



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL



Universidad
Casa Grande

TÍTULO DEL PROYECTO FINAL

**SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DE LA CREACIÓN DE
LA COMUNIDAD DE GRADUADOS VOLUNTARIOS “GRANDES
EN ACCIÓN” EN EL 2020.**

Equipo interdisciplinario

Juan José Delgado

Jennifer Pérez

Anthony Domínguez

Adrián Villacís

Mario Espinoza

Guías del Proyecto

Verónica Carrera del Río

Ana Luisa Vallejo Serrano

GUAYAQUIL, ECUADOR

DICIEMBRE 2020



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL



FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA

SUBTÍTULO

**EVALUACIÓN DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN Y
GESTIÓN “GRANDES EN ACCIÓN”**

Para optar al grado de:

Licenciatura en comunicación social con mención en marketing y gestión
empresarial

Elaborado por:

Juan José Delgado Aguayo

Guías del Proyecto

Verónica Carrera del Río

Ana Luisa Vallejo Serrano

GUAYAQUIL, ECUADOR

DICIEMBRE 2020

Cláusulas de autorización



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Juan José Delgado Aguayo en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “Sistematización de la experiencia de la creación de la comunidad de graduados voluntarios “Grandes en acción en el 2020”, 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.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'J. J. Delgado Aguayo', is written over a horizontal line.

Juan José Delgado Aguayo
0920407368



PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL



Universidad
Casa Grande

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Juan José Delgado Aguayo, autor del trabajo de titulación “Sistematización de la experiencia de la creación de la comunidad de graduados voluntarios “Grandes en acción en el 2020”, 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.

Juan José Delgado Aguayo
0920407368

Resumen

En este documento, se presenta la sistematización del proyecto que lleva como nombre “Grandes en acción”, el cual concentró su objetivo en sensibilizar a los graduados acerca de las actividades sociales emprendidas por la Universidad Casa Grande (UCG), para de esta forma crear una comunidad de graduados, en un espacio digital, que esté dispuesta a brindar ayuda a través de asesorías y auspicios en todo tipo de proyecto social avalado por esta institución educativa, como: Proyectos de Aplicación Profesional, Casos, actividades realizadas por el departamento de Responsabilidad Social y Vinculación con la Comunidad, entre otras instancias académicas pertinentes.

El primer punto de contacto se ejecutó a través de encuestas a graduados, en donde se permitió obtener los datos de las principales problemáticas sociales que son de interés para este grupo de la UCG, una vez recogida esta información, se realizaron espacios de encuentro entre el grupo investigador y los graduados para informarlos sobre las iniciativas actuales y las primeras actividades ejecutadas por los diferentes proyectos de aplicación profesional. A partir de esta información y luego del análisis necesario, se creó una página web en donde los graduados puedan registrarse como voluntarios de “Grandes en acción”, permitiendo el encuentro y coworking entre graduados y la comunidad educativa de la universidad, así como también, puedan ser visibilizados por la Universidad Casa Grande y sea resaltado su aporte en el desarrollo social de nuestra ciudad.

El proyecto se desarrolló en el contexto de un período de pandemia producto del Covid-19, lo cual limitó el acercamiento directo con los graduados o el crear algún tipo de voluntariado que se ejecute de manera presencial. Esto hizo que este espacio digital sea la herramienta idónea y necesaria para establecer una relación entre estudiantes y profesores de la UCG, con los graduados de la universidad.

Consideraciones éticas

Las consideraciones éticas y de confidencialidad serán preservadas en el proyecto. Las entrevistas a las diferentes unidades de análisis se realizaron a través de espacios digitales como Zoom o Google Meets, las cuales fueron en su mayoría grabadas, con previa autorización de los participantes, como evidencia y material de investigación para nuestro proyecto. Durante las entrevistas, los participantes se sintieron con plena confianza y comodidad al momento de contestar las preguntas, de igual forma el grupo de investigación respetó la integridad de los participantes.

El proyecto está inspirado en beneficiar a la Universidad Casa Grande, colaborando con el interés central de la universidad de reunir a los graduados para realizar algún tipo de actividad social en beneficio de Guayaquil.

Intervinieron también otros grupos de proyectos de aplicación profesional para narrar sus proyectos sociales realizados en el año 2020, para recopilar de manera óptima la información de actividades emprendidas por la Universidad e informar al grupo objetivo de graduados.

Así mismo, la acción social objeto del presente proyecto, aspira a ir más allá de crear una comunidad de graduados voluntarios, sino más bien, a través de un espacio digital como lo es la

página web, permitir a los estudiantes y docentes de la Universidad Casa Grande y graduados, crear una relación profesional mediante asesorías que devengan en beneficios de desarrollo social para la ciudad de Guayaquil y sus habitantes

Palabras Claves: graduados, Universidad Casa Grande, espacio digital, asesorías, proyectos sociales.

ÍNDICE

Antecedentes y contexto de la experiencia	7
Beneficiarios y actores del proyecto	13
Hipótesis de mejora	14
Reconstrucción de la experiencia	17
Encuentro con graduados de la Universidad Casa Grande	22
Encuentro con Proyectos de Aplicación Profesional	23
Creación de la estructura del proyecto	25
Elaboración y ejecución de la línea gráfica	27
Elaboración Página Web	28
Elaboración y ejecución de la estrategia de comunicación	29
Asesorías	31
Creación y manejo del sistema de gratificación	33
Análisis e interpretación crítica de la experiencia	33
Elementos Positivos	33
Elementos Negativos	35
Evaluación individual de componentes o actividades	36
Mario Espinoza	36
Anthony Domínguez	40
Jennifer Pérez	46
Adrián Villacís	52
Juan José Delgado	57
Conclusiones y recomendaciones	68
Referencias Bibliográficas	71
Apéndice	78

Antecedentes y contexto de la experiencia

A partir de una revisión bibliográfica acerca de la situación de grupos de graduados con sus universidades, sea de manera internacional o local, fue posible identificar algunas iniciativas que consideramos importante detallar.

A nivel internacional, en The University for the Creative Arts, al graduarse, inmediatamente los exestudiantes se convierten en parte de la Red de Alumni, red que se basa en la búsqueda de formas en las que los exalumnos se mantengan conectados, ayuden a forjar nuevos vínculos profesionales y a aumentar el progreso profesional de los estudiantes. En el portal web de la UCA (2020), expresan que:

Como miembro de la Red de Antiguos Alumnos de la UCA, puede continuar utilizando el Servicio de Biblioteca de la UCA gratis durante tres años después de la graduación y también puede hacer un uso completo del Servicio de Carreras y Empleabilidad de la UCA, incluido un servicio de citas de orientación profesional confidencial e imparcial con una carrera calificada, y consultas al Asesor de empleabilidad, hasta tres años después de la graduación. (UCA, 2020)

A nivel regional, la Universidad Nacional de Quilmes de Argentina, cuenta con un Programa de Graduados, el cual busca articular las mejores condiciones de formación académica, capacitación profesional e inserción laboral para los egresados de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ), además, para cumplir con este propósito se vale de una multiplicidad de herramientas y estrategias, como la organización de jornadas de encuentro con profesionales de la universidad; foros de discusión de problemáticas afines a los intereses del claustro; e interacción permanente con otros programas, áreas y/o unidades académicas de la universidad,

organismos públicos y entidades del ámbito privado. Para esta universidad, este programa tiene como objetivo “promover la participación activa de los graduados de esta casa de estudios con el fin de aportar al desarrollo de las actividades de docencia, investigación y extensión como parte del compromiso social, cultural y profesional de los graduados” (UNQ, 2020).

A nivel nacional, la Universidad Católica Santiago de Guayaquil (UCSG), posee una Asociación de Graduados de Grado y Posgrado, llamada Academic UCSG, la cual busca mantener un vínculo permanente y significativo entre los compañeros de titulación, con la UCSG y con los estudiantes que se encuentran en proceso de formación, por medio de “alianzas estratégicas cuya activación y gestión permitirá también medir la pertinencia de los programas académicos bajo los criterios de coherencia, responsabilidad y pertinencia” (UCSG, 2020).

Adicional a esto, esta Asociación de Graduados fortalece el sentido de pertenencia con el Alma Máter, permite que sus miembros participen de variadas actividades propuestas por las Carreras, por los programas de posgrado, y los hace acreedores de beneficios promovidos desde la gestión de la propia asociación.

Por lo tanto, esta Asociación de Graduados de Grado y Posgrado “se orienta a coordinar políticas y lineamientos de apoyo a los exalumnos con el objeto de generar estrategias que propendan al desarrollo laboral, personal, académico, relacional y social de los titulados en esta Universidad” (UCSG, 2020).

Para la Universidad Casa Grande (UCG) y según los estudios de CASE -Council for Advancement and Support of Education – el *stakeholder* más importante son sus graduados. Por esto, desde el año 2007, se crea un área de Coordinación de Graduados en la Universidad, dentro de Cancillería, para poder mantener una interacción y contar con la participación de exalumnos y

actividades de la universidad. La Comunidad de Graduados se creó bajo el nombre de “Los Grandes de la Casa”. Dentro de la comunidad se constituye un Comité Consultivo, el cual está creado por dos graduados de cada facultad y representantes de graduados ante el Consejo Universitario.

A partir de esto, se comenzó a trabajar en actividades para la comunidad en ámbitos de comunicación, atención, convenios de cooperación, participación en actividades universitarias, eventos exclusivos, entre otros (Carrera del Río, 2020). En la Tabla 1 se puede observar un detalle del aporte de graduados a la Universidad Casa Grande junto al departamento de Coordinación de Graduados:

Tabla 1

Aporte recibido por la comunidad de exalumnos

Financieros	Por hacer	Parcial	Hecho
Aportes a través de donaciones y voluntariado	X		
Auspiciantes de investigaciones, proyectos estudiantiles y cursos		X	
Comités Consultivos			X
Hijos de graduados enrolados en la universidad			X
Recaudación de fondos entre pares	X		
Relacionamiento	Por hacer	Parcial	Hecho
Creación de vínculos a través de la comunidad de graduados, con nuevos actores, con autoridades y organizaciones con ideas en común		X	

Guía y apoyo al entrar en nuevos mercados y países	X		
Relacionamiento	Por hacer	Parcial	Hecho
Apoyo a reclutamiento de estudiantes tanto en Ecuador como en otros países		X	
Expertise	Por hacer	Parcial	Hecho
Dando consejo y guía al liderazgo de la universidad			X
Aportando con casos de estudio o participando como expositores en charlas			X
Dando consejo de carrera, mentoring y pasantías a los estudiantes		X	
Participando en las estructuras de gobierno universitario			X
Participando en grupos de estudio, actividades de recaudación de fondos y servicios de graduados		X	
Reputación de marca	Por hacer	Parcial	Hecho
Apoyando a construir la marca de la UCG			X
Aportado a la presencia internacional de la universidad	X		
Sumando positivísimo a la marca online		X	

Nota. Carrera del Río, V. (2020). *Procuración de Fondos en la Universidad Casa Grande: Plan de Egresados y Filantropía* [Tesis de Posgrado]. IDE.

Por otra parte, como principales autores que sirven de apoyo y referencia para el desarrollo óptimo y correcto de la viabilidad de este proyecto, se tiene en primer lugar a Philip

Kotler, a quien se conoce como el padre del marketing contemporáneo y a Eduardo L. Roberto, quienes en su libro *Marketing Social: estrategias para cambiar la conducta pública*, proporciona conceptos claves para el desarrollo adecuado de un plan de marketing, los cuales sirven de guía para el desarrollo del presente proyecto. Pues, para Kotler y Roberto (1989) “toda causa social tiene un objetivo que alcanzar. Este objetivo implica conseguir cambios en las personas. En orden creciente de dificultad, ello incluye el cambio cognitivo, el cambio en la acción, el cambio de conducta y el cambio en los valores” (p. 21).

Adicional a esto, también se tiene como aliado a la Organización de las Naciones Unidas, específicamente el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), en el que se definen los Objetivos Mundiales u Objetivos de Desarrollo Sostenible, en los cuales se basa este proyecto. “Los 17 ODS están integrados, ya que reconocen que las intervenciones en un área afectarán los resultados de otras y que el desarrollo debe equilibrar la sostenibilidad medioambiental, económica y social” (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2020).

Finalmente, se tiene a UNOS (Vínculos Universidades y Sociedades), “una iniciativa pionera en Ecuador que promueve el fortalecimiento de vínculos entre Universidades y Organizaciones de la Sociedad Civil” (UNOS, 2018) y quienes, gracias a su iniciativa de crear la Escuela de Ciudadanía (EDC), proporcionan lineamientos para la ejecución de este proyecto.

El problema encontrado es que los exalumnos de la Universidad Casa Grande como comunidad no utilizan sus recursos, conocimientos y talentos en unión a las actividades emprendidas por la universidad en beneficio de la ciudad de Guayaquil. La causa macrosocial se ha identificado como la indiferencia y la falta de acción de grupos organizados con capacidades

y recursos, que podrían incidir en un cambio social positivo para el desarrollo de grupos vulnerables de la ciudad de Guayaquil. Y como causas específicas, se considera que han sido pocos los esfuerzos que se han realizado para sensibilizar a la población para su participación en causas sociales. El tiempo de las personas adultas de la ciudad se ve limitado en sus exigencias, ocupaciones o demanda familiar, lo cual reduce el tiempo para actividades extras. Además, existe una falta de involucramiento en proyectos sociales por falta de conocimiento e interés; hay ausencia de comunicación estratégica dirigida a graduados con finalidades de cambio social y cooperación; y, finalmente, la comunidad de alumni de la Universidad Casa Grande se encuentra en una fase inicial, por lo que aún no ha consolidado sus acciones en relación con la universidad.

El efecto macrosocial de esta problemática es que las dificultades sociales en la ciudad de Guayaquil no son atendidas lo suficiente por grupos de la sociedad civil (por ejemplo, la comunidad de graduados de la Universidad Casa Grande), que cuentan con conocimientos y recursos para lograr un cambio positivo. El derivado del gran efecto social es la ausencia de un *networking* entre la comunidad de graduados para fines sociales; además, una comunidad debilitada en actividades en conjunto con la Universidad Casa Grande, la ausencia de vínculos y escasa cohesión social, y los escasos alumni voluntarios trabajando junto a la universidad.

Para determinar la realidad de dichas causas y consecuencias, decidimos conversar con nuestros principales *stakeholders* y unidades de análisis: Los Grandes de la Casa (Comunidad de Graduados), Comité Consultivo de Graduados y el área de Vinculación con la Comunidad de la Universidad Casa Grande.

Con la base de datos de graduados que está conformada por dos mil seiscientos profesionales, tuvimos un primer acercamiento por medio de una encuesta, la cual contestaron

ciento treinta y cuatro personas de la comunidad. Ellos formarán parte del perfil activo que ayudará en proyectos sociales de manera voluntaria. Estos graduados están motivados a realizar actividades que apoyen a Guayaquil y crear esta comunidad para que sea activa y tenga una voz.

Beneficiarios y actores del proyecto

El proyecto Grandes en acción, surge a través del interés de la Coordinación de Graduados de juntar a los exalumnos de la universidad para desarrollar actividades sociales, puesto que en años anteriores ya han cumplido con otro tipo de actividades que no incluye la parte social y comunitaria.

Nuestro primer grupo de beneficiarios son los miembros de la comunidad Grandes de la Casa, que a través de la comunidad pueden mantenerse conectados con la Universidad Casa Grande, reencontrarse o conocer a otros graduados con intereses similares o con posibilidades de coworking, y realizar asesorías dentro los temas que dominan a estudiantes, profesores y otros actores de la universidad en beneficio a Guayaquil. Dichas asesorías permitirán a usuarios de la Universidad Casa Grande, utilizar el recurso del conocimiento de profesionales. Los usuarios como estudiantes, profesores, departamento de Responsabilidad Social y Vinculación a la Comunidad son también beneficiarios del proyecto, sin embargo, también tienen el rol de actores, puesto que son ellos quienes envían la información de los proyectos sociales que están ejecutando para poder publicarla dentro de Grandes en acción para que toda la comunidad casagrandina se entere de los planes en curso.

Hipótesis de mejora

Nuestro proyecto tiene como finalidad contribuir con la solución de problemas sociales de la ciudad de Guayaquil, donde los exalumnos de la Universidad Casa Grande serán protagonistas, aportando con sus conocimientos y recursos para lograr un cambio positivo.

La fase del proceso secuencial empezó con nuestro propósito de fortalecer la comunidad de graduados de la Universidad Casa Grande y propiciar su interacción entre los miembros de la comunidad, alumnos de la Universidad Casa Grande y demás actores vinculados con la institución, para lograr cohesión entre estos grupos y favorecer su incidencia en el cambio social de la ciudad de Guayaquil, pero como problemática, la comunidad de exalumnos no está consolidada y no se aprovecha sus recursos en acciones sociales a causa de, ya sea, la falta de tiempo, la escasa difusión de la información por parte de la universidad o, simplemente, la desvinculación por parte de los graduados al término de su vida universitaria.

De tal forma, viendo esta falta de involucramiento entre la universidad y los exalumnos por realizar actividades en conjunto, decidimos fortalecer y potenciar los recursos de la comunidad de graduados, creando una red de contactos actualizada y una campaña de comunicación que los aliente a participar de manera espontánea, donde veremos el apoyo del mundo profesional en actividades sociales emprendidas por la universidad, como: proyectos de aplicación profesional, actividades del departamento de Responsabilidad Social y Vinculación con la Comunidad, Casos, entre otros.

La primera acción fue plantear una campaña de comunicación que permitiera sensibilizar a la comunidad de Graduados de la Casa acerca de las problemáticas sociales con las cuales la Universidad Casa Grande trabaja. Para ello, tuvimos un acercamiento con personas graduadas de

la Universidad Casa Grande, para poder conversar más detalladamente con ellas y conocer sus intereses, donde nos comentaron todas las problemáticas que les preocupan que pasan actualmente en la sociedad, muchos de ellos a través de sus carreras y actividades diarias intentan apoyar a algunas causas sociales. A partir de estos acercamientos comenzamos a comentarles y a realizar campañas a través de Facebook, Instagram y correo electrónico, sobre los Proyectos de Aplicación Profesional y sus propósitos con el objetivo de manifestar la importancia de brindar su tiempo y conocimiento a actividades que tengan un impacto positivo en nuestra sociedad. Derivando a actividades tales como la investigación de grupos objetivos a profundidad y el inicio del proceso de desarrollo de los artes y formatos de comunicación. A través de la campaña de investigación se logró sensibilizar a la comunidad de Grandes de la Casa con los proyectos que la universidad trabaja.

Luego, como segunda acción, se creó un espacio digital en donde se puedan integrar los graduados dispuestos a ser parte de la comunidad social y los diferentes proyectos sociales que tiene la universidad. La creación de un espacio donde los miembros de esta comunidad se sientan seguros, donde puedan contactarse, conocerse y brindar un apoyo de fuentes de información confiable que se ajuste a lo que se está buscando.

La plataforma tiene como fin que dos grupos objetivos puedan utilizarla. La primera parte es para exalumnos en donde podrán encontrar una sección llamada Proyectos Sociales en la que podrán enterarse de los proyectos que se están realizando en las diferentes instancias académicas de la universidad como: Proyectos de Aplicación Profesional, Casos sociales y actividades del departamento de Responsabilidad Social y Vinculación con la Comunidad. El otro grupo objetivo al que va dirigido la página es a estudiantes, profesores y personal de la Universidad Casa Grande, puesto que en la sección de “Grandes en acción” podrán encontrar el grupo de

exalumnos voluntarios dispuestos a brindar asesorías en mejora a los proyectos. También, para estos dos grupos objetivos se ha creado un espacio interactivo en donde podrán interconectarse y dar a conocer otras iniciativas sociales que ellos lideren. Esta acción fue diseñada con la finalidad de exponer sus propias ideas y crear nuevas actividades sociales. Mientras que se iba creando la página se iba reclutando graduados sea a partir de reuniones con ellos, por LinkedIn, Instagram o mailing.

