



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL



FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA

TÍTULO DEL PROYECTO FINAL

Sistematización de la experiencia desde el punto de vista del Marketing Social con el fin de generar acciones estratégicas dirigidas a la consecución de recursos para la implementación de la séptima edición del proyecto Jaula Abierta: "El Faro".

Para optar al grado de:

Licenciatura en Comunicación Social con mención en Marketing Estratégico y Gestión empresarial.

Elaborado por:

Francesca Garcés Antepara

Equipo de guías:

Mg. Verónica Coello Game

Mg. Enrique Rojas Sánchez

GUAYAQUIL, ECUADOR

20/11/2019



CLÁUSULAS DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, FRANCESCA PAOLA GARCÉS ANTEPARA, autora del trabajo de titulación *“Sistematización de la experiencia desde el punto de vista del Marketing Social con el fin de generar acciones estratégicas dirigidas a la consecución de recursos para la implementación de la séptima edición del proyecto Jaula Abierta: “El Faro”.*”, certifico que el trabajo de titulación es una creación de mi autoría, por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas. Con lo cual, exoneró a la Universidad Casa Grande de reclamos o acciones legales.

Francesca Garcés

Francesca Paola Garcés Antepara
CI: 0924377211



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

FRANCESCA PAOLA GARCÉS ANTEPARA en calidad de autor y titular del trabajo de titulación *“Sistematización de la experiencia desde el punto de vista del Marketing Social con el fin de generar acciones estratégicas dirigidas a la consecución de recursos para la implementación de la séptima edición del proyecto Jaula Abierta: “El Faro.”* 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 dispuestos 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 Casa Grande sobre la autoría de dichos trabajos.

Francesca Garcés

Francesca Paola Garcés Antepara
CI: 0924377211

ABSTRACT O RESUMEN

Este documento es la sistematización de la experiencia que narra la creación de la estrategia de consecución de recursos desde el marketing social, para la implementación de las actividades del proyecto El Faro , edición del año 2019 del programa de fomento de la lectura Jaula Abierta de la Universidad Casa Grande. Con esta premisa, en esta edición se decidió trabajar sobre la falta de motivación hacia la lectura. Ese instante donde se decide o no leer. Para eso se realizaron talleres de motivación a la lectura en un sector del barrio urbano Bastión Popular, considerando los nuevos consumos y hábitos digitales en adolescentes. Dentro del proyecto El Faro se aplicaron técnicas del marketing social para analizar, planificar, ejecutar y evaluar acciones para generar recursos con el fin de que el proyecto logre desarrollarse con éxito. En este documento se presentan de forma detallada las acciones realizadas para cumplir los objetivos de generación y gestión de recursos.

Palabras claves

Marketing Social, motivación, lectura, recursos, planificación

ÍNDICE

1. Contexto del proyecto	6
1.1 Antecedentes	6
2. Descripción del objeto a sistematizar.	19
2.1 Objetivos	20
2.1.1 Objetivo General:	20
2.1.2 Objetivos Específicos:	20
3. Reconstrucción histórica de la experiencia a sistematizar	21
3.1 Elementos del marketing social	23
3.2 Diseño de las estrategias y Marketing Mix	25
3.3 Diseño de las estrategias para generar recursos	30
4. Análisis, interpretación crítica de la experiencia y evaluación de resultados	39
4.1 Aspectos positivos y negativos	39
4.2 Aprendizajes generados	52
4.3 Autoevaluación	55
5. Referencias bibliográficas	57

ÍNDICE DE FIGURAS:

Figura 1: Logo de la séptima edición del proyecto El Faro.

Figura 2: Descripción de talleres realizados

Figura 3: Estructura de Campaña de Donación de libros

Figura 4: Diseño de rifa

Figura 5: Emprendimientos y negocios locales involucrados en Rifa Solidaria

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Análisis externo e interno

Anexo 2: Logo y línea gráfica

Anexo 3: Cronograma de talleres

Anexo 4: Lista de asistencia

Anexo 5: Boletín para Radios

Anexo 6: Medios de comunicación

Anexo 7: Carta colaboración Club Rotario Cerro Azul

Anexo 8: Invitación al evento de Inauguración y Graduación de talleres El Faro

Anexo 9: Espacio de lectura análogo y digital

Anexo 10: Contrato por obra: Estructura de El Faro

Anexo 11: Recibo de pago

Anexo 12: Donación de libros - Entradas a eventos por un libro

Anexo 13: Redes sociales

Anexo 14: Registro de préstamo de libros

Anexo 15: Pasaportes

Anexo 16: Diplomas

Anexo 17: Matriz de marco lógico y Matriz operativa

Anexo 18: Árbol de problemas

Anexo 19: Tabla de Gastos

Anexo 20: Ubicación del Centro de Arte Integral Reina de Guayaquil

Anexo 21: Investigación - PLE

Anexo 22: INEC Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE 2011

1. Contexto del proyecto

1.1 Antecedentes

Según la Real Academia de la lengua española, leer significa “Pasar la vista por lo escrito o impreso comprendiendo la significación de los caracteres empleados” (RAE, 2019). La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico en su Programa PISA (2012) cuyo objetivo es evaluar la formación de los alumnos cuando llegan al final de la etapa de enseñanza obligatoria, describe el término leer como la capacidad de un individuo para entender, emplear y reflexionar sobre textos escritos para alcanzar sus objetivos, desarrollar su conocimiento y potenciar y participar en la sociedad (OCDE, 2012).

Por otro lado, Yepes Osorio (2001) define la animación a la lectura como una acción dirigida a crear un vínculo entre un material específico de lectura y un individuo o grupo, buscando crear el gusto por la lectura. Analizando esta definición, se debe crear una conexión personal del lector con el texto y que se produzca una interacción entre los dos. Al generar una satisfacción personal se crea la motivación a continuar haciéndolo. Por otro lado, en las actividades de animación a la lectura el protagonista debe ser siempre el acto de leer, convirtiendo todas las actividades en dinámicas contagiosas, animadas y que despiertan el interés y curiosidad (Osorio, 2001).

En la actualidad, existen distintos proyectos que proponen actividades y experiencias creativas y lúdicas en torno a la lectura. En lo que respecta al aula infantil se realizan programas que involucran la narración de cuentos, recitado poético, teatro infantil o visitas constantes a la biblioteca siendo ejemplos de actividades que contribuyen a animar a los

alumnos hacia la lectura (Ceballos, 2015). En 2016 se realizó una propuesta como trabajo de titulación por la Universidad Internacional de La Rioja de animación lectora en Educación Infantil llamada “La maleta viajera” cuyos objetivos describían aumentar la curiosidad e interés por la lectura a través de actividades lúdicas y conocer la existencia de diversos formatos y soporte de lectura como libros, periódicos, revistas, cómic, carteles y objetos cotidianos. Es interesante analizar cómo abordaron la lectura a través de esta atmósfera pretendiendo inducir la motivación e interés más allá del ámbito curricular y bajo un concepto de viaje y lectura (Cristóbal, 2016).

Otro proyecto desarrollado para la lectura incluyendo materiales digitales y didácticos en torno a ella es el proyecto realizado por García Berta y Daza Mónica “ Cuentos Digitales: Un proyecto para incentivar la lectura infantil” que tenía como objetivo estimular la creatividad y la imaginación a través del lenguaje multimedial promoviendo de esta forma hábitos de lectura en niños y jóvenes, acercándolos a ella con material en un formato atractivo, fortaleciendo la apropiación de una cultura digital en docentes y alumnos (Daza & García, 2011).

Adicional la UNESCO en el 2012 planteó la creación de una plataforma para motivar la lectura digital en latinoamérica cuyo objetivo principal era que esta plataforma permita que los lectores puedan comprar en línea obras que se producen en esta región desde publicaciones académicas hasta libros de ficción y entretenimiento (UNESCO, 2015).

La Universidad Casa Grande, de acuerdo a su metodología: “Aprender haciendo”, cuenta con el proceso de titulación PAP (Proyecto de Aplicación Profesional) cuyo objetivo es

generar un aprendizaje interdisciplinario con un eje social, mejorando una realidad existente dentro de un grupo de personas a través de lo aprendido en cada disciplina en el transcurso de los años universitarios de los integrantes del PAP. Los tres factores de esta modalidad son: trabajo interdisciplinario para la solución de problemas, mejorar la vida de las personas (eje social) y la innovación, toda propuesta debe plantear una solución diferente a lo ya aplicado.

Jaula Abierta es uno de los Proyectos de Aplicación Profesional, inicialmente llamado Guayaquil letrado, es un programa que nació con el propósito de favorecer a la comunidad con los beneficios de la lectura y escritura, desde un principio su objetivo ha sido intervenir en comunidades o grupos proponiendo mejoras en estas dos áreas. Los ejes de trabajo de Jaula Abierta se desarrollaron en su primera edición en el 2012, en dónde se ubicó la motivación hacia la lectura de manera horizontal y no vertical, trabajando con argumentos, formatos y lenguaje urbano popular a través del rap. La segunda edición utilizó la música y sus letras como recurso de motivación a la lectura, creando un disco con canciones originales inspiradas en obras literarias. En la tercera edición se prueba un nuevo enfoque, la lectura como medio y no como un fin. Trabajando con un colectivo de grafiteros, ubicando la lectura y la escritura como una herramienta para mejorar lo que les apasiona hacer. Al año siguiente se mantiene la consigna de la lecto escritura como un medio y se incorpora la variable de estos procesos como recuperación emocional, se trabaja con un grupo de niños de un albergue de Manabí, víctimas del terremoto de 2016 en Ecuador, generando la publicación de un libro y un manual de talleres para ser implementados con este propósito. En los años siguientes, se utilizará la lecto escritura de la misma manera, en sectores necesitados y también bajo el formato de talleres periódicos y un plan diseñado para cumplir un propósito

social, en el primer caso para combatir la droga H, en el segundo caso para promover la creatividad como forma de autoestima en entornos hostiles y en el tercera, esta edición.

En cuanto a datos específicos relacionados a la lectura en Ecuador, de acuerdo con las estadísticas proporcionadas por el INEC, el 52% de ecuatorianos leen un promedio de una a dos horas a la semana. Estas cifras mencionan también que el 57% considera a la lectura como una actividad aburrida y poco interesante, mientras que el 32% de la población no lee por falta de tiempo (INEC, 2012). Adicional, un estudio de la Cámara Ecuatoriana del Libro establece que el índice de lectura del ecuatoriano es de 0,5 libros por año (Agencia Pública de Noticias Ecuador y Suramérica, 2014).

A nivel de Latinoamérica se lo ha calificado a Ecuador como uno de los países que lee muy poco. La Agencia los Andes reafirma lo dicho, indicando en uno de sus artículos que: En 2012, el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC) equivale a medio libro por año, ubicándolo lejos de Chile y Argentina que registran un 5,4 y 4,6, respectivamente, de libros leídos al año por habitante (Agencia Pública de Noticias Ecuador y Suramérica, 2014). En comparación a otros países existe un bajo nivel de lectura y es de gran preocupación la inexistencia de planes de lectura a nivel nacional, ya que se afirma que en la educación son los profesores los que tiene pocas rutinas de lectura y limitadas técnicas de enseñanza, creando así un problema que complica y repercute en la fomentación de lectura en los niños y niñas y por consecuencia en su desarrollo.

En 2013 el INEC también realizó una encuesta sobre el uso del tiempo libre. Este manifiesta dos categorías: el tiempo de trabajo y el tiempo de actividades no productivas.

Dentro de esta última clasificación se encuentra el aprendizaje, el estudio, vida social y uso de medios de comunicación. Al finalizar, los resultados arrojaron que el 60% de la población dedica su tiempo a actividades “no productivas” (INEC, 2013).

Por otro lado, dentro del El Plan Nacional de Promoción del Libro y la lectura de José de La Cuadra, se indica que el 73.5% de los ecuatorianos lee, en contraposición con el 26,5% que no dedica tiempo para la lectura. De este último porcentaje, el 56.8% no lee por falta de interés, y el 31,7%, por falta de tiempo. El resto del porcentaje, de los no lectores, ubica entre las razones problemas de concentración y otros factores (PNPLL, José de la Cuadra, 2017).

Dentro de la educación, los docentes utilizan una enseñanza tradicional que a pesar de que ha resultado efectiva durante años, refleja desperfectos que llevan al alumno a la desmotivación, el desinterés y a tener conocimientos muy superficiales (Larrañaga,2012). Incluyendo a esto la llegada de la tecnología a las escuelas y la transformación digital que está sufriendo la sociedad. Esto se vuelve un factor determinante para que un joven, adulto, estudiante o profesional refleje los resultados descritos anteriormente.

Para los docentes se presenta un constante desafío al tener que innovar y reinventar sus métodos de enseñanza para que logren ser más efectivas en sus alumnos, existe un rechazo de parte de la comunidad académica a ocuparse de la enseñanza de la lectura y la escritura, bajo el supuesto de que estas habilidades han sido previamente adquiridas y trabajadas en el ciclo escolar y que son fácilmente transferibles a los estudiantes (Carlino, 2005). De acuerdo a esto, en la actualidad no se implementan nuevas estrategias de enseñanza, se utilizan metodologías tradicionales y adicional la inexistencia de programas de motivación a la

lectura causa que los estudiantes no logren tener un vocabulario fluido, no desarrollen el razonamiento, muchas veces no logren expresarse con facilidad y finalmente realicen una mecanización de la lectura. El estudio de Calero (2014), explica que leer sin comprender es una acción mecánica y no tiene ningún beneficio, por eso es necesario que al leer con velocidad el lector se concentre por completo en lo que realiza y así podrá tener un dominio (Calero, 2014).

Estudios recientes realizados por el Centro de Investigación en Lectura, Literatura y Sociedad de la Universidad de Liverpool en el Reino Unido indican que los niños cada vez leen menos y no aprecian el placer que se deriva de la lectura, lo cual empeora significativamente según llegan a la adolescencia (Universidad de Liverpool, 2015). Por otro lado, el INEC indica que los jóvenes entre 16 y 24 años leen por cumplir con las obligaciones académicas (33%). También menciona que leen por trabajos académicos y deberes. Pocos aceptan que leen por placer (INEC, 2013).

Esto se convierte en datos que representan a un país que no lee, que no presta atención a la lectura, y que muchas veces insiste en métodos ortodoxos de enseñanza de lectura y escritura y con una promoción nula e indiferente en torno a ella.

La conocida profesora Henríquez Ureña C. se refiere a la lectura de la siguiente forma: de todos los medios de adquirir cultura, la lectura es el principal, ya que nos pone en contacto con el arte literario, con muchas manifestaciones de las otras artes, con el ambiente y el pensamiento de todos los países, aunque no podemos viajar (Ureña Henríquez, 1975). Partiendo de esto, los jóvenes parecen no comprenderlo, las personas de 25 años en adelante

señalan que la lectura es una vía para acceder a un conocimiento, mientras que, en la población de 16 a 24 años, la razón está orientada a fines escolares. Esto define el enfoque instrumental de la lectura: se lee para acceder a una información, más la lectura como placer y disfrute todavía no se encuentra incorporada en los comportamientos de la población ecuatoriana (PNPLL, José de la Cuadra, 2017) .

En la actualidad existen un sin número de nuevas prioridades y actividades “no productivas” que se complementan con nuevos tipos de entretenimiento como el internet. Estas actividades generan una desvinculación y desinterés hacia la lectura muchas veces por su inmediatez y casi nulo esfuerzo de consumo. Es inevitable no aceptar el hecho de que el internet es un fenómeno que ha cambiado hábitos socio culturales a nivel global, el crecimiento progresivo de esta red da como resultado el consumo de información y el acceso a sus contenidos variados que muchas veces es indispensable para mantenerse informado de cualquier tema de forma rápida y concreta.

En los últimos años se ha desarrollado una sociedad de la información que navega entre dos mundos: la lectura impresa y lectura digital, ambas se conectan y logran ser aliadas en esta nueva sociedad. Se vive en una época de cambio en la que la lectura se nos plantea con un formato más interactivo, dinámico e inmediato, muy diferente a la que estaban acostumbrados nuestras generaciones anteriores.

En muchos de los proyectos de lectura pensados a desarrollarse en Ecuador se ha contemplado la necesidad de integrar contenido y formatos digitales. Cada día se incrementa

la cantidad de información digital a la que se tiene fácilmente acceso, con la tecnología cada vez se está expuesto a una mayor cantidad de estímulos y se torna mucho más difícil controlar qué contenido leen los niños y jóvenes y si eso que leen es constructivo para una formación académica y personal, es por esto que los proyectos se están inclinando a conducir de forma adecuada al menos un ámbito de ese acercamiento al mundo digital.

