



UNIVERSIDAD CASA GRANDE

TÍTULO DEL PROYECTO

Informe de Sistematización del Proyecto de Aplicación Profesional Bulwark por la Infancia

Equipo interdisciplinario:

Delgado Nieto Jaime Andrés

Mera Farfán Emily Francesca

Macías Coronel Lucía Daniela

Valencia Tutivén Henssen Alejandro

Suárez-Avilés Sabino Kevin Armando

Ojeda Vásquez Carolina Judith

Guías del Proyecto

Gaibor Menéndez Cristian

Lozano Guillermo

GUAYAQUIL, ECUADOR

Noviembre, 2022



FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

Reflexión individual del aprendizaje adquirido a partir de la ejecución de las actividades por parte del proyecto de aplicación profesional Bulwark por la infancia desde la Administración de Empresas

Para optar al grado de:

Licenciatura en Administración de Empresas

Elaborado por:

Carolina Judith Ojeda Vasquez

Guías del Proyecto:

Cristian Gaibor Menéndez

Guillermo Lozano

GUAYAQUIL, ECUADOR

Noviembre, 2022



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Jaime Andrés Delgado Nieto, autor del trabajo de titulación “Informe de Sistematización del Proyecto de Aplicación Profesional Bulwark por la Infancia”, certifico que el trabajo de titulación es una creación de mi autoría, por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas. Con lo cual, exoneró a la Universidad Casa Grande de reclamos o acciones legales.

A handwritten signature in black ink, consisting of a series of loops and a long, sweeping stroke that extends to the right.

Jaime Andrés Delgado Nieto

C.I. 0920134798

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Jaime Andrés Delgado Nieto, autor del trabajo de titulación “Informe de Sistematización del Proyecto Bulwark por la Infancia”, 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.



Jaime Andrés Delgado Nieto

C.I. 0920134798



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Emily Francesca Mera Farfán, autor del trabajo de titulación “Informe de Sistematización del Proyecto de Aplicación Profesional Bulwark por la Infancia”, 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.

A handwritten signature in blue ink that reads 'Emily Mera'.

Emily Francesca Mera Farfan
1311694689



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Emily Francesca Mera Farfán, autor del trabajo de titulación “Informe de Sistematización del Proyecto Bulwark por la Infancia”, 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 that reads 'Emily Mera'.

Emily Francesca Mera Farfan
1311694689



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Lucía Daniela Macías Coronel, autor del trabajo de titulación “Informe de Sistematización del Proyecto de Aplicación Profesional Bulwark por la Infancia”, 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.

A handwritten signature in blue ink, consisting of a series of loops and flourishes, representing the name Lucía Daniela Macías Coronel.

Lucía Daniela Macías Coronel

C.I. 0940332398



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Lucía Daniela Macías Coronel, autor del trabajo de titulación “Informe de Sistematización del Proyecto Bulwark por la Infancia”, 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, consisting of a series of loops and flourishes, representing the name Lucía Daniela Macías Coronel.

Lucía Daniela Macías Coronel

C.I. 0940332398



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Henssen Alejandro Valencia Tutivén, autor del trabajo de titulación “Informe de Sistematización del Proyecto de Aplicación Profesional Bulwark por la Infancia”, 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.

A handwritten signature in blue ink, reading 'AWalenciat', is centered on the page.

Henssen Alejandro Valencia Tutivén

C.I. 0922744503



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Henssen Alejandro Valencia Tutivén, autor del trabajo de titulación “Informe de Sistematización del Proyecto Bulwark por la Infancia”, 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, reading 'A. Valencia Tutivén', is centered on the page.

Henssen Alejandro Valencia Tutivén

C.I. 0922744503

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Kevin Armando Suárez-Avilés Sabino, autor del trabajo de titulación “Informe de Sistematización del Proyecto de Aplicación Profesional Bulwark por la Infancia”, 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.



Kevin Armando Suárez-Avilés Sabino

C.I. 0922482609



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Kevin Armando Suárez-Avilés Sabino, autor del trabajo de titulación “Informe de Sistematización del Proyecto Bulwark por la Infancia”, 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.

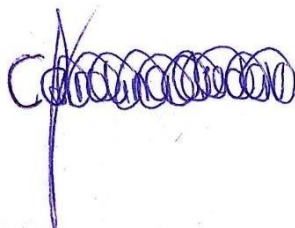
A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Kevin AS', is centered on a light-colored rectangular background.

Kevin Armando Suárez-Avilés Sabino

C.I. 0922482609

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Carolina Judith Ojeda Vasquez, autor del trabajo de titulación “Informe de Sistematización del Proyecto de Aplicación Profesional Bulwark por la Infancia”, 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.



Carolina Judith Ojeda Vasquez

C.I. 0923823579



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Carolina Judith Ojeda Vasquez, autor del trabajo de titulación “Informe de Sistematización del Proyecto Bulwark por la Infancia”, 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 'Carolina Judith Ojeda Vasquez', with a vertical line extending downwards from the end of the signature.

Carolina Judith Ojeda Vasquez

C.I. 0923823579

ABSTRACT

El siguiente informe tiene como finalidad dar a conocer todo el trabajo realizado por el Proyecto de Aplicación Profesional Bulwark por la Infancia. Trabajo en el cual se relatará su ejecución a raíz del objetivo del proyecto cuya finalidad era realizar una campaña que busque y proponga ideas a la Fundación The Bulwark Project, desde la visión de posicionamiento y consecución de sus logros a raíz de sus áreas de necesidades y oportunidades. Mismo requerimiento con el cual se construyó un marco lógico con componentes estratégicamente elaborados para solventar las novedades encontradas a través del análisis de la fundación detectando oportunidades de mejora. Por último, mencionar que el presente documento es el resultado del trabajo colaborativo de los estudiantes: Delgado Nieto Jaime Andrés, Mera Farfán Emily Francesca, Macías Coronel Lucía Daniela, Valencia Tutivén Henssen Alejandro, Suárez-Avilés Sabino Kevin Armando, Ojeda Vásquez Carolina Judith y contiene El Informe de sistematización del Proyecto de Aplicación Profesional “Bulwark por la Infancia”; por tal razón los contenidos aquí presentes están relacionados con los otros documentos de los estudiantes mencionados que complementan el trabajo general, existiendo la posibilidad de que ciertos capítulos se repitan, sin que esto implique plagio o copia intencionada.

Palabras claves: The Bulwark Project (TBP), NNA (niños, niñas y adolescentes), tercer sector, ONG, posicionamiento.

ÍNDICE

1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	1
2. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA E HIPÓTESIS DE MEJORA	5
2.1. Principales acciones	5
2.2. Stakeholders	7
2.3. Metodología de investigación	9
2.3.1. Visitas de campo & Entrevistas	9
2.3.2. Test Icong	10
2.3.2.1. Misión, visión y valores	11
2.3.2.2. Compromiso de la calidad	11
2.3.2.3. Partes Interesadas	12
2.3.2.4. Documentación	12
2.3.2.5. Gestión de Procesos	13
2.3.2.6. Seguimiento, Evaluación y Mejora	13
2.3.2.7. Procesos de Apoyo	13
2.3.2.8. Resumen e informe de resultados luego de culminar la evaluación.	14
2.4. Árbol de problemas	16
2.5. Marco Lógico	19
2.5.1. Componentes del marco lógico	24
2.5.1.1. C1: Posicionada TBP en la comuna de Las Tunas.	24
2.5.1.2. C2: Establecida la estrategia de recolección de fondos para la fundación.	25
2.5.1.3. C3: Mejorados los procesos de difusión y presencia de marca de la fundación en eventos.	25
3. IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO	26
3.1. Componente 1 – Integración por la Infancia	26
3.2. Componente 2 – Captación de stakeholders e ingresos mediante presencia en ferias.	28
3.3. Componente 3 – Difusión de Bulwark Project a la comunidad.	29
3.3.1. Abierto de Guayaquil	30
3.3.2. Evento día de la vida	32
3.3.3. Social Ideas	33
3.4. Componente 3 – Plan de visita de medios	35

3.5.	Componente 3 – Instagram Bulwark Project	37
4.	EVALUACIÓN Y MONITOREO	39
4.1.	Resultados Componente 1 – Integración por la infancia.	39
4.1.1.	Valor Agregado Componente 1.	39
4.2.	Resultados Componente 2 – Resultados de exposición de producto.	40
4.2.1.	Valor Agregado Componente 2.	40
4.3.	Resultados Componente 3 – Cantidad de eventos donde se hizo presencia con la fundación.	41
4.3.1.	Valor Agregado Componente 3 – Presencia de la fundación en eventos.	41
4.4.1.	Valor Agregado Componente 3 – Visita de medios.	41
4.5.	Resultados Componente 3 – Intervención en Instagram.	42
4.5.1.	Valor Agregado Componente 3 – Intervención en Instagram.	42
5.	OPORTUNIDADES DE MEJORA	43
5.1.	Recomendaciones a futuros equipos interdisciplinarios	43
6.	REFLEXIONES INDIVIDUALES	44
6.1.	Reflexión individual Jaime Andrés Delgado Nieto, estudiante de Gestión del Talento Humano.	44
6.2.	Reflexión individual Emily Francesca Mera Farfán, estudiante de Ciencias Políticas.	47
6.3.	Reflexión individual Lucía Daniela Macías Coronel, estudiante de Gestión del Talento Humano.	50
6.4.	Reflexión individual Henssen Alejandro Valencia Tutivén, estudiante de Producción Audiovisual & Multimedia.	54
6.5.	Reflexión individual Kevin Armando Suarez-Aviles Sabino, estudiante de Periodismo Deportivo.	57
6.6.	Reflexión individual Carolina Judith Ojeda Vasquez, estudiante de Administración de Empresas.	60
7.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	64
8.	ANEXOS	68

1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

The Bulwark Project es una fundación de carácter deportivo, cuyo propósito principal es aportar en el bienestar emocional de los niños, niñas y adolescentes (NNA) a través de la enseñanza del jiu jitsu brasileño. Según Lara Terrades en un artículo publicado por Pere Bernaus, (2020) se menciona que “practicar estas disciplinas es particularmente beneficioso para mejorar la autoestima y la confianza, ya que desarrollan más el propio poder interior y no se dejan llevar tanto por las influencias de sus emociones ni de las circunstancias externas.” (Bernaus, 2020)

El enfoque de deporte para el desarrollo, según un artículo de la Secretaría Iberoamericana, establece que dicho enfoque tiene como objetivo aportar con la inclusión, el bienestar emocional, y la creación de sociedades pacíficas y cohesionadas. (Secretaría Iberoamericana, 2019). Por dichas razones mencionadas el jiu jitsu se lo considera como una herramienta que fortalece el autoestima, enseña valores y disciplina; los cuales según Guillermo Lozano, presidente de The Bulwark Project. Son considerados elementos claves para mantener a los NNA alejados de la violencia a la que puedan estar propensos por su condición de grupo vulnerable por TBP.

Este proyecto social se originó en agosto de 2020, se constituye legalmente en marzo del 2021 en la comuna de Las Tunas, ubicado al sur de Manabí en la ruta del sol aproximadamente a 3 horas de la ciudad de Guayaquil.

Desde su inicio, TBP al ser una fundación, su segmentación en lo que refiere a organizaciones se encuentra en un conjunto con las denominadas “Organizaciones del tercer sector”. La fundación ha presentado grandes desafíos para garantizar la continuidad y sostenibilidad de su misión tales como: estructuración de un plan estratégico, plan de

comunicación y posicionamiento, captaciones de fondos y generación de apoyos y redes externas como internas.