Como tercer punto, se desarrolló el método de convivencia armónica que genere un clima que motive a permanecer en esta comunidad participando constantemente. Aquí no podemos dejar de mencionar que el aporte de los exalumnos es sumamente importante, las habilidades y conocimientos que generen son la base para la sostenibilidad y éxito del proyecto, de tal forma que una estrategia para sostener esta participación es el reconocimiento. Destacar sus aportes sería esencial para que, en este sistema recíproco, se resalte, agradezca y fomente la participación. Dentro de la página web se encuentra la descripción personal de cada graduado, para que sean visibilizados por la universidad, también realizamos menciones por redes sociales con ellos y se subió en redes sociales videos de exalumnos aconsejando a estudiantes que están atravesando su proceso de titulación, también creamos una insignia digital para el graduado voluntario para que puedan subirlos en sus redes sociales personales y se reconozcan como miembros de la comunidad, les enviamos una carta de agradecimiento y mantuvimos una comunicación constante con ellos para ir informando los logros y estados del proceso de manera constante.

En el cuarto punto, se encuentra todo lo relacionado al monitoreo y evaluación del proyecto. Este proceso se realizó en conjunto con la Coordinación de Graduados, para utilizar un filtro en los proyectos, voluntarios, estudiantes y profesores. Así mismo, cuando comiencen a

realizarse las asesorías o algún tipo de apoyo entre graduado y estudiante, es vital que el mismo departamento conozca el proceso y luego podamos consultar al grupo sobre la asesoría realizada.

Para facilitar la relación de los participantes dentro del espacio digital, creamos mandamientos con el fin de mantener una convivencia y promover el respeto durante todas las instancias del proceso entre graduado y estudiante.

Finalmente, creamos un manual de uso para la Universidad Casa Grande con las credenciales de la página, el paso a paso del manejo del espacio para lograr la sostenibilidad de Grandes en acción una vez que la primera edición haya culminado. También, realizamos una reunión y una entrega formal con las autoridades de la universidad, entre ellos el departamento a cargo de los Proyectos de Aplicación Profesional, el departamento de Graduados, el área académica de la universidad y el departamento de Responsabilidad Social y Vinculación a la Comunidad para mostrarles la página y rescatar puntos clave que servirían para la continuidad de Grandes en acción.

Reconstrucción de la experiencia

Cuando comenzó el proceso de titulación en abril del 2020, el proyecto de Aplicación Profesional se llamaba “Vuelta Vengo”. Verónica Carrera del Río desde la Coordinación de Graduados de la Universidad Casa Grande nos comentó el deseo de que desde la comunidad de graduados se implementen acciones que apoyen a la construcción de un mejor Guayaquil. En un comienzo se había pensado en acciones puntuales como la procuración de fondos para proyectos en temas educativos, salud o empleabilidad, pero en abril nos encontrábamos en medio de una pandemia, donde muchos habían perdido sus trabajos y negocios, por ende, no queríamos enfocarnos en un proyecto de índole monetario, sino más bien abordar el tema en alguna forma

en la que un mayor número de personas puedan cooperar, idea que para inicios del seminario no estaba creada.

Como era una primera edición y los intentos de acercamiento a la comunidad de graduados dentro de la parte social casi no habían existido, como estudiantes quisimos encontrar algún proyecto en el que todos estemos de acuerdo y realmente justifique nuestra razón de ser, por eso dentro de las primeras actividades que realizamos fue investigar los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU aplicados en Guayaquil, para tener un conocimiento más centrado de lo que pasa en nuestra ciudad. Sin embargo, nos dimos cuenta de que los problemas de nuestra ciudad en la parte social son innumerables y que teníamos que también enfocarnos en lo que los Grandes de la Casa (comunidad de graduados de la Universidad Casa Grande) deseaban apoyar.

A partir de ese enfoque decidimos tener un primer encuentro con los exalumnos a través de una encuesta en la que puedan seleccionar qué problema social desearían abordar. La mayoría de las personas seleccionaron como ámbito de interés el de educación de calidad, sin embargo, otras opciones como productividad y negocios sostenibles, derechos de mujeres y niños, cultura y comunidades, los seguían con votos casi iguales a la primera opción más votada.

Por otro lado, al haber transformado nuestro propósito como grupo, ya no nos encontrábamos relacionados con el nombre “Vuelta Vengo” puesto que no lo asociábamos con lo que deseábamos realizar en nuestro proyecto, entonces lo cambiamos a “Grandes de la Casa” no obstante, para no crear confusión con este nombre, puesto que la Comunidad de Graduados se llama así, decidimos tener otro cambio y llamarnos “Grandes en acción”.

Las primeras semanas de seminario nos encontrábamos un poco preocupados, puesto que teníamos deberes en los que había que completar los problemas sociales y posibles acciones de nuestro proyecto, al ser una primera edición no sabíamos cómo cumplir la consigna y veíamos a otros proyectos de aplicación profesional que sí habían tenido otras ediciones y se encontraban más centrados.

Nuestras tutoras fueron un gran soporte durante esa etapa debido a que nos recalcan que esta parte más adelante podríamos modificarla y a medida que el proyecto avance esas partes se podían actualizar.

Después de enviar la encuesta, nos dimos cuenta de que a los graduados les gustaría aportar a diferentes problemas sociales, entonces como grupo pensamos en unir de alguna forma a exalumnos y otros proyectos de aplicación profesional, así cada graduado puede apoyar según la causa social que le llame la atención.

Comenzamos a tener reuniones con los exalumnos para saber qué los motiva de los problemas sociales y conocer su experiencia al momento de graduarse, para a partir de esto, medir si es que se encontraban dispuestos a apoyar. Las respuestas fueron muy gratificantes, nos dimos cuenta de que ellos extrañan la vida universitaria, que se encuentran comprometidos con la universidad y, sobre todo, les interesa la idea de participar en actividades sociales en conjunto con la universidad.

A partir de estas sesiones nos dimos cuenta de que nuestra idea de crear una comunidad que apoye a actividades sociales realizadas por la Universidad podía ser viable y encontramos su motivación como sustento de nuestro proyecto.

La idea la queríamos realizar a través de una plataforma web bajo el nombre del proyecto “Grandes en acción”, en la que se muestre a los graduados voluntarios y a su vez el portafolio de proyectos sociales de la universidad. De esta forma comunicamos a nuestros dos principales *stakeholders*, a los exalumnos los visibilizamos por su acción y cuando otros alumni ingresaban a la página podían ver a sus compañeros y unirse a la página. Los estudiantes de la Casa Grande podían ver a los profesionales en caso de necesitar apoyo en sus proyectos.

Sin embargo, no teníamos conocimiento en desarrollo de páginas web, sabíamos lo básico, pero no los detalles que deberían considerarse al momento de generar todo el portal web. No conocíamos sobre los proveedores de servidores, ni sobre la facilidad de creación como las opciones que cada proveedor tenía. Por ende, comenzamos a tener reuniones con un programador y un diseñador gráfico para tener información de plataformas de creación web como lo son *Wix*, *Squarespace*, entre otros. Realizamos una lista de necesidades que nosotros queríamos suplir con nuestro portal, revisamos varios referentes webs y generamos un bosquejo a mano y lápiz de cómo debería ser la experiencia de usuario de nuestro portal web.

Seguíamos investigando a los proyectos de aplicación profesional, para saber qué necesidades tenían. Aquí cometimos un gran error puesto que enfocamos nuestro proyecto en ofrecer servicios y asesorías de graduados con funciones específicas en las causas sociales, por ende, comenzamos a levantar las necesidades de los proyectos de aplicación profesional e indagar acerca de su causa para poder comunicarla a los exalumnos. Simultáneamente, tuvimos reuniones con los graduados para comentarles las necesidades que habíamos encontrado, no obstante, algunos de ellos nos explicaron que se encuentran dispuestos a dar asesorías pero que no tenían tiempo para realizar funciones específicas y que su trabajo realmente tenía un precio.

A partir de esto, centramos nuestro proyecto en crear una comunidad de exalumnos que posteriormente pueda realizar asesorías en ámbitos que ellos conocen a partir de su experiencia y carrera que cursaron. Aunque en caso de que exista algún alumno que quisiera brindar dinero o ayuda con alguna función específica dentro del proyecto que se encuentren participando, era netamente decisión y motivación de la persona y no un requisito de la comunidad.

A mediados de agosto, lanzamos la página con ocho graduados inscritos y comenzamos a invitar a los demás Grandes de la Casa a través de Instagram, Facebook, LinkedIn y mailing. Semana a semana veíamos cómo el número se iba elevando, hasta la fecha publicación de este documento, contamos con más de cuarenta voluntarios inscritos, la mayoría de ellos de la carrera de Comunicación.

Los miembros de la comunidad se encontraban motivados, se inscribieron y recomendaban a otros nuestra comunidad, a pesar de ello, los proyectos de aplicación profesional no los buscaban para solicitar asesoría. Durante esta etapa del proceso, como grupo estábamos muy desmotivados y a pesar de los intentos de ofrecer asesoría, los otros grupos nos recalcan que por el momento no lo necesitaban.

Nuestras tutoras comenzaron a explicarnos repetidamente que eso probablemente no pasaría en esta primera edición, puesto que la comunidad está en creación y no se ha consolidado, más bien teníamos que enfocarnos en seguir buscando voluntarios para que así la comunidad sea más atractiva y si es que los proyectos de aplicación profesional no lo utilizaban, en un futuro con otros proyectos de la universidad esto sí se iba a poder concretar. Desde aquí nos enfocamos en acciones concretas para buscar a más graduados y seguir mejorando la página para que más personas se inscriban.

Para el cierre de la primera edición de Grandes en acción nos enfocamos en conseguir más voluntarios para el proceso de consolidación de la comunidad, así también en comunicar nuestra página a todos los estudiantes y docentes de la Universidad Casa Grande para que la puedan utilizar dentro de su semestre.

Encuentro con graduados de la Universidad Casa Grande

Durante el transcurso del año tuvimos algunos encuentros con los graduados de la Universidad Casa Grande. El primer encuentro fue a través de una encuesta enviada durante el mes de mayo y junio a través del mailing del departamento de Graduados de la universidad, a un total aproximado de dos mil seiscientas personas, en donde su finalidad era dar a conocer a la comunidad de graduados de Universidad Casa Grande, en especial sus intereses y motivaciones en el ámbito de proyectos sociales a nivel local. Con dicha encuesta, que fue contestada por ciento treinta y cuatro personas, logramos obtener la siguiente información:

- Un total de 93,6% de exalumnos estarían dispuestos a trabajar en alguna causa social en caso de que la universidad los convoque.
- En caso de que la universidad los convoque para realizar algún tipo de actividad social, un 37.1% estaría interesado en dar opiniones profesionales sobre los temas que maneja.
- Las problemáticas sociales que más les interesa son: educación de calidad, respeto a la diversidad, cambio climático, y productividad y negocios sostenibles.

Después de la encuesta comenzamos a tener reuniones para conocer a profundidad a los graduados que contestaron la encuesta, cierta información que encontramos durante esas sesiones fue:

- Todos tienen diferentes ideas de cómo ayudar a Guayaquil.

- Extrañan la vida universitaria.
- Muchos de ellos al graduarse escogieron la modalidad de proyectos de aplicación profesional y les gustaría saber qué está haciendo la problemática actual de esa edición de su proyecto.
- Todos los Casagrandinos desean generar impacto.

Después de enviar la encuesta, nos dimos cuenta de que a ellos les gustaría aportar a diferentes problemas sociales, entonces como grupo pensamos en unir de alguna forma a graduados y otros proyectos de aplicación profesional, así cada graduado puede apoyar según la causa social que le llame la atención.

Al tener reuniones con los exalumnos conocimos qué los motivaba exactamente de los problemas sociales. Adicional a esto conocimos su experiencia al momento de graduarse y esto nos ayudó a medir qué tan dispuestos se encontraban para apoyar. Las respuestas fueron muy gratificantes, nos dimos cuenta de que extrañan la vida universitaria, que se encuentran comprometidos con la universidad y, sobre todo, les interesa la idea de participar en actividades sociales conjunto a la universidad, es más algunos de ellos hasta desean tener interacciones con la universidad y participar en otros tipos de programas de ayuda social.

A partir de las sesiones con ellos nos dimos cuenta de que nuestra idea de crear una comunidad que apoye a actividades sociales realizadas por la universidad podía ser viable y encontramos su motivación como sustento de nuestro proyecto.

Encuentro con Proyectos de Aplicación Profesional

El rumbo investigativo de nuestro proyecto se direccionó a conocer los proyectos de aplicación profesional. Las primeras sesiones que tuvimos con ellos fueron para conocer de qué

trata su proyecto, cuáles son las acciones que querían realizar y cómo se imaginaban que podía ser la relación con los graduados. También se armó una base de datos para registrar las necesidades e información de los proyectos para saber qué tipo de perfil de los voluntarios eran en donde más debíamos centrar la búsqueda.

Muchas veces nos comunicamos con ellos para preguntarles el estado de su proyecto y si es que necesitaban alguna asesoría. Dentro del portal web creamos un grupo por cada uno de los proyectos, este espacio tenía como fin que los proyectos puedan publicar sus necesidades y también que las personas se inscriban a los proyectos a partir de sus intereses en causas sociales. De la misma forma, brindando una sección en el portal web a cada uno de los proyectos les otorgamos el poder de administrador a cada uno de los proyectos de aplicación profesional, para que ellos junto a nosotros llenemos información para atraer a nuevos voluntarios, pero esto no sucedió. Solamente cuatro proyectos se registraron luego de la capacitación, aunque poco a poco se fueron registrando más con el pasar del tiempo. Debido a la falta de interés e involucramiento de los proyectos con el portal web, decidimos cambiar la mecánica de un grupo de contacto por proyecto a un grupo general llamado “La Comunidad de Grandes en acción”.

Conocimos a los integrantes de los proyectos y sabíamos quiénes eran sus guías, qué estaban realizando con su proyecto este año, cuáles eran sus necesidades y, por último, qué sugerencias nos podían dar para que exista un involucramiento positivo entre todas las partes. En esta instancia nosotros reconocemos que cometimos un gran error, principalmente porque al momento de tener esta primera entrevista no fuimos claros en comunicar que estábamos en una etapa investigativa y de creación del proyecto y algunos integrantes de los diferentes proyectos asumieron que teníamos que ayudarles a solucionar las necesidades específicas como: generar un portal web, apoyar con diseñadores gráficos o comunicadores audiovisuales. Nos enfocamos en

ofrecer servicios y asesorías de graduados con funciones específicas como el diseño de piezas o la programación de una página web.

A muchos de los proyectos les interesó la existencia de nuestro proyecto, pero no conocían cómo funcionaba nuestra mecánica. Varias veces intentamos gestionar ayudas específicas con los proyectos, pero se presentaron dificultades como que no estaban interesados en la ayuda o no respondían, a pesar de que se consiguió al graduado voluntario interesado en colaborar. Esto creó incertidumbre en nosotros y desánimo, ya que por más de que probamos unir y gestionar estas ayudas, no logramos encajar con los proyectos de aplicación profesional.

De ellos encontramos que les interesaba el proyecto, no entendían realmente cómo podíamos trabajar en conjunto y sus necesidades variaron constantemente en el transcurso del año. Muchos nos pidieron que les pasáramos un directorio con profesionales a los que ellos podían contactar y otros nos negaron a graduados interesados en ayudar porque no los necesitaban realmente. A los proyectos les interesó mucho igual poder generar este vínculo con los voluntarios y hasta poder generar relaciones a largo plazo.

Sin embargo, después de la presentación de Pregrado tuvimos otro encuentro con los proyectos de aplicación profesional para conocer los primeros resultados de su proyecto y poder comentar dichas actividades dentro de la página web.

Creación de la estructura del proyecto

Luego de definir que el nombre nuestro proyecto se llamaría Grandes en acción y de las varias sesiones de investigación, teníamos ya la hipótesis de querer unir a los alumni de la Universidad Casa Grande con los proyectos de aplicación profesional. Durante nuestra primera

investigación nos dimos cuenta de que los alumni recordaban con cariño sus recuerdos en especial el haber trabajado en sus proyectos de aplicación profesional. Una vez identificado esto, nosotros decidimos plantear la idea de unir a los alumni junto a los proyectos de aplicación profesional, ya que los mismos tenían muchos temas interesantes y trabajaban para muchas de las causas que les interesaron a nuestros encuestados.

La idea final que definimos fue crear una plataforma web bajo el nombre del proyecto “Grandes en acción” en la que se muestre a los graduados voluntarios y a su vez el portafolio de proyectos de aplicación profesional que luego evolucionó; agregando en sí a todos los proyectos sociales de la universidad para poder generar ayudas que luego definimos como asesorías. Esta plataforma cuenta con una sección llamada “Nuestra Comunidad” la cual es un espacio de interconexión con las personas que se hayan unido; tanto la comunidad de graduados, como la toda la comunidad casagrandina para conocer los proyectos sociales y ayudar. A nosotros nos pareció pertinente generar un espacio en el que los registrados dentro de Grandes en acción sean visibilizados dentro de la misma plataforma por ende creamos la sección llamada “Grandes en acción”.

Sin embargo, no teníamos conocimiento en desarrollo de página web, sabíamos lo básico, pero no los detalles que deberían considerarse al momento de generar todo el portal web. No conocíamos sobre los proveedores de servidores, ni sobre la facilidad de creación como las opciones que cada proveedor tenía.

Luego de consolidar poco a poco nuestra web, estructuramos la manera en la que las ayudas o asesorías deberían ser generadas y efectuadas. Esto significó retrabajo tras retrabajo

sobre varias instancias; tanto para el portal web, como para la comunicación, la redacción y más. Lo bueno es que esto nos permitió encontrarnos en una constante mejora.

Elaboración y ejecución de la línea gráfica

Para la creación de nuestra línea gráfica iniciamos el proceso definiendo cómo se vería nuestro logotipo. Peter Mussfeldt creó el logotipo de la comunidad de graduados de la Universidad Casa Grande llamada “Los Grandes de la Casa”. Nosotros al ya haberse llamado con ese nombre ya teníamos el logo muy presente en nuestras mentes, por ende, tomamos su logo emblemático del corazón y lo adaptamos a un tipo estampa con el nombre “Grandes en acción” teniendo nuestro logo como lo podrán visualizar en el anexo O.

El grupo objetivo al cual apelamos son los alumnos de la Universidad Casa Grande. Ellos son de varias generaciones, pero al igual que todos, tienen el espíritu Casagrandino y ya han caminado por sus instalaciones. Dentro de las mismas existen paredes de corcho que son utilizadas como boletines informativos para que los estudiantes y Casagrandinos en general puedan visualizar lo nuevo, promociones o noticias. Una de estas paredes se encuentra literalmente detrás del bar “Mosha”. Esto nos inspiró en crear esto para nuestra línea gráfica, crear un tipo de pared de corcho virtual para colocar todo tipo de nueva información en cualquier medio digital.

Definir la paleta de colores en este caso fue algo muy sencillo ya que estábamos trabajando con la Universidad Casa Grande que ya cuenta con gama cromática definida. Estos son los colores naranjas, blancos, negros y grises. Salirnos de este esquema iba a ser contraproducente y probablemente hubiera confundido a nuestro grupo objetivo.

