PROYECTOS DE APLICACIÓN PROFESIONAL

Universidad Casa Grande

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS POLÍTICAS

TÍTULO DEL PROYECTO FINAL

Sistematización de la experiencia del análisis benchmarking de la comunicación de la competencia de Aprendamos Más

Para optar al grado de:

Licenciatura en Administración y Marketing Estratégico

Elaborado por:

Gabriel Antonio Andrade Morales

Equipo de guías

Mg. José Miguel Campi Portaluppi

Mg. Jessica Quintana

GUAYAQUIL, ECUADOR

20/11/2019

PROYECTOS DE APLICACIÓN PROFESIONAL

Universidad Casa Grande

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, GABRIEL ANTONIO ANDRADE MORALES, autor del trabajo de titulación "SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL ANÁLISIS BENCHMARKING DE LA COMUNICACIÓN DE LA COMPETENCIA DE APRENDAMOS MÁS", certifico que el trabajo de titulación es una creación de mi autoría, por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas. Con lo cual, exonero a la Universidad Casa Grande de reclamos o acciones legales.

Gabriel Andrade M

GABRIEL ANTONIO ANDRADE MORALES

C.C. 0927250746

PROYECTOS DE APLICACIÓN PROFESIONAL

Universidad Casa Grande

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

GABRIEL ANTONIO ANDRADE MORALES en calidad de autor y titular del trabajo de titulación "SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL ANÁLISIS BENCHMARKING DE LA COMUNICACIÓN DE LA COMPETENCIA DE APRENDAMOS MÁS", de la modalidad Proyecto de Aplicación Profesional, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

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

Gabriel Andrade M

GABRIEL ANTONIO ANDRADE MORALES

C.C.0927250746

RESUMEN

Este documento demuestra las experiencias reunidas a lo largo del desarrollo del Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) “Televisión para el desarrollo” , describe en particular el análisis benchmarking de la comunicación de la competencia de Aprendamos Más, realizado en el marco del proceso de titulación, en la categoría de Pregrado, para la obtención del título Licenciatura en Administración y Marketing Estratégico.

Durante el desarrollo del presente documento, se da cuenta de las interacciones del equipo de trabajo, conformado por estudiantes interdisciplinarios, desde sus inicios a través de cada una de las actividades grupales que se compartieron, con sus aciertos y desaciertos, bajo la dirección de guías y asesores, en lo que se refiere a recomendaciones sobre la elaboración de conceptos de producción, y demás componentes que contemplan métodos utilizados para alcanzar el resultado final de la creación de un curso de fotografía móvil para redes sociales, dirigido a emprendedores que necesitan promocionar sus productos y/o servicios en redes sociales.

Se estima que el producto final, podría formar parte del catálogo de cursos del ecosistema digital Aprendamos Más, iniciativa liderada la Alcaldía de Guayaquil en colaboración con la Universidad Casa Grande.

PALABRAS CLAVES

Aprendamos, Contenido audiovisual, Curso, Benchmarking.

ÍNDICE

I. RESUMEN iv

II. ANTECEDENTES 1

III. CONTEXTO 3

- **Ámbito Educativo en Guayaquil…….4**
- **Ámbito Tecnológico…….…….4**
- **Innovación y Emprendimiento……...…….4**
- **Acceso a Internet…….….4**
- **Iniciativas Internacionales……...5**
- **Propósito de UNESCO…….6**
- **Programas Educativos en Ecuador…….7**
- **Proyecto Complementario al Programa Aprendamos……..8**
- **Revisión Literaria…….8**
- **Conceptos Relacionados……...9**
- **Propuesta……...9**
- **Problema Central……...10**
- **Perfil de Beneficiarios……10**
- **Actores Involucrados…….11**
- **Alcances y Objetivos…….…….11**

IV. DECLARATORIA DE LA EXPERIENCIA A SISTEMATIZAR Y OBJETIVOS DE LA SISTEMATIZACIÓN……..12

- **Objetivo General……12**
- **Objetivos Específicos……..12**

V. RECONSTRUCCIÓN HISTÓRICA DE LA EXPERIENCIA……13

- **Seminario Integral de Titulación……..13**
- **Taller de Validación Aprendamos Más 2019……...13**
- **Desarrollo de la Arista a Sistematizar…….....16**
- **Presentación del Pregrado…….....18**
- **Conceptualización del Análisis Benchmarking……...19**
- **Auditoría de Redes Sociales…….....20**

VI. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN CRÍTICA DE LA EXPERIENCIA…..26

VII. APRENDIZAJES GENERADOS…….....27

VIII. AUTOEVALUACIÓN…….....29

IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS….....32

X. ANEXOS…….....35

ÍNDICE DE ANEXOS

Imágenes

- **Árbol de Problemas…….....35**
- **Pantalla de Inicio Plataforma Aprendamos Más.....35**

Tablas

- **Matriz de Marco Lógico…….....38**
- **Diseño de investigación…….....42**
- **Auditoría de Redes Sociales (Competidores…….....46**

ANTECEDENTES

Dentro de la Universidad Casa Grande (Guayaquil), existen diferentes trabajos de titulación realizados por alumnos, denominados Proyectos de Aplicación Profesional (PAP) que proponen mejoras al sistema de educación a distancia “Aprendamos”, lo que significa que las etapas de desarrollo del programa han ido cambiando con el tiempo y se han prestado como ejemplos de cambio.

En especial mención a Alcaldía de Guayaquil, que en Octubre de 2003 realizó el lanzamiento del proyecto “Aprendamos: Una oportunidad para superarnos” y fue así puesto al aire como un espacio de recreación y de reflexión, lo que trajo un razonamiento más lógico de abordar, el de empezar a educar usando los recursos audiovisuales que daba la televisión, haciendo énfasis en el alcance que puede llegar a emitir este sistema.

En el portal web de la Alcaldía de Guayaquil, en su apartado de “Aprendamos” se describe la estructura que mantiene el programa así “Aprendamos: Una oportunidad para superarnos, es el Primer Programa de Educación por Televisión que se implementó en Ecuador. Este proyecto de la M. I. Municipalidad de Guayaquil, se ejecuta a través de Fundación Ecuador y el aval de la Universidad Casa Grande, en cooperación con canales de televisión de señal abierta.

Esta iniciativa municipal, se concibió para que, por medio de la educación a distancia por televisión, se logre democratizar el acceso a la información y a la educación. El proyecto responde a las necesidades de una educación pertinente y de calidad de la población joven y adulta del sector urbano popular, enfrentada a situaciones de pobreza, desempleo, exclusión y acceso limitado al conocimiento. Así, su propósito es mejorar las condiciones de la calidad de vida, democratizar el acceso a la información y favorecer la inclusión social de los habitantes de sectores más carenciados de Guayaquil y del Ecuador en general. Beneficia directamente a hombres y mujeres del cantón, mayores de 15 años de edad.

Este programa educativo, también está cerca del concepto de televisión pública, en la medida en que se establecen objetivos de servicio público, atendiendo las necesidades y demandas de los grupos vulnerables, considerando las minorías que usualmente no interesan a los fines privados por motivos de comercialización de su programación.

La educación a distancia de Aprendamos, ha logrado no solamente llegar a una audiencia local, sino que, gracias a la colaboración de los canales de televisión nacional, ha trascendido las fronteras de este municipio para alcanzar a la población del Ecuador entero e inclusive, a la población de otros países como Estados Unidos, España, Italia, Guatemala, entre otros. El uso de internet, logró que a través de ITunes University, el programa sea visto en el mundo entero, programas como el curso de inglés de Aprendamos, Hello!, ha logrado ser el más consultado en esta plataforma.

Cada curso de Aprendamos cuenta con tres componentes: El Programa de Televisión, el Libro y las Tutorías. El programa se transmite los sábados y domingos, a las 7h00 a manera de cadena en los canales de TV nacional de señal abierta. Participan Ecuavisa, RTS, Teleamazonas, Gamavisión, TC Televisión, Canal Uno, Telerama, Caravana TV, UCSG Radio – Televisión. Los libros se entregan de forma gratuita con la inscripción, además, se publica parte del contenido de los libros en Diario Súper gracias a una alianza estratégica. Las tutorías se imparten de forma gratuita en los CAMI y por consultas telefónicas o vía internet. Además, el trabajo con otras organizaciones de la sociedad civil y del sector privado, es uno de los pilares en que se asienta el Programa, a través de la suscripción de 770 convenios de cooperación interinstitucional hasta el 2013.” (Alcaldía Guayaquil, 2019)

Al inicio, el proyecto se fue adaptando a las diferentes necesidades de la audiencia, añadiendo mejoras y realizando inversiones importantes para su desarrollo ideal. Es así, que en la denominada Primera Fase de “Aprendamos”, este estuvo compuesto en 4 programas en los que se presentaron temas como: Desarrollo de pequeñas empresas, ventas y atención al

cliente, promotor de desarrollo integral infantil e Higiene y Manipulación de los alimentos. Cursos en los que 112.084 mil personas se inscribieron sin costo, estos se dio con la participación y asesoría directa de FORMAR Argentina, producidos y transmitidos por Aprendamos. (Aprendamos Consolidado, 2012)

CONTEXTO

Ámbito Educativo en Guayaquil

El año 2019 asumió la gestión de Alcaldesa la Abogada Cynthia Viteri, lo cual representa un cambio en la dinámica del Municipio y departamentos derivados que se vinculan a través de trabajos sociales que con mayor frecuencia se involucran con fundaciones y empresas con fines de lucro para ciertos casos.

