PROYECTOS DE APLICACIÓN PROFESIONAL

Universidad Casa Grande

FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRRERA

TÍTULO DEL PROYECTO FINAL:

Diagnóstico del Programa Aprendamos basado en el Rating Point para considerar en el Rebranding

Para optar al grado de:

Licenciatura en comunicaciones y multimedia

Elaborado por:

Betty Mata

Equipo de guías:

Mg. Enrique Rojas Sánchez

Lcda. Ilona Vallarino

GUAYAQUIL, ECUADOR

Agosto 2018

PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL

Universidad
Casa Grande

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Betty Elizabeth Mata Cedeño, autor del trabajo de titulación "Diagnóstico del Programa Aprendamos basado en el Rating Point para considerar en el Rebranding", 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.

Betty Elizabeth Mata Cedeño
C.I. No. 0917059834

PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL

Universidad
Casa Grande

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Betty Elizabeth Mata Cedeño en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación "Diagnóstico del Programa Aprendamos basado en el Rating Point para considerar en el Rebranding", 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.

Betty Elizabeth Mata Cedeño
C.I. No. 0917059834

Resumen o Abstract

Este documento, tiene la finalidad de recopilar información necesaria de las actividades de investigación realizadas a través de las diferentes metodologías, para conocer la situación en la que se encuentra el rating del programa educativo Aprendamos, y así emprender acciones de mejora que permita tener una mayor audiencia.

Como consecuencia del estudio realizado se espera reposicionar la marca Aprendamos, y dar lugar a que el programa televisivo tenga sostenibilidad en este mercado a través del tiempo influenciando de forma positivo en la sociedad a través de los contenidos expresados en los diferentes capítulos.

Del resultado de la sistematización., se obtiene un escrito completo, basado en experiencias vividas y fuentes bibliográficas acudidas en investigaciones previas. Se hace una descripción de los pasos efectuados en la recopilación de información a través de una reconstrucción histórica de la experiencia para conocer la situación actual de Aprendamos. Así mismo se hace detalle de los recursos empleados en este proceso investigativo, se identifican los aprendizajes logrados y se concluye con una autoevaluación, que permite identificar los aprendizajes logrados y el aporte que se obtuvo desde el punto de vista académico y profesional.

Palabras clave o keywords: Programa Aprendamos, branding, investigación, reposicionamiento, marca

ÍNDICE

1.-Contexto de la experiencia 1
1.1.-Antecedentes 1
1.2.- Contexto 2
1.3.- Descripción del proyecto interdisciplinario 3
1.3.1.- Objetivos 4
Objetivo General 4
Objetivos específicos 4
1.3.2.- Beneficiarios 4
1.3.3.- Límites y alcances 5
1.3.4.- Actores Involucrados en el proceso 5
2.1.- Descripción del objeto a sistematizarse 6
2.2.- Objetivos de la sistematización 6
Objetivo General 6
Objetivos Específicos 6
3.- Reconstrucción histórica de la experiencia 7
3.1.- Revisión de los programas aprendamos 7
3.2.- Diseño de la Investigación 8
3.2.1.- Unidades de análisis 8
3.2.3.- Técnicas e instrumentos de investigación 11
3.3.- Investigación y análisis del rating del programa Aprendamos 12
4. Análisis e interpretación de la experiencia 15
4.1.- Percepción de los beneficiarios 15
4.2.- Comentarios de expertos 15
4.3.- Resultados y descubrimientos relevantes 16
5. Aprendizajes generados 17
5.1.- Aspectos a mejorar en el objeto sistematizado 17
2.5.2.- ASPECTOS A POTENCIAR O CORREGIR EN EL PROYECTO MACRO 17
6. Autoevaluación 18
Referencias bibliográficas 19
Anexos 21

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. *Unidades de análisis* 9
Tabla 2. *Nombre de personas entrevistadas* 10
Tabla 3. *Medición de rating 2018* 13
Tabla 4. *Rating Aprendamos Ecuavisa, periodo al 27/05/2018* 13
Tabla 5. *Rating Aprendamos Ecuavisa, periodo al 01/01/2018 AL 19/01/2018* 14

ÍNDICE DE FIGÚRAS

Figura 1. Logo de programa Aprendamos 8
Figura 2. Rating Aprendamos Guayaquil, TC Televisión 14
Figura 3. Rating Aprendamos Quito, TC Televisión 14

1.-Contexto de la experiencia

1.1.-Antecedentes

El concepto de Televisión Educativa, ha venido experimentándose en algunas partes del mundo, entre ellos se puede citar España, cuyos orígenes se encuentran entre los años 1958 y 1966, teniendo en ese entonces, "un total de siete programas diferentes: Aula TV, Lección de Inglés, Lección de Francés, Inglés para todos, Francés para todos, Curso de Inglés y Curso de Francés, que se constituyen en programas contenedores de aprendizajes de idiomas" (Antona, 2014, p.8).

Según (García, 2004), se pueden relucir algunos ejemplos de origines de programas educativos transmitidos por televisión, entre ellos, la NHK japonesa en 1957, la Telesecundaria de México en 1959, en Canadá TV Ontario que arrancó en 1970, la BBC que inició con temas educativos en 1977, La Cinquieme "cadena del saber" de Francia en 1994, mientras que en Brasil se crea en 1998 TV Futura, la cual contiene fines educativos.

En el Ecuador, según Fundación Ecuador (2016), el 13 de mayo de 2003, se inicia el primer Programa de educación a distancia transmitido por televisión, denominado "Aprendamos", el cual desde su inicio fue promovido y capitalizado por la M.I. Municipalidad de Guayaquil, bajo la alianza institucional, de canales de televisión abierta, Cámara de Industria de Guayaquil y Fundación Ecuador, y la posterior colaboración de Universidad Casa Grande, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Universidad Tecnológica Equinoccial y Diario Súper. Tras la firma del convenio para la realización de Aprendamos, se lanza el primer curso denominado "Promotor del desarrollo integral infantil", el cual fue trasmitido entre el 18 de noviembre del 2003 y el 18 de marzo del 2004, con cerca de 21.000 personas inscritas.

A partir del año 2013 se promulga la Ley de Comunicación, y en el artículo 74, inciso tercero, se expresa la obligatoriedad de los medios audiovisuales, de asignar una hora diaria para programas oficiales destinados a educación, cultura, salud. Bajo esta circunstancia, la televisión nacional, asume la responsabilidad de la nueva Ley y destina en su horario una hora para la transmisión del programa oficial Educa, el cual tenía el aval de instituciones de gobierno vinculadas salud, educación, planificación, cultura y turismo.

La televisión educativa, es un reto que se vino desarrollando a nivel mundial y el Ecuador ha venido asumiendo de a poco, así con la finalidad de servir a la sociedad y cumplir con políticas públicas en el ámbito de comunicación y educación, en este sentido también se desarrolla el programa Educa, que se constituye en un espacio para aprendizajes significativos. (Los Andes, 2014)

Ante esta circunstancia, visiblemente el programa Aprendamos se ha visto afectado en sintonía, a pesar de ser gratuito y tener una modalidad diferente al programa de gobierno, se ha visto obligado a cambiar sus horarios y en la actualidad, el programa se transmite todos los días sábados y domingos en horario de 07H00, y es reprisado de lunes a viernes por lo general en horas de la madrugada.

1.2.- Contexto

El contexto de la experiencia es entorno del programa televisivo de educación a distancia “Aprendamos”, el cual tiene en el aire alrededor de quince años, aportando con conocimientos a la sociedad guayaquileña, a través de cursos dictados por expertos de diferentes temáticas. Según La Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil (2018), Aprendamos se encasilla en el aprendizaje, brindando una oportunidad de superación para los cursillistas que se constituyen en los beneficiarios que acceden a sus diferentes

cursos, que en su gran mayoría son personas que enfrentan problemas de pobreza, desempleo, exclusión social y laboral.

1.3.- Descripción del proyecto interdisciplinario

Basado en el alto aporte educativo que ha venido teniendo el programa Aprendamos durante algunos años, se busca a través de un Proyecto de Aplicación Profesional renovar su imagen, a través de una estrategia de branding aplicada a la marca "Aprendamos", de manera que tenga un impacto positivo en las personas, despierte el interés de ser visto por televisión y por ende eleve su rating.

Según la Asociación Española de Empresas de Branding (2016), el branding implica la gestión inteligente, estratégica y creativa de aquellos elementos diferenciadores de la identidad de una marca y que contribuyen a la construcción de una promesa y experiencia de marca distintiva, relevante, completa y sostenible en el tiempo".

En el caso de Aprendamos contiene muchísimos errores en la composición de su branding, lo que afecta por ende al rating del programa educativo televisivo. Para conocer la situación de la marca Aprendamos, se realizaron investigaciones previas en la cual se evidencia los bajos niveles de rating del programa Aprendamos tanto en la ciudad de Guayaquil, como en la ciudad de Quito, las cuales son ciudades principales con gran cantidad de audiencia. Así mismo la investigación se amplía a recopilar información de diferentes fuentes a través de diferentes técnicas y herramientas.

1.3.1.- Objetivos

Objetivo General

- Conocer la realidad actual en relación al reconocimiento que le brindan los ciudadanos guayaquileños a la marca Aprendamos a través de sus espacios televisivos.

Objetivos específicos

- Definir el impacto que ha tenido el programa Aprendamos en la ciudadanía guayaquileña.
- Establecer los motivos por los que se ha ocasionado un decrecimiento de los niveles de rating del programa Aprendamos.
- Conocer qué saben los guayaquileños acerca de la existencia del programa Aprendamos.
- Identificar cuáles son las razones por las que los guayaquileños no ven el programa Aprendamos.
- Determinar con expertos los argumentos claves para reposicionar la marca Aprendamos.

1.3.2.- Beneficiarios

Los beneficiarios principales del proyecto de investigación son: Municipio de Guayaquil, Fundación Ecuador, productores y directores del programa Aprendamos, quienes enfrentan en la actualidad el reto de mantener un programa educativo que tuvo éxito y que pese al aporte social que ha podido brindar a las personas que tomaron los cursos, así también la inversión de recursos económicos posee un bajo rating.

Por otro lado, se puede citar como beneficiaros secundarios de la investigación a los cursillistas, que son las personas que toman los cursos del programa “Aprendamos”, y ante un cambio de imagen, este podrá seguir transmitiéndose en televisión para que puedan continuar incrementando conocimientos y les permita seguir mejorando su estilo de vida.

1.3.3.- Límites y alcances

El trabajo se enmarca en una investigación donde se utiliza la entrevista, focus group y se acuden a fuentes donde se puede conocer el rating del programa Aprendamos en la actualidad. Con el levantamiento de la información se estima conocer la situación actual del programa, y desarrollar una propuesta que permita dar una nueva imagen al programa y así llegar a más personas para que puedan tener mayores conocimientos que aporten a su desarrollo personal y por ende al desarrollo social y económico del país.

En el trabajo de investigación se pretende:

- Identificar audiencia actual del programa Aprendamos.
- Diseñar un nuevo logotipo que genere impacto en su actual audiencia.
- Desarrollar un nuevo slogan que mejore la comunicación de la marca.
- Mejorar la comunicación en pantalla con el nuevo branding.
- Establecer sugerencias de horario y promoción en pantalla.

1.3.4.- Actores Involucrados en el proceso

Los actores involucrados en el proceso de investigación, a través de los cuales se puede obtener relevante en el proceso de investigación se resumen en Productores y directores, analistas de rating, cursillistas, televidentes, expertos en branding, miembros del Programa Aprendamos.

2.- Objeto a ser sistematizado

El objeto a ser sistematizado es la evaluación de la situación del programa "Aprendamos".

2.1.- Descripción del objeto a sistematizarse

La línea que se busca sistematizar en el presente documento, se basa en la investigación previa que se realizó como parte de un Proyecto de Aplicación Profesional de estudiantes profesionalizantes de la Universidad Casa Grande, para conocer cuál es la situación actual del rating y de la marca del programa educativo Aprendamos. A través de la sistematización, se busca de manera detallada explicar cómo se recabo la información necesaria para conocer la realidad actual del programa Aprendamos en relación al reconocimiento que tienen la marca frente a los ciudadanos guayaquileños y así establecer los parámetros claros que permita su reposicionamiento.

2.2.- Objetivos de la sistematización

Los objetivos de la sistematización de la investigación realizada para conocer la situación de Aprendamos son:

Objetivo General

Fundamentar el proceso de Investigación efectuada para realizar el Diagnóstico del Programa Aprendamos según su Rating Point.

Objetivos Específicos

- Mencionar las teorías y conceptos que aporten a la fundamentación del trabajo realizado.
- Explicar el proceso de selección de metodología de investigación y herramientas de recolección de datos empleadas para recabar información de "Aprendamos".

- Identificar los elementos de aprendizaje obtenidos a partir del proceso de investigación

3.- Reconstrucción histórica de la experiencia

Para poder conocer la situación actual del programa Aprendamos, en conjunto con compañeros del grupo de profesionalizantes, se trazó el camino a seguir, en el cual se realizaron las siguientes acciones:

- Revisión de los programas de aprendamos
- Diseño de la investigación.
- Ejecución de entrevistas
- Análisis de rating de programa
- Decisiones sobre los resultados

3.1.- Revisión de los programas aprendamos

Existiendo la necesidad de poder evidenciar cual es la situación del programa Aprendamos, como primera instancia de investigación, se procedió a revisar el contenido y la evolución del programa en tv durante los 15 años, entre sus 22 cursos que ha podido transmitir hasta el año 2017 (Diario El Universo, 2018). En este análisis, ese encontró que el Programa ha tenido solo ciertas modificaciones del contenido y del material de apoyo de los cursos desarrollados.

De igual manera al acudir a revisar con compañeros del grupo que tienen experiencia laboral probada en producción de tv, diseño, comunicación, se identificó que al pasar de los años el programa Aprendamos no maneja parámetros o estándares para aplicar logos para branding de pantalla y fotos de perfil. “Organizar la comunicación implica dar el soporte que vehiculice una comunicación visual

cualquiera. Se refiere a la actividad de diseño que estructura un mensaje verbal a partir de elementos gráficos". (Arfuch, 2005, p.83).

Dentro de este mismo análisis, se identificó que el logo del programa, no cumple con estándares para que pueda ser utilizado en dispositivos móviles, de igual manera la tipografía no es tan legible frente al uso de diferentes tipos de pantallas en diferentes dispositivos.

Figura 1. Logo de programa Aprendamos

3.2.- Diseño de la Investigación

Una vez que se precisó que el objeto que se iba a investigar era la situación actual del programa de televisión Aprendamos en relación al reconocimiento que le brindan los guayaquileños a la marca a través de espacios televisivos, se procedió a visualizar la forma como se iba a poder realizar la investigación, para lo cual se definió la estrategia que trazó el camino a seguir en este proceso. "El diseño de investigación se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea con el fin de responder al planteamiento del problema" (Hernandez, 2014, p.128).