En cuanto a las tipografías, nosotros decidimos proyectarnos de manera agradable, juvenil, profesional y sobre todo casagrandina. Esto nos llevó a definir nuestra tipografía principal: “*The Next Font*” que aplicaríamos para las tipografías del logo, de títulos y de ciertos subtítulos dependiendo del medio. Para nuestra tipografía secundaria elegimos: “*Chelsea Market*” para textos secundarios o de párrafos lo que nos ayudaba a proyectar la jovialidad de nuestro proyecto.

Elaboración Página Web

En cuanto a la elaboración de la página web tuvimos que realizar varias acciones. Iniciamos el proceso entrevistando a un diseñador gráfico y a un programador web que nos pudieron guiar sobre la correcta elaboración del portal web. Les presentamos nuestras necesidades y con eso nos guiaron a la elección de proveedor del portal web a *Wix*, ya que éste nos daba mayor libertad de crear lo que teníamos en mente, cumplía con todas las funciones y se encontraba en promoción.

Buscamos referentes visuales y de experiencia de usuario para diagramar la ruta del consumidor dentro de la plataforma Grandes en acción. Separamos la web en cuatro *landing pages* principales: Inicio, Los proyectos sociales, Grandes en acción y Nuestra comunidad. Cada sección cumplía con una función y un objetivo dentro de lo que queremos lograr.

- Inicio: Esta sección es para los curiosos que den clic a nuestros artes que promocionen la página web. Su finalidad es poder engancharlos con una introducción atractiva, que les informe quiénes somos, cómo pueden ayudar y que naveguen dentro de los proyectos sociales.

- **Proyectos sociales:** Este es un espacio en el que se presentan cada uno de los proyectos sociales junto a las causas que apoyan, una descripción del proyecto, el video manifiesto y un botón para unirse a la comunidad y conocer más sobre éste.
- **Grandes en acción:** Este espacio es netamente para la comunidad de graduados que se inscriban en Grandes en acción para que su perfil sea publicado y el resto de la comunidad casagrandina pueda conocer sobre ellos y generar un posible contacto.
- **Nuestra comunidad:** Aquí los alumni interesados en ser Grandes en acción podrán inscribirse y unirse al grupo para mantener contacto con los proyectos sociales y la comunidad casagrandina.

La diagramación de la web fue algo que tuvimos que bocetar e imaginarnos cómo iba a ser el recorrido.

El día cinco de agosto lanzamos la página con ocho graduados inscritos, y comenzamos a invitar a los graduados a través de una estrategia de comunicación utilizando diferentes medios digitales. Semana a semana veíamos cómo el número se iba elevando. Al finalizar el proyecto conseguimos que se inscriban más de cuarenta graduados la mayoría de ellos son profesionales de la carrera de Comunicación.

Elaboración y ejecución de la estrategia de comunicación

La elaboración de la estrategia de comunicación generada para este proyecto fue un verdadero reto. Normalmente dentro de la elaboración de estos proyectos los lineamientos ya se encuentran bastante establecidos. En el caso de Grandes en acción, es un proyecto que nace desde cero bajo la consigna: incentivar a la comunidad alumni de la Universidad Casa Grande para que sean socialmente activos.

Esta estrategia se enfocó en varios *stakeholders*: graduados, Casagrandinos, profesores, tutores, Comité Consultivo de Graduados y Proyectos de Aplicación Profesional. Cada grupo contaba con un objetivo específico diferente, por ejemplo: Nosotros queríamos que los alumni conocieran quienes éramos nosotros, que se inscribieron, que deseen ayudar a un proyecto social, que utilicen la plataforma o que se dirijan al sitio web. En cuanto a los estudiantes de los proyectos de aplicación profesional queríamos que se genere una alianza entre nosotros para apoyarnos mutuamente en el desarrollo del trabajo y que participen activamente con nosotros.

Al inicio le solicitamos a todos los proyectos de aplicación profesional del año unos *flyers* y contenido digital como parte de nuestra estrategia de comunicación para subirlo dentro de la plataforma de Grandes en acción y para contarles a los graduados sobre las ediciones actuales de los proyectos de aplicación profesional.

Para iniciar con nuestra estrategia de comunicación decidimos crear nuestro Instagram con pilares de contenido que nos ayuden a llegar a las comunidades. Quisimos mostrar los proyectos sociales, quienes somos nosotros como Grandes en acción, experiencias de los participantes y un tras cámara en historias de los diferentes proyectos de aplicación profesional con los que se generó la alianza estratégica.

Decidimos lanzar un corto de doce segundos por medios como *mailing*, la cuenta oficial de la Universidad Casa Grande, historias, publicaciones y compartidos por grupos de WhatsApp. Nos comunicamos con los proyectos de aplicación profesional por WhatsApp y *mailing* para que nos inviten a sus reuniones de trabajo o cuando generen alguna acción presencial para poder hacer cobertura de esta. A todos los integrantes de los proyectos de aplicación profesional los convocamos a una capacitación para mostrarles la página, sección por sección y enseñarles cómo usarla para recurrir a Grandes en acción según la planificación de sus proyectos. Esperábamos en

esta instancia que se inscribieron dentro de la plataforma y luego dentro del grupo de su proyecto, pero no obtuvimos el resultado esperado.

Generamos una misma capacitación para los tutores y guías de los proyectos de aplicación profesional pero no logramos tener un número elevado de asistentes debido a un problema de convocatoria. Por otro lado, decidimos acercarnos por mensajes directos a graduados de la Universidad Casa Grande que se encuentren dentro de la plataforma LinkedIn con resultados positivos de esa acción.

Lanzamos artes dentro del *mailing* de comunicación interna para mostrarle a toda la comunidad casagrandina que es Grandes en acción e invitándolos a que se registren dentro de nuestra plataforma.

Asesorías

El primer objetivo de Grandes en acción en una primera edición era convocar a graduados de la Universidad Casa Grande, para a partir de esto crear una comunidad dispuesta a dar asesorías a actividades sociales emprendidas por la universidad.

Nuestra idea al principio era que los graduados brinden ayuda a los grupos a través de las necesidades de los proyectos, entre ellos: editar un video, crear contenido para redes, puesto que esas eran las necesidades que más se repetían. Mencionado que, al hablar con algunos de ellos se encontraban interesados en apoyar de esa forma, pero hay que recalcar que los que mencionaron este comentario eran alumni que recién se habían graduado. Mientras seguíamos las investigaciones con otras personas de la comunidad, una persona en particular nos mencionó que le interesa gestionar proyectos sociales, sin embargo, no tiene tiempo y no puede comprometerse en algo que sabía que no iba a poder cumplir, también que tiene bastante experiencia profesional

y que estaría dispuesta a guiar a un grupo, pero no a hacerle el trabajo. En esta parte nos dimos cuenta de que había que generalizar a asesorías y que no podíamos solicitar a los voluntarios un compromiso que probablemente por falta de tiempo no iban a poder cumplir. Recalcando que esta falta de tiempo es una de las problemáticas que se encontraron en el deseo de crear una comunidad. Es por ello por lo que se generalizó a asesorías, pero siempre con la apertura que el alumno pueda participar en el proyecto según lo crea necesario.

Una vez decidido lo que se iba a centrar la ayuda dentro de Grandes en acción nos comenzamos a acercar a los proyectos de aplicación profesional, más bien nos acercamos a ellos en distintas instancias del proceso de los proyectos, consultando con ellos si es que necesitaban asesorías, muchos de ellos nos indicaron que ellos contactarían en caso de requerirlas. Por otro lado, los graduados comenzaban a preguntar por diferentes medios a qué grupo podían brindar asesorías y se encontraban entusiasmados con realizarlas, sin embargo, se les explicó la mecánica que consistía en que los proyectos sociales debían buscarlos, entendieron y se encuentran en la espera de brindar asesorías.

Estábamos al tanto de que mientras se creaba la comunidad iba a ser muy complicado poder brindar asesorías, ya que para ello se necesitaba una comunidad consolidada, la cual aún estaba en proceso. Sin embargo, durante el año, los voluntarios de la comunidad de Grandes en acción lograron brindar cuatro asesorías, las cuales ayudaron a tres proyectos de aplicación profesional.

Creación y manejo del sistema de gratificación

Los voluntarios que se registren dentro de nuestra plataforma, los que generen ayuda social y participen de manera activa, serán reconocidos como Grandes en acción con una insignia

digital para que la puedan compartir dentro de sus redes sociales o LinkedIn y un diploma firmado por Verónica Carrera del Río, Coordinadora de Graduados, en representación de la Universidad Casa Grande.

Análisis e interpretación crítica de la experiencia

Elementos Positivos

Al ser una primera edición, teníamos un poco de temor inicial, puesto que no existían ediciones pasadas que nos den una base, sin embargo, como grupo interdisciplinario logramos construir una, sobre todo, logramos dar un rumbo al proyecto hacia algo que nos interesaba.

Al principio del proyecto podíamos escoger cualquier tipo de problemática social y podíamos acogernos al apoyo de los graduados o de una fundación. Sin embargo, nos interesó las respuestas que encontramos en los exalumnos, por lo cual decidimos trabajar de la mano con las actividades de la universidad y brindar un producto como Grandes en acción para que perdure y la universidad y sus usuarios puedan conservarla y utilizarla en la vida diaria de los proyectos sociales.

Otro elemento positivo durante la construcción del proyecto es la esencia casagrandina, los alumni al culminar su carrera logran crear un vínculo con la universidad, dicho vínculo inseparable que, aunque se hayan graduado hace algunos años, en caso de que la universidad los convoque, ellos regresarían.

Durante la investigación de nuestro proyecto, algunos exalumnos y personal administrativo de la Universidad Casa Grande nos comentaba que para las actividades

académicas la universidad siempre convocaba a los mismos graduados, por eso, Grandes en acción permitió ampliar esa búsqueda de exalumnos y volverlos miembros de una comunidad activa en beneficio de Guayaquil, comunidad que les permite tener reconocimiento a los que no solían ser contactados.

A pesar de no lograr todas las asesorías aspiradas en Grandes en acción, el proyecto nos permitió ser intermediarios entre proyectos de aplicación profesional y graduados, en la creación de relaciones interpersonales y futuras de networking, hasta el poder brindar un pequeño aporte en las actividades sociales que los estudiantes se encontraban generando.

Adicional a esto, todo el grupo contaba con diferentes habilidades, lo cual permitió la construcción de Grandes en acción, a pesar de que ninguno del grupo es diseñador web, el interés nuestro hacia el proyecto logró crear una página web que cumple con las necesidades y expectativas planteadas.

A su vez, durante el año mantuvimos una comunicación frecuente con nuestras guías, las cuales fueron soporte fundamental para nuestro proyecto. En el caso de Verónica Carrera del Río, que conoce de cerca las necesidades de la Universidad Casa Grande y del departamento de Coordinación de Graduados, siendo coordinadora del área, y Ana Luisa Vallejo que a través de su experiencia en ejecución de proyectos nos mostró guía en la creación del nuestro.

Elementos Negativos

El primer aspecto negativo, sin duda alguna, fue la pandemia por Covid-19, la cual durante los primeros meses nos mantuvo en confinamiento y a pesar de que con el pasar de los

meses logramos salir con todas las medidas de bioseguridad necesarias para reunirnos y cumplir con instancias del nuestro proyecto, nuestras expectativas del proceso del proyecto eran otras.

Durante todos los años de universidad, aspirábamos llegar al proceso de titulación y reunirnos todos los días en la biblioteca de la Casa Grande, conocernos desde el día uno y desvelarnos cada cierto tiempo trabajando en conjunto en una misma casa. La pandemia no lo permitió, nuestras reuniones eran por Zoom o Google Meets, nos conocimos presencialmente a comienzos de agosto, a nuestras guías no las logramos conocer en persona, un sinnúmero de veces nuestro internet falló, otras veces las reuniones virtuales no nos permitían llegar a puntos claros. En definitiva, como grupo consideramos que la presencialidad habría sido lo mejor.

Asimismo, durante el proyecto una fundación nos contactó cuando recién estábamos creando la comunidad de graduados para que las personas inscritas en esa fecha en Grandes en acción donen dinero a una causa puntual, sin embargo, durante las sesiones con ellos logramos reconocer que no todos atraviesan las mismas condiciones que mantenían previo a la pandemia, lo cual no nos permitió apoyar a la fundación.

También, Grandes en acción tiene como finalidad brindar asesorías a proyectos de índole social. En esta primera edición nos enfocamos en los proyectos de aplicación profesional, sin embargo, a pesar de todas las veces que estuvimos en contacto con los grupos, las asesorías nunca se realizaron puesto que no las encontraban necesarias o pertinentes según su planificación.

A su vez, cuando mostramos la iniciativa al departamento de Responsabilidad Social y Vinculación a la Comunidad, nos explicaron que las actividades del departamento se realizan mediante solicitudes de fundaciones y en caso de que Grandes en acción desee participar en

dichas actividades, debería crear los planes de acción para apoyar a las iniciativas sociales de las fundaciones, lo cual, a pesar que es posible mediante los distintos perfiles de Grandes en acción, lo vimos viable una vez que la comunidad se encuentre consolidada. También nos comunicamos con algunos decanos de la universidad mientras que los estudiantes se encontraban realizando Casos, para saber si algún proyecto tenía algún corte social, sin embargo, ese no era el foco, por lo cual los inscritos en Grandes en acción no pudieron participar.

Evaluación individual de componentes o actividades

Mario Espinoza

Comunicación con graduados

Mantener una comunicación con graduados para conocer sus intereses dentro de las problemáticas sociales en Guayaquil, conocerlos y saber que significa Casa Grande para ellos.

- Desarrollar un encuentro con exalumnos de la UCG, por medio de una herramienta cuantitativa (encuesta), la cual ayude a identificar tanto sus intereses y lo que la universidad representa para ellos.

Dentro de la primera actividad desarrollada, consta la correcta y oportuna comunicación con el Comité de Graduados de la UCG para de esta forma lograr extraer de forma clara, correcta y veraz cuáles han sido y de qué tipo las actividades que la universidad ha gestionado en conjunto con ellos, es decir, en qué actividades sociales la UCG ha extendido una invitación y ha hecho partícipes a los graduados en este tipo de actividades; haciéndolos de esta forma, parte importante y haciéndolos sentir como un eje central y miembro de la comunidad de la UCG.

Para alcanzar el objetivo de esta actividad, se procedió a encuestar a 140 exalumnos de la UCG con la ayuda de formularios de Google, en donde, entre otros aspectos, proporcionaron información sobre su situación laboral actual, su visión sobre la relación que existe entre la UCG y los proyectos sociales, así como también, su predisposición en ayudar en diversas causas sociales, el tiempo que posee para desarrollar las mismas y qué tipo de causas sociales los motivan más a ayudar.

Entrevistas con diseñadores y creadores de página web para saber la creación de la página.

- Realizar entrevistas a varios diseñadores y creadores de páginas web para la creación de un espacio digital, por medio del cual, los graduados de la UCG puedan ser parte de diversos proyectos sociales de la universidad.

Para el desarrollo óptimo y adecuado del proyecto, se realizaron entrevistas con varios diseñadores y creadores con experiencia en diversas páginas web. En este sentido, se procedió a buscar información útil de parte de diferentes diseñadores y creadores de espacios digitales de la ciudad, y que esto permita crear y diseñar una página web no sólo acorde a las necesidades requeridas para el objetivo final del proyecto, sino que además, brinde un aporte de gran significancia tanto para los graduados como para los usuarios en general que desean ingresar a esta plataforma digital y conocer un poco más acerca de cómo la UCG mantiene una relación cercana con sus graduados y cómo los hacen partícipes de proyectos sociales.

Por lo cual, de forma específica, se entrevistaron a 3 diseñadores y creadores de este tipo de espacios digitales por medio de Zoom, en donde, se logró recabar información actualizada de varios aspectos, como lo son la interfaz, contenido, el público, entre otros. Todos estos parámetros fueron analizados con cada uno de los profesionales entrevistados, para

posteriormente dirigir toda aquella información hacia la línea de proyectos sociales con exalumnos, es decir, lograr crear un prototipo de diseño de página web que vaya acorde con lo que se desea plasmar, como lo es la ayuda social de la UCG por medio de graduados.

Invitación a graduados a registrarse a la página web y seguir la cuenta en Instagram.

- Realizar una invitación tanto a exalumnos de la UCG interesados en formar parte de la comunidad de ayuda social de la universidad tanto en la página web como en la red social Instagram.

Para el desarrollo de esta tercera actividad, se procedió a realizar una extensión de invitación tanto a los graduados a registrarse a la página web y seguir las redes sociales del proyecto, esto con el fin de que cada uno de ellos además de conocer esta iniciativa, formen parte de una comunidad de ayuda social que, en conjunto con la Universidad Casa Grande, se espera realizar grandes aportes a la comunidad local. Esta actividad fue crucial y sumamente importante, pues, a través de ésta se estaba dando a conocer el proyecto y todo lo que éste involucraba; sin esta actividad y sin su oportuno y adecuado desarrollo el rumbo del proyecto no hubiese sido el mismo.

Adicional, es necesario recalcar que en la actualidad es relevante la presencia tanto en redes sociales como en otro tipo de plataformas digitales, puesto que, este tipo de plataformas permiten estar en contacto recurrente y constantes con las personas.

Para poder llevar a cabo esta actividad, es necesario mencionar que se extendió la invitación a 140 graduados, así como también a 45 personas interesadas en formar parte de esta

comunidad virtual que busca servir de apoyo y guía. Esta invitación se llevó a cabo por medio de mails, al igual que por medio de la red social WhatsApp.

Carta de agradecimiento.

- Crear un sistema de gratificación que incentive a los graduados a seguir aportando de forma significativa a la comunidad por medio de su participación constante y recurrente en los proyectos sociales.

Para esta última actividad, se desarrolló y redactó una carta de agradecimiento a los actores principales del proyecto, como lo son los graduados, pues, sin ellos el desarrollo y la culminación de este hubiese sido casi imposible, puesto que, son un eje principal dentro del mismo. Para esto, se recurrió a una investigación veraz, la cual permita la redacción clara y concisa que, además, sea un instrumento correcto que permita comunicar la intención real, la cual es agradecer la participación e involucramiento de cada uno de los graduados, de esta forma, no sólo se mantiene el contacto con los actores principales, sino que además, se les da la importancia real que poseen, y se logra que éstos se afiancen aún más al proyecto y se fidelicen con el mismo.

Para la culminación adecuada de esta actividad, la carta redactada de forma adecuada y oportuna se la hizo llegar a cada uno de los miembros participantes por vía mail, puesto que, este medio de comunicación proporciona formalidad, seriedad y veracidad. Es decir, carta de agradecimiento fue enviada a los 140 exalumnos, así como también a las 45 personas interesadas.

Aprendizajes generados

El involucrarme en este proyecto me ha permitido hacerse acreedor de muchos aprendizajes que no sólo enriquecen mi aspecto personal, sino de mayor significancia a mi vida profesional. Uno de estos aprendizajes es la empatía y el respeto por las ideas de otros, que ninguna idea está mal o se la debe descartar, sino más bien, que se la debe moldear, modificar y acoplar con base a un objetivo en común. La heterogeneidad de pensamientos lejos de ser vista como una amenaza, se la debe tomar como una oportunidad de crecimiento y éxito.