Durante una entrevista televisada, la Alcaldesa Cynthia Viteri, ratificó varios ejes de suma importancia en el desarrollo de sus funciones, los cuales nos permiten conocer la perspectiva y visión con la que se manejan en esta nueva etapa por comenzar, además mencionó información importante sobre la ciudad y el acceso a las tecnologías, al remarcar que tiene un papel fundamental en el progreso y aplicaciones de sus futuros proyectos, todos con una mirada fija hacia el progreso de la ciudad y sus habitantes, como fin principal. En la entrevista resalta que tratar temas de índole social es una de las prioridades de la nueva oficina a cargo, afirma también que a nivel tecnológico, existen actualmente en la ciudad alrededor de “seis mil puntos de conexión a internet gratuitas en diferentes partes de la ciudad” y aseguró que “cada bachiller recibe una Tablet gratuita” estos pertenecientes a centros educativos públicos, y a todo esto afirma que esto debe estar estructurado hacia un mismo objetivo y es la conectividad que la tecnología puede llegar a ofrecer. (Teleamazonas, 2019)

En la actualidad, en Guayaquil se identifican dos iniciativas claves de la Alcaldía, que son “Bachiller Digital” y “Guayaquil Emprende”, las cuales se alinean a los propósitos que se van a desarrollar en el presente documento.

Ámbito Tecnológico

En el portal web de la Alcaldía de Guayaquil se describe el proyecto Bachiller Digital: “Con el objetivo de reconocer el esfuerzo académico de los bachilleres de establecimientos educativos fiscales y fiscomisionales del cantón, desde el año 2014, el proyecto Bachiller Digital, entrega a todos los bachilleres de estos centros educativos, una herramienta tecnológica que les ayude a progresar en su futuro universitario y laboral. Cada bachiller, se inscribe a través de la página www.bachillerdigital.com, luego de lo cual es convocado al evento de entrega donde recibe su Tablet. Este proyecto forma parte del programa Más Educación, con el que se busca fortalecer la calidad de educación en el cantón e incentivar a la ciudadanía a aprender y desarrollarse.” (Alcaldía Guayaquil, 2019)

Innovación y Emprendimiento

La otra iniciativa de la Alcaldía de Guayaquil empezó el 13 de Noviembre del 2017, inaugurando el Centro de Emprendimiento e Innovación Guayaquil Emprende, se trata de un “espacio creado para impulsar el desarrollo de emprendedores de la ciudad” y que tiene como objetivo: “Educar, apoyar, y fomentar la innovación y el emprendimiento como fuente de crecimiento económico de la ciudad, a través del desarrollo de sus habilidades, conocimientos, y capacidades de poner en práctica sus proyectos o ideas; buscando posicionar al ecosistema de emprendimientos de Guayaquil como uno de los más innovadores en Latinoamérica.” (Guayaquil Emprende, 2019)

Acceso a Internet

En lo que representa a la población del Ecuador en cuanto a penetración de internet, la información que nos deja el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) se destaca en los siguientes datos:

- 36% de hogares tienen acceso a internet, de los cuales 44% acceden a través de módem.
- 6% de estos tiene acceso a través de banda ancha (el 11% del total de usuarios de internet).
- 5% accede de forma inalámbrica (el 9% del total de usuarios de internet)
- A nivel rural, el 16.4% accede a internet desde su hogar**.**
- 2% que accede en centros de acceso público.
- El 8.9% accede al internet desde su trabajo.

(INEC, 2016)

Iniciativas Internacionales

A nivel internacional en el caso del Reino Unido, existen iniciativas muy avanzadas en lo que respecta al desarrollo, como gran ejemplo a la cadena BBC, que aprovechando sus plataformas en línea, ha desarrollado contenido audiovisual, orientado a diferentes necesidades en determinados grupos sociales, divididos por etapas de crecimiento.

La “BBC Education” cumple el propósito público de la BBC de promover la educación y es fundamental para cumplir la misión de la BBC de informar, educar y entretener. De esta forma los proyectos se gestionan bajo la sección “BBC Learning” denominados:

“BBC Bitesize”: Plataforma que apoya a los estudiantes con sus estudios fuera del aula, en casa y mientras viajan. Se relaciona directamente con el plan de estudios, apoyando a los estudiantes desde la recepción hasta los exámenes de finalización de la escuela. BBC Bitesize

también apoya a los estudiantes del Reino Unido con recursos en línea que ofrecen inspiración y asesoramiento profesional.

“BBC Teach”: Plataforma que tiene como objetivo apoyar a los maestros seleccionando los mejores videos de la BBC, el archivo de la BBC y otros recursos relacionados con el plan de estudios para usar en el aula.

La cadena afirma en un informe presentado el 25 de Abril de 2019, que su visión se centra en: “Lo que la BBC hace mejor:

-Llegar y motivar a todos los públicos con brillantes contenido, productos y servicios

-Convocar asociaciones poderosas en torno a objetivos clave.

-Ejecutar grandes campañas educativas para entregar un beneficio positivo gradual en la sociedad del Reino Unido.” (BBC, 2019)

Propósito de UNESCO

A nivel regional la UNESCO, en su informe para América Latina y el Caribe en 2015, bajo el programa educación para todos, resalta lo siguiente acerca de sus propósitos, “El post-2015 trae consigo el imperativo de un desarrollo humano más justo y sostenible. Combatir la desigualdad en todas sus dimensiones se convierte en el centro de los esfuerzos mundiales en todos los ámbitos del desarrollo y por lo tanto en el sentido primordial de la nueva agenda mundial 2015-2030.” (UNESCO, 2015)

Es por esto que llevan a cabo una iniciativa desde el 2015, cuando a nivel latinoamericano se resolvió, generar un cambio mediante el Programa EDUCACIÓN 2030, dejando así un amplio análisis para la consecución de varios objetivos dentro de un “SISTEMA DE INFORMACIÓN DE TENDENCIAS EDUCATIVAS EN AMÉRICA LATINA” (SITEAL).

Documento que reúne información práctica sobre la situación de los 19 países involucrados, y además dividen temas educativos por orden de etapas de crecimiento, y su

impacto con las tecnologías de la información, todos alineados al objetivo de desarrollo sostenible (ODS) número 4, el de “Educación de Calidad” (UNESCO, 2019).

El cual funciona como un plan de desarrollo por contenidos audiovisuales, que propone un cambio en la forma de consumir contenido que aporte netamente al desarrollo, alineado objetivos por cumplir, detallando cada etapa del mismo y que enlista varias normativas que se deben aplicar en determinado sector.

Otro ente que opera con la UNESCO, es el “Instituto Internacional de Planeamiento de la Educación” (IIPE), presentó un informe sobre la situación de República Dominicana que lleva como título “ESTRATEGIA NACIONAL PARA LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN” (eDominicana) y que tiene como autores institucionales al Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), el Banco Mundial, e Indotel.

Donde se hace referencia al uso de las nuevas tecnologías y su presencia dentro del proceso de aprendizaje, también informa sobre datos que están presentes en todo el país, cómo funciona y está estructurado en el ámbito educativo. “e-Dominicana busca propiciar el desarrollo humano, construir ventajas competitivas y brindar mejores oportunidades a todos los habitantes, a través del uso, apropiación y desarrollo de las Tecnologías de información y comunicación.” (IIPE-UNESCO, 2018)

Programas Educativos en Ecuador

A nivel nacional, la oferta de programas educativos empieza el 2003 con el programa “Aprendamos: una oportunidad para superarnos”, dirigida a pùblico adulto, con una oferta televisiva de contenido destinado a mejorar su calidad de vida.

Luego el 2012, el Ministerio de Educación lanza la franja EDUCATV, con el objetivo de dar soporte al programa de educación regular dictado en al aula de clases.

El 2015, Jirafa Producciones lanza Pluri TV, programa educativo con el objetivo de culturizar a la población con temas de historia y cultura del Ecuador (Diario El Telegrafo, 2015)

Las propuestas acercadas a este programa en particular (Aprendamos), son de suma importancia para mantener un orden histórico de lo que se ha desarrollado en los últimos años, para cambiar la forma del programa y cómo se desenvuelve en la sociedad, o a su vez proponer mejoras como lanzar nuevas plataformas, además del uso de internet, que trajo para el programa un factor clave que es el estudio a distancia. Dando paso al uso de canales alternativos como la aplicación de YouTube, que es donde "Aprendamos" migró varios videos de contenidos respectivos a sus materias en proceso, y destinado a un grupo social específico dependiendo los temas a tratar.

Proyecto Complementario al Programa Aprendamos

El proyecto audiovisual "Aprendimos", es un trabajo académico resultado de un proceso de titulación realizado por alumnos de tercer nivel de la Universidad Casa Grande, proyecto que fue destinado a ampliar el horizonte comunicacional del programa Aprendamos; y se destaca que los procesos de enseñanza-aprendizaje, es la forma de contribuir de forma eficiente al programa.

Entre los alcances de este proyecto se buscaba actualizar la imagen del programa Aprendamos a través de piezas audiovisuales, con el fin de acceder a las plataformas de comunicación actuales. Además, el mencionado proyecto consistió en elaborar cápsulas que estén enfocadas en resaltar la importancia del programa en medios de comunicación y espacios a los que sus usuarios tengan acceso. (Landazuri, 2017)

Revisión Literaria

En este contexto y con la finalidad de ajustar el proyecto a la presente era tecnológica en la que vivimos, vale destacar lo mencionado por Jan Philipp Schmidt (2010) citado por

Cobo y Moravec, 2011, quien en el artículo “Introducción al aprendizaje invisible: la (r)evolución fuera del aula” advirtió sobre los problemas que en el futuro enfrentaría el sector educativo superior principalmente debido a un desfase entre las habilidades enseñadas y las requeridas en el mundo técnico-profesional, una formación de corto alcance que no prepara adecuadamente para los desafíos del mañana; entre otros. Consecuentemente podemos advertir cómo esta situación que refirió Schmidt, hoy en día tiene gran verdad puesto que ya nos enfrentamos a nuevos modelos de aprendizaje continuos orientados a estimular el desarrollo de competencias conforme a las demandas del mundo actual.