3.2.1.- Unidades de análisis

Como parte de las definiciones hechas dentro del proceso de diseño de investigación, se estableció la unidad de análisis para conocer a que personas se tenía que realizar una indagación e identificar la realidad del programa Aprendamos. "La unidad de análisis indica quienes van a ser medidos, es decir, los participantes o casos a

quienes en última instancia se le va a aplicar un instrumento de medición" (Bueno, 2013, p.55).

Para el trabajo se consideraron cinco unidades de análisis de alta relevancia como parte de la investigación, de donde se consiguió toda la información necesaria para fundamentar la misma. En la siguiente tabla se detalla las diferentes unidades de análisis utilizadas:

Tabla 1.
Unidades de análisis

Unidad de Análisis
Productores y Directores
Analistas de Rating
Televidentes
Cursillistas
Experto en Branding
Miembros del programa "Aprendamos"

Productores y Directores

Productores y directores con reconocimiento en sus medios y experiencia en el área de producción y dirección con la finalidad de obtener consejos y su punto de vista sobre el programa Aprendamos.

Analista de Rating

Personas que se encargan de medir el rating de los programas, para así poder conocer si conviene o no el programa en ciertas franjas horarias y hacer los cambios en caso de que sea necesario. Además también llevan el control de cómo va el canal de televisión vs otros.

Televidentes

Personas que ven el programa de Aprendamos, pero no toman el curso, ni se inscribe y por lo tanto tampoco reciben certificado.

Cursillistas

Los cursillistas son las personas que toman los cursos del programa "Aprendamos", para incrementar sus conocimientos y cambiar su estilo de vida.

Experto en Branding

Profesional en el área que ayude a plantear estrategias de branding creativas e innovadoras que ayuden a generar un reposicionamiento de la marca Aprendamos.

Miembros del programa Aprendamos

Personas que aporten para conocer el concepto del programa, su historia, su misión y visión.

3.2.2.- Nombre de las personas investigadas

Los nombres de las personas que aportaron a la investigación desde la perspectiva de cada uno de sus roles, se detallan en la tabla que se encuentra a continuación:

Tabla 2.
Nombre de personas entrevistadas

Nombre de personas	Cargo/ empresa
Blanca Ugarte	Directora de programación y producción
María de los Ángeles Castillo	Analista de rating TC Televisión
Lucio Heller	Productor del Programa Aprendamos
Clara Board	Analista de rating de Ecuavisa
Cristian Rodriguez	Productor ejecutivo TC Televisión

Walter Medina	Jefe de producciones TC Televisión
Evelyn Proaño	Usuaria
Concha Mallea	Usuaria
Rosario Bermeo	Televidente
Darwin Figueroa	Televidente
Diana Yánez	Analista de Rating RTS
Paúl Ordoñez	Director Regional de Noticias Teleamazonas
Angelo Baquerizo	Jefe de promociones Ecuavisa
Dennis Alarcón	Editora y Post Productor Ecuavisa, desarrollo tesis de Aprendamos
Rafael Hernández	Director regional de Noticias Ecuavisa
María Cecilia Gargacha	Reportera y productora de Visión 360 Ecuavisa
Nuno Acosta	Publicista y Evolución de branding de canals y programas de TV
Jorge Paredes	Análisis de branding actual en la pantalla
Pedro Aguayo	Director de Fundación Aprendamos
Miguel Ángel Valdiviezo	Ejecutivo de la Fundación Aprendamos

3.2.3.- Técnicas e instrumentos de investigación

A través de la aplicación de la técnica de la entrevista, se pudo reunir a un grupo de personas entre cursillistas, productores, expertos de branding, quienes aportaron con información valiosa al proceso investigativo, lo cual sirvió para sacar las respectivas conclusiones y elaborar una propuesta de estrategia de branding de Aprendamos. “La

entrevista, es la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el problema propuesto" (Galán, 2009, p. 44). El detalle de las entrevistas se los adjunta en la sección de anexos.

3.3.- Investigación y análisis del rating del programa Aprendamos

Para dar inicio al trabajo de investigación multidisciplinario, se adoptó la suposición que el Programa Aprendamos tenía un bajo rating dentro de la televisión ecuatoriana, ante esta situación, aprovechando la trayectoria de los participantes, se pudo obtener información de 3 diferentes fuentes televisivas: RTS, Ecuavisa y TC Televisión, y se pudo corroborar de manera común el bajo rating y la escasa acogida que el Programa Aprendamos tiene.

El rating, implica una medición de audiencia, "constituye en una medida de consumo de un programa de TV o de radio, de un bloque horario, de una tanda publicitaria o de un medio de comunicación, teniendo en cuenta un público objetivo" (Navarro, 2010, p.13). Mientras que el rating point, es un índice que representa el porcentaje del público objetivo de un programa, que es impactado al menos una vez con un mensaje específico (Fernández, 2014).

A través del aporte de análisis de rating de los 3 canales, se pudo identificar que el programa a pesar de ser una buena iniciativa de inclusión social, transmitida los fines de semana, su rating tiene picos muy bajos, su audiencia está compuesta principalmente por personas que desean continuar estudiando o preparándose. "La audiencia se refiere al público o grupo de personas con ciertas características o rasgos, que sigue un programa". (Callejo, 2010, p.21).

Para evidenciar estos picos bajos del rating del Programa Aprendamos en la ciudad de Guayaquil, se adjunta tabla de medición realizada a través de IBOPE en lo

que va del año 2018. “IBOPE Media Ecuador ofrece estimaciones de audiencia de hogares y personas para varios canales de televisión abierta y en forma conjunta para los canales de televisión por cable y canales UHF” (IBOPE Ecuador, 2018).

Tabla 3.
Medición de rating 2018

Programa	Mes/Año	Gquil									
		g Teleamazonas		g Ecuavisa		g Tctv		g Rts		TOTAL	
		Común	Hogares Total	Común	Hogares Total	Común	Hogares Total	Común	Hogares Total	Común	Hogares Total
		Hora Inicio Med(Tm)	Rat% Med(Pond)	Hora Inicio Med(Tm)	Rat% Med(Pond)	Hora Inicio Med(Tm)	Rat% Med(Pond)	Hora Inicio Med(Tm)	Rat% Med(Pond)	Hora Inicio Med(Tm)	Rat% Med(Pond)
APRENDAMOS (S-D)	Enero 2018	07:01:30	0,94	07:00:37	1,36	06:59:52	1,03	07:14:45	0,73	07:04:34	1,03
APRENDAMOS (S-D)	Febrero 2018	06:59:00	0,68	06:59:17	1,64	07:00:10	1,82	07:13:51	1,01	07:03:54	1,38
APRENDAMOS (S-D)	Marzo 2018	07:01:30	0,96	07:00:26	1,55	07:00:40	1,31	07:21:10	0,50	07:05:06	1,16
APRENDAMOS (S-D)	Abril 2018	07:01:12	0,86	07:00:40	1,00	06:59:00	1,26	07:30:30	0,62	07:04:37	1,00
APRENDAMOS (S-D)	Mayo 2018	07:00:15	1,42	07:00:37	0,94	07:00:15	1,44	07:30:00	0,44	07:06:19	1,07
APRENDAMOS (S-D)	Junio 2018	06:58:00	0,58	07:03:30	1,41	06:59:10	0,92	07:30:30	0,93	07:04:10	1,03
APRENDAMOS (S-D)	[TOTAL] APRENDAMOS (S-D)	07:00:26	0,93	07:00:45	1,30	06:59:52	1,29	07:21:05	0,70	07:04:49	1,11
[TOTAL] 2018		07:00:26	0,93	07:00:45	1,30	06:59:52	1,29	07:21:05	0,70	07:04:49	1,11

De acuerdo a la Tabla 4 y 5 respectivamente, se evidenció la baja del rating del programa Aprendamos en Guayaquil, hombres y mujeres de 18 a 40 años más, adolescente de 12-17 años, niños y niñas de 3 a 11 años al 27 de mayo del 2018 y del 1 de enero al 19 de junio del 2018 (Ecuavisa, 2018).

Tabla 4.
Rating Aprendamos Ecuavisa, periodo al 27/05/2018

Grupo	Amas			Hombres 18+			Mujeres 18+			Adolecentes 12 - 17			Niños 03 - 11		
APRENDAMOS (S-D)	rat %	rat#	fid %	rat %	rat#	fid %	rat %	rat#	fid %	rat %	rat#	fid %	rat %	rat#	fid %
	0,1	0,475	32,3	0,2	2,223	58	0,0	0,475	32,3	0,5	1,788	83,9	0,8	4,158	83,9
	Total personas: 8644														

Tabla 5.
Rating Aprendamos Ecuavisa, periodo al 01/01/2018 AL 19/01/2018

Grupo	Amas			Hombres 18+			Mujeres 18+			Adolecentes 12 – 17			Niños 03 – 11		
	rat %	rat#	fid%	rat %	rat#	fid %	rat %	rat#	fid %	rat %	rat#	fid %	rat %	rat#	fid %
APRENDAMOS (S-D)	0,5	3,764	56,6	0,7	6,297	62,6	0,4	3,793	52,4	0,3	1,039	56,3	0,3	1,404	58,8
	total personas		12533												

Por otro lado a través de TC Televisión, se obtuvo el rating del programa Aprendamos, tanto para la ciudad de Guayaquil y Quito, lo cual se representa en la figura 2 y 3 respectivamente.

Ecuador Ranking [Resultados]

	Grupo	Inicio Mínimo	Región	Final Máximo	En vivo						
					Hogares	Amas	Personas 18+	Hombres 18+	Mujeres 18+	Niños 03 - 11	lolecentes 12 -
					rat%	rat%	rat%	rat%	rat%	rat%	rat%
1	Ecuavisa	06:53	Guayaquil	07:34	1,4	0,6	0,5	0,7	0,4	0,3	0,4
2	APRENDAMOS (S-D)	06:53	Guayaquil	07:34	1,4	0,6	0,5	0,7	0,4	0,3	0,4
3	TC Television	06:56	Guayaquil	07:32	1,3	0,7	0,6	0,6	0,6	0,4	0,5
4	APRENDAMOS (S-D)	06:56	Guayaquil	07:32	1,3	0,7	0,6	0,6	0,6	0,4	0,5
5	Teleamazonas	06:55	Guayaquil	04:26	0,8	0,4	0,3	0,4	0,3	0,1	0,1
6	APRENDAMOS (S-D)	06:55	Guayaquil	07:35	0,9	0,5	0,4	0,4	0,4	0,2	0,1
7	APRENDAMOS (M) (S-D)	01:34	Guayaquil	04:26	0,8	0,4	0,3	0,4	0,3	0,1	0,1
8	RTS	07:00	Guayaquil	05:33	0,6	0,3	0,2	0,3	0,2	0,1	0,1
9	APRENDAMOS (S-D)	07:00	Guayaquil	08:02	0,7	0,4	0,3	0,3	0,3	0,1	0,1
10	APRENDAMOS II	04:55	Guayaquil	05:33	0,6	0,3	0,2	0,3	0,2	0,1	0,1
11	APRENDAMOS II (S-D)	04:58	Guayaquil	05:31	0,5	0,3	0,2	0,2	0,2	0,0	0,0

Figura 2. Rating Aprendamos Guayaquil, TC Televisión

Grupo	Inicio Mínimo	Región	Final Máximo	En vivo						
				Hogares	Amas	Personas 18+	Hombres 18+	Mujeres 18+	Niños 03 - 11	lolecentes 12 -
				rat%	rat%	rat%	rat%	rat%	rat%	rat%
TC Television	06:56	Quito	07:32	1,0	0,6	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3
APRENDAMOS (S-D)	06:56	Quito	07:32	1,0	0,6	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3
RTS	07:00	Quito	05:33	0,6	0,2	0,2	0,3	0,2	0,1	0,1
APRENDAMOS II	04:55	Quito	05:33	0,6	0,2	0,2	0,3	0,2	0,1	0,1
APRENDAMOS (S-D)	07:00	Quito	08:02	0,6	0,3	0,2	0,2	0,2	0,3	0,2
APRENDAMOS II (S-D)	04:58	Quito	05:31	0,5	0,1	0,2	0,2	0,1	0,0	0,1

Figura 3. Rating Aprendamos Quito, TC Televisión

4. Análisis e interpretación de la experiencia

4.1.- Percepción de los beneficiarios

La experiencia que se obtuvo en la elaboración de la investigación para conocer la situación actual en la que se encontraba el programa Aprendamos, permitió de manera acertada llegar a beneficiarios directos del programa, y conocer su percepción acerca de este, encontrando que este ha sido positivo para la vida de muchas personas que bajo la condición de cursillistas tomaron cursos y pudieron mejorar su condición de vida gracias al aprendizaje impartido en el contenido del cursos.

4.2.- Comentarios de expertos

Según Directivos de la Fundación Ecuador, el programa Aprendamos, el bajo rating ha ocasionado un decrecimiento en la cantidad de cursillistas, y recomendaron que evaluar la posibilidad de volver al horario que tuvieron con anterioridad, es decir, los días martes y jueves, donde se evidenció en su momento un mejor nivel de audiencia. Según Ugarte (2018), es necesario que al programa Aprendamos se le genere una adecuada comunicación como se dio en sus inicios para poder tener mayor aceptación en el mercado.

Según Yánez (2018), en su calidad de experto, hace referencia a la audiencia, e indicó que el enfoque que tiene en la actualidad es el adecuado, siendo su principal grupo objetivo las personas mayores de edad entre hombres y mujeres que tienen necesidad de continuar con su preparación, siendo el medio televisivo un medio de fácil acceso para los cursos, sin embargo el promedio de rating en hogares de los fines de semana es de 0.7, siendo este muy bajo y poco atractivo. “el grupo objetivo o mercado

meta, es el segmento particular de una población total en el que se enfoca la pericia de expertos para buscar su satisfacción" (Stanton, 2004, p.18)

De acuerdo a Bogra (2018), analista de rating de Ecuavisa, en lo que respecta a Aprendamos, indica que en el análisis realizado de Aprendamos, en horarios de sábados y domingos del 2018, este posee un rating 5.8, siendo este muy bajo, por lo que piensa que el programa puede potenciar aspectos tales como imagen de pantalla, renovar y tener mayor variedad de temas e incorporar nuevas tecnologías.

4.3.- Resultados y descubrimientos relevantes

De acuerdo al análisis de rating realizado y a respuestas de las entrevistas, se puede concluir que la marca Aprendamos se encuentra devaluada por diferentes razones, lo que conlleva a que se haga una revisión de su imagen y darle una nueva identidad. "Una marca es en esencia la promesa de una parte vendedora de proporcionar, de forma consistente a los compradores, un conjunto específico de características, beneficios y servicios" (Kotler, 2013, p.213).

En cuanto al rating del Programa Aprendamos, se puede concluir, que de acuerdo a los datos recabados en los 3 medios televisivos, existe un porcentaje muy bajo de rating.

Luego de levantar información, se pudo revisar la situación actual de Aprendamos, y con el aporte de uno de los compañeros del trabajo multidisciplinario, cuya experiencia se evidencia como experto en branding, se concluye que existe una deficiencia de promoción del programa, y que surge una oportunidad de realizar una campaña de branding, que permita que el público pueda conocer más la marca Aprendamos y que la recuerden como un aspecto positivo, de esta forma se aportará a

mejorar la audiencia del Programa, que pueda elevar su rating y que puedan acceder al curso un mayor número de cursillistas (Acosta, 2018).

