa Grande de forma presencial y virtual vía Instagram, mediante un conversatorio entre los miembros del grupo. *(Ver Anexo 11)*

Se dio una breve introducción sobre École para que el público pueda conocer acerca de este proyecto desde sus bases e inicios, y así, abrir paso al proceso de la creación de juguetes de la actual edición. Dentro de este conversatorio se comentaron temas sobre cómo surgieron los prototipos desde sus inicios, desde las investigaciones previas, las visitas a los puntos de venta, las observaciones directas, el análisis de la competencia, las primeras propuestas, la elección de los materiales, las alianzas con los donantes, los primeros prototipos, el testeo de los mismos, incluso los cambios posteriores a las pruebas con los niños y niñas de 1 a 4 años de edad del Programa de educación infantil Mi Casita Grande.

Se contó con la cobertura de una estudiante de multimedia que contribuyó con la transmisión en vivo del mismo por el Instagram de École, para que toda la comunidad pueda estar al tanto de las noticias sobre la nueva línea de juguetes 2023.

Al finalizar el conversatorio surgieron dudas por parte del público presente; una de ellas fue acerca de la comercialización de los mismos, donde se respondió que sería posible en las próximas ediciones de École. También consultaron sobre cómo aportamos a la economía circular, y se comentó sobre los procesos, empaques y materiales. Y finalmente, acerca de cuál sería el elemento diferenciador como marca, a lo cual se dio como respuesta que lo que diferencia es el objetivo de contribuir monetariamente al Programa de educación infantil Mi Casita Grande.

En general, fue un evento muy divertido e informativo. Sin embargo, de este proceso se rescata la importancia de la antelación a considerar en este tipo de eventos, así como la debida preparación. El evento, pese a concluir de buena manera pudo ser mejor, tanto en la difusión del mismo, como en la presentación del mismo. También se destaca la importancia de la correcta construcción del ambiente, en especial en el ámbito de la jerarquización de marcas y logos, dando prioridad siempre al institucional (en caso de ser un proyecto universitario) y al de la marca en sí, recomendación igualmente aplicable en recuerdos.

Como último punto para la difusión post evento se realizó un boletín de prensa y se envió a medios nacionales para que puedan publicarlo de forma digital en cualquiera de sus plataformas. (*Ver Anexo 12*)

3.4. Elaboración de juguetes

Con los resultados de la investigación de mercado realizada se analizaron los materiales con los que otros juguetes fueron elaborados, el precio, rango de edad, etc. (*Ver Tabla 12*). Todo fue de ayuda para definir las propuestas sin caer en algo ya existente y marcar un atributo diferenciador en cada propuesta de los juguetes de la presente edición.

A partir de una investigación sobre qué tipo de juguetes pueden ser apropiados para cada edad se tomó la decisión de elaborar tres juguetes. En la siguiente tabla se presenta las características de cada juguete:

Tabla 12

Juguetes, 3ra edición École

Juguetes	Rango de edad	Materiales	Destrezas
Lula Tortuga (Ver Anexo 8)	2- 4 años	- Madera MDF - Pintura no tóxica	- Motricidad fina y prensión - Habilidades sociales - Desarrollo de la imaginación, creatividad y resolución de problemas - Coordinación óculo-manual
Cami Camaleón (Ver Anexo 8)	2 - 3 años	- Madera MDF y maciza - Pintura no tóxica - Pintura Acrílica Famarte	- Motricidad fina y prensión - Habilidades sociales - Desarrollo de la imaginación. - Equilibrio y orientación espacial
Animacuentos (Ver Anexo 8)	3-4 años	- Madera MDF - Retazos de tela	- Habilidades sociales - Motricidad fina - Desarrollo de la imaginación, y creatividad - Función simbólica al representar una historia

Fuente: Elaboración propia 2022

Con los aspectos definidos se procedió a la elaboración de los prototipos en plano, para comprender aspectos como medidas de cada uno; al trabajar con materiales donados y rescatados se buscan las piezas de tela o madera que se aproxime más a la necesidad que representa la elaboración de cada prototipo y para un buen acabado se trabajó con materiales eco amigables, productos libres de atributos tóxicos como la pintura FAMARTE y EVANS.

También se elaboró un manual donde se detalla las especificaciones de cada juguete para su desarrollo para futuros equipos de École (Ver Anexo 8). Siguiendo la línea de École

desde el 2020, este año se llevó a cabo la producción de tres prototipos de juguetes: Cami Camaleón, Lula la Tortuga y cinco Anima-Cuentos (Jaimito el perro, Caty la gata, Alejo el conejo, Paty la pata y Simón el ratón).

3.5. Conclusiones y Recomendaciones

Ser parte de la tercera edición de École fue todo un reto, partiendo desde la realización del estudio de mercado, el proceso creativo, el prototipado de los juguetes, hasta el desarrollo de los eventos. También cabe destacar el manejo de nuevos conceptos para gran parte del equipo como la economía circular, el desarrollo infantil y el juego, todos estos conceptos representativos del proyecto.

Reconocemos que no se pudieron llevar a cabo todos los objetivos planteados desde un inicio, sin embargo, a pesar de las dificultades, siempre tratábamos de buscar una solución y sacar adelante el proyecto. No logramos posicionar a Ecole como una marca de juguetes ecológicos en el mercado, pero aprendimos durante el trayecto todo lo que conlleva tener esa presencia. Definitivamente las lecciones que nos quedan de esta travesía son gratificantes, creemos fielmente que serán útiles tanto en lo personal como profesional.

Nuestras recomendaciones para la siguiente edición de École es que como se logró culminar el estudio de mercado necesario para la venta de juguetes, el siguiente paso para la comercialización sea iniciar el proceso ante las entidades gubernamentales correspondientes para la legalización de una entidad jurídica, así como la obtención del RUC y gestión de los respectivos permisos para comenzar las operaciones comerciales. Asimismo, creemos que para continuar con este proceso se deben involucrar a estudiantes de la Universidad Casa Grande de carreras como Administración de Empresas, Negocios Internacionales, Ciencias Políticas y Derecho para poder llevar a cabo una completa y correcta comercialización de los juguetes.

4. Cuarta instancia: Reflexiones individuales sobre el aprendizaje desde el perfil profesional

4.2. Doménica Bucheli

Reflexión individual sobre los juguetes École y el juego en los niños

Estudí Educación Especial por ser una carrera amplia pero enfocada en el desarrollo de los niños, y estaba decidida a realizar mi tesis en un tema relacionado con mi carrera, sobre la evolución de los niños al estimular sus áreas de desarrollo, que sin duda alguna es algo que me llama la atención, porque de esta manera puedo ayudar a fortalecer el cuerpo, a desarrollar las emociones y la inteligencia de los infantes con actividades sencillas de realizar y que se pueden integrar al juego diario.

Llegó el día, después de 4 años de desafíos, retos, ensayos, risas y estrés, en que tenía por delante la elección de la modalidad de titulación: de las cuatro modalidades, siempre me incliné por el Proyecto de Aplicación Profesional, PAP, puesto que considero que es una opción que permite dejar una huella en la sociedad.

Al elegir el proyecto École supe que encajaba con lo que yo quiero hacer en el futuro como educadora: elaborar juguetes ecológicos, ayudar al desarrollo de los niños y dar a conocer el juego mientras fomenta el cuidado del medio ambiente. Así de esta forma poderlos convertir en una herramienta pedagógica, para mí.

École me ha enseñado mucho, en primer lugar a trabajar en equipo de manera interdisciplinar porque durante mi trayectoria universitaria no tuve la oportunidad de trabajar un proyecto con estudiantes de otras carreras y facultades, y en segundo lugar me ha permitido poner en práctica mis conocimientos teóricos adquiridos a lo largo de la carrera, para demostrar la importancia del juego en la primera infancia, brindando información relevante que contribuya a la comprensión de la niñez y su desarrollo, inculcando el uso de juguetes ecológicos y la participación de la familia en el juego.

Durante el desarrollo del proyecto pude contribuir con mis conocimientos sobre la primera infancia, proponiendo actividades lúdicas y dinámicas para diversión de los niños y a su vez para que puedan adquirir nuevos conocimientos y habilidades jugando de distintas maneras, ubicando a los infantes como los protagonistas del juego. También tuve la oportunidad de proponer los juegos que se podían realizar durante los eventos y comentar sobre tips o consejos a los padres de familia para que sepan cómo potenciar, enseñar, y fomentar desde el desarrollo de sus hijos a cómo cuidar el medio ambiente y saber de qué forma jugar con sus niños.