Los adolescentes son los que están más inmersos en esta nueva sociedad de la información y navegan en estos dos mundos a diario. “El 99% de los adolescentes de 15 años tiene acceso a Internet, según recogen los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística (INEC, 2013) . Indagando sobre la adolescencia, un grupo de autores define a esta etapa de desarrollo como un período del ser humano que abarca por lo general entre los 11 a 20 años, en el cual el sujeto alcanza la madurez biológica y sexual; y se busca alcanzar la madurez emocional y social (Papalia, Wendkos Olds , & Duskin Feldman , 2009).

En lo que respecta a los hábitos de lectura en los adolescentes, se encuentran casos en los cuales no tienen interés por la escritura y la lectura, al respecto (Pindado, 2004) indica que el desencuentro de los jóvenes frente a la lectura se debe al ocio electrónico, hasta el punto de que muchos de ellos viven en una “caverna tecnológica”. Según Elsa M. Ramirez Leyva en su libro “La lectura en el mundo de los jóvenes, ¿una actividad en riesgo?” pueden existir factores de riesgo para los lectores como la baja frecuencia de la práctica de la lectura por voluntad y gusto entre los jóvenes, sea por dificultades para leer, o bien por falta motivación hacia la lectura que puede derivarse del poco interés por explorar, expandir su conocimiento, más allá de las lecturas prescritas durante el proceso educativo (Ramirez Leyva, 2011).

Por otro lado, los niños desde pequeños obtienen experiencias relacionadas con la lectura de forma indirecta, leen cuentos, sus familiares les leen, utilizan juegos didácticos con canciones o dibujos. Estas primeras experiencias son las que marcan el camino de acercamiento en la lectura y que muchas veces influye en el aprendizaje. Al investigar para generar el árbol del problemas, se encontró que dentro de los contenidos del plan lector en su mayoría son utilizados con recursos que son más didácticos para los niños, de hecho ellos también tienen la ventaja de que sus libros suelen ser ilustrados, con letras grandes, lo que hace de la experiencia un momento mucho más ameno y divertidos, lo que logra motivarlos a continuar dentro de procesos lectores y a generar un hábito lector que dura corto tiempo y se pierde al llegar a la adolescencia.

Luego de analizar distintas causas y efectos en torno a la falta de lectura en Ecuador se encontró que una de las posibles causas más importantes que responden a estos datos críticos es la falta de motivación hacia la lectura. La motivación por leer es una variable fundamental en un contexto donde una gran parte de los conocimientos se encuentran desarrollados por la lectura en un ámbito estudiantil y de lectura personal.

Etimológicamente la palabra motivación se origina del latín *moveo*, *movere*, *movi*, *motum*, que significa en palabras cortas: lo que mueve o tiene la virtud para mover. En pocas palabras es la necesidad o el deseo que dirige y energiza la conducta hacia una meta (Arana, J., Meilán, J., Gordillo, F., & Carro, J., 2010).

Guthrie y Cox (1999) describen dos categorías relacionadas a los procesos motivacionales de la lectura: 1) Motivación extrínseca y 2) Motivación intrínseca. Definiendo la motivación

extrínseca o externa se refiere a los estímulos que recibe la persona y que lo persuade a ejecutar una actividad puntual y teniendo en cuenta los incentivos materiales que son fuentes de motivación externa. Por otro lado, la motivación intrínseca, el incentivo se encuentra en la satisfacción que experimenta la persona al realizar una actividad y nace de factores como intereses, curiosidad, es decir la tendencia a buscar y superar retos cuando se trata de intereses personales (Guthrie, & Cox, K., 1999). Analizando estos conceptos se define que se puede leer como actividad instrumental o con fines académicos y leer por placer.

Marchesi (2005) entiende la motivación a la lectura como el conjunto de actividades, juegos y estrategias educativas que facilitan, poco a poco, el contacto de los niños y jóvenes con los libros y que permiten a través del placer de la lectura, la creación, la formación y la consolidación de un hábito lector permanente y necesario para la formación integral de las personas (Marchesi, 2005).

En general, los autores mencionados afirman una relación entre la lectura y la motivación que existe detrás, se puede concluir, que lo primero no se forma si lo segundo no se ha “encendido” en el individuo, independientemente de la edad que éste tenga.

La motivación a la lectura es fundamental para el desarrollo de los futuros lectores, en muchas ocasiones se plantea el problema del mal desempeño escolar o falta de ganas, incluso se reflejan en datos del INEC o de estudios realizados en torno a este tema. El problema principal del proyecto y que muchas veces se da por sentado en la sociedad es la desmotivación que existe hacia la lectura en general, es inevitable analizar el porqué detrás de esta desmotivación. En muchas ocasiones los padres atribuyen la culpa a las escuelas o

colegios y desde los centros educativos indican que es culpa de los padres y su falta de interés en el tema, pero lo que realmente importa es buscar soluciones y no culpables. Algo muy importante es la importancia que la motivación tiene en la educación, todo lo que pasa dentro de los colegios, entre amigos y docentes, influye en la motivación y autoestima de los alumnos, en muchas ocasiones los niños y jóvenes sin saberlo se desmotivan por una falta de estímulos suficientes en el aula.

Para lograr en algún momento la generación de esta motivación a la lectura y el hábito lector se requiere que todos los ámbitos que rodean a los niños y jóvenes, ya sea social, escolar y familiar animen y guíen en el proceso, lo cuál se torna difícil de conseguir en la actualidad. La familia es uno de los principales agentes de cambio, se convierten en el primer contacto y estimulación o motivación a la lectura que tienen. El segundo contacto es la escuela y los maestros, los niños y jóvenes al pasar la mitad del día en estos espacios educativos pasan todo el tiempo con sus maestros y dentro de la institución lo que genera un compromiso para animarlos a la lectura y que esta sea complementaria a las acciones familiares, ellos son responsables también de crear una atmósfera en la que la motivación a la lectura esté presente a diario y no solo se practique en días específicos.

Integrando estos conceptos a la época de desarrollo o adolescencia en donde se experimentan cambios físicos, psicológicos y de carácter social, el adolescente enfrenta nuevas responsabilidades, saborea la libertad, empieza las relaciones sociales y también su educación cambia radicalmente, se vuelve más especializada y de acuerdo a sus gustos y necesidades, por otro lado, muchos tienen que trabajar y ayudar económicamente a su hogar. Todos estos factores influyen en el acto de motivación a la lectura que se ve afectado al

generarse nuevos hábitos y a descubrir entretenimiento fugaz y sin contenido relevante. Se integra también el consumo de medios digitales que inciden directamente a la distracción inmediata de la lectura, a pesar de que los adolescentes están expuestos a micro textos constantemente: “Saben leer, pero no entienden lo que leen” (Pijama Surf, 2019). Convirtiéndose en un contexto donde se determina que los dispositivos y medios digitales han afectado profundamente la lectura.

El fenómeno de la lectura ha cambiado en los últimos años, la lectura se debe contemplar en un contexto cultural, en donde los actores, los hábitos y los conductores de la lectura han cambiado. Hoy Jaula Abierta busca recorrer un espacio nuevo, conscientes del beneficio que se genera en las comunidades donde se implementa el proyecto, se quiere aprovechar esta oportunidad para generar, además, otro tipo de contenido que pudiera ser útil para los distintos actores que están preocupados por la lectura y escritura.

Es así como nació esta nueva edición de Jaula Abierta, llamada “El Faro” partiendo del problema de la desmotivación hacia la lectura que existe en la actualidad. Para describir el concepto se puede primero definir a un Faro como una torre alta ubicada en las costas, donde se disponen las rutas de navegación de barcos en donde existe un foco de luz muy potente cuya misión es la de guiar a los navegantes durante sus viajes. Profundizando aún más en el concepto, se puede analizar que los barcos que salen de la orilla tienen la capacidad de navegar con una amplia visión del panorama y en aguas calmadas, al llegar a altamar el camino se torna turbio e inestable y los barcos que antes veían todo con claridad necesitan de un faro para guiarse y encontrar un camino. Los barcos que zarpan representan a los niños quienes por su cualidad de infantes se encuentran más dispuestos hacia la lectura. Una vez

que llegan a altamar o a la adolescencia se produce un quiebre en esa motivación que los acompañaba desde pequeños cuyo resultado es que se alejen y pierdan el interés hacia la lectura.

El Faro se convirtió en la nueva edición de Jaula Abierta cuyo meta fue conseguir que en estos jóvenes resurja esa motivación perdida o disminuida hacia la lectura. Que logren experimentar el placer de leer a través de dos formatos distintos como lo son el libro impreso y digital, para conocer cuál alternativa resulta más efectiva para que puedan aprovechar de todos los beneficios que la lectura ofrece y especialmente que logren percibir la lectura como una herramienta de crecimiento personal.

El proyecto tuvo como objetivo principal el aumento de esta motivación a la lectura en adolescentes entre 11 a 15 años participantes del Centro de Arte Integral Reina de Guayaquil ubicado en Bastión Popular, los adolescentes se convirtieron en nuestros beneficiarios y protagonistas del proyecto. Se logró el objetivo a través de talleres interactivos y dinámicos de animación a la lectura. Los talleres fueron desarrollados atendiendo los nuevos consumos y hábitos digitales, teniendo así un objetivo específico de identificar a través de dos formatos distintos: el libro impreso y el libro digital, qué alternativa resulta más efectiva para motivar a la lectura. Se establecieron dos grupos que trabajaron bajo los mismos contenidos y estrategias, sin embargo, uno lo realizó a través de medios análogos y el otro con recursos digitales, lo que nos permitió establecer comparaciones entre los resultados de uno y otro camino con respecto a la motivación.

Finalmente, y como reflexión de la investigación previa realizada, se puede concluir que la lectura en un niño es capaz de enriquecer su imaginación, de mejorar su lenguaje, de permitir el acceso al conocimiento, de desarrollar nuevas habilidades que le permitan leer y viajar con su mente. Detrás de todos estos resultados se encuentra la motivación a la lectura que involucra a los actores principales como lo son: los padres y las instituciones educativas. Los resultados que arrojan todos los estudios son críticos y es responsabilidad de los actores formar desde el primer contacto un hábito lector, incluyendo recursos digitales y análogos, enseñando a utilizarlos de forma enriquecedora para crear futuros lectores en el país.

Objetivo general del proyecto:

- Aumentar la motivación hacia la lectura en adolescentes entre 11 a 15 años, participantes del Centro de Arte Integral Reina de Guayaquil

Objetivo específico del proyecto:

- Identificar a través de dos formatos distintos: el libro impreso y digital, que alternativa resulta más efectiva para motivar a la lectura en adolescentes de 11 a 15 años.

2. Descripción del objeto a sistematizar.

Sistematización de la experiencia desde el punto de vista del Marketing Social con el fin de generar acciones estratégicas dirigidas a la consecución de recursos para la implementación de la séptima edición del proyecto Jaula Abierta: "El Faro".

Todo proyecto requiere para su realización una serie de recursos: bienes, medios, servicios, materiales etc. En este documento se detallan una serie de acciones estratégicas planificadas e implementadas con el fin de generar recursos necesarios para lograr los objetivos propuestos.

Al tratarse de un documento donde se concretan objetivos, acciones, recursos, se convierte en el principal instrumento para conseguir la colaboración de otras personas naturales, asociaciones, instituciones, o marcas. En este contexto entra el marketing social, que utiliza conocimientos y técnicas del mercado para crear acciones que ayuden a promover el bienestar de alguna esfera de la sociedad. (Santos, 2018).

Se especificarán en detalle las acciones a realizar, así como la planificación de actividades variadas para alcanzar los objetivos definidos. Se realiza una enumeración lo más detallada posible de los recursos materiales utilizados en las tareas del proyecto. Para ello, se tendrá presente: las instalaciones necesarias, alimentos, soportes previstos de publicidad y la divulgación del proyecto, alianzas estratégicas, necesidades para diseñar cada actividad, material audiovisual, de transporte, recursos financieros, etc.

Los recursos financieros se refieren a los tipos de fondos disponibles que se cuentan para el proyecto, incluyendo dinero en efectivo invertido, dinero en efectivo generado por las acciones realizadas, y los fondos disponibles que se lograron a través de alianzas estratégicas.

2.1 Objetivos

2.1.1 Objetivo General:

- Definir acciones estratégicas a desarrollar con el fin de obtener los recursos necesarios para la séptima edición del proyecto Jaula Abierta: El Faro.

2.1.2 Objetivos Específicos:

- Describir al proyecto El Faro desde el punto de vista del marketing *social*.

- Detallar las acciones implementadas para la generación de recursos para el proyecto El Faro.
- Detallar alianzas estratégicas y descripción de contactos sólidos y duraderos con entes aliados para solicitar colaboración constante durante el proyecto.

3. Reconstrucción histórica de la experiencia a sistematizar

En Ecuador han existido varios proyectos donde se busca utilizar la lectura como un medio para un cambio. Sin embargo, este año Jaula Abierta toma una ruta diferente a las anteriores y toma la motivación a la lectura como medio central del proyecto. Para lograr los objetivos propuestos se deben realizar estrategias específicas tomando en cuenta el concepto del marketing social.

El concepto de Marketing Social nace en julio en el año 1971, acuñado por Kotler y Zaltman para ser utilizado en campañas de bien público y en la difusión de ideas que beneficiaban a la sociedad. Desde entonces, este concepto se utiliza para referirse a una gestión del cambio social que incluye el diseño, implementación, la puesta en práctica y el control de programas o proyectos orientados a aumentar la aceptación de una idea o práctica social en uno o más grupos de adoptantes objetivo (Kotler y Zaltman, 1971).

Dentro del proyecto El Faro se aplicaron técnicas del marketing social para analizar, planificar, ejecutar y evaluar acciones para generar recursos con el fin de que el proyecto logre desarrollarse con éxito. Este proyecto, al tener como su objetivo principal el aumentar la motivación en un grupo específico, implica un cambio de comportamiento como respuesta

a una acción. Esto nos lleva al argumento de Rangún y Karim (1991) en dónde afirmaban que el marketing social implica también el cambio de actitudes, creencias y comportamiento de los individuos o de las organizaciones en beneficio de la sociedad.

El proyecto se implementó con jóvenes de 11 a 15 años, habitantes del barrio urbano Bastión Popular. Un entorno en donde, según la investigación previa realizada, la lectura era catalogada como una actividad aburrida y considerada última en la lista de prioridades. (*Anexo 20*). En este entorno y en un contexto general, el consumo de tecnología ha conseguido que, desde estas edades tempranas se utilicen dispositivos digitales para el uso cotidiano. Estas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) se utilizan para estudiar, trabajar, como medio de entretenimiento, para estar informado y también para estar en contacto con personas cercanas, compartir experiencias, expresar ideas, e incluso, adquirir bienes o servicios (Sánchez, y otros, 2015). Es así como los avances tecnológicos de los últimos años han provocado una transformación en los hábitos lectores. De este modo, el fomento de la lectura y la promoción misma del libro se ha reinventado postulando nuevas modalidades. De ahí parte la decisión de realizar talleres de motivación a la lectura “El Faro” en dos formatos distintos: análogo y digital para lograr identificar cuál resulta más efectivo al momento de realizar animaciones a la lectura en adolescentes.

Al empezar el proyecto se utilizaron herramientas de análisis que fueron útiles para tener una “radiografía” previa de lo que sucede, para identificar posibles oportunidades, fortalezas, debilidades y amenazas en torno a “El Faro”. Luego de analizarlas, se logró obtener un diagnóstico preciso que permitió tomar decisiones acordes con los objetivos planteados y

emprender acciones en particular, en este caso en torno al proyecto y a la generación de recursos. *(Anexo 1)*

Luego de realizar el análisis externo e interno se utilizaron los conceptos del marketing social para la creación del proyecto El Faro como un producto y se pueden describir los elementos que lo componen:

3.1 Elementos del marketing social

Problema

Desmotivación hacia la lectura que existe en adolescentes de 11 a 15 años de la ciudad de Guayaquil, en específico del sector del barrio urbano Bastión Popular.

Causa social

Crear un proyecto que ayude a revivir la motivación perdida o disminuida hacia la lectura en un grupo específico de adolescentes habitantes del barrio urbano Bastión Popular.

Beneficiarios

Adolescentes de 11 a 15 años, habitantes de Bastión Popular.

Agente de cambio

Principales

- Universidad Casa Grande, ya que es quien ha generado este espacio para que los estudiantes puedan desarrollar proyectos de intervención en comunidades con un fin social.
- Centro de Arte Integral Reina de Guayaquil (CAIRG) y la Organización Reina de Guayaquil, el cual se convirtió en el espacio donde fueron dictados los talleres de motivación a la lectura.