Según Baca-Tavira, N., & Herrera - Tapia, F. (2016), como resultado de la globalización y como extensión de la agenda del Norte Global, las ONG del Ecuador surgieron en su mayoría a lo largo de la década de los 80. Los recursos de estas nuevas instituciones provienen principalmente de Estados Unidos y países europeos, con una pequeña cantidad proveniente de agencias locales, dado que una parte importante de su contribución se dedica a la lucha contra la pobreza y el subdesarrollo. La mayoría de las organizaciones no gubernamentales (ONG) respondieron a imitaciones de otras organizaciones de renombre internacional, así como de instituciones que se originaron en los segmentos más ruidosos de la sociedad local en sus formas originales. Si bien estas instituciones promovieron como misión la lucha contra la pobreza, su fundamento fue más discursivo que técnico. Debido a esto, el análisis histórico y académico del tercer sector en el Ecuador es bastante escaso. (Baca-Tavira, N., & Herrera - Tapia, F., 2016)

El término tercer sector es utilizado para referirse a los actores organizados fuera del gobierno y el sector privado que lo hacen con fines de lucro. Esto incluye una variedad de ONG, organizaciones sin fines de lucro y trabajo voluntario organizado. Según Orbe-Vivanco (2022), las organizaciones que forman parte de la sociedad civil han sido catalogadas como *Tercer Sector*, por enmarcarse entre el Estado y el mercado como un tercer agente productor de bienestar social, y su peso se visualiza a través de asociaciones, fundaciones, ONG o cooperativas, entre otras que van en aumento. (Orbe-Vivanco, 2022)

Las organizaciones del tercer sector como afirma Judith Rodríguez, (2005) son aquellas organizaciones que tienen como finalidad trabajar para la inclusión de colectivos vulnerables y sobre todo sin afán de lucro. Básicamente se fundamenta en una concepción que establece que no existe únicamente el mercado y el Estado, sino que también existe una

tercera parte que está dada por la libre asociación y es producto de la interacción entre los miembros que la componen. (Judith Rodríguez, 2005)

Por su parte Ganga, Burotto y Antonioletti (2010) define a este tipo de organizaciones como aquellas que no pueden ser parte del sector público, ni del sector privado como tal, sino que más bien se las podría considerar como organizaciones que se desempeñan en diversos campos y áreas, con varias estrategias e instrumentos de intervención y distintas figuras jurídicas. (Ganga, Burotto y Antonioletti, 2010)

La importancia de este tipo de organizaciones es su aporte a la desigualdad social que existe en la actualidad, ya que, al ser una organización sin fines de lucro, autores como Forni y Leite, (2006) le atribuyen gran importancia a este tipo de organizaciones porque afirman que se encargan de cierta forma de cubrir necesidades que muchas veces el Estado, con su accionar, no logra satisfacer, a nivel de educación, cultural, recreativo. (Forni y Leite, 2006)

Todo estado debe asimilar que las organizaciones del tercer sector fortalecidas representan una gran contribución al alcance de metas del estado de manera más eficaz y eficiente, ya que permite la reducción de costos de inversión y deuda pública, al igual que ayuda a reducir la carga del aparato Estatal en términos de personal, salarios y burocracia.

A su vez, García, Fernández y del Olmo, (2018) ven al tercer sector como una gran oportunidad de crecimiento personal para los jóvenes y a su vez, un medio para aprovechar las nuevas tecnologías para generar un impacto positivo en la vida de muchas personas, permitiéndoles su desarrollo a nivel social, cultural, educativo, etc. (García, Fernández y del Olmo, 2018)

Como información importante a considerar dentro de la investigación, indagamos sobre la situación actual de las organizaciones del tercer sector en el marco ecuatoriano. Según un estudio publicado por la revista Flacso Andes, para el año 2020 existían 4939

ONG'S registradas en el Ecuador de las cuales un tercio habían dejado de funcionar y otro tercio no disponía información sobre su funcionamiento. Estas cifras reflejan la poca capacidad del estado para brindar apoyo a las organizaciones del tercer sector y por la cual estas presentan problemas y situaciones complejas al momento de estructurarse o darse a conocer ante la sociedad. (Gortaire-Morejón, B., Matute, A., Romero, V., & Tinajero, J, 2022).

Según Churruca (2021), en Ecuador existen 3 problemas principales que afectan a organizaciones del tercer sector, las cuales se deben trabajar como base fundamental para estructurar y formular correctamente una fundación. Los tres problemas en mención son: Enfoque, marca y talento. (Churruca, 2021)

El enfoque en las fundaciones: Las organizaciones del tercer sector tienen dos puntos a considerar, la culpabilidad (problemática) y la oportunidad (solución). Por lo general las fundaciones se enfocan únicamente en los problemas (culpabilidad) y no principalmente en la solución (oportunidad), lo que conlleva a obtener resultados buenos, pero a corto plazo ya que generar resultados a largo plazo.

El problema de la no marca: El principal potencial de una marca es que sea fuerte, reconocible y atractiva para lograr que la gente se sienta identificada con lo que se hace y deseen formar parte del proyecto a largo plazo.

Las organizaciones del tercer sector que trabajan mediante una marca, mantienen una comunicación fluida y constante la cual es muy importante para llamar la atención de voluntarios o personas de interés para la fundación.

Uno de los medios o canales más utilizados dentro de una ONG es la página web corporativa. Si no se trabaja la comunicación dentro de las organizaciones, no se podrá dar a

conocer la fundación y, por ende, no se construirá una marca fuerte y con los parámetros indicados para llamar el interés de las personas.

El problema de talentos: La sociedad sigue considerando a las fundaciones como una obra social caritativa, donde uno dedica las horas que puede tras finalizar su *verdadero* trabajo para sacarlo adelante o donde se sigue poniendo como valor principal la recompensa emocional de trabajar para un fin social por delante de la recompensa económica.

Las organizaciones del tercer sector necesitan de profesionales dedicados que conozcan y puedan dedicarles el tiempo necesario a sus gestiones laborales dentro de la fundación para lograr alcanzar los objetivos establecidos y no enfocarlo netamente como una obra de caridad.

2. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA E HIPÓTESIS DE MEJORA

2.1.Principales acciones

En marzo del 2022, la Universidad Casa Grande (UCG) como parte de un trabajo de titulación en la modalidad de Proyecto de Aplicación Profesional (PAP), propuso el proyecto “Bulwark por la infancia” el cual planteaba una problemática en el desarrollo socioemocional para niños, niñas y adolescentes de la comunidad de Las Tunas, Manabí. Esta propuesta tuvo como encargada a la Mgtr. Andrea Sotomayor y el Sr. Guillermo Lozano, representante de la fundación The Bulwark Project (TBP), la cual desarrolla un servicio voluntario de enseñanza del arte marcial jiu jitsu brasileño en el sector antes mencionado. Por razones personales y laborales, la tutora fundadora de “Bulwark por la infancia”, Andrea Sotomayor, tomó la decisión de retirarse del proyecto, dejando como nuevo tutor designado por parte de la universidad a Cristian Gaibor Menéndez, quien acompañó al equipo a descubrir una nueva orientación al PAP poniendo énfasis en los desafíos inmediatos de la fundación para llevar a

cabo su misión. Dado ello, luego de la primera instancia de revisión del proyecto, se insistió en la necesidad de aprovechar la vinculación con la UCG para mejorar la gestión que la fundación venía desarrollando hasta ese entonces.

Posterior a la asignación del nuevo pedido oficial, el cual consistió en realizar una campaña que busque y proponga ideas a su fundación para contribuir al posicionamiento de la fundación tanto en la localidad en donde desarrolla su servicio como en la sociedad en general que pueda apoyar o interesarse con su causa. Antes de dar inicio a esta desafiante mirada, se renovó compromisos con el equipo, acordando realizar dos reuniones semanales para organizar el proyecto y trabajar en las actividades y procesos que se buscarían llevar a cabo junto a la fundación. Dentro del equipo de trabajo, se formaron comisiones para el desarrollo de este proyecto, los mismos que presentan avances y correcciones semanalmente.

Dentro de las herramientas que se utilizaron para la recolección de información fueron; entrevistas, visitas de campo y adicional el portal web Icong que permitió evaluar la ONG en base a 7 aristas así encontrar e identificar que se necesitaba para repensar y reconstruir el árbol de problemas, marco lógico y demás actividades a realizar, se llevaron a cabo varias reuniones con la directiva de la fundación para obtener información clave: sus inicios, objetivos, misión y visión, medios de comunicación, financiamiento, cronogramas, organización de las clases, etc. A continuación, se detalla la estructura actual de la fundación:

Guillermo Lozano (The Bulwark Project – Building confidence, 2022)

- Presidente de la fundación “The Bulwark Project”
- Cinta marrón

Karla Garcia (The Bulwark Project – Building confidence, 2022)

- Financiera de la fundación “The Bulwark Project”

- Cinta blanca

Julio Touma (The Bulwark Project – Building confidence, 2022)

- Instructor de la fundación “The Bulwark Project”
- Cinta negra

Para conseguir más información por lo que se planificó en conjunto a TBP y UCG, visitar a la comunidad de Las Tunas, Manabí, una vez por mes; para realizar la investigación de campo y conocer a profundidad cómo se manejan las clases de acuerdo al espacio, implementos, metodologías de enseñanzas aplicadas, relación alumno - instructor, condiciones presentadas por la fundación, perspectiva, opiniones y sugerencias por parte de los padres de familia, sobre cómo se están manejando la actividades de la fundación en relación a los objetivos planteados por parte de la directiva, como a su vez, el manejo de la comunicación, los cronogramas, horarios de clases y demás componentes a evaluar con los tutores responsables de los niños, niñas y adolescentes (NNA) que conforman The Bulwark Project.

2.2. Stakeholders

Para el análisis de la Fundación era indispensable reconocer cuáles eran las partes actualmente interesadas en el proyecto con los que se podía apoyar el PAP para su ejecución:

- **Wildcoffee**

Empresa de café, propiedad de Karla García, una de los miembros fundadores de The Bulwark Project. Como parte de la responsabilidad social empresarial de esta empresa. Existe una edición especial de Wildcoffee x bulwark project en donde el 60% de las ventas de la ganancia de la edición son destinadas para la fundación. (FIGURA 1) .

- **Profesores y estudiantes de academias de Jiu Jitsu**

Profesores que brindan sus enseñanzas de jiu jitsu brasileno a los NNA de la comuna.

Voluntarios ocasionales que acompañan a los profesores de la fundación a impartir clases, ayudar con el orden y supervisión de los niños, niñas y adolescentes. (FIGURA 2) .

- **Niños, niñas y adolescentes de la comuna de Las Tunas.**

Participantes de las actividades de la Fundación. (FIGURA 3) .

- **Padres y madres de los NNA que asisten a la fundación.**

Personas indispensables para que los NNA sigan asistiendo a la fundación.

(FIGURA 4)

- **Comuna de las Tunas**

Lugar donde la fundación se estableció desde agosto de 2020. (FIGURA 5)

- **Directiva Comunal**

Cuentan con una organización para manejar la comuna, encargados de la dirección de la comuna. Teniendo prioritariamente al líder comunal (Lino Castaño), al momento de realizar el análisis, eran al igual que los padres de los NNA, indispensables para el funcionamiento de la fundación en la comuna. (FIGURA 6)

- **Universidad Casa Grande**

Institución que ha creado un vínculo con la fundación para esta intervención social.

- **Equipo Bulwark por la Infancia**

Colectivo casagrandino comprometido con el objetivo de aportar a la Fundación con la realización de Bulwark por la infancia. (FIGURA 7)

2.3. Metodología de investigación

Posterior a la asignación del pedido, organización y recolección de información, como primer punto, se decidió trabajar desde una metodología de investigación mixta. Según Cresswell, 2019. La investigación de hoy en día debe de tener un refuerzo de enfoque multimodal (Cresswell, 2019). Motivo por el cual, para analizar la problemática principal de la fundación, las herramientas de investigación fueron las entrevistas, visitas de campo y adicionalmente una prueba mediante la herramienta Icong que permitió evaluar de manera objetiva en base a 7 aristas para medir la calidad de la ONG.

2.3.1. Visitas de campo & Entrevistas

En las visitas de campo a la fundación, el primer reto del proyecto era averiguar los inicios de la fundación y a su vez averiguar la razón de establecerse en Las Tunas. El resultado de esta indagación se presentó debido a que uno de los instructores y fundadores de Bulwark Project, Julio Touma; compró un terreno en Puerto Rico, un pueblo antes de llegar a Puerto López, a 20 minutos de Las Tunas en Manabí. Dicho pueblo es considerado una comuna ancestral. Según el Ministerio de Agricultura y Ganadería, una comuna ancestral es un espacio que mantiene posición ininterrumpida, actual y pacífica por 50 o más años sobre las tierras que ocuparon sus ancestros. Motivo por el cual que venga una persona que no es parte de sus tierras, es un tema muy delicado y que debe de manejarse mediante convenios y una conexión interna. De este contexto, nació la visión de llevar a este lugar donde la mayoría de sus habitantes no conocen sobre este arte marcial que es la pasión de los miembros de la fundación, y lanzan la propuesta que posteriormente fue aceptada a impartirse en Las Tunas.