Conceptos Relacionados

En este documento se abordarán conceptos claves para la realización pertinente de la propuesta de este proyecto, tales como:

- “eLearning” que es una plataforma tecnológica gracias a la cual es posible gestionar cursos por Internet.
- Contenido Audiovisual: Multimedia. que se refiere a cualquier producción que contenga una sucesión de imágenes y/o audio susceptible de ser emitida y transmitida.
- Cursos En Línea Masivos y Abiertos. Identificado como MOOCs por sus siglas en inglés: Massive Open Online Courses que se refiere como un fenómeno que integra la conectividad de las redes sociales, siendo su cualidad más importante la posibilidad de participación activa de incontables "estudiantes" acorde a objetivos, conocimientos y habilidades previas y los intereses comunes de aprendizaje. (McAuley et al., 2010)

Propuesta

El presente proyecto de aplicación profesional Televisión para el desarrollo forma parte de la modalidad de titulación de tercer nivel de la Universidad Casa Grande. El pedido inicial fue elaborar un programa piloto de Edutainment para televisión, sin embargo a raíz de

las investigaciones realizadas por el grupo interdisciplinario, se llegó a las conclusión de que era más óptimo desarrollar contenido audiovisual adaptable que luego sea destinado a una plataforma educativa digital en línea de la iniciativa Aprendamos Más .

Partiendo de aquel pedido durante el seminario integral de titulación se estableció desarrollar la herramienta árbol de problemas.

Problema Central

Los contenidos audiovisuales para el desarrollo, producidos por Aprendamos, no consideran nuevos hábitos los consumos mediáticos y necesidades de la audiencia"

Uno de los efectos tangibles, es la baja audiencia en los ùltimos años, registrada la compañìa Kantar Ibope, empresa dedicada a la medición, el monitoreo y la planificación de medios.

Perfil de Beneficiarios

La propuesta está planteada para las personas que tienen negocios y requieren desarrollar destrezas especìficas para promocionar sus productos en redes sociales. Además que deban tener experiencia usando un dispositivo con acceso a internet. Lo que conlleva a que las personas que serán incluidas dentro de estos grupos objetivos debían llevar un aprendizaje mediante una plataforma digital, para esto hay que mencionar la importancia de los nuevos consumos mediáticos y tendencias a nivel mundial.

En tanto que los beneficiarios se preparen mediante el manejo de contenido educativo audiovisual para un futuro aprendizaje es importante destacar una publicación para Revista Electrónica Formación y Calidad Educativa (REFCE) , menciona que "Los medios audiovisuales permiten incrementar la activación y motivación de los alumnos hacia un aprendizaje desarrollador, al brindar la posibilidad de recrear el tiempo, el espacio, el tamaño de los objetos y además, introducir estímulos motivacionales." (Mendoza, Marín y Tirado, 2015)

Además el mismo documento se refiere a varios aspectos más que influyen en este proceso de aprendizaje, y hace referencia sobre “El audiovisual como recurso para enseñar y aprender en el aula: Un estudio de Cáceres (2007) aborda el balance cualitativo entre comunicación y educación y se prioriza la preocupación que tiene el sector educativo, en cómo las tecnologías de la información y la comunicación conviven como técnicas educativas en el entorno de aprendizaje en las aulas.” (Mendoza, Marín y Tirado, 2015)

Actores Involucrados

En lo que respecta a los demás actores involucrados son:

- Alcaldía de Guayaquil: Dirección de Acción Social y Educación
- Universidad Casagrande
- Los realizadores del Proyecto

Alcaldía de Guayaquil, a través de su Dirección de Acción Social y Educación promueve y financia iniciativas de educación en línea, adecuada a las necesidades de sus ciudadanos.

La Universidad Casa Grande no solo funcionará como una entidad académica como lo estaba en el proceso de desarrollo de matrices pedagógicas con respecto al curso para la realización del contenido del proyecto audiovisual.

Los realizadores del proyecto “Televisión para el desarrollo”, que son el grupo de alumnos interdisciplinarios de la Universidad Casa Grande, que realizarán actividades pertenecientes a la producción del contenido que se va a ofrecer como una propuesta de cambio y listo para su uso y retransmisión.

Objetivos

Desarrollar el “Curso de Fotografía móvil para redes sociales” , para lo cual se trabajó en los siguientes componentes:

- Investigación del entorno, necesidades y preferencias de formación para definir el perfil de los usuarios

- Diseño del componente pedagógico para definir el contenido de los cursos
- Pre- producción, producción y post producción

Para lo cual se estructuró un diseño de investigación que detalla el enfoque de investigación para cada tema, siendo este cualitativo, cuantitativo, o mixto. También se describen las técnicas que pueden ser usadas mediante este proceso investigativo, como pueden ser el uso de fuentes bibliográficas, entrevistas, observaciones, grupos focales, entre otros.

Cabe destacar que para que ocurra el aprendizaje a través del Curso Fotografía Móvil para redes sociales, es imprescindible la determinación personal y autonomía de los cursillistas, tal como dice Monereo (2001) "... autonomía no cómo independencia, sino como facultad de tomar decisiones que permitan regular el propio aprendizaje para aproximarlo a una determinada meta, en el seno de unas condiciones específicas que forman el contexto de aprendizaje" . (p.12). En ese sentido, el desarrollo de una campaña de comunicación es clave para motivar a los estudiantes a inscribirse y concluir el proceso, evitando la deserción.

Declaratoria de la Experiencia a Sistematizar y Objetivos de la Sistematización

El presente documento sistematiza el análisis benchmarking de la comunicación de la competencia de Aprendamos Más, durante el año 2019. Realizada en el marco del proceso de los proyectos de aplicación profesional (PAP), como requisito previo al título Licenciado en Administración y Marketing Estratégico.

Objetivo General

Describir el proceso del Análisis Benchmarking de la comunicación de la competencia de Aprendamos para el contenido que contendrá el curso destinado para la plataforma de Aprendamos Más.

Objetivos Específicos

- Describir el proceso de Análisis Benchmarking de la comunicación de la competencia de Aprendamos Más.
- Describir los aprendizajes generados a lo largo del proceso del Análisis Benchmarking.
- Identificar los aciertos y desaciertos del análisis benchmarking de la comunicación de la competencia de Aprendamos Más.
- Establecer parámetros que sirvan como guía para los alumnos o profesionales de otra índole que se articulen al desarrollo de cursos para la plataforma Aprendamos Más en futuras instancias.

Reconstrucción Histórica de la Experiencia

Seminario Integral de Titulación

En el mes de abril de 2019 previo al Seminario se realizó una reunión para socializar los proyectos y conocer las consignas sobre cuál era la problemática en sí mismo, adicionalmente se explicó el contexto de la televisión ecuatoriana y sus deficiencias en relación a los contenidos educativos actuales.

Durante esta reunión se recomendó revisar los contenidos de la televisión ecuatoriana para confirmar la validez de la información proporcionada. Fue posterior a esta reunión que la organización pasó a ser un pilar fundamental para cumplir con los objetivos trazados y metas que debían ser completadas en tiempo establecido por los organizadores del grupo. La relación entre los integrantes del grupo siempre fue bastante buena y para estar permanentemente comunicados fue creado un grupo de Whatsapp integrado por los estudiantes y los guías del proyecto.

La integración y afinidad entre todos fue primordial, de esta forma facilita el desarrollo de las actividades planteadas para ir avanzando con el proyecto. La diversidad de experiencia del equipo hizo más fácil la tarea.

Para el desarrollo del trabajo se efectuaron múltiples actividades de integración donde los miembros del grupo supieron definir reglas y metas alcanzables para el cumplimiento los objetivos.

Al inicio del Seminario de Titulación fue donde se comenzó a realizar las primeras reuniones con el grupo, se mostró el calendario de actividades e instancias para cada uno de los proyectos, donde se destacaron las más importantes como la presentación del pregrado y el grado final, además comunicaron las ponderaciones correspondientes a cada una de las instancias calificadas, entre ellas la presentación del "Pechakucha" correspondiente al primer 15%.

Durante el Seminario fue entregada la Pauta del documento para conocer todos los puntos que se debían presentar para el desarrollo de la sistematización de la experiencia.

Uno de los puntos más importantes fue la herramienta del árbol de problemas, herramienta indispensable para encontrar causas estructurales el problema general y los efectos derivados. Asimismo, las causas y efectos se explican mediante un descriptor que en breves palabras da a conocer lo que quiere decir esa causa y un indicador hace referencia a los autores o citas acerca de temas específicos que se esté tratando en dicha causa o efecto.

El problema identificado es "Los contenidos audiovisuales producidos por Aprendamos no consideran nuevos hábitos de consumos mediáticos y necesidades de la audiencia"

Desde el inicio siempre se tuvo claro que la problemática era de gran impacto y por demás trascendental para la comunidad, misma que involucra muchas implicaciones como por ejemplo encontrar mecanismos que motiven la integración de antiguos usuarios de Aprendamos a la nueva plataforma digital así como de nuevos usuarios.

Durante la primera etapa de la investigación, uno de los retos más importantes fue establecer el campo de acción para lograr cumplir las tareas en el tiempo programado. El

equipo logró completar las tareas según el cronograma donde se establecieron los tiempos de ejecución con fecha límite de entrega.

Los primeros trabajos realizados consistieron en recopilar la información sobre Aprendamos, para comprender cómo estaba siendo manejada la comunicación al interior del proyecto. Es así como pudimos conseguir tener una idea más clara de cómo se venía comunicando a la audiencia el programa y lograr cumplir los objetivos transversales del proyecto.

Taller de Validación Aprendamos Más 2019

La Dirección General y Vinculación con la comunidad a cargo de Jessica Quintana, en virtud del avance respecto al diseño e implementación de la Plataforma Virtual Aprendamos Más, convocó al equipo a un "Taller de Validación Aprendamos Más 2019", para revisar un prototipo navegable que disponía de un módulo cargado. A este taller asistieron un grupo de expertos en comunicación, pedagogía y tecnología educativa así como funcionarios de la Alcaldía de Guayaquil, y los guías del presente proyecto.

Se evidenció que la plataforma contaba con el curso "Hello!", siendo este un ejemplo de los cursos por subir, entre otros mencionados como el Cuidado de Adultos Mayores, además de revisar las diferentes secciones que comprendía aquella página web, tales como la pantalla de inicio, el espacio para preguntas frecuentes, esta última resultando en consenso de mejorar la presentación de la información que proyectaba, ya que era demasiada información que de otra forma audiovisual se recomendó realizar aquellas directrices en base a un video tipo "Teaser", detalle fundamental para el desarrollo de las siguientes actividades programadas.