Asimismo, a medida que iba avanzando el proyecto, yo pensaba que por ser una persona primeriza en la confección de los juguetes iba a ser difícil para mí porque cuando se crea un juguete desde cero, no se sabe con certeza si los beneficios que estas colocando van ayudar al niño o incluso si los pequeños al jugar con los juguetes están utilizando esas habilidades pensadas; resultó ser más fácil de lo que pensé pues desarrollé un trabajo investigativo para poder identificar los beneficios correctos para los juguetes diseñados, considerando su estructura, que sea apto para el niño y acorde a su edad y habilidades. Un ejemplo podría ser con Lula la tortuga, uno de nuestros juguetes de esta nueva edición, en la cual realice una investigación para verificar cuáles son las habilidades de los pequeños a esa edad, si su estructura y la forma en la que estaba diseñada iba a funcionar con el rango de edad en la cual iba a ser destinado, y así mismo con Cami camaleón y los Animacuentos.

Luego realicé las actividades y juegos de los eventos que tuvimos como École para inculcar el uso de juguetes ecológicos y la comprensión de la niñez y su desarrollo, de forma que los padres de familia conozcan estos datos importantes sobre sus hijos; lo cual para mí no fue un reto porque era como planificar una clases para mis alumnos donde tenía que buscar juegos/actividades recreativas para que los niños se diviertan, utilicen su imaginación,

creatividad, experimenten pero con materiales reciclados, y principalmente que exista un aprendizaje significativo a partir de estos eventos.

Todos estos beneficios y actividades/ juegos fueron aportados a partir de mis conocimientos y experiencias que tengo como educadora y con los niños diariamente, y no obstante apoyándome siempre de investigaciones, fuentes bibliográficas o referencias para lograr que el juguete realizado sea adecuado para los niños a los que está dirigido (0-6 años).

Como futura educadora, considero que he adquirido aprendizajes significativos durante este maravilloso proyecto; en cuanto a la hora de planificar clases, ya no solo pienso en los objetivos/áreas a desarrollar, ahora planificó pensando en que el material sea ecológico, en reutilizar los materiales, en crear diferentes juegos; busco transmitir una cultura de reciclaje; igualmente busco que el material tenga un buen diseño para que funcione acorde a la edad y habilidades del niño.

Con École he adquirido nuevos conocimientos que por mi carrera no los tenía como realizar la planificación y guión del evento Ecojugando, experiencia que antes no había tenido dentro de la universidad y pensar en la finalidad que queríamos lograr con ese evento, decidir cómo iba a hacer ese día con los niños, hasta contribuir a hacer un estudio de mercado, aprender a coser los títeres de dedos para poder venderlos en el evento en que íbamos a participar, el cual consistía en promocionarse como marca de juguetes ecológicos y lo principal, a promover entre los padres de familia que cuando compren un juguete, no solo se fijen en lo bonito y colorido que es, sino, que conozcan que este juguete está ayudando en el desarrollo/habilidades a su hijo y, a su vez, que los está ayudando a fomentar la utilización de materiales ecológicos de forma que apoya al medioambiente y a un programa para niños de escasos recursos.

Personalmente ahora busco siempre explicarles y resaltarles a mis alumnos porqué son importantes los juguetes que usan y cómo los ayudan en su aprendizaje, en su crecimiento y su desarrollo para su futuro.

4.3. Wendy Guerrero

Reflexión individual sobre la elaboración de juguetes École 2022 y planificación de contenido para redes

En primera instancia quiero destacar que el haber sido parte de este proyecto me hizo notar que fui capaz de poner gran parte de mis conocimientos adquiridos en la carrera de Diseño Gráfico y Comunicación Visual. También considero importante comentar que en medio de todo este proceso me topé con muchas tareas y actividades que fueron nuevas para mí por lo que adquirí nuevos conocimientos de otras carreras como Comunicación, Educación y Marketing. Por consiguiente, los retos que enfrenté en el proyecto fueron variados y con distintos niveles de dificultad. Así mismo, gracias a las tareas que tuve que cumplir en medio del proyecto desarrollé nuevas habilidades.

Procuré dar lo mejor de mí en cada tarea para conseguir los resultados deseados a pesar de que el proceso fue un poco complejo. Entre las tareas que tuve que realizar podría decir que la que se presentó como un mayor reto para mí fue la planificación de contenido para redes sociales ya que no tenía mucha experiencia en el tema.

Otro gran reto para mí fue la elaboración de uno de los juguetes de la colección 2022. Este juguete fue “Cosiendo y enhebrando”, para el cual se necesitaban varios materiales; estos se obtuvieron por medio de donaciones como fue el caso de La Aguja Mágica y María Bonita que donaron una buena cantidad de retazos de tela para esta edición, lo cual considero que es la mejor y la decisión más inteligente que pueden tomar negocios que trabajan con materiales cuyos residuos se les pueda dar una segunda vida como lo fue en este caso, ya que, se utilizaron retazos de tela sobrantes para la

elaboración de juguetes ecológicos. A su vez, teniendo en cuenta que estos juguetes no sólo debían ser funcionales, sino también atractivos en apariencia, primero tuve que seleccionar las telas que servirían para la elaboración del juguete. A partir de esto tuve que hacer varias combinaciones apropiadas de telas para cada juguete, lo que me pareció una actividad bastante gratificante y, gracias a mi experiencia como diseñadora, interesante. De esta forma pude constatar una vez más, qué tan importante es la psicología del color en mi trabajo y pienso que en la vida en general. Para esta selección de telas me basé en los tamaños de los retazos, los colores y patrones de cada tela y el estado en que se encontraban. Este proceso fue bastante importante ya que, en el caso de este juguete, una buena armonización en cuanto a colores y patrones era fundamental.

Por otro lado, el reto más complejo en el proceso de creación de este juguete fue lograr un buen acabado. Gracias a lo aprendido en mi carrera sé que la apariencia de un producto bien terminado siempre tendrá un impacto mayor en la venta, después de todo si un producto no es estéticamente atractivo hay mayores probabilidades de que no sea un producto con altas ventas. Además, con este juguete tuve que tener muy presente el impacto en la seguridad, sobre todo por ser un juguete para niños. Los bordes, la costura y muchos más detalles, no solo podrían desanimar a los posibles compradores, sino que también pueden llegar a ser un riesgo para la salud y la seguridad de los niños. Ahora bien, no es solo el aspecto del producto y la seguridad lo que importa cuando se trata del acabado. Desde el punto de vista del diseño, la razón principal del acabado es evitar la baja calidad en la producción. Esto es algo que siempre se debe tener en cuenta en el diseño en general.

Una vez hechos los juguetes era muy importante darlos a conocer ya para esto, como ya mencioné anteriormente, me encargué de la planificación de contenidos en redes sociales para lograr atraer al grupo objetivo y posibles clientes de los juguetes que estaban en proceso de fabricación.

Este proceso fue también de suma importancia, sobre todo si lo digo desde el papel de mi carrera de Diseño Gráfico y Comunicación Visual, ya que considero que es un excelente medio para comunicar mensajes, ideas, anuncios y otros contenidos, aparte de ser una herramienta ideal para fortalecer un mensaje de manera efectiva. El Diseño Gráfico es una de las herramientas más poderosas en el Marketing de contenidos, ninguna campaña o fuente está completa sin artes gráficas. Sin embargo, cabe recalcar que el Diseño Gráfico no se trata solo de imágenes o tipografías, sino de crear una gráfica que sea completa, visualmente atractiva y bien compuesta con texto, imágenes y un diseño que permita una lectura y entendimiento más fácil para su audiencia. Los diseños exitosos ofrecen a las personas una experiencia agradable y la oportunidad de conectarse con la marca. Un diseño atractivo utilizado en las redes sociales puede crear una imagen positiva y crear conciencia de marca. Por este motivo se procuró seguir con la imagen que la marca ya tenía en ediciones pasadas, pero con ligeros cambios al diseño que permita, no solo publicitar los juguetes a través de gráficos, sino que también se pueda mostrar los lineamientos de la marca, y sus valores en general, procurando darle a la marca una imagen prudente y acorde a lo que se ha hecho en las ediciones pasadas.