5. Aprendizajes generados

5.1.- Aspectos a mejorar en el objeto sistematizado

Todo trabajo es perfectible, y la investigación realizada en su calidad de objeto sistematizado, no es la excepción. Bajo este escenario, se podría fortalecer o profundizar más la investigación, conociendo más a detalle el punto de vista de los cursillistas que han sido beneficiados por recibir el conocimiento de los cursos de Aprendamos, situación que podría servir para establecer alguna estrategia comunicacional, donde se utilice el mensaje positivo de los cursillistas, y así motive a más personas a ver el programa televisivo y que puedan acceder al curso.

El tiempo fue quien marcó el límite de la investigación, pero se podría mejorarla aún más realizando un tipo de investigación cuantitativa, utilizando como técnica de recopilación de datos la encuesta y tomando una muestra del total de habitantes de la ciudad de Guayaquil. Este tipo de investigación podría orientarse a conocer lo que piensa la gente respecto a los programas educativos televisivos.

2.5.2.- ASPECTOS A POTENCIAR O CORREGIR EN EL PROYECTO MACRO

La propuesta de proyecto multidisciplinario, puede fortalecerse o complementarse con otros proyectos donde se incluya el uso de tecnologías de información para promocionar el Programa Aprendamos a través de redes sociales, esto implicaría una persona que tenga experiencia en el manejo de comunicación a través de estos medios.

6. Autoevaluación

El realizar el trabajo grupal, me permitió conocer las capacidades de cada uno de mis compañeros y poder ayudar a distribuir de manera acertada el rol de cada cual dentro del proyecto de aplicación profesional, de acuerdo a la experiencia laboral y perfil de integrante.

A través de este proyecto pude identificar la necesidad que tienen los grupos de tener personas con diferentes perfiles disciplinarios, puesto que cada cual tiene la oportunidad de aportar con su experiencia, esto fortalece el trabajo final .

La vinculación que tuve con personas de diferentes medios televisivos y demás actores involucrados en el programa Aprendamos, me permitió enriquecer mis conocimientos en el ámbito de la televisión educativa en el Ecuador, conocer su realidad y tener la claridad del peligro de extinción que podría tener en caso de que los encargados de llevar a cabo este programa no tomen los correctivos necesarios.

A través de la investigación, pude conocer la importancia que ha tenido el Programa Aprendamos para algunos cursillistas, por lo que considero que es importante que se mantenga, puesto que genera un aporte a la sociedad, pero para que tenga un mayor alcance y por ende un mejor rating, es necesario que desde la academia se haga llegar a los encargados del mismo, la investigación realizada con la situación actual de rating del programa y recomendaciones efectuadas de cambio de imagen.

Dentro del desarrollo del proyecto multidisciplinario tuve la oportunidad no solo de aportar con mi experiencia y aprovechar los contactos en diferentes medios televisivos para obtener información respecto al rating y situación de Aprendamos, hecho que sirvió para tener información real y hacer una propuesta de estrategia de branding en base a las necesidades detectadas.

Referencias bibliográficas

Antona, T. (2014). *Los orígenes de la televisión educativa en TVE".* Universidad Complutense. Madrid-España.

Arfuch, L (2005). Diseño y comunicación: Teorías y enfoques críticos. Paidos estudios de comunicación. Buenos Aires-Argentina.

Asociación Española de Empresas de Branding (2016). *El branding del futuro*. España. Recuperado el 21 de Agosto de 2018, de https://aebrand.org/

Bayona, F.; Chamba, J; Iulio, A.; Molina, A.; Valdez, M. (2016). *Propuesta de innovación para Aprendamos.* Universidad Casa Grande, Guayaquil.

Bueno, E (2013). *La investigación científica teoría y metodología*. Universidad Autonoma de Zacatecas-México.

Callejo, J (2010). *Investigar las audiencias, un análisis cualitativo.* Paidos. Madrid-España.

Diario El Universo. (2018). *Aprendamos entrega más de cuatro mil certificados.* Guayaquil, Guayas, Ecuador. Recuperado el 31 de Agosto de 2018, de https://www.eluniverso.com/guayaquil/2018/02/08/nota/6614977/aprendamos-entrega-mas-cuatro-mil-certificados

Fernández, J. (2014). *Marketing digital, aplicado al emprendimiento, marca personal y comunicación. ¿Qué es el GPR-Gross Rating Point?*. Recuperado el 01 de Septiembre de 2018, de http://www.jaimefernandez.com/%C2%BFque-es-el-grp-%E2%80%93-gross-rating-point/

Fundación Ecuador. (2016). *Aprendamos una oportunidad para superarnos.* Guayaquil, Guayas, Ecuador. Recuperado el 21 de Agosto de 2018, de http://fe.org.ec/aprendamos/

Galán, M. (2009). *Metodología de la investigación La entrevista en la Investigación.* Bucaramanga-Colombia.

García, A. (2004). *Una televisión para la educación, la utopía posible.* Editorial Gedisa. Barcelona-España.

Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación.* Sexta edición. McGraw Hill. México DF.

Kantar Ibope Media. (2018). *Preguntas y respuestas. ¿Qué es IBOPE?.* Ecuador. Recuperado el 31 de Agosto de 2018, de http://www.ibope.com.ec/kantar/views/faq.php

Kotler, P. (2013). *Fundamentos de Marketing.* 11va edición. México- México DF.

Ley Orgánica de Comunicación (2013). Asamblea Nacional. Quito-Ecuador.

Los Andes (2014). Ecuador lanza al aire su primer programa de televisión educativa "EDUCA". Sociedad

Municipio de Guayaquil. (2016). *Aprendamos, educación al alcance de todos.* Guayaquil, Guayas, Ecuador. Recuperado el 20 de Agosto de 2018, de http://www.guayaquil.gob.ec/Paginas/Aprendamos.aspx

Navarro, F. (2010). *Del ágora al rating. La investigación y medición de audiencias.* Miguel Ángel Porrúa. México

Stanton, J. (2004). *Fundamentos de Marketing.* 13a. Edición. Mc Graw Hill Interamericana. México.

Anexos

Entrevistas realizadas

Nombre: Ángelo Baquerizo

Cargo: Jefe de Promociones Ecuavisa

El Programa aporta mucho en la educación y preparación de las personas, si te das cuenta en el mensaje se habla sobre la educación al alcance de todos, por lo que el problema no pasa por su contenido, ni por la estructura del programa.

No conozco el tema de los ratings, pero se entiende que el grupo objetivo está encadenado o ligado al tema de la capacitación para aquellos que están inscritos dentro del programa Aprendamos.

Desde mi punto de vista pienso el objetivo del programa no es ganar rating, ni le interesa, más bien al programa le interesa el tema de la inclusión social y el medio a utilizar son los canales de televisión que están dentro de un convenio asumo yo.

Creo que uno de los principales puntos débiles del programa es que su espacio en la televisión se genera en un horario poco amigable. La realidad es que lamentablemente el programa se transmite un horario hostil, creo que es a las 7 de la mañana por lo que no todo mundo tiene acceso al mismo. Con la mano en el corazón realmente a nadie le interesa levantarse tan temprano para ver un programa.

La frase ‘educación al alcance de todos’ no cumple su objetivo 100%, porque para querer ver el programa con interés debes inscribirte en el programa y tener un libro, si pasas esa etapa debes cumplir con todo el resto del proceso hasta recibir su certificado, por eso el contenido no es accesible y asequible para todos. Así también la estructura del programa no deja abrir más el abanico y lo termina matando. Creo que los cambios pasan más de forma que de fondo, la problemática del programa pasa por allí.

Los programas Educa Tv y Aprendamos tienen varias diferencias, una diferencia relevante es que el uno es del Estado y el otro es del Municipio. El grupo objetivo es muy reducido y local (clase media baja – baja). El programa Educa Tv es un programa netamente pluriculturarl a diferencia de Aprendamos que te ofrece cursos de capacitación a personas de escasos recursos. Lamentablemente Educa tv tiene más espacio y apertura en la televisión, te pongo un ejemplo, ellos tienen programas infantiles, te darás cuenta que el del municipio carece de ese tipo de temas, tiene diferente llegada, no existe una competencia, es más no se los debería comparar pues son dos extremos separados por un abismo profundo. En similitud solo la responsabilidad social y en el tratar de mejorar nuestra sociedad, de allí cada uno cumple una función diferente.

Nombre: Denisse Alarcón

Cargo: Editor – Posproductor Senior Ecuavisa

Observación: Profesional que desarrolló la tesis "Aprendamos"

Durante el desarrollo de mi investigación comencé a descubrir que no era un programa cualquiera, si tú comienzas a ver el programa si te enganchas. En mi caso al comienzo no le daba ni un centavo y lo catalogaba como un programa hueso. Todos los miembros del grupo tuvimos esta inquietud y se lo manifestamos a nuestra tutora que era Zaylin Brito, se lo hicimos saber porque todos los que hicimos la tesis pertenecíamos a los medios de comunicación y todos sabíamos cómo es el ritmo dentro de la televisión y sabemos cuáles son los alcances de los programas sea cual fuere el tema del programa. La tutora nos escuchó y nos incentivó a realizar la investigación para poder aportar al crecimiento del mismo.

El contenido de Aprendamos es buenísimo, con una calidad alta, ellos hacen una investigación profunda de por lo menos 3 a 5 meses de los temas a proyectar, por ejemplo algún tema sobre terremotos, inundación, entre otros. Luego de esta investigación se

proyecta el contenido, de allí viene el libro y el programa. Su formato está bien para el grupo objetivo que son personas mayores de clase media baja y baja, personas que a través del programa desean capacitarse y superarse, piénsalo de esta manera, son raras las instituciones a nivel de Alcaldía que ofrecen cursos de capacitación para gente pobre.

De mi experiencia en la investigación que realizamos fueron a señoras de clase baja y ellas adoran el libro, lo guardan, lo cuidan, lo quieren, el programa es el reflejo del libro su lenguaje y su contenido es simple y sencillo. Imagínate si le cambias el formato o su contenido, es un camino directo al fracaso. La fortaleza del programa es mantener ese contenido, su forma de trabajo, el ser educación a distancia lo ayuda a tener más alcance, ahora eso no quiere decir que realmente tenga alcance. Definitivamente el objetivo del programa no es el rating, ellos no quiere rating, ellos saben (el municipio) que están hundidos, simplemente el objetivo del programa es que las personas aprendan, que el alcance sea la superación de las personas, darles una herramienta para poder desarrollarse en la sociedad. Todos los que hacen Aprendamos son conscientes de que no pueden competir sabiendo que su mayor competidor y cercano es Educa Tv, este programa es mucho más abierto y es a nivel nacional dentro de la televisión y con variedad de contenidos y para todas las edades, por ejemplo los programas para niños, además el horario es mucho más accesible y fácil de llegar, si te das cuenta en lo que hemos conversado Aprendamos es una plataforma cerrada, muy cerrada.

Lamentablemente todo está establecido desde el libro hasta su horario y no puede ser cambiado, entonces esto te da la pauta de que los cambios van por otro camino y pasa por otro estado. Pienso que la mayor debilidad es su difusión, te pongo un ejemplo si pregunto en mi zona residencial nadie sabe del programa, pero si voy a Pascuales todo

mundo lo ve, todos están conectados, la mayoría de personas les agrada el libro, les gusta el programa.

Cuando hice la investigación me regalaron unos libros y se los regalé a mis papás y amigos, y a todos les gustó, que te quiero decir con esto, que si quisiera incluir a la clase media si lo aceptarían, el libro tiene contenido para llegar a la clase media eso sin dudar, pero el tema de la difusión es su mayor enemigo, el rating de Aprendamos son sus llamados usuarios y su entorno en muchos casos.

Nombre: Rafael Hernández

Cargo: Director Regional Noticias - Ecuavisa

Realmente lo he visto poco y se con detalles sobre el programa del Municipio porque soy comunicador. Desde mi perspectiva te digo que el programa tiene un alto contenido cultural en la construcción de sus temas, me gusta porque respeta mucho la idea de la responsabilidad social y por el espaldarazo que da a aquellas personas que están en este proyecto, incluirlas a una sociedad productiva que como sabemos no es la mejor en este momento.

Con este tipo de proyectos de emprendimientos se pretende mejorar y catapultar hacia algo mejor que incide en la sociedad ecuatoriana, obviamente que no es un programa para todo tipo de persona, pienso que el grupo objetivo es muy segmentado por lo que lo considero muy cerrado. El programa Aprendamos tiene debilidades, sí por supuesto, pero no en su estructura ni en su contenido sino más bien en la forma de hacerle la difusión, hay que tomar en cuenta factores publicidad, medios de comunicación, redes sociales entre otros, por ejemplo, creo que su horario es a la 7 de la mañana, no estoy seguro en que canales se difunde el programa creo que uno de ellos es RTS.

El ejemplo más tangible es su horario, realmente es un horario que mata, tiene que haber un interés alto para levantarte a esa hora, pero en todo caso el problema va más allá del programa en sí, si uno analiza los rating que por experiencia en televisión pienso no supera los 5 puntos, este simplemente refleja que no le interesa el rating, no le interesa competir, simplemente necesita un espacio en televisión porque pese a la existencia de redes e internet, la televisión sigue siendo un medio de difusión atractivo y asequible a la clase media baja o baja, que es el grupo objetivo al cual apunta el proyecto.

Educa Tv es un programa del gobierno, por lo que su difusión es mucho más amplia, eso le da muchas ventajas como la difusión, horario, contenido y diversidad de temas que tiene para toda la familia. Este programa tiene mucha más y mejor producción, eso también pasa por un tema económico, algo que le da mayor fortaleza a EducaTv. Aprendamos es para personas mayores, te ofrece una alternativa de curso de capacitación y su contenido se basa en un libro por lo que no se puede cambiar su estructura, lo veo como un programa escondido, camuflado para que nadie lo descubra, por eso la reflexión de cómo puede mejorar un programa que no desea mejorar, corrijo, no quiere ir más allá, realmente es un desperdicio porque tiene mucho que ofrecer, nadie se va a interesar si nadie lo conoce.

El programa Aprendamos si genera una estrategia efectiva podría alcanzar a la clase media o media alta, tiene con qué pero necesita mejoras y mayores canales de comunicación que permitan entrar a este nivel social ya constituido, que por cultura general no les haría mal conocer de estos temas.

Creo que es momento de hacer una evaluación y verificar si todo este esfuerzo no ha sido en vano, si valió la pena y si es que existe realmente la inclusión de las personas hacia un mejoramiento de vida.

Nombre: María Cecilia Largacha

Cargo: Reportera y Productora Visión 360

(Revisión de capítulos Huertos Urbanos – Cursos de Cultura Vial)

En mi opinión como periodista y comunicadora me parece un programa buenísimo, pero realmente no lo conocía hasta no ver los videos de los programas, que quiero decir con esto, que así como yo existen muchos casos, eso te da una lectura de que el programa tiene difusión nula, tanto esfuerzo para no conseguir audiencia es un desperdicio económico, tal vez por ser una fundación exista convenio con los canales que difunden este programa, puede ser, estoy disparando hipótesis, pero si es así el programa no tiene signos vitales.