- Club Rotario Cerro Azul de Guayaquil, quien aportó con un monto financiero para poder construir un espacio de lectura dentro del CAIRG.

Secundarios

Los agentes secundarios son aquellos que apoyan a la causa, como centros de acopio para donaciones de libros y marcas que se involucraron en el proceso para donarnos alimentación para los talleres y también productos para organizar una rifa de financiamiento, los cuales se detallarán en el documento.

Aval

El proyecto cuenta con el aval de la Universidad Casa Grande y su departamento de Proyectos de aplicación profesional. (PAP)

Segmentación

Geográfica

Zona ubicada en Av. Isidro Ayora/Gómez Lince, junto a la séptima etapa de Mucho Lote. Dentro del Centro de Arte Integral Reina de Guayaquil.

Demográficas

Adolescentes de 11-15 años NSE C- que esté cursando la secundaria. (*Anexo 21*)

Habitantes de Bastión Popular y comunidades cercanas de Guayaquil Ecuador.

Beneficios buscados:

El beneficio que se busca es motivar a los adolescentes a la lectura por medio de talleres interactivos y lúdicos.

Beneficiarios:

Los principales beneficiarios de este proyecto son el grupo de adolescentes de Bastión Popular, integrantes de El Faro. Por medio de los talleres de motivación a la lectura se buscó

resurgir esa motivación perdida o disminuida hacia la lectura. Los segundos beneficiarios son los familiares de los adolescentes del taller, ellos son los que evidencian el cambio que los integrantes de El Faro han vivido y cómo se han ido desarrollando. Ellos, como padres, siempre están en busca de lo mejor para sus hijos y tenían muchas expectativas acerca de este proyecto, comentaron que querían que este espacio pueda generar un impacto positivo en cada uno de ellos.

En el área de marketing existe el marketing comercial que se encarga de vender productos y servicios y su objetivo principal es el lucro. Por otro lado, se encuentra el marketing social, el cual promueve el cambio de comportamiento de un individuo y su objetivo principal es el bienestar individual y social. En ambos existe el marketing mix, compuesto por 4Ps, las cuales son producto, precio, plaza y promoción. Sin embargo, en el marketing social se suman 3Ps más, las cuales son personas, procesos y evidencia física.

En cuanto a la P de producto se define como el bien tangible que resuelve la necesidad encontrada. Plaza representa el lugar en donde se recibe el producto o en donde es consumido. Promoción es la estrategia para visibilizar el proyecto a través de medios de interés para el grupo objetivo y mediante acciones estratégicas para lograr objetivos puntuales. La quinta P representa a Personas y son todos los involucrados y que son parte del producto social. Procesos son los pasos que el proyecto va a seguir durante todas sus etapas y por último, evidencia física son los elementos que tangibilizan al proyecto.

3.2 Diseño de las estrategias y Marketing Mix

Producto



Figura 1: Logo de la séptima edición del proyecto El Faro. (Anexo 2)

Así nace el proyecto El Faro cuyo fin es lograr motivar a la lectura a un grupo de veintidós jóvenes de la comunidad de Bastión Popular por medio de talleres lúdicos y dinámicos dictados en dos formatos distintos: análogo y digital. Se realizaron diez talleres en doce sábados de 10h00 a 12h30 en el Centro de Arte Integral Reina de Guayaquil dónde se implementaron estrategias de animación a la lectura en conjunto con evaluaciones para definir qué formato resulta más efectivo.

Previo al inicio de los talleres, se desarrolló una extensa investigación bibliográfica con la intención de encontrar una referencia o guía de proyectos similares que puedan dar luces al momento de organizar las intervenciones, además de dar un sustento teórico a las actividades. Es así como se utilizó el libro de Monserrat Sarto: Animación a la lectura con nuevas estrategias. Este libro sirvió de base para los talleres de motivación a la lectura, los cuales fueron adaptados según las consideraciones que el grupo interdisciplinario Jaula Abierta, decidió para lograr los mejores resultados. Se realizaron 12 sesiones de trabajo los sábados de 10h00 a 12h30 que contemplaron 10 talleres basados en estrategias de lectura tomando referencias de este libro.

Fecha	Talleres
06 de Julio	Taller 0 Evaluación de motivación - Diagnóstico
13 de Julio	Taller 1 El final de la lectura - Animación a la lectura
20 de Julio	Taller 2 Guión de teatro - Animación a la lectura
03 de Agosto	Taller 3 Lectura y actividades en espacios abiertos (Ágora del SUMAR).
17 de Agosto	Taller 4 Visita a la Biblioteca de la Universidad de las Artes.
24 de Agosto	Taller 5 Animación a la lectura con Verónica Coello con Leyendas de Edgar Allan García
31 de Agosto	Taller 6 Animación a la lectura: Leyendas por Edgar Allan García
07 de Septiembre	Taller 7 Animación a la lectura
14 de Septiembre	Taller 8 Animación a la lectura: Leyendas por Edgar Allan García + Capacitación a padres con Evelyn Pacheco
21 de Septiembre	Taller 9 Lectura de fragmentos del Principito + Animación a la lectura Leyendas por Edgar Allan García + evaluación final + Preparación Feria del Libro
28 de Septiembre	FERIA DEL LIBRO
14 de Octubre	CLAUSURA Inauguración de Biblioteca y evento de clausura.

Figura 2: Descripción de talleres realizados

Precio

Por otro lado, el precio dentro del proyecto se define como el tiempo que los adolescentes y familiares invirtieron para que puedan asistir en los talleres. En caso de los adolescentes que viven fuera de la comunidad, se considera también como precio lo que ellos gastaron para transportarse. De igual manera se cataloga como precio al tiempo de implementación y el dinero invertido por parte del grupo de estudiantes que realizan el proyecto, desde planificar los talleres e implementarlos cada fin de semana, hasta el tiempo de recursos de

diseño, diagramación edición, correcciones.

Plaza

El proyecto se realizó dentro del Centro de Arte Integral Reina de Guayaquil ubicado en bastión Popular. Zona ubicada en Av. Isidro Ayora/Gómez Lince, junto a la séptima etapa de Mucho Lote.

Promoción

Para la promoción del proyecto primero fue directamente a Bastión Popular y a El Faro como producto. En un principio la campaña se promocionó dentro de la comunidad por medio del boca en boca y con la ayuda de las autoridades responsables del Centro de Arte Integral Reina de Guayaquil, con la intención de atraer a las madres, padres y a los hijos para que sean parte del proyecto. Dentro del centro, nuestra integrante Sofía Baquerizo, actual directora , tuvo el rol de vocera dentro de la comunidad, ella realizó todo el contacto entre la comunidad y El Faro. A la par se realizó la estrategia de promoción del proyecto como tal, que tenía como meta dar a conocer el proyecto y conseguir el apoyo necesario para llevar el proyecto adelante. Esta estrategia inició con la creación de la cuenta de Instagram (@ElFaro2019) y su contenido, el cual buscaba mostrar la experiencia que se vivía dentro de los talleres y convocar a los seguidores a que den su apoyo en eventos puntuales, también fue el medio para conseguir muchos de los recursos obtenidos a través de marcas.

Proceso

El proyecto se logró con un plan de trabajo de cinco meses que se dividió en tres etapas:

1) Planificación y evaluación: Se realizó una planificación de talleres con fechas, responsables de cada actividad, recursos necesarios y objetivos. De esta forma es mucho más claro otorgar prioridades y tomar decisiones, para el proyecto la planificación proporcionó

una herramienta de ayuda para comunicar las intenciones del proyecto a otras personas y también sirvió como una guía coherente para la aplicación diaria de actividades. Por otro lado se realizó una evaluación y análisis previo del contexto, problema y antecedentes para lograr el correcto desarrollo del proyecto.

2) Generación de recursos: Para que nuestro plan de proyecto sea integral y eficaz, se tomó en cuenta todos los recursos necesarios para el desarrollo de las distintas actividades planificadas. Se realizaron estrategias puntuales para obtener materiales, alimentación, dinero en efectivo, alianzas y la difusión del proyecto. Finalmente, estos recursos son todos aquellos que influyen en la capacidad de Jaula Abierta 2019 para realizar y materializar las tareas que sustentan el objetivo principal.

3) Evaluación de resultados: Para obtener resultados finales se planificó realizar evaluaciones al inicio, durante y al final del proyecto, de esta manera se logró una comparación de los 22 integrantes de los talleres antes y después de participar de los talleres.

Personas

Voluntarios

Se obtuvo la colaboración de voluntarios dentro del proyecto, específicamente en los talleres que se necesitaba más apoyo como en la Feria del Libro, visita a la biblioteca, en el primer taller dónde se realizaron las evaluaciones, inauguración y graduación. Los voluntarios colaboraron para el montaje de los eventos, coordinación dentro de los talleres y para realizar registros fotográficos y multimedia.

Guías

Los guías del proyecto son personas fundamentales, ya que tuvieron la experiencia y capacidad para poder guiar un proyecto de este tipo.

Evidencia Física

Dentro de la evidencia física se tiene el logo diseñado para el proyecto y que está presente en las redes sociales, en los eventos como la Feria del Libro, la visita a la Biblioteca de la Universidad de las Artes y en todos los elementos de branding que se utilizan durante el proyecto. Adicional, se puede referir a evidencia física a todos los materiales utilizados para el desarrollo de los talleres de motivación a la lectura. Se considera también las camisetas para los integrantes, roll ups y material visual utilizado.

3.3 Diseño de las estrategias para generar recursos

Una vez que se logró definir a proyecto como un producto, pudo ser utilizado para generar recursos, es importante tener en cuenta que recursos son aquellos referidos a la investigación, desarrollo de procesos, creación de productos, procesos de producción, materiales, fuentes de financiamiento, etc. Se visualizó como recursos todo lo que se necesitó para hacer que el engranaje del proyecto El Faro se mueva, en función del objetivo a alcanzar.

Saber gestionar los recursos de un proyecto es tan importante como contar con una buena planificación y una buena ejecución. Sin importar su naturaleza, dichos recursos deben ser seleccionados y planificados de la manera correcta.

Según Marc Bara, Consultor en Project Management y docente de la OBS Business School en Barcelona, los recursos en un proyecto se los puede clasificar en cinco categorías: recursos físicos, recursos humanos, Know How o propiedad intelectual, ecosistema de recursos y recursos financieros. (Bara, 2014)

1. **Los recursos físicos:** Dentro del proyecto se refieren a todos los bienes materiales que son tangibles. Algunos recursos reflejan grandes inversiones y otros, como materiales desechables, que pueden requerir poca inversión y pueden ser cambiados con frecuencia.

Centro de Arte integral Reina de Guayaquil

Se logró conseguir un espacio físico en dónde trabajar gracias a la Organización Reina de Guayaquil, quien aportó abriendo las puertas del Centro de Arte Reina de Guayaquil durante doce sábados para poder cumplir con el cronograma de trabajo de El Faro 2019.

Espacio de lectura

Se propuso la construcción de un espacio de lectura análogo y digital dentro del Centro de Arte Integral Reina de Guayaquil, para este espacio se tuvo la oportunidad de obtener la donación de 2 tablets por parte de la Dirección de Acción Social y Educación (DASE), las cuales serán utilizadas exclusivamente dentro del espacio de lectura y para fines de lectura.

Se logró un acuerdo con la empresa SOLID.EC para la construcción de la estructura donde se van a colocar los libros. Se firmó un contrato por la obra y se acordaron fechas de entrega. El costo inicial de la estructura superaba el presupuesto asignado para esta acción, la negociación se realizó para pagar la mitad del valor cotizado y a cambio se daba exposición en el evento de inauguración y en la placa de agradecimiento. (*Anexo 9,10,11*)

El espacio de lectura necesitaba elementos para dar comodidad a los jóvenes a la hora de leer. Se compraron 4 Puffs con descuento y se logró conseguir la donación de una alfombra para colocar en el espacio.

Donación de libros

Se realizó una estrategia para la obtención de libros de ficción para el espacio de lectura que se implementará en el Centro de Arte Integral Reina de Guayaquil.

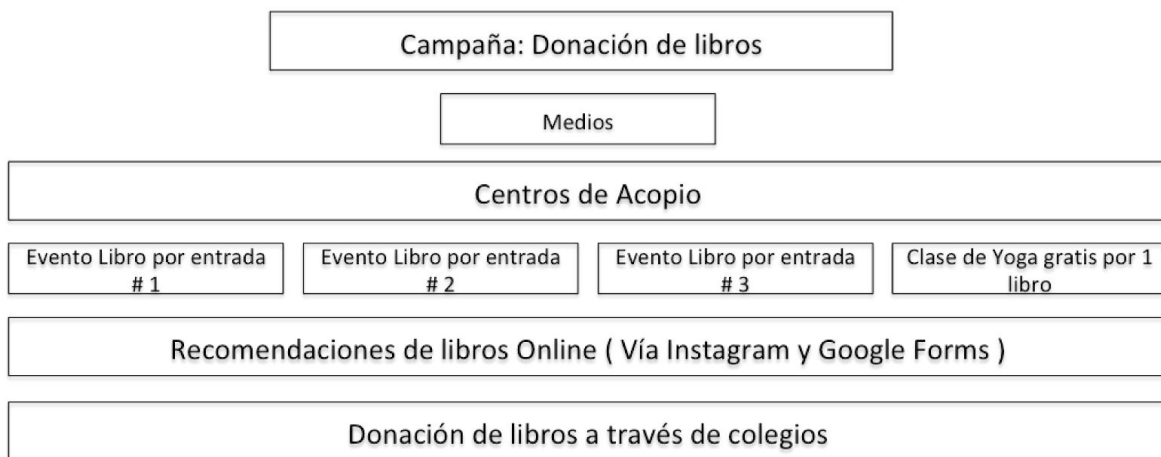


Figura 3: Estructura de Campaña de Donación de libros

La estrategia se basó en utilizar medios impresos, digitales y tradicionales para amplificar el mensaje y lograr que las personas donen libros en los centros de acopio, estos medios específicamente son medios impresos como El Universo, Expreso, Diario Súper, Diario QUÉ y Revista Sambo, y sus versiones digitales (*Anexo 6*). Se obtuvo un acuerdo con 4 empresas en distintos puntos de la ciudad para que funcionen como centros de acopio: Workshop Coworking, Universidad Casa Grande: Facultad de Ecología Humana, Biscuits by Nané y Atman Yoga. Gracias al compromiso de los centros de acopio nos pudieron colaborar con actividades en torno a esta campaña. Workshop Coworking realizó 4 charlas en los cuales

para asistir debían entregar un libro a cambio y Atman Yoga sorteó una clase gratuita entre las personas que donaron libros. El detalle de los eventos es el siguiente:

- 02 de septiembre: Charla sobre Empresas Familiares
- 09 de septiembre: Charla Descubriendo el viaje del consumidor
- 16 de septiembre: Asesoría Integral
- 23 de septiembre: Charla “ Trabaja tus Ideas”

(Anexo 12)

Dentro de la estrategia digital, además de amplificar el mensaje a través de posteos, historias, mailing dentro de la Universidad Casa Grande, se buscó generar recomendaciones de libros digitales a través de un link en Google Form. Dentro del link solicitaban los datos del autor, nombre del libro y link en dónde se podía descargar el libro recomendado.

Adicional y como complemento se realizó la gestión con 2 colegios: Instituto Integral Sudamericano y Colegio Boston bajo la mecánica de donar un libro que el estudiante quisiera que alguien de su edad lea en Bastión Popular.

Refrigerios

Se gestionó a través de llamadas telefónicas y contactos vía redes sociales, la donación de refrigerios para los 12 sábados que se realizaron los talleres en Bastión popular. Entre las marcas que colaboraron están: Atún real donando 72 latas, Delilú donando 10 productos de 150gr, McDonald’s con 22 Cajitas Felices incluido libro en lugar de Juguete para los integrantes de El Faro y Jugos para obsequiar a los padres. *(Anexo 13)*

Visita a la Universidad de las Artes

Se realizó una coordinación previa a la visita de a la Biblioteca de la Universidad de las Artes, horario y cronograma minuto a minuto. Se logró conseguir un medio de transporte gratuito para el traslado desde el Centro de Arte hasta las instalaciones de la Universidad de las artes. Se obtuvo por financiamiento del proyecto recursos materiales tales cómo membretes, refrigerios y materiales en general. Adicional se obtuvo colaboración de un estudiante de la Universidad Casa Grande que aportó documentando toda la visita.

Feria del Libro

Para la visita a la Feria del Libro se obtuvo de forma gratuita un disfraz de marinero para que represente a los navegantes de nuestro proyecto en la animación a la lectura dictada por los integrantes del proyecto en la Tarima Infantil.