Posterior a eso, fue indispensable conocer a los beneficiarios de las actividades que brinda la fundación, y para esto, se efectuaron algunas entrevistas a los padres de los NNA que participan en la fundación, para así poder identificar su pensar y a su vez, cuáles son desde su perspectiva, las principales virtudes y necesidades desde una perspectiva parental. También se realizó un grupo focal junto con los directivos de la fundación, en donde nos expresaron su perspectiva del proyecto, cuáles son sus aspiraciones, sus objetivos a corto, largo plazo y también conversaron sobre todas las situaciones que aquejan el proyecto. De este análisis identificaron algunos factores los cuales se definieron como puntos fuertes en las cosas que se estaban teniendo un impacto positivo, y en áreas de oportunidad todas las cosas en las que la fundación debía mejorar. (FIGURA 8)

2.3.2. Test Icong

Con las visitas, entrevistas y grupos focales realizados, mencionamos el por qué se escogió ICONG, como una herramienta para realizar la evaluación al proyecto. Este portal web facilitó la misma debido a que esta fue creada por una organización sin fines de lucro constituida en Madrid, que tiene como objetivo difundir y fomentar la cultura, además de la incorporación de sistemas de calidad en las ONG de Acción Social. Su misión es promover la cultura de la transformación y de la calidad entre instituciones no gubernamentales, con el objetivo de fortalecer estructuras de gestión, siendo más eficaces y eficientes evaluando mediante una serie de preguntas de diferentes ámbitos, que miden el cumplimiento de la gestión de una organización conforme a un referente de sistema de gestión de la calidad como la Norma ONG Calidad (ICONG, 2020).

Dentro del Test ICONG, se analizaron detenidamente las respuestas de las 47 preguntas enfocadas en los siguientes ámbitos de evaluación:

2.3.2.1. Misión, visión y valores

En el primer ámbito de evaluación, se encuentra el cumplimiento con la definición de su misión, visión y valores, a partir de los cuales se desarrolla todo el sistema de gestión que permita cumplir un compromiso público. Dicho sistema de gestión debe ser coherente de manera transversal con sus principios, de manera que aporte a su cumplimiento. Por esta sección, se puede evidenciar que The Bulwark Project sí cuenta con su misión y visión establecida. Así también, ha identificado claramente al colectivo destinatario de sus servicios. Sin embargo, se pudo identificar que el proyecto no cuenta con los principios claramente formulados.

2.3.2.2. Compromiso de la calidad

Con respecto al ámbito de Compromiso con la calidad, se dice que los líderes de las ONG son las personas con la responsabilidad de velar por el cumplimiento de su Misión y de visionar el futuro de la organización a largo plazo, planificando los retos sin desvirtuar la naturaleza de dicha Misión, así como asignar los recursos necesarios (tanto materiales, como de tiempo y de personas) y velar porque el trabajo y el esfuerzo de cada día se rijan por los valores y principios sobre los que se apoya la organización. Esta segunda sección identificó que TBP no asume compromisos públicos mediante el establecimiento de políticas y objetivos. La directiva no ha nombrado a una persona para gestionar y asegurar la calidad y aparte no se supervisa el sistema de calidad ya que no se cuenta con uno establecido. Asimismo, no se cuenta con los recursos adecuados para implantar y mantener un sistema de calidad que garanticen su sostenibilidad en el tiempo.

2.3.2.3. Partes Interesadas

Como tercer ámbito, se encuentra el de Partes Interesadas, mismo que se define como el que contiene al sistema de gestión de la organización y a las personas que la conforman para trabajar con y para los beneficiarios. Para ello, el sistema debe girar en torno a los beneficiarios, sus necesidades y su proyecto de vida. Los resultados de la aplicación de esta herramienta en TBP indican que no tiene definido un mapa de partes interesadas (stakeholders), a pesar de que sí tiene claro quiénes son. Sin embargo, no se cumple con los otros componentes de este ámbito de evaluación, como la recolección y el registro periódico de las necesidades y expectativas de las partes interesadas, además de la no documentación de estas necesidades, así también como de la participación del personal voluntario que participa.

2.3.2.4. Documentación

Como cuarto ámbito de evaluación, se midió el Cumplimiento de Documentación, misma que sirve para sustentar y evidenciar de manera eficiente a las partes interesadas la ejecución transparente de las actividades que se realizan. En este caso, en base a los resultados obtenidos, TBP no cuenta con un mecanismo para documentar formalmente la gestión de calidad. No se cumple con los registros de los requisitos legales vigentes que apliquen a su ámbito de acción, ni del levantamiento de información de las necesidades de las partes interesadas, ni de los registros previos de los compromisos adquiridos, o la participación de las personas usuarias, las acciones formativas dirigidas al personal, o pedidos a proveedores, ni la medición de satisfacción de los clientes o auditorías internas.

2.3.2.5. Gestión de Procesos

En el quinto ámbito de evaluación se encuentra la Gestión de Procesos, misma que facilita la asunción de responsabilidades, clarifica las funciones del equipo, y permite realizar análisis de objetivos y direccionar a la fundación hacia una mejor orientación al cliente. TBP no tiene documentos, ni diagrama o un mapa de proceso que detalle en general la operación que realiza. Por otro lado, es importante que este mapa de procesos distinga entre los procesos que son clave y los procesos que son de apoyo.

2.3.2.6. Seguimiento, Evaluación y Mejora

En el sexto ámbito de evaluación se encuentra el Seguimiento, Evaluación y Mejora, en la cual se estipula que para que una entidad mejore esta ha de disponer de un sistema de evaluación capaz de dar cuenta del estado y dirección de su actuación como entidad, con la finalidad de identificar los factores críticos de éxito de los procesos que son clave por su impacto en los resultados o porque su incumplimiento puede suponer un riesgo para la entidad. En la cual se evidencia que TBP no tiene procesos claves, indicadores, ni procedimientos definidos para evaluar las actividades que ofrece como organización del tercer sector.

2.3.2.7. Procesos de Apoyo

Como séptimo ámbito de evaluación se encuentran los Procesos de Apoyo, tales como la gestión de personas, los proveedores, las compras, materiales e infraestructura, la gestión económica, comunicación interna y externa, su sistematización en la planificación, evaluación y mejora. Pero, así como en otras de las secciones, TBP no cuenta con los siguientes requerimientos:

- Documentación de los derechos y deberes del personal voluntario.

- Definición ni descripción escrita del perfil que se requiere de cada uno de los voluntarios en función de las tareas que se realizan o los puestos de trabajo, mismas que son importantes en el proceso de reclutamiento y selección e incorporación del personal:
 - Requisitos mínimos de titulación
 - Experiencia
 - Competencias
- No se ha planificado establecer un plan de carrera para los colaboradores.
- No se tiene documentados los procedimientos y políticas de selección de proveedores, la compra de materiales. Este proceso más se debe a que no es algo muy recurrente.
- No se cuenta con un plan de comunicación interna o externa ni con una memoria anual de las actividades que se realizan.
- No se ha implementado un sistema de gestión y control presupuestario, dado que la mayoría de los recursos económicos los disponen los voluntarios de la fundación.

2.3.2.8. Resumen e informe de resultados luego de culminar la evaluación.

Desde el punto de vista de la consultoría, la fundación realmente carece de una estructura organizativa que le permita darle una formalidad al proyecto sobre todo en lo que refiere a indicadores, objetivos, procesos, documentación y procedimientos mínimos a ejecutar. Ello se vuelve necesario para establecer una formalidad en las actividades que brinda la fundación. Al carecer de esta estructura, prácticamente se podría llegar a la asumir de que TBP durante su tiempo de funcionamiento, ha asistido a la comuna de Las Tunas únicamente por el compromiso de ejecutar una clase a cierta cantidad de personas, sin tener un rumbo definido, directriz o visión de lo que quieren lograr o han logrado en el lugar.

Complementario a las herramientas y entrevistas a los padres de los NNA

beneficiados por la fundación mencionados, se trabajó en la creación de una ficha que contiene información personal acerca de los NNA que asisten a las clases para lograr tener un orden de asistencia y registro de nuevos ingresos, lo cual permite ir consolidando un perfil de beneficiarios (FIGURA 9). Según (Baca-Tavira & Herrera-Tapia, 2016) ello es un dato muy importante que toda directiva de una organización del tercer sector debe tener. Esto en función de recordatorio que, si bien la gestión social es una labor de carácter técnico, no se debería omitir que esencialmente se trabaja con sujetos sociales, es decir, el gestor se enfrentará invariablemente con la intrincada vida subjetiva de los seres humanos; por lo tanto, no será lo mismo trabajar con adultos, mujeres, hombres, jóvenes o niños.

Según Katherine Ramírez, madre de Schneider participante de las clases de Jiu Jitsu de 8 años, una de las oportunidades que resalta que debe implementar la fundación, es la creación de una base de datos de padres debido a que la mayoría de los NNA van a las clases solos y en caso de alguna eventualidad, es necesario tener a quien contactar para la toma de acción. Motivo por el cual se cumple otra de las observaciones realizadas en el análisis:

- La Fundación no cuenta con un protocolo estipulado de registro ingreso, inicio de clases, información básica de padres o representantes de los NNA que asisten a las clases, procedimientos a realizar en caso de A o B situación previamente analizada como amenaza o que atente contra alguna de las personas que se encuentren dentro de la Fundación. (NNA, instructor, visitante, padre de familia)

Adicionalmente, se evidencia que es necesario implementar un sistema de evaluación más a detalle el progreso y la satisfacción generada a través de las actividades de la fundación a los NNA, en los padres de los beneficiarios se pueden encontrar retroalimentaciones muy alentadoras como lo es el caso de Judith Mero, que mencionó que :“La fundación es una

ayuda y una actividad que ayuda en el desarrollo de sus hijos debido a que en ellos puede ver casi su desesperación por poder asistir a las clases todos los fines de semana y practicar todo lo que los profes les puedan enseñar para compartirlo con su círculo más cercano.”

Dentro de la comunidad de Las Tunas, se ha evidenciado que los NNA están bastante conformes con las clases que se están brindando y cada fin de semana esperan con ansias la llegada de los instructores de jiu jitsu de la fundación. Los directivos de la fundación muestran su interés y compromiso para poder crear una vida más saludable para el beneficio de la comunidad. Es visible los conocimientos deportivos del jiu jitsu adquiridos de cada NNA y notable las ganas y emoción que le ponen a cada entrenamiento. Los padres de familia están conscientes que este deporte y su práctica en la comuna ha podido mejorar el estado de salud de cada NNA en su beneficio.

2.4.Árbol de problemas

Posterior análisis de los resultados evidenciados en las pruebas elaboradas a la fundación y a la inmersión de campo elaborada en Las Tunas se definió Bulwark Project estaba teniendo escasez de capacidad interna para darle consecución a su proyecto, motivo por el cual para darle el trasfondo al problema y que la toma de acción sea efectiva, se debía plasmar dicha información en el árbol de problemas. Para el mismo punto, el grupo se cuestionó las causales principales del: ¿Por qué Bulwark Project actualmente está sufriendo esa escasez de capacidad interna organizacional para afrontar los desafíos de la Fundación en la comuna Las Tunas, Manabí?; y en respuesta general a todo lo planteado, la pregunta dio como resultado:

- Poca continuidad en las clases.
 - La fundación no tiene un cronograma de visitas a Las Tunas.
- Se evidencia una falta de conexión con la directiva de Las Tunas.

- La fundación asiste a dar clases a la sede comunal con la autorización del presidente, pero a su vez, existían ciertos conflictos con los demás líderes de la comuna debido a que no se había podido lograr establecer una conexión con dicha directiva. Por otro lado, la misma directiva mencionaba que sabían de la fundación, pero para ellos necesitaba estar suscrita mediante un convenio o documento que ampare su continuidad en Las Tunas.
- Actualmente los directivos de la fundación deben financiar y verificar la coordinación entre sus tiempos para poder asistir. Hoy en día, ellos mismos se ocupan de todo lo requerido: logística, gastos varios, planificación y distribución de tareas en sitio. Situación que los obliga a que el proyecto netamente dependa de ellos para salir adelante.
- No existen políticas ni procedimientos instituidos como organización.
- La fundación no tiene un espacio oficial o fijo en donde brindar sus clases.
 - Las clases que se realizan por el momento se dan en el área comunal de las tunas, anterior a eso las clases las brindaban en el hostel de la comuna, por ende, no existe un espacio que sea propiedad de la fundación.
- Existe una escasez de recursos para poder realizar las prácticas del jiu jitsu.
 - El tatami o colchoneta es el recurso primordial para la realización del deporte, y la cantidad aproximada de los niños que asisten a la fundación sobrepasa su cantidad existente, que afecta a la comodidad y el logro de cada ejercicio en donde pueden caber todos y todas.