Lo explico de otra manera, los espacios en la televisión nacional tienen un alto costo, si no te funciona no deberías utilizar este medio, porque en realidad te interesa el rating y el rating es el reflejo de tu audiencia por lo que concluyo que se deben analizar por parte del Municipio o Fundación Ecuador otros mecanismos o canales de comunicación para poder llegar a más audiencia si es que el rating ese el objetivo principal.

EducaTV tiene otro tinte lo he visto dos o tres veces por cultura general, estamos hablando de una diferencia abismal y marcada desde todo punto de vista, empezando por que es del Gobierno, eso te garantiza el trato que se le da al contenido y a su producción, además que llega a nivel nacional, no es cerrado a ningún grupo más bien

intenta abrir más el abanico y tratar de llegar y alcanzar mayor audiencia de todas las edades, eso resalta su mérito y su aporte cultural.

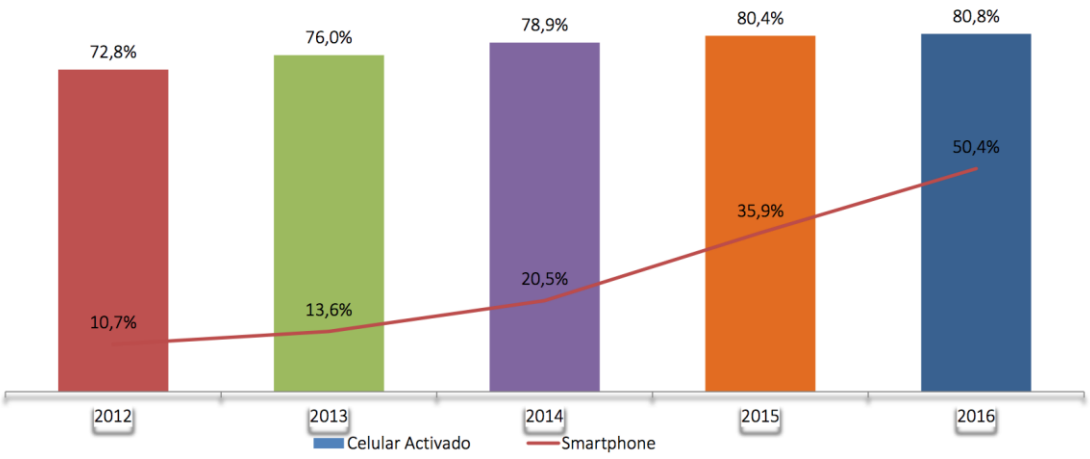
El problema con las instituciones es que todavía no entienden que la comunicación cambió, que ya no funciona como hace 15 años. Antes prendías el televisor y esperabas un horario para ver tu programa favorito, hoy en día es cuestión de entrar en una plataforma digital y listo. La Fundación y el Municipio tienen que entender que deben vivir paralelamente con el cambio, dejando a un lado lo caduco por lo actual para exponer su mensaje, con las redes sociales se gasta mucho menos, es más eficiente y lo puedes ver a la hora que quieras.

Te podría decir que las redes sociales y el internet son las mejores alternativas, estamos en el siglo XXI y la tecnología es accesibles en costos y logística, pero bueno para ello tienes que tomar en cuenta muchísimos factores empezando por saber si aquellas personas que están en el programa Aprendamos tienen acceso a estas herramientas, específicamente un smarthphone o una tablet, con internet, aquí partimos por un tema económico.

Pienso que si existe una problemática, tanto el Municipio como Fundación Ecuador deberían hacer un balance y un análisis profundo de estos 15 años, conocer si se han cumplido las metas y objetivos establecidos desde el inicio del programa, analizar su rentabilidad o impacto dentro de la sociedad, definir que aspectos mejorar o que cambiar porque de ello dependen de su continuidad.

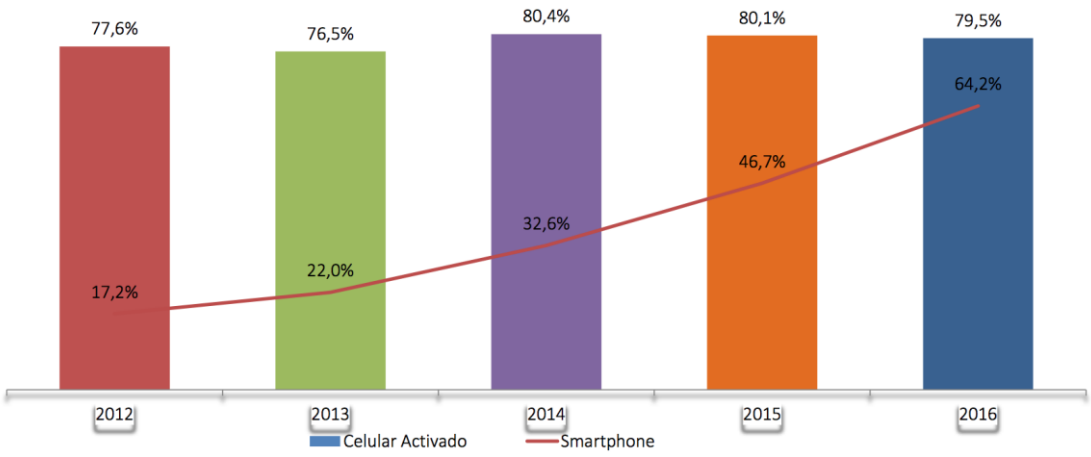
En el 2016, del 80,8% de las personas que tienen un celular activado, el 50,4% poseen un teléfono inteligente (SMARTPHONE), frente al 35,9% registrado en el 2015, es decir 14,5 puntos más.

Porcentaje de personas de 35 a 44 años que tienen celular activado y de estos celular Smartphone a nivel nacional

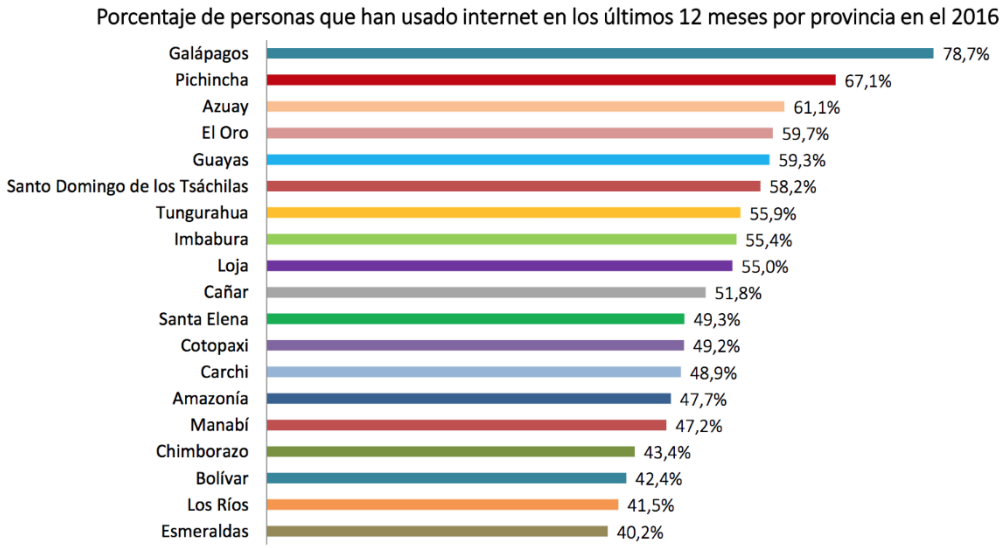


En el 2016, del 79,5% de las personas que tienen un celular activado, el 64,2% poseen un teléfono inteligente (SMARTPHONE), frente al 46,7% registrado en el 2015, es decir 17,5 puntos más.

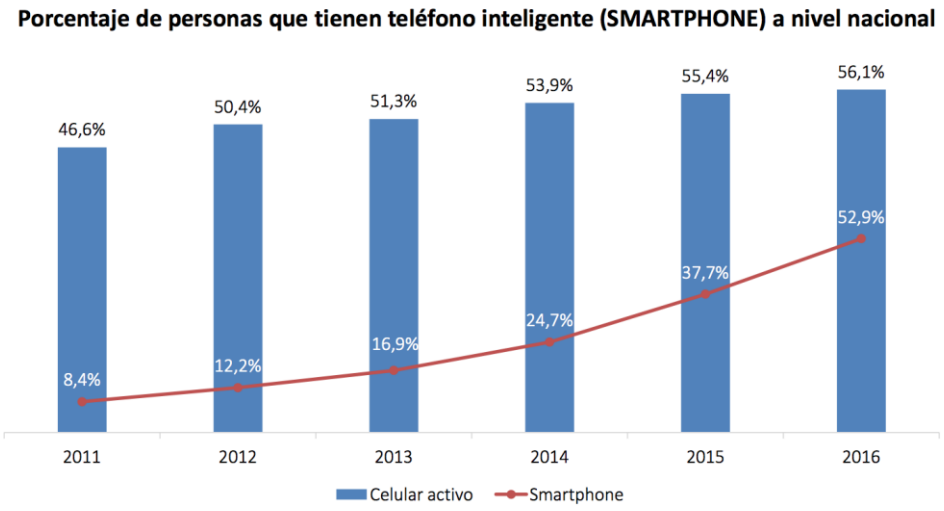
Porcentaje de personas de 25 a 34 años que tienen celular activado y de estos celular Smartphone a nivel nacional



En 2016, el 78,7% de la población de usó internet, mientras que Esmeraldas con el 40,2% es la provincia con menor uso.



En 2016, la tenencia de teléfonos inteligente (SMARTPHONE) creció 15,2 puntos del 2015 al 2016 al pasar del 37,7% al 52,9% de la población que tienen un celular activado.



Nombre: Clara Bograd

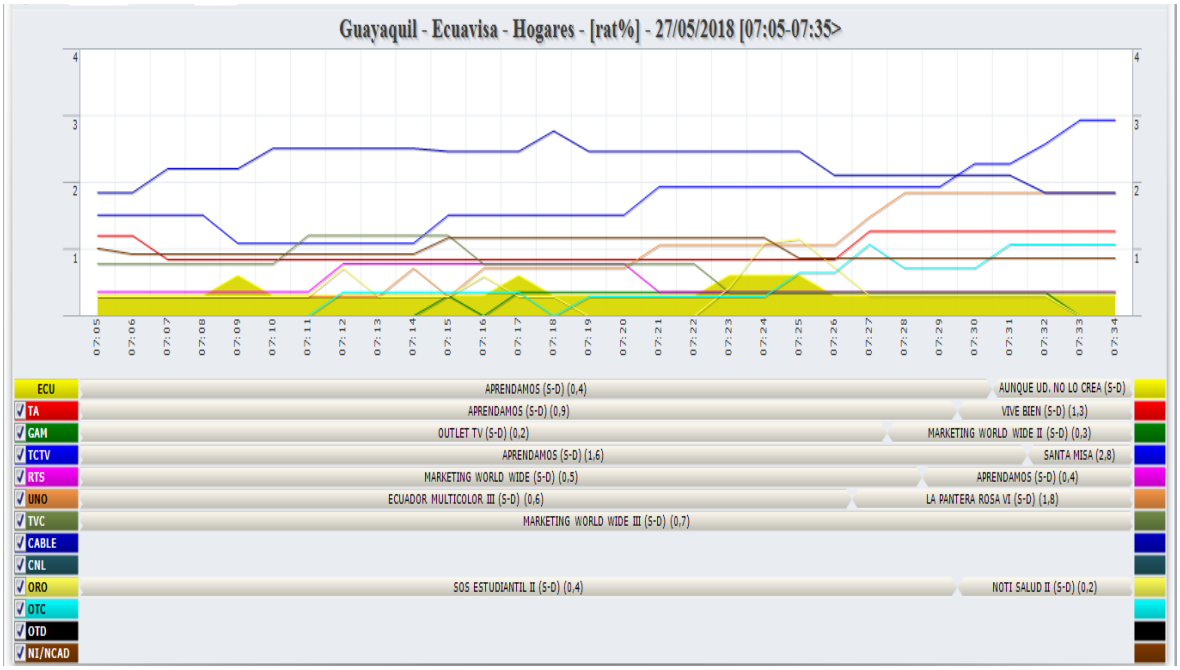
Cargo: Analista de Rating – Ecuavisa

La característica principal del programa es de inclusión social plenamente identificado, es una buena iniciativa por parte del proyecto dar un acceso directo a la educación e información, el grupo objetivo es una población vulnerable económicamente hablando, con pobreza, desempleo que encuentran en este medio una oportunidad de mejorar su situación, si es que se llega a lograr ese objetivo por supuesto, su grupo objetivo valga la redundancia son personas mayores por lo que eso limita muchísimo su alcance.

Lamentablemente es un programa que no ha logrado despegar todavía en temas de difusión, no es un programa para cualquiera, los picos de rating son muy bajos tomando en cuenta los días de emisión que son los del fin de semana. Lo más grave es que no existe una tendencia al alza, los números son crueles y reflejan la situación crítica por lo que realmente es un programa muerto dentro de la televisión.

Desde mi visión profesional, si este programa no se reinventa o no desarrolla cambios profundos, si no hace una reingeniería en todas sus áreas, continuará en el anonimato que es lo que sucede en este momento. Me da la impresión de que es un programa que se conforma con lo que ofrece, durante 15 años en el aire, no ha cambiado su estructura, lo que deja entrever que no le interesan los cambios.

Sí existe similitud entre EducaTv y Aprendamos, pero esto no quiere decir que lo miremos como competencia, solo con analizar los números nos daremos cuenta el amplio espacio entre el uno y el otro. El tema de la inclusión social está en ambos programas, la gran diferencia está en su contenido y difusión, para mi ambos tienen excelentes temas.



Nombre: Paúl Ordoñez

Cargo: Director Regional Noticias – Teleamazonas

(Revisión de capítulos Huertos Urbanos – Cursos de Cultura Vial)

Honestamente es la primera vez que lo veo, si había escuchado sobre el programa porque como Director de noticias necesito estar al tanto de este tipo de programas de responsabilidad social, por las actividades o convocatorias de alguna actividad del Municipio, pero si no fuera por mi profesión mis conocimientos serían nulos. El contenido es de buena calidad, es didáctico, educativo y no es hostil para nada. La producción y edición es buena para el medio, pero es un programa oculto a la sociedad en general.