Otro aprendizaje que logré adquirir gracias a este proyecto fue que la comunicación es un factor trascendental y de suma importancia para el óptimo y adecuado desarrollo del proyecto, sin comunicación no se logra alcanzar el objetivo en común. Y a esto, se suma el trabajo organizado en equipo, a la finalización de este proyecto pude afianzar con mayor certeza la importancia de trabajar en equipo, la importancia de comprender que cada uno de los actores (miembros del grupo) funcionamos como piezas de un rompecabezas, es decir, cada uno era parte fundamental de un todo, en este caso del proyecto final, y si uno no funcionaba de forma correcta; el todo no iba a estar bien.

Anthony Domínguez

En esta sección, se presenta la evaluación del proceso de comunicación, creación de espacio digital, sistema de evaluación y monitoreo en el cual los objetivos de las actividades y componentes en los que pude participar son los siguientes:

Proyectos de Aplicación Profesional

- Conocer la comunidad de proyectos de aplicación profesional vigentes y su interés en causas sociales.

Para alcanzar estos objetivos, se desarrolló una serie de acciones que se describen a continuación. Dentro de la primera actividad, contactamos con los proyectos sociales para coordinar una entrevista con los líderes de cada proyecto social. Se mantuvo una comunicación directa con los catorce proyectos de aplicación profesional, fue posible conocerlos a fondo gracias a una debida investigación y recopilación de datos referentes a las actividades y necesidades de los proyectos de aplicación profesional, esto se ejecutó a través de reuniones por Google Meet con una duración de treinta minutos a una hora aproximadamente por un periodo tres a cuatro grupos por semana, donde de charla en charla interactuamos, compartimos y descubrimos qué hace cada proyecto, a partir de ello se logró reciprocidad en ambas partes sobre el contenido de los proyectos, mediante lo cual se descubrieron necesidades de los grupos como diseñadores, programadores, redactores creativos, docentes, entre otros. A partir de esto se analizó las formas de asistencia que podrían aportar los exalumnos a la comunidad.

Creación del espacio digital

- Crear un espacio digital en donde se muestren graduados Casagrandinos dispuestos a ser parte de una comunidad de ayuda social.

Como segunda actividad, el indicador está conformado por la dirección del programador y la diseñadora encargados de la guía de la página web. Planificamos la creación del espacio digital, incluyendo una versión móvil, donde las personas puedan conversar, discutir y sobre todo ayudar a la sociedad guayaquileña de forma voluntaria, a partir de esa idea nació Grandes en acción con el propósito de ofrecer ayuda desde los graduados voluntarios con la idea de una asistencia a los de proyectos de aplicación profesional que beneficien a la ciudad con ayuda de los exalumnos. Como evaluación de las actividades y sus respectivos indicadores se puede

validar que la comunicación con proyectos de aplicación profesional a través de reuniones para conocer su proyecto, cobertura y logística fue un éxito, al principio fue un poco complicado encontrar ciertos proyectos ya que no había estabilidad en los grupos u horarios para todos, pero al final sí se consiguió reunir a la mayoría de los proyectos sociales y se obtuvo la información necesaria para la creación de la página web, colgando de esta forma todos los proyectos de aplicación profesional dentro del espacio virtual.

Se creó la página web, la cual inicialmente se dividió en cinco secciones: “Grandes en acción”, que tuvo como objetivo informar a la gente quiénes éramos, cómo está compuesto el proyecto, “los que nos mueve” era el manifiesto representando el significado de Grandes en acción, un formulario de inscripción, el diseño del emblema y certificado en base al aporte de logros con los otros proyectos, nuestro Instagram, además de una acción para poder suscribirse, “Proyectos sociales” básicamente trataba sobre a quién íbamos ayudar, donde se presentan los proyectos de aplicación profesional clasificados por categorías; en la sección “los grandes” solo estaba el modelo de diseño donde estarán ubicados los graduados; en “nuestra comunidad” se optó por dividir cada proyecto con el fin de dar organización y que cada graduado escoja el proyecto que más le interese, por último, la sección del formulario de “Contáctanos”.

Como tercera actividad se realizó un nuevo estilo a la página, como indicador se midió a través de los comentarios destacados realizada en la capacitación dirigida a los proyectos de aplicación profesional en donde se consiguió mayor comprensión en la página web y también a partir de los comentarios de los exalumnos acerca de lo que se buscaba en la página web fue posible actualizarla de forma que sea más eficiente. Actualmente, Grandes en acción está conformada por cuatro pestañas: “Inicio” donde conservó parte de la información, pero se juntó la pestaña de contáctanos para disminuir el número de pestaña con el fin de acelerar la página y

que se vea mejor estéticamente; se modificó las descripciones en cada punto, se colocó las formas de colaborar de esa forma los graduados puedan ver de qué manera consiguen ayudar, se incorporó la definición y participación de Responsabilidad Social y Vinculación con la Comunidad y Casos Sociales con el fin de ampliar la gama de opciones; “Grandes en acción” se clasificó por carreras adjuntando una descripción de la misma con el fin de facilitar la búsqueda de participantes, de esta forma se realizó la base de datos para la correcta administración de resultados; en “Nuestra Comunidad” se encuentra el espacio que antes estaba dividido por proyectos, ahora está unificado en un solo grupo, donde los participantes, puedan acceder en un solo lugar a las noticias de todos los proyectos sociales y a su vez todos los proyectos de aplicación profesional puedan colocar sus solicitudes. Además, se integró el formulario de registro con el fin de conocer carreras, intereses y experiencias del alumni, esta información se subirá en la sección de Grandes en acción para mostrarles a los proyectos que hay personas dispuestas a ayudar y así surja una comunicación bilateral a través del chat en la página o el espacio colocado en la comunidad.

Como cuarta actividad se realizó reuniones con los proyectos sociales para conocer sus necesidades, de igual forma se tuvo reuniones por Zoom y Meet para tener un acercamiento con los usuarios con el fin de mejorar el funcionamiento de la página. Se conversó con los proyectos de aplicación profesional y se subió en la página los flyers de sus proyectos, una corta presentación a través de un video, una descripción, sus redes sociales y el enlace que los llevará al espacio virtual de la comunidad, el indicador de esta actividad es la presta disposición al facilitar la información requerida por parte de los proyectos.

Manual de Uso Interno

- Crear un manual de uso interno acerca del manejo de la página web, con el fin que el departamento de Coordinación de Graduados conozca el proceso de la página.

La quinta actividad consta de la elaboración de un manual de uso interno del manejo de la página, éste es un documento en formato PDF en el que su contenido vincula los usuarios y contraseñas de correos, donde se creó el formulario y lo más importante la página web realizada en Wix. El manual de uso interno del manejo de la página tiene como objetivo brindar los usuarios y contraseñas de la página, asimismo la utilización de métodos de formularios. Además del manejo de inscripción de Grandes en acción, lo cual servirá como sostenibilidad a próximas ediciones. También cuenta con un paso a paso de cómo el alumni puede ser parte de Grandes en acción ya que al registrarse se debe realizar una serie de pasos. Los miembros inscritos en la página web empiezan desde que se vincula con un correo de preferencia de la Universidad, luego se chequea los diferentes proyectos sociales, donde se elige el que más prefiera. Ahí se dará clic en “unirse” y eso a su vez te llevará al espacio de la comunidad donde podrás participar de forma general, conociendo las noticias o necesidades de los proyectos. Después al salir del espacio virtual, en la sección de comunidad deben llenar el formulario con sus respectivos datos y su elección de proyectos sociales, las habilidades con las que aportará, en cuanto a los nuevos graduados que se integren a Grandes en acción serán notificados a través de un correo, de esta forma toda esta información se contabilizó en Excel, el indicador establecido es la validación de las guías al aprobar dicha instancia.

Evaluación y monitoreo

- Crear un sistema de evaluación y monitoreo para permitir la sostenibilidad del proyecto.

La sexta actividad se generó junto a nuestra guía Verónica Carrera del Río, donde se pudo validar que los exalumnos que se registraban en la página pertenezcan a la universidad, puesto que esta plataforma estaba dirigida solo al alumni de la Universidad Casa Grande. En la séptima actividad se encuentra el monitoreo de cuántos, cuándo y de dónde se conectan, con el fin de monitorear las visitas de la página Grandes en acción. La estructura de la página está en constante cambio y el mejoramiento de la página se dio a partir de los comentarios de los graduados convirtiéndose en un espacio más dinámico y amigable. Dentro de cada fase se cumplió con los resultados esperados ya que, a pesar de haber confusiones, se pudo resolver los inconvenientes, de igual forma, se espera la integración de nuevos proyectos en las próximas ediciones con el fin de mejorar e incrementar el número de visitantes que se vayan uniendo a la comunidad. Con respecto a los proyectos de aplicación profesional para conocer sus necesidades se realizaron reuniones paulatinas ya que las fechas establecidas en ambos casos se extendieron un poco más de lo usual. Como indicador de validación de acuerdo con la fecha establecida, se tomó en cuenta que las personas inscritas pertenezcan a la Universidad Casa Grande y con ayuda de nuestra guía Verónica Carrera del Río al confirmar la información. El monitoreo fue semanal, se evaluó la cantidad de visitas dentro de la página, de hecho, fuimos vistos desde el extranjero gracias a alumni's situados en el exterior.

A continuación, se describe un paso a paso de cómo sería la interacción de un visitante al registrarse en la Comunidad. Como primer punto los internautas que visiten la página se deben registrar a través de su cuenta de mail, luego observarán qué proyectos son de su interés, como siguiente paso darán clic en unirse, llevándolos a la comunidad de Grandes en acción y por último tienen que llenar el formulario con los respectivos datos ya que en base a eso se colocará

su información en la sección de Grandes en acción. En este lapso, uno de los integrantes del grupo ha enviado un correo al graduado, agradeciendo su integración y a la vez se busca la necesidad de solicitar una fotografía con el fin de colocarlo en la página web, de esa manera tanto graduados como proyectos creará un match a base de sus gustos y necesidades.

Aprendizajes generados

En conclusión, fue una experiencia interesante y un poco fuera de lo común, pero ya nada me sorprende, la Universidad Casa Grande ha demostrado ser una institución acorde a su visión en cada semestre, mi camino como estudiante de RR.HH. fue especial y muy dinámico, en una palabra, lo describiría como versátil ya que al momento de investigar, crear y desarrollar demuestras que todo el sacrificio no fue en vano, dando como resultados nuevos conocimientos y habilidades que uno aprende en el camino. Desde Recursos Humanos, como habilidad adquirida, destacó la comunicación a la hora de trabajar con muchas personas de distintos proyectos, empoderamiento al ser líder de las actividades realizadas por cada componente, adaptabilidad y paciencia al realizar la página web ya que no fue nada fácil, pero tampoco imposible y, por último, pero más importante, el trabajo en equipo fue fundamental e hizo esto posible.

Jennifer Pérez

El objeto de la siguiente sección tiene como fin evidenciar el proceso de construcción y reclutamiento de los graduados dispuestos a pertenecer en Grandes en acción, a partir de los procesos de Recursos Humanos con el fin de crear una comunidad dispuesta a apoyar a acciones sociales emprendidas por la universidad.

Proceso de Reclutamiento

La primera parte de las actividades que se van a exponer giran alrededor de los siguientes objetivos:

- Reclutar a la comunidad de exalumnos para el registro como voluntarios dentro de Grandes en acción.
- Realizar sesiones con ellos para comentarles sobre las iniciativas sociales de Universidad Casa Grande y tener en cuenta sus intereses y *expertise* para futuras asesorías.

Las actividades del primer y segundo objetivo del reclutamiento de la actividad se basan en los siguientes puntos: Primero tuvimos sesiones con grupos de graduados que contestaron una encuesta inicial para conocerlos a través de Zoom para saber sus intereses sociales, cuál es su ámbito profesional, qué les gusta, su modalidad de graduación y el significado de Casa Grande para ellos.

Encontramos un grupo variado de diferentes carreras que se encontraban dispuestos a brindar conocimiento que ayude a futuros profesionales y a causas que les interesa. Una vez que como grupo teníamos mapeado los perfiles e intereses de los graduados, los volvimos a convocar a otra reunión para mostrarles la lista de proyectos sociales y saber cuál les interesaba más a partir de sus propias experiencias y conocimientos. Una vez que reclutamos ese primer grupo, ampliamos nuestra investigación a través de la red social LinkedIn en donde buscamos a exalumnos de la Casa Grande que se encuentren trabajando en empresas reconocidas de la ciudad o que tienen experiencia dentro de la Responsabilidad Social para invitarlos a que se registren en la página web, en donde también obtuvimos respuestas positivas por parte de ellos.

Para la consecución del segundo objetivo, tuvimos sesiones con el departamento de Responsabilidad Social y Vinculación a la Comunidad, a cargo de Jessica Quintana, para conocer las actividades planeadas durante el año 2020, sobre todo para que ella conozca el recurso de Grandes en acción y pueda utilizarlo durante la realización de sus actividades. Como resultado de la sesión de Vinculación a la Comunidad, entendimos que como departamento no se realizan actividades concretas, sino más bien hacen de intermediario cuando alguna fundación cercana a la universidad va a realizar algún tipo de proyecto social. A su vez, el departamento ha realizado actividades sociales en donde han convocado a graduados de la universidad, por lo cual nos brindaron consejos para la convocatoria y ejecución de proyectos que tendremos con los exalumnos. Por otro lado, se enviaron mensajes a las Secretarías de las Facultades para comunicarnos con decanos durante las semanas de Casos para conocer si había algún Caso en donde los voluntarios de nuestra página puedan participar, sin embargo, las Facultades que dieron respuestas nos indicaron que durante ese semestre ninguno era un caso social.

Para las actividades realizadas el principal y más importante indicador a lo largo del proyecto fue que no existía una comunidad de graduados voluntarios inscrita para participar en actividades sociales, sin embargo, dentro de Grandes en acción hay actualmente más de cuarenta personas inscritas. Su gran mayoría fue reclutada a través de las reuniones que tuvimos con ellos y a través de redes sociales como LinkedIn. A su vez, previo a la creación de Grandes en acción, eran muy pocas las personas graduadas de la Universidad Casa Grandes que conocían sobre los propósitos actuales de los proyectos de aplicación profesional y a través de las reuniones virtuales pudimos contarles a más de veinte alumni's sobre las ediciones actuales de los proyectos.

Capacitación del uso de la página

Una vez que la página tenía un número de graduados y pueda publicarse oficialmente nos basamos en cumplir con el siguiente objetivo:

- Comunicar y brindar capacitaciones a distintos usuarios de la Universidad Casa Grande para mostrar la utilización de la página.

Decidimos enviar una convocatoria a los estudiantes de los proyectos de aplicación profesional, para posteriormente tener una reunión con ellos. En dicho espacio se explicó cada sección de la página web, comentarles sobre los graduados inscritos y las normas de la relación que se debe mantener con los exalumnos. Para que, en un futuro, según la planificación que ellos tengan o dudas que vayan surgiendo durante el proyecto, puedan contactar a los voluntarios o a nosotros para coordinar asesorías. Para el cumplimiento del objetivo, en la reunión con los estudiantes de proyecto de aplicación profesional logramos tener más de quince estudiantes conectados, entre estos estudiantes se encontraban nueve proyectos presentes los cuales pudieron conocer el funcionamiento de la página para luego registrarse en la sección de Nuestra Comunidad.

De la misma forma funcionó con los tutores y guías de proyectos, a pesar de que a ellos los contactamos casi al finalizar el año del proceso de titulación, el fin de la reunión era mostrarles la página y el propósito de Grandes en acción para que cuando vuelvan a ser tutores en un siguiente proyecto, puedan acudir a la página en todas las fases de sus proyectos a cargo. La convocatoria se envió tarde, por lo que no todos los tutores lograron conectarse, sino más bien dos tutores, sin embargo, con las personas que estuvieron pendientes pudimos rescatar ciertos puntos de la página para que al finalizar la reunión poder hacer ciertas mejoras.

A finales de noviembre tuvimos una reunión con ciertas autoridades de la universidad, entre ellas con Jessica Quintana, encargada del departamento de Responsabilidad Social y Vinculación a la Comunidad para poder explicar el manejo de la página y acordar ciertos puntos que servirían para la continuidad de la página, junto a ella pudimos mejorar ciertos detalles de Grandes en acción y agregar las actividades que usualmente suelen realizarse dentro del área mencionada.

Monitoreo de las asesorías

Finalmente, como último objetivo dentro de la sección se encuentra:

- Validar que las asesorías brindadas hayan cumplido las expectativas o resuelto dudas del grupo.

Durante nuestro proyecto tuvimos la oportunidad de brindar cuatro asesorías a tres grupos de proyectos de aplicación profesional, en donde los graduados lograron brindar asesorías en: diseño de árbol de problemas, diseño de matriz de marco lógico, asesorar cómo involucrarse a un grupo objetivo vulnerable de un proyecto en específico, asesorías y recomendaciones para mejoras y correcciones en proyectos.

Cabe destacar que una Grande en acción se involucró con el proyecto y les dio acompañamiento durante varias instancias del proyecto.

Después de estas asesorías conversamos con los graduados y grupos para saber cómo había sido su relación, si es que lograron despejar todas las dudas, en el caso de los proyectos de aplicación profesional quedaron encantados y agradecidos al culminar las asesorías. Finalmente, tuvimos cuatro asesorías exitosas que resolvieron inquietudes.

Aprendizajes generados

Como reflexión durante todo el trayecto del proyecto cuando tenía algún tipo de acercamiento con los graduados nunca estuve nerviosa, más bien pude crear una buena relación con muchos de ellos, lo que atribuyó a que en el transcurso de mi carrera, en Casos y proyectos que he realizado durante mi malla curricular adicional a la experiencia profesional que he tenido por pasantías, esta experiencia me han brindado la oportunidad de crear buenas relaciones interpersonales con personas desconocidas. Adicional a esto, dentro de la universidad nos enseñaron a utilizar LinkedIn como red profesional, aspecto al que logré sacarle ventaja para realizar una búsqueda exhaustiva con filtros de Casa Grande y empresas reconocidas de la ciudad para realizarles invitaciones personales a nuestra comunidad.

Una de las partes que más tuvo un crecimiento profesional en mí, dentro del ámbito de Recursos Humanos, es que durante el proyecto no se buscaba al “candidato perfecto” para la comunidad, sino que se buscaba personas que quieran colaborar a construir un mejor Guayaquil. En Grandes en acción era indistinto los años de experiencia, los proyectos que habías hecho, sino que tengas conocimiento y ganas de brindar asesorías. Por otro lado, como futura profesional y una persona que le interesa las relaciones, algo por lo que velé y que me involucró en el proyecto, fue la oportunidad de generar networking entre exalumnos y estudiantes, en un futuro dichos estudiantes van a comenzar una búsqueda activa laboral y el haber conocido y contactado con los graduados desde nuestra página puede que les abra las puertas el día de mañana en la parte profesional. A su vez, como futura profesional de Recursos Humanos, sé la importancia de la comunicación, por ende, esto fue primordial para la ejecución de mi proyecto, sea la comunicación grupal o la comunicación constante que logramos mantener con ellos.

Por otro lado, dentro de nuestra carrera y universidad nos refuerzan mucho el concepto de “trabajo en equipo” lo cual, durante mis años de carrera lo supe manejar, por ende, siempre intenté que todos nosotros como grupo trabajamos en las habilidades e intereses que tenemos, para así lograr un proyecto eficiente y podamos dar nuestro máximo rendimiento a través de nuestros conocimientos.

Adrián Villacís

El objetivo de la siguiente sección es reflejar la evaluación de la comunicación directa que se mantuvo con los graduados durante su proceso para formar parte de Grandes en acción.