- La cantidad de NNA no permite que todos se desempeñen de la manera adecuada, ya que no tienen el espacio permitido para todos realizar las distintas estrategias del Jiu Jitsu.
- No existe una planificación de horarios para que todos los niños puedan aprovechar la clase.
- La fundación no se estaba dando a conocer con más personas.
 - La Fundación tiene sus redes sociales, pero no ha encontrado los medios para darse a conocer a más personas. Motivo por el cual cierra un amplio abanico de posibilidades de incrementar sus Stakeholders o alianzas para darle continuidad al proyecto.

Como síntesis del resultado de las evaluaciones ejecutadas con The Bulwark Project, se concluyó que los problemas principales del árbol de problemas era la escasa formalidad en las actividades de la Fundación, la escasa capacidad económica para sustentar el proyecto y, por último, la escasa asertividad para dar a conocer el proyecto.

Por esta razón es de suma importancia tomar en cuenta cada una de las evaluaciones, y las causas y efectos identificados para poder dar un mejor posicionamiento y continuidad a The Bulwark Project, debido a que, a pesar de su poca estructura organizacional, las personas que conforman la fundación se han esforzado y logrado realizar una obra o acción que termina siendo beneficioso y positivo para la comunidad.

La base del por qué es indispensable el trabajo de posicionamiento, se encuentran en esta referencia de la Universidad Jaume el cual indica que: “El análisis del entorno de las ONG y la definición de la base de la estrategia de segmentación y posicionamiento dan paso al diseño de un plan estratégico de comunicación corporativa que permita crear, construir y

mantener, intercambios y relaciones con el propósito de conseguir los objetivos organizacionales definidos y “dar a conocer la organización”. (Pau Salvador i Peris, 2022)

Y apuntando el problema principal de TBP hacia un efecto macrosocial con un escenario catastrófico para la fundación que sería: “TBP desaparece en la comuna de Las Tunas, Manabí”. Si la fundación deja de asistir, todos los chicos que participan desde el inicio de la fundación perderían todo el recorrido y desarrollo adquirido durante este tiempo. Y al perder esta continuidad, a su vez se pierde el interés, el aprendizaje, y por último el trabajo realizado por la fundación durante estos 2 años.

2.5.Marco Lógico

Si bien es cierto al inicio con todos los resultados que se obtuvieron de las investigaciones a la fundación apuntan a una estructuración de la organizacional, dentro de las retroalimentaciones encontradas sobre todo en las visitas de campo. El equipo del PAP identificó que había dos situaciones en particular las cuales se tuvieron que atender con prioridad, y esas fueron el posicionamiento de la Fundación en la comuna y el uso de sus redes sociales para llegar a más personas del mismo grupo de interés que aporte sostenibilidad al proyecto.

El enfoque de posicionamiento tuvo como objetivo estar presente en las personas de la comuna, que ellos estén al tanto de todo lo que engloba y cuál es el impacto que genera en la comuna esta práctica. Para lo mismo, dicho sustento del posicionamiento para el proyecto viene derivado desde el principio de marketing de estar presente en la mente de las personas. Según Clow y Baack, el posicionamiento es el proceso de crear una percepción en la mente del consumidor sobre la naturaleza de una empresa y sus productos en relación con sus consumidores. (E. Clow & Baack, 2010)

A su vez, la intervención en las redes sociales de la fundación para realizar la difusión de su labor a la comunidad con el objetivo de que esta labor trascendiera a más personas de mismo interés, tuvo su sustento en base a un artículo publicado de la Asociación Española de Fundaciones donde Julio Cerezo, realizó un análisis profundo sobre la digitalización de las fundaciones en la cual se menciona como frase clave que la difusión por redes sociales, es de las herramientas más eficientes y eficaces para dar a conocer una labor” (Cerezo, 2016).

Motivo por el cual se definió el marco lógico de proyecto atendiendo el pedido inicial del PAP, las causas principales del árbol de problema, el efecto macrosocial, el propósito y la finalidad del proyecto:

	Indicadores	Medios de verificación / Fuentes	Supuestos
<p>Finalidad:</p> <p>Contribuir a que Bulwark Project sea una propuesta de desarrollo comunitario posicionado en la comuna y sostenible a lo largo del tiempo.</p>			<ul style="list-style-type: none"> ● Aval previo soporte de la certificación de inscripción en el Ministerio del deporte. ● Inclusión de profesores voluntarios a la causa de la Fundación.

			<ul style="list-style-type: none"> • Involucrar a más personas pertenecientes a comunas aledañas de “Las Tunas”
<p>Propósito:</p> <p>Contribuir con las bases del posicionamiento de la Fundación en Las Tunas, y aportar en su difusión para darla a conocer a más personas de mismos intereses buscando la generación de nuevos Stakeholders.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de campaña “The bulwark por la infancia” • Presentación de fundación a directiva de Las Tunas. • Campaña de comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Visita a medios públicos. • Presencia de la fundación en eventos donde se promueva TBP. • Integración Bulwark Project - comuna Las Tunas. • Movimiento en redes sociales. 	
<p>C1: Posicionada TBP en la</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de participantes en 	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación de la Fundación a 	

<p>comuna de Las Tunas.</p>	<p>dinámica para dar a conocer a la fundación en Las Tunas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de padres asistentes al evento que se unieron al comité. • Consolidar participación con igualdad de género 50% de miembros del comité en hombres y el otro 50% en mujeres. 	<p>la directiva comunal y a los padres de los NNA.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planificación del evento “Integración x la infancia” • Creación del comité de padres de familia. 	
<p>C2: Establecida la estrategia de recolección de</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Parámetros de stand para exposición del producto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia para dar presencia al producto. 	

fondos para la fundación.	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de personas captadas mediante la promoción de café. 	<ul style="list-style-type: none"> • Speech de presentación a la fundación. 	
<p>C3: Mejorados los procesos de difusión y presencia de marca de la fundación en eventos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de medios masivos visitados por el plan de comunicación. • Cantidad de eventos donde se presentó la marca TBP. • Cantidad de posteos en instagram cumpliendo Cronopost. 	<ul style="list-style-type: none"> • Medios contemplados para visita vs medios visitados. • Eventos donde se haga presencia de marca. • Cumplimiento de evento propio del PAP. 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de interacciones recibidas en los últimos meses. • Cantidad de seguidores posterior a la intervención de Bulwark x la Infancia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Instagram de Bulwark Project. 	
--	---	---	--

2.5.1. Componentes del marco lógico

El desglose de los componentes del marco lógico expuesto, se interpretan de la siguiente manera:

2.5.1.1. C1: Posicionada TBP en la comuna de Las Tunas.

Como se mostró en los resultados del análisis, era indispensable posicionar a Bulwark Project en Las Tunas, y para ello, se reconoció que el trabajo de posicionamiento debía ser un evento en la comuna para dar a conocer el labor e impacto social de la fundación. Motivo por el cual como indicador de cumplimiento se definió la cantidad de participantes en dinámica para dar a conocer a la fundación en Las Tunas, y adicionalmente para empezar a empoderar y que los padres de familia empiecen a generar interés en las clases, como propuesta también

se decidió realizar la creación de un comité de padres de familia y su indicador de cumplimiento sería la cantidad de padres asistentes al evento que se unieron al comité.

Y para que en el comité haya igualdad de género entre padres y madres interesadas. En la conformación del comité entre, se definió un indicador de género en el cual 50% debían ser hombres y 50% mujeres.

2.5.1.2. C2: Establecida la estrategia de recolección de fondos para la fundación.

Como se revisó previamente, otro de los resultados del análisis fue que la fundación actualmente no estaba siendo económicamente sustentable. Y para esto posterior a las experiencias recolectando fondos comentadas por parte de la fundación, se decidió atender el componente realizando exposición y demostración del café de la fundación proporcionado por Wildcoffee para a la par de realizar su venta, se dé a conocer a las personas que compren. Motivo por el cual, se decidió que era importante realizar un stand para darle presencia a la marca y al producto por lo cual su indicador de cumplimiento fueron los parámetros de stand para brindar visibilidad al café de la fundación y de las ventas realizadas se contabilizó como indicador la cantidad de personas captadas mediante la promoción de café.

2.5.1.3. C3: Mejorados los procesos de difusión y presencia de marca de la fundación en eventos.

Para lo mismo se tomó en cuenta una frase clave mencionada en el análisis del problema: “La fundación no estaba siendo eficiente con esta divulgación de su labor a la comunidad”, y considerando esa área de oportunidad, se decidió realizar presencias en ferias para exponer la fundación, un plan de visita a medios de comunicación masiva, y un cronograma de posteos e interacciones en Instagram para mover la página con el objetivo de generar interés y expectativa en sus actividades.

Adicionalmente como reto por parte del guía Cristian Gaibor, se solicitó realizar un evento propio del PAP el cual dio presencia a la fundación y a la par también se invitaron a más ONG'S para sea un espacio de intercambio de información sobre su trabajo y resultados.

Los indicadores de cumplimiento del componente en mención fueron:

- Cantidad de medios masivos visitados por el plan de comunicación.
- Cantidad de eventos donde se presentó la marca TBP.

Y para las métricas de Instagram, los indicadores fueron:

- Cantidad de posteos en Instagram cumpliendo Cronopost.
- Cantidad de interacciones recibidas en los últimos meses.
- Cantidad de seguidores posterior a la intervención de Bulwark x la Infancia.

Para concluir con los componentes, para el equipo de Bulwark por la infancia fue de suma importancia que cada uno de los indicadores, terminen con un valor conseguir que cada uno de los mencionados tengan un valor agregado muy aparte del indicador a conseguir.

3. IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO

3.1.Componente 1 – Integración por la Infancia

Para suplir el componente 1 del marco lógico del proyecto, se realizó una integración comunal como estrategia para poder contribuir al posicionamiento de la fundación en la comuna de Las Tunas. Evento que tuvo como principal objetivo el dar a conocer los beneficios que brinda la fundación en la comunidad de las Tunas a través de la enseñanza del jiu jitsu a los niños, niñas y adolescentes en atención especial de sus padres y madres y de la directiva comunal. Adicionalmente, como parte del propósito de esta propuesta, se realizó la presentación formal de los miembros de la Fundación a la comuna. (FIGURA 10)

La planificación del evento estuvo guiada bajo el Diseño Universal de Aprendizaje DUA. Según Alba Pastor, el Diseño universal de aprendizaje es un conjunto de bases teóricas y prácticas para lograr un aprendizaje inclusivo para todas las personas (Alba Pastor, 2017).

Y como en la integración el público objetivo iba a ser diverso, en base a una estrategia guiada en ese enfoque y la construcción de la experiencia, se definieron que los objetivos a buscar eran los siguientes:

- a) Que los padres y madres de familia puedan saber sobre el jiu jitsu y conocer los beneficios de este de manera vivencial, para que entiendan lo que reciben sus hijos en las clases.
- b) Que a través de actividades, se pueda unir a la fundación con los padres y madres de familia y la directiva.
- c) Que los directivos de la comuna puedan conocer la misión y visión de la fundación.

Como antecedentes, se identificó lo siguiente:

- a) A la fundación se le complicaba tener acceso al hostel comunal, debido a que los nuevos líderes que se encargaban del mismo no conocían lo que hacía Bulwark Project, por lo tanto, no les parecía relevante o necesario prestarlo.
- b) No había ningún tipo de relación entre los miembros de la fundación y los padres de familia, debido a que la mayoría solo dejaban a sus hijos a las clases y se retiraban.

La estrategia para captar la atención y llamar la atención de la directiva, iba a venir guiada por el procedimiento conocido como Rapport. Según Taylor, S. J., Bogdan, R. & Piatigorsky, J, (1987), el rapport es crear una relación de confianza y de afinidad, para la cual es dicho proceso sirvió para que se facilitara la ubicación y se acceda a reunirse un momento con el equipo de trabajo. (Taylor, 1987).