Para el éxito de la cuenta trabajé en conjunto con mis compañeros en la calidad del contenido a partir de una planificación establecida. En este punto encontré un nuevo reto el cual fue la creación de pilares de comunicación, para lo cual hice uso del nuevo aprendizaje adquirido de Marketing y Comunicación. De esta manera pude comprobar que el contenido bien planificado no solo es una excelente manera de construir relaciones de confianza con la audiencia, sino que también puede ayudar a satisfacer las necesidades de la marca.

Una herramienta clave que me ayudó a lograr los objetivos de Marketing en redes fue crear una estrategia de contenido sólida que actúe como un plan de juego para coordinar,

crear y distribuir el contenido de la marca. De hecho, también logré verificar que un proyecto así necesita de un plan de contenidos ya que es una herramienta indispensable para una promoción efectiva, en este caso el contenido expuesto se dividió: actividades para los pequeños del hogar, conocimientos compartidos por expertos relacionados a los temas tratados dentro de nuestra marca, tips para fomentar una cultura eco amigable y temas informativos relacionados con el desarrollo infantil para madres y padres de familia. De esta forma las personas pudieron tener una idea más clara sobre qué es École, cuál es su objetivo y bajo qué fundamentos trabajarán las futuras ediciones del proyecto. Incluso pude constatar que el tener un plan bien elaborado y organizado ayudó a que el proceso de comunicación sea mucho menos complejo.

En el caso de este proyecto, el plan también ayudó con el ahorro de tiempo y permitió mejorar constantemente la calidad de las publicaciones ya que no solo teníamos una buena organización para subir contenido, sino que también, creamos un plan de apoyo en caso de tener que cambiar el contenido ya planificado. De ese modo se pudo crear una comunidad de personas interesadas en los juguetes ecológicos para posibles ventas.

Pienso que nada de esto lo hubiera aprendido si no hubiera investigado sobre el tema para poder realizar dicha tarea. Cabe recalcar que dentro del plan académico de mi malla sí se encontraban algunas materias que me dieron una introducción en aquellos temas, sin embargo, no es hasta en situaciones como estas donde realmente toca poner en práctica lo aprendido, lo que en este caso.

Como instancia final, a partir de lo expuesto, pude apreciar cómo el Diseño Gráfico cumplió una función importante en distintos ámbitos del proyecto, desde crear un producto hasta mejorarlo y brindar una buena experiencia al usuario. Sabía lo importante que es el Diseño Gráfico para dar a conocer una marca y en este proyecto lo pude comprobar y darme cuenta que tiene una importancia y utilidad más grande de lo que pensaba. Sin duda

alguna, gracias a este proyecto aprendí a desenvolverme en nuevas áreas, salir de mi zona de confort y experimentar con nuevas actividades, nuevas personas y nuevos temas.

4.4. María José Mendizábal

Reflexión individual sobre la estrategia comunicacional de École y Desarrollo de eventos

Llegar a la última instancia de los requisitos para graduarse en la Universidad es todo un reto después de haber recorrido algunos años desarrollando conocimientos y prácticas para salir al mundo laboral y ejercer. De esa misma manera fue como tomé la noticia de que mi Proyecto de Aplicación Profesional era École, realmente fue mi primera opción y me llamó la atención poder destacar algunos puntos del proyecto y sacarlo adelante como una marca.

Durante todo este tiempo trabajando en el proyecto pude descubrir algunas habilidades que no sabía que las tenía, y también pude poner en práctica mis conocimientos adquiridos en mis cuatro años de carrera en Comunicación. Tenía demasiadas expectativas, pero a su vez no sabía cómo iniciar porque eran tantas cosas que quería lograr, pero primero tenía que poner en orden mis ideas y establecer un plan de acción.

Definitivamente es muy cierto cuando dicen que sin un objetivo claro no hay un punto de llegada fijo, así que me pregunté cuál era el mejor camino que podía tomar École en su tercera edición, en conversaciones con mis compañeros de grupo. Gracias a las actividades realizadas en el seminario, el panorama cada vez era más límpido y podíamos determinar nuestro problema central.

Al estar más centrada en la parte de la comunicación de École, siempre procuraba que lo que se quería informar tenga un propósito claro para que sea entendido por todos los receptores. Fue necesario trabajar desde la comunicación interna con los colaboradores (nosotros como miembros de École) para tener congruencia con la parte externa (nuestra audiencia/consumidores) y que esto ayude a lograr los objetivos. Obviamente no fue fácil,

todo llevó un gran esfuerzo y dedicación para que las demás personas pudieran entenderlo de la misma forma que yo lo pensaba.

Considero que muy pocas veces nos tomamos el tiempo para analizar las distintas formas de recepción que pueden llegar a tener nuestro público objetivo, y es ahí cuando se pierde el mensaje clave que queremos transmitir. Por eso debemos ser demasiado minuciosos en este aspecto para que no se genere ningún tipo de malentendido. Así mismo, durante este proceso aprendí que «menos es más» sin dar mucha vuelta en lo que se quería comunicar, sino ser corta y precisa.

Siguiendo con este proceso, el trabajo en equipo con mis compañeros de la carrera de Diseño Gráfico fue fundamental al momento de elaborar piezas gráficas para redes sociales, puesto que las ideas complementarias generaban un buen resultado para lo que se quería comunicar y para obtener el alcance deseado. Al final logramos hacer uno solo dando un mensaje claro con una buena apariencia visual.

Al inicio no fue fácil congeniar con las ideas por las distintas formas que tenemos de trabajar, pero desde mi punto de vista, siento que aprendí mucho del trabajo colaborativo, de poner en práctica la paciencia en algunos casos y de reforzar la empatía con los demás porque todos somos un mundo distinto. Tomando en consideración estos puntos llevé a cabo los objetivos que me había planteado personalmente desde un inicio; encontrar la forma de entender a los demás, aceptar las diferencias, y evidenciar lo aprendido en mi carrera de tal forma que siempre encuentre una solución para sacar adelante el proyecto.

Cabe recalcar que también tuvimos más de un imprevisto porque no todo lo que se planea se cumple al pie de la letra, así que ahí es donde se pone en práctica el manejo de crisis interna para poder generar una solución efectiva sin que pueda generar tantos inconvenientes en lo planeado.

Sin embargo, hubo muchos factores que no estuvieron a mi alcance para poder controlarlos y lograr el objetivo principal de École que era posicionar la marca en el mercado de juguetes ecológicos. Aunque un buen plan de comunicación era indispensable para la marca, nos hizo falta esa estrategia vendedora y publicitaria de alguien de la carrera de Marketing o Publicidad. Definitivamente, aunque lo intentamos, no salió como esperábamos, así que confirmo el refrán de “Zapatero, a tus zapatos”.

Por otro lado, para la conceptualización y desarrollo de los eventos tuve que pensar desde la perspectiva de un niño, porque al final ellos serían los invitados que disfrutarían de la experiencia. En esta parte descubrí algunas cosas que sinceramente no me había detenido a pensar porque no había tenido la oportunidad de trabajar con menores, pero me di cuenta que realmente nunca perdemos nuestro niño interior y siempre vamos a querer realizar actividades que despierten nuestra creatividad e imaginación.

Así mismo el comunicarse con los más pequeños fue todo un reto que viví dentro de este proyecto, a veces no sabía cuál era la mejor forma de hablarles sin que suene muy exigente por las cosas que requería que hagan en actividades, así que pensé que la mejor forma era divertirme junto a ellos y no seguir reglas, sino ir descubriendo en el camino nuevas formas de hacer las cosas. Fue un gran método para aprender también de ellos y darme un tiempo para reflexionar sobre cómo siempre estamos acostumbrados a seguir un patrón y no ver más allá de lo que se puede realizar.

No solo en lo laboral, sino también de forma personal en lo que hago a diario, experimenté una nueva forma de interpretar situaciones y no cerrarme a una sola idea o un solo camino o una sola respuesta para algo en específico. Por eso es que dicen que a veces aprendemos hasta de las personas que menos nos imaginamos y este año definitivamente lo he comprobado.

También dentro de la actividad de desarrollar eventos pude evidenciar el proceso de llevar a cabo los objetivos planteados y el resultado de generar varias emociones mientras viven una experiencia que se diseña a partir de los gustos e intereses de quienes van a ser partícipes. Creo que eso es lo más importante, dejar un recuerdo de la actividad que se realiza para que tengan presente la marca como tal.