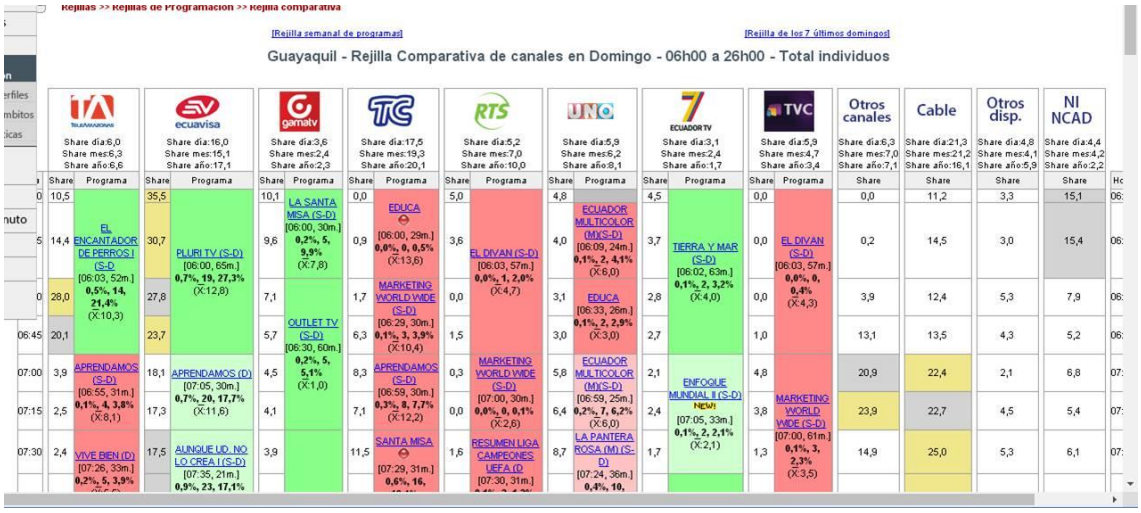
Mi lectura es que el programa no despunta a pesar del largo tiempo al aire porque no lo han sabido comunicar, además del mal horario de transmisión y finalmente el programa EducaTv salió para ser transmitido con el apoyo del gobierno nacional lo cual afectó más su alcance.

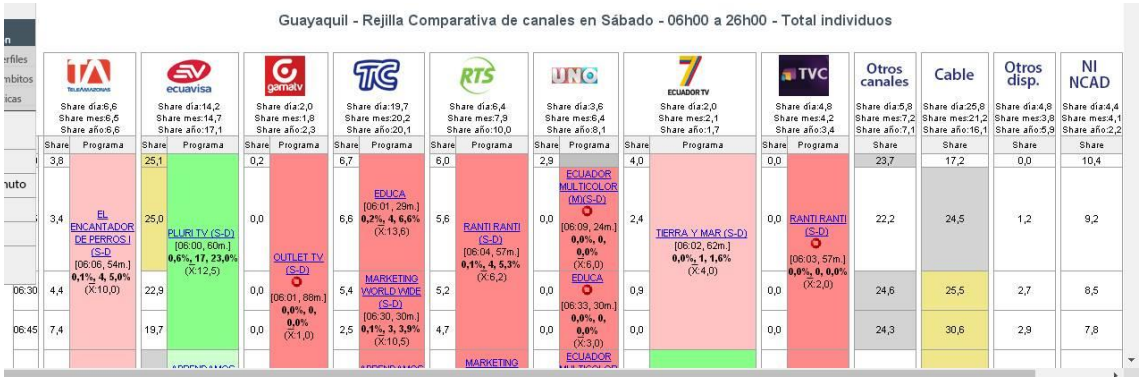
Aprendamos es bueno, pero no puedes pedir o exigir que una sociedad completa pueda digerir un contenido cuadrado que viene de un libro, es meramente imposible y peor aún que es para personas mayores, me imagino que su teleaudiencia se reduce a las personas que están dentro del programa y algunos familiares, hijos y amigos, no veo por donde más, realmente se necesita un análisis bien profundo para entender su crítica situación en la televisión local.

Si un programa quiere seguir con vida debe cambiar en muchos aspectos, en mejorar su difusión y buscar mejores canales de comunicación. Pienso que Aprendamos se encuentra en una zona de confort, se siente bien con lo que tiene, no necesita nada más, su rating fiel siempre será cíclico, salen unos, entran otros, si eso es lo que quiere no necesita nada más para vivir o sobrevivir.

Si realmente desea mejorar debe de salir de esa zona de confort, por ejemplo EducaTV y Aprendamos son programas pluriculturales, la diferencia la hace la variedad de temas, los temas infantiles son importantes y le dan un protagonismo importante al mejoramiento de una sociedad. Aprendamos no llega a ellos directamente hablando, puede ser que una parte de su rating sea por los hijos de las amas de casa que se encuentran incluida en este programa pero eso es un 0.09, eso no es cuantificable para una medición real y terrenal.

El gobierno te exige un cupo de producción nacional y estos espacios de cultura te abren la oportunidad de generar publicidad, las productoras pueden abrir más campo y crecer. Eso genera empleo, generan competitividad, eso es parte del negocio de la televisión, mi conclusión es que un programa sin rating, improductivo, por eso empecé diciendo que Aprendamos se siente bien en su zona de confort, tal vez no desea salir de allí, nadie los puede obligar.





Nombre: **Pedro Aguayo**

Econ. Miguel Ángel Valdiezo

Cargo: Aprendamos Fundación

¿Cómo nace el proyecto Aprendamos, de la Fundación Ecuador?

La Fundación Ecuador es creada por algunos empresarios privados del Ecuador, se reunieron y pensaron que era conveniente que el Gobierno Nacional tenga alternativas de solución de los problemas que tiene nuestro país desde el punto de vista

del empresario ecuatoriano y así se creó la Fundación Ecuador con empresarios privados de diferentes regiones del país, los mismo que son miembro de la Fundación.

Inicialmente comenzamos por estudiar problemas económicos, sociales fundamentalmente y cuando determinábamos las carencias que tenía nuestro país se le pedía a un conjunto de personas especializadas que analice el problema lo socializábamos en la diferentes ciudades Quito, Guayaquil, Cuenca, Machala y Manabí y luego de eso se preparaba un proyecto de legislación o un estudio y se lo presentaba a la Máxima Autoridad del País (Presidente de la República) al poder ejecutivo el cual si estaba de acuerdo lo mandaba al Congreso de la República y a través del congreso se podía la viabilidad.

Por ejemplo nuestro país no tenía mercado de capitales para financiamiento, se detectó el problema juntamos inteligencia nacional y extranjera, se lo socializó en diferentes cantones y provincias una vez presentado al congreso el proyecto la máxima autoridad responsabilizó a la Súper de Compañías que es el ente que se deberá encargar del proyecto. Se le dio asistencia técnica a la Súper de Compañías para que elabore 23 reglamentos que eran necesarios y eso que se hizo con el proyecto de mercado de capitales lo hicimos con el sector bancario, con términos educativos y con términos de trabajo. De esta forma todos los problemas que teníamos se le hacían la investigación y entregábamos.

Después de unos 8 años de trabajar de esa forma hicimos un alto en el camino como fundación y vimos que a pesar del esfuerzo inmenso que teníamos el país no captó su importancia. Simultáneamente habíamos hecho un gran esfuerzo y un proyecto de investigación ecuatoriana y la conclusión de ese estudio fue que la educación ecuatoriana había crecido en extensión había desmejorado en calidad entonces nuestro directorio decidió que concentremos todos los esfuerzos en educación.

Por otra parte se entregó la investigación generada en las diferentes instituciones entre ellas el Municipio de Guayaquil y este último había decidido trabajar además de sus metas que era la infraestructura de la ciudad en gestionar la parte social y creó la Dirección de Acción Social y Educación (DASE). Durante esta época estaba de concejal la Dra. Macia Guilbert, el Sociólogo Víctor Maridueña y la Dra. Marcia quienes pensaron que el Municipio tenía que entregar educación y la mejor manera de entregar conocimiento a la población de forma amplia era a través de educación a distancia y de ahí sale el proyecto de Educación a Distancia por Televisión, la DASE.

La idea de la educación a distancia se lo propuso al Sr. Alcalde y se aceptó, pero los trámites internos de la institución Municipal son un poco difíciles y se decidió hacerlo con el sector privado y siempre se pensó que el proyecto de Aprendamos sea de forma televisiva.

La Fundación Ecuador se volvió operador del proyecto APRENDAMOS, no había antecedentes en el Ecuador con experiencia, así que se buscó y se encontró una firma Argentina, que se llamaba FORMAL que tenía mucha experiencia en educación a distancia internacionalmente, y ellos nos acompañaron los dos primeros años, desarrollamos los primeros 4 temas y en el intercambio íbamos absorbiendo el aprendizajes.

El objetivo principal de APRENDAMOS es que le brinde conocimiento a todos los ciudadanos, sobre las necesidades diarias que tenga y las puedan resolver de mejor manera. Es por esos que los temas de Aprendamos no son decididos por alguien de forma intuitiva, sino que se basa en una investigación lógica. En este proyecto se trabaja en conjunto con el Municipio, la Universidad de Casa Grande que nos asiste y los productores quienes son especializados en cada uno de los temas. Para analizar cada uno de los temas, es indispensable generar un estudio de las necesidades priorizadas

que tiene la población cantonal y luego se discute internamente y siempre tenemos una canasta de 6 o 8 temas, que los estamos revisando y se van dando prioridad desde que usted selecciona un tema hasta que sale en la televisión pasa un año.

Por otro lado para hacer APRENDAMOS se vio que medio era el más apropiado y se decidió que televisión era el mejor medio. Durante este proceso tuvimos una grata experiencia, de que todo los canales al aire decidieron pasarlos gratuitamente inicialmente, así también Aprendamos tenía horarios a las 11 de la mañana, los días martes y jueves y se reprisaban el sábado y el domingo, en total eran dos horas semanales desde hace 15 años desde el 2003, contribuyendo de esta forma a la responsabilidad social.

Es importante mencionar que el programa ha sufrido variaciones en su horario de transmisión porque los canales no han cumplido con el convenio que hicieron ya que lo han enviado al día sábado a las 7 de la mañana y los canales cambiaron del horario inicial. El problema se presentó por el rating que los canales de televisión manejan actualmente, el favorito es el rating popular. La educación no es tan atractivo para alcanzar altos niveles de rating para poder mantener su balance y finanzas y por eso se generaron los cambios en horarios.

En ese sentido cuando el programa ya tenía alrededor de 10 años en la pantalla, comenzaron los dueños de los programas televisivos a decir que han ayudado mucho, pero que debían cambiar los horarios y que iban a mantener la gratuidad. Por otra parte el Municipio creyó que de alguna manera tenía que estimular el apoyo de los canales televisivos que concedió algún tipo de descuento en impuestos prediales para compensar el no pago de la transmisión. Es importante indicar que si se realizó un análisis del horario que les dieron, lo que ocurre es que simultáneamente vino el Gobierno pasado y sacó una ley de comunicación en la que obligaba a los canales a

determinados poner programas específicos, en horarios específicos y puso otros programas educativos, por ejemplo EDUCA.

Por supuesto este cambio de horario disminuyó la expectativa, pero nunca se pierde la fe, ya que siempre cuando existe un problema hay que tratar de ver cómo se puede resolver. También es importante mencionar que a través de ivope se puede medir el nivel de audiencia.

APRENDAMOS empezó como un proyecto cantonal, pero como se pasaba por la televisión transcendía los limites cantonales y se hizo nacional. Después a través de canales internacionales de estaciones ecuatorianas pasó a verse en Estados Unidos, España y Perú y por último hay una plataforma que usamos ahora que es la Aytu University y se ve en todo el mundo APRENDAMOS, a tal punto que hemos recibidos peticiones de 300.000 acceso de 132 países a nivel mundial.

Al decirle yo que era un proyecto cantonal, lo que quería decirle es que todos los municipio pueden hacer inversiones en su cantón y si hacen inversión en otro cantón pueden se glosados por la contraloría. Todo programa de educación a distancia por televisión tiene tres componentes: texto, el producto televisivo y tutorial, entonces si usted una televidente del programa se acerca a la fundación o a once puntos de distribución que hay en todos los CAMI de Guayaquil con su cédula de identidad recibirá gratuitamente el texto y se informa que día y qué fecha debe pasar y se le asigna un tutor.

¿Qué sucede cuando un usuario recibe el texto y no lo sigue por televisión, igual puedo terminar el curso y al final entregan el certificado de participación?

Si se le entrega el certificado, por ejemplo se tuvo un caso de un grupo de ciegos que hicieron el curso y no lo vieron por televisión, se le puso un profesor para que pueda seguir el curso con el texto y se le entregó el certificado de aprobación que es

entregado por el Alcalde de Guayaquil. Es importante indicar que estos ciegos generosamente nos dieron mucho más que lo que pudimos dar nosotros, nos dieron un texto para personas ciegas y desde ese momento estos libros salen con ese lenguaje.

Por otro lado APRENDAMOS es un proyecto inclusivo para los sordos porque le ponemos abajo de la imágenes los titulares.

¿Qué pasaría si en algún momento los canales dicen ya no queremos tener aprendamos y cuanto afectaría que aprendamos no siga saliendo en televisión?

Nosotros también tenemos posibilidades y hemos hechos los estudios para pasarlo en radio o para salir en las redes sociales, pero nos interesa la televisión porque le vemos mayor posibilidad. Estamos convencidos que debemos mejorar el horario y regresar con el que iniciamos APRENDAMOS, es decir los días martes y jueves 11 de la mañana y los reprises sábado y domingo a las 07 de la mañana. Adicional se necesita retomar la prensa escrita que pasaba toda la semana información del programa, como es el Diario Súper y además de los canales abiertos y los canales de las universidades.

Se pudo evidenciar una baja de inscripciones en el momento que los canales mueven el horario del programa. Es decir que si nosotros potencializamos la pantalla tendrá mayor de suscriptores, para lo cual hay que reforzar la imagen de APRENDAMOS, generando adecuadas estrategias de comunicación.

Como es el proceso a nivel del rating, nos da una guía para saber qué tema le gusto más, por ejemplo un programa que tuvo más aceptación en los televidentes fue el tema relacionado al inglés, fueron 90.000 mil personas conectadas y el rating de televisión era alto, tuvo tanta acogida que estábamos llenos todos los días con las personas inscritas que venían a tomar sus clases presenciales. Nosotros también vemos el interés de la comunidad por la demanda que tiene el programa unos tienen un impacto muy intenso y otros muy bajos.

Ahora estamos repitiendo el programas de huertos orgánicos por la buena acogida que tuvo, es la segunda vez que lo realizamos, todos los años sacamos dos temas nuevos y reprisamos otros. Los productores de los programas tienen también un análisis o conocimiento a nivel de rating a nivel de lo que ellos producen, es importante invitar a los productores a la cesiones que antes las teníamos todas las semanas entre el Municipio, la Fundación, los productores y las personas especializadas, para revisar lo que había pasado y proyectarnos a lo que venía y esa buena decisión la mantenemos todavía, pero ahora cada 15 días.

Han existido acercamiento con los canales para poder revisar el horario. Tenemos algunos acercamientos y muy buena relación con todos los canales ya que nosotros entregamos en cd con todo el material ya hecho y con los programas de las universidades ESPOL CATÓLICA, LA UTEG DE QUITO, APRENDAMOS y llega a muchas personas. Además nosotros hicimos convenios con instituciones privadas y públicas, tenemos 712 instituciones para difundir el programa.