Para la primera fase de ejecución del evento, se envió un oficio firmado por el presidente de la fundación, Guillermo Lozano (FIGURA 11), dirigido a la directiva comunal en donde se solicitó autorización para efectuar el evento de integración en la sede comunal, además, de poder usar el hostel comunal para que pueda llegar nuestro grupo de PAP y los

colaboradores del evento. Una vez que este oficio fue aceptado, se inició con la difusión de las invitaciones, mismas que fueron enviadas mediante las siguientes maneras:

- Mediante el presidente de la fundación, mismo que compartió la invitación digital por la red social Whatsapp a los padres y madres de familia. (FIGURA 12)
- Entrega formal in situ de la invitación a la directiva de la comuna. Se inició la entrega al Sr. Lino Castaño, líder de la comuna y posteriormente al resto de miembros de la comuna. (FIGURA 13)
- Poster físico ubicado en la sede comunal y en el hostel comunitario, esto se consiguió previo la aprobación de la directiva de la comuna. Además de ser ubicados en lugares transitados, los cuales fueron ubicados estratégicamente con la ayuda de los integrantes de la fundación. (FIGURA 14)
- Invitación presencial a los padres y madres que se encontraban en la sede comunal.

En la planificación de la “Integración x la infancia”, se realizó un cronograma en el cual se planificó que el evento empezará a partir de las 9:30 am con un discurso inicial para darle apertura a la integración. Como segundo acto, se contó con la exposición del presidente de la fundación, Guillermo Lozano e inmediatamente, se dictó una clase demostrativa de jiu jitsu dirigida para los padres y madres de familia. Posteriormente, se realizó un trabajo colaborativo, conocido como Team Building, el cual se trabajó con la directiva y los padres de familia y en simultáneo, los niños, niñas y adolescentes trabajan en una actividad acerca de cómo expresar sus emociones. Para finalizar nuestro evento, conformamos el comité de padres y madres de familia. (FIGURA 15)

3.2. Componente 2 – Captación de stakeholders e ingresos mediante presencia en ferias.

Para suplir lo estipulado en el componente 2 del marco lógico, se decidió promover la venta del café WildCoffee x Bulwark Project siendo el único producto de comercialización e

ingreso de fondos de la Fundación. Y para comercializar el mismo, se definió la venta del café por vasos en formato retail en todas las ferias donde se haga presencia, pero siempre manteniendo la prioridad que era dar a conocer el propósito de la fundación a todos los clientes.

El stock inicial entregado por la fundación fue de 20 fundas de café. Durante los eventos donde TBP participó se utilizó un total de 3 fundas de café, las que nos sirvieron para preparar el producto del cual se vendieron un total de 50 vasos de café pequeños y medianos. Adicional, se logró vender una funda entera. Dando como resultado de su exposición una recaudación en las ferias de un total de \$60 dólares los cuales fueron depositados a la fundación.

3.3. Componente 3 – Difusión de Bulwark Project a la comunidad.

Para suplir el tercer componente del marco lógico, se definió el proceso de divulgación de la marca con la comunidad. Y para realizar la misma de diferentes maneras, se estableció como primer punto la presencia de la marca Bulwark Project en eventos públicos.

Las principales actividades de los dos cronogramas de los eventos como parte de la planificación del proyecto donde se destacaron los siguientes:

- Garantizar los Recursos Humanos.
- Garantizar materiales para venta de café.
- Realizar el check list para el montaje del stand.
- La definición de actividades lúdicas.
- La coordinación de materiales branding.
- Y la creación del diseño gráfico.

3.3.1. Abierto de Guayaquil

Los días 20 y 21 de agosto del 2022, el grupo fue partícipe del evento abierto de Guayaquil en el estadio Alberto Spencer donde intervinieron personajes importantes del Jiu Jitsu y varios clubes de las diferentes ciudades del país. (FIGURA 16) .

En el evento previamente mencionado se realizaron las siguientes actividades:

- Colocar un stand con la temática de “The Bulwark Project”, con el fin de brindar información a las personas que muestren interés en conocer sobre la organización y realizar la venta del Café Wild Coffee. (FIGURA 17) .

En el stand se utilizaron los siguientes implementos:

- 1 Cafetera
- Vasos con el distintivo de la empresa Wild Coffee.
- Fundas de café de la marca.
- 1 Photobooth Selfie para capturar las fotos y videos que se utilizarán para la página de Instagram de la fundación.

Los productos en venta fueron los siguientes:

- Vaso de café pequeño a un costo de 0.50 ctvs.
- Vaso de café mediano a un costo de \$1.00
- Funda de café Wild Coffee a un costo de \$12.00

Se realizó una dinámica con el público que asistió al evento, en donde se utilizaron 5 vasos y 2 pelotas de pin pon. La dinámica consistió en lograr que la pelota de pin pon ingrese a los vasos. Los jugadores tenían tres oportunidades para lograr el objetivo. Los premios para los participantes fueron: (FIGURA 18)

- Si el participante introducía la pelota en el vaso de café una vez, se hacía acreedor a \$ 0.50 (cincuenta centavos 00/100)

- Si el participante introducía la pelota en el vaso de café dos veces, se hacía acreedor a \$1.00 (un dólar 00/100)
- Si el participante introducía la pelota en el vaso de café tres veces, se le obsequiaba una funda de café Wild Coffee.

Se entrevistó a varias personas, quienes compitieron y representaron a los clubes participantes en el Abierto de Guayaquil. Los entrevistados contaron sus experiencias y testimonios de este deporte desde sus inicios hasta la actualidad, brindando total apoyo a la Fundación The Bulwark Project y la iniciativa social que se presenta.

Las personas entrevistadas fueron las siguientes:

- Gustavo Castillo - Team Gustavo Castillo (FIGURA 19)
- Luis Enrique Avilés - Academia Team Urdesa (FIGURA 20)
- Milton Bustamante - Academia Alliance Roots (FIGURA 21)
- Juan Albarello - Academia Oro Verde Manta (FIGURA 22)
- Ricardo Santander - Jiu jitsu Studio Cuenca (FIGURA 23)

Cabe mencionar que se pudo presenciar la final y posteriormente la premiación a los competidores ganadores, entre ellos el competidor Ricardo Santander, quien durante su entrevista comentó acerca de su testimonio durante su trayectoria practicando jiu jitsu y explicó el cambio que ocurrió en su vida luego de involucrarse en este deporte, además de todos los beneficios que conllevó a este.

Según la Academia Marcial, (2021). El jiu jitsu da mucha seguridad y fortaleza mental, disciplina para poder seguir la metodología del entrenamiento, perseverancia para lograr los objetivos deportivos y mucha determinación. Todo esto al final se ve reflejado en la vida misma pues se desarrollan los valores del respeto al prójimo, compañerismo, humildad, responsabilidad y puntualidad. Por lo que se relaciona a lo que en la entrevista explicó y relato el competidor de cinta negra. (Marxial, 2021)

Adicional se tuvo la oportunidad de entrevistar a Fernando Soluço, quien es uno de los entrenadores más destacados del país siendo un personaje ícono en el Jiu Jitsu, además de ser uno de los organizadores principales del evento. (FIGURA 24)

La participación de la Fundación The Bulwark Project en el Abierto de Guayaquil, fue una experiencia positiva, tanto para la Fundación como para nuestro proyecto, debido a que se cumplió satisfactoriamente con uno de los objetivos fundamentales, el cual es para levantar la organización, misma que trae resultados fructíferos que se espera cumplir.

3.3.2. Evento día de la vida

Se recibió una invitación de parte del MIMG (Muy Ilustre Municipio de Guayaquil), indicando que el día 10 de septiembre se celebra el día de La Prevención del Suicidio. Por lo tanto, se aprovechó esta oportunidad de dar a conocer a The Bulwark Project y para este evento, se realizaron dos actividades lúdicas que fueron realizadas con jenga como herramienta para dar a conocer la influencia del arte marcial (Jiu Jitsu) en el bienestar emocional de los niños, por otro lado, se realizó el juego de memoria con 10 cartas, en cada carta diferentes palabras relacionadas al valor del compromiso ya que es el valor primordial el cuál se hará hincapié este año en la Fundación The Bulwark Project por las principales problemáticas que se han identificado. (FIGURA 25)

La organización del trabajo se dividió entre los integrantes del proyecto. Para distribuir el trabajo se tomó en cuenta las habilidades de cada integrante, de modo que podamos aprovechar estas al máximo, así como los puestos a ocupar, que fueron:

- **Relaciones Públicas y Redes Sociales:** Kevin Sánchez se encargó de contactar a los actores principales del evento para comunicar sobre la Fundación, por otro lado, se encargó también de manejar las redes sociales durante el evento generando contenido importante sobre el evento. En esta ocasión tuvimos la visita de Úrsula Strenge

(Actual concejal de Guayaquil por el Partido Social Cristiano, representando al distrito electoral 3) (FIGURA 26)

- **Reclutamiento de Voluntarios:** Con la labor de Carolina Ojeda de ponerse en contacto con la Universidad para el reclutamiento y dar a conocer un programa de voluntariado y realizar todo el proceso que esto conlleva, a través de esto conseguiremos personal para nuestro evento a cambio de créditos para los estudiantes. Por otro lado, Daniela Macías logró seleccionar de una lista de 10 voluntarios interesados, 3 voluntarios de primer y segundo año de la Universidad Casas Grande de distintas carreras que es lo que se requería como recurso humano para esta feria. (FIGURA 27)
- **Organización y Protocolo:** El trabajo consistió en armar el stand para la visita de los participantes de la feria. Se contactó con los proveedores necesarios para colocar una carpa, mesas, sillas, parlante, tv, y de la misma forma coordinar los materiales para vender el café. (FIGURA 28)
- **Voluntarios:** Se encargaron de atender a los participantes interesados en conocer más de la Fundación y así mismo de dar soporte en la ejecución de las actividades lúdicas que se mencionaron anteriormente. (FIGURA 29)

3.3.3. Social Ideas

Teniendo en consideración la participación del equipo del PAP por la fundación en los eventos ya mencionados, ahora queda relatar cuál fue el trayecto palpado para suplir con la exposición de la fundación en un evento propio del proyecto generando su interacción con demás organizaciones con los mismos intereses. Dicho evento se llamó Social Ideas.

Para dicha intervención, pudimos encontrar sustento bibliográfico según Martín de Mussy. Un ingeniero comercial, siendo uno de los mejores empresarios en Chile y presidente de la fundación CreceChile creada en el 2013. En donde mediante un artículo establece que

“es de vital importancia premiar y aportar a las corporaciones sociales que estén dispuestas a transmitir sus conocimientos a otras iniciativas que comienzan a avanzar en el camino de las organizaciones sin fines de lucro.” (Martin de Mussy, 2013)

Motivo por el cual mediante la base bibliográfica presentada nació el concepto de Social Ideas, un evento que buscó compartir y desafiar a las Organizaciones del Tercer Sector donde se otorga un espacio de escucha y diálogo para:

- Intercambiar ideas exitosas
- Compartir buenas prácticas y en este mismo sentido la fundación logre aprender de otras ongs o entidades
- Generar una experiencia vivencial, más que un taller
- Estrechar vínculos para que las organizaciones se conozcan entre ellas
- Está siendo su primera edición se enfatizó en el tema "Fortaleciendo el compromiso".

El objetivo de Social Ideas fue dar a conocer las buenas prácticas de gestión organizacional, con la finalidad de compartir experiencias exitosas. Y para la definición del grupo objetivo, se definió que debían ser profesionales del mismo medio, fundaciones emergentes, personas interesadas en aprender sobre la gestión social, medios de comunicación, empresas públicas y privadas con responsabilidad social.

Motivo por el cual para que la experiencia vaya acorde, se realizó un conversatorio al más puro estilo de las charlas Ted - Talks en la cual todo presentador debió iniciar su exposición diciendo: “No importa una idea que sea grande o pequeña, lo que importa es que sea una idea que pueda cambiar al mundo”

Para la elección de los speakers, se definió que debían de tener las mismas características que la Fundación representada, Bulwark Project. Por lo cual se definió que el perfil debía tener experiencia como encargado de una ONG con enfoque deportivo y que su grupo objetivo sean NNA. Definiendo el equipo de trabajo de esa primera edición en:

- **JUAN MARÍN** - Director de Mixed Ability Rugby (FIGURA 30)
 - Con su tema: El deporte como herramienta para la inclusión social.
- **ELIZABETH VERA** - Secretaria del Club Deportivo Leones de Judá (FIGURA 31)
 - Con su tema: El deporte como fenómeno sociocultural portador de valores.
- **GUILLERMO LOZANO** - Presidente de la fundación The Bulwark Project (FIGURA 32)
 - Con su tema: “El jiu jitsu como deporte para el desarrollo”
- **EMANOEL PALACIOS** - Director Ejecutivo Fútbol Más (FIGURA 33)
 - Con su tema: ¿Cuáles son las fuentes de financiación de las ONGs?