A veces sentía largo el camino y no sabía si se iba a lograr lo que originalmente estaba planteado desde un principio, pero ahora que he llegado a la etapa final del proyecto es tan satisfactorio ver todo lo que se realizó en equipo para École, definitivamente algo retador en todos los aspectos posibles. Desde tener una visión marketera para realizar un estudio de mercado hasta poder ser animadora de los eventos involucrándome con los niños, realmente son cosas que no me imaginé hacer, pero ahora que lo viví, me siento agradecida con mis compañeros por haberme compartido sus conocimientos y haberlos puesto en práctica durante todo este tiempo que realizamos este Proyecto de Aplicación Profesional. De esta experiencia me llevo todos los aprendizajes de lo logrado, pero sobre todo las lecciones de los errores que cometimos al querer llegar a nuestra meta, estoy segura que serán muy útiles para mi vida tanto de forma personal como profesional.

4.5. Emily Mesias

Reflexión individual sobre la planificación y Desarrollo de piezas gráficas para redes sociales de École

El poder participar dentro de un Proyecto de Aplicación Profesional sobre juguetes ecológicos para niños desde los 6 meses a los 4 años de edad como estudiante de Diseño Gráfico, el trabajar en conjunto como un engranaje junto con los docentes asignados para alcanzar los resultados planteados a contra reloj, fue una experiencia gratificante, pero, a la vez, desafiante. Nos brindó una primera inmersión a cómo es el mundo laboral, donde el

trabajo en equipo de la mano de la diversidad de conocimientos, géneros y edades, la eficacia y la eficiencia son lo esencial para el crecimiento y el éxito.

Dentro del PAP me pude desenvolver y trabajar en lo que me apasiona, aplicar todo lo estudiado durante este periodo universitario, pero también, desafiarme en lo desconocido. Salir de mi zona de confort, pensar fuera de la caja realizando tareas o teniendo responsabilidades que van más allá del campo en el que me he especializado me ha ayudado a saber que el aprendizaje es continuo y que de la mano del trabajo en equipo, los resultados pueden ser sorprendentes y maravillosos.

Elaborar un estudio de mercado de la mano de mis compañeros fue algo que jamás imaginé que podría realizar como futura diseñadora gráfica, pero que gracias a este diverso equipo interdisciplinario, fue posible. Investigando, leyendo, visitando puntos de venta, realizando grupos focales, escuchando la opinión de nuestro grupo objetivo y muchas otras actividades más que fueron parte de esta aventura e hicieron posible el cumplimiento de nuestros objetivos.

Adicionalmente a esto, también he logrado expandir mis conocimientos respecto al diseño, en este caso, el diseño de propuestas de juguetes para la nueva edición. Mis propuestas fueron: Anita, la ranita y el tablero de texturas. Anita la rana siendo un rompecabezas interactivo y muy llamativo para niños de 2 años y el tablero de texturas, que como su nombre lo menciona, es un tablero que ayuda a la motricidad fina a los niños desde los 6 meses a los 4 años de edad. Sin embargo, estas propuestas fueron descartadas pues mis compañeros lograron desarrollar y conceptualizar otras ideas mucho más innovadoras y divertidas, que se adhieren mejor a lo que es École según sus ediciones pasadas.

El hecho de que estas propuestas se hayan quedado sólo en bocetos, también fue un aprendizaje pues de eso se trata el trabajo en equipo, el éxito no es personal. Al estar en un grupo, la meta y los triunfos son compartidos.

El brindar soporte en la ejecución de eventos, como en jugando ando, eco explorando y el lanzamiento de la línea 2023, también fue algo nuevo en lo que me pude aventurar en esta oportunidad de PAPs que también me dejó muchos aprendizajes valiosos, sobre comunicación y la logística para la planificación de eventos.

Personalmente siento que haber podido contribuir en diferentes áreas fue enriquecedor tanto personal como profesionalmente, pues aprender a expandir horizontes y estar en constante evolución nos favorece como personas al desafiarnos día tras día.

Pero el poder participar dentro del estudio de mercado, el diseño de propuestas y el soporte de eventos fueron de mucha ayuda para el campo en el cual pude expandir mis habilidades y poner a prueba mis conocimientos, que fue en la planificación y desarrollo de piezas gráficas para las redes sociales de la marca, que en este caso serían Facebook e Instagram.

El crear contenido después de haber tenido la oportunidad de ver cómo funcionaban las cosas desde diferentes perspectivas, facilitó el proceso. El haber participado en el estudio de mercado agilizó el proceso de poder comprender e identificar hacía quién estaba dirigida nuestra comunicación, el haber participado en el proceso de creación de prototipos y evento de testeo, observando a los usuarios de los juguetes, facilitó el poder identificar qué contenido sería relevante para la comunidad en Instagram.

Elaborando contenido no solo entretenido, si no, que se pueda informar, divertir, y brindar datos relevantes para los futuros posibles compradores. Todo esto de la mano de un buen diseño, que sume a la comunicación y atraiga la atención mediante elementos que tengan armonía visual, con la intención de lograr que el mensaje brindado perdure y sea recordado. Logrando que École sea una marca que conecte con su público de redes sociales, siendo más humana.

Adicional, también participé en el doblaje de reels para Instagram, brindándole una voz a la marca dentro de videos cortos de 30 a 60 segundos donde compartimos divertidas manualidades, curiosidades de la marca y actividades entretenidas para los más pequeños del hogar, yendo más allá, para continuar con el objetivo de mostrar a École como una marca más cercana y más humana para nuestros seguidores.

Es importante recalcar el papel fundamental que representan las redes sociales en la etapa inicial de introducción de un nuevo emprendimiento en el mercado, pues son un medio de comunicación altamente eficaz que permite una segmentación y un alcance mucho mayor a comparación de otros medios digitales. Siendo una herramienta poderosa y crucial, para esta nueva marca que está por salir al mercado. Pero, lo más importante, ya que nuestro presupuesto es limitado, es que las redes son de libre acceso y nos brindan beneficios como lograr una mayor difusión del mensaje mediante la viralidad, enfocándose de igual manera, en un público específico que en este caso sería nuestra comunidad de seguidores en Instagram y Facebook.

Considero de igual manera, que hubo muchos aspectos acerca de la planificación y desarrollo de contenido, en los que pude haber mejorado; como el seguimiento de una misma línea gráfica en todas estas publicaciones, la constancia de publicación y la consideración de imprevistos. Errores los cuales tomaré en cuenta para una próxima ocasión en mi campo laboral.

La modalidad de Proyectos de Aplicación Profesional, me ayudó a darme cuenta de que los límites no existen, todos los impedimentos son creados por nosotros, pues realmente somos capaces de todo lo que nos proponamos de la mano de un buen equipo capacitado, diverso, tolerante y con mucha predisposición, llegando a resultados que pueden ser sorprendentes y más que satisfactorios. Pero también me ayudó a darme cuenta de que

muchas veces los planes no salen como los esperamos y es nuestro deber aprender a buscar soluciones y diferentes caminos.

Gracias a mis compañeros he logrado expandir y ampliar mis conocimientos sobre diferentes temas. Algunos de ellos, fueron completamente nuevos, como en áreas de educación especial, comunicación, marketing, y otros que fueron de mucha ayuda para reforzar mis conocimientos como diseñadora gráfica. Pero lo más relevante de todo, a aprender sobre el valor y las oportunidades que nos pueden brindar el trabajo en equipo.

Así mismo he aprendido acerca de la solidaridad, colaboración, empatía y tolerancia, que como mencioné previamente me forman como persona y como profesional, creando una experiencia más completa y significativa para la diseñadora gráfica en la que trabajo día a día por llegar a ser.