Luego de aquella intervención se estima que fueron dos meses de constantes investigaciones, consultas, conversaciones, debates, consensos, hasta lograr consolidar las bases del proyecto que ya se comprometía con la creación y producción de un curso que

pudiera formar parte del ecosistema digital Aprendamos Más. Tal es así que, en la primera reunión de división de funciones, se designó la creación de una propuesta para una campaña de comunicación para una futura difusión del contenido a cargo del grupo del proyecto, el mismo que estaba sujeto a aprobación. En virtud de ello, con antelación se tomaron las debidas precauciones para así avanzar sin mayores dificultades; no obstante en el trayecto se atravesaron diversos obstáculos que fueron favorablemente superados apoyados en la experiencia de los guías y equipo de trabajo, obstáculos que luego enriquecieron la experiencia vivida.

Vale mencionar que una vez que se había superado y se contaba con la información para el desarrollo del tema "campaña publicitaria", posteriormente con dirección de los guías el tema fue modificado a la realización de .

Se logró afianzar cada idea, para lo cual se sugirieron revisar las tendencias de educación en línea gratuita en otros países y se logró contactar con profesores que están participando activamente en esta modalidad de estudio, tomando como ejemplo los horarios, las interacciones, las metodologías, temas transversales que intervienen, entre otros.

Desarrollo de la Arista a Sistematizar

Para el desarrollo del Análisis Benchmarking de la comunicación de la competencia de Aprendamos que se propondrá en la implementación de la Plataforma en línea de Aprendamos Más se debió revisar toda la información obtenida relacionada con la comunicación del proyecto Aprendamos; siendo los integrantes de grupo, Diego Ordoñez, Gabriel Andrade, Arturo Navarrete, Javier Villamar, y Miguel Rosero, quienes contribuyeron con valiosas sugerencias y resúmenes de las investigaciones realizadas, aportando valiosamente en la fase de investigación, considerando en todo momento lograr el bienestar del proyecto en general y teniendo presente también el bienestar de cada uno de sus integrantes. En esta fase también se destaca la intervención y el constante apoyo profesional

de los guías del grupo José Miguel Campi y Jessica Quintana, quienes enriquecieron el proyecto, dándonos retroalimentación y ajustes para futuros avances del proyecto.

La modalidad de trabajo se desarrolló con reuniones en las que se llegaron a aprobaciones conjuntas durante todas las etapas de la investigación sin que en ningún momento se quedaran sin integrar y consensuar cada idea y planteamientos, dándole atención a las necesidades puntuales, evaluando costos y demás para llevar a cabo el proyecto.

En el transcurso de la investigación se presentaron muchas inquietudes, por lo que se procedió a establecer activamente las intervenciones con todo el equipo, haciendo una lluvia de ideas, elaborando preguntas y encontrando las respuestas más idóneas para el desarrollo del trabajo, como por ejemplo cómo se llega actualmente a la mente del consumidor, su público objetivo, entre otros. De esta manera se pudo identificar las mejores tácticas a desarrollar, mensajes y formas de comunicar, acciones estratégicas para integrarlas con las nuevas y actuales formas de interacción en internet.

Resultó de suma importancia para el desarrollo de los objetivos, el trabajo con el equipo, siendo así mayormente efectiva, logrando que el mensaje sea entregado y entendido. Posteriormente se conversó con el equipo para compartir las experiencias y recomendaciones para aplicar mejoras al trabajo.

Durante varias semanas se cumplieron con reuniones previamente pactadas y que se llevaban a cabo dentro de la oficina prestada por uno de los integrantes o vía Google Drive, para sumar cada experiencia vivida y sugerir recomendaciones con el propósito de elaborar con éxito las actividades programadas. Además que, desde un principio se procedió con la creación de un grupo a través de la aplicación móvil WhatsApp, lo que permitió mantener una comunicación permanente y más compenetrada para los diferentes propósitos, tanto que las reuniones para tratar el tema con mayor profundidad, se las realizaban a partir de las 6 de

la tarde ya que algunos de los integrantes del grupo no se podían desligar completamente de sus responsabilidades laborales.

Presentación del Pregrado

Para la instancia del Pregrado, se diseñó en formato *Power Point* una presentación formal de lo trabajado, en la que se dieron a conocer los futuros que serìan desarrollados en la siguiente instancia:

- Descripción del curso, formato, estilo audiovisual, propuesta estética del set, vestuario, iluminación
- Dimensión pedagógica: diseño inverso y contenidos
- Dimensión audiovisual: Teaser, video introductorio y cursos
- Campaña de comunicación

Al finalizar, el pregrado, los jueces de aquella instancia se pronunciaron con comentarios claves, los cuales posteriormente fueron analizados bajo el criterio de los guías del grupo, para que se puedan conseguir los mejores resultados de los temas pendientes a trabajar, de modo que se llegue a la instancia final del proyecto, la presentación del grado, con un curso producido por el grupo y de esta forma que se complemente con un análisis benchmarking de la comunicación de la competencia de Aprendamos Más.

Se sostuvieron varias reuniones al final con el propósito de identificar temas que se debían investigar, las actividades que hacían falta realizar y las que se debían corregir o mejorar. Entre los temas a investigar se destacó la competencia regional (Latinoamérica) y a nivel mundial de páginas con contenido educativo audiovisual en castellano. Adicionalmente se destacó la importancia para el proyecto el realizar una correcta Auditoría de medios y redes sociales, para lo cual se recopiló información sobre cómo está comunicando actualmente la competencia, es decir cómo presentan sus contenidos, cuando y en qué

frecuencia, con qué propósito y mayores desafíos que presenta su plataforma y cómo se relaciona con sus usuarios.

Durante la última reunión grupal con los guías, para presentar los avances individuales de lo elaborado hasta la fecha de cada uno de los componentes asignados, se recibieron algunos lineamientos para el análisis benchmarking de la comunicación de la competencia de Aprendamos Más, lo que permitió continuar con la investigación de los actores involucrados en el medio, y se determinó que están realizando acciones de comunicación para atraer usuarios frecuentes a sus respectivas plataformas, analizando las técnicas y el lenguaje empleados en sus comunicaciones, interacciones con sus usuarios, y tomando en cuenta el reconocimiento que ellos tienen sobre la marca/plataforma.

Entre las funciones asignadas, a cada miembro, Diego Ordóñez realizó la “Biblia” que permitió orientar las actividades en la fase del desarrollo del análisis benchmarking de la comunicación de la competencia de Aprendamos Más. Sumado a esto la propuesta estética del curso a proponer, es de vital importancia para coincidir con los formatos actuales en las que se desarrolla la producción de cada set, teniendo en cuenta que se va a ambientar un espacio fresco y renovado, para continuar alineados a la nueva plataforma.

El trabajo que realizó el compañero Miguel Rosero es la hoja de ruta, de suma importancia, ya que él está encargado de preparar el esquema con el que se desarrollarán los cursos, como un posible plan de acción, incluyendo la tipificación de una tabla de contenidos para escoger de entre ellos uno, que se vaya a desarrollar y producir, para su entrega final.

El encargado del diseño instruccional, fue Javier Villamar, formato por el cual futuros colaboradores dentro del desarrollo de los módulos, puedan obtener el ejemplo de cómo se usaron los recursos y requisitos básicos que el proyecto necesite, utilizando un plan para solventar las necesidades de los usuarios potenciales de la plataforma Aprendamos Más.

Conceptualización del Análisis Benchmarking

En última instancia, se presentó información preliminar sobre la Investigación realizada ante los tutores en una última reunión que se sostuvo con ellos, y seguidamente se realizaron los ajustes adecuados a la consecución final de los objetivos planteados previamente.

Para comenzar a realizar acciones en redes sociales, es necesario realizar un análisis benchmarking de la comunicación de la competencia de Aprendamos Más, para seguidamente implementarlo y monitorearlo, con la finalidad de disminuir posibles riesgos e inconvenientes, afines a los usuarios, durante su ejecución.

Auditoría de Redes Sociales

Se destaca que previo a la estructuración del referido plan, se debe considerar la realización de una auditoría de redes sociales, la que permitirá identificar la presencia en redes sociales de otras plataformas educativas presentes en el mercado, así como en este proyecto se analizó constantemente varios referentes en lo que respecta a plataformas educativas en línea, la cual estará publicada en la internet próximamente de manera oficial.

Como parte del análisis benchmarking de la comunicación de la competencia de Aprendamos Más se realizó:

1. Un levantamiento de información inicial sobre los canales oficiales de comunicación actuales de la Alcaldía de Guayaquil. (INVESTIGACIÓN)
2. Una auditoría de redes sociales. (SOCIAL MEDIA AUDIT por su definición en inglés)
3. Determinar indicadores claves de rendimiento, que funcionan como medidores de desempeño con el fin de monitorear el vigente plan en desarrollo. (KPIs por sus siglas en inglés)
4. Diseñar un análisis benchmarking de la comunicación de la competencia de Aprendamos Más que de pauta en base a los indicadores claves de rendimiento.

5. Definir un presupuesto aproximado para pautar adecuadamente en la web y en redes sociales.

Desarrollo

1.- La Alcaldía de Guayaquil, aliado estratégico del programa Aprendamos cuenta con algunos canales de comunicación con sus usuarios. A continuación se detallan algunos:

Estaciones y paradas de Metrovía

Paletas publicitarias

Vallas publicitarias

Circuito cerrado

Puntos de red Wi-Fi con acceso a internet gratuitos (de 6.000 en adelante)

Todos estos canales de comunicación podrían ser utilizados sin costo por el programa Aprendamos Más para la difusión de sus cursos gratuitos, y de esta manera llegar a los potenciales usuarios de la plataforma.