El programa es a nivel cantonal y no se puede distribuir en otra parte por problemas de contraloría. Para los usuarios que necesitan tener conocimiento de los cursos se los ayuda subiendo los textos a la página web del Municipio y desde ahí los pueden descargar y seguir con la programación del curso.

El certificado dado por el Alcalde de la culminación del curso me sirve para la hoja de vida, por supuesto y mucha gente enmarca sus certificados.

¿Cuál es el perfil de las personas que terminan los cursos?

Realmente depende del tema, el mayor porcentaje son mujeres 78%, la edad fluctúa desde los 24 años, pertenecen a la población activa. Las amas de casa son las que más ven el programa. Desde el punto de vista el programa APRENDAMOS llega a un nivel bajo o medio de la sociedad, bajo-medio.

Nuestro enfoque es la educación y nuestros televidentes han sido de recursos bajos y medios.

¿Qué aspiran de aprendamos ahora que van a cumplir 15 Años?

Quisiéramos entregar la mayor cantidad de conocimiento de calidad para nuestra gente, en este momento APRENDAMOS no tiene límites.

Como APRENDAMOS quisiéramos llegar a la mayor parte de la población yo creo que ahí debemos trabajar un poquito para tener un horario mejor. En relación a la imagen ya APRENDAMOS es una marca y lleva 15 años compartiendo con la sociedad, yo creo que ningún programa ha durado tanto como Aprendamos.

Queremos incrementar la cantidad de cursillistas, porque muchas veces ven el programa, pero no toman el curso y nuestro interés es que la gente tenga el conocimiento y que al final se aumente la cantidad de certificados emitidos.

Para tener nuevas ideas escuchamos propuestas y nunca estamos con la mente cerrada siempre con la mente abierta. Un grupo de jóvenes universitario nos hacen constantemente propuestas y hemos modificado algunas cosas con la idea de siempre brindar lo mejor. Hay que recordar que en Aprendamos tenemos 22 cursos y cada curso es actualizado y que se mantiene un acompañamiento con un tutor durante el aprendizaje y que existen temas atractivos para la familia.

¿Por qué no hemos visto promoción de APRENDAMOS en los canales?

Nunca se ha hecho promoción, pero creemos que si lo conocen, se realizó una encuesta que se realizó a nivel global dice que el 80% de la población conoce Aprendamos.

¿Cuál es el capítulo que más se ha visto?

El capítulo que más se ha visto es “Comer bien para estar bien” y otro relacionado con los diabéticos, porque una gran mayoría guayaquileños tienen problema de diabetes.

¿Consideran ustedes que el medio de la televisión es unos de los medios más fuertes que puedan tener como herramienta para este proyecto?

Ahora la radio es interesante hay determinadas personas que pasan en el auto y desean aprender, pero en este momento también la televisión la pueden tener hasta en su celular. La tecnología ha llegado a tanto que ahora los programas lo podemos ver hasta en youtube.

Nombre: Concha Lucrecia Mallea Olvera

Cargo: Cursillista

Edad: 64 años

Lugar donde vive: Entre Ríos (antes Sauces)

¿Conoce el programa Aprendamos?

Si desde hace mucho tiempo lo he venido viendo por televisión, a través del canal TC, desde hace 5 años.

¿Cómo se enteró de la existencia de este programa?

Por la televisión a través del noticiero y también vi anuncios en el periódico el Universo. El primer programa que vi fue el de computación y de ahí empecé a verlo.

¿En qué horarios y por qué canal ve Aprendamos?

Normalmente lo veo por TC y a veces por Ecuavisa. Lo veo de 7.00 a 7.30 de la mañana, porque es el horario que estoy desocupada. En especial lo veo el domingo.

¿En qué horario le gustaría verlo?

Me gusta el horario actual, pero también me gustaría verlo en la noche tipo 19.00. Normalmente entre semana no lo puede ver, así que los fines de semana le gusta mucho.

¿Qué cursos ha realizado?

Desde que me jubilé puedo verlo y me gusta mucho. Me inscribí en el curso para "Comer sano para vivir sano", terminé todo el curso, di examen y solo me falta ir a retirar mi certificado. Actualmente estoy realizando el curso "Huertos urbanos".

¿Cómo ve el programa?

Muy bien, buena metodología, todo muy bien explicado. Me parece bien los 25 capítulos por libro incluso los reprise. Explican muy bien, tengo muchos conocimientos, soy feliz siendo agricultora, me ayuda muchísimo. Me parece bien los 30 minutos del programa, el libro es necesario y complementa lo que ve por televisión. También yo he contagiado a algunas amigas, por otra parte como soy profesora también inculco a mis alumnos que vean el programa.

¿Qué le cambiaría al programa?

Que el programa le dé oportunidad a todo el Ecuador, que se motive en todas las provincias. Por el resto me parece que está completo no le falta nada.

¿Cómo ve a los conductores?

Son especializados, gente que está preparada con conocimientos.

¿Cómo se sintió cuando se graduó?

Me sentí muy feliz con mi diploma, fue un gran momento, cumplí un objetivo y espero cumplir otros objetivos más junto Aprendamos.

¿Qué dicen sus amigas?

Lo ven en la ventana en la vecindad, todos juntos vemos el programa en casa. En el campo ya hay DIRECTV para que mujeres cacaoteras puedan ver el programa, además los hijos duermen en el horario que pasa el programa.

¿Qué temas le gustaría que se traten?

Me gustaría que se traten programas acerca de los adolescentes para que no salgan embarazadas, como cuidar a los adultos mayores, entre otros.

¿Le gusta el nombre del programa?

Si me gusta mucho.

¿Cómo es el logo?

Tiene una estrella de la Municipalidad de Guayaquil, no es celeste, es un poco más grande es anaranjado y en el centro amarillo.

Nombre: Rosario Bermeo

Televidente

Edad: 56 años

Lugar donde vive: Garzota 1

¿Conoce del programa Aprendamos?

Si, conozco bastante es una Fundación del Municipio de Guayaquil.

¿Cómo se enteró de la existencia de este programa?

Yo me levanto temprano y lo vi en televisión, lo dan a las 7.00a, en TC televisión y Ecuavisa.

¿En qué horario le gustaría verlo?

Si me gusta, me parece bien, me levanto temprano y aprendo.

¿Qué cursos ha realizado?

No he hecho ningún curso, pero aprendo mucho ya que son temas importantes. He visto el programa de los Huertos Urbanos, excelente guía para aprender.

¿Cómo ve el programa?

Es interesante para la ama de casa que no trabaja, ayuda a educarse y ser productiva. Otro aspecto que ayuda en la economía de la casa.

¿Qué le cambiaría al programa?

Yo le cambiaría el horario, ya que deberían reprisar en la noche de 20.00 o 21.00 todos los días. Además que deben promocionar más y hacer recordación del tema y del horario de transmisión.

¿Cómo ve a los conductores?

Los veo bien, son unos jóvenes que se ve que conocen, pero creo que llamaría la atención si alguien del medio como Gabriela Pazmiño inculca estos temas, porque la gente es novelera.

¿Qué dicen sus amigas?

Nada no he conversado del tema con mis amigas.

¿Qué temas le gustaría que se traten?

Como economizar al comprar las comidas, el ahorrar, por ejemplo como el ama de casa puede hacer economía en la cocina. Otro tema puede ser en relación a la decoración de la casa con poco dinero, como aprovechar los espacios. También un tema relacionado a cómo tratar a las personas con discapacidad.

¿Le gusta el nombre del programa?

No mucho, no me impacta, lo veo porque me levanto temprano, pero no es que el nombre cause impacto, ni causa expectativa de verlo.

¿Cómo es el logo?

Es como una estrella, no sé porque está ahí ni entiendo lo que significa.

¿Has visto promociones del programa?

No veo promociones, solo al final se ve auspiciantes, no veo nada que me recuerde el programa, si necesita comerciales con la empresa privada.

Nombre: Darwin Enrique Figueroa Vera

Televidente

Edad: 34 años

Lugar donde vive: Guasmo Central

¿Ha visto el programa Aprendamos?

Sí, no con reguralidad, pero sí lo vi antes.

¿Cuándo ha visto el programa?

Sí, exactamente los día viernes. Lo vi exactamente un viernes por la mañana ya tiene casi dos años que lo vi por última vez.

¿Qué vio que le llamó la atención?

Estaban dando cursos de ingeniería y sí me gustó la forma como lo estaban dando.

¿Por qué no lo siguió viendo?

El motivo principal por el que lo dejé de ver es el tiempo, mi trabajo me lo impidió. Yo sólo vi tres capítulos que ya no lo pude seguir viendo por cuestiones de tiempo.

¿Aprendió algo en esos tres capítulos?

Sí, aprendí mucho con estos capítulos, lo explicaron muy bien.

¿Dígame una cosa en qué día y en qué horario a usted le gustaría que ponga ese programa?

Sí de lunes a viernes en la noche o en la tarde antes de llegar la noche o si no los fines de semana. Sería ideal de lunes a viernes a las 18.00 o 19.00, o puede ser sábado y domingo después del mediodía cuando uno ya está en la casa.

¿Entonces usted sí vería el programa si cambia el horario?

Claro es muy bueno

¿Y su familia o alguien por el barrio ven programa?

Si me contaba mi familia que veía el programa cuando daban el programa de panadería

y lo hicieron, en relación a mis amigos del barrio no estoy seguro.

¿Le gustaría tomar los cursos?

Si me interesaría tomar el curso y ver el libro del curso porque da un certificado, no lo hice antes porque como le comenté no tengo mucho tiempo.

¿Dónde usted ha visto qué más se promociona Aprendamos?

Por el momento no he visto nada de promociones, yo lo vi por casualidad.

¿Qué dice su familia sobre el programa de la panadería?

Felices con el programa, mi esposa y mi mamá son los que más ven Aprendamos, ya que este programa es para la gente que está en casa. Para ellas lo poco que han visto les ha servido para poner en práctica esos consejos en la misma casa.

¿Qué les parece el horario?

El horario es un poco complejo para ellas también por motivo de horario de clase de los niños y por el almuerzo, a ellas le gustaría eso el domingo donde la gente está más tranquila.

¿El domingo no es para descansar?

Claro usted está descansando y al mismo tiempo está viendo un programa, que es una opción muy buena y didáctica.

¿En qué canal vio Aprendamos?

Siempre lo veo por Ecuavisa al igual que mi familia, ya que sale más nítida la imagen.

Nombre: Blanca Ugarte

Cargo: Directora de programación y producción de Tc televisión con 25 años de experiencia

¿Cuénteme acerca de los antecedentes de Aprendamos?

Bueno Aprendamos entró por medio de la Municipalidad de Guayaquil, un producto que nos pidieron que programemos en los canales y fue un Boom porque fue un proyecto nuevo con conceptos totalmente innovadores que nunca habían sido transmitidos en Ecuador con una campaña monstruosa de promoción muy grande en sus inicios.

¿Quién hacía la promoción?

Bueno ellos mismo nos traían todo el producto, nosotros sólo debíamos pautar y comprar espacios para promocionar. En sus inicios el programa iba se transmitía entresemana no me acuerdo ahora los horarios exactamente. Aprendamos fue realmente un producto muy bueno que tenía el concepto de Innovación. Esta es la palabra clave en la televisión, entonces fue un producto que por algún tiempo generó mucho rating, se pasaba el programa de lunes a viernes generó esta empatía con el televidente.

¿Por qué mueven de horario a los sábados y domingos?

El programa al inicio fue un Boom, pero no se mantuvo en el tiempo con el rating de a poco el programa de esta clase educativa fue decayendo en su rating y considero que fue porque a pesar de tener corte educativo debería generar algo

entretenimiento cuando estamos en la televisión abierta o sea la televisión abierta es entretenimiento puro e información. El producto no se mantuvo en el tiempo entonces los programadores se dieron cuenta que tuvo una caída en audiencia y automáticamente pedimos que se lo programe los fines de semana porque realmente de lunes a viernes en la mañana hay colocar programas interesantes porque hay grandes encendidos. Al principio Aprendamos tenía promociones con buenos programas, pero que a poco a poco le fueron quitando las promociones y el programa no se mantuvo y entonces nosotros los programadores pedimos el cambio.

¿Cómo se hace entretenimiento en un programa educativo?

Es bastante complicado con la televisión abierta va más enfocada a entretenimiento que ha entendimiento. Para ser atractivo en este medio hay que enfocarse en ocasiones con cierta estructura que tenga entretenimiento porque si no creo que estará enfocado al fracaso. Eso le pasó a algunos capítulos de Aprendamos un producto que generó mucha audiencia y que fue un Boom en el momento, pero que poco a poco no se mantuvo en el tiempo de forma adecuada y a esto se suma la baja promoción.

¿Se acuerda usted hace qué tiempo se le cambió el horario a sábados y domingos?

No, no realmente no me acuerdo. Se lo cambió porque la audiencia de lunes a viernes se caía y se cambió a fin de semana siete de la mañana, pero no recuerdo exactamente en qué momento fue. Lo que es real que lo horarios tempranos de fines de semana son de bajo rating así que el cambio de horario le afectó.

¿Cuál cree usted que sería el mejor horario para el programa imaginando que se lo vuelva a relanzar con un plan de promociones efectivo donde se potencialice la marca?

Yo creo que Aprendamos tiene dos caminos uno es re potencializar la marca con un enfoque diferente porque para mí la marca se ha ido deteriorando y por eso mismo la audiencia ya no lo ve, es decir que hay que hacer un esfuerzo para reforzar la marca, pero yo considero que como programación la palabra sería que ya está muerto este programa, que se quedó en el tiempo. En este momento no sabría que horario es mejor primero debo revisar cuál es el nuevo enfoque que se le va a dar al programa.

¿Qué recomendación daría usted a los productores de programa al momento de producir los programas? ¿Usted considera que hay buen contenido o está mal enfocado?

De lo que he podido ver hay que realizar cambios de forma y de fondo por eso decía que tenían dos caminos uno es cambiar relanzando Aprendamos con ideas nuevas o terminar Aprendamos que lo más recomendado. Que pasa en la televisión tanto nacional e internacional como pasó acá con el programa A todo dar que después de 15 años al aire se terminó el programa y de ahí salió fama drama después vino Calle 7, porque todo tiene un ciclo. Para mí Aprendamos ya terminó su ciclo como programación, quizás relanzando la marca se pueda rescatar algo, pero no estoy segura de eso.

Hay que sacar un nuevo producto, así como en su momento ellos lanzaron el programa con un concepto innovador de educación a distancia. Ahora tocaría lanzar un formato totalmente nuevo para televisión con redes sociales y nuevamente promocionarlo.

Personalmente creo yo cómo programación terminaría Aprendamos y lanzaría un nuevo producto cómo fue con Lotería Nacional, como era el caso del Bingo o Domingo millonario que tenía 30 puntos en la mañana un fin de semana con Pancho Cabanilla y de repente terminó con dos o tres puntos y lo sacaron del aire porque todo

tiene un ciclo porque la televisión es muy complicada mantener por muchos años un producto, más todavía si es educativo donde tiene que estar constantemente innovando. Es decir salir al aire con un producto de forma educativa es difícil y mantenerse tantos años es más complicado. En el caso de Aprendamos han sido muchos años que están aire y no dudamos en decir que fue un excelente producto y creo que en el camino no se dio ese giro que tenía que dar y ahora para mí personalmente ya es hora que termine su ciclo.