4.6. Ashley Niveló

Reflexión individual sobre la conceptualización y prototipado de juguetes École 2023

Durante este proyecto pre-profesional he adquirido varias experiencias y momentos que van a acompañarme y servir como apoyo al momento de desenvolverme en mi campo de trabajo como diseñadora gráfica y ramas afines. Uno de los momentos que podría destacar de este proyecto es el de la conceptualización de juguetes para la tercera edición 2023. Durante este periodo se pusieron a prueba mis habilidades y las de mi grupo como diseñadores para conceptualizar y pasar a diseñar juguetes que fueran útiles y a la vez atractivos para niños entre 6 meses y 4 años. Lo cual, tomando en cuenta que hoy en día hay muchos juguetes populares (de personajes de caricaturas o los que salen en películas) además de electrónicos con luces y sonido, era un poco complicado. En mi caso, opté por recordar aquellos juguetes que tuve de pequeña y que dejaron su marca en mi infancia, una recomendación por parte de nuestras guías que podíamos tomar, como no tomar para nuestro trabajo. Así mismo también tomé en consideración varios ejemplos de juguetes montessori que están de moda ahora y que

lo estuvieron en los tiempos de antaño, como parte de la investigación requerida para la conceptualización de nuevos juguetes. Gracias a eso, pese a ser juguete de materiales tradicionales, logré junto a mis compañeros llegar a tres ideas que fueron aprobadas para el lanzamiento de juguetes de esta edición.

Los diseños en un principio no mostraban complejidad de elaboración, pero allí es donde entra aquello que nos han enseñado a lo largo de estos 4 años durante la carrera, ese algo “extra” que nos diferencia de los alumnos de otras universidades: atención al detalle. Es algo que los docentes solían exigirnos a lo largo de nuestra carrera, en especial aquellas materias en las que no estuvimos trabajando frente a un computador o al menos no todo el tiempo. El cortar, lijar y lacar una y otra vez los prototipos de los juguetes de madera (puesto que para tener un buen acabado en este material se necesita un constante esfuerzo) fue un recordatorio de lo que somos capaces gracias a las enseñanzas recibidas en estos últimos años.

En el caso de los juguetes de material textil como es el de “Animacuentos”, pese a ser algo menos laborioso que los de madera, no dejaba de ser un proceso exigente, en especial por el uso de habilidades que no había desarrollado antes ya sea por la falta necesidad o atención. De igual manera logré concluir sin problemas el juguete e incluso obtuve una nueva habilidad a usar en otra ocasión. Cabe mencionar que este juguete en específico consiste de dos partes, la textil y la ilustrada, ya que el juguete también cuenta con un libro para colorear en forma de cuento ilustrado. Sinceramente, esta etapa fue en la que más me divertí ya que el dibujar ha sido una de mis más grandes pasiones y el realizar dibujos para niños, mi sueño. El haber aplicado esta habilidad a algo tan grande como mi proyecto de tesis fue todo un honor.

La experiencia que adquirí trabajando y colaborando para el desarrollo de la tercera edición de École es una que no olvidaré y, pese a no ser la mejor que he tenido, me abre los ojos a 3 cosas: la primera es que en la vida no sueles escoger con quien o quienes llegarías a trabajar para sacar adelante una idea o un proyecto. Está demás decir que no todos colaboran

de la misma manera en el mismo, pero no por eso hay que desanimarse. Hay formas en la que se puede explotar al máximo las habilidades de cada uno para poder alcanzar nuestro objetivo mutuo, sólo hay que encontrarla y seguir adelante con ello.

La segunda cosa que aprendí es que, aunque es importante innovar y buscar formas de mejorar viejos instrumentos con las nuevas tecnologías, también es cierto que es posible aprender de estas. Como diseñadora me es posible rescatar no solo la forma en la que el objeto se ve, sino su utilidad y funcionalidad, y explotar eso para generar algo completamente nuevo que aporte a las nuevas generaciones, como es en el caso de este proyecto. Por último, la tercera cosa que aprendí es el hecho de que mi trabajo, mi profesión, no solo consiste en diseñar detrás de una pantalla, sino que se extiende a varios campos, de los cuales soy capaz de formar parte incluso sin tener una maestría en estos. Esto fue un constante recordatorio mientras realizaba las piezas de los juguetes de esta edición, ciertamente no fue una parte que disfrute al 100, pero no puedo negar que estuve a 1000 cuando las piezas fueron terminadas. Los resultados sin duda fueron gratificantes para el yo de hoy y el que optó por seguir esta carrera en el 2018.

Para concluir me gustaría mencionar lo gratificante que fue formar parte del proceso de diseño y prototipado de los juguetes de esta edición del proyecto École, así como el aprender conceptos nuevos como la economía circular para poder crearlos. Desde su conceptualización, diseño en papel, y realización de planos de ensamble, hasta la producción de estos en madera y tela. El poder tocar algo que empezó como una idea en tu cabeza para cumplir con un propósito tan importante como es el desarrollo infantil y el cuidado del medio ambiente es una sensación indescriptible, no solo de cumplimiento, sino más bien una sensación de logro y superación, en especial si no se creía que se lograría o al menos no con los resultados soñados. Admito que sé que no son perfectos, pero sé que son buenos

productos porque los hizo un equipo dedicado y lo confirmo, pues yo también fui parte de dicho grupo.

4.7. José Panta

Reflexión individual sobre la dirección de arte en contenido y prototipado de juguetes École 2023

Como estudiante de Diseño Gráfico y Comunicación Visual, siento que este proyecto me impuso demasiados retos a los cuales no me había enfrentado antes. En un principio creí que estaría desde el primer momento tratando de sacar ideas para el contenido en redes y los nuevos prototipos de esta edición, sin embargo, no fue así; tras largas semanas de investigación y sentando los objetivos de École para este año, me apropié del conocimiento necesario para poner en marcha nuestra imaginación y dar paso a este largo proceso de creatividad.

En el proceso de investigación aprendí sobre temas ajenos a mi carrera por parte de mis compañeras de educación y comunicación, además de aportes por parte de nuestra tutora y guía donde nos corregían y enseñaban en caso de ser necesario; todo esto fue de soporte al momento de la elaboración del contenido y los juguetes de esta edición.

Desde un inicio las cosas fueron complicadas no sólo por motivos de organización en cuanto a disponibilidad de tiempo por trabajo, también por responsabilidades y asuntos fuera del PAP que hicieron difícil la comunicación de cada integrante del grupo. Ese fue el primer reto que tuve que enfrentar si quería manejar o guiar de cierta manera una dirección de arte con respecto al contenido de redes sociales. Fue necesario conocer cuáles eran las habilidades de cada una de mis compañeras del grupo, con qué se sentían más seguras y desenvueltas para saber de qué manera se debían distribuir las tareas o el contenido a realizar.

Además de asumir el cargo de publicar aquellos artes que consideramos aprobados por el equipo o la tutora y guía.

Algo que tuve que considerar fueron los artes de las ediciones anteriores, ya que representan las bases de donde nació École en cuanto a cromática, tipografía e ilustración; tener en cuenta estos puntos es importante para que el cambio de una edición a otra no cause quiebres, adicionalmente busqué que los artes no queden en algo sencillo que transmita aburrimiento.

Uno de los aspectos importantes que tomé en cuenta para los artes de redes fue la elaboración de reels y animaciones, ya que estas opciones para contenido representaban un mayor alcance con nuestra audiencia; dentro de esta área me sentía muy novato antes de iniciar el PAP's, dada mi poca experiencia, pero gracias a esta necesidad he logrado desarrollar a profundidad esta habilidad y sacar a flote mi imaginación y creatividad para entregar un trabajo de calidad que sea apreciado.

Para complemento del contenido y dirección de arte realicé una cobertura de fotos y videos en los eventos para los artes en redes sociales, justificación y anexos del PAP. Consciente de mi corta experiencia tomando fotos, tomé la iniciativa y responsabilidad y me lancé en busca de referencias a través de internet y con la cooperación del grupo obtuve resultados favorables para cumplir con los objetivos impuestos en cada evento. Cabe recalcar que se les preguntó a los padres de la posibilidad de sacar fotos a sus niños jugando con los juguetes del proyecto y en otros eventos se les avisó que se haría con anticipación.

Haciendo uso de las fotos y videos logré desarrollar diferentes artes (estáticos y animados) que dieron una mejor acogida a la cuenta, al mostrar un lado más humano donde se muestra la interacción entre una educadora y el niño, el cómo perciben o ven un juguete, logrando marcar momentos inolvidables para todos nosotros, momentos divertidos y de alegría entre niños que llegaron a los corazones de muchas personas y lograron conocer más sobre École y ahora quedarán plasmados en el feed de Instagram del Pap's.

Para la elaboración de los prototipos de la edición de este año fue toda una aventura, algo casi nuevo, puesto que en años anteriores tuve la oportunidad y una aproximación de trabajar con madera y realizar un pequeño objeto de decoración.