Se logró conseguir un bus de la empresa Conduce Ecuador ITB para transportar a padres e hijos a la Feria del Libro.

Entradas gratuitas para todos los participantes, 22 adolescentes y sus representantes.

Varios:

Impresión de pasaportes y material en general para cada taller semanal. (*Anexo 15*)

2. **Los recursos humanos:** Los que componen la fuerza de trabajo, en este caso son los integrantes y gestores del proyecto de Jaula Abierta: El Faro. Los integrantes aportan con sus habilidades y conocimiento en cada rol que desempeñan dentro del proyecto para planificarlo y llevarlo a cabo. Un recurso humano importante fue la persona responsable de abrir, cerrar y limpiar el Centro cada semana. Se obtuvo también

colaboración de un estudiante de la Universidad Casa Grande quién nos ayudó a documentar el proyecto en distintas instancias.

3. **Know How o propiedad intelectual:** Marc Bara define esta categoría para los recursos basados en el conocimiento de la función de operaciones e incluye también todos los diseños patentados y propietarios, secretos comerciales, software, sistemas de organización, procesos, técnicas e información (Bara, 2014). Para este proyecto en específico se decidió tomar esta categoría para definir y describir a todos los contactos generados que aportan con el conocimiento y experiencia al proyecto, por ejemplo: profesionales, guías, asesores.

Los talleres realizados a lo largo del proyecto tuvieron apoyo de profesionales que lograron que las actividades sean dinámicas y que los integrantes logren un aprendizaje mucho más amplio. Por ejemplo, se tuvo la oportunidad de contar con la participación de la escritora Verónica Coello, quién realizó una animación a la lectura con una leyenda de Edgar Allan García. Por otro lado, se logró una capacitación con Evelyn Pacheco, directora y dueña de la librería virtual El Escribiente, quién con su experiencia pudo responder dudas e informar sobre los beneficios de la lectura a los padres de los integrantes de El Faro. Por último se tuvo la intervención de Ana María González, coordinadora de la Biblioteca Universidad de las Artes quién fue la guía de este paseo dentro de las instalaciones, utilizó historias y experiencias para poder llegar a los jóvenes de tal manera en que ellos sientan una conexión con el lugar. Adicional se tuvo el soporte de nuestro guía y asesora: Verónica Coello y Enrique Rojas.

4. **El ecosistema de recursos:** Con este punto se refiere a todas las relaciones con los proveedores, marcas y socios, que constituyen colectivamente el ecosistema de

negocios del proyecto. En la mayoría de los casos siempre las alianzas fuertes entre colaboradores, marcas o proveedores, son un activo muy importante para el éxito de un proyecto, y por tanto son un “recurso” disponible (Bara,2014).

Logo

Se logró un acuerdo económico con una diseñadora local quién realizó el logo del proyecto y el manual de trabajo con aplicaciones. (*Anexo 2*)

Alianza estratégica

Se realizó una alianza con El Club Rotario Cerro Azul de Guayaquil y luego de una reunión en donde se comentó con detalle el proyecto y los objetivos, se logró generar esta alianza para financiar la construcción de un espacio de lectura en el Centro de Arte Integral Reina de Guayaquil. El aporte económico fue de \$500 USD los cuales fueron transferidos a la cuenta bancaria de un integrante del grupo. A cambio de esta donación, el Club Rotario obtuvo un espacio en una placa de agradecimiento que estará colocada en el espacio de lectura. (*Anexo 7*)

Por otro lado la alianza más fuerte que representa al proyecto es con el Centro de Arte Integral Reina de Guayaquil quién abrió las puertas de su institución para realizar los talleres semanales durante 4 meses y la Dirección de Acción Social y Educación del Municipio de Guayaquil quién aportó con donaciones de tablets para uso dentro del espacio de lectura.

Rifas

Al observar el hallazgo de que los jóvenes nunca habían asistido a una biblioteca y veían muy distante la idea de tener acceso a una, se empezó el proceso para recaudar fondos para construir el espacio de lectura antes mencionado. Se consiguieron 30 marcas a través de redes sociales y por gestión de los integrantes del grupo, las cuales donaron cada una un producto

específico para todo el kit del premio de la rifa. Se imprimieron 500 rifas que fueron vendidas en su totalidad a un valor de \$3 USD cada una.



Figura 4: Diseño de rifa

Marcas		
1. Moonstone	11. La Pizzería Il Buco	21. Ella by Rafaella
2. Bamboo Smile	12. Dulce Bela	22. Baking Ideas
3. Soulboards	13. Volátil	23. Pasol
4. Atman	14. One Functional Training	24. Delilú
5. Seaside	15. Nano Decoration	25. Zambai Shack
6. Ropa Gallardo	16. Miyako Sushi	26. Simplicity Work EC
7. Chihuahuas Mexican Food	17. Anis brownies	27. Kandu
8. Frankies Snacks Deshidratados	18. Lemonade Gallery	28. Cultura Açai
9. Alelí	19. Pimiento Clothing	29. Apnea
10. Monva	20. Fulgore	30. Vyzer

Figura 5: Emprendimientos y negocios locales involucrados en Rifa Solidaria

Materiales

-Se recibió un descuento por parte de LITOCOPIAS, imprenta que realizó el trabajo de impresión de rifas con troquelado y numeradas.

- Se obtuvo material gratuito por parte de la empresa DUOPRINT para el proyecto, nos donaron: un roll up, un photobooth e impresiones de habladores en L tamaño A4 para los centros de acopio para la estrategia de donación de libros. Adicional nos donaron un backing de 120x100 cm para la graduación de los integrantes del grupo El Faro.
- Descuento del 25% en la compra de libros de “El Principito” en la librería española, estos libros tienen el fin de ser un obsequio para los adolescentes al final de los talleres.
- A través de la gestión de Verónica Coello, guía del proyecto, se logró conseguir 22 libros de Leyendas del Ecuador escrito por Edgar Allan García, los cuales fueron utilizados durante todos los talleres para realizar las animaciones a la lectura.

5. **Los recursos financieros** se definen como los tipos de fondos disponibles, incluyendo dinero en efectivo invertido por los estudiantes y dinero en efectivo generado por las acciones o alianzas. (Bara, 2014)

A través de la venta de productos se logró recaudar cerca de \$300 para materiales y alimentos que se utilizaron en los talleres de motivación a la lectura. Se vendieron 300 galletas de chocolate blanco y negro, 150 fundas de canguil, 40 pedazos de pizza y 25 empanadas. La gestión fue realizada a través de la aprobación de la Universidad Casa Grande para utilizar sus instalaciones para realizar la venta. Por otro lado, semanalmente se vendieron 60 galletas divididas para los 6 integrantes del grupo, estas fueron vendidas a los alrededores y en lugares de trabajo actuales.

De la venta de las rifas se recaudaron \$1500 USD que fueron destinados a la construcción del espacio de lectura y gastos generales del proyecto. Así mismo la donación de \$500 del

Club Rotario Cerro Azul de Guayaquil fue utilizado para el evento final de inauguración del espacio de lectura en Bastión Popular.

4. Análisis, interpretación crítica de la experiencia y evaluación de resultados

4.1 Aspectos positivos y negativos

Perspectiva del estudiante:

Jaula Abierta es un proyecto cuya delimitación de trabajo es extenso y tiene un sin número de problemáticas posibles a tratar. Cada año, los grupos tienen el desafío de lograr delimitar, definir objetivos y de encontrar un problema específico dentro del universo tan grande de la lectura. Esto como aspecto positivo permite la libertad a los estudiantes de poder escoger el tema que consideren importante para trabajar y encontrar una solución a través del proyecto. Por otro lado, esto causa que los tiempos de trabajo muchas veces se vean afectados en caso de que no se decida ágilmente la problemática y las especificaciones del trabajo que se va a realizar.

Este año como grupo El Faro 2019, se tornó complicado elegir un camino a tomar al inicio del proyecto, definir la problemática generó desacuerdos dentro del grupo interdisciplinario y la forma de tomar decisiones se veía afectada por las distintas perspectivas de cada integrante, durante este lapso se perdió mucho tiempo de trabajo y tiempo de contacto con la comunidad a trabajar. Adicional, dentro de estas decisiones para dar inicio al proyecto no se definió un producto como tal por lo que las estrategias fueron ajustándose en el camino y de acuerdo a las necesidades hasta que el proyecto fue tomando forma de un producto social. A partir de este punto de vista considerado negativo, se puede resaltar lo positivo de manera académica y

profesional, trabajar con un grupo interdisciplinario es lo más cercano al mundo real, estar en desacuerdo y prolongar decisiones por la falta de comunicación o de aprendizaje de cómo funciona el grupo son situaciones que pasan a diario en el mundo profesional, esta forma de trabajar realmente aporta a los estudiantes a entrenarse e identificar puntos de control y de mejora a presentarse en escenarios similares. Trabajar de manera interdisciplinaria permite generar un gran aprendizaje que viene de personas con distintas metodologías de trabajo y que permite que dentro del proyecto se genere un intercambio constante de información. Por otro lado, detallando como aspecto negativo o una oportunidad de mejora es la dificultad del grupo para adaptarse a las necesidades de una disciplina esencial para el proyecto.

Dependiendo de cada proyecto hay responsabilidades que exigen un mayor conocimiento en una disciplina, en el caso del proyecto El Faro existió la necesidad de tener un apoyo en el área de comunicación visual, diseño y multimedia. El producto y los recursos visuales son importantes en la implementación de la estrategia de *marketing* y se vio afectado ya que se necesitó apoyo externo para poder obtener mejores resultados, por ejemplo para generar un producto más atractivo y para la creación del logo y línea gráfica, todos los demás recursos fueron realizados de forma casera por los integrantes del grupo en programas y aplicaciones en línea.

Al trabajar con una comunidad y generar un contacto directo, en este caso durante 4 meses, con un grupo de personas en una zona vulnerable, siempre será un aspecto positivo. La acción de ayudar y encontrar una solución a un segmento necesitado, logra humanizar todo lo aprendido en la carrera universitaria, permite al estudiante a poner en práctica todas sus habilidades y conocimientos a favor de la comunidad en donde está realizando su proyecto.

Perspectiva de los beneficiarios y actores

Se detallarán los aspectos positivos y negativos revisados desde distintas perspectivas de los involucrados en el proyecto.

Padres y adolescentes

Se logró un resultado positivo con los padres de familia de los integrantes del grupo El Faro, al cierre de la inauguración de la Biblioteca en el CAIRG, Flor Quinabanda, mamá de Daniela Lluga, ofreció sus palabras en agradecimiento por involucrarlos en el proyecto y afirmó que en cada uno de los integrantes de El Faro queda una “semillita” de lectura que podrá ser utilizada en el futuro. También comentó el hecho de que es un esfuerzo asistir cada sábado por las múltiples responsabilidades que conllevan a diario pero que ella consideraba que era un aporte para su hija y por esto hacía el esfuerzo. Por otro lado, cómo retroalimentación se sugirió que la puntualidad de la hora de inicio de los talleres sea constante, debido a que este punto es un lugar lejano muchos no llegaban a tiempo y se tuvo que ajustar la hora de ingreso al taller.

Por parte de los adolescentes del taller, el grupo interdisciplinario tuvo la oportunidad de ser evaluado a través de “emojis” con expresiones tristes y felices que se colocaban anónimamente en un envase de vidrio. De los 8 talleres, los cuales fueron evaluados a través de emojis, 6 tuvieron respuesta positiva y 2 sirvieron de retroalimentación para ajustar la planificación. Adicional, de las 2 tareas enviadas a casa, una al inicio de los talleres y otra al final, la que fue enviada en las últimas fechas fue realizada por 12 de 22 niños VS. 4 niños de la primera tarea al inicio de los talleres. Con respecto a los aspectos negativos, se puede destacar que se tenían planificados al inicio del proyecto más paseos para relacionarlos a la lectura. Por ejemplo, un viaje al Pantanal de Guayaquil para escribir historias y leer sobre los

animales que residen en el lugar, por cuestión de tiempo y movilización no se pudo realizar pero se considera que hubiera tenido una mayor acogida y éxito. Adicional, se obtuvo una retroalimentación durante el proyecto que la compartieron los mismos adolescentes, los talleristas estaban tratando a grupo de forma muy infantil, lo que generaba un desinterés en ciertas actividades. Se tomó en cuenta estos comentarios y se reestructuró la planificación de actividades para que exista un tono menos infantil y más acorde a ellos.

Actores

Un aspecto importante negativo fue que en muchas ocasiones durante todo el proyecto se tuvo que dar una explicación sobre el fondo y la forma de lo que significaba El Faro y de quién realizaba la iniciativa. Agentes externos y personas naturales que colaboraban en el proyecto pensaban que era un proyecto independiente de Reina de Guayaquil o de la Dirección de Acción Social y Educación más no de un proyecto de titulación de la Universidad Casa Grande. Se procedió a dialogar con los involucrados para que no existan dudas acerca de este tema en particular.

Evaluación de resultados y matriz de marco lógico (Anexo 17)

Tomando de referencia la matriz de marco lógico y la matriz operativa se logra una comparación de lo que se esperaba lograr VS. lo que realmente se logró. Es esencial tomar en cuenta los resultados del proyecto para de esta forma realizar un análisis integral de los elementos positivos y negativos del proyecto y del proceso que se está sistematizando.

Al inicio del proyecto se realizó una escala de motivación lectora escrita por Gambrell, Palmer, Codling y Mazzoni, esta escala está fundamentada en las teorías motivacionales de Eccles (1983), quien establece que “la motivación se ve fuertemente influenciada por las expectativas de éxito que la persona tiene frente a determinada tarea”. Esta escala fue un elemento fundamental para la evaluación y construcción de los 10 talleres de El Faro. Al realizar esta evaluación previa a los talleres se obtuvo un resultado que ayudó a definir el horizonte del proyecto, de los 22 jóvenes evaluados, 18 presentaron desmotivación y 4 lograban estar dentro del rango de motivación según la escala. Fue un reto tener este resultado inicial ya que se debió realizar una planificación exhaustiva para lograr motivar a la cantidad de niños especificada, como práctica positiva se destaca la investigación bibliográfica realizada para poder encontrar un método de evaluación que nos permita medir y que nos ayude al mismo tiempo a planificar de manera exitosa los talleres de motivación a la lectura.

Como resultado final y aspecto positivo del proyecto, una vez realizada la segunda evaluación de la escala en el último taller realizado, los resultados fueron gratificantes, se logró impactar de manera positiva en la motivación del 65% del grupo de jóvenes participantes de los talleres, que equivale a 12 de los 18 adolescentes que en la primera evaluación tuvieron una calificación por debajo de lo esperado. Adicional a este resultado se suma el acta de asistencias a los talleres, en el cual demuestra que 18 estudiantes asistieron de forma permanente y constante a los talleres dictados. De forma autocrítica se considera que los esfuerzos y las actividades que se planificaron pudieron ser más efectivas para poder llegar a 100% de los integrantes de los talleres El Faro. Existieron oportunidades de mejora en la implementación de cada uno de los talleres que pudieron ser fundamentales para lograr

un mejor desarrollo del proyecto. El grupo al enfocarse en obtener los resultados esperados es posible haber dejado una brecha con estos jóvenes que no se logró identificar a tiempo para que su motivación hacia la lectura incrementa, a pesar de que en la evaluación de la escala no lograron obtener un porcentaje para que sean incluidos dentro de los resultados de los jóvenes motivados, varias preguntas que habían sido respondidas de forma negativa al inicio mejoraron.

Otro indicador que demuestra que los jóvenes se muestran más motivados es el préstamo de libros análogos y digitales que se generaron dentro de un periodo de tiempo de 2 semanas y media de inauguración del espacio de lectura dentro del Centro de Arte Integral Reina de Guayaquil. Se cuenta con un registro manual de niños y adolescentes que ingresan a utilizar libros de la instalación. En la base de registrados, 14 jóvenes integrantes del grupo El Faro, constan dentro del registro manual de préstamo de libros físicos. Por otro lado, constan 7 jóvenes que se han registrado para utilizar las tablets implementadas en la biblioteca con fines de lectura. Como oportunidad de mejora, se pudo haber realizado una campaña en los alrededores para dar a conocer el nuevo espacio de lectura, con el fin de que no solo los integrantes del taller y unos cuantos jóvenes estén utilizando la biblioteca si no que más niños y jóvenes puedan tener conocimiento de este recurso que les permitirá leer libros análogos y digitales. Adicional,

Por otro lado, se obtuvieron resultados de acuerdo a la matriz de marco lógico realizada al inicio del proyecto. Se esperaba lograr la participación continua de los padres de familia para trabajar en conjunto para desarrollar actividades específicas y conseguir que se involucren en el proceso lector de sus hijos. Se obtuvo una respuesta positiva, participaron alrededor de 16

padres en actividades como la visita de la biblioteca Universidad de las Artes, Feria del Libro y la capacitación de beneficios de la lectura junto a Evelyn Pacheco, Directora de el Club de lectura El Escribiente. La actividad que mayor acogida tuvo fue la separación de libros para colocarlos en los estantes de la biblioteca, entre padres e hijos se ayudaron para escoger los libros en buen estado, limpiarlos y separarlos por categorías. A pesar de que se logró el objetivo de involucrar a los padres durante el periodo de tiempo de duración de los talleres, hubiera sido posible generar un acercamiento a la lectura de ellos personalmente, no solo dirigido a inculcar a sus hijos sino a fomentar la lectura para ellos mismos de adultos, de esta forma se podría garantizar de cierta manera que ellos continuarían con la misma emoción y empeño que desarrollaron con sus hijos en las actividades de los talleres.