¿Cómo ve usted Aprendamos vs Educa? ¿Cuál es la diferencia entre los dos? ¿Cuál cree usted que pueda tener quizás un mejor futuro en pantalla?

Aprendamos y Educa son series digamos con diferente concepto, pero ninguna de las dos manejan conceptos de entretenimiento con educación. Para mí el producto de Educa no funciona y el raiting lo evidencia. Para poder programar diferentes productos primero uno ve la audiencia y la audiencia no hay como cambiarla. Hoy la audiencia tiene 5 puntos y de acuerdo a eso es lo que te sirve para el análisis que se debe realizar para poder producir el programa.

Yo considero que tiene que ver más entretenimiento dentro de él como fue en un momento Plaza Sésamo, pero este programa enfocado en entretener a las amas de casa a través de un producto innovador como es el caso de los programas de entretenimiento De Casa en Casa en TC Televisión, en Contacto de Ecuavisa. Estos productos sabemos que generan y dan audiencia. Finalmente la pregunta que queda en qué es lo que quiere ver su grupo objetivo, es decir que esos elementos son los que hay que analizar para poder llegar a un producto que realmente funcione y que genere audiencia.

¿Muchos dicen que ya la televisión desaparece, que la televisión tiene que ser digital, qué criterio tiene usted sobre este tema de la televisión en especial en

Ecuador? ¿Usted considera que la televisión sigue siendo muy influyente sobre todo en el target de Aprendamos?

La televisión va a seguir así como se inventó. Yo escuché a Don Francisco y dijo que la televisión va a seguir así y yo lo creo también, así como se inventó la radio muchos decían que también iba a desaparecer cuando nació la televisión pero sigue aún en circulación.

La televisión a nivel mundial tiene conexiones con las cadenas de cables de un 90 a 95% en muchas ciudades del mundo en Latinoamérica y Estados Unidos, la televisión va a seguir manteniéndose a pesar de la llegada del internet. Las mujeres de 40 años nacimos con la televisión, pero la televisión realmente no va a pasar de moda porque a diferencia nuestra, los jóvenes vienen con la tecnología entonces ellos pueden prender la televisión, estar con la computadora en la mano, con un celular en la otra, con los libros a otro lado, es decir que pueden tener cuatro o cincos elementos al mismo tiempo y tomar atención a todo a la vez.

Los que vienen de generaciones mayores somos totalmente diferentes que seguimos manteniendo la televisión como producto Premium y la televisión en Ecuador tiene su mayor aceptación en la noche con encendido de 60 a 80%. En Ecuador a diferencia de otros países la aceptación de la televisión es mayor, porque uno todavía ve en la noche una serie como Cuatro Cuartos o Tres familias qué le da 20 puntos de rating o un noticiero de medición de 18 a 20 puntos de rating, eso ya no existe en Latinoamérica, pero en Ecuador todavía la televisión es abierta y su base única es de entretenimiento, debido a la pobreza ecuatoriana aún existe televisión abierta y eso hace que su único entretenimiento sea la televisión.

El internet igual cuesta al igual que tener cable, en cambio la televisión abierta no tiene ningún costo, simplemente hay que enchufar su televisor al conector de energía prenderlo y tiene entretenimiento y ese es el entretenimiento de los del ecuatoriano.

¿Usted cree que Aprendamos debe seguir en televisión si quieres llegar a masa?

Si quieres llegar a masa por supuesto que tiene que seguir en televisión, pero con un enfoque totalmente diferente al que tiene actualmente. En su momento cuando lanzaron fue un Boom y lo aplaudo porque fue realmente un lanzamiento muy grande, un producto que era muy innovador en el Ecuador, pero actualmente ya no es así. Si no innova con el tiempo y los años te quedas y se vuelve producto obsoleto que es para mí lo que le ha pasado a Aprendamos.

¿Cuál cree que es la incidencia de la marca Aprendamos?

Para mí el nombre me parece un buen nombre, pero como le vuelvo a repetir la marca está obsoleta no innovaron en su respectivo tiempo no crecieron no hicieron nada. En 15 años ya tiene nueva audiencia, es decir simplemente uno se da cuenta que ya tiene nuevas mujeres que ven el programa y que tiene que manejar a través de las redes sociales. Yo no he visto nada que este programa haga en redes sociales y que genere promoción. Es decir el teléfono ya no es algo adicional, el teléfono es como si fuera parte de nuestra mano que se conecta con todo nuestro cuerpo, las redes sociales se han vuelto parte de nuestra vida y hay que incluirlo como parte de la transformación. Entonces esta marca Aprendamos tiene qué enfocarse y salir de la monotonía y buscar nueva alternativa porque si no realmente es mantener un producto al aire sin ningún eficiencia y nosotros tenemos productos al aire para que lo vean.

¿Si fuera un programa innovador y tuviera un plan de promoción usted como cliente pautaría en Aprendamos?

Sí yo sí pautaría porque creo en estos productos, creo que hay que educar pero con entretenimiento. Si está en la televisión abierta tienes que entretener sino no estés en la televisión abierta y quédate en las redes sociales. Para qué gastar tanto sino va a tener rating, porque hay un gran costo en equipo, en realización de producción y en personal. En este momento la parte económica lo está asumiendo la Municipalidad, pero igual es un gasto que se realiza y que hay que devengar.

¿Cómo ve la posibilidad de poner conductores conocidos y de renombre para que el programa tenga otro giro?

Sí lo veo como buena opción porque siempre todos estos elementos son importantes. Los animadores son lo que transmiten ese contenido para lo cual necesitas buenos animadores para que transmitan adecuadamente los contenidos. En ocasiones ocurre que tienes un muy buen contenido, pero no tienes esa persona que transmita o haga llegar al televidente. Muchas veces tener buenos animadores hace que se prenda y se conecte la audiencia. Por ejemplo si tiene un programa de televisión y se transmite un fin de semana muy temprano se necesita que algo genere atención y que mejor que un animador que impacte. Los días de lunes a viernes son horarios donde el control de la televisión ecuatoriana lo maneja la ama de casa en un 100%, la mujer controla la televisión de lunes a viernes, los sábados un poco más el niño y el domingo el hombre porque hay fútbol.

Nombre: Lucio Heller

Cargo: Productor General de Aprendamos

¿Cuándo empezó Aprendamos?

Aprendamos nace en el año 2003, trabajé junto a Fernando todo el proceso de producción del programa. Se inició todo con la contratación de productoras Argentinas

quienes nos traen a mí y a Fernando a Ecuador, pero finalmente nos contrataron directamente a nosotros.

¿Cómo es la producción ahora que lo manejan ustedes de forma independiente?

Todo quedó igual nada más cambió la figura porque ya no estaba la productora Argentina, sino que nos contrataron directamente como productora a nosotros y en ese proceso la productora de Arturo Gargarao que se llama Kromes se unió en la producción, ahora somos dos productoras que aportamos al proyecto, entonces nuestra responsabilidad en el concurso es realizar 1 libro y 20 programas de televisión, eso es lo que conforma cada curso.

¿He visto capítulos en youtube, pero veo que están como programas independientes?

En realidad si colocas el nombre del programa que te gusta, te va a salir los últimos ciclos que hicimos sin problema.

¿Cada productora tiene su mismo equipo o es un equipo que le entrega la información?

Nosotros somos productores que debemos investigar bien los temas antes de sacarlos a la pantalla, entonces como sabrás yo hace un año atrás de Sismo no sabía nada, ahora sé un poco más porque estuve trabajando 1 año en esto, pero que sucede nosotros no sabemos nada de sismos, pero tenemos la responsabilidad de hacer un producto de calidad educativo, tratamos de armar equipos de contenidos con gente experta en el tema, así los buscamos acá o los buscamos en el exterior depende del tema.

¿Tiene un grupo de consumidores fieles del programa?

Tenemos un grupo de consumidores fieles de Aprendamos, eso lo sabemos porque el dato te lo da la Fundación Ecuador. Durante los 15 años del proyecto tenemos do millones y medio de usuarios de ofrendas totales que han visto todos los cursos.

¿Cómo se ha dado esta trayectoria durante estos 15 años?

Bueno, puedes ver esta foto cuando inicié y mira cómo se me ha ido desfigurando la cara Jajaja, es muy interesante porque uno aprende un poco de todo. Es gratificante ver como este programa ayuda a los demás. Ahora estamos armando el set del curso número 24 de Aprendamos y pensar que comenzamos desde cero y ahora ya son 15 años en el mercado con altas y bajas, en realidad es maravillosos.

¿Ha investigado la audiencia?

Bueno te digo una cosa a nosotros nos gustaría investigar la audiencia, nos gustaría saber quién lo está viendo, pero no tenemos el tiempo para hacerlo ni los recursos para hacerlo. No lo conocemos a profundidad.

Considero que la audiencia es de nivel bajo de poco recurso que no tienen hábito de constancia de ver y seguir el programa. Adicional tengo entendido que a través de una investigación de alumnos de Casa Grande los programas dicen que el grupo objetivo son amas de casa de clase social baja que se reúnen a verlo.

¿Sabe la cantidad de certificado que se emite por cada curso?

Mira yo creo que la cifra no supera el 10% de los inscritos porque no todos terminan el curso y eso es poco porque le temen a la idea de la evaluación formal escolar. La gente va aprendiendo y no le interesa el certificado en ocasiones, agarra lo que le interesa y eso es todo. Nuestra experiencia en Argentina nos decía qué pensábamos que íbamos a tener más cantidades de gente que llegaba hasta el final y que

aprobaba su examen lo mismo que pensábamos que iba haber mucha más gente que iba a llamar por teléfono pidiendo asesoría, pero en Ecuador no se dio de esta forma.

¿Cómo se procede en la elaboración de los capítulos?

A ver cuándo empezó Aprendamos eran cuatro cursos al mismo tiempo entonces los cursos eran parecidos y en ese tiempo se tuvo que armar una estructura más grande porque teníamos más trabajo en Argentina. Hace mucho tiempo yo era coordinador de producción de dos programas diarios a la vez, de 2 programas semanales o sea yo hacía doce programa por semana, entonces acá como todo es pedagógico teníamos que hacer un proceso en los primeros meses.

¿Qué número de capítulo aproximado han realizado en 14 años por libro?

Bueno lo último año son 20 capítulos por tema, un libro con 20 capítulos, cada capítulo de media hora. Es más en la actualidad he estado revisando el tiempo porque la gente no te mira media hora de hecho de corrido ahora la gente consume menos, pero igual hasta el momento es media hora y me gusta el formato.

El curso de adolescencia tenía 32 capítulos que fue algo que tuvo mucha aceptación y la grabación de 20 capítulos se hizo estándar.

¿Qué cursos hiciste tú?

El curso “Come bien para estar bien” “Guía nutricional para estar bien”, la profesión fue un poco más simple porque fueron 10 enfermedades 20 capítulo casi 2 capítulo por cada enfermedades. Otro programa fue “Cómo prender fútbol” que ahí estuvo Mimo Caba y Jorge Luis del Hierro que fue un poco más dramatizado eso fue lo que dio buena aceptación.

¿Cómo creía la idea de presentar el tema con una presentadora reconocida?

El programa tiene y formato que debemos respetar porque hay una marca institucional que debemos respetar, así que si se escoge a alguien debe estar alineado al concepto de educación o si no se debería dejar como está.

¿De quién es la responsabilidad de sostener la marca Aprendamos?

Bueno en el fondo es el Municipio, pero nosotros tenemos una corresponsabilidad ya que somos proveedores, tratamos de hacer lo mejor posible brindado un producto de calidad.

¿La otra productora de dónde es? ¿Cómo nace?

Arturo el chileno que da o daba clases en Casa Grande y tiene una relación con Marcia Arturo. Él también escribe, ha hecho algunos libros sobre la sociedad guayaquileña, por ese lado tiene un poco de sensibilidad con lo popular. Arturo hizo los cursos de autocontrol.

NOMBRE: Diana Yanez Guerrero

CARGO: ANALISTA DE AUDIENCIA RTS

¿Cuál es el horario en el que se transmite el programa?

Aprendamos es un programa que inició en mayo del 2003 en la Alcaldía del Ab. Jaime Nebot Saadi. En sus inicios el programa se transmitía de la siguiente manera (mayo 2003 – mayo 2010): martes y jueves (11:00 – 11:30), sábados y domingos (07:00 – 07:30). En mayo del 2010 se continuó transmitiendo solo los fines de semana sábados y domingos (07:00 – 07:30).

¿Cuál es su opinión sobre el análisis de rating del Programa Aprendamos- citar análisis con números?

El promedio de ene-mayo del 2010 fue de 2,05, y el promedio de enero a mayo del 2018 es de 0,7 en hogares lo que nos da un -66% de rating en comparación al último en que dieron el programa los martes y jueves.

¿Cuál considera usted que es el mejor horario para el programa Aprendamos?

Si realizamos el análisis como programa sería mejor volver al horario de martes y jueves donde tenemos niveles de audiencia más altos.

¿Cómo está la fidelidad del programa?

La fidelidad es una variable que no solo se compone por el contenido del programa sino también por la cantidad de duración que tiene, con 30 min de exposición del programa actualmente tiene en hogares más del 50% de fidelidad, lo que me indica que en este target ve al menos la mitad del programa.

¿Cuántos hogares ven el programa en Guayaquil?

Un promedio de 4900 hogares ven actualmente el programa en la ciudad de Guayaquil.

¿Cuál es la audiencia del programa? ¿Qué opina usted de este análisis?

La composición de audiencia de este programa está bien enfocada, ya que según su contenido es el primer programa ecuatoriano de educación a distancia por televisión siendo su principal grupo objetivo las personas mayores de edad entre hombre y mujeres que sientan la necesidad de seguir continuando sus estudios o preparación.

¿En RTS cuanto es el rating del programa sábados y domingo en el último año? ¿Según su análisis y criterio este rating puede crecer?

El promedio del rating en hogares es de 0,7 en lo que va de este año, es posible que crezca con mejores niveles de promoción del programa.

¿Cuáles son los problemas de audiencia que usted identifica en el rating -share del programa?

Niveles de encendido más bajos los fines de semana ya que en hogares a las 07:00 el nivel de encendido es de 13,29% (tvr%), siendo de lunes a viernes un encendido de 26,74% promedio. Además en RTS tiene un share de 2,8% en el último mes de mayo.

Términos y cifras que debemos analizar y conocer del programa aprendamos. ¿Qué significa estos términos y que cifras tiene el programa?

*****Fidelidad (es el porcentaje de tiempo que las personas en un target determinado ven un programa.)

*Audiencia share: el share indica qué porcentaje de participación tiene cada canal con respecto al Encendido Total en un momento determinado.

*__Rating__: es un indicador básico de audiencia que relaciona la cantidad de audiencia ya sean personas u hogares con el tiempo de exposición al medio.