Teniendo en cuenta los juguetes analizados pude dar inicio con las ideas que fluían en mi mente y plasmarlos a través de bocetos como propuestas para la nueva edición los cuales fueron algo nuevo para mí ya que son para niños.

No creí que la elaboración fuera algo tan complicado, pero la realidad era otra, gracias a nuestra tutora que nos impartió conocimientos sobre cómo funcionan dichos materiales y el proceso de armado de piezas logré mejorar la propuesta original tomando siempre en cuenta para quiénes eran los juguetes.

Con los planos realizados pude practicar de nuevo con las máquinas del taller, a las que después de tantos años uno les tiene miedo, pero fuera de eso practiqué lijando a mano las piezas, donde caí en cuenta que era bueno con ello. Los productos que desarrollamos demandan un buen acabado por ello fueron largas las horas de lijada con diferentes gramajes de lija para llegar al producto final.

Cuando empezamos la elaboración de los juguetes tuve que considerar materiales que creía no eran ecológicos como la pintura acrílica, pensé que este tipo de producto sería dañino para los niños, pero al conocer sus propiedades vi que podía funcionar y así después de largas jornadas y fines de semana muy cansados hasta altas hora de la noche logramos desarrollar los juguetes de esta edición 2023 hasta su presentación final.

Sin duda puedo decir que la experiencia fue satisfactoria y que los aprendizajes me servirán a futuro para mejorar mi desarrollo profesional, como lo fue el diseño circular, una de los conceptos base del proyecto que me enseñó sobre la importancia de la reutilización de materiales existentes. Fue estresante, pero a su vez increíble hacer tantas cosas al mismo tiempo, y ver cómo puedo mejorar en el proceso. Me llevo más que solo un recuerdo de esta

tesis, cada momento marcó un antes y un después en las decisiones que me llevaron a ser quien soy hoy en día, me siento feliz de haber tomado esta carrera y conocer el potencial que puedo desplegar al esforzarme haciendo lo que me gusta. Seguramente mi yo del colegio no se creería todo lo que he avanzado y mejorado día a día.

5. Bibliografía

AIJU. (3 de septiembre de 2021). *Natural Biomaterials in sustainable toys*. AIJU.

Recuperado de <https://www.aiju.es/en/2021/09/03/natural-biomaterials-in-sustainable-toys/>

Bloccotoys. (2022). *Juguetes didácticos, Mobiliario y Ambientes de Aprendizaje*. Instagram.

Recuperado de <https://www.instagram.com/bloccotoys/>

Brotherson, S. (2009). *Understanding Brain Development in Young Children*. Bright Beginnings, NDSU.

Cirjan, F. (2018). *Los principios pedagógicos de María Montessori y de las hermanas Agazzi y su aplicación en el método por rincones*. Universidad de Valladolid, Facultad de Comunicación y Trabajo Social.

DACTARI. (2022). *DACTARI JUGUETES EC*. Instagram.

Recuperado de <https://www.instagram.com/dactarijuguetes/>

Domínguez, C. (1999). *La formación inicial del profesorado de educación infantil: el análisis de materiales como experiencia reflexiva sobre la práctica*. Investigación en la Escuela.

Ecuatoys. (2022). *Somos fabricantes de Juguetes*. Instagram.

Recuperado de <https://www.instagram.com/ecuatoys/>

JUEGA Y EDUCA. (2022). *JUEGA Y EDUCA Guápulo- juguetes didácticos educativos*. Facebook.

Recuperado de <https://www.facebook.com/juegayeducaguapulo/>

Katz, L. (2005). *Perspectivas educativas en la primera infancia*. Santiago, Chile: Ediciones Lom.

LEGO Group. (2017). *Aprendizaje a través del juego*. The LEGO Foundation .

Lexus. (2022). *Lexus Librería y tienda online*. Instagram.

Recuperado de <https://www.instagram.com/lexuseditoresec/>

McClelland, M. M., Acock, A. C., & Morrison, F. J. . (2006). *The impact of kindergarten learning-related skills on academic trajectories at the end of elementary school*. *Early Childhood* .

Meléndez, L. (2003). *Nuevas ideas acerca de la estimulación del desarrollo integral en los infantes* . Heredia, Costa Rica: Instituto de Estudios Interdisciplinarios de la Niñez y la Adolescencia Universidad Nacional .

Ministerio de Educación . (2018). *Importancia del uso de material didáctico en la Educación Inicial*. República del Ecuador.

La universidad en internet. (27 de junio de 2022). Desarrollo cognoscitivo o cognitivo: Las 4 etapas según Piaget. UNIR. Recuperado de <https://www.unir.net/educacion/revista/desarrollo-cognoscitivo-cognitivo/>

Tatón. (2022). *Taton-Diversión en Cartón (@taton_carton)* • Instagram photos and videos. Instagram.

Recuperado de https://www.instagram.com/taton_carton/

ToyChic. (2022). *ToyChic Juguetes Didácticos*. Instagram.

Recuperado de <https://www.instagram.com/toychic.ec/>

6. Anexos

Anexo 1: Catálogo juguetes École



Anexo 2: Cobertura Evento Jugando Ando





Anexo 3: Contenido para redes sociales



TIPS

Tips para potenciar el desarrollo psicomotor de tu bebé de 3 a 6 meses

>>>>>>

e@le

1. Coloca objetos de fácil presión y de distintas texturas para estimular su capacidad de coger objetos y de exploración.

>>>>>>

2. Atrae su atención con un objeto vistoso o sonoro mientras se encuentra boca abajo, de forma que cuando lo muevas de izquierda a derecha y de arriba a abajo, alce su cabecita y lo siga con su vista.