Aspectos positivos y negativos - Sistematización individual

En cuanto a la evaluación de aspectos positivos y negativos de la generación de recursos, existen muchas oportunidades de mejora en los procesos desarrollados para lograr estos objetivos. Cada una de las acciones realizadas se planificaron con anterioridad y conforme iban surgiendo nuevos caminos mientras se dictaban los talleres, aunque se obtuvieron los recursos necesarios para desarrollar el proyecto exitosamente, se pudo realizar una estrategia más fuerte en la que se pueda difundir de forma masiva la campaña que se estaba realizando y de esta forma conseguir muchos más recursos para generar contenido, entregar más beneficios a los integrantes de los talleres e incluso replicar el espacio de lectura en otras zonas de necesidad.

Se realizó un análisis de los aspectos positivos y negativos de acuerdo a la división de recursos detallada en el documento.

Los recursos físicos:

Centro de Arte Integral Reina de Guayaquil

Como aspecto positivo, gracias a la apertura que se obtuvo con la Organización Reina de Guayaquil de permitir trabajar al grupo interdisciplinario dentro de las instalaciones del Polifuncional ZUMAR, en dónde se encuentra el Centro de Arte Integral Reina de Guayaquil, se logró trabajar doce sábados continuos de forma segura dentro de un espacio donde el robo, la violencia y el uso de drogas es muy normal, convirtiéndose así en una periferia de la ciudad. Se contó con guardias de las instalaciones, parqueo, wifi para las actividades realizadas y un espacio cerrado para trabajar sin necesidad de estar bajo el fuerte sol de las mañanas. Por otro lado, existieron momentos en que el grupo interdisciplinario necesitó trabajar de forma continua dentro de las instalaciones, pero debido a los horarios de la institución se tuvo que llevar a cabo estas reuniones y planificaciones en otros puntos ajenos al CAIRG. Tomando en cuenta que afectó en poca medida la organización del grupo ya que todos contaban con responsabilidades entre semana que imposibilitaba las reuniones de planificación constantes.

Espacio de lectura y donación de libros

Como aspectos positivos, el espacio de lectura cuenta con más de 600 libros y dos tablets donde los niños y jóvenes pueden acceder a una infinidad de textos de su gusto personal. La estructura en forma de faro está pensada para que los libros juveniles estén en la parte superior y en la parte inferior los libros infantiles. Sin embargo, la estructura realizada tenía el objetivo de ser llamativa visualmente lo que generó que por el diseño no encajasen muchos más libros de los que se logró recaudar, se recaudaron más de 1700 libros físicos y más de 300 libros digitales. Se tomó la decisión de donar los libros sobrantes al proyecto de la

Universidad Casa Grande: “Cambalache” quienes este año colaboraron a la fundación “A Mano Manaba”, que se enfoca en el desarrollo de programas de educación para niños, jóvenes y maestros a través de la construcción de espacios culturales y de entretenimiento en el cantón Jama. A pesar de que fue una decisión acertada para beneficiar a otro proyecto que lo necesitaba, se podría dar uso de todos esos libros sobrantes si se hubiese tenido el espacio necesario.

Por otro lado, la construcción de la estructura de la biblioteca tomó mucho tiempo en realizarse estaba planificada para ser creada en la mitad del proyecto para que esta pueda ser una herramienta que alimente de resultados al proyecto desde que empezarán los talleres, sin embargo, por tiempos de entrega, diseño, coordinación con un proveedor que se ajuste al presupuesto y hasta conseguir el financiamiento se fue dilatando la fecha de creación y se decidió realizarla al finalizar el proyecto. Esto resultó ser un aspecto negativo, se tuvo que cambiar la planificación del proyecto y ajustar las fechas para lograr crearla a tiempo, además de que se perdió la oportunidad de obtener resultados de forma constante mientras se daban los talleres.

Dentro de la campaña de donación de libros se obtuvo gran acogida por parte de los medios, conocidos del entorno y personas naturales interesadas en donar libros. Se obtuvo la colaboración de la gran empresa Supercines para ser un centro de acopio, pero de esta acción en específico parte un aspecto negativo, la empresa aceptó ser parte de la iniciativa con la condición de no mencionar ni comunicar visualmente nada del proyecto El Faro, debido a que no se vinculan con instituciones académicas. Por su lado, querían comunicarlo a través de la Organización Reina de Guayaquil y de la Dirección de Acción Social y Educación. Al

realizarlo de esta manera se perdió la oportunidad de difundir el proyecto para que este llegue a muchas más personas. Sin embargo, se lo realizó para poder obtener la mayor cantidad de libros posibles para surtir el espacio de lectura que se encontraba en construcción.

Por otro lado, se tuvo pequeños inconvenientes con los centros de acopio por el hecho de que se llenaban de libros en poco tiempo y los integrantes del proyecto no podían ir a retirar los libros por obligaciones laborales en las fechas que los colaboradores necesitaban que sean retirados. Estos casos se fueron ajustando durante los casi dos meses de duración de la campaña y se llegó a un acuerdo de retiro de libros en fechas específicas.

Refrigerios

Se consiguieron refrigerios para todos los fines de semana que se realizaron los talleres, las marcas tuvieron apertura con el proyecto y aportaron de forma significativa. No obstante, como punto negativo, el grupo conforme iban pasando los talleres, tomó en cuenta que los jóvenes se mostraban muy interesados en lo que se entregaría de refrigerio. Se estaba enfocando mucho en entregar refrigerios para ellos, por este motivo se empezó a discutir la idea de brindar refrigerios más sencillos para no influir en la motivación del taller.

Visita a la Universidad de las Artes

La visita a la Universidad de las artes fue la actividad más positiva, emotiva y reconfortante del proyecto. A pesar de que fue planificada minuto a minuto, no se tuvo el tiempo necesario al final del paseo para poder realizar la actividad que la Biblioteca tenía planificada para el grupo, los jóvenes querían estar mucho más tiempo en las instalaciones e incluso regresar otro fin de semana. Por tiempos y cronograma del proyecto no se pudo

cumplir con otra visita a la Biblioteca, lo cual pudo haber desarrollado o influido en su evaluación en la escala de motivación a finalizar el proyecto.

Feria del Libro

Se realizó un sábado intensivo para practicar y realizar las actividades que se realizaron en la Feria del Libro de Guayaquil, a esta visita acudieron 17 jóvenes, 4 familiares pequeños de los integrantes del taller y 17 padres de familia. La logística fue un éxito, sin embargo, al ser una gran cantidad de personas fue complicado manejarlas dentro de un espacio tan grande como lo es el Centro de Convenciones, lo que causó en momentos desorden y desorganización cuando se realizó el paseo por cada stand de la Feria. A pesar de que todo estaba cronometrado y descrito en un minuto a minuto realizado previamente, todos estaban emocionados y querían ayudar en la tarima por lo que se pudo ver tumulto y desorden en un punto de la animación a la lectura. Para una próxima ocasión se debería practicar más veces la organización del grupo para evitar desorden.

Inauguración y graduación

Se logró la asistencia de cerca de más de 30 invitados, entre ellos el Director y Subdirectora de la DASE, Jorge Acaiturri y Amalia DelCioppo, también asistió la actual reina de Guayaquil: María de los Ángeles Suárez, la Estrella de Octubre: Paola Andrade y la Directora de la Organización, Tahiz Panus . Por parte de la Universidad Casa Grande se contó con la presencia de directores de PAP como Zailyn Brito, Adriana Loo y la Vicecanciller Leticia Orces. A pesar de realizar un seguimiento continuo a los invitados a la inauguración, faltaron personas importantes que hubieran sido de gran aporte al momento de realizar este evento final. Adicional, al realizar el evento en un día entre semana, hubieron tres

adolescentes integrantes de los talleres que no pudieron asistir, a pesar de que se realizó un permiso formal con las escuelas en dónde estudian para permitirles salir por las horas que duraba el evento. No se logró conseguir una persona de multimedia para registrar el evento, se realizaron videos y ediciones caseras para subir contenido relevante a redes sociales.

Un aspecto de alta importancia a destacar sobre el evento realizado fue el hecho de que, en muchas ocasiones durante todo el proyecto se tuvo que dar una larga explicación sobre el fondo y la forma de lo que significaba El Faro y de quién era la iniciativa, ya que muchas veces les tornaba confuso. Las principales confusiones que surgía entre la gente y los medios trataban en torno de quien estaba llevando a cabo el proyecto, ya que se pensaba que era un proyecto de Reina de Guayaquil o de la Dirección de Acción Social y Educación más no de un proyecto de titulación de la Universidad Casa Grande llamado Jaula Abierta edición El Faro. Para esto, se trabajó un guión el cual explicaba detalladamente cómo estos actores se involucraron en el proyecto El Faro y cómo se logró una sinergia entre ellos en cada una de las etapas del proyecto. Esta confusión a pesar de ser tediosa para los alumnos involucrados en El Faro, tuvo sus aspectos positivos, permitió que el proyecto sea más vendedor para los medios y temas de interés político. Se decidió entablar diálogo directamente con estos actores para que quede claro que El Faro era un proyecto de titularización independiente apoyado por las instituciones mencionadas anteriormente.

Los recursos humanos:

La fuerza de trabajo que son los integrantes y gestores del proyecto Jaula Abierta edición El Faro aportaron con conocimientos y habilidades aprendidas a los largo de su desarrollo profesional en la Universidad Casa Grande. A pesar de que cada uno aportó

significativamente al proyecto, es realmente necesario para futuros proyectos considerar siempre tener a una persona que tenga la disciplina de diseño y multimedia, este es un recurso primordial para poder socializar y lograr una correcta visualización del proyecto de tal forma que llame la atención del público. Por otro lado, se contaba con la idea inicial de tener voluntarios que colaboren a proyecto, esto no fue posible realizarlo por cuestión de tiempos y falta de apoyo por parte de la Universidad Casa Grande para asignarnos voluntarios de carreras de Diseño o multimedia, esto generó un rubro extra al presupuesto ya que se debió pagar por una persona externa que realice ciertos acabados y temas de comunicación visual.

Know How o propiedad intelectual

Un aspecto positivo fue la obtención de profesionales que colaboraron en promover la motivación a la lectura dentro de los talleres, se contó con 3 profesionales que ayudaron a dar charlas y dictar talleres distintos fines de semana. Se pudo haber realizado más capacitaciones con padres y otros profesionales del área si se hubiese empezado antes la planificación para conseguir este apoyo externo. Al inicio del proyecto como aspecto positivo se logró conseguir el aporte de profesionales que concedieron entrevistas a la investigación de previa del proyecto como: Tina Zerega (Vicerrectora de la Universidad Casa Grande), Romina Zevallos (Directora de ZUMAR), Adelaida Jaramillo (Directora de Palabra Lab), Sara Jiménez (Consultora de educación) y Sally Bray (Coordinadora del Media Center del colegio Menor).

El ecosistema de recursos:

Como aspecto positivo se obtuvo la colaboración de más de 30 marcas de emprendimientos y negocios locales que aportaron con productos para la rifa solidaria que

fue fuente principal de ingresos para la construcción del espacio de lectura, también se contó con el apoyo de empresas que donaron recursos materiales como roll ups, backing, etc. Como aspecto negativo se puede considerar el hecho de que se pudo socializar aún más el proyecto para lograr obtener muchos más recursos materiales y financieros para implementar en los talleres o en la construcción del espacio de lectura.

Los recursos financieros

Se puede mencionar como un aspecto negativo, la postergación de la inauguración y graduación de los talleres, que estaba planificada desde hace meses para que sea el lunes 14 de Octubre de 2019. Se canceló el evento por el paro liderado por el grupo indígena que finalizó después del diálogo realizado en vivo por cadena nacional el 13 de octubre, luego de este resultado se decidió pronunciar una nueva fecha, dos semanas después de los incidentes. Esto dejó una pérdida financiera a presupuesto del proyecto debido a que se habían impreso invitaciones con la primera fecha y se habían comprado los bocaditos para el evento. A pesar de que fue una pérdida monetaria, se consideró por la seguridad de todos la suspensión del evento para una fecha con más tranquilidad.

4.2 Aprendizajes generados

Con frecuencia, los trabajos de modalidad PAP suelen quedarse en abandono tras la culminación del proceso de titulación de los grupos interdisciplinarios del año en curso. Cada año ingresa un nuevo grupo de alumnos a proceso de titulación con nuevas ideas, dejando a un lado la continuidad de algún proyecto de años pasados. Una recomendación para mejorar esta práctica, es encontrar la manera de utilizar las investigaciones de grupos pasados y emplear resultados positivos y mejorar los negativos en las ediciones futuras de Jaula Abierta.

La idea es evitar que todos estos resultados y actividades que generó el proyecto anterior se desaparezcan en el tiempo. Lo que pasa en la actualidad es que no hay una clara sinergia que permita ir potenciando los resultados de los proyectos particulares anteriores para sumar a la causa o programa Jaula Abierta.

En el caso del marketing social, se recomienda la correcta definición de un problema que pueda formarse como un producto. Cuando se trabaja de forma separada y sin tener un problema definido y un producto social tangible, es muy difícil generar acciones en donde se puedan encontrar estos recursos. Al tener un grupo interdisciplinario lo primero que se debe hacer es definir responsabilidades y llegar a acuerdos claves para no perder el tiempo definiendo el problema, la investigación y el análisis de resultados es clave para dejar a un lado la subjetividad y definir problemáticas con mayor efectividad.

En este caso El Faro generó un impacto positivo en los jóvenes de Bastión Popular, lo que evidencia que fue un proyecto exitoso que fue liderado por estudiantes profesionales con distintas formas de trabajar pero que cohesionaron para hacer que funcione. Para lograr un producto social desde el punto de vista del *marketing*, es importante recomendar que en la investigación se utilicen herramientas correctas para luego realizar los análisis respectivos de acuerdo a la problemática escogida. Adicional es importante analizar los factores internos y externos para lograr identificar a qué se enfrentará el proyecto en el transcurso del tiempo. Las estrategias y acciones para generar recursos deben ayudar a cumplir los objetivos propuestos.

Se puede detallar como recomendaciones, la correcta implementación de la planificación de un taller. Luego de crear un taller para cumplir un objetivo específico es necesario cumplir la planificación cuando se dicte el taller, suele ser complicado seguir un documento con horas

específicas de trabajo cuando estás trabajando con adolescentes, las horas del taller se pueden extender y en este caso se necesitan de horarios definidos y cumplir con ellos al momento de encuentro con los beneficiarios. Llevar a cabo las actividades bajo cronómetros y practicarlas con anterioridad entre los talleristas, esto con el fin de cumplir con todo lo detallado en la planificación.

Se recomienda también la búsqueda de auspicios y asociaciones desde el momento que se define un producto, no se debe esperar hasta el final del proyecto para conseguir recursos o asociaciones. Es reconocido que en Proyectos de Aplicación Profesional se incurren muchos gastos por parte de los estudiantes, esto ocurre por la falta de gestión de recursos desde que se define el producto. Para mejorar la inversión del proyecto se deben realizar objetivos específicos de que se necesita conseguir por cada arista del proyecto y responsabilizar a un integrante para la coordinación y cumplimiento de estas tareas. Por otro lado, se recomienda involucrarse con todos los actores posibles que colaboren con el proyecto con el fin de darle visibilidad en los medios y en áreas de interés.

Para este tipo de proyectos también se recomienda considerar integrantes que se desenvuelven en el área de comunicación visual, diseño y multimedia para que logre ser un proyecto más completo y reúna capacidades de otras disciplinas. Es esencial al momento de conseguir recursos que el proyecto tenga forma de manejar una comunicación a exterior visualmente atractiva. Adicional, los acercamientos a las marcas o empresas debe de ser dinámica, no textos largos. Se sugiere enviar videos, imágenes, textos cortos que puedan ser de fácil lectura para la persona encargada de desembolsar auspicios o recursos.