Y por último, dicho evento tuvo como fecha el 26 de octubre de 2022 a las 19:00 pm, en una jornada presencial, con un tiempo límite de 15 minutos por expositor y con un break de intermedio para lograr generar estos vínculos entre ONG´S.

3.4. Componente 3 – Plan de visita de medios

Según Batres, M. C. (2018), se conoce como tour de medios o gira de medios a la programación de entrevistas con el vocero de una compañía y distintos periodistas de medios de comunicación. El objetivo principal de esta propuesta que va enfocada a la parte de relaciones públicas y comunicación de la organización fue lograr llegar a más personas del mismo grupo de interés para la generación de stakeholders y que los mismos conozcan sobre The Bulwark Project.

Para Apolo, (2018) la importancia de una estrategia de medios radica en la mezcla de medios ATL (Above the line) y BTL (Below the line) que permiten informar al cliente de un producto o servicio, lo cual mejora la imagen de marca, optimiza el consumo y fideliza al mercado (Apolo, 2018). Para Covacevich, (2018) esta estrategia es indispensable ya que abarca tres aspectos: cobertura (definición del público objetivo), frecuencia (número de veces

que se emitirá el mensaje) y continuidad (permanencia del mensaje en el tiempo), lo cual permite la ejecución de objetivos empresariales. (Covacevich, 2018)

Posterior a la base presentada, se planificó la elaboración de la gira de medios, la cual comenzó con la visita de dos medios radiales: Radio Redonda y radio WQ. Kevin Suarez-Aviles estudiante de la carrera de periodismo deportivo se contactó con estos medios, que estén interesados en mostrar deporte, porque la fundación está ligada al deporte, y por segmentos que tengan interés en mostrar enfoque social.

Se tuvo mayor facilidad para pedir el espacio en ‘Pelota Maestra’, programa deportivo que sale al aire de 10am a 12pm, de lunes a viernes en Radio Redonda. Esta radio no solo contó con la emisora fm, sino también con la transmisión en vivo del programa por YouTube, Facebook y cable operadoras. (FIGURA 34)

Se asistió a la Radio Redonda junto a Guillermo Lozano, presidente de The Bulwark Project, para así poder explicar la misión y visión de la fundación y a su vez, invitar a las personas a que asistan al Abierto de Jiu Jitsu que se celebró el 20 y 21 de agosto, en donde The Bulwark por la infancia estuvo presente vendiendo café Wild Coffee (auspiciante de la fundación). (FIGURA 35)

En esta primera visita, Guillermo habló sobre los beneficios que ganan los niños, niñas y adolescentes al hacer deporte a temprana edad y además, sobre la diferencia del Jiu Jitsu en comparación a otras artes marciales. El presidente de la fundación también dio una demostración en vivo acerca de movimientos de autodefensa en situaciones de riesgo. El segundo medio que se visitó fue radio WQ, en el cual se aprovechó el espacio para poder contar a detalle cómo nació la fundación, cuál es su propósito a largo y corto plazo y de qué forma pueden ayudar los oyentes a la misma. (FIGURA 36) Esta visita se logró gracias a la apertura que brindó Kenji Natasha, panelista del programa “Al Cierre Informativo”, noticiero que se emite de 17h00 a 18h00 por la tarde.

Según Integrales, B. C. (2022, 17 septiembre), las giras a los medios de comunicación son un valor agregado para conseguir el éxito en cualquier actividad que sea abierta al público. Por lo cual, después de las visitas a las dos radios, se pudo evidenciar un incremento de seguidores en la cuenta de instagram @bulwarkbjj. y, además, un favorable número de ventas del café (Wildcoffee). (FIGURA 37)

3.5. Componente 3 – Instagram Bulwark Project

Fuentes, (2018) hace referencia a las redes sociales como una estrategia que desarrollan varias oportunidades para todas aquellas organizaciones que decidan darle uso, sin duda aquí se encuentran las microempresas, algunas empresas se enfocan demasiado y deciden otorgarle su totalidad al uso de las redes sociales con total convencimiento de su validez en la industria es una fuente de comunicación masiva. (Fuentes, M, 2018)

Ros (2021) manifiesta que una red social es en sí una estructura social de la que pueden llegar a ser parte varias personas o de igual forma marcas o empresas, cuando se habla de una red social inmediatamente hace referencia a plataformas virtuales, que han creado la facilidad de que estos usuarios interactúen unos entre sí, algunas empresas prestigiosas las ocupan para poder relacionarse entre ellas, muchas de las personas ocupan este medio digital para mantener contacto o una relación entre amigos y familiares. (Ros. L, 2021)

Para suplir lo mencionado en el marco lógico referente a las interacciones en Instagram, se decidió inclinar el proyecto por el posicionamiento de marca creando contenido para atraer a gente que le guste el Jiu Jitsu, para que de esa manera puedan conocer The Bulwark Project y su campaña. Su objetivo a corto plazo fue:

- Realizar contenido que aporte a la difusión del propósito de la fundación.

Y su objetivo a largo plazo fue:

- Incrementar en número de seguidores a la página, en personas les guste y comparta este mismo grupo de interés para la generación de Stakeholders.

El enfoque de la intervención en redes sociales tuvo los siguientes puntos:

- Informativo: El grupo optó por el pilar informativo, ya que es uno de los pilares clave de las redes sociales. Al desarrollar y difundir contenido informativo, se puede instruir, asesorar y brindar información de valor para su comunidad. También demuestras tu experiencia en el campo, ofreces tus conocimientos y experiencias, y le da a tu comunidad una razón para leer y comprender los procedimientos y la información que manejas, como por ejemplo: “Razones por las que los niños deberían entrenar jiu jitsu brasileño”
- Emocional: Finalmente el grupo eligió el contenido emocional para provocar varias emociones en la audiencia. Un beneficio es que el contenido se vuelve popular rápidamente, ya que provoca una variedad de emociones en la audiencia y los alienta a compartirlo, ya sea que cause tristeza, alegría o amor.

Se dedicó el uso de Instagram para realizar post y reels, de temas como, la importancia del Jiu Jitsu, y actividades realizadas por el PAP, eventos que se realizaron como, por ejemplo: El día de la vida, el abierto de Guayaquil y la Integración x la infancia. Para lo mismo, se hizo movimiento en la red social por un periodo de 3 meses en donde se realizó contenido por medio de un chronopost que tuvo como estructura fecha, día, hora, red social, tipo de contenido, tipo de formato, estado, copy, hashtag, arte, y datos adicionales. (FIGURA 38)

4. EVALUACIÓN Y MONITOREO

4.1. Resultados Componente 1 – Integración por la infancia.

Dentro de los resultados por medio de las actividades realizadas para suplir los indicadores del componente 1, tenemos los siguientes:

- **Cantidad de participantes en total de la integración por la Infancia:**
 - Los 6 miembros completos de la directiva comunal.
 - De 30 padres y madres de familia invitados, contamos con la asistencia de 25.
 - Estuvieron presentes los 3 directivos de Bulwark Project.
- **Cantidad de padres de familia que se unieron al comité:**
 - Del total de 25 padres y madres de familia asistentes a la integración, tenemos que 15 de ellos se unieron al comité de padres de familia, dejando como resultado que el 60% de padres y madres de familia asistentes se unieron al comité.
- **Indicador de igualdad de género en participantes del comité de padres de familia:**
 - Un total de 8 padres se unieron dando el 53.3% de porcentaje en hombres.
 - Un total de 6 madres se unieron dando el 46.6% de porcentaje en mujeres.

Siendo esta una cifra que cumplió con las expectativas que tuvimos de porcentajes equitativos de presencia en el comité.

4.1.1. Valor Agregado Componente 1.

Como valor agregado a nuestra propuesta, tuvimos los siguientes resultados:

- Tuvimos la creación del convenio entre el líder comunal y la fundación, ya que anteriormente ambas partes no habían estrechado vínculos formales. (FIGURA 39)
- Conseguimos que se otorgue facilidades para el alojamiento gratuito en el Hostal de Las Tunas para la fundación. (FIGURA 40)

- Finalmente, este evento cumplió con su propósito otorgando un paso importante hacia el inicio del posicionamiento de la fundación en Las Tunas.

4.2. Resultados Componente 2 – Resultados de exposición de producto.

Con respecto a los indicadores del segundo componente, tuvimos como primer indicador los parámetros de stand para la exposición del producto. Y para esto se realizó un checklist en el cual se revisó que se hayan completados los siguientes campos:

- **Recursos Humanos:** Personal que apoye en la gestión de armado y activaciones en stand con su planificación de tareas.
 - **Recursos para venta de café de Wild Coffee:** Cafetera, producto, azúcar y utilitarios.
 - **Recursos para actividades lúdicas y contenido claro:** Juegos de mesa y dinámicas.
 - **Diseño de la gráfica de la marca:** Guía de colores y artes de stand.
- **Cantidad de personas captadas mediante la promoción del café:**

Como resultado de este indicador, como primera instancia nos encontramos con personas se acercaban únicamente por el café, pero como nuestro objetivo principal era dar a conocer a la fundación y su labor social, nos encargamos de que cada visitante se retire conociendo el propósito de la fundación. En total tuvimos el acercamiento con 160 participantes en los eventos realizados.

4.2.1. Valor Agregado Componente 2.

Mediante la venta del café también aprovechamos el espacio para promover la red social en Instagram y generar interés por la fundación.

4.3. Resultados Componente 3 – Cantidad de eventos donde se hizo presencia con la fundación.

Se tuvo presencia en los 2 eventos pactados bajo cronograma con la fundación:

Abierto de Guayaquil y Día de la vida, adicionalmente de también haber ejecutado el evento propio de nuestro PAP Social Ideas.

4.3.1. Valor Agregado Componente 3 – Presencia de la fundación en eventos.

60 Participantes	Compartiendo café y conociendo sobre la fundación	Abierto de Guayaquil
100 Participantes	Realizando dinámicas en base a los valores de la fundación	Día de la vida
45 Participantes	Aprendiendo y compartiendo experiencias junto a la fundación	Social Ideas

4.4. Resultados Componente 3 – Visita de medios.

Como resultado de la visita de medios masivos, Bulwark por la Infancia se contactó con siete medios en total, en donde pudimos concretar nuestra participación en dos radios (Radio Redonda y WQ). Adicionalmente, también se tuvo presencia en Vistazo, en el sitio web se habló del evento Social Ideas (FIGURA 41) y en la edición impresa se habló de la fundación Bulwark Project (FIGURA 42). De la misma forma aún seguimos en la espera de la respuesta de 4 medios más (Master Music, radio Diblu, Telepremier y El Canal del fútbol).

4.4.1. Valor Agregado Componente 3 – Visita de medios.

El grupo se sintió bastante contento y a la vez desafiado de haber obtenido estos espacios en Vistazo que tienen un costo por la presencia. El grupo después de tener varios revisores, lograron saber que esto tiene de nombre como Free press. Bianca Valverde de la Universidad Casa Grande, elaboró junto al grupo, el valor de cuánto equivaldría el recorte de

vistazo, ella comentó que el valor por el recorte de Vistazo equivaldría a \$1,558 USD. (FIGURA 43).

4.5. Resultados Componente 3 – Intervención en Instagram.

Según las métricas de cumplimiento del Crono Post, hemos alcanzado a realizar 119 publicaciones, se han publicado 17 fotos, 91 historias, 10 reels y 1 video. Con esta información hemos tenido un alcance de 5373 cuentas alcanzadas con 23255 impresiones, 1.123 visitas al perfil y 3.766 cuentas alcanzadas en Reels. (FIGURA 44)

Adicionalmente, la cantidad de seguidores antes de Bulwark por la infancia: 809 seguidores vs la cantidad actual de seguidores: 1017. Cabe recalcar que como equipo tuvimos un importante reto, el cual era, llegar a los mil seguidores, y lo logramos, hemos tenido un incremento del 26% generando 208 seguidores nuevos a Bulwark Project. (FIGURA 45)

4.5.1. Valor Agregado Componente 3 – Intervención en Instagram.

Como valor agregado, hemos captado opiniones y mensajes de personas que están interesadas, tanto como en las clases sean en adultos o en niños, personas interesadas en el café. Como otro valor agregado a nuestra propuesta, ahora contamos con personas influyentes de renombre del Jiu Jitsu que ahora saben e incluso son parte de la Fundación brindando mensajes de apoyo e invitando a más personas a que formen parte del proyecto Bulwark Project.