>>>>>>



FRASES



VIDEO POST



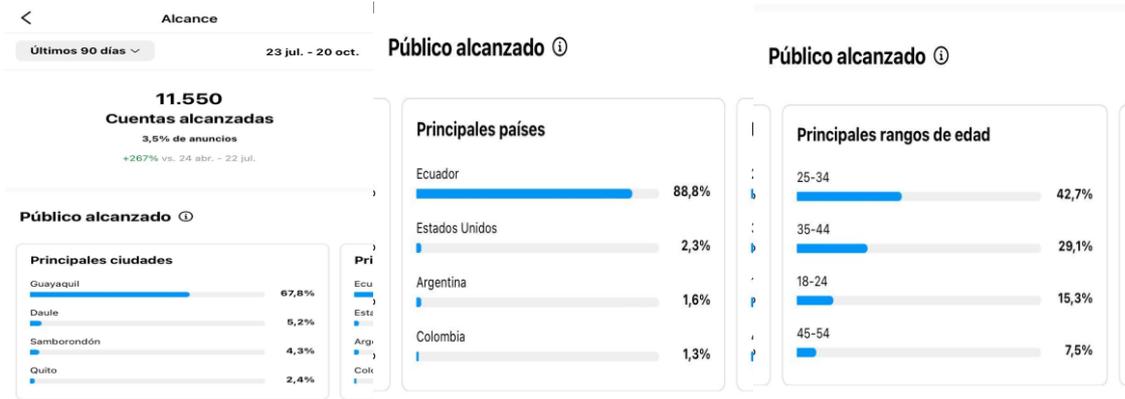
REELS



HISTORIAS



Anexo 4: Estadísticas Instagram Alcance

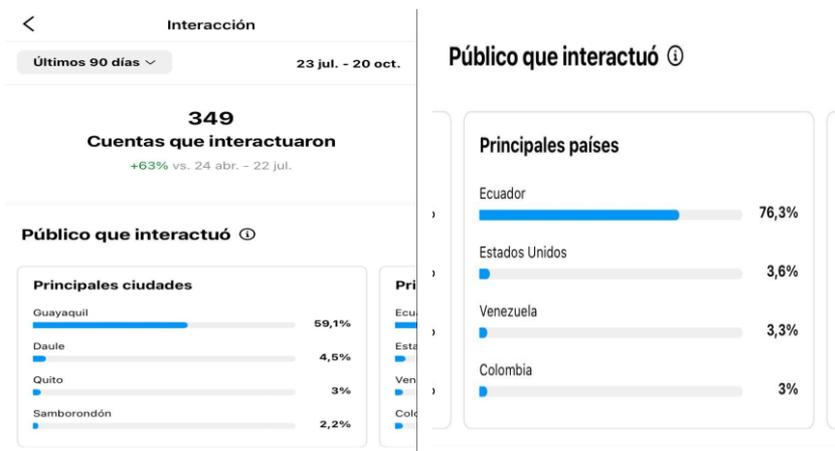


Principales publicaciones

Según el alcance

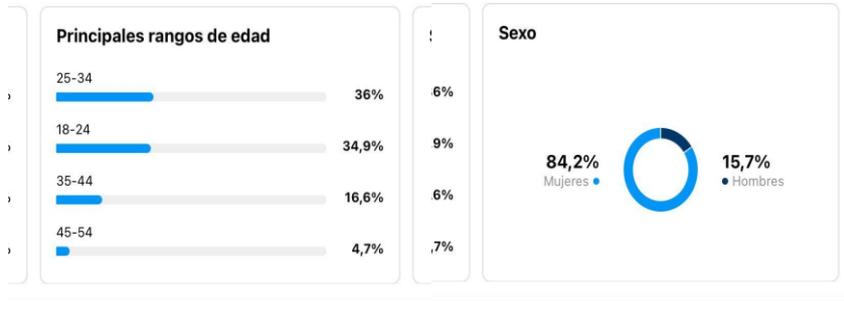


Interacción



Público que interactuó

Público que interactuó



Seguidores y no seguidores

Según las cuentas que interactuaron



Interactuaste con un **+50,3%** más de cuentas que no te seguían en comparación con 24 abr. - 22 jul.

Interacciones con el contenido

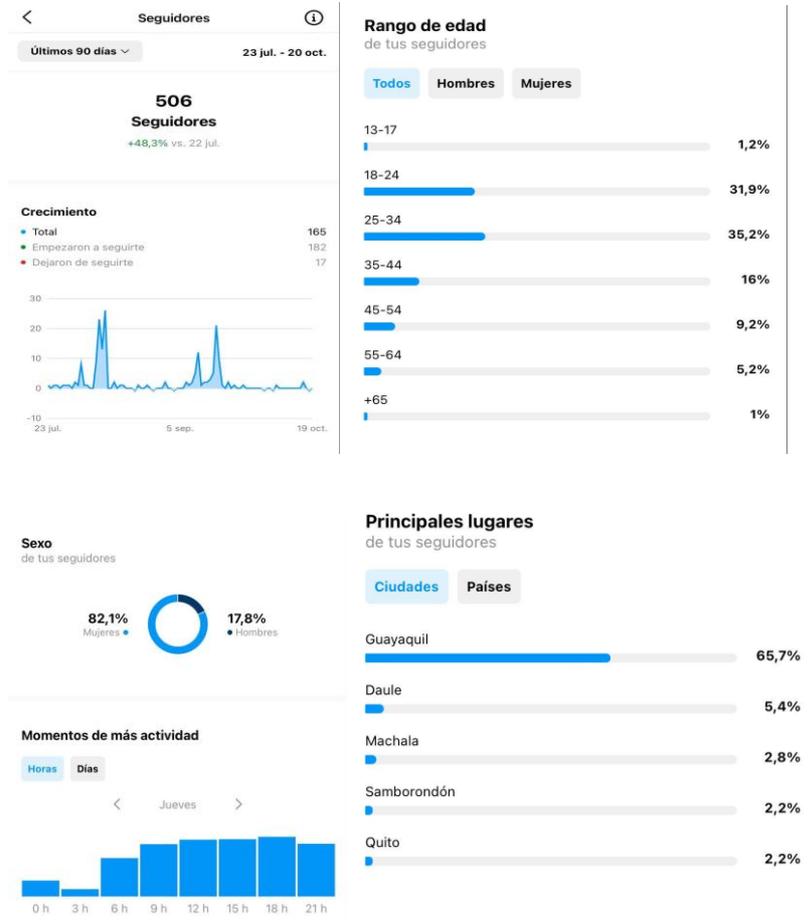
1.685

Interacciones con el contenido

0,5% de anuncios

+55,2% vs. 24 abr. - 22 jul.

Seguidores



Anexo 5: Carta Auspiciante



Guayaquil, 07 de Octubre del 2022

Estimados.-

De mis consideraciones,

Les extendemos un saludo de parte de quienes conformamos École, un proyecto de juguetes ecológicos de la Universidad Casa Grande. Actualmente nos encontramos en la fase de ejecución de eventos y es por eso que estamos en busca de auspiciadores que se alineen a nuestros pilares comunicacionales y puedan reforzar nuestro propósito de cuidar el medio ambiente mientras se aprende jugando.

Reconociéndolos e identificándonos por sus altos valores, hemos pensado en que puedan ser parte de este proyecto, el cual busca ayudar a niños de escasos recursos mediante sus ingresos al Programa de Desarrollo Infantil <Mi Casita Grande>. Agradeceríamos mucho si su prestigiosa empresa nos pudiera cooperar monetariamente con el fin de que el valor obtenido sea destinado a la fabricación de juguetes. Nosotros nos encargaremos de que las empresas colaboradoras aparezcan en afiches, banners, proyecciones y menciones durante los eventos, así como también la presencia de marca en publicaciones tanto en nuestras redes como las de la UCG.

Esperando contar con una favorable acogida, quedamos atentos a cualquier inquietud que se presente.

Saludos cordiales,

María José Mendizábal
Comunicadora de École
Teléfono: 0987087217
maria.mendizabal@casagrande.edu.ec



Anexo 6: Cobertura Evento Ecojugando



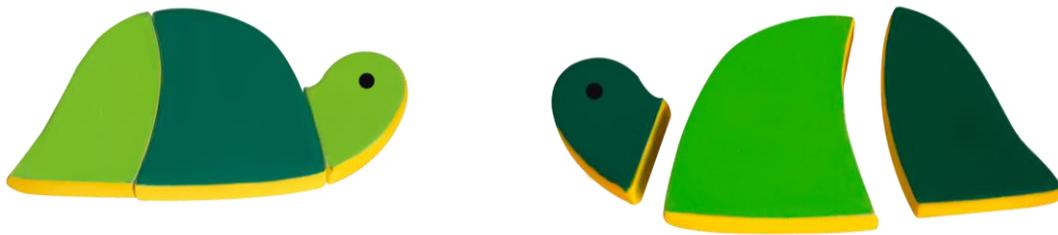


Anexo 7: Testeo Eco explorando 2023





Anexo 8: Juguetes École línea 2023
Lula la Tortuga





LULA LA TORTUGA

BENEFICIOS

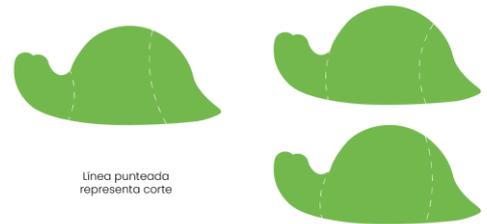
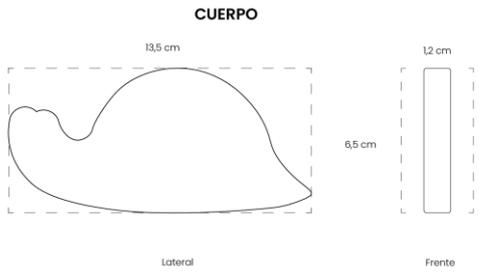
Fortalece la coordinación oculo manual.

Motricidad fina y la prensión.

Desarrollo de la imaginación y creatividad.

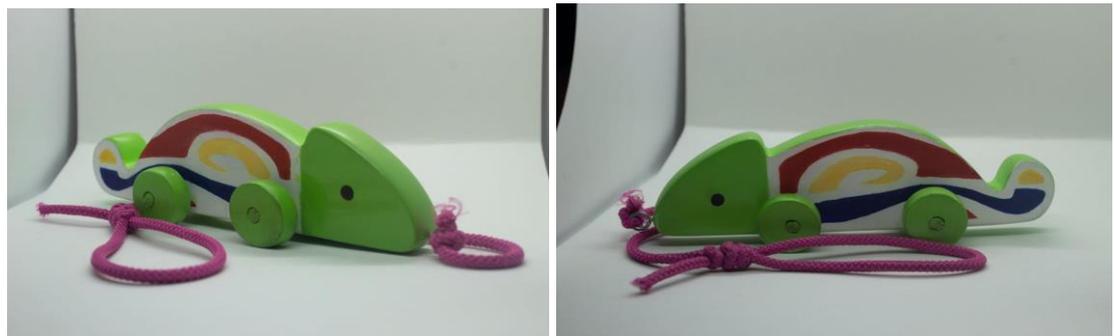


Rango de edad: 2 - 4 años.