***Leading:** son los puntos de rating con los que logran iniciar un programa en una franja determinada

*__TRP:__ suma de todos los puntos de rating posibles de lograr en targets específicos.

¿Qué refleja el análisis de audiencia del programa Aprendamos?

Poco interés de la audiencia, desinterés del contenido, falta de identidad entre un libro y otro libro, baja promoción del programa en la pantalla en medios impresos y digitales.

¿Cuál es su criterio, comentarios y sugerencia como analista de rating sobre el programa Aprendamos?

Que se deben realizar promociones del programa para mayor interés de las personas, colocarlo en un mejor horario donde pueda obtener un mejor leading y un encendido más alto para que pueda subir el rating del programa.

Nombre: Clara Bogra

Cargo: Análisis de Rating programa Aprendamos

Comenzamos con un análisis de horario de los sábados y domingos del 2018 que tiene un rat% de 5.8, cuando se habla de amas de casa no tienen edades, amas de casas son personas que tienen la decisión de compra en el hogar, puede ser un hombre, una mujer o un adolescente, y es una sola persona dentro del hogar.

Esto está dividio en rating de 45000 hombres, 45000 mujeres, 21000 niños y 8800 adolescentes, son las personas que están viendo televisión en ese horario de 7h00 a 7h30 en Guayaquil de enero al 17 de junio.

La cantidad de personas que observan el programa, el porcentaje de personas y el rating de fidelidad que es el 32% durante la media hora de programa, este 32% de fidelidad son las amas de casas mujeres y el 58% de hombres durante los primeros 15 minutos.

Además se puede observar que hay mayor audiencia en los niños, hay 4000 niños, 8000 adolescentes, eso es alto para una tendencia en este horario, podría decirte que el rating es por el tema que se trate en la pantalla, pero desde una visión más técnica el programa es muy malo, los cambios no pasan por el programa en sí, sino por la estructura lógica de los canales en cuanto a pauta, por ejemplo la estructura de las novelas, una tras otra que se presentan a diario, es difícil y complicado entrar a la estructura de Ecuavisa con un programa como Aprendamos e incluirlo dentro de un mejor horario, por eso está en los sábados.

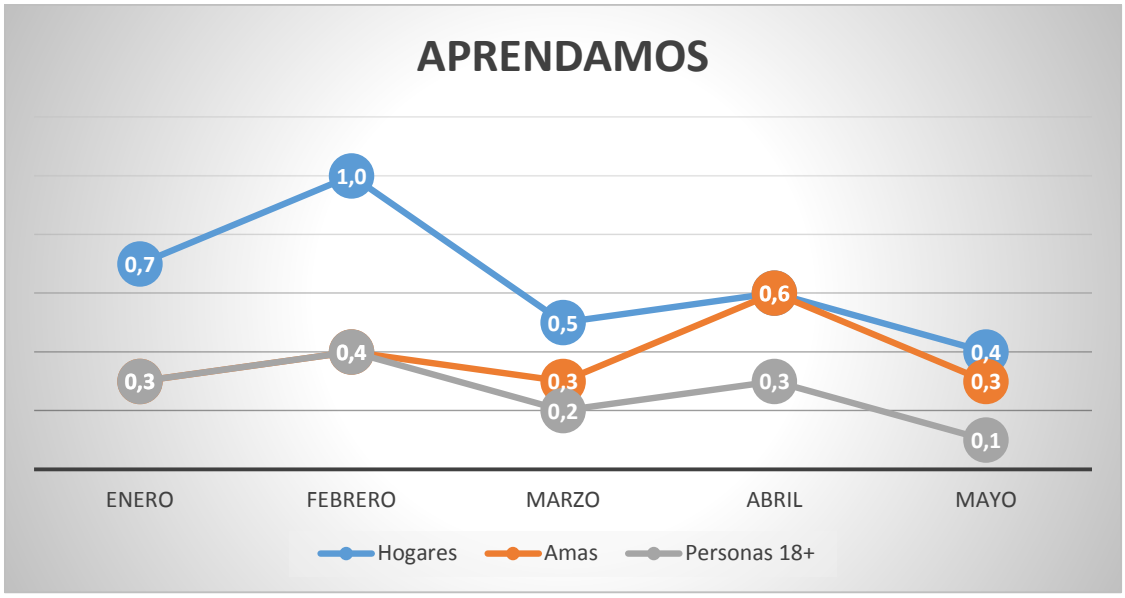
Tampoco se podría decir quien decide ponerlo en ese horario si el canal o el programa en sí. Por el tema de responsabilidad social a veces estos programas entran en un estado como de cadenas en los medios, es el caso de EducaTv.

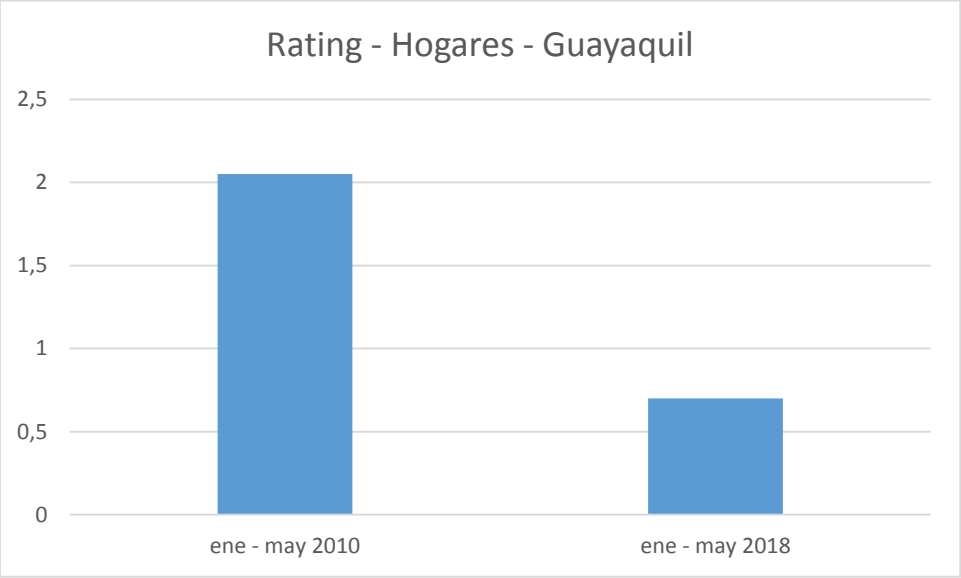
Tal vez el producto debería de mejorarse en otros aspectos como el de imagen de pantalla, o incrementar más y mejores temas de acuerdo a puntos como necesidades, problemas actuales y quién sabe si la tecnología entraría dentro del paquete de temas, es como actualizarse, no sé, es un punto de vista personal, profesionalmente hablando.

Análisis de rating

Rating RTS

El rating promedio en RTS de lo que va del año es de 0,7 siendo febrero el mes con mayor nivel con 1 punto en el target de hogares.





Regiones: Guayaquil
Región base: Guayaquil
Targets: Niños 03 - 11(Ind->Edad:3-11), Adolecentes 12 - 17(Ind->Edad:12-17), Hombres 18+(Ind->Sexo:Hombres Edad:18-24,25-39,40+), Mujeres 18+(Ind->Sexo:Mujeres Edad:18-24,25-39,40+)

Tele espectador: (Ninguno)
Incluir visitas en numerador: Sí
Período: 01/01/2018-31/05/2018
Plataformas: VAM

	Grupo	Canal	Región	Programa	Inicio	Dur.	VAM			
							Niños 03 - 11	Adolecentes 12 - 17	**Hombres 18+**	**Mujeres 18+**
							rat#	rat#	**rat#**	**rat#**
1	**APRENDAMOS (S-D)**	**RTS**	**Guayaquil**	**APRENDAMOS (S-D)**	**7:20**	**0:30:14**	**0,4**	**0,4**	**2,7**	**2,5**
2	Enero	RTS	Guayaquil	APRENDAMOS (S-D)	7:14	0:30:07	0,4	0,9	3,6	2,6
3	Febrero	RTS	Guayaquil	APRENDAMOS (S-D)	7:13	0:30:17	0,7	0,5	3,1	3,6
4	Marzo	RTS	Guayaquil	APRENDAMOS (S-D)	7:21	0:30:10	0,5	0,0	2,1	1,6
5	Abril	RTS	Guayaquil	APRENDAMOS (S-D)	7:30	0:30:15	0,0	0,1	2,8	2,6
6	Mayo	RTS	Guayaquil	APRENDAMOS (S-D)	7:30	0:30:24	0,2	0,0	1,4	1,5

Grupo	Canal	Región	Programa	Inicio	Dur.	VAM Hogares	
						rat%	**shr%**
APRENDAMOS (S-D)	RTS	Guayaquil	APRENDAMOS (S-D)	7:20	0:30:14	0,7	4,8
2018:Enero	RTS	Guayaquil	APRENDAMOS (S-D)	7:14	0:30:07	0,7	5,5
2018:Febrero	RTS	Guayaquil	APRENDAMOS (S-D)	7:13	0:30:17	1	7,5
2018:Marzo	RTS	Guayaquil	APRENDAMOS (S-D)	7:21	0:30:10	0,5	3,4
2018:Abril	RTS	Guayaquil	APRENDAMOS (S-D)	7:30	0:30:15	0,6	3,8
2018:Mayo	RTS	Guayaquil	APRENDAMOS (S-D)	7:30	0:30:24	0,4	**2,8**

Manual de marca Aprendamos

Aprendamos

educación para superarnos

Manual de marca 2018

Tesis
SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DE LA CONCEPTUALIZACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE LA IDENTIDAD GRÁFICA DEL PROGRAMA APRENDAMOS EN EL 2018.

PARA OPTAR AL GRADO DE
Licenciado en Comunicación Social con mención en Redacción y Creatividad Estratégica

Diseño
Nuno Acosta

Equipo
Betty Mata
Jorge Paredes
Edwin Castro
Elizabeth Jetón

EQUIPO DE GUÍAS
Mg. Enrique Rojas Sánchez
Illana Vallarino

Aprendamos

Por 15 años Aprendamos ha cambiado la vida de personas a través de la educación.

Queremos darle un nuevo impulso, transformarlo en algo más significativo.

Reconceptualización

Nuestra propuesta se enfoca en la transformación. Igual que la energía eólica transforma el viento en energía o un molinete transforma el aliento de una persona en una colorida experiencia, queremos transformar el legado de Aprendamos y que sus 15 años sean la consolidación de un proceso transformacional.

Igual que el viento puede ser transformado a energía, la educación puede transformar nuestra sociedad.

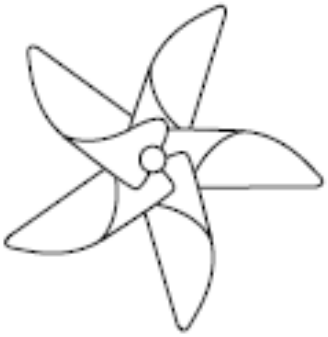
Construcción del logo

De su forma básica de aspa de molinete, el logo se conforma de 5 aspas que forman una estrella en su parte central que tiene un círculo blanco a manera de agujero.

Cada aspa tiene un color que caracteriza su diversidad

Vamos a mantener la idea de la estrella por Guayaquil creando una experiencia memorable con el logo demostrando diversidad con sus colores.

Escogimos la tipografía Futura por su alta legibilidad en pantalla, por su flexibilidad, geométrica y eficiencia.



Actualizamos el slogan cambiando "una oportunidad" a "educación" el beneficio tangible, más fácil de entender, más sociable, argumentable.

Aprendamos
educación para superarnos

Aprendamos
educación para superarnos
15 años

Para celebrar sus 15 años desde su lanzamiento, se ha creado una versión del logo conmemorativo de aniversario que será usado todo el 2018.

Cromática

Tanto la estrella como las aspas están conformadas por 2 colores que van del más claro al oscuro. Se los presenta como un gradiente que da la idea de volumen a la figura.

Su nombre y slogan va con colores sólidos, diferenciados por los mismos.

Aprendamos
educación para superarnos

Cuatricromía

ESTRELLA	C5 M0 Y90 K0
	C0 M35 Y85 K0
ASPAS	C0 M35 Y85 K0
	C0 M90 Y85 K0
	C15 M100 Y90 K10
	C70 M100 Y0 K0
	C100 M100 Y25 K25
	C70 M15 Y00 K0
	C100 M95 Y0 K0
	C5 M0 Y90 K0
	C5 M0 Y100 K0
LETRAS	C100 M95 Y0 K0
	C70 M15 Y00 K0

Aplicaciones primarias

Para salvaguardar la integridad del logo y darle importancia a su legibilidad, se presentan distintas formas de presentarlo dependiendo del espacio en el que será aplicado o la dimensión que reciba.

Se prioriza el uso primario del logo cuyo isotipo aparece en grande a la izquierda de la palabra Aprendamos. La aplicación secundaria ubica al logo en el centro debajo de la palabra Aprendamos de menor tamaño. El uso exclusivo de una línea queda para aplicaciones mínimas de espacio reducido horizontal.

En caso de que el logo se usado en un fondo oscuro la palabra Aprendamos se usará de color blanco. En caso de eliminar los gradientes paa usar colores planos se adjunta la aplicación.

Aplicaciones secundarias

Estas aplicaciones tienen usos reservados y deberán ser cuidadosamente escogidas. La versión monocromática depende de su aplicación. La versión monocromática con gradiente a transparente se usará como marca de agua en pantalla. La versión celeste será empleada únicamente en usos relacionados a la monocromía de aplicaciones del Municipio.

Desafíos
Superación
Superación
Atreverse
Atreverse
Crecer
Crecer
Aprendamos
educación para superarnos

Superación
fíos
Atreverse
Aprendamos
educación para superarnos

Superación
fíos
Atreverse
Aprendamos
educación para superarnos

PAP PROYECTOS DE APLICACIÓN PROFESIONAL

CARTA AVAL PARA LA ENTREGA DE LA SISTEMATIZACIÓN INDIVIDUAL DE EXPERIENCIA

TEMA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN:	Sistematización del Diagnóstico al Programa Aprendamos basado en el Patting Point para considerar en el Rebranding
NOMBRE DEL ALUMNO:	Betty Elizabeth Mata Cedeño
NOMBRE DE LOS DOCENTES QUE ACOMPAÑARON EL PROCESO:	Enrique Rojas Ilona Valbuino
FECHA:	

El número de reuniones efectuadas con el alumno o la alumna, a mi criterio, ha sido:					
Suficiente:	✓	Insuficiente:		Excesivo:	

El alumno o la alumna ha alcanzado a reflexionar y hacer comprensiones de los contenidos y hallazgos de su trabajo y se aprecia crecimiento académico:					
En buena medida:	✓	En mediana medida:		En poca medida:	

La alumna o el alumno me dio a conocer los contenidos de la versión definitiva del documento					
Sí:	✓	No:		Parcialmente:	

Por lo tanto, certifico haber revisado el documento y **SÍ** concedo el aval para la presentación	✓
Por lo tanto, certifico haber revisado el documento y **NO** concedo el aval para su presentación	

Firma de quien otorga el aval:

Ilona Valbuino U.

C.C. 0912978319