4.3. Autoevaluación

El principal motivo por el cual escogí PAP es porque a diferencia de un trabajo de titulación, aquí podría cerrar mi ciclo universitario de una forma diferente a las que muchas otras instituciones educativas lo hacen, usando mi carrera y todo lo aprendido en el tiempo de estudio para encontrar una problemática real dentro de la sociedad y que por medio de mi experiencia y aprendizaje se pueda generar un cambio positivo y real dentro de un grupo de personas. Sentir que todo lo que he aprendido en casi cinco años de estudios puede ser aplicado para un bien común es incomparable. Lo que más resalto dentro de este proceso es lo que he logrado aprender al trabajar dentro de un grupo interdisciplinario, la ventaja de trabajar en uno es que cada miembro aporta conocimientos y habilidades que derivan de su profesión y al mismo tiempo se complementa con los demás. Esta forma de trabajar resulta integradora porque otorgó distintas características al proyecto como la complejidad, creatividad, recursividad o el dinamismo, lo que más destaco es la necesidad de cooperar todos para lograr una meta en común.

Estos cinco años que permitieron que aprenda todo sobre *marketing* y publicidad, me ayudaron a poder ser parte activa de la creación del concepto del proyecto hasta la implementación de cada detalle. Cuando analizamos proyectos similares para utilizarlos como referentes en torno a la lectura, específicamente en una zona o grupo vulnerable nos dimos cuenta que muchos de ellos no lograban un cambio real, al no plantearse objetivos tangibles y medibles, todo se va diluyendo y no se genera un compromiso por parte de los involucrados. Estudiar esta carrera me permitió trabajar sobre objetivos reales, con estrategias

tangibles y sobre todo a desarrollar un proyecto que ayude a satisfacer una necesidad, que es uno de los objetivos principales del marketing.

Este proyecto me hizo sentir incómoda, en el buen sentido. Dejé de trabajar con personas que piensan similar a mí y tuve que trabajar con 5 personas de distintas carreras con pensamientos completamente diferentes, lo que suele ser frustrante al inicio se torna algo positiva al final. Trabajar con 22 adolescentes de 11 a 15 años me hizo valorar la carrera de Educación, ser docente es un desafío y es más que estar frente a un grupo de estudiantes, esta profesión pone en valor todo lo que está detrás del trabajo, la cantidad de investigaciones y trabajo intelectual que debe ser valorado como una parte integral e importante dentro de un proceso educativo o en este caso dentro de los talleres realizados. Es por esto que dentro del grupo yo no era una alumna de marketing, yo era un integrante de El Faro, esto me dio la oportunidad de crear los talleres con una mirada metodológica y enfocada en la educación. Adicional la gestión de recursos fue una tarea difícil y que demanda mucho tiempo, valorando así una parte de todo lo que hace la carrera de Relaciones Públicas.

Estudiar en la Universidad Casa Grande me ayudó a comprender muchas formas de trabajar y a utilizar todos los conceptos de forma práctica. En este proyecto logré aplicar hasta lo que no sabía que había desarrollado estos años, el liderazgo. Considero que el liderazgo es el resultado de influenciar de manera recíproca entre un líder y un equipo de trabajo, teniendo adaptaciones a los cambios para redefinir estrategias y lograr metas en común.

Lo primordial dentro de este equipo de trabajo fue la organización desde el inicio del proyecto, si no existe una sinergia no se puede trabajar con velocidad y esto se torna un reto

al trabajar con personas nuevas. Algo que nos sirvió de mucho fue tener observaciones de externos sobre acciones y estrategias del proyecto, nosotros estábamos tan inmersos en el día a día que no veíamos cosas importantes que se nos estaban escapando, recibimos retroalimentaciones positivas y negativas de compañeros, familiares, profesionales, que nos sirvieron para ajustar el proyecto en todas las instancias de trabajo.

Finalmente considero que este PAP y esta metodología de trabajo me enseñó a humanizar mis conocimientos para utilizarlos para conectarme con problemáticas sociales que me rodean, para desarrollar habilidades de liderazgo y para poder buscar soluciones integrales desde mi rol como profesional.

5. Referencias bibliográficas

- Ramírez Leyva, E. (2011). *La lectura en el mundo de los jóvenes, ¿una actividad en riesgo?* México: Creative Commons.
- Agencia Pública de Noticias Ecuador y Suramérica. (2014). *ANDES*. Obtenido de <https://www.andes.info.ec/>
- Arana, J., Meilán, J., Gordillo, F., & Carro, J. (2010). R.E.M.E. (Revista Electrónica de Motivación y Emoción), Volumen XIII. En J. M. Arana, *Estrategias motivacionales y de aprendizaje para fomentar el consumo responsable desde la Escuela*. (págs. 19-39). Venezuela.
- Calero, A. (Enero de 2014). *REDALYC*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/4462/446243919002.pdf>
- CARLINO, P. (2005). *Escribir, leer, y aprender en la universidad. Una introducción a la alfabetización académica*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- CEBALLOS, I. (2015). *Iniciación literaria en Educación Infantil*. España: UNIR.
- Cristóbal, S. L. (2016). *La Maleta Viajera*. Obtenido de Reunir.Unir: <https://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/4257/LEBRERO%20CRISTOBAL%2C%20SARA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- DAZA, M. M., & GARCÍA, B. E. (2011). *CUENTOS DIGITALES: UN PROYECTO PARA INCENTIVAR LA LECTURA*. Obtenido de <http://www.dirinfo.unsl.edu.ar/profesorado/PagProy/articulos/cuentos-digitales-un-proyect.pdf>

- Guthrie, & Cox, K. (1999). Motivational and cognitive predictors of text comprehension and reading amount. En J. W. Guthrie. *Scientific studies of reading*.
- INEC. (2012). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Encuesta Hábitos Lectores*. Obtenido de <http://www.celibro.org.ec/web/img/cms/ESTUDIO%20HABITOS%20DE%20LECTURA%20INEC.pdf>
- INEC. (2013). *ECUADOR EN CIFRAS*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Usos_Tiempo/Metodologia_EUT_2012.pdf
- JAULA ABIERTA. (2016). *PROYECTO COMETA*. GUAYAQUIL.
- José de la Cuadra. (2017). *PLAN NACIONAL DE PROMOCIÓN DEL LIBRO Y LA LECTURA*. GUAYAQUIL.
- Marchesi, Á. (2005). *El Informe PISA: nada contribuye a mejorar lo esperado*. *Revista Aula de Innovación Educativa*. Graó. Revista Aula de Innovación Educativa.
- OCDE, P. D. (2012). *Organización para la Cooperación y el desarrollo económico*. Obtenido de El programa PISA de la OCDE: <https://www.oecd.org/pisa/397301818.pdf>
- OSORIO, Y. (2001). *La promoción de la lectura: concepto, materiales y autores*. Obtenido de Antioquia (Colombia), Comfenalco.: <https://core.ac.uk/download/pdf/61911757.pdf>
- Papalia, D. E., Wendkos Olds, S., & Duskin Feldman, R. (2009). Psicología del desarrollo: de la infancia a la adolescencia. En D. E. Papalia, *Psicología del Desarrollo Papalia* (pág. 12 Parte 1). México.
- PIJAMA SURF;. (22 de Febrero de 2019). *Pijama Surf*. Obtenido de https://pijamasurf.com/2019/02/saben_leer_pero_no_entienden_lo_que_leen_una_nueva_generacion_de_analfabetas/?fbclid=IwAR2cXC5LR3xSqxVTy_KKiaJO46WOSVX290vXEXX8nLwcjrY-wMfxxuBzJuU
- Pindado, J. (2004). El desencuentro entre los adolescentes y la lectura. En J. Pintado, *El desencuentro entre los adolescentes y la lectura*. (págs. 167-172). Comunicar.
- RAE. (2019). *REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. Diccionario de la lengua española*. Obtenido de RAE: <http://www.rae.es>
- SALAZAR, S. (2005). *CLAVES PARA PENSAR LA FORMACIÓN DEL HÁBITO LECTOR*. Perú: Biblios Comité Editorial.
- UNESCO. (2015). *UNESCO*. Obtenido de http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Mexico/lectura_movil.pdf
- Universidad de liverpool. (2015). *COMPRESIÓN LECTORA*. Obtenido de https://www.comprensionlectora.es/revistaisl/index.php/revistaISL/issue/.../7/pdf_8

Ureña Henríquez, C. (1975). *Invitación a la lectura*. La Habana: Editorial Pueblo y Educación.

Santos, B. (21 de Junio de 2018). *Marketing Digital*. Obtenido de <https://blog.hotmart.com/es/marketing-social>

Kotler, Philip; Roberto, Ned y Lee, Nancy. *Social Marketing: Improving the quality of life*. Sage Publications, INC. 2002.

Kotler, Philip y Roberto, Eduardo L. *Marketing Social*, Editorial Díaz de Santos, 1992.

Moliner Tena, M.A. *Marketing Social: la gestión de las causas sociales*, Esic Editorial, 1998.

Marc Bara; OBS EDU: *Recursos en la Gestión de Proyectos: más allá de los recursos humanos y materiales*. Obtenido de:

<https://www.obs-edu.com/int/blog-investigacion/project-management/recursos-en-la-gestion-de-proyectos-mas-alla-de-los-recursos-humanos-y-materiales> , 2014.

ANEXOS.

Anexo 1: Análisis externo e interno

	FACTORES NEGATIVOS	FACTORES POSITIVOS
ORIGEN INTERNO	DEBILIDADES	FORTALEZAS
	Falta de mecanismos de seguimiento a los beneficiarios en momentos externos al programa	Apoyo de la comunidad de Bastión Popular para la realización del proyecto
	No podemos abarcar una cantidad de jóvenes muy grande. Por el recurso digital y por la capacidad de personas para dictar el taller.	Primer taller de lectura que se haya realizado en la comunidad
	Posible falta de financiamiento para mantener el programa	Equipo multidisciplinario
	Falta de material didáctico necesario	Innovación en las actividades recreativas
	En su mayoría la asistencia depende de los padres	Se podrán utilizar con mayor creatividad y práctica el uso de las TIC
	Falta de tiempo de integrantes del grupo por obligaciones laborales o personales	Puede generar cambios reales en la gestión diaria del centro
	La no aplicación del paso a paso del proyecto, la implementación y los resultados	Acceso a internet y wifi en el centro
La dificultad que tiene la comunidad para adquirir o poseer herramientas digitales	Hay planes en el centro que han funcionado correctamente y pueden servir de referencia o modelo	
ORIGEN EXTERNO	AMENAZAS	OPORTUNIDADES
	Dentro del CAIRG existen más talleres que trabajan con la misma comunidad y que podría afectar la asistencia	Los adolescentes muestran interés en participar en talleres de lectura
	Cierre indefinido o sin previo aviso del CAIRG y se tenga que cancelar la clase	Alianzas y colaboraciones con marcas para obtener recursos
	Tendencia de gestión de proyectos sociales pueden lograr que el proyecto no sea visible o se convierta en uno más de tantos.	Posibilidad de que otras entidades apoyen al proyecto
	La Organización Reina de Guayaquil apoya la gestión del proyecto	Continuidad al proyecto luego de obtener resultados
	El espacio utilizado para realizar los talleres queda en una zona propensa a la delincuencia	Aceptación de la comunidad y padres de familia
Factores climatológicos	Cambios tecnológicos en la educación	
Comunidad		
Bastión Popular, es un asentamiento urbano-marginal, ubicado en la zona norte de Guayaquil, entre los kilómetros 10,5 y 14, de la vía a Daule, que dista unos ocho o nueve kilómetros del centro de la ciudad. Ocupa un área de 341,35 hectáreas. Nació en 1986, como producto de una invasión de tierras, de la misma manera que han nacido la mayoría de los asentamientos periféricos de Guayaquil.		
En diciembre de 1999, la Comisión Europea firmó con el Gobierno ecuatoriano el Convenio de Financiación, ECU/B7-3100/IB/98/0307, que dio vida al proyecto de "Desarrollo de las Zonas Urbano Marginales de Guayaquil, ZUMAR".		
Fuente: Programas de desarrollo social - experiencia gerencial en Bastión Popular, 2006		

Anexo 2: Logo y línea gráfica

Aplicaciones



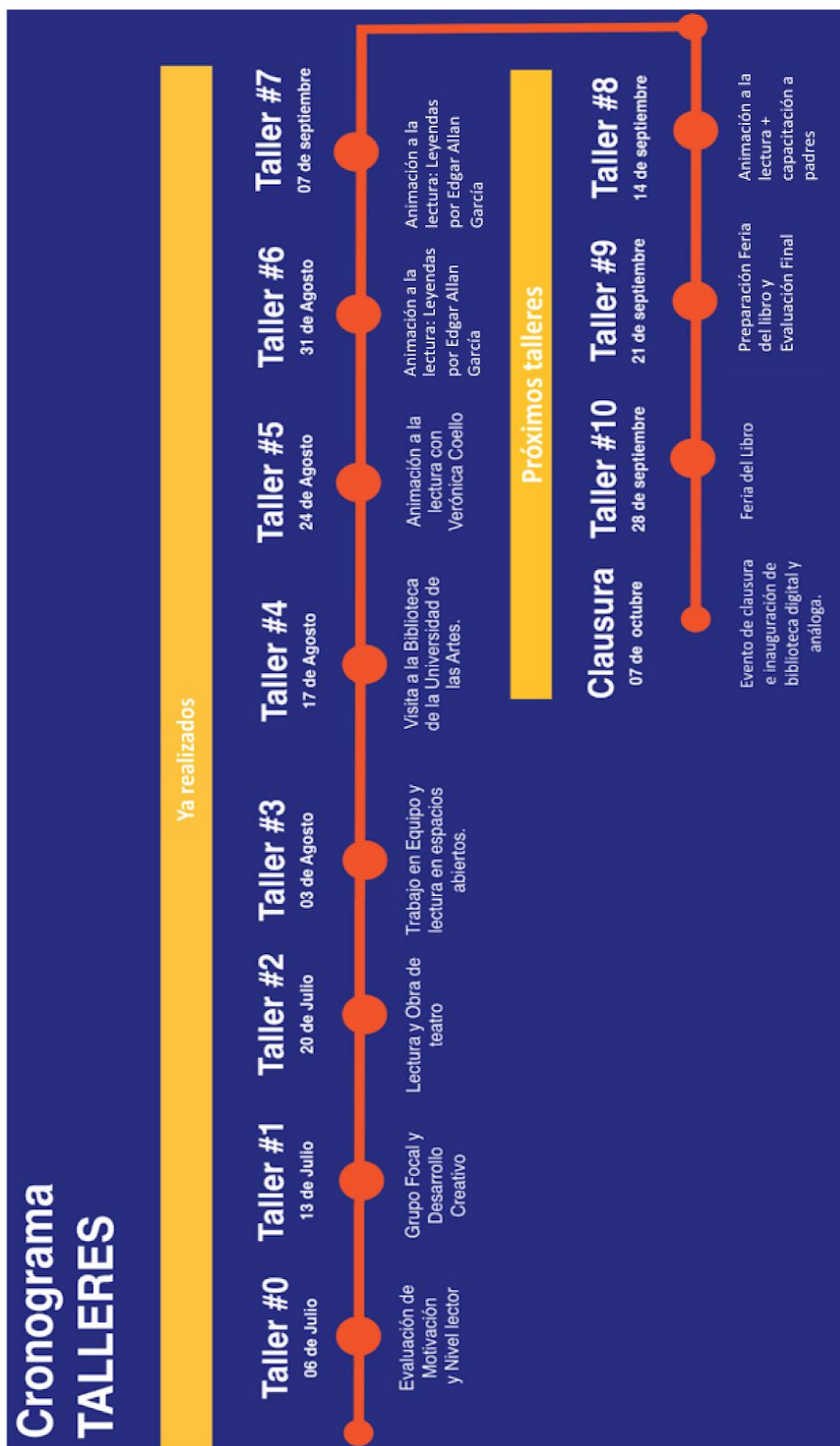
Colores



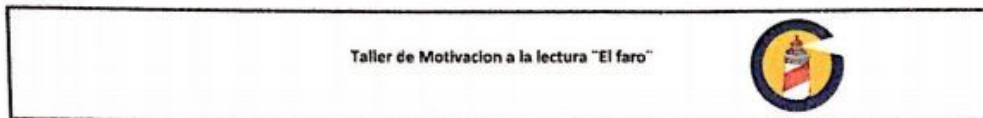
Tipigrafia

Typewriter_Condensed Bold
Typewriter_Condensed Regular

Anexo 3: Cronograma de talleres



Anexo 4: Lista de asistencia



	ASISTENTE	EDAD	T0	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	METODO
			6-jul.	13-jul.	20-jul.	3-ago.	17-ago.	24-ago.	31-ago.	7-sept.	14-sept.	21-sept.	28-sept.	
1	Anahis Villon Zuñiga	15	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Análogo
2	Amy Piguave Zuñiga	13	✓	x	✓	✓	✓	✓	x	✓	✓	✓	✓	Digital
3	Bianca Luciana Bajaña Miranda	10	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Digital
4	Cruz Zambrano	14	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Análogo
5	Daniel Borbor Chillan	13	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Digital
6	Daniela Uugsa	12	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Digital
7	Daniela Sorroza	11	✓	✓	x	x	✓	✓	✓	✓	✓	✓	x	Análogo
8	Elvis Tumbaco Cruzatty	13	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Análogo
9	Edison Delgado Loor	12	✓	✓	✓	x	x	x	✓	✓	x	✓	✓	Digital
10	Evelyn Ramirez Zambrano	13	✓	x	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Digital
11	Emili Pianda	13	x	x	✓	✓	x	✓	✓	✓	x	✓	✓	Digital
12	Estefania Suarez		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Digital
13	Jean Pierre Barre	14	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Análogo
14	Juan Haro	14	x	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Análogo
15	Jamile Suarez	10	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Análogo
16	Joel Chiquito	13	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Digital
17	Henry Macias Lucas	11	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	digital
18	Lisette Ramirez Zambrano	15	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Análogo
19	Maria Guadalupe Herrera Ayovi	14	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Análogo
20	Mathiur Herrera Ayovi	13	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Análogo
21	Oscar Borbor Chillan	11	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	digital
22	Pilar Macias Lucas	10	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Análogo

Anexo 5: Boletín para Radios

Talleres de Motivación El Faro

Jaula Abierta, es un proyecto de la Universidad Casa Grande que nació con el propósito de favorecer a la comunidad con los beneficios de la lectura y escritura. Desde sus inicios se ha planteado intervenir grupos o comunidades con el objetivo de proponer mejoras que pueden estar relacionadas con estas dos áreas.