Se revisaron las cuentas en redes sociales de algunos aliados estratégicos, y en base a lo identificado se conformaron los siguientes cuadros informativos:

Cuentas oficiales de la Alcaldía de Guayaquil		
Red Social	**Seguidores**	**Interacción**
Facebook	348.280	150 me gusta en promedio al día
Twitter	662,3	11 Retweets en promedio
Instagram	106.000	200 me gusta en promedio

Cuentas oficiales de la Dirección de Acción Social y Educación		
Red Social	**Seguidores**	**Interacción**
Facebook	60.478	15 comentarios promedio

Twitter	4.735	5 Rt por publicaciòn en promedio
Instagram	36.800	200 likes por publicación

En estas cuentas se anuncian obras realizadas, proyectos educativos (centro de desarrollo educativo de la Alcaldía de Guayaquil) y programas de medicina gratuitos, la frecuencia de posteo es 3 publicaciones diarias, se registran 5 retweets por publicación en promedio.

Redes Sociales de Aprendamos		
Red Social	**Seguidores**	**Interacciones**
Facebook	3.638	150 Reacciones aprox.
Twitter	803	5 Retweets
Instagram	2.113	200 likes
YouTube	6120	200 visualizaciones

La auditoría de redes sociales estuvo dada en base a la competencia presente en el mercado de páginas web educativas con similares objetivos siendo estos referentes a nivel regional. Se analizaron las siguientes plataformas: Crehana y Domestika.

Crehana		
Red Social	**Seguidores**	**Interacción**
Facebook	479.020	200 visualizaciones 5 compartidos
Twitter	9.591	5 RT

Instagram	146.000	200 visualizaciones 4000 visualizaciones en IGTV
YouTube	42.600	200 visualizaciones

Domestika		
Red Social	**Seguidores**	**Interacción**
Facebook	1.020.058	200 visualizaciones 5 compartidos
Pinterest	9, 5 millones al mes	1228 tableros, tutoriales
Twitter	71.300	15 Rt
Instagram	670.000	2000 visualizaciones 5 compartidos
Vimeo	3037	2000 visualizaciones 5 compartidos
YouTube	115.000	35 comentarios 5 compartidos

A partir de la Auditoría de Medios de las plataformas digitales tomadas bajo consideración para realizar el análisis externo de competidores y referentes, se pudo desarrollar un análisis benchmarking de la comunicación de la competencia de Aprendamos Más, misma que podrá ser utilizada para implementar a futuro en la plataforma digital de Aprendamos Más.

La forma en la que los consumidores acceden a los productos ha sido revolucionada por la presencia de la tecnología. La manera tradicional en la que los consumidores adquirían sus productos ya no es la misma. Los celulares, las redes sociales, aplicaciones móviles y otros muchos adelantos han cambiado las expectativas de quienes compra.

De acuerdo a una encuesta realizada por el equipo de trabajo a un grupo de personas de edades entre 18 y 30 años aproximadamente, sobre las necesidades de formación se pudo identificar las orientaciones del consumidor, equipos que utiliza, sus necesidades de formación, preferencias, y gustos. Casi en su totalidad en un 98.2% el grupo encuestado mencionó que dispone de acceso a internet, de los cuales acceden con frecuencia con dispositivos en su mayoría celular inteligente (Smartphone por su denominación en inglés). Cabe destacar que el consumidor actual se inclina más hacia la practicidad de la compra, prefiere una experiencia donde prime la rapidez, eficacia y comodidad al no requerir salir de casa para efectuar la compra. Cada vez son más los usuarios que acceden a educación en línea.

La oferta cursos gratuitos en línea está en su mayor apogeo, notándose así una mayor aceptación del aprendizaje online, el cual presenta muchas ventajas como disponer a toda hora de los recursos audiovisuales y clases en vivo, horarios que se ajustan a las actuales profesionales y su escaso tiempo.

Para lograr el posicionamiento de la plataforma Aprendamos Más, es necesario implementar adecuado análisis benchmarking de la comunicación de la competencia, que vayan acordes con la era tecnológica actual que vivimos, para lograr obtener una buena imagen en redes sociales, y conseguir una adecuada segmentación de los usuarios potenciales.

Análisis Benchmarking de la Comunicación de la Competencia de Aprendamos

- Mantener permanente comunicación en las cuentas de Facebook e Instagram con piezas que puedan ser compartidas, viralizables y contenido pensado exclusivamente para redes sociales, relacionados con la temática del curso y la marca Aprendamos Más.

- Pautar piezas cortas con contenido relevante para el grupo objetivo, de corta duración, que contengan enlaces a la Plataforma Aprendamos Más y así incentivar a que los usuarios se suscriban a los cursos.
- Se creará una aplicación el celular y así motivar a los potenciales clientes a inscribirse en la plataforma.
- De acuerdo a la investigación realizada se planteó que la frecuencia de posteo en redes sociales sería el horario de publicación de definido es:

Facebook: 3 publicaciones al día.

Twitter: 4 tuits al día.

Instagram: 3 imágenes al día.

LinkedIn: 1 publicaciones al día.

YouTube: 2 videos por mes.

El presupuesto se establecerá en base a una cantidad determinada de dinero que sería destinado al respectivo pautaje en las redes sociales seleccionadas, acordes a indicadores claves que previamente se hayan establecido.

Se elaboró un presupuesto estimado para las actividades en redes sociales para garantizar el éxito de las actividades y acciones programadas. Esta fase se centró en la adecuada selección del contenido a publicar y determinar las inversiones publicitarias, escogiendo sólo aquellos anuncios que les interesen y tomar en consideración el diseño de “Teasers” con material propio para promocionar los cursos.

Cada campaña de en redes sociales deberá ir acompañada de su respectivo valor de Pauta para medir el rendimiento de la inversión, por ejemplo para las campañas de intrigas (Teasers por su definición en inglés) se establecerá un valor de inversión de US$ 150.00 donde el retorno de la inversión será 150 clics, 1000 visualizaciones, 50 contenido

compartido, 100 enlaces a la web y 50 usuarios inscritos, a medida que se aumente el valor de la inversión, se obtendrán múltiples cantidades de alcance.

Análisis e Interpretación Crítica de la Experiencia y Dimensión Individual de la Experiencia Individual de la Evaluación de Resultados

Aspectos positivos

El equipo y su predisposición al trabajo colaborativo, buscando constantemente recursos y estrategias, compartiendo información en un repositorio digital de usos común con documentos, imágenes, presentaciones, hojas de cálculo, mesas de trabajo virtual para dibujar, armar y reunir información relevante para cada una de las instancias formales e informales.

Para la realización del trabajo se contó con recursos adecuados espacio físico bien equipado y equipos, conexión a internet y equipos tecnológicos.

Un aspecto positivo es la experiencia laboral de los miembros del equipo y el liderazgo de los miembros del equipo de la carrera audiovisual que condujeron el proceso, ya que el eje central es la generación de contenidos audiovisuales.

Es importante destacar los conocimientos impartidos en el seminario integral que permitió orientar las directrices, los efectos y causas de atención prioritaria y orientación en la toma de conciencia respecto de la importancia que reviste la responsabilidad social.

La disposición de los guías, asesores, el equipo coordinador de los PAP`s dispuestos siempre a dar el soporte y orientación necesarios para la realización del proyecto.

Aspectos negativos

A lo largo del proyecto realizado por el equipo interdisciplinario, se previeron costos de manutención para las actividades grupales, sin embargo el proyecto no contó con un

financiamiento económico sustancial destinado al desarrollo de los productos finales que se tenían como meta entregar, ya que no hubo una adecuada gestión para aquello.

En las diferentes actividades presenciales o de manera virtual, no se trabajó de manera óptima en lo que respecta al manejo del tiempo, lo que ocasionó el incumplimiento de algunas tareas asignadas en las diferentes fechas, por tanto que se necesitaba hacer uso de herramientas de planificación para conseguir mejores resultados.

Por otro lado, la realización del presente proyecto contaba con el aporte de los guías del mismo, los cuales en su calidad de funcionarios activos de la iniciativa de Aprendamos Más, ofrecían muchos aportes, tal es que era oportuno compartir los avances realizados y efectuarlos de una manera que se trabaje colaborativamente con algunos de los actores involucrados que estaban participando de las acciones relacionadas al proyecto vigente, por lo tanto hubo una ineficiente gestión de las redes de colaboración que estaban al alcance.

Uno de los aspectos más difíciles de lograr fue la determinación individual para asumir tareas y responsabilizarse por ellas y la distribución adecuada del tiempo. Ya que como dicen Whetten y Cameron (2005) "El manejo del tiempo con un método de eficacia significa que 1) los individuos pasan su tiempo en los asuntos importantes, no solo en los asuntos urgentes; 2) las personas son capaces de distinguir claramente entre lo que ven como importante y lo que ven como urgente; 3) los resultados y no los métodos son el enfoque de las estrategias de administración del tiempo; y 4) la gente tiene una razón para no sentirse culpable cuando debe decir "no".

Aprendizajes generados

Siempre que vayamos a iniciar un proyecto de cualquier tema en primer lugar se debe considerar el sentar las bases en que se desarrollará el mismo incluyendo hasta el producto final, estimar presupuestos, establecer una comunicación fluida, sencilla y clara con los

integrantes del equipo, fijar actividades y demás, así como anticipar la presentación de hipotéticos problemas y sus posibles soluciones. Lo más importante de un proyecto es la organización, la planificación y la administración eficaz de cada elemento clave como por ejemplo el tiempo y las personas que intervendrán en el mismo. Por otra parte es importante identificar el talento que tiene cada uno de los integrantes junto con sus fortalezas y debilidades para orientar de mejor manera las capacidades y potenciar las intervenciones y resultados en el transcurso de lo que dure el proyecto.

En este escenario, se requiere contemplar varios elementos, que en conjunto, contribuyan a las acciones necesarias para que el proyecto se consolide y sea competitivo en toda su dimensión , en consecuencia debemos considerar en primera instancia donde se encuentra la información que se desea recopilar para cubrir los objetivos de la investigación. En este caso se debe coordinar estas acciones en conjunto con el grupo y guías del proyecto de acuerdo a la etapa del proyecto en desarrollo.