LAS DIVISIONES PUEDEN VARIAR

Cami Camaleón





CAMI CAMALEÓN

BENEFICIOS

Favorece a la motricidad fina y la prensión.

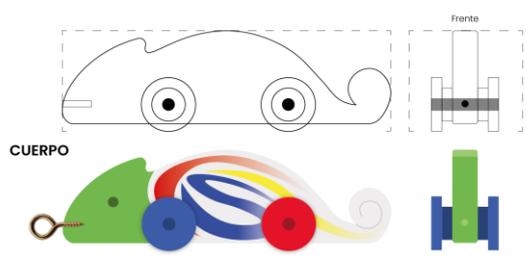
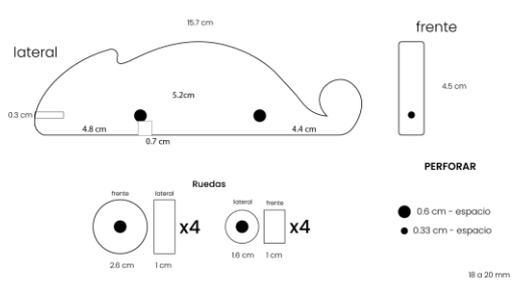
Contribuye a la socialización e imaginación.

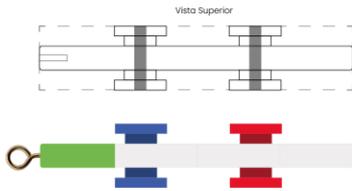
Fomenta el equilibrio y la orientación espacial en los niños.



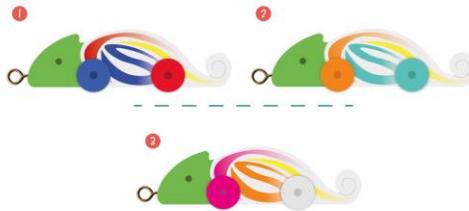
Rango de edad: 2 - 3 años.

Permiten disfrutar en todos los lugares que se quiera, desde espacios pequeños hasta zonas al aire libre.





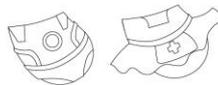
Variantes de color



Animacuentos

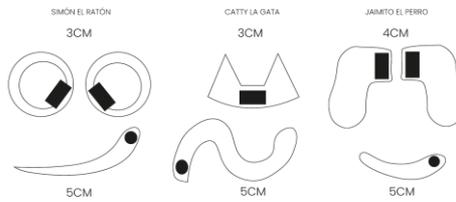


VESTUARIO

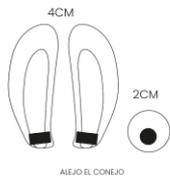


Se corta una "media" en papel para la base. Esto servirá como guía para crear los vestuarios. Se recomienda que se realice a partir del molde de la base y se aumente un centímetro al borde para que al momento de terminar de cocer se pueda voltear.

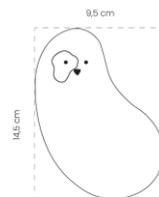
OREJAS Y COLA



OREJAS Y COLA



BASE



La base de madera es la misma forma de berengena para todos los animales. Solo cambia la ilustración del rostro.

Anexo 9: Preguntas grupo focal
COMPRA DE JUGUETES

¿Por qué motivos compra o compraría un juguete para el niño?
 ¿Qué características tiene en cuenta al momento de comprar un juguete?
 ¿Suele o solía comprar juguetes populares para el infante?
 Al momento de adquirir un juguete ¿investiga o considera importante conocer sobre los beneficios que aporta en el menor?

DISTRACCIÓN O APRENDIZAJE DEL NIÑO

En caso de estar ocupada/o en casa, ¿Con qué entretiene al niño normalmente?
 ¿Ha usado / usa aparatos tecnológicos para contribuir al aprendizaje del niño? Si lo hace ¿por qué? si no, ¿por qué no y que usa en su lugar?

Anexo 10: Encuesta de precios juguetes

APILA CONMIGO

¡Pon a prueba tu mente y tu creatividad y apila las piezas hasta que no puedas más!
 Medidas: Al rededor de 10 x 10 cm (varía por cada pieza). Materiales: Madera maciza y pintura no tóxica.

Técnica: Corte, lijado y pintado de madera.

*Elaborado a mano.

- Menos de \$10
- Alrededor de \$10
- Más de \$10

COSIENDO Y ENHEBRANDO

Un divertido juego donde te vas enredando mientras aprendes jugando

Medidas: 25 x 25 cm

Materiales: Tela, hilo de bordar, pasador con acetato, y ojetes.

Técnica: Costura

*Elaborado a mano.

- Menos de \$5
- Alrededor de \$5
- Alrededor de \$10
- Más de \$10

MI CASITA GRANDE

Balancín de Mi Casita Grande con diversas texturas y papel espejo.

Medidas: 20 x 20 cm.

Materiales: Madera maciza, papel espejo y pintura no tóxica.

Técnica: Corte, lijado y pintado de madera.

*Elaborado a mano.

- Menos de \$5
- Alrededor de \$5
- Alrededor de \$10
- Más de \$10

RULETA DE ANIMALES

¡Gira de un lado al otro lado y con la flechita bailando empareja los tazos!

Medidas: 20 x 20 cm.

Materiales: balsa, pintura no tóxica, tornillo y puntero de madera.

Técnica: Corte, lijado y pintado de madera.

*Elaborado a mano.

- Menos de \$5
- Alrededor de \$5
- Más de \$5

SUBE Y BAJA NUMÉRICO

¡Subiendo y bajando, sumando y restando, las diversas piezas vas equilibrando!

Medidas: 7 x 19 cm.

Materiales: Madera maciza, balsa y pintura no tóxica.

Técnica: Corte, lijado y pintado de madera.

*Elaborado a mano.

- Menos de \$5
- Alrededor de \$5
- Alrededor de \$10
- Más de \$10

ANIMAMIGOS

(Precio por unidad)

Títeres de dedo para crea nuevas historias y aventuras con un nuevo mejor amigo

Medidas: 10 x 5 cm

Materiales: Fielto e hilo de bordar de distintos colores.

Técnica: Bordado.

*Elaborado a mano

*No incluye estante.

- \$3 o menos de \$3
- Alrededor de \$5
- \$7 o más de \$7

Anexo 11: Lanzamiento de juguetes École línea 2023





Anexo 12: Boletín de prensa para medios



BOLETÍN DE PRENSA

École, marca de juguetes ecológicos, presenta a sus nuevos integrantes de su línea 2023

École, Proyecto de Aplicación Profesional integrado por alumnos de la Universidad Casa Grande, lanzó el 24 de noviembre su nueva línea de juguetes ecológicos 2023. El evento tuvo lugar en la Universidad Casa Grande y se transmitió un *live* dentro de la plataforma digital Instagram.

Cami camaleón y Lula la tortuga son los juguetes protagonistas. A estos se les suman los animacuentos; Paty la pata, Simón el ratón, Alejo el conejo, Jaimito el perro y Caty la gata. El diseño circular es la base de fabricación de los nuevos diseños de la línea 2023 de la marca, que tiene como fin apoyar al cuidado del medio ambiente, mientras se aporta al desarrollo de la motricidad, la socialización, la imaginación, la creatividad y el desarrollo del lenguaje de los niños de 2 a 4 años de edad.

Esta nueva edición fue posible gracias al apoyo de marcas comprometidas en brindar ayuda y cambiar a una cultura ecológica. Litotec ayudó en la madera para la fabricación del juguete, La Aguja Mágica y María Bonita colaboraron con retazos de tela. Pulp, Cifrut e Inimi Cakes fueron otros auspiciantes que brindaron apoyo en los eventos realizados para los niños y niñas.

¿Te gustaría saber más de École? Conoce más de su propuesta ecológica en su Instagram @ecole.juguetes.

Para más información:

María José Mendizábal
Comunicadora de École
+593 0967067217
maria.mendizabal@casagrande.edu.ec