Desde la tercera edición se enfocó la lectura como **un medio** para conseguir otros objetivos y no como un fin, es así como nace este proyecto, basado en la implementación de talleres donde la lectura y la escritura trabajan en función de un bien mayor, atacando problemas puntuales y sectorizados.

Con esta premisa, en esta edición se decidió trabajar sobre la falta de motivación hacia la lectura. Ese instante donde se decide o no leer. Para eso se están realizando talleres de motivación a la lectura en Bastión Popular, considerando los nuevos consumos y hábitos digitales. Por ello, se establecieron dos grupos de control, los dos trabajan bajo los mismos contenidos y estrategias, sin embargo, uno lo hace a través de medios tradicionales offline y el otro con recursos digitales online, lo que nos está permitiendo establecer comparaciones entre los resultados de uno y otro camino.

El Faro tiene como objetivo conseguir que resurja esa motivación perdida o disminuida hacia la lectura en los jóvenes, con el fin de que logren experimentar el placer de leer a través de dos formatos distintos, digital y análogo.

Actualmente estamos recaudando fondos para poder instalar un espacio de lectura para los integrantes de El Faro en Bastión Popular, ya que muchos ni siquiera han tenido acceso a uno. Por esta razón estamos vendiendo rifas, con el apoyo de marcas muy talentosas para poder financiarlo. Por otro lado, empezaremos nuestra campaña para recibir donaciones de libros para alimentar este espacio que pronto estará en construcción.

Anexo 7: Carta colaboración Club Rotario Cerro Azul

Guayaquil 14 de agosto de 2019
Estimados,
Club Rotario Cerro Azul

Por medio de la presente saludamos a todas las personas encargadas de dirigir Club Rotario Cerro Azul y hacemos de su conocimiento lo siguiente.

El Faro es un proyecto de la **Universidad Casa Grande** desarrollado por un grupo de seis estudiantes como parte de su proceso de titulación, el cual nace de una realidad nacional: el bajo índice de lectura existente en el país, y que tiene como propósito principal, favorecer a la comunidad con los beneficios de la lectura y la escritura.

De esta manera, El Faro, decidió trabajar específicamente con adolescentes de 11 a 15 años residentes de Bastión Popular, a través de diversos talleres que buscan motivarlos hacia la lectura. Así, por medio de distintas estrategias de animación, se les brinda la oportunidad de experimentar verdaderamente el placer de leer.

Como parte del proyecto, El Faro creará un espacio de lectura en Bastión Popular, para que los chicos que asisten a los talleres puedan tener acceso a la lectura y así ellos puedan invertir su tiempo libre en algo que les aporte de forma significativa a sus vidas y conseguir alejarlos de las calles donde están expuestos a las redes de microtráfico que se dan en la zona.

Actualmente estamos recaudando fondos para poder instalar una biblioteca para ellos, ya que muchos de ellos ni siquiera han tenido acceso a una. Sin embargo, para la realización de este espacio de lectura, se necesita material de construcción del mueble, mano de obra, alfombra y asientos que permitirán recrear este espacio tan deseado por nuestros jóvenes.

Por esta razón, con pleno conocimiento de que en Club Rotario Cerro Azul es una red de personas dedicadas a la promoción de causas sociales importantes, quisiéramos solicitarles de la manera más atenta un donativo, que tendría un valor de **\$1000**, el cual será destinado a la creación del espacio de lectura en Bastión Popular y todos sus elementos, que permitirá que varios niños, jóvenes, e incluso adultos, se beneficien de este proyecto,

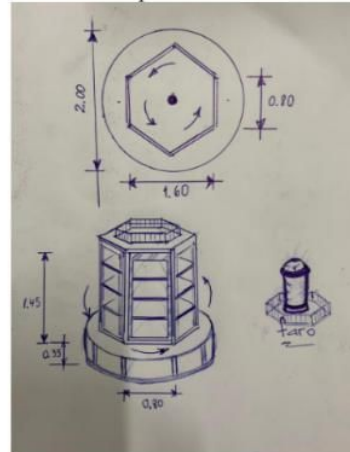
Actualmente estamos recaudando fondos para poder instalar una biblioteca para ellos, ya que muchos de ellos ni siquiera han tenido acceso a una. Sin embargo, para la realización de este espacio de lectura, se necesita material de construcción del mueble, mano de obra, alfombra y asientos que permitirán recrear este espacio tan deseado por nuestros jóvenes.

Por esta razón, con pleno conocimiento de que en Club Rotario Cerro Azul es una red de personas dedicadas a la promoción de causas sociales importantes, quisiéramos solicitarles de la manera más atenta un donativo, que tendría un valor de **\$1000**, el cual será destinado a la creación del espacio de lectura en Bastión Popular y todos sus elementos, que permitirá que varios niños, jóvenes, e incluso adultos, se beneficien de este proyecto, acercándolos a diversos textos, fomentando el gusto hacia la lectura y permitiéndoles desarrollar habilidades lectoras que son fundamentales para el aprendizaje.

El espacio de lectura constará de una estructura giratoria en forma de faro, alfombra y 4 asientos estilo "puff". En forma de agradecimiento hacia ustedes, se colocará una placa conmemorativa adjunta a la biblioteca. Agradecemos de antemano su atención y consideración.

Atentamente,
Integrantes del Grupo El Faro.

ANEXO 1:
Referencia de planos mecánicos de El Faro



ANEXO 2
Integrantes del Grupo El Faro



Anexo 8: Invitación al evento de Inauguración y Graduación de talleres El Faro



Anexo 9: Espacio de lectura análogo y digital



Anexo 10: Contrato por obra: Estructura de El Faro

CONTRATO DE TRABAJO POR OBRA CIERTA

En la ciudad de Guayaquil a los quince días del mes de agosto del año 2019, comparecen, por una parte, **FRANCESCA PAOLA GARCÉS ANTEPARA** portadora de la cédula de ciudadanía Nro. **0924377211** en calidad de EMPLEADOR; y, por otra parte, el señor **RICARDO XAVIER ARMIJOS VÉLEZ** portador de la cédula de ciudadanía Nro. **0906696026** en calidad de TRABAJADOR. Los comparecientes ecuatorianos, domiciliados en la ciudad de Guayaquil y capaces para contratar, quienes libre y voluntariamente convienen en celebrar este **CONTRATO POR OBRA CIERTA: CONSTRUCCIÓN DE BIBLIOTECA GIRATORIA** con sujeción a las declaraciones y estipulaciones contenidas en las siguientes cláusulas:

PRIMERA. - ANTECEDENTES:

El empleador señora **FRANCESCA PAOLA GARCÉS ANTEPARA** requiere contratar los servicios del trabajador para que realice el siguiente trabajo por obra cierta.

ESTRUCTURA Y CONSTRUCCIÓN DE UEBLE PARA LIBROS GIRATORIA EN EL CENTRO DE ARTE INTEGRAL REINA DE GUAYAQUIL UBICADA EN BASTIÓN POPULAR.

SEGUNDA. - OBJETO:

Con los antecedentes expuestos, "EL EMPLEADOR", contrata los servicios lícitos y personales del señor **RICARDO XAVIER ARMIJOS VÉLEZ**, para que realice la siguiente obra cierta, cuyas características se indican a continuación:

ESTRUCTURA Y CONFECCIÓN DE MUEBLE PARA LIBROS GIRATORIA EN FORMA DE "FARO"

Detalle:

- Elaboración de estructura giratoria armable a entregarse en el Centro de Arte Integral Reina de Guayaquil.
- Elaboración de planos arquitectónicos, detalles constructivos necesarios para el fabricante del mueble.
- Se debe cubrir instalación en el punto acordado.
- Responsable del correcto funcionamiento de la pieza.

Dirección técnica:

- Gestionar la correcta implementación del diseño arquitectónico propuesto por el TRABAJADOR.
- Responsabilidad técnica de los materiales y proceso constructivo.
- Encargado de supervisión de elaboración del mueble para libros. (El Faro)

Materiales y estructura del mueble EL FARO:

- El mueble consta de los siguientes elementos en su composición:
 - 1) Estructura metálica
 - 2) Revestimiento de madera laminada
 - 3) Revestimiento de colores según diseño arquitectónico propuesto. (Ver anexos)
 - 4) Elemento giratorio para el mueble.
 - 5) Elemento tipo "podio" con logo de marca SOLID e integrantes del grupo El Faro: Francesca Garcés, María Lourdes Pólit, Sandy Correa, Andrea Rivadeneira, Santiago Roditti y Sofia Baquerizo.
 - 6) Placa incrustada en la pieza con texto a definir por el EMPLEADOR.

Para la ejecución de la obra cierta antes referida, EL TRABAJADOR se compromete a cumplir con todas las disposiciones verbales o escritas que le imparta su empleador, para la correcta ejecución de la obra cierta que motiva la suscripción de éste contrato, a cumplir el Reglamento Interno de Trabajo y de Salud y Seguridad Ocupacional de su empleador y demás normas laborales.

La obra cierta para ejecutarse pasa a ser de propiedad del empleador, sin que el trabajador tenga ningún derecho sobre la misma.

NOVENA: JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA:

En caso de suscitarse discrepancias en la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Contrato y cuando no fuere posible llegar a un acuerdo entre las partes, estas se someterán a los jueces competentes del lugar en que este contrato ha sido celebrado, así como al procedimiento oral determinados por la Ley.

DÉCIMA: DOMICILIOS:

El empleador manifiesta que su domicilio principal está ubicado en Alborada 14va etapa manzana 5 villa 23; en tanto que el trabajador declara que su domicilio y residencia habitual la tiene ubicada en Calle Riobamba 126 I Julián Coronel.

DÉCIMA PRIMERA: ACEPTACIÓN Y RATIFICACIÓN:

Las partes contratantes aceptan y ratifican todas y cada una de las cláusulas precedentes por así convenir a sus legítimos intereses, firmando para constancia y validez en unidad de acto, ante el Inspector del Trabajo quien certifica, en un original y dos copias de igual tenor, en esta ciudad de Guayaquil, a los quince días del mes de agosto del año 2019.

CONTRATANTE

CC. 0924377211

CONTRATADO

CC. 0906696026

Anexo 11: Recibo de pago



16 de agosto de 2019

Por medio de la presente se detalla el pago del 60% del valor total por concepto de CONSTRUCCIÓN DE BIBLIOTECA a RICARDO ARMIJOS con número de cédula 090669602.

Se entrega: \$480 DOLARES AMERICANOS equivalentes al 60% del valor total acordado (\$800).

Entrega:

Recibe:

Francesca Garcés

Francesca Garcés

CI: 0924377211

Ricardo Armijos

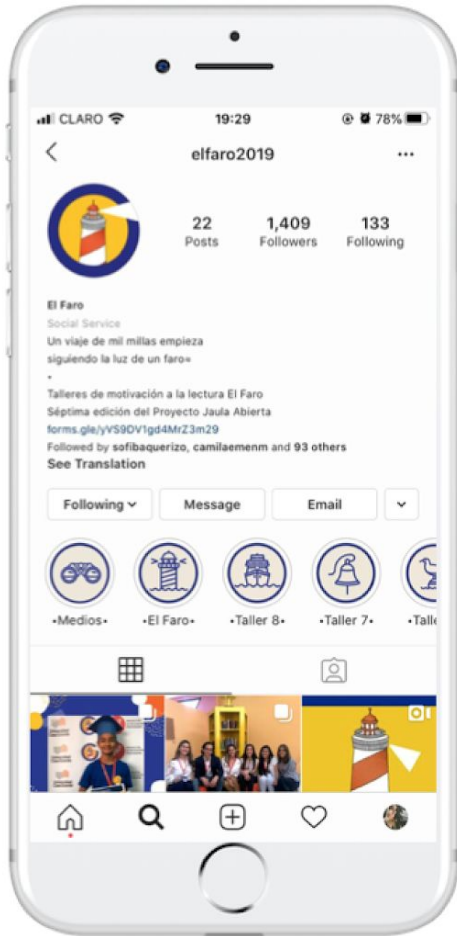
Ricardo Armijos

CI: 090669602

Anexo 12: Donación de libros - Entradas a eventos por un libro



Anexo 13: Redes sociales



Anexo 14: Registro de préstamo de libros

Nombre	Fecha	Libro por de volver	Lectura en tablets
Bianca Bajaña	31 de Octubre	Amigo se escribe con H	Si
Pilar Macías	31 de Octubre	El fantasma de Canterville	Si
Amy Piguave	31 de Octubre	El amuleto yoruba	Si
Elvis Tumbaco	31 de Octubre	Amanecer	No
Yamile Suarez	31 de Octubre	Las ventajas de ser invisible	No
Mathiew Herrera	5 de Noviembre	Ciudad de papel	No
Jean Pierre Barre	5 de Noviembre	Eclipse	No
Daniel Borbor	5 de Noviembre	El ladrón de minutos	Si
Henry Macias	6 de Noviembre	Juegos del hambre	No
Joel Chiquito	6 de Noviembre	El Bestiario de Axlin	No
Cruz Zambrano	6 de Noviembre	Las ventajas de ser invisible	Si
Daniela Llugsa	8 de Noviembre	Alguien en la ventana	Si
Juan Haro	8 de Noviembre	Perro guardián	Si
Oscar Borbor	8 de Noviembre	Memorias de un amigo imaginario	No

Anexo 16: Diplomas

DIPLOMA
DE EXCELENCIA



CON ORGULLO SE ENTREGA A:

Anahis Villón

por asistir y participar en los diez "Talleres de motivación a la lectura" dictados por los integrantes (alumnos titularizables) todos los sábados a partir del mes de julio del Proyecto de Aplicación Profesional Jaula Abierta séptima edición "El Faro" de la Universidad Casa Grande.