Así también tomar en cuenta la utilización de recursos académicos tales como : libros digitales, libros tradicionales, y demás bibliografía que coadyuve a tener una pauta e información más precisa sobre determinado tema ya que los autores de éstos tiene mayor información y amplio y probado recorrido en temas relacionados y de ésta forma se pueden evidenciar resultados de manera tangible para comparar y contrastar con la información existente relacionada con el momento en el que se desarrolle la investigación.

Se recomienda tener bien identificado el comportamiento de cada integrante y cómo este comportamiento va a influir en el avance o detenimiento del proceso; siendo para ello necesario fijar funciones específicas para cada miembro del proyecto y adicionalmente establecer en armonía y consenso un líder con buen carisma activo objetivo y comprometido que además tenga la suficiente habilidad y firmeza para poner orden si acaso algún miembro

se sale de contexto en algún evento grupal o está deteniendo el proyecto. Este líder adicionalmente deberá sostener permanente comunicación con todos los integrantes del equipo y evidentemente con los Guías del proceso de titulación.

En la parte de la arista relacionada la realización de la propuesta de un análisis benchmarking de la comunicación de la competencia de Aprendamos Más, se recomienda investigar constantemente a la competencia presente en el mercado actual y mantenerse informado de muchos de los temas relacionados al proyecto y sus objetivos. Tomando en cuenta las actividades y acciones que realizan los referentes, estos pueden ser expertos en plataformas debidamente reconocidas por su experiencia y recorrido en el medio puede servir como pauta para implementar acciones similares que coadyuven al logro de la metas trazadas desde el inicio y modificadas en el transcurso.

Autoevaluación

Desde el inicio del proyecto lo tomé con profunda complacencia, ya que me pareció un reto más en mi vida personal y profesional que con seguridad me brindaría mayores conocimientos y sobre todo tener experiencias que me dejarían aprendizajes en todo sentido. Uno de los aspectos que más me cautiva es la de sostener comunicación con las personas y conocer el comportamiento de cada una de ellas para seguidamente establecer una relación afectuosa y respetuosa. Fue así como inicié mi trayectoria en este proyecto, que a pesar de los múltiples obstáculos que se me presentaron en ciertas instancias, supe apoyarme en mi grupo de trabajo, quienes me guiaban y alineaban sobre las modificaciones que se nos presentaban, y sin duda que el objetivo compartido se sentía en el ambiente de trabajo y me siguen motivando constantemente a seguir avanzando con las diversas actividades.

Con estos antecedentes quiero especificar a manera de puntos mi trayectoria e intervención en cada una delas etapas del proyecto:

Del calendario.- Fue mi guía para estar al tanto del programa que se debía cumplir de manera presencial conjuntamente con los participantes de mi grupo el cual me fue compartido por parte de los organizadores de los proyectos de aplicación profesional y éste a su vez se los refrescaba a mis compañeros cada ocasión que se lo requería.

Del Seminario.- Este fue de gran ayuda para instruirme sobre cada una de las instancias que el referido calendario mencionaba y que no entendía en su mayoría y también me fue útil para consolidar las relaciones con mis nuevos compañeros del equipo de trabajo.

De las Instancias Oficiales.- Cada uno de los entregables por instancia requería una aprobación de los Guías lo cual no siempre cumplí acorde a las fechas pactadas lo cual llevó a que se exponga considerablemente mi continuidad en el proyecto, ya que para la instancia de contexto de la experiencia del documento individual mi falta de compromiso con la fecha de este entregable en particular fue el gran causante de que acumule el trabajo que debía elaborar con respecto a la investigación de los antecedentes y detalles acordes al contexto del presente proyecto.

De la Instancia Declaratoria de la experiencia.- Al respecto puedo comentar que realicé mi primer borrador de la declaratoria y lo envié con la debida anticipación para poder realizar las correcciones necesarias lo cual fue bueno para porque pude tener una mejor edición final para cumplir con la Instancia respectiva.

De mi aporte académico.- Tengo la plena convicción que a través de mi investigación he contribuido con una recopilación de referentes a nivel mundial para poder afrontar la situación que me encontraba descubriendo y aprendiendo de los mejores contenidos a mi alcance gracias a las bondades del internet.

La adecuada orientación de parte de los guías académicos me sirvió para en base a sus ajustes y correcciones darle un mejor acabado pedagógico y profesional para hacer mayormente eficaz el contenido del proyecto de aplicación profesional.

Entre otros temas que he considerado necesario e importante destacar para la organización de las actividades de grupo me referiré a:

- La comunicación, en la que yo tuve mucha participación con el grupo y siempre apoyaba que la misma fluya diáfana y con bastante confianza entre todos.
- La asistencia a las clases, fue muy importante para mí ya que me permitió participar de todas la actividades y me ayudó a avanzar con la iniciativa que estaba presente.
- Las reuniones grupales que sostuvimos por todas la vías siempre fueron sumamente importantes para mí en su mayoría.
- La correcta socialización del proyecto con varias personas involucradas en el medio fue muy útil para ilustrar mejor sobre todo lo que comprendía el proyecto.
- Mi actitud frente a esta iniciativa siempre fue con la mejor predisposición, que de alguna manera muy proactiva me llevó a ser muy participativo con cada detalle que se necesitó incluyendo hasta el más mínimo detalle.

En conclusión de mi experiencia de trabajo individual siempre me mantuve en constante búsqueda de información relacionada con cada una de las etapas que iba atravesando, con el fin de despejar las dudas y conocer los límites que abarcaba este proyecto. Una de mis fortalezas fue, mi formación en la carrera de administración fue una pieza fundamental para sobrellevar el grupo a un nivel profesional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Inec.gob.ec. (2016). Extraído el 20 de septiembre del 2019, Recuperado de:

http://www.inec.gob.ec

Monereo, C., & Castelló, M. (2001). La enseñanza estratégica: enseñar para la autonomía.

Whetten & Cameron (2005). Desarrollo de habilidades directivas.

Recuperado de:

https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/12472/1/UPS-QT09432.pdf

UNESCO Santiago (2014). Revisión Regional al 2015 de "Educación para Todos" (EPT) en América Latina y el Caribe. Recuperado de:

http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Santiago/pdf/Informe-Regional-EFA2015.pdf

IIPE-UNESCO 2018. Estrategia Nacional para la Sociedad de la Información.

Recuperado de:

http://www.siteal.iipe.unesco.org/sites/default/files/sit_accion_files/do_4017.pdf

Bowman, S & Willis C (2003). Nosotros, el medio Cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información. Recuperado de:

https://www.acd.andaluciaesdigital.es/c/document_library/get_file?uuid=1253c3d2-52fa-4d04-90e4-3e08a3b85a6d&groupId=20195

UNESCO (2015). Oficina Regional de Educación para América Latina y el Caribe

Recuperado de: http://www.unesco.org/new/es/santiago/education-2030/

UNESCO (2019) La UNESCO y los Objetivos de Desarrollo Sostenible

Recuperado de: https://es.unesco.org/sdgs

Alvarado, J (12 de julio de 2015) PluriTV, el programa que llegó para contribuir al conocimiento. DIARIO EL TELÉGRAFO. Recuperado de:

https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/1/pluritv-el-programa-que-llego-para-contribuir-al-conocimiento

CENTRO DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN GUAYAQUIL EMPRENDE, (2019). Quines somos Recuperado de: https://www.guayaquilemprende.org/quienes-somos/

FUNDACIÓN ECUADOR, (2019). APRENDAMOS. Recuperado de: http://fe.org.ec/aprendamos/

ALCALDÍA DE GUAYAQUIL, (2019). BACHILLER DIGITAL. Recuperado de: https://www.guayaquil.gob.ec/Paginas/Bachiller-Digital.aspx

ALCALDÍA DE GUAYAQUIL, (2019). APRENDAMOS. Recuperado de: https://guayaquil.gob.ec/Paginas/Aprendamos.aspx

Cobo, Cristóbal, Moravec, John, Introducción al aprendizaje invisible: la (r)evolución fuera del aula. REencuentro. Análisis de Problemas Universitarios [en línea] 2011, (Diciembre-Sin mes): [Fecha de consulta: 2 de agosto de 2019] Disponible en: http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34021066008

Teleamazonas Ecuador. (14 de Mayo de 2019). Cynthia Viteri, alcaldesa de Guayaquil, sobre su plan de gobierno. [Archivo de video]. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=_nIE26MmAoU

Fernández, G (30 de mayo de 2018) Como establecer los THE GLOBAL COMMUNICATIONS AGENCY, ¿Cómo establecer los KPIs adecuados para evaluar tu plan de comunicación? Recuperado de: https://www.hotwireglobal.com/blog/agencia-comunicacion-hotwire-consejos-medicion-plan

Herrera W, (2018) Sistematización de la experiencia de generación de contenidos para la creación del Libro Blanco de Comunicación del Proyecto Aprendamos en el 2018. (Tesis de Pregrado, Universidad Casa Grande. Facultad de Comunicación Mónica Herrera, Ecuador) Recuperado de: http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/handle/ucasagrande/1474

Parra L & René J, (2017) Memoria del proceso del trabajo colaborativo del equipo interdisciplinario a cargo de la realización del conjunto de productos audiovisuales ‘Aprendimos’ destinado a la promoción del programa Aprendamos de educación televisiva a distancia (Tesis de Pregrado, Universidad Casa Grande. Facultad de Comunicación Mónica Herrera, Ecuador)

Recuperado de: http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/handle/ucasagrande/1376