En el evento Abierto de Guayaquil tuvimos la oportunidad de entrevistar a atletas conocidos como por ejemplo: Fernando Soluco, quien es uno de los entrenadores más destacados del país siendo un personaje ícono en el Jiu Jitsu y Ricardo Santander quien en el abierto de Guayaquil fue ascendido a cinturón negro luego de años de entrenamiento dentro del jiu-jitsu, él es un ejemplo de perseverancia y entrega durante su trayectoria.

Ambos entrevistados contaron sus experiencias y testimonios de este deporte desde sus inicios hasta la actualidad, brindando total apoyo a la Fundación The Bulwark Project y la iniciativa social que se presenta.

5. OPORTUNIDADES DE MEJORA

Como oportunidades de mejora del proyecto, reconocemos que el trabajo realizado tuvo diversos cambios a los cuales tuvimos que enfrentarnos. Esto fue un llamado directo a fortalecer las competencias blandas del perfil de cada uno de los que formamos partes del PAP. El compromiso demostrado sacó adelante al proyecto en la cual llegó un punto en el que no podíamos creer que habíamos llegado, pero dentro de las retroalimentaciones que se nos ha brindado en revisores, reconocemos que tuvimos que:

- Realizar los trabajos en función de quien nos esté escuchando nos entienda.
- Vender mejor nuestras ideas.
- Ordenar todo el trabajo realizado de manera que no deje cabos sueltos o dudas al espectador.
- Explotar el potencial que tiene cada uno de los miembros del equipo de trabajo en el que estemos en función de cumplir un mismo objetivo.
- Aprender de lo vivido y seguirlo aplicando en nuestra vida profesional.

La experiencia trabajando con The Bulwark Project deja un antes y un después en nuestras vidas.

5.1.Recomendaciones a futuros equipos interdisciplinarios

Cuando se trabaja con una organización sobre todo que no está dentro de nuestra misma ubicación geográfica, el trabajo de campo es lo más indispensable a realizar para entender las necesidades de nuestros clientes. También hay que tener en cuenta que no todo lo que se propone, se realizará de la noche a la mañana porque todo pasa por un proceso, y a

su vez la persona con la que están trabajando deberá estar de acuerdo y dispuesta a realizarlo. Que esto no desmotive ni influya de manera negativa en su trabajo. La riqueza de los Proyectos de Aplicación Profesional son la experiencia y aprendizaje interdisciplinario que deja en nuestras vidas, por lo que todo esfuerzo y corazón que se le ponga al caso que se esté atendiendo vale para cumplir con el principio de la universidad de “aprender haciendo”.

6. REFLEXIONES INDIVIDUALES

6.1. Reflexión individual Jaime Andrés Delgado Nieto, estudiante de Gestión del Talento Humano.

Mi trayecto transcurrido a través del PAP Bulwark por la infancia se puede describir con 3 palabras claves: desafío, resiliencia y aprendizaje. Estas palabras han definido lo que ha significado para mí el proyecto.

¿Por qué llamé desafío al PAP? porque desde el principio tuvimos que asumir algunos retos y sobre pasar algunas etapas en la búsqueda del direccionamiento de nuestro proyecto. El PAP tuvo desde reestructuraciones, reformulaciones, hasta ciertas complejidades debido a la ubicación demográfica en la cual está establecida la fundación, Las Tunas en Manabí. Es por esto mismo que de cada uno de estos desafíos destacó también la resiliencia, competencia la cual sin lugar a duda considero es la que más se ha desarrollado en mi perfil a lo largo del mismo, puesto a que, si bien es cierto que tuvimos situaciones adversas, no nos limitamos con ver como pasan las cosas porque siempre vimos la manera de solventar lo que necesitábamos complementandonos directamente desde nuestras áreas de aprendizaje. Siendo esta última la descripción final de mi trayecto.

Esta introducción que acabo de dar es prácticamente el resumen de todo lo transcurrido, pero para entrar ahora en los detalles, empezaré relatando cuales fueron mis primeras impresiones del PAP desde la conformación de los integrantes. Empezaré

comentando que desde el primer momento que vi a Andrea Sotomayor involucrada en este proyecto, para mí fue algo bastante simbólico debido a que ella fue mi primera profesora en mi primer día en la universidad, y en ese momento consideré que era prácticamente algo del destino que así mismo sea mi última docente de todo este trayecto, pero por situaciones personales de parte de ella, todo el trabajo tomó un rumbo de 360 grados.

Posterior a esto, estuvieron los miembros que formaron parte del PAP de los cuales ya conocía a 3 de estas personas. Daniela Macías, Carolina Ojeda y Emily Mera. Motivo por el cual cuando las vi dentro de la convocatoria de Bulwark, sentí una vibra de más confianza debido a que eran personas que conozco desde mis inicios en la Universidad. Ahora dentro del mismo punto, desde mi área de conocimiento por mi carrera, ya sabía cómo reconocer cuales eran las capacidades de las personas que conforman mi equipo de trabajo, motivo por el cual solo me faltaba reconocer cuales eran el ritmo y competencias de Henssen y Kevin.

Ahora con respecto a la sinergia de nuestro equipo, quiero hacer un paréntesis y aclarar que con lo que voy a expresar por escrito, no tiene la intención en ningún momento hablar mal de mis compañeros, pero lo que quiero enfatizar con lo siguiente es que hubo bastantes altos y bajos debido a que el grupo no lograba consolidarse en trabajo a la vez que los compromisos no eran recíprocos con lo que se requería en las primeras instancias y su ejemplo más claro era a la hora de los entregables. Motivo por el cual tuve que asumir un papel de líder debido a que en el equipo no desarrollan las capacidades de cada uno y a su vez eran muy limitadas. Mi función a lo largo del proyecto se refirió bastante a la delegación de tareas y a revisar que se hagan las gestiones, y en caso de hacerlo había que apoyar a mis compañeros porque para mí estaba claro que esto era un trabajo grupal el cual no debía de depender de una persona, o por lo menos esa fue mi perspectiva.

Después de esto tuvimos la intervención de Cristian el cual nos dio una nueva visión de proyecto y a quien le presente el diagnóstico que había realizado de cada uno de mis

compañeros elaborado según mi mapeo de competencias para que sepa cuales son las virtudes y debilidades del grupo, tema que aprovechamos y fue de vital importancia para la ejecución de nuestro proyecto.

Ahora con respecto a la Fundación, el trabajo tuvo que ser de hormiga debido a que tuvimos algunos factores los cuales impedían que el trabajo fluyera con normalidad. Lo primero fue que la fundación solo funcionaba 2 veces al mes y fuera de la ciudad. El horario del Guillermo Lozano solo estaba disponible los miércoles a partir de las 7 pm. Ahora para esto hubo algunos factores que impidieron nuestra visita de campo a Las Tunas desde los inicios del proyecto, por el cual también para nosotros estaba generando sesgos de lo que en verdad debíamos trabajar causando retrasos y reprocesos porque no fluía el proyecto debido a que no había un direccionamiento ideal y ahí fue cuando creamos el propósito del proyecto completamente basado en las evaluaciones que habíamos hecho virtualmente y en comentarios sin palpar la situación como tuvo que ser. Gran error que iba a costarnos incluso una segunda instancia de pregrado, pero que utilizamos para fortalecer el peso de todo lo realizado bien relatado.

A medida que avanzó el proyecto cada vez fue más necesario ser recursivos y ser asertivo en la derivación de tareas debido a que debíamos tener niveladas las funciones a realizar según nuestras competencias. Cada uno tuvo un punto en el cual se destacó con su área de profesional. Así mismo, dentro de mi área de conocimiento pulí bastante mi resiliencia, paciencia, recursividad y mis habilidades de influencia.

Mi aporte al proyecto desde mi área de conocimiento estuvo guiado en base a mis experiencia y lazos establecidos con diferentes tipos de personas a lo largo de mi trayectoria laboral, los cuales me sirvieron como guía para la creación de la integración por la infancia, componente del cual estuve encargado debido a mi experiencia como Gestión del Talento Humano en la realización de eventos corporativos, team buildings para reforzar competencias

y mi facilidad de palabras para influir y reclutar a personas en lo que se requiera. Esa fue mi base para la creación del proyecto tratando de responder al posicionamiento comunal.

El proceso de realización de la integración comunal nació como una propuesta realizada a la fundación la cual fue aceptada en una reunión que tuvimos el 10 de agosto realizando el bosquejo de implementación del proyecto. En dicha reunión se expuso cuáles eran las necesidades por suplir como, por ejemplo, el compromiso, crear interés y afianzar los lazos que no se habían podido realizar con la comuna por medio de su directiva. Motivo por el cual la integración fue una vía que considere idónea y el rompecabezas de su estructuración englobo invitar, difundir, verificar las dinámicas que se iban a realizar para trabajar los valores y hacer lúdica las actividades para unir a la fundación con la comuna y por último realizar el cronograma de la integración para que sea un evento estructurado y cuadrado.

Su resultado final me dejó muy contento y me quedo con la experiencia adquirida sobre todo en esa fase del evento. No ha sido hasta este momento en el cual, conversando con cada uno de mis compañeros, nos damos cuenta de todo lo que ha significado para nuestras vidas el proyecto Bulwark x la Infancia. Una oportunidad de desarrollo de aplicación profesional para nuestras vidas.

6.2. Reflexión individual Emily Francesca Mera Farfán, estudiante de Ciencias Políticas.

Debido a la naturaleza del proyecto y los objetivos que se han trazado, hay muchas aristas a las cuales se puede aportar desde la politología y las relaciones internacionales. En primer lugar, cabe mencionar que Fundación Bulwark Project es un proyecto de responsabilidad social empresarial o corporativa, un área donde la ciencia política puede influir mucho, pues uno de los fenómenos más importantes sobre el cual se trabaja y se estudia es el bienestar social. Es así, que desde esta área se puede aportar con el conocimiento

que se tiene de la realidad nacional y de las diferentes carencias que pueden existir en el entorno sobre el que se trabaja y aportar ideas con el objetivo de transformar dichas realidades, y, en este caso, desde un rol activo y por parte del sector privado, considerándolo un agente de cambio en su relación con la sociedad.

Del mismo modo, al ser este un proyecto enfocado a la responsabilidad social, se aplicaron conocimientos de la gestión social comunitaria, pues se buscaba tener un impacto en la comunidad de Las Tunas, en este caso siendo el público objetivo un grupo considerado para el Ecuador como vulnerable y de importancia: niños, niñas y adolescentes. Ello supuso investigar sobre este grupo y cómo incidir sobre él para tomar las mejores opciones al momento de realizar el proyecto y así desarrollar un estudio de campo dentro de la comuna y la fundación para poder intervenir e identificar los principales problemas en el que se manifiesten las diferentes actividades que se realizan para el bienestar de ellos y ellas, como esas actividades se desarrollan de forma responsable (de manera que las personas encargadas de ejecutarlas puedan hacerlo apropiadamente y cumpliendo con los objetivos propuestos), cómo deben ser ejecutadas. Todo ello es indispensable previo a la realización de las actividades y es algo que debe gestionarse desde un abordaje integral.

Por otro lado, un aspecto importante donde se aplicaron conocimientos aprendidos fue en el ámbito de la sostenibilidad del proyecto. Dado ello, se estableció que un propósito fundamental para dar a conocer y posicionar a la fundación a diferentes personas dentro de la comuna y de las diferentes provincias, de manera que con ello se pueden conseguir diferentes apoyo económicos, no solo para la ejecución de actividades directamente relacionadas con las y los niños y adolescentes de la comunidad de Tunas, sino también con personas que estén interesadas en la obtención de recursos económicos necesarios (los directivos de la comuna). De esta manera, se puede ampliar la gama de de los diferentes recursos a los que se puede conseguir para cumplir con el objetivo de que la fundación sea económicamente sustentable.

Ello, unido con el abordaje de Responsabilidad Social Empresarial, sirvió para que se trazaran los primeros pasos para el desarrollo de actividades necesarias que permitan darle sostenibilidad al proyecto, y que este ya no solo dependa de un solo recurso de financiamiento o de las mismas personas para impartir clases.