OCTUBRE 30, 2019
FECHA

Anexo 17: Matriz de marco lógico y Matriz operativa

Matriz de Marco Lógico

Matriz 1: ELEMENTOS ESTRATÉGICOS

	Indicadores: Efectos, descriptores, indicadores	Medios de Verificación	Supuestos: Causas no críticas
<p>Finalidad: Efecto macro social</p> <p>Contribuir a fomentar el pensamiento crítico en los adolescentes de 11 a 15 años de la ciudad de Guayaquil.</p>	<p>*Aumento del 50% del nivel de comprensión lectora en los adolescentes participantes de los talleres impartidos en el CAIRG.</p>	<p>*Actividades de comprensión lectora interactivas antes y después del proyecto.</p>	<p>*Inversión del estado en áreas específicas de lectura y escritura.</p> <p>*Invitación a participar a las autoridades y socializar el problema para ser replicado a nivel provincial.</p> <p>*Las instituciones públicas y privadas evalúan su Plan Lector e implementan estrategias eficaces que aumenten la motivación de sus estudiantes hacia la lectura.</p>
<p>Propósito: Problema Central</p> <p>Aumentar la motivación hacia la lectura en el grupo de adolescentes de 11 a 15 años en el Centro de Arte Integral Reina de Guayaquil (CAIRG).</p>	<p>*Al menos el 60% de los adolescentes del CAIRG han aumentado su motivación hacia la lectura en el periodo de tiempo del proyecto.</p> <p>*Asistencia y permanencia del 80% de los adolescentes a los talleres desarrollados por Jaula Abierta en el CAIRG.</p>	<p>*Aplicación de escala de motivación antes y después del proyecto.</p> <p>*Registro manual de libros prestados o utilizados dentro de la nueva biblioteca del CAIRG.</p> <p>*Acta de asistencia de cada taller impartido.</p>	<p>*Los adolescentes permanecerán en el proyecto el tiempo que dure.</p> <p>*Los adolescentes participarán activamente de los talleres impartidos.</p> <p>*Inscripciones en el nuevo taller de lectura de CAIRG.</p> <p>*Los adolescentes empiezan a considerar a la lectura como una actividad prioritaria o interesante.</p> <p>*Bibliotecas y librerías públicas y privadas se reinventan y se promocionan a base del target.</p>

<p>Componente</p> <p>Causas Críticas</p> <p>C1: Estrategias pedagógicas y didácticas implementadas que estimularon la motivación a la lectura en adolescentes de 11 a 15 años del CAIRG.</p>	<p>*Aumento del 60% de motivación hacia la lectura en los adolescentes participantes a través de los distintos talleres pedagógicos y didácticos impartidos en el CAIRG.</p>	<p>*Aplicación de escalas de motivación antes y después del proyecto.</p>	<p>*Maestros de instituciones educativas muestran interés en conocer a su audiencia (alumnos), para de esta forma planificar su clase.</p> <p>*Dentro de las instituciones educativas públicas y privadas se da apertura a que los estudiantes puedan tener la libertad de elegir los textos que deseen incluir en su proceso educativo.</p>
<p>C2: El acceso a nuevas tecnologías fue impulsado en apoyo o complementariedad al proceso lector.</p>	<p>*6 de cada 10 adolescentes del CAIRG accede al uso de tablets dentro de la biblioteca implementada para leer fragmentos cortos o utilizar Apps instaladas relacionadas a la lectura.</p>	<p>*Registro manual y electrónico de nombre y apellido de adolescentes que acceden a las tablets antes de usarlas. <i>(Tablets estarán programadas a través de "control parental" para que solo cumplan funciones de lectura).</i></p>	<p>*El Municipio desarrolla espacios atractivos y funcionales en favor de la lectura, con acceso a tecnología, disponibles para todos los usuarios.</p> <p>*El estado invierte en nuevas tecnologías para que sean implementadas en espacios de lectura.</p>
<p>C3: Padres y madres de adolescentes que forman parte del CAIRG se involucran en procesos de lectura de sus hijos.</p>	<p>*El 30% de los padres/madres de adolescentes del CAIRG participan en conjunto con sus hijos para desarrollar actividades específicas del taller y logran involucrarse en el proceso lector de sus hijos.</p>	<p>*Comparación de respuestas de entrevistas/encuestas antes y después del proyecto.</p>	<p>*Padres empiezan a desarrollar interés hacia la lectura.</p> <p>*La participación de los padres se va a mantener durante todo el tiempo que dure el proyecto.</p>

Matriz 2: OPERATIVA

RESULTADO 1					
	Actividades: Para componentes, indicadores, fuentes, supuestos.	Ejecución de actividades	Recursos	Responsable	Tiempo
Componente 1: Estrategias pedagógicas y didácticas implementadas que aumentaron la comprensión lectora en adolescentes de 11 a 15 años del CAIRG.	Actividad 1: Se contará con el apoyo de personas expertas o profesionales (educadores, psicólogos, psicopedagogos) para asesoría en relación a las definiciones de las diferentes estrategias pedagógicas y didácticas a utilizar.	- Se busca por medio de referencias personas expertas o profesionales en educación para lograr un primer acercamiento. - Realizar entrevistas a cada uno de los profesionales.	- Generación de apuntes para realizar la estructura de las actividades. - Contactos posibles para agendar entrevistas.	- Todos los integrantes del equipo.	Una a dos semanas.
	Actividad 2: Evaluación de motivación hacia la lectura previa al inicio de talleres.	- Aplicación de escala de motivación hacia la lectura.	- Coordinación para la asistencia de la cantidad de adolescentes con los que vamos a realizar el proyecto. - Cronograma. - Evaluación impresa para todos los niños.	- Todos los integrantes del equipo.	Primera fase del taller.
	Actividad 3: Antes de empezar los talleres se realizará una introducción a la lectura a través de la definición de gustos e intereses del grupo a	- Se realizará una conversación grupal para identificar los gustos e intereses del grupo a trabajar con el fin de motivarlos e introducirlos a lo que será el taller.	- Reservación de espacio. - Cronograma. - Apoyo de material audiovisual. - Snacks para break.	- Todos los integrantes del equipo.	Primera fase del taller.

	Actividad 4: Se realizarán talleres pedagógicos y didácticos a través de medios analógicos y digitales.	- Se va dividir al grupo en dos, para estructurar los talleres tanto analógicos como digitales. - Planteamiento de objetivos por cada taller. - Estructurar evaluaciones de cada taller.	- Préstamo o auspicios de tablets. - Cronograma. - Apoyo de material audiovisual. - Snacks para break. - Listado de asistencia.	- Todos los integrantes del equipo.	Aproximadamente 6 - 8 sábados
	Actividad 5: Buscar espacios creativos o al aire libre para realizar talleres de lectura/escritura con el fin de identificar si el entorno influye en el proceso de lectura.	- Realizar la mecánica del taller. - Realizar un listado de los posibles espacios creativos o al aire libre a los cuales se pueden asistir. - Solicitar permisos para poder realizar talleres dentro de estos espacios. (Si es que lo necesitamos, caso contrario seleccionar espacios en donde no necesitemos permisos). - Movilización de los niños.	- Taller. - Cronograma del taller. - Listado de lugares recreativos al aire libre. - Permiso para asistir a estos lugares. - Permiso de padres para movilizar a los niños a estos posibles lugares. - Movilización de los niños a los posibles lugares. - Snacks. - Listado de asistencia.	- Todos (Movilización y snacks). - Sofía Baquerizo (Permiso de padres). - Andrea Rivadeneira (Taller en general).	*Un día de taller completo al aire libre. Duración: 1 – 2 horas
	Actividad 6: Creación de una guía de apoyo con recomendaciones basadas en los resultados del proyecto, relacionadas a los talleres de motivación a la lectura.	- Determinar nombre del manual. - Segmentar el manual en base a los resultados obtenidos en el proyecto y ofreciendo recomendaciones. - Realizar una estrategia de difusión del manual para que	- Línea gráfica del manual. - Logo del manual. - Distribución de información del manual. - Recopilación de toda la información del manual. - Estrategia de distribución	- Sandy Correa (Encargada de esta actividad).	Duración: Trancurso de todo el proyecto.

		alcance el objetivo de ser replicable. - Realizar los diseños con línea gráfica del proyecto.	del manual.		
	Actividad 7: Socialización del manual a docentes de instituciones educativas y educadores independientes.	- Generar base de datos para enviarles mailing sobre el proyecto.	- Herramientas digitales. - Contactos del medio educativo.	- Todos los integrantes del equipo	Al finalizar el proyecto.
Componente 2: El acceso a nuevas tecnologías fue impulsado en apoyo o complementariedad al proceso lector.	RESULTADO 2				
	Actividad 1: Búsqueda de recursos digitales para desarrollar las actividades dentro de los talleres.	-Recolección tablets por parte de Jaula Abierta para uso de los talleres.	- Tablets. - Celulares. - In Focus. - Parlantes.	- Todos los integrantes del equipo	La búsqueda de material se realizará semanas previas al inicio de los talleres.
	Actividad 2: Talleres en los cuales se utilizarán recursos digitales y tecnológicos como herramientas que ofrezcan una propuesta diferente al libro tradicional.	- Estructurar el taller. - A base de gustos y preferencias de los participantes del taller, seleccionar y descargar libros y textos.	- Taller. - Cronograma del taller. - Tablets. - Listado de asistencia.	- Todos los integrantes del equipo. (taller en general)	Esta actividad se realizará dentro del cronograma del taller. Duración:

	para uso dentro de la biblioteca que se implementará dentro del proyecto Jaula Abierta.	a necesitar. - Establecer funciones y restricciones para el uso de las tablets. - Implementar todos los documentos necesarios con relación al proyecto a las tablets.	tablets. - Tablets. - Cargador de las tablets. - Aplicaciones (instalar).	- Santiago Roditti (instalar aplicaciones)	lectura en el CAIRG. Duración: Hasta finalizar el proyecto.
	Actividad 5: Generar alianzas con la Organización Reina de Guayaquil y la DASE para socializar el proyecto y lograr un mayor alcance.	-Recopilación de contactos para realizar el acercamiento para promover el proyecto.	- Mailing. - Contacto directo.	Sofia Baquerizo	Durante todo el proyecto
	Actividad 6: Recopilación de libros donados y alianzas con lugares de entretenimiento para que las personas a través de un intercambio donen libros y reciban un servicio o producto.	- Seleccionar posibles marcas aliadas o lugares de entretenimiento. - Realizar estrategia para obtener apoyo de marcas aliadas. - Realizar la mecánica de intercambio de libros por productos. - Una vez recopilado todo categorizar todos los libros obtenidos por medio de donaciones.	- Listado lugares de entretenimiento. - Permiso de lugares de entretenimiento. - Estrategia de donación o alianza. - Carta de alianza. - Estrategia mecánica entre intercambio de libro y producto. - Transporte para movilización de libros. - Listado de libros. - Categorización de libros.	- Sofia Baquerizo - Sandy Correa	La recopilación de libros donados empezará de forma simultánea al taller de lectura en el CAIRG. Duración: 2-3 meses

	Actividad 7: Crear una biblioteca personalizada dentro del CAIRG, la cual contenga libros impresos y libros digitales para la difusión de lectura.	- Donaciones de libros. - Hacer un plano de la biblioteca. - Realizar un listado de elementos extra que se implementarán en la biblioteca. - Conseguir una marca que nos ayude a través de un canje cubrir los gastos de los elementos que vamos a implementar.	- Plano de aula. - Plano de biblioteca. - Estructura de biblioteca. - Libros. - Pared de corcho. - Materiales escolares. - Permiso para creación de biblioteca. - Movilización para estructura de biblioteca.	- Sofia Baquerizo - Sandy Correa (auspicios) - Francesca Garcés - Andrea Rivadeneira - María de Lourdes Pólit - Santiago (implementación de biblioteca)	Estimamos empezar la producción a finales de JULIO. Para estar listos para la Feria del Libro de Guayaquil en Septiembre.
	Actividad 8: Generación de contenido relevante a través de redes sociales en relación a los diferentes talleres impartidos.	- Crear un concepto, imagen, contenido en torno a nuestro proyecto y a los resultados que vamos logrando para de esto forma publicarlo en redes sociales.	- Búsqueda de referentes para creación de concepto del proyecto. - Contratar un diseñador para la conceptualización del logo - Creación del contenido a través de cada taller impartido para generar posts. - Material Pop que promueva las redes sociales.	- Francesca Garcés	-Creación de concepto y logo: 2 semanas. - Creación de contenido referente al taller: Durante todo el proyecto
	Actividad 9: Participación en la feria del libro de Guayaquil.	- Acceso a la feria del libro de Guayaquil. - Elaborar propuesta para participar en la feria del libro de Guayaquil. - Plano de réplica de biblioteca. - Realizar un listado de elementos que tendrá la réplica de la	- Propuesta para Feria de libro. - Permiso para feria de libro. - Plano de la biblioteca réplica. - Libros. - Permiso para llevar a los	- Todos (Propuesta para feria y transporte para niños). - Sofia Baquerizo (Participación en la feria en general).	Estimamos empezar la producción a principios de agosto. Feria del Libro de Guayaquil: Septiembre

		biblioteca. - Determinar todas las actividades que se van a realizar dentro de la Feria del libro de Guayaquil.	niños. - Actividades que realizan los niños. - Cronograma de las actividades. - Transporte de los niños.		
RESULTADO 3					
Componente 3: Padres y madres de adolescentes que forman parte del CAIRG se involucran en procesos de lectura de sus hijos.	Actividad 1: Excursión padres e hijos a una biblioteca, con la finalidad de seleccionar un libro en conjunto para posteriormente realizar actividades relacionadas a este libro.	- Citar a los padres para la excursión. - Realizar un listado de los padres e hijos para tomar asistencia. - Hacer un listado de los libros seleccionados, clasificados por cada padre e hijo. - Plantear las actividades entre padres e hijos en base al libro seleccionado.	- Invitación a padres. - Listado de padres para asistencia. - Libros. - Listado de clasificación de libros entre padres e hijos. - Listado de actividades. - Cronograma de actividades. - Snacks.	- Todos (Snacks). - Francesca Garcés (excursión en general)	Se escoge una fecha tentativa para realizar la excursión. Fecha posible: Septiembre (Posterior a la feria del libro de Guayaquil)
	Actividad 2: Charla dirigida a padres dictada por un profesional para dar a conocer los beneficios de la lectura y la importancia de los padres en el proceso lector de sus hijos.	- Conseguir profesional para que dicte la charla. - Realizar un listado de los beneficios que brinda la lectura. - Segmentar la charla en orden de los beneficios de la lectura que queremos comunicar. - Invitar a los padres a la charla. - Hacer un listado con los nombres de los padres para tomar asistencia.	- Profesional/es que dicten la charla. - Listado de beneficios de la lectura. - Listado de padres para asistencia. - Invitación a padres. - Charla interactiva. - Cronograma de la charla. - Certificado por asistir a la charla. - Snacks.	- Todos. (Estaremos a cargo de esta actividad).	Esta actividad se realizará dentro del cronograma del taller. Duración: 1 hora

Anexo 19: Tabla de Gastos

Gastos Generales	
Polaroids	\$18,00
Sello de El Faro + Tinta	\$5,00
Refrigerios en general	\$60,00
Pago de Seguridad y limpieza en el CAIRG	\$70,00
Inversión compra de galletas	\$150,00
Inversión compra de canguil / fundas / aceite / bebidas	\$20,00
Creación de logo	\$100,00
Talleres	
Taller 0: Evaluación de motivación	\$40,00
Taller 1: El final de la lectura	\$15,00
Taller 2 : Guión de teatro	\$15,00
Taller 3: Lectura y actividades en espacios abiertos	\$10,00
Taller 4: Visita a la Biblioteca de la Universidad de las Artes.	\$25,00
Taller 5: Animación a la lectura con Verónica Coello	\$20,00
Taller 6: Animación a la lectura	\$20,00
Taller 7: Animación a la lectura + Capacitación a padres	\$20,00
Taller 8: Animación a la lectura	\$10,00
Taller 9: Animación a la lectura + evaluación final	\$10,00
Feria del libro	
Materiales de papelería	\$20,00
Impresión afiches de cuentos	\$7,00
Camisetas	\$135,00
Evento de Inauguración Espacio de lectura	
Estructura de metal y madera	\$800,00
4 Puffs	\$85,00
Impresión de Rifas	\$39,00
Materiales de papelería	\$35,00
Trofeos	\$140,00
Impresión de Certificados	\$15,00
Impresión de fotos	\$40,00
Invitaciones Impresas	\$5,00
TOTAL	\$1.929,00

Anexo 20: Ubicación del Centro de Arte Integral Reina de Guayaquil

<https://www.google.com/maps/dir/Universidad+Casa+Grande,+Ilanes,+Guayaquil/centro+polifuncional+zumar+direccion/@-2.1292028,-79.9639431,13z/data=!3m1!4b1!4m13!4m12!1m5!1m1!1s0x902d6d8a5f8f209d:0x27c4ed691e422a65!2m2!1d-79.9176626!2d-2.1675995!1m5!1m1!1s0x902d0d663e29c6e3:0x45601d1ef389167c!2m2!1d-79.9291986!2d-2.0895306>

Anexo 21: Investigación - PLE

<https://editor.wix.com/html/editor/web/renderer/edit/afdc50d1-cab1-456b-b425-b57a380b2691?metaSiteId=d29c32a2-3715-4d04-80fa-9fda18662002&editorSessionId=74edfd34-713c-4e0c-9b6c-e221512bc930&referralInfo=dashboard>

Anexo 22: INEC Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE 2011

https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111220_NSE_Presentacion.pdf