Logística de las reuniones, agendar con graduados y validar fechas para reuniones de reclutamiento

El objetivo de esta actividad es el siguiente:

- Crear un vínculo con los graduados que estaban interesados en formar parte de nuestro proyecto de Grandes En Acción para que ellos también se sientan identificados con nuestro proyecto tanto como nosotros.

Se recopiló las respuestas de las encuestas para coordinar la logística de las reuniones con los graduados a través de la plataforma de Zoom o Google Meet dependiendo de la disponibilidad del graduado. Todo esto con el fin de reclutar a los graduados para que se unan a esta iniciativa de grandes en acción. De las respuestas de la encuesta enviada a dos mil seiscientos graduados, se empezó con el proceso de reclutamiento a los graduados. Para esto, los filtramos de manera que solo buscamos a personas identificadas con la universidad y también a los que respondieron “Si” a la pregunta de: “Estarían dispuestos a ayudar en causas sociales si la

universidad los llamara a participar?” De tal manera se procedió a contactar a dichos graduados para agendar reuniones.

Para esta actividad podemos evaluar su éxito y utilizar como indicador el número total de graduados que hasta la fecha están inscritos en la página web, los cuales son alrededor de cuarenta graduados. También podemos ponderar a los graduados que asistieron a las reuniones y participaron activamente con nosotros para construir lo que hoy es la comunidad de Grandes en acción.

Reuniones con graduados para mejorar el uso de la página

Los objetivos principales de esta actividad son:

- Recibir feedback de los graduados con el fin de mejorar la experiencia de ellos durante la navegación de la página.

Se consultó a los Grandes de la Casa, debido a que ellos son el eje principal y la razón de ser del mismo. Es por esto por lo que creemos oportuno que sean los mismos graduados que nos den su feedback para mejorar constantemente la página web. Se coordinó una reunión con el exalumno y miembro del Comité Consultivo de Graduados, Wilmer Romero, para que nos dé su opinión acerca de nuestra página. Recibimos su retroalimentación y también cambios que deberíamos de realizar para la página web.

Por otro, María Cristina González, graduada de la carrera de Multimedia nos dio la idea de que los graduados brinden asesorías ya que estas serían para temas específicos y así no se toma mucho tiempo del graduado. Con estas reuniones no solo conseguimos mejorar nuestro proyecto sino también mantener involucrados a los graduados para que de esta manera ellos se

sientan que sus ideas también son tomadas en cuenta y son importantes para el crecimiento del proyecto.

El indicador más importante de esta actividad fue conseguir dos graduados para que nos brinden feedback acerca de la página y de esta manera en base a su retroalimentación poder mejorar la página para un mejor uso y comprensión de uno de los stakeholders principales.

Seguimiento de graduados para solicitar su información personal y foto para que aparezcan en Grandes en Acción

Para la siguiente actividad el objetivo fue:

- Solicitar información personal a los graduados para que puedan ser colgados en la sección de los “grandes” dentro de la página web.

Para continuar con el proceso de inscripción en la página, los graduados que se inscribieron en la página web, se les enviaba un correo personal solicitándoles su información personal y una foto profesional para que sea colgada dentro de la sección “Grandes En Acción” en la página web. Como información personal se les pide un breve resumen de su experiencia laboral más el área en la que se desenvuelven, todo esto con el fin de que los proyectos sociales puedan tener una idea de quién es cada graduado y la experiencia con la que cuentan.

Como indicador importante dentro de esta actividad fue la respuesta de cada graduado que fue contactado para que nos brinden su información personal para completar el registro en la página web. Aproximadamente cuarenta y dos graduados respondieron nuestros correos lo cual nos da como resultado un impacto positivo con respecto a la comunicación mantenida con los graduados.

Acercamiento a Influencers del medio para que difundan la pagina

Esta actividad tuvo como objetivo el siguiente:

- Dar a conocer la página entre la comunidad Casagrandina con el fin de que más graduados se inscriban a Grandes en acción.

Me contacté con el periodista deportivo y concejal, Andrés Guschmer por medio de WhatsApp le escribí contándole quién era y el proyecto de aplicación profesional que estoy llevando a cabo con mi grupo. Después de explicarle de qué trata nuestro proyecto le pedí que si podía subir un video a su Instagram invitando a cualquier persona que se haya graduado en la Universidad Casa Grande y que le apasionen los proyectos sociales, a unirse a esta gran iniciativa. A pesar de que Andrés si respondió mi mensaje, y estaba presto para ayudarnos, no logre que subiera el video debido a que no me respondió cuando le volví a escribir. Por otro lado, le escribí a Erika Vélez que también es graduada de la universidad, de la misma forma le conté sobre el proyecto y le pedí que comparta un post en sus redes sociales, pero Erika no respondió mi mensaje.

Con el tema de los dos influencers que fueron contactados, no se consiguió lo esperado que era dar a conocer la página y lograr así que más graduados quieran formar parte de Grandes en acción, debido a que no hubo respuesta por parte de los influencers a los cuales se contactó. Por lo tanto, no pudimos generar el impacto esperado, que era conseguir un número considerable de nuevos graduados para la página web.

Reglamentos y acuerdos

Los objetivos de los reglamentos y acuerdos dentro de la página web son:

- Establecer normas y acuerdos entre los graduados y los estudiantes de la Universidad Casa Grande para que la comunicación sea efectiva.

Debido a la posible confusión y malentendidos que se puedan dar mediante las interacciones entre los grandes y los estudiantes de la universidad, se crearon mandamientos y acuerdos donde se establecen las normas bajo las cuales ambas partes tendrán que regirse para lograr una buena interacción. Los acuerdos y reglamentos fueron un fruto de todo lo que los graduados nos transmitían de como ellos creían que sería más eficaz su encuentro con los estudiantes.

Se espera que estas sean las bases para una buena comunicación dentro de la página. Contando también con la cordialidad y empatía, características que definen a los Casagrandinos.

Comunicación constante con los graduados para contarles el proceso

El objetivo de esta actividad es:

- Mantener informado a los graduados de todos los cambios acerca de Grandes En Acción

Mantuvimos una constante comunicación con los graduados que forman parte de Grandes En Acción para contarles de cualquier avance o cambios que se fueron dando en el proyecto. Con los graduados más activos dentro de la comunidad se conversó más para conocer de sus gustos y opiniones acerca del proyecto y el desenvolvimiento que estaba teniendo.

Aprendizajes generados

En RR.HH. Aprendes a ver más allá de un currículum o logros profesionales, logras evaluar a la persona por su actitud y así una persona que en los papeles no parecía el candidato que buscabas resultó ser mucho mejor que el resto. Esto me ayudó a encontrar a los graduados que se sienten identificados con la universidad y aun a pesar de años de graduado tienen un cariño especial por la que fue su casa durante sus años universitarios. Tal y como para un puesto de trabajo tu estableces ciertos parámetros que tus candidatos deben tener para ser tomados en

cuenta para la vacante, así mismo pasó en nuestro proyecto de grandes en acción. Estábamos en la búsqueda no solo de gente encariñada por la universidad sino también que los muevan los proyectos sociales.

Mi carrera también me ha ayudado a comunicarme de manera más efectiva y esto es algo muy importante en estos tiempos de pandemia donde todas nuestras interacciones fueron por medio de plataformas como Zoom o Google Meet. Conseguir que los graduados entiendan la temática de nuestro proyecto y su rol dentro del proyecto hizo que ellos se sientan valorados e importantes. De este proyecto aprendí la importancia de cautivar la atención de las personas con tus palabras debido a que mandamos muchos emails y nos comunicamos por WhatsApp con los graduados, ser persuasivos y saber llegar a las personas fue vital para que se involucren en Grandes en acción.

Juan José Delgado

En esta sección, se presenta la evaluación y análisis del proceso de la campaña de comunicación. El objetivo del componente es poder sensibilizar a la comunidad de graduados con intereses en causas sociales y poder reclutarlos. Esto ayudará a consolidar a la comunidad de Grandes en acción que son profesionales titulados en la Universidad Casa Grande y se sienten atraídos para aportar a causas sociales.

Campana de comunicaci3n

Se inici3 planificando una estrategia de comunicaci3n que estimule a los alumni de la Universidad Casa Grande. En el transcurso del proyecto se defini3 que Grandes en acci3n comunica m3s que solamente a los alumni, tambi3n comunica a los integrantes de los diferentes

proyectos de aplicaciones sociales, tutores, profesores, alumnos y más. A esto se le añade que el proyecto cambió constantemente y no se podía definir una comunicación estable.

Las actividades de esta sección se aportó alrededor del objetivo descrito anteriormente son las siguientes:

Guía para la creación del nombre del proyecto: En primera instancia, antes de elegir los proyectos de aplicación profesional que más nos movían, nuestro proyecto contó con doble nombre: Do Tank - Vuelta Vengo y esto nos generó una gran confusión. No fue sino hasta que conocimos a nuestras tutoras que pudimos entender que Do Tank era el tipo de proyecto y el nombre Vuelta Vengo era uno pensado para que la comunidad de graduados de la Universidad Casa Grande regresara por medio de este proyecto. Luego de las primeras entrevistas con graduados se definió que el nombre no era apropiado, era distante y no comunicaba mucho. Con esto dentro del radar, se buscó el nombre del proyecto aplicando las enseñanzas de redacción publicitaria, creatividad e innovación.

Adoptamos el nombre de Los Grandes de la Casa que es el nombre actual de la comunidad activa de graduados de la Universidad Casa Grande. Luego de portar el nombre aproximadamente un mes, nos pudimos percatar que nuestro proyecto era una instancia completamente diferente a la comunidad de graduados de la Universidad Casa Grande. Por ende, este nombre sería confuso al momento de lanzar el proyecto y continuar con él.

Generamos una sesión creativa con mis compañeros de proyecto aplicación profesional: Jennifer Perez, Anthony Domínguez, Mario Espinoza y Adrián Villacís. El resultado fue muy agradable porque pese a que no sabíamos que nombre ponerle, luego de conversar y lograr

rapport entre todos se pudo encontrar un concepto creativo que se convirtió en el nombre de nuestro proyecto: Grandes en acción.

Estrategia de comunicación: La estrategia de comunicación que se generó fue una se construyó principalmente al lanzar acciones comunicacionales y analizar los resultados obtenidos. Esto permitió poderse mover y generar cambios tanto en la plataforma digital, dentro de los procesos internos de nuestro proyecto como en lo que comunicamos. A pesar de esta dificultad las acciones comunicacionales nos permiten ir aprendiendo poco a poco hacia donde deberíamos enfocar el proyecto realmente hasta definir el proyecto de conclusión.

Creación del manifiesto del proyecto: El manifiesto es el corazón de nuestro proyecto. Nos recuerda constantemente que es lo que buscamos con Grandes en acción. Encargarse de esta actividad fue muy gratificante debido a que no tuve la oportunidad de generar una pieza como esta previa a esta experiencia. Lo primero que se realizó fue conocer: ¿Qué es ser realmente un Casagrandino? por ende se utilizó a los seguidores de Instagram de mi propia red personal ya que está cuenta con graduados y estudiantes de la Universidad Casa Grande y se para lanzó una encuesta. Luego de analizar las respuestas se generó el manifiesto siguiendo el esquema narrativo del Camino del Héroe (Anexo N).

Creación de esquemas de investigación: Para la creación de estos esquemas de investigación, generamos unas primeras videollamadas y definimos lo que no conocíamos de esta comunidad tanto de graduados como los proyectos de aplicación profesional y lo que no. Luego de esto se generó varios esquemas de investigación (anexo c al g) que nos sirvieron para conocer a nuestros stakeholders a lo largo del proyecto.

Medios digitales: Esta estrategia se fundamentó principalmente para el entorno digital. Se aprovechó varios medios para poder comunicar efectivamente y a veces inefectivamente nuestro mensaje.

Instagram: Se creó la principal plataforma que utilizamos para comunicarnos con la comunidad de graduados.

Feed: Se conformó por varios pilares de contenido que son:

- Branding: En este pilar se mostró quiénes somos nosotros y que es realmente Grandes en acción.
- Experiencias: Dentro de las experiencias decidimos grabar a algunos Grandes en acción y a los proyectos de aplicación profesional. Esto se generó mediante citas previas y planificación constante con otros grupos de los diferentes proyectos de aplicación profesional.
- Instructivos: Creamos un instructivo para mostrar cómo podían registrarse dentro de nuestra plataforma y mostramos los beneficios de hacerlo.
- Proyectos sociales: Publicamos los diferentes proyectos de aplicación profesional con los que la universidad trabajó en el año, sus propósitos y sus causas.

Redacción de los textos: La redacción general del proyecto se realizó definiendo una personalidad de marca para Grandes en acción jovial, alegre, acolitador, universitario, semi profesional. La mayoría de los textos que se desarrolló fueron para la página web, los posts y sus *captions* y ciertos *mailings*. La redacción de los textos dentro de la web fue una actividad

interesante Al inicio se escribió textos muy amplios o específicos, cuando luego definimos que es mejor lanzar pequeñas frases que cuenten lo mismo y que despierten el interés.

El poder escribir las descripciones de los diferentes proyectos de aplicación profesional también hizo que dentro de la investigación que se había elaborado para los proyectos y aparte revisar los Professional Learning Environment de cada uno para poder tener una idea real de que se trataba su proyecto y no comunicar información errónea.

Llegando a la entrega oficial de la página web, Jessica Quintana, Directora de Responsabilidad Social y Vinculación con la Comunidad nos comentó que algunos textos dentro de la web no le quedaban claro ya que no sabía cuáles eran para estudiantes y ella o cuáles eran para los graduados. Por ende, se analizó a profundidad el contenido de la página web y se generaron los cambios pertinentes.

Historias de Instagram: Para el recurso de las historias nos interesó poder grabar un tras cámaras de los diferentes proyectos de aplicación profesional, sus integrantes y sus aspiraciones. Al inicio se grabó tres proyectos de aplicación, pero luego se dificultó poder seguir con este proceso debido a la pandemia y a que muchos grupos no se encontraban haciendo acciones puntuales y no querían que sus reuniones tengan a muchas personas por precaución.

Nuestra Comunidad: Dentro de nuestra comunidad se logró que Jala la Oreja sea el primer proyecto de aplicación profesional que ingresó y realizaron una invitación a la firma de convenios entre la Universidad Casa Grande y artistas guayaquileños asociados. Aprovecharon a los nuevos integrantes para animarlos a asistir. Se decidió publicar artes de branding y comunicar lo que otros proyectos de aplicación profesional realizaron como contenido principal.

Mailing: En cuanto al mailing se aprovechó la base de datos de Verónica Carrera del Río, nuestra tutora y Coordinadora de Graduados de la Universidad para difundir información y que visiten el sitio web y animar a puedan registrarse en el mismo siempre y cuando les interese ayudar a los diferentes tipos de proyectos sociales.

Comunicación Interna UCG: Para la comunicación interna se lanzó una serie de artes para que toda la comunidad conozca Grandes en acción, cómo unirse, cómo funciona a la vez que se mostró los proyectos sociales que apoyan.

Línea gráfica: Esta línea gráfica fue muy divertida de generar ya que conceptualiza los recursos para que se puedan ver estéticamente bien. Se utilizó dos tipografías para Grandes en acción:

- Principal: *The Next Font*
- Secundaria: *Chelsea Market*.

Para la paleta de colores las tonalidades principales son: Negro, blanco, el naranja que representa a la Universidad Casa Grande y la imagen de corcho.

Dentro de este componente se logró generar una línea gráfica al proyecto al igual que un logo oficial. Una cuenta de Instagram con ciento ochenta y cinco seguidores, dieciocho publicaciones y tres historias destacadas. Se enviaron tres correos principales dentro de la estrategia los dos mil seiscientos alumni en la base de datos de Verónica Carrera del Río. De estos obtuvimos el cinco por ciento de respuesta activa a nuestra comunicación y esto lo pudimos ver con las ciento treinta y cuatro encuestas realizadas en primera instancia. Y de este porcentaje activamos y registramos al cincuenta y ocho por ciento de esta población. De este cincuenta y

ocho por ciento animamos a que se active un seis por ciento de estas asesorías entre los alumni de la Universidad Casa Grande y estos proyectos sociales de la misma.

Acción	Población Total	Porcentaje	Población que convirtió
Correo	2600 base de dato de graduados	5%	134 encuestados
Registro	134 encuestas realizadas	58%	50 registrados
Asesorías	50 registrados	6%	3 asesorias

Nuestros stakeholders gestores de proyectos sociales dentro de la Universidad Casa Grande quedaron encantados con el proyecto y con el potencial que tiene de ser desarrollado por nuevas mentes y habilidades. Tuvimos varias reuniones tanto con la coordinadora de Graduados de la Universidad, nuestra tutora Verónica Carrera del Río, coordinador de los proyectos de aplicación profesional de la Universidad, José Miguel Campi, Director de los proyectos con vinculación a la comunidad, Jessica Quintana. Directora de Investigación, Zaylin Brito y algunos tutores y docentes renombrados, como Sandra Guerrero, receptaron nuestras presentaciones del proyecto con buenos ojos. Muchos quieren agregar su propia impronta y todos están dentro de lo correcto bajo el lugar donde se encuentran ubicados, por ende con reuniones creativas entre los involucrados sabemos que podrán gestionar un proyecto ideal.

Espacio digital para Grandes en acción

En esta sección, se presenta la evaluación y análisis del proceso de la creación del espacio digital de interconexión y ayuda social para Grandes en acción. El objetivo del componente es poder generar un espacio digital en donde se puedan visualizar los proyectos sociales de la Universidad Casa Grande, al igual que los alumni que son parte de la comunidad y que han

ayudado. Generar un lugar de interconexión digital para conocer y ayudar a estos proyectos sociales y generar una comunidad casagrandina que fomente el altruismo. Lo que pude realizar dentro de este componente fue:

Experiencia de Usuario: La experiencia de usuario de la página web fue toda una odisea lista para resolver. Dentro de esta parte se definió lo que el proyecto quería plasmar que quedó en cinco literales:

- Página principal o inicio
- Los proyectos sociales
- Los Grandes en acción que se inscriben dentro de la plataforma
- El grupo de la comunidad Grandes en acción
- Contacto (Este último fue eliminado casi que al final de nuestro proyecto y agregado dentro de la página principal para simplificar las pestañas

Dentro de la definición de experiencia de usuario se presentaron complicaciones para definir a donde iba a ir cada una de las secciones y que iba a contener. La conversación con la diseñadora y el programador fueron de gran importancia.

Creación de base de datos con levantamiento de necesidades de los proyectos de aplicación profesional: Luego de la primera instancia de investigación con los proyectos de aplicación profesional se creó una base de datos interna detallada de los proyectos de aplicación profesional, junto a sus integrantes, sus tutores, los responsables en conversar con el respectivo proyecto, el encargado de comunicarse con nosotros como Grandes en acción, la descripción del proyecto, las actividades que buscaban lograr, las maneras en las que pensaban que podíamos

ayudarlos, etc. Esto permitió tener la información para poder llenar cada una de las secciones dentro de proyectos sociales.

Sesiones de investigación con programador y diseñador: Antes de generar el portal web, tuvimos sesiones con profesionales en el tema. La dupla nos mostró las diferentes cosas que se podían hacer dentro de cada una de las plataformas de generación de portales web. Aparte recalcaron la importancia de los detalles y de los procesos.