ANEXOS

Imagen no.1: Árbol de problemas

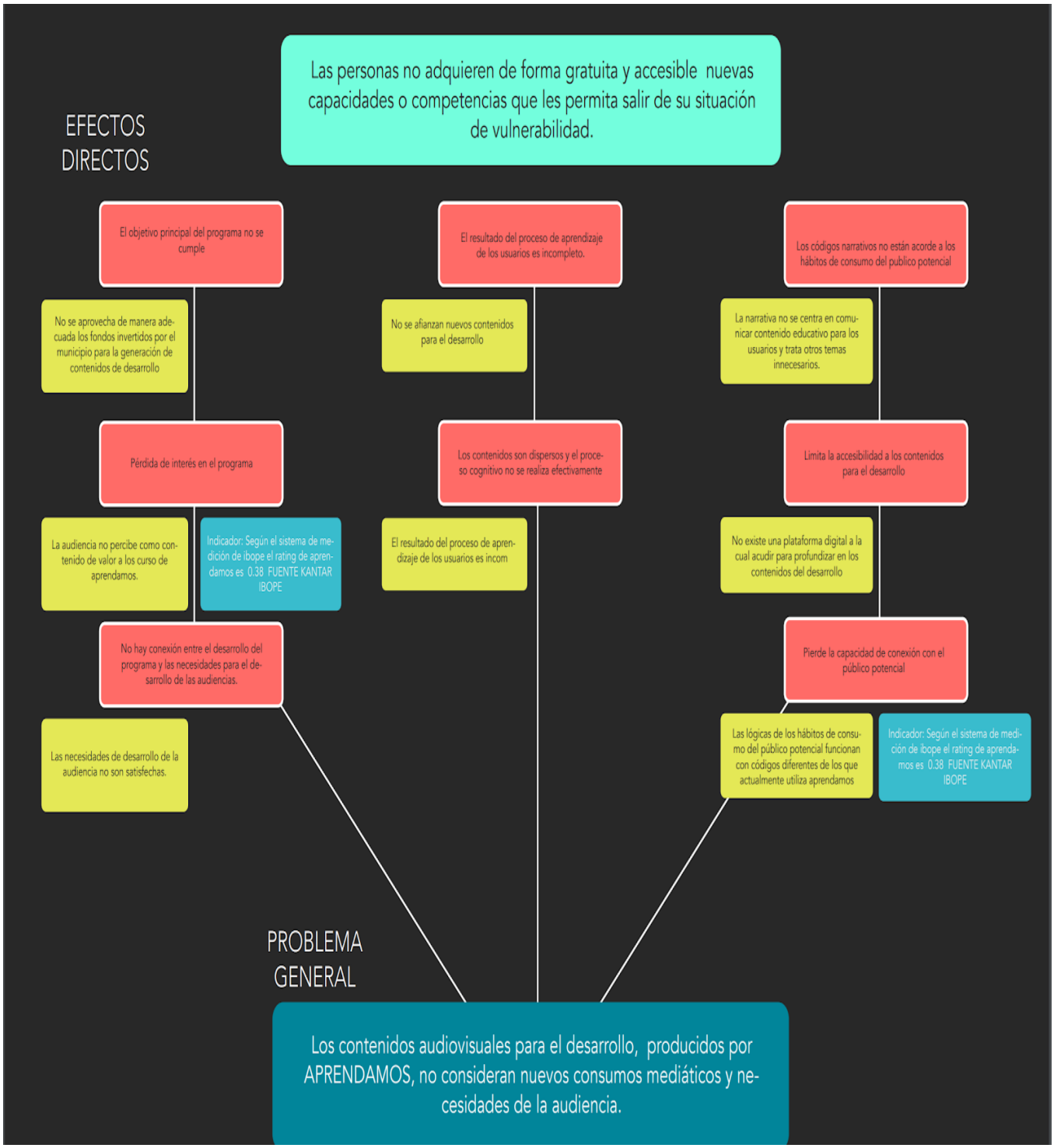


Imagen no.2: Árbol de problemas

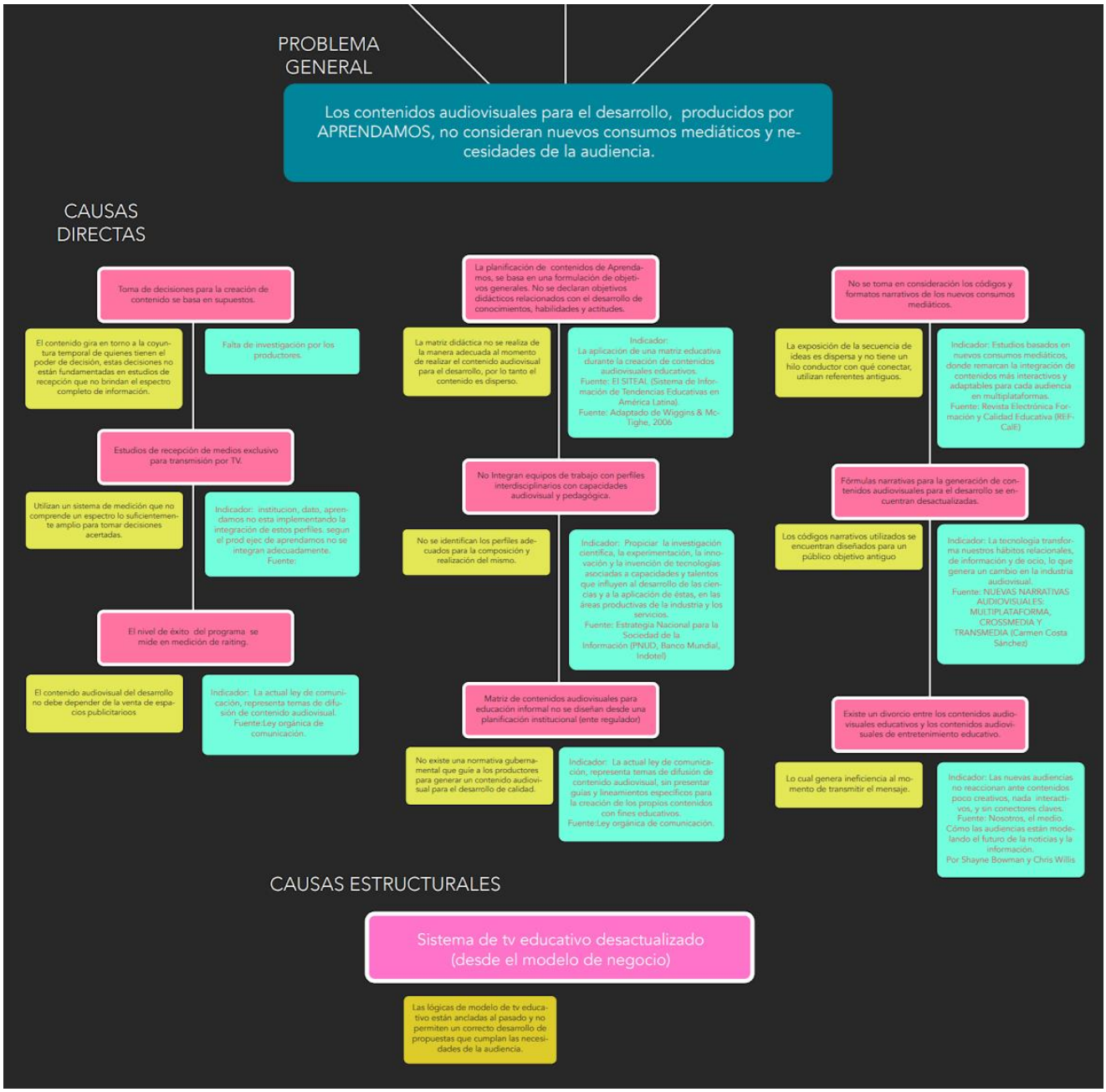
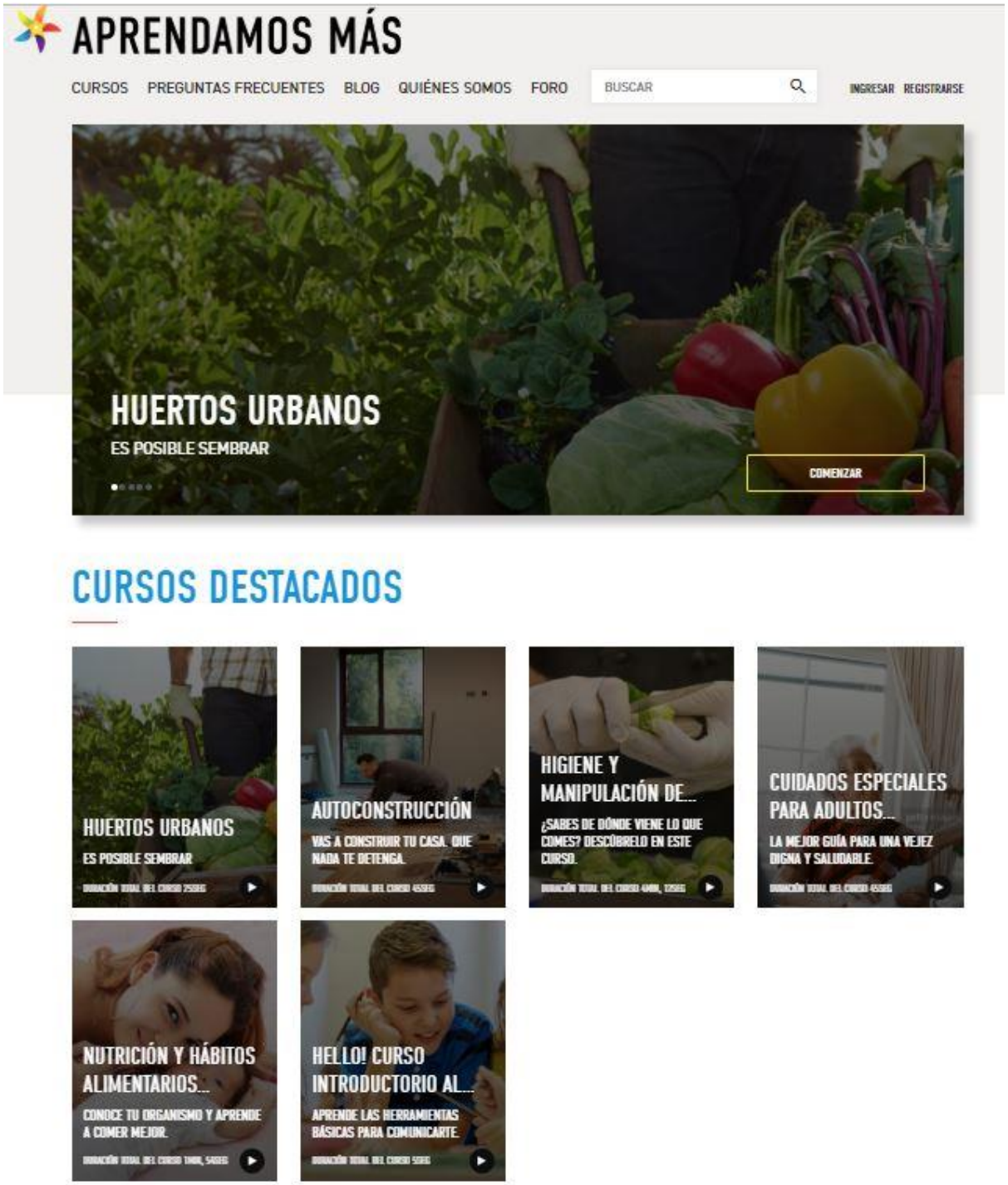