Con mi aporte se pudo generar un portal web con el dominio www.grandesenaccion.com el cual es un portal web que cuenta con cuatro pestañas:

- *Landing Page*
- Los proyectos sociales
- Los Grandes en acción
- Nuestra comunidad

Esta página web al final muestra catorce proyectos de aplicación profesional con sus debidos manifiestos, descripciones y portadas. Dentro de los Grandes en acción existen cuarenta graduados inscritos separados por las diferentes carreras. En nuestra comunidad se encuentra el formulario de registro para los alumni y el grupo de nuestra comunidad con cincuenta y un miembros activos entre alumni, estudiantes y proyectos sociales de la Universidad Casa Grande.

Sistema de gratificación

En esta sección, se presenta la evaluación y análisis del proceso de la creación del sistema de gratificación. El objetivo del componente, en un ideal, es crear un sistema que sea cómodo y agradable para los *stakeholders* de Grandes en acción. Tanto para los alumnos, profesores,

directivos, tutores o graduados. Poder generar a futuro un tipo de gamificación sobre las ayudas que se generan con las necesidades que se van presentando. De esta manera se premia a las personas que más aportes sociales presentan y a la misma vez se animan a la comunidad a seguir participando y generando mayores ayudas sociales. Lo que se generó dentro de este componente fue:

Insignia digital: Esta insignia digital se creó en base al logotipo y se buscó varias imágenes referentes de logotipos de comunidades de ayuda social. Lo interesante es que la mayoría usaba una diagramación tipo sello. Esto se tomó en cuenta al generar y transformar el logo dentro de la insignia.

Certificados: Los certificados se crearon visualizando referentes en internet. Se definió usando la línea gráfica elaborada. Se digitalizó la firma de Verónica Carrera del Río para colocarla como aval de la Universidad Casa Grande y enviarla como un documento oficial por haber participado.

Al final se logró enviarle una carta de bienvenida junto a la insignia digital a los alumni que se registraban como Grandes en acción. El certificado avalado por la Universidad Casa Grande fue entregado a tres de los Grandes en acción que pudieron aportar con sus conocimientos y habilidades profesionales a otros proyectos sociales. No se pudo generar la gamificación por encontrarnos en una etapa inicial del proyecto, pero siento que existe mucho potencial dentro del componente de gratificación.

Aprendizajes generados

Me estoy titulando como Licenciado en Comunicación social con mención en Marketing y Gestión Empresarial. El eje principal de mi carrera bajo mi propia perspectiva es poder entender las teorías y aprendizajes profundos sobre de la comunicación que permiten potencializar mi mención como creador de estrategias en el mercado y empresas para el desarrollo y el logro de los objetivos planteados de los mismos. Personalmente siento que mi carrera se enfoca bastante en ser el que tiene los pies en la tierra al momento de trabajar con mis compañeros de la Facultad de Comunicación Mónica Herrera y con los profesionales con los que trabajaré luego de este proceso de titularización, debido a que tenemos presente el presupuesto de los proyectos, los indicadores, la definición de los grupos objetivos y demás.

En prácticamente toda mi carrera universitaria la Universidad Casa Grande me ha incentivado a poder trabajar en duplas, grupos pequeños y hasta en grupos de veinte personas para lograr ideas disruptivas y trabajos que nunca me hubiera planteado lograr.

En este proyecto ocurrió algo que fue totalmente nuevo para mí: trabajar con un grupo de personas que nunca había conocido previo al inicio del proyecto de aplicación profesional, dentro del contexto de pandemia mundial en el que no los llegué a conocer en persona sino recién en la mitad del trabajo y agregando que todos son de la Facultad de Administración y Ciencias Políticas, una facultad que a pesar de ser la misma universidad, cuenta con una metodología de trabajo completamente diferente a la que acostumbré a lo largo de casi cinco años de estudios.

Fue un reto muy grande poder entendernos y coincidir en muchas cosas con todos los integrantes del grupo, pero siento que esta experiencia me sacó de mi zona de confort y me enseñó a poder adaptarme y entender a un grupo de trabajo completamente distinto.

Muchas veces me veía preocupado, pero al paso de los días pude comprender su metodología de trabajo al igual que tenía que trabajar en mí para poder plasmar mis puntos de vista para el desarrollo efectivo del proyecto.

Bajo esto muchas veces me paso lo opuesto a lo que normalmente me pasaba en otras instancias educativas como casos, exámenes o hasta concursos publicitarios, esta vez yo estaba con un ideal muy alto y planteamientos estratégicos muy creativos para el proyecto. Lo sigo estando pero creo que nuevas ediciones de Grandes en acción junto a los casagrandinos encargados de los proyectos sociales de la Universidad Casa Grande construirán el proyecto de una manera interesante.

Trabajar con mis compañeros en general fue enriquecedor ya que ellos pudieron aportar perspectivas que no veía. En cuanto a trabajar la parte comunicativa de un proyecto de aplicación profesional como éste, sin contar con otro comunicador tanto un Relacionista Público, un Redactor Creativo o un Diseñador Gráfico, fue otra de las instancias que tomé como un reto y una oportunidad. Mientras se iba desarrollando el proyecto y se presentaba la necesidad de realizar dichos trabajos, los iba haciendo y me daba cuenta de que, aunque no era el resultado ideal que esperaba, igual era un trabajo que lograba cumplir con los objetivos del proyecto y que tenía una buena acogida por los grupos de interés de Grandes en acción, como por mis propios compañeros del proyecto.

Conclusiones y recomendaciones

Durante la primera edición de este proyecto, consideramos que cumplimos con la necesidad que encontramos al principio de este recorrido. Sabíamos el interés de la universidad en unir a los graduados en la parte social y nosotros como equipo comenzamos a trabajar en ello. Probablemente no cumplimos con nuestras expectativas de llegar al máximo de asesorías anheladas. Sin embargo, demostramos a través de una comunidad que existen graduados voluntarios con ganas de construir un Guayaquil mejor y regresar a Casa Grande.

Una instancia del proyecto que nos impactó y por lo que logramos sentirnos satisfechos con lo realizado fue durante una de las investigaciones cuando una exalumna nos agradeció por crear la comunidad de Grandes en acción ya que se encuentra buscando alguna oportunidad laboral y actualmente se encuentra superando su depresión con una psicóloga, adicional a los meses de encierro por la pandemia le vendría bien distraerse. Entendimos con ello que Grandes en acción va más allá de apoyar a proyectos sociales para Guayaquil, sino que comienza también con la oportunidad de apoyar a los mismos graduados.

La herramienta como la plataforma web y la creación de la comunidad, también será de apoyo a estudiantes y profesores, puesto que tenemos como base nuestras propias experiencias en las que nos hubiera gustado contar con la perspectiva de un profesional en el tema. Es por ello por lo que, como recomendación, esperamos que Grandes en acción en un corto plazo pueda abrirse a todos los proyectos que imparte la universidad, indistinto a que sea social o no. A largo plazo, que a la comunidad los pueda buscar los guayaquileños, durante nuestro proyecto una persona que no es miembro de la universidad acudió a nosotros para que la universidad y los graduados puedan apoyarlo en una problemática en la cual se encontraba trabajando, por lo cual

creemos que en un futuro personas de afuera del círculo de la universidad se encuentren dispuestos a acudir a Grandes en acción.

Como recomendación a próximas ediciones es seguir realizando campañas o estrategias comunicacionales para que más graduados se inscriban, durante toda la instancia investigativa siempre los graduados nos agradecieron por ser tomados en cuenta, la universidad los forma, ellos se desarrollan y están encantados de regresar a Casa Grande a enseñar a otros lo que ellos han aprendido durante su crecimiento profesional.

También validamos durante la investigación que los graduados tienen un vínculo con la Casa Grande y se sienten orgullosos de formar parte de la universidad, sin embargo, les interesa conocer las actividades sociales que la universidad realiza, sobre todo los graduados en modalidad de proyectos de aplicación profesional que les interesa conocer el propósito actual que está trabajando el proyecto en el que alguna vez formaron parte. Por otro lado, Grandes en acción brinda un espacio de apertura a relaciones entre generaciones, sea entre los graduados mismos o entre graduados y estudiantes, dichas relaciones que a pesar de no trabajar directamente en proyectos sociales ayudarán a relaciones profesionales o comerciales a Guayaquil a través de la generación de empleo, recomendaciones de empleo o comerciales a partir de las relaciones creadas.

Muchos graduados de manera individual hoy en día trabajan en fundaciones u organizaciones, el fin de Grandes en acción es crear una unión y que otros graduados apoyen a causas ya existentes o la oportunidad de nuevos proyectos sociales a partir de la movilización y cohesión de ellos en la participación de acciones concretas de cambio social, en la cual estaremos seguros de que dichos proyectos también contarán con el apoyo de la Universidad Casa Grande.

Por otro lado, sobre el tema de la página web de Grandes en acción, para permitir la sostenibilidad de la iniciativa a partir de la página se necesita lograr más estrategias comunicacionales de parte de la universidad hacia los graduados, puesto que a pesar de que muchos graduados se encontraban interesados y se inscribían, luego al solicitar su información personal para ser publicada en la página dejaban de contestar. También, actualmente para la edición del proyecto se pagó por el plan que permite mantener el dominio por un año, sin embargo, para facilidad del proceso de la página se requiere que se invierta en el plan profesional de herramientas, puesto que incluye ciertos botones que mejoraría la automatización de la página y de la comunidad, tomando como ejemplo el formulario. Los alumni para inscribirse a la comunidad deben completar un formulario que se encuentra en la pestaña de Nuestra Comunidad, después de completarlo, uno de los miembros del equipo se pone en contacto con el exalumno para que envíe su foto profesional, en esta parte del proceso la persona se demoraba contestando o simplemente no contestaba, por ende se perdía la comunicación con un voluntario, este plan profesional de Wix permite que dentro del formulario poder solicitar las fotos en el formulario, lo cual sería un paso menos dentro del proceso de inscripción a la comunidad.

Durante todo el proceso de Grandes en acción logramos observar la buena voluntad de los graduados, por ende, con la continuidad del proyecto y con la consolidación de la comunidad se podrá lograr cohesión entre el grupo de exalumnos y estudiantes para favorecer su incidencia en el cambio social de la ciudad de Guayaquil. A pesar de que es la primera edición del proyecto, Grandes en acción es un insumo que gracias al espíritu colaborativo de los alumni tiene potencia y pueden ser utilizados en distintas instancias y proyectos de la universidad.

Referencias Bibliográficas

Andreasen, A.R. (2002). Marketing Social Marketing in the Social Change Marketplace.

<https://doi.org/10.1509/jppm.21.1.3.17602>

Assaad, W., Gómez, J. M. (2011). Social Network in marketing (Social Media Marketing)

Opportunities and Risks. <http://www.academia.edu/download/57053833/0911ijmpict02.pdf>

Barradad, M.E (2014). Seguimiento de Egresados. Google Books

Brandl, R. (2020, April 22). 10 programas para Crear Páginas web: ¿Cuál Debes Elegir?

WebsiteToolTester. <https://www.websitetooltester.com/es/programas-para-crear-paginas-web/>

Bermeo, G. (2018). Sistematización de la experiencia la creación del evento Puerto Toronja como acción de comunicación de la Universidad Casa Grande para incentivar la interacción con sus graduados y fomentar su UCA comunidad.

<http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/handle/ucasagrande/1562>

Cambarieri, M., Molinari, E., Difabio, F. (2018). Plataforma de gestión de graduados de la

Universidad Nacional de Río Negro: una herramienta de vinculación entre universidad y empleo.

<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/72034>

Carot, J. M. Conchado, A. Mora, J. G. Vila, L. E. (2011). La opinión de los graduados

Europeos sobre la universidad cinco años después de haber finalizado sus estudios. PAPsers:

revista de sociología, [en línea], 2011, Vol. 96, Núm. 4, p. 1269-85.

<https://www.raco.cat/index.php/PAPsers/article/view/246748>

Carrera del Río, V. (2020). Procuración de Fondos en la Universidad Casa Grande: Plan de Egresados y Filantropía [Tesis de Posgrado]. IDE.

Castrillón, A. (2018). Modelo para el Seguimiento y Acompañamiento a Graduados (SAG), una visión holística de la gestión de la calidad de la educación superior.

http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1019-94032018000100011&script=sci_arttext

Cedeño, G.E. (2015). Evaluación de la pertinencia universitaria desde el enfoque de los graduados en su articulación con el buen vivir.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7263710>

Cevallos, E., Tamayo, C. (2018). Diseño metodológico para generar una comunidad virtual de graduados en Comunicación Social – UPS.

<http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/15263>

Cortés, M. Selene, L. (2015). La formación de gestores interculturales: jóvenes profesionistas egresados de la Universidad Veracruzana Intercultural.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=457544924005>

De la Cuesta, M., De la Cruz, C., Rodríguez, M. (2010). Responsabilidad social universitaria.

Google Books

Domínguez, M., López, E. (2009). Estudiantes universitarios opinan sobre la Responsabilidad Social Universitaria. <https://www.redalyc.org/pdf/678/67812869009.pdf>

Espitia Cubillos, A. A., L.I. Meneses Portela, y I. Huertas Forero (2020). Análisis de las expectativas de los egresados frente a un modelo de responsabilidad social universitaria.

Equidad y Desarrollo, (35), 61- 84. <https://doi.org/10.19052/eq.vol1.iss35.3>

Fernández, I.A. Jiménez, J.A. (2013). Experiencias internacionales en materia de responsabilidad social universitaria. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5234046>

G, G. (s.f.). Vinculación universidad-sector productivo: una reflexión sobre la planeación y operación de programas de vinculación. Google Books

Gennero de Rearte, Ana María; Liseras, Natacha; Graña, Fernando Manuel y Baltar, Fabiola (2006). Los graduados universitarios y la generación de emprendimientos innovadores. In Morea, Francisco y Fornoni, Mariel, (Eds.), La formación de emprendedores como clave para el desarrollo (pp. 11-49). Mar del Plata: Suárez; UNMDP. ISBN 987-1314-17-5. <http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/3069>

Giménez Armentia P. (2011). Aproximación al concepto de Responsabilidad Social del universitario. Comunicación Y Hombre, (7), 237-247. <https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2011.7.134.237-247>

Gómez, S. (2020). Modelo de satisfacción de egresados universitarios: un estudio de caso. https://PAPsers.ssrn.com/sol3/PAPsers.cfm?abstract_id=3519181

Gould, G. (1997). Vinculación universidad-sector productivo: una reflexión sobre la planeación y operación de programas de vinculación. Google Books

Grisales, A.M. (2015). Éxito Laboral. El Rol de los Profesionales Universitarios en las Organizaciones. Una Comparación entre Graduados Europeos y Latinoamericanos.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=97020>

Gutiérrez, E.L. (2014). La Vinculación de los Graduados de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. [http://www.fhycs.unam.edu.ar/eun/wp-](http://www.fhycs.unam.edu.ar/eun/wp-content/uploads/2017/11/Eje-III-La-Vinculaci%C3%B3n-de-los-Graduados-de-la-Facultad-de-Humanidades-y-Ciencias-Sociales.pdf)

[content/uploads/2017/11/Eje-III-La-Vinculaci%C3%B3n-de-los-Graduados-de-la-Facultad-de-Humanidades-y-Ciencias-Sociales.pdf](http://www.fhycs.unam.edu.ar/eun/wp-content/uploads/2017/11/Eje-III-La-Vinculaci%C3%B3n-de-los-Graduados-de-la-Facultad-de-Humanidades-y-Ciencias-Sociales.pdf)

Imbaquingo, J. Pila, U. G. M. (2015). Propuesta de diseño e implementación de un sistema de seguimiento y vinculación a graduados para la Escuela Politécnica Nacional. Caso de aplicación: graduados de pregrado de Ingeniería Empresarial a 2014.

<http://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/10558>

Kotler, P., Eduardo, L. (1989). Marketing Social Estrategias para cambiar la conducta pública. Google Books.

Martínez, H. (2005). El marco ético de la responsabilidad social empresarial. Google Books

Martínez, M. M. (2008). Aprendizaje servicio y responsabilidad social de las universidades.

<http://hdl.handle.net/2445/143963>

Meregildo, G.A (2013). Sistema de seguimiento y vinculación con los graduados y alumnos de la UCSG: bolsa de trabajo. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/1345>

Modelo de Vinculación con la Comunidad. (2020). Compromisos UCG. Universidad Casa Grande.

Murillo, Dayana. (2014). Estrategia para el perfeccionamiento de las competencias profesionales de los graduados de administración de empresas.

<http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/3333>

On Comunicación Visual. (2020, May 12). Ventajas Y desventajas de Crear Una página web con Wix. ON Comunicación Visual.

<https://oncomunicacionvisual.com/2020/03/30/ventajas-y-desventajas-de-pagina-web-wix/>

Passarini, J. Sosa, A. Iñigo, E. (2015). Los estudios de seguimiento de graduados en el marco del aprendizaje durante toda la vida. Una visión desde el contexto latinoamericano.

<https://sinectica.iteso.mx/index.php/SINECTICA/article/view/585>

Pérez, L. A. (2004). Marketing social: teoría y práctica. Google Books

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (s.f.). Objetivos de Desarrollo Sostenible. <https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>

Reig, N. (2019). Formación en la responsabilidad social en la universidad y práctica profesional: un estudio con egresados. <https://eprints.ucm.es/60371/>

Ríos, J. (2018). Responsabilidad social universitaria y ciudadanía de los egresados de la facultad de Administración y Turismo de la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo, Huaraz. <http://repositorio.unasam.edu.pe/handle/UNASAM/2417>

Robles, A. V. (2018). Incidencias de la UPS sede Guayaquil. Crónicas de los proyectos de vinculación. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/15759>

Rojas, F. A. (2005). Marketing social y ética empresarial. Google Books

Sánchez, A. Villamar, A.A. Darwin, E. (2016). Aplicación web para el seguimiento a graduados de la Carrera de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Politécnica Salesiana. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/13357>

Schifrin, A. (2014). Calidad educativa: políticas de seguimiento de graduados universitarios en universidades estatales. <http://www.cyta.com.ar/ta1401/v14n1a5.htm>

UCA. (2020). Alumni. University for the Creative Arts. <https://www.uca.ac.uk/alumni/>

UCSG. (2020). Programa de atención a graduados. Universidad Católica Santiago de Guayaquil. <https://www.ucsg.edu.ec/vinculacion/programa-de-atencion-a-graduados/>

Vínculos Universidades y Sociedad Civil. (2018). Escuela de Ciudadanía. <http://www.unos.ec/eventos/escuela-de-ciudadania-4/>

UNQ. (2020). Programa de Graduados. Universidad Nacional de Quilmes. <http://www.unq.edu.ar/secciones/87-programa-de-graduados/>

Uribe-Macías, M., & Orjuela, D. (2017). Stakeholder egresados y la responsabilidad social de la Universidad del Tolima. *Desarrollo Gerencial*, 9(2), 120-139. <https://doi.org/10.17081/dege.9.2.2979>

Vallaes, F. (s.f.). ¿Qué es la Responsabilidad Social Universitaria? <http://creasfile.uahurtado.cl/RSU.pdf>

Vallaeys, F. (s.f.). Breve marco teórico de responsabilidad social universitaria.

<https://www.uv.mx/APPS/CUO/TALLERRSU/Docs.%20RSU%20para%20INEGI/Breve%20marco%20te%C3%B3rico%20de%20Responsabilidad%20Social%20Universitaria.pdf>

Valleaey, F., Cruz, C., Sasia, P.M. (2009). Responsabilidad social universitaria: Manual de primeros pasos. Google Books

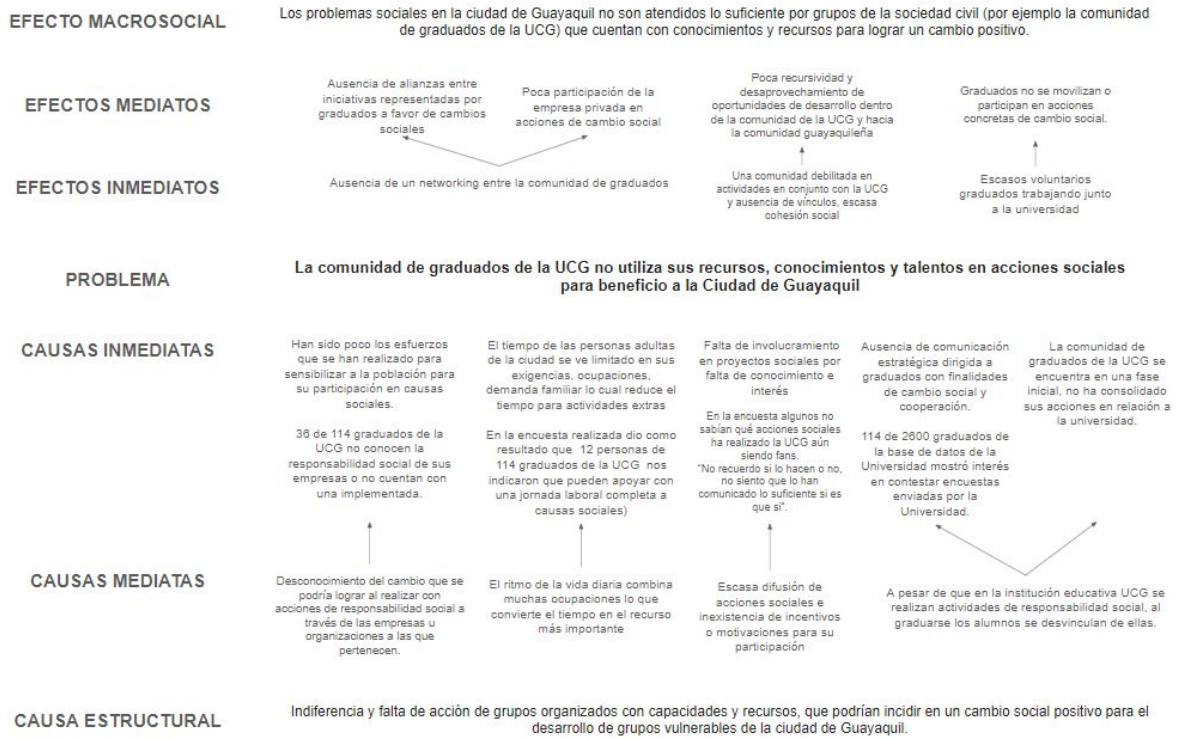
Vásquez, S.G. (s.f.). Responsabilidad Social Universitaria “Acerca del desafío de formar profesionales con vocación y compromiso comunitario”.

http://plataforma.responsable.net/sites/default/files/rsu_-_silvia_gabriela_vzquez_udemm_responsabilidad_social_universitaria.pdf

Apéndice

Anexo A

ÁRBOL DE PROBLEMAS



Árbol de Problemas.

Anexo B

MARCO LÓGICO

	INDICADORES	MEDIO DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FINALIDAD: Contribuir a que los problemas sociales en la ciudad de Guayaquil sean atendidos por grupos de la sociedad civil (especialmente la comunidad de graduados de la UCG) que cuenten con conocimientos y recursos para lograr un cambio positivo.	114 de 2600 graduados de la base de datos de la Universidad mostró interés en contestar encuestas enviadas por la Universidad.	Resultados de encuestas, entrevistas y dialogo	
PROPOSITO: Fortalecer la comunidad de graduados de la UCG, y propiciar su interacción entre los miembros de la comunidad, alumnos de la UCG y demás actores vinculados con la universidad, para lograr cohesión entre estos grupos y favorecer su incidencia en el cambio social de la ciudad de Guayaquil.	Falta de involucramiento entre la UCG y graduados para realizar actividades en conjunto En la encuesta se validó que alguno no conocen la responsabilidad social de la universidad. "No recuerdo si lo hacen o no, no siento que lo han comunicado lo suficiente"	Resultados de encuestas, entrevistas y dialogo	Se fomentó a la Comunidad de Graduados y se creó una red de contactos que esté actualizada y lograron sentirse apoyados en el mundo profesional y de amistad.
COMPONENTE Causa inmediata C1: Se generó una campaña de comunicación sensibilizo a la comunidad de graduados con interés en causas sociales y la reclutó.	A pesar de la convicción hay empresas que no cuentan con responsabilidad social o no es transmitida a sus colaboradores. 36 de 114 personas no conocen la responsabilidad social de sus empresas o no cuentan con una implementada.	Resultados de encuestas, entrevistas y dialogo	La comunidad de graduados de la Universidad Casa Grande vio la campaña activa y se motivaron a buscar más info relacionada.
COMPONENTE C2: Creamos el espacio digital en donde se puedan mostrar los graduados dispuestos a ser parte de la comunidad social y los diferentes proyectos sociales que tiene la UCG. Adicional también espacio en donde podrán interconectarse estos dos grupos y dar a conocer otras iniciativas sociales que ellos lideran.	Los graduados pueden aportar de diferentes maneras. Un 36% está dispuesto a aportar con sus opciones profesionales, mientras que un 36% dispone con horas de trabajo.	Resultados de encuestas, entrevistas y dialogo	Se generó una manera fácil de poder reclutar a la comunidad y poco a poco ir creando una base de datos completa y ellos motivaban a sus amigos graduados del lema por medio del boca a boca.
COMPONENTE C3: Creamos un sistema de gratificación para que se sientan motivados a seguir participando constantemente.	Los graduados están dispuestos a ayudar en una causa social. Un 54% de los encuestados respondió que "sí" ayudarían si son llamados por la universidad.	Los graduados pueden aportar de diferentes maneras. Un 38% está dispuesto a	Revisan su estado constantemente y buscan maneras de crear nuevos proyectos para poder trabajar en conjunto como comunidad.
COMPONENTE C4: Creamos un sistema de evaluación y monitoreo, que será utilizada por la Universidad Casa Grande como filtro en los proyectos, voluntarios, estudiantes y profesores	En la encuesta y en las entrevistas nos pudimos percatar de que los graduados no saben realmente de las cosas que hace la Universidad y aparte no se comunican entre ellos de manera grupal.		La universidad interviene cada que se realiza proyecto con fundaciones que tengan algún tipo de relación o convenio.

Marco Lógico.

Anexo C

Preguntas a Encuestas a graduados

1. Nombre y Apellido
2. Edad
3. Sector dónde vive
4. ¿En qué facultad te graduaste?
5. ¿Qué carrera estudiaste?
6. ¿Cuál fue tu año de graduación en la Universidad Casa Grande?
7. Actualmente en respecto al ámbito laboral te encuentras
8. ¿En qué empresa trabajas o en caso de ser independiente a qué te dedicas?
9. En el ámbito laboral, ¿En qué área te desenvuelves?
10. ¿Cuánto tiempo llevas trabajando para la empresa o siendo independiente?
11. En la empresa que trabajas actualmente ¿Qué realizan por Responsabilidad Social Empresarial?
12. ¿Piensas que la Universidad Casa Grande colabora con temas sociales?
13. ¿Consideras que la UCG a través de iniciativas sociales u otras acciones, ayuda a la comunidad?

14. En caso responder sí, ¿de qué manera ayuda?; En caso de poner no, ¿por qué lo consideras así?
15. Si la universidad te propone ayudar a una causa social ¿Te unirías?
16. En caso de ser convocado por la universidad para apoyar a una causa social ¿De qué manera estuvieras dispuesto a ayudar?
17. ¿Qué funciones te gustaría desarrollar para ayudar a una causa social?
18. ¿Cuánto tiempo estarías dispuesto a entregar para ayudar a una causa social?
19. ¿Qué causas sociales te motivan más?
20. ¿Estarías dispuesto a tener una reunión con nosotros para conversar del tema?
21. Continuando con la pregunta anterior, ¿Cuál es tu disponibilidad de tiempo para la reunión?

Anexo D

Preguntas de primera reunión con departamento de Responsabilidad Social y Vinculación a la Comunidad

1. ¿Conoces nuestro proyecto de aplicación profesional?
2. ¿Qué opinas de nuestro proyecto de aplicación profesional? ¿Por qué?
3. ¿Cuáles son las mayores dificultades que le ven a nuestro proyecto de aplicación profesional y cuáles serían sus mayores consejos para lograr obtener un proyecto agradable y en el que todos participen?
4. ¿Como dirección de Vinculación con la comunidad qué actividades ustedes hacen en su día a día?
5. ¿Qué proyectos son los que a ustedes más las mueven?
6. ¿Qué actividades sociales tienen este año 2020?
7. ¿Qué es lo más importante para la Universidad socialmente hablando estos años?

Anexo E

Preguntas a Comité de Graduados de Universidad Casa Grande

1. ¿Qué cargos ocupan dentro del Comité?
2. ¿Cuál es el objetivo del Comité?
3. ¿Cuáles son las funciones del Comité?
4. ¿Qué los motivó para pertenecer al comité?
5. ¿Cuáles son los retos con los que te enfrentas en tu día a día en general?
6. ¿Cómo creen que los graduados pueden ayudar?
7. ¿Qué vínculo tienen los graduados con la Universidad?
8. ¿Qué creen que falte entre la Universidad y Graduados para fortalecer la relación?
9. ¿Tienen algún contacto con los de su promoción?
10. ¿Qué es ser un Casagrandino?
11. ¿Qué creen que une a los Casagrandinos?
12. ¿Qué les gustaría decirle a la Universidad?
13. Cuando les hablan de Problemas del Mundo ¿cuál es el primer problema que pasa por su mente?
14. ¿De qué manera creen que el Comité puede aportar al proyecto de aplicación profesional?

Anexo F

Primeras preguntas durante sesiones de Graduados

1. Para conocer un poco de ustedes. ¿A que se dedican?
2. ¿Cómo te gustaría cambiar al mundo?
3. ¿Entre los objetivos de desarrollo sostenible que la Universidad apoya cual es el que más te interesa a ti?
4. ¿Conoces algún problema en específico y detallado dentro de este objetivo que te interesa?
5. ¿Qué es ser un Casagrandino?
6. ¿Qué es lo que más extrañas de la UCG?
7. ¿Qué es lo que esta Pandemia te ha hecho apreciar más y por qué?
8. ¿Cuál es tu primer plan luego de que exista una “nueva normalidad”?
9. ¿Cómo buscas la felicidad en tu día a día?

Anexo G

Preguntas a Proyectos de Aplicación Profesional

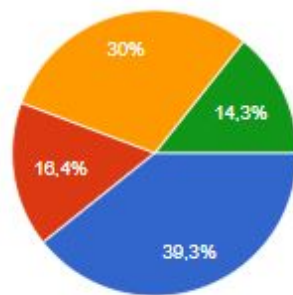
1. ¿En qué Proyecto de Aplicación Profesional estás trabajando?
2. Me puedes ayudar con una breve descripción de tu Proyecto de Aplicación Profesional
3. ¿Qué es lo que más te gusta de tu Proyecto de Aplicación Profesional?
4. ¿Cuáles son las mayores dificultades que le ves a tu Proyecto de Aplicación Profesional?
¿Por qué?
5. ¿En qué consideras que necesitan ayuda, que tipo de habilidades o personas?
6. ¿De qué maneras crees que nosotros podemos ayudar en tu Proyecto de Aplicación Profesional?
7. ¿Cómo te gustaría que nosotros nos unamos?
8. ¿Cuándo empezarán a ejecutar?

Anexo H

Respuestas cuantitativas de encuestas a graduados

¿En qué facultad te graduaste?

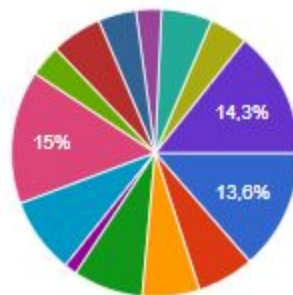
140 respuestas



- Comunicación - Mónica Herrera
- Ecología Humana, Educación y Desarrollo
- Administración y Ciencias Políticas
- Postgrado

¿Qué carrera estudiaste?

140 respuestas

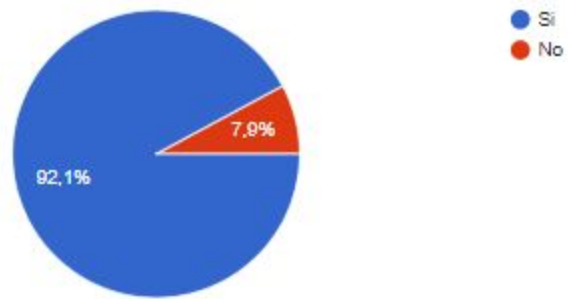


- Administración de Empresas
- Negocios Internacionales
- Ciencias Políticas
- Gestión de Talento Humano
- Publicidad
- Marketing
- Comunicación
- Diseño Gráfico

▲ 1/2 ▼

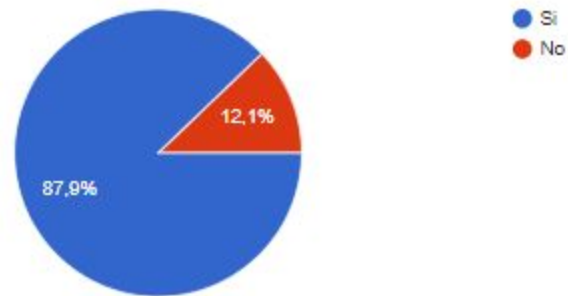
¿Piensas que la Universidad Casa Grande colabora con temas sociales?

140 respuestas



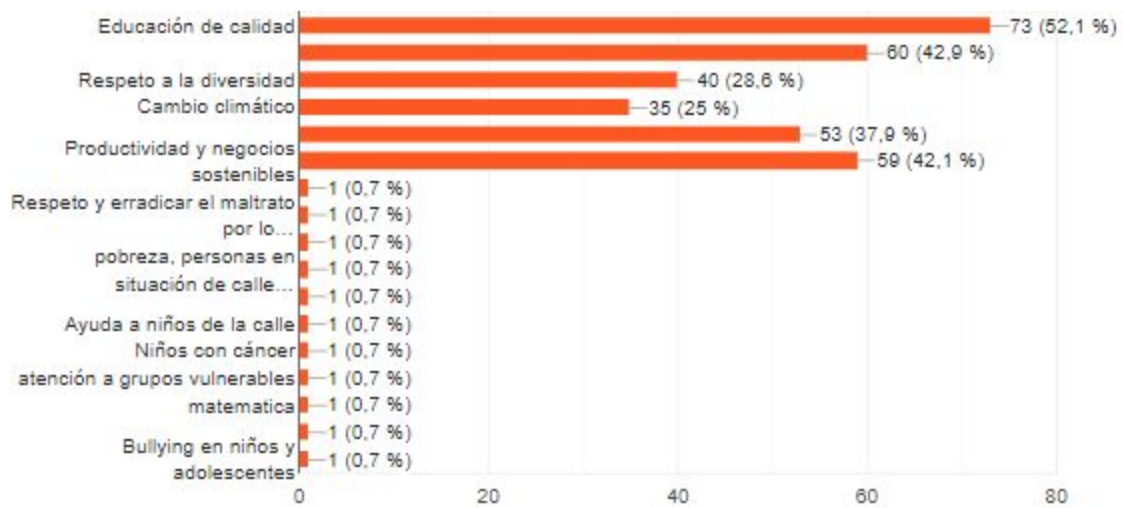
¿Consideras que la UCG a través de iniciativas sociales u otras acciones, ayuda a la comunidad?

140 respuestas



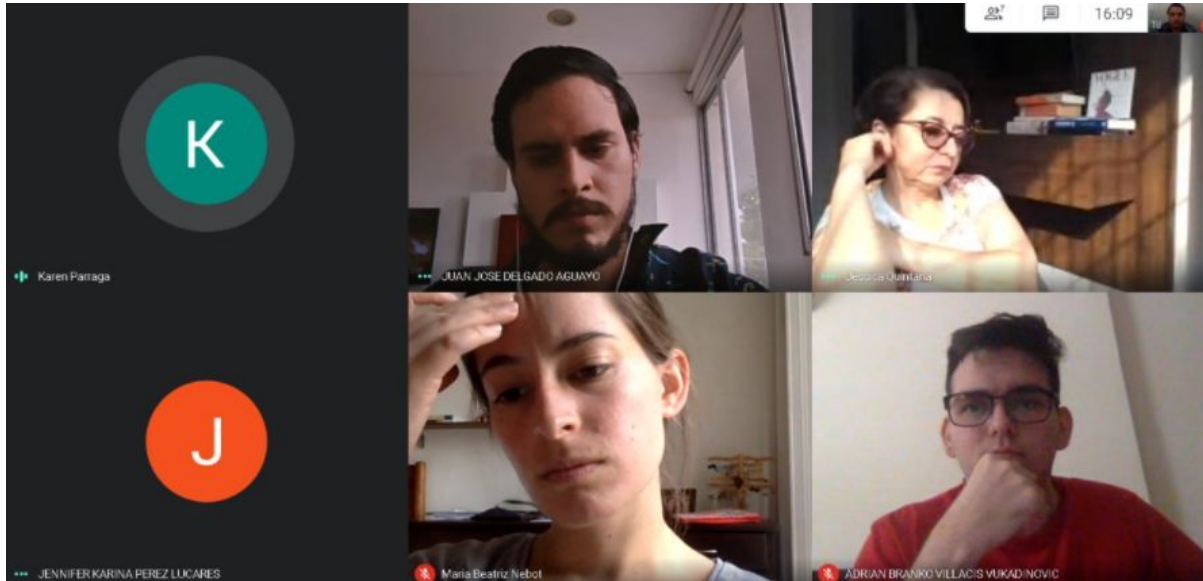
¿Qué causas sociales te motivan más?