Imagen: Pantalla de Inicio Plataforma Aprendamos Más (Taller de Validación)



Tablas

Tabla 1: Matriz de Marco Lógico (Planificación)

	Indicadores	**Medios de Verificación**	**Supuestos**
Finalidad *Contribuir a que las personas construyan capacidades que les permitan salir de situación de vulnerabilidad.*	*Número de programas de educación que participen de la socialización.*	*F: Acta de participantes de la instancia de socialización.*	Recibir apoyo de los entes públicos de turno. Que exista la apertura de los productores para poder proponer un modelo nuevo de educación de entretenimiento. El mantenimiento de la cuota obligatoria de televisión educativa en la televisión nacional.
Objetivo *Mejorar la propuesta de diseño y realización de los contenidos audiovisuales para el desarrollo ecuatorianos, tomando en cuenta los hábitos de consumos mediáticos de las*	*Al menos una entidad ligada a la televisión educativa comprometida a incorporar las sugerencias recopiladas en el modelo propuesto.*	*O: Carta de compromiso de al menos una entidad educativa ligada a la televisión educativa.*	Que las universidades tengan apertura para resolver los contenidos ligados al desarrollo audiovisual de contenidos educativos. Que la ciudadanía siga contemplando este tipo de formatos para educarse. Si el municipio de Guayaquil u otra institución pertinente implementen una campaña de educación que rompa con el concepto de que educarse no es entretenido y muestre que también puede ser entretenido.

nuevas audiencias.		*Comp: Acta de recepción del modelo.*	Las mediciones de éxito de estos contenidos están ligadas a rating. Si se incorporan variables más rigurosas de medición, se podrían obtener productos más competentes.
Componentes *C1: Elaboramos un sistema de recolección de datos que toma en consideración las necesidades y opiniones de la audiencia meta.* *C2: Se diseñó y socializó un modelo de generación de contenidos pedagógicos de Edutaiment para ser aplicado por equipos interdisciplinarios.*	*i1: Al menos una muestra que represente el 60% del rating para recolección de datos cualitativos en una investigación de campo sobre consumos mediáticos.* *i2: Incremento del número de perfiles interdisciplinarios en las instituciones ligadas a la realización de contenidos para el desarrollo.*	*M.V: Acta de asistentes.* *M.V: Acta de recepción del modelo.*	

Actividades *A1: Desarrollar un estudio de carácter etnográfico que visibilice las necesidades, intereses y motivaciones de los individuos que conforman las audiencias.* *A2: Sistematizar los procesos que intervienen en la producción y elaboración de los contenidos pedagógicos.* *A3: Socializar los nuevos parámetros de evaluación del éxito y la eficiencia de los productos en desarrollo.*	*i1: Al menos el 80% del público objetivo considera que el producto responde a sus necesidades.* *i2: Al menos una productora ligada al desarrollo de contenidos educativos, aplica los procesos diseñados.* *I3: Obtener un porcentaje mayoritario en la aceptación de los nuevos parámetros de evaluación para la medición del éxito.* *I4: Interacción generada post-lanzamiento de*		

A4: Producir un contenido audiovisual, enfocado en el usuario, que cumpla con los parámetros previamente establecidos.	*programa piloto.*		

Tabla 2: Diseño de Investigación				
Generación de contenido				
Objetivos	**Unidad de análisis**	**Enfoque**	**Técnica**	**Preguntas**
Conocer las necesidades del público objetivo	**Audiencia meta a la que aprendamos + quiere llegar**	**Mixto**	**-Observación -Entrevista -Grupo Focal -Participación activa**	
Conocer objetivos del Desarrollo	**Fuente bibliográfica**	**Cuantitativo**	**-Revisión bibliográfica**	
Conocer los procesos para diseñar un contenido exitoso.	**Entrevistas a expertos (Antiguos y nuevos productores)**	**Cualitativo**	**-Entrevista a expertos -Revisión bibliográfica**	
Conocer procesos pedagógicos para el diseño de los contenidos.	**Expertos de la academia y fuente bibliográfica.**	**Mixta**	**-Revisión bibliográfica -Entrevistas a expertos**	
GESTIÓN DEL PROYECTO				

Conocer cómo gestionar un proyecto de la industria audiovisual.	**Productores ejecutivos y gestores de proyectos.**	**Cualitativa**	**-Entrevistas a expertos**	
Conocer cómo adaptar el contenido al formato digital.	**Expertas argentinas**	**Cualitativa**	**-Entrevistas a expertos**	
Construir el perfil de marcas interesadas.	**Productores ejecutivos / ventas**	**Cualitativa**	**-Entrevistas a expertos**	
MEDICIÓN DE ÉXITO				
Conocer cuáles son los indicadores de éxito para los contenidos audiovisuales. Especificar unir con los dos de abajo.	**Ibope, Google analytics, comisión de revisión pedagógica**	**Mixta**		
Conocer la efectividad de dichos sistemas.	**Analistas de audiencia**	**Mixta**		
Conocer qué se necesita para medir integralmente un contenido audiovisual.	**Expertos en el tema**	**Cualitativo**		
PLANIFICACIÓN DE PUBLICACIÓN				
Explorar los hábitos de consumo del público objetivo	**Público objetivo**	**Cualitativo**		

Conocer el funcionamiento de los algoritmos como herramienta para potenciar el alcance orgánico de los contenidos	**Experto en contenidos orgánicos en redes sociales**	**Cualitativo**		
Conocer las lógicas de pautaje para poder dar un uso eficiente del presupuesto asignado. Algoritmo a pautar, canal, página web, programa.	**Expertos en pautaje**	**Cualitativo**		

Tabla 3: AUDITORÍA DE REDES SOCIALES (Competidores)

¿QUIÉN? COMPETIDORES	¿DÓNDE? CANALES/PLATAFORMAS	¿QUÉ? CONTENIDO/EFECTO	¿CUÁNDO? FECHAS/FRECUENCIA	¿POR QUÉ? PROPOSITO/RENDIMIENTO
CREHANA	FACEBOOK	fotos de promo de cursos y videos con promo de curso//	2 post por día, 4 coments por publicación and 200 views 5 shares por publicación	Aumentar subscriptores, conseguir tráfico a página web para venta de cursos
	TWITTER	fotos de promo de cursos, videos promocionales de cada curso, datos historicos y artisticos mundiales, noticias relacionadas a plataformas digitales	3 post por día, 0 coments por publicación 5 retweets por publicación.	Generar interación, ganar nuevos seguidores, aumentar el tráfico a la pagina web
	INSTAGRAM	Ilustraciones, Infografías, fotografías para promo de cursos, videos promocionales, noticias relacionadas a eventos	2 post por día, 300 me gusta por publicación, 4000 visualizaciones en IGTV	Aumentar seguidores, conseguir tráfico a página web para venta de cursos aportar al crecimiento de la comunidad.
	LINKEDIN	Ilustraciones de frases celebres, Contenido educativo, Podcast, Blogs, Estatus de frases celebres.	2 publicaciones en promedía	Estar en contacto con la comunidad profesional a trawes de contenido educativo, generando trafico de usuarios a la plataforma web
	YOUTUBE	Videos promocionales, tutoriales, promocion de cursos nuevos.	7 a 9 videos publicados mensualmente	Aumentar subscriptores, demostrar la amplia gama de cursos de la plataforma
DOMESTIKA	FACEBOOK	Artículos con entrevistas a creativos, videos audiviosuales propios con testimonios de usuarios de la plataforma, videos promocionales de cada curso	2 post por día, 35 coments por publicación and 2000 reproducciones por video, 40 shares por publicación	Aumentar seguidores, conseguir tráfico a página web para venta de cursos
	TWITTER	fotos de promo de cursos, videos promocionales de cada curso, videos audiviosuales propios con testimonios de usuarios de la plataforma.	15 post por día, 0 coments por publicación 10 retweets por publicación.	Generar interación, ganar nuevos seguidores, aumentar el tráfico a la pagina web
	PINTEREST	Imágenes, fotografías de sets, recursos gratuitos tipo tutoriales	128 tableros con contenido variado en su mayoría son capsulas de tutoriale.	Enganchar a los usuarios con material gratuito, para que accedan a los cursos pagados
	INSTAGRAM	Contenido Audiovisual demostraciones de lo que se puede lograr aprender a desarrollar en los cursos, mediante Fotos, videos e ilustraciones.	4 post por día, 2000 me gusta por publicación, 15000 visualizaciones en IGTV.	Aumentar seguidores, conseguir tráfico a página web para venta de cursos aportar al crecimiento de la comunidad.
	VIMEO	Teasers o videos introductorios sobre cursos que se oferten en la plataforma web,	4 videos mensuales en promedio	Para demostrar una introducción a los cursos ofertados, y generar un mayor interes por los diversos temas relacionados a los cursos, para subir en subscriptores y que estos compartan el contenido.
	YOUTUBE	Tutoriales, videos demonstrativos, capsulas de los diferentes cursos.	4 videos por día	Aumentar subscriptores, demostrar la amplia gama de cursos de la plataforma