140 respuestas



Anexo I

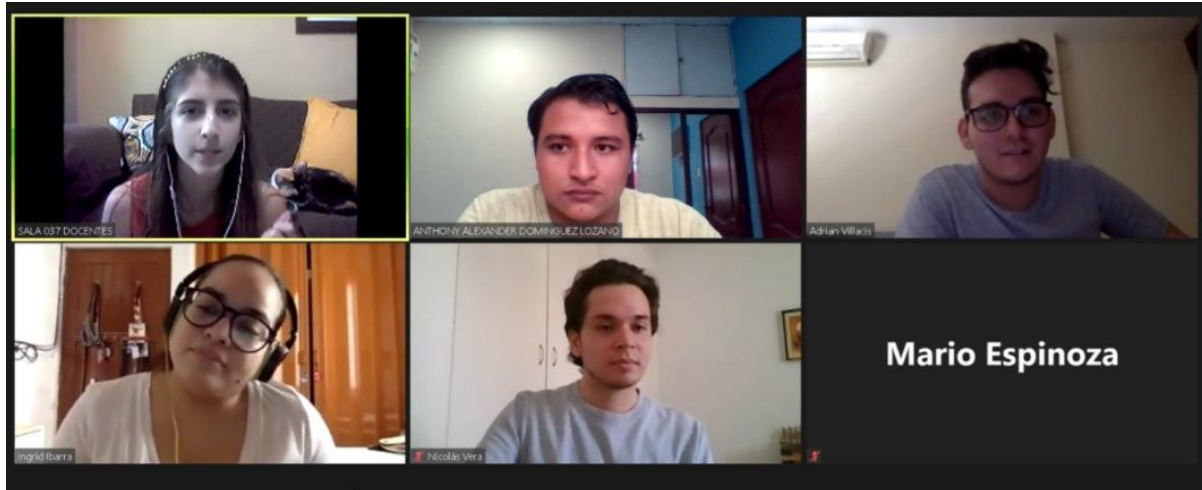
Evidencia Fotográfica de Reuniones Virtuales



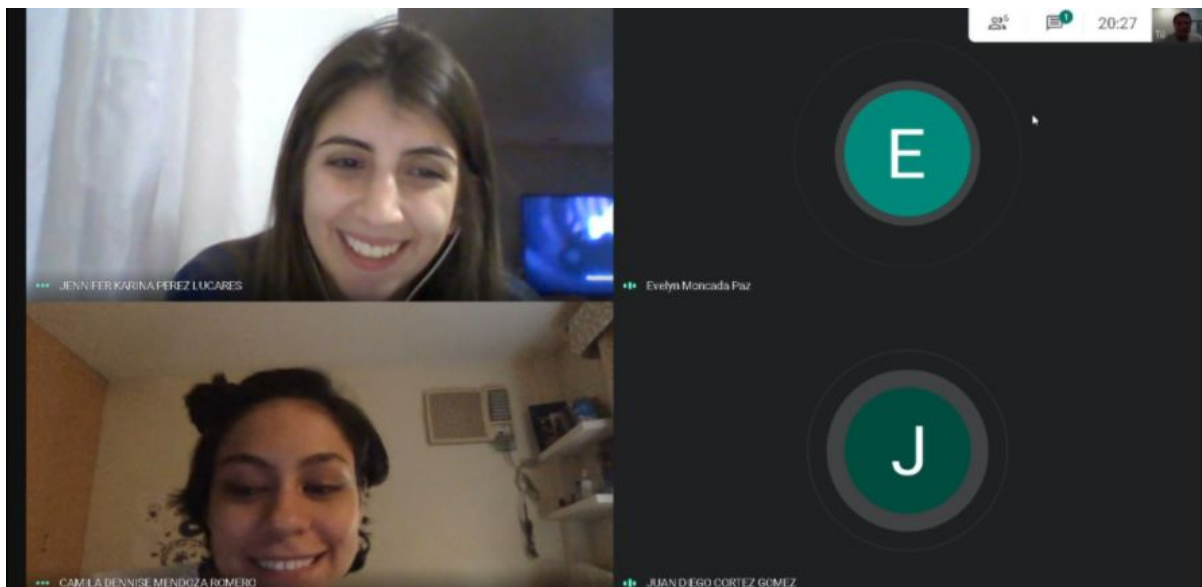
Reunión con Departamento de Responsabilidad Social y Vinculación a la Comunidad



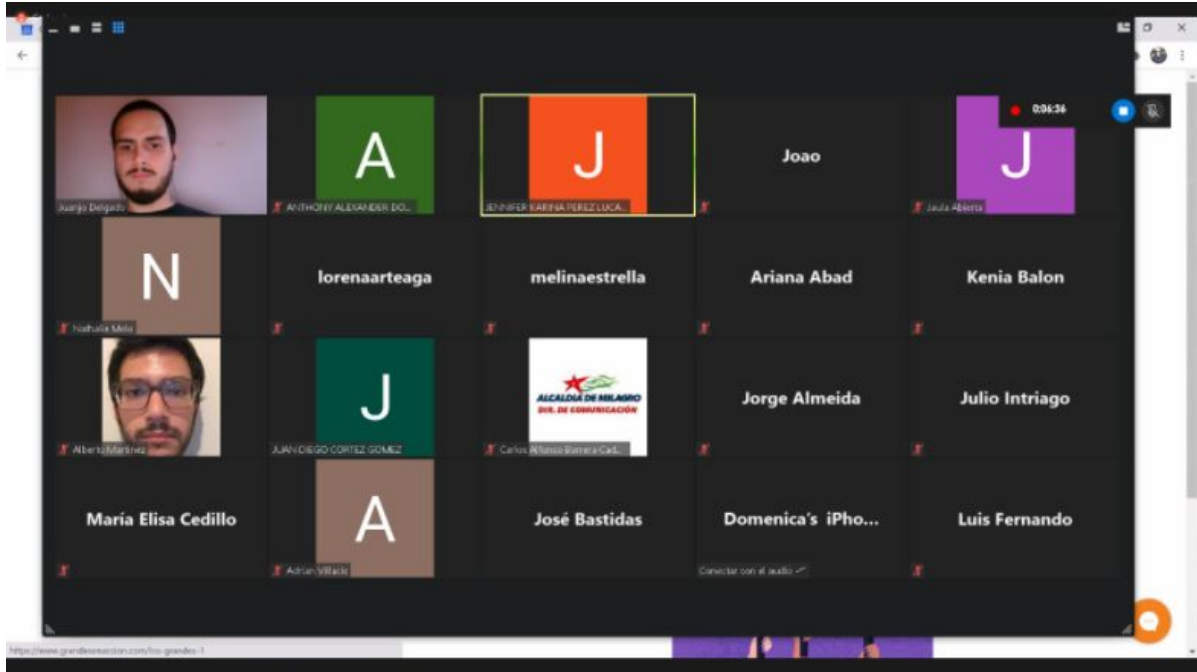
Sesiones con Graduados



Sesiones con Graduados



Sesiones con Proyectos de Aplicación Profesional



Capacitación del Manejo de la Página a Proyectos de Aplicación Profesional

Anexo J

Invitación a Proyectos de Aplicación Profesional al manejo de la página Grandes en acción



Invitación a Tutores y Guías al manejo de la página Grandes en acción



Anexo K

Evidencia fotográfica de Grandes en acción

Página Principal de Grandes en acción



Hola JENNIFER KARINA ...

INICIO
PROYECTOS SOCIALES
GRANDES EN ACCIÓN
NUESTRA COMUNIDAD

ÚNETE A UNA CAUSA

Grandes en acción es una plataforma para los Alumni UCG que quieran apoyar a diferentes tipos de proyectos sociales.
¡Regístrate en Nuestra Comunidad y enterate como puedes colaborar junto a los casagrandinos.

Da clic en el proyecto social vigente que más te guste. ➤

Presentación de Proyectos Sociales dentro de Grandes en acción

TE PRESENTAMOS: LOS PROYECTOS SOCIALES

CONOCE LOS PROYECTOS SOCIALES QUE APOYA LA UNIVERSIDAD CASA GRANDE EN LAS DIFERENTES CATEGORÍAS Y SÚMATE A ELLOS.

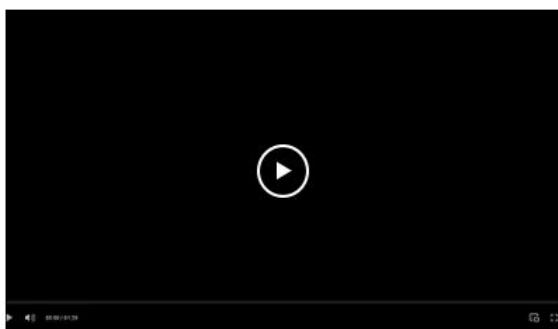
RESPECTO SOCIAL PARA TODOS



LO VERDE EN EL MUNDO

Descripción de Proyectos Sociales dentro de Grandes en acción

DERECHO AL PLACER



Derecho al Placer es un proyecto que empodera a las mujeres.

En una cultura tan machista y con tabúes de esquina a esquina, la formación y el desarrollo normal de la sexualidad de las mujeres se ve afectada de manera silenciosa pero a gran escala.

Esta es la segunda edición desde el 2018 y en este 2020 todo es de manera digital. Queremos educar a las mujeres con datos importantes sobre la educación sexual, utilizando nuevos medios como el podcast y hasta queremos abarcar temas como: ¿cómo llegar al orgasmo? o la realidad dentro de las violencias sexuales.



UNIRSE

Descripción de los perfiles de los graduados dentro de Grandes en acción



GRADUADOS EN COMUNICACIÓN

Los graduados del ámbito de comunicación se caracterizan por la capacidad de proponer soluciones a problemáticas de comunicación dentro de las empresas de trabajo. Muchos de los graduados de comunicación se encuentran laborando dentro de medios de comunicación y crean planes estratégicos para potenciar la imagen de marcas o influencias, hacer meditaciones a través de procesos sistémicos de intervención en áreas relacionadas con los flujos de códigos, significados y sentidos. Analizan y reflexionan críticamente sobre procesos comunicacionales, para abordar y resolver problemáticas complejas en diferentes sectores laborales.

[Conoce más](#)



GRADUADOS EN TALENTO HUMANO

Los graduados en Gestión de Talento Humano actúan como mediadores entre los empleados y directores organizacionales, crean planes de acción a empresas en relación con una mejoría en las políticas de empleabilidad y relaciones laborales, su planificación y evaluación en el seno de estructuras organizativas y productivas. Son capaces de liderar equipos para que las organizaciones contribuyan al desarrollo de la matriz productiva del país con un talento humano calificado y con calidad de vida laboral.

Grupo de Graduados Voluntarios de Grandes en acción



MARIA PAOLA ISSA

Estratega profesional con experiencia en elaborar Planes de Marketing desde su concepción a partir de los insights del grupo objetivo, pasando por la negociación comercial con altos mandos, hasta el seguimiento post implementación.



ERNESTO CEVALLOS

Lcda. en Comunicación Audiovisual y Multimedia. Maestría en Administración de Empresas. Asesorías en Negocios Internacionales y Administración de Empresas



ROMMY MONTALVO

Es Lcda. en comunicación social con mención en relaciones públicas. Especialista en marketing digital y community management. Extrovertida, apasionada por los idiomas y aventuras

Habilidades a contribuir
Asesoría en Comunicación



KARLA TERÁN

Es Lcda. Comunicación con mención en Relaciones Pública. Experiencia



MICHEL ADUM

Asesoría en Comunicación. Habilidades: Redacción y Redes



ESTEFANIA ORTIZ

Comunicadora interesada en temas ambientales, económicos, políticos y

Formulario de Registro para ser miembro de Grandes en acción

REGISTRATE Y AYUDA AQUÍ

Proyectos Sociales*

- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Lo verde en el mundo | <input type="checkbox"/> Homenaje a la cultura ecuatoriana | <input type="checkbox"/> Vinculación a la comunidad |
| <input type="checkbox"/> Desastres naturales de Ecuador | <input type="checkbox"/> Igualdad de oportunidades | <input type="checkbox"/> Casos |
| <input type="checkbox"/> Respeto social para todos | <input type="checkbox"/> Educación y Vida | |

Nombre

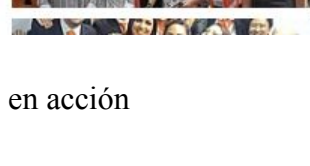
Correo electrónico*

¿Cuál fue tu carrera universitaria?*

¿Con que habilidades profesionales te gustaría contribuir?*

Experiencias y Habilidades*

Nos gustaría escuchar tu comentario



Interacción dentro de la sección “Nuestra Comunidad” en Grandes en acción



GRANDES EN ACCIÓN

Público · 45 miembros

Se unió



Discusión

Multimedia

Miembros

Acerca de

 Comparte algo...



Mey Ling Bodniza Man Hing se unió al grupo.
hace 2 días



0 comentarios






Sé el primero en comentar...

Acerca de

¡Te damos la bienvenida al grupo!
Puedes conectarte con otro...

[Leer más](#)

Miembros

-  2020proyectozoom [Seguir](#)
-  derechoalplacer.ucg [Seguir](#)
-  gueyitas [Seguir](#)

Anexo L

Publicación de la Insignia y Certificado por parte de miembros de Grandes en acción

↑ Nuevas publicaciones

 **Paola Matute Perez** + 161
Co-Founder & Global Sales and Marketing
Manager at Mavanni S.A.
2 días · 🌐

Siempre he creído como seres humanos debemos darnos el espacio para devolver a la sociedad, lo que de ella recibimos.

Es por eso que con orgullo comparto mi insignia que me certifica como integrante de [#grandesenaccion](#) la comunidad de [Universidad Casa Grande](#) para proyectos sociales.

Gracias por dar cabida a esta iniciativa y a qué podamos aportar nuestro granito de arena!

[#proyectossociales](#)
[#comunidad](#)



 **Wilmer Romero**
6m · 🌐

Querido Wilmer
¡Lo logramos! Y no pudimos hacerlo sin tu ayuda. Tu participación fue esencial para llevar a cabo nuestro PAP 'Grandes en acción'. Sin embargo, la mayor satisfacción está en tu aporte para construir una mejor sociedad gracias a tus conocimientos y gran corazón.

Agradecemos tu ayuda y esperamos que puedas seguir aportando a las inic... See More



Anexo M

The image shows a social media post from Universidad Casa Grande with the text "AYUDA PARA PAP ¿QUÉ ES SER UN CASA GRANDINO?". Below the post is a list of replies from various users. The replies are as follows:

- zoilagagliardo94: Alguien disruptivo
- marcosrodriguez9: Ser cool y hacerse notar
- zoilagagliardo94: Algu quec idea
- zoilagagliardo94: Alguien que sabe trabajar bajo mucha presión y de manera extraña lo disfruta
- zoilagagliardo94: Ser alguien que le encuentra solución a cualquier situación
- Aclo lo q idea func
- paulinarovin: Acoplarse a lo todo lo que se venga, con ideas creativas y funcionales
- ginomendieta: Literal, ser un profesional todo terreno.
- Ve (si Ja
- ravvp: Ver blanco en lo negro (sin sonar racista). Jajaja
- daniparr: Ser casagrardino es ser auténtico y que todo el mundo sepa que eres auténtico 🤔
- La nu
- lilymentoscaff: La excelencia está en nuestro ADN
- alessandr Lauri: Es ser parte de una comunidad que realmente cree en ti y tu creatividad.
- Fun
- domenicaandradev: llorar paro
- fiorellaboise: Ser recursivo
- mabeochoag: Arriesgado
- mabeochoag: Creatividad
- El s Lo ser qu
- mirkopatrel: Explorar caminos desconocidos para obtener mejores resultados
- domenicaandradev: apersonarte de tu proyecto que literal pases días sin dormir con tal de que sea épico
- efim3rest: Ser recursivo, saber aceptar a la gente a pesar de las diferencias, saber trabajar en equipo.
- marerubia: Creo que la metodología lo define bastante bien "hacer para ser".
- domenicafalconi: Un apasionado por comunicar de las cosas de formas creativas
- camirojas1998: Creativo que trata de destacar en su ámbito laboral por medio de la práctica

Anexo N

Manifiesto Grandes en acción

Luego del colegio, caminamos a Casa.

Meditamos sobre el futuro, el mundo... nuestra infancia.

La vida llamó, nos pedía un primer paso.

Sin darnos cuenta, frente a nosotros llegó un lugar sin igual.

Su eje central nos potenció

Hacer para Ser.

Un llamado a explorar caminos desconocidos
para obtener mejores resultados.

Ser auténticos, Ser adaptable

Ser recursivo y encontrarle solución a Todo

Ser atrevido con lo que esperan y esperas de ti.

Ser apasionado, creativo, arriesgado, un profesional

Todo Terreno

Ser parte de una comunidad que realmente cree
en ti.

Nuestro Final, no acaba con el título

Nuestro Final, comienza bajo la capacidad de
cada uno en poder devolver un mejor planeta que
el que nos dejaron.

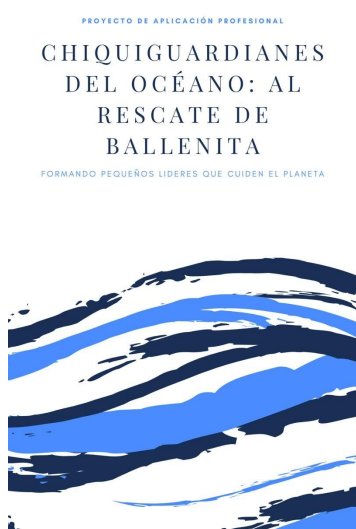
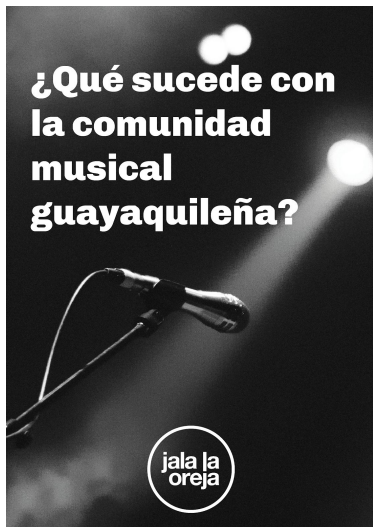
El mundo conocerá que es ser un Casagrandino.

En un futuro nosotros, ahora ustedes.

ANEXO O



ANEXO P



ANEXO Q



Conoce sobre esta nueva plataforma para ayudar a proyectos sociales UCG

Grandes en acción es una plataforma web en donde podrán entrar en contacto con los Alumni UCG.

www.grandesenaccion.com

Ellos podrán asesorarlos y apoyar a diferentes tipos de proyectos sociales según sus conocimientos y habilidades.

¿Alumni?

- ¡Regístrate como un Grande en acción!
- Únete a nuestra comunidad.

¿Alumno, profesor, decano, casagrardino?

- Únete a nuestra comunidad.
- Publica sobre las causas sociales en las que estas trabajando y de que manera necesitas apoyo.

ANEXO R



¿Te interesan los proyectos sociales?



www.grandesenaccion.com

ANEXO S



ANEXO T

GRANDES EN ACCIÓN
PASOS PARA UNIRTE A LA COMUNIDAD DE GRANDES EN ACCIÓN

1. ENTRA AL PORTAL WWW.GRANDESENACCION.COM
Una vez dentro, dale clic a "Nuestra comunidad".
En "Nuestra comunidad" encontrarás dos secciones:
- El grupo de nuestra comunidad en acción. (Este es el grupo donde tenemos contacto con toda la comunidad)
- Regístrate y ayuda pronto. (Este es el formulario de registro de los alumni UCG y ser los Grandes en acción)

2. AL DARLE CLIC A VER, EL PORTAL TE PEDIRÁ REGISTRARTE CON UN CORREO ELECTRÓNICO
Una vez registrado podrás unirte al grupo y estar al tanto de los proyectos sociales de la Universidad Casa Grande y mantener contacto con la comunidad casagrandina!

GRANDES EN ACCIÓN PROYECTOS SOCIALES NUESTRA COMUNIDAD

ÚNETE A UNA CAUSA
Grupos de acción de una generación para los demás UCG que tienen apellidos o diferentes tipos de proyectos sociales en grupo. Algunos ejemplos de grupos sociales como: **16A**, **DAP**, **¿Qué sucede la comunidad mental?** y **grupos de acción**.

EL GRUPO DE NUESTRA COMUNIDAD EN ACCIÓN
GRANDES EN ACCIÓN

REGÍSTRATE Y AYUDA PRONTO

Regístrate
¿Ya tienes un perfil personal? [Ver perfil](#)

Regístrate con Facebook
Regístrate con Google+

Regístrate con un correo

¿Quieres a la comunidad de una otra? [Solicitar](#)

GRANDES EN ACCIÓN
INICIO PROYECTOS SOCIALES GRANDES EN ACCIÓN NUESTRA COMUNIDAD

¡Únete a nuestra comunidad y como casagrandinos generemos un cambio!

GRANDES EN ACCIÓN

Inicio de sesión | Registro

Inicio de sesión | Registro

Inicio de sesión | Registro

ANEXO U

GRANDES EN ACCIÓN
CAPACITACIÓN A LOS PAP'S

#HISTORIAS DEL 16A

JUNIO
ESTRATEGIA DE TRABAJO

ANEXO V



ANEXO W



ANEXO X