Lo aprendido durante la ejecución de este proyecto de aplicación profesional está estrechamente relacionado con las tareas profesionales de la Ciencia Política y las Relaciones Internacionales. A través del proyecto se pudo vislumbrar de una forma práctica y clara la manera en cómo el sector privado también incide sobre la sociedad en la que desarrolla sus actividades, y cómo desde esta también se pueden crear proyectos de gestión social que van más allá de las visiones tradicionales, como la filantropía, ya que se puso al sector privado como actor realmente activo y preocupado de una realidad social. La capacidad de las ciencias políticas para aportar a este proyecto fueron grandes, contrario a lo que se suele pensar, ya que esta clase de proyectos en el sector privado tienden a ser asociadas mayormente a profesionales del trabajo social, de la psicología o de recursos humanos.

Finalmente, el proyecto ha permitido adentrarse más en temáticas relacionadas a los sectores y grupos vulnerables, y sobre las realidades sociales de las comunas de la provincia de Manabí. Asimismo, ha permitido conocer sobre cómo generar proyectos que impacten positivamente sobre niños, niñas y adolescentes, y que les permita a estos tener una salud mental apropiada, lo cual es un tema que en ocasiones no es tomado en cuenta con la relevancia que supone.

La experiencia de formación de un proyecto como este también se adentra a la formación de políticas públicas o proyectos de cooperación internacional, algo sumamente importante en esta profesión. Para poder cumplir los objetivos se tuvieron experiencias relacionadas a la gestión de un proyecto, conocer sus etapas, el proceso de crear las ideas, y cómo desarrollarlas, trabajar con personas de diferentes carreras profesionales con diferentes

visiones a la misma problemática, desarrollar ideas y ejecutarlas con diferentes actores. Todo ello significó un reto profesional que aporta gran valor a los conocimientos adquiridos durante los últimos años.

Además de ello, se pudo profundizar y adquirir nuevos conocimientos relacionados con diferentes temáticas y fenómenos sociales. Entre ellos, se ha podido conocer sobre las problemáticas sociales y sus efectos en personas de condiciones vulnerables (especialmente niños, niñas y adolescentes), la inclusión y la necesidad de esta, la comunicación responsable socialmente, entre otros.

De igual forma, se ha podido comprender la necesidad de todo ello dentro de un proceso de proyecto, y la importancia de aplicar nuevos enfoques dentro de la planificación y ejecución de estos. Asimismo, se comprende la relevancia de incluir mucho más al sector privado desde un rol más activo, debido a que se necesita de este para poder crear cambios verdaderos que perduren en el tiempo, todo ello ante un contexto que presenta muchas necesidades, donde cada parte de sociedad pueda aportar desde sus campos. Es decir, desde la ciencia política y las relaciones internacionales hay un amplio campo donde se puede aportar a fortalecer estas relaciones de los actores sociales, desde visiones y propuestas con diferentes esquemas y que respondan a las nuevas problemáticas sociales de forma efectiva.

6.3. Reflexión individual Lucía Daniela Macías Coronel, estudiante de Gestión del Talento Humano.

A partir de la retroalimentación posterior a la presentación del primer avance realizado el viernes 03 de junio, puedo destacar los siguientes aspectos a mejorar:

- En primer lugar, reevaluar la importancia del enfoque que estábamos teniendo en nuestro problema principal del PAP ya que nos estábamos enfocando en temas secundarios y no en temas que realmente debían ser atendidos desde primera instancia.

- Luego de nuestra retroalimentación nos planteamos nuevamente cuál sería nuestro problema central, esto quiere decir que teníamos que trabajar nuevamente en el árbol de problemas para poder tener claridad hacia dónde queríamos llegar con el proyecto.

En este proceso de cambio hubo muchos problemas de equipo porque nos sentíamos frustrados, cansados, tratando de encontrar el horizonte. En este proceso, tuvimos un cambio de guía. Este nuevo guía de PAP fue Cristian Gaibor que nos ayudó muchísimo en aterrizar ideas, buscar el horizonte que como equipo necesitábamos y realmente nos ayudó por lo que logramos finalizar nuestro árbol de problemas buscando alternativas para darle solución a esas necesidades principales de la Fundación.

Sin embargo, cuando realizamos las visitas a la Fundación, nuestra prioridad era aplicar herramientas que nos aporten a identificar necesidad e información valiosa para conocer en que propuestas podríamos trabajar para la ejecución del proyecto. Por lo que en estas visitas a campo tuvimos reuniones con los directivos de la Fundación, conocimos a todas las personas que se involucran con la Fundación y fue en este proceso y etapa de relacionamiento de conocer más, tuvimos un proceso diferente a lo que habíamos planteado en el árbol de problemas. Esto me dejó un aprendizaje importante que es que cada problema de una fundación se debería beneficiar del análisis y realmente este trabajo lo hicimos, pero lo que no tomamos en cuenta es que cuando un problema corresponde a una crisis inmediata que requiere de acción en el momento, esto quiere decir primero es lo primero, sin dejar a un lado lo que se puede mejorar. Por lo tanto, el análisis realizado tuvo que haber sido más profundo para no tener reprocesos. Porque los temas que atacamos finalmente a la fundación eran temas super básicos que se debe de tomar en cuenta para que una organización subsista en el tiempo.

Cuando fue pasando el tiempo y pasando etapas del proyecto fue mejorando la comunicación con el equipo. Este aspecto ayudó mucho para sacar adelante las últimas

actividades que teníamos planeadas en conjunto a la fundación para darle sentido al proyecto. Por ejemplo, se logró trabajar en diferentes propuestas junto a la fundación que fueron claves para el funcionamiento del mismo como la presencia en eventos, visita a medios interacciones en Instagram y por último planeación de stands.

Por otro lado, al ser un equipo multidisciplinario a lo largo de nuestro proyecto se trató de abarcar con temas de lo posible que se relacionen con nuestras carreras, sin embargo, a lo largo de la misma tuvimos la responsabilidad de aportar en temas relacionado a nuestra carrera y conocimiento que tuvimos la oportunidad de aplicar de diferentes maneras. Por ejemplo, en mi caso tuve el desafío de encargarme de varios temas desde el inicio como realizar la ficha social para recopilar la información necesaria de todos los integrantes de la Fundación que reciben las clases de Jiu Jitsu, a lo largo también tuve la responsabilidad de hacerme cargo de crear las actividades lúdicas, ejecutar y conseguir resultados valiosos sobre las ferias en las que participamos, adicionalmente me hice cargo de evento propio que se realizó del PAP para cumplir con el objetivo que nos habíamos propuesto. A pesar de todas las responsabilidades siempre manteníamos la claridad de que a lo largo de estos procesos teníamos que apoyar a nuestros compañeros cuando ameritaba el caso.

Respecto al evento propio del PAP que se trató de Social Ideas donde más participación hubo de mi parte. Tengo que decir que fue una experiencia totalmente gratificante y lleno de mucho aprendizaje porque tenía el reto de conseguir contactos y comunicarse con muchas fundaciones a la vez que no conocía y no tenía el más mínimo conocimiento de cómo se manejan como tal. Y por otro lado también hacer que el proyecto sea interesante para ellos y venderlo de la mejor manera para así lograr el objetivo que como grupo nos habíamos propuesto para este evento.

Por otro lado, para completar el evento se sumaban otras tareas esenciales que se requerían necesarias como por ejemplo el catering, la decoración, la programación, el minuto

a minuto, entre otros detalles. Sin embargo, el mayor desafío fue asegurar los speakers que serían los que transmitirían los temas respecto al tema principal el COMPROMISO. Porque 6 días antes del evento uno de los Speakers nos indicó que no iba a poder participar en el evento porque tenía que asistir a un evento importante de su trabajo por lo que en ese mismo rato con mucha preocupación y estresados todos tuvimos que realizar varias llamadas hasta conseguir al otro speaker faltante. Y estas son cosas que ya no dependían de nosotros como equipo de trabajo, sino que era un factor externo que no teníamos el control de ello. Pero finalmente, logramos sacar adelante y enfrentar este obstáculo. Sin embargo, si contamos con voluntarios muy entregados para aportar desde su experiencia el día del evento el cual nos ayudaron mucho para ejecutar el evento y que todo salga como lo habíamos planeado.

Lo que considero que podría haber mejorado en el proceso de este evento y considero también que en el proceso de todo el proyecto fue organizarme mejor en los tiempos ya que fue muy complicado el lograr ejecutar todas las tareas que se requerían hacer para cumplir con el objetivo y al mismo tiempo trabajar porque consideraba que para hacer las cosas bien y que todo salga perfecto deberías enfocarte en una sola. Pero me quedó de aprendizaje que cuando realmente uno está comprometido con lo que quiere hacer, así sea hacer varias cosas a la vez es posible conseguirlas siempre y cuando haya una claridad de lo que quieres resolver y hacia donde quieres llegar.

Y el desafío más grande fue la conexión y estar comprometidos con este proceso que tomó varios rumbos tanto al inicio como en el desarrollo del proyecto. Porque creemos que perdimos demasiado tiempo y lo que nos tomó hacer varias cosas que no tenían mucho sentido por lo que se requería empezar de nuevo. Pero al final rescatamos muchas cosas positivas sobre eso para poder avanzar con lo que ya teníamos y lo más importante es que no nos rendimos nunca a pesar de cualquier tema que se haya presentado con el equipo y logramos sacar adelante cosas muy interesantes para la fundación.

6.4. Reflexión individual Hensen Alejandro Valencia Tutivén, estudiante de Producción Audiovisual & Multimedia.

Durante mis 4 años en los que llevo estudiante en la Universidad Casa Grande. Me he enfrentado a una gran cantidad de proyectos, ya sea desde hacer un cortometraje, un podcast, un video musical, etc. Pero nunca me había tocado trabajar la parte gráfica de algún proyecto. Puesto a que nunca me ha sido de mi agrado, todas las ramas que abarca el diseño gráfico. Y es algo que durante el trayecto del PAP, me he puesto a analizar.

En mi última instancia como proyecto trabajé en el PAP Bulwark por la infancia, basado en la fundación The Bulwark Project. Esta fundación es una organización del tercer sector, que tiene como misión aportar a la comunidad específicamente a los niños, niñas y adolescentes asistiendo en su formación y desarrollo a través de la enseñanza del jiu jitsu brasileño de la comuna Las Tunas Manabí. Esto les ayuda a los niños a incrementar su autoestima, les brinda valores, y los mantiene alejados de la violencia en sus casas y escuelas.

Este proyecto ha sido uno de los más desafiantes que he tenido hasta el momento. Un desafío en el que tuve que investigar, conocer, y adentrarme al mundo del diseño gráfico, el cual considero que es un mundo diferente el cual no se me da bien. Pero sin embargo hice mi mayor esfuerzo, en crear, un manual de marca, logos, diseños que, si bien es cierto, por retroalimentaciones que me han dado profesores, consideran que no está mal, pero que aún se puede mejorar, ya sea en la tipografía, colores, márgenes, etc. Considero que una de las cosas en la que un diseñador gráfico destaca más, es su amor por el dibujo y el arte en general. El dibujo, las bellas artes como, la escultura, la pintura, y la arquitectura, es algo que a los diseñadores se les va muy bien.

A lo largo de los años en los que he estudiado en la Universidad, me he dado cuenta de que alguien que estudia producción audiovisual, y diseño gráfico, requiere de dos

elementos importantes con lo que respecta al aprendizaje que son: habilidades duras y habilidades blandas.

El diccionario inglés Collins define habilidades blandas como “las cualidades, deseables para ciertos trabajos e independientes del conocimiento adquirido, como el sentido común, el manejo de personas y una flexible actitud positiva” (Paul G. 1974).

Desarrollar estas habilidades es muy importante no solo en el ámbito laboral, sino también en el ámbito personal, ya que forman parte de una serie de habilidades que nos ayudan a tener un desarrollo personal y profesional con mayores posibilidades de éxito en nuestra vida. Sabiendo estas definiciones, una habilidad dura sería es como decir; saber disparar, tener el conocimiento técnico de cómo usar un arma, y una habilidad blanda, sería definida en cómo saber cuándo usar un arma.

Las habilidades blandas pueden desarrollarse de distintas maneras, sin embargo, la más importante es la experiencia, todos tenemos habilidades blandas, en diferentes niveles de desarrollo, la experiencia, el fracaso y el trabajo en equipo con varios tipos de personas crean el ambiente ideal para desarrollar habilidades blandas. Por esta razón, es crucial que estas habilidades se refuercen en los ambientes del salón de clases, ya sea en el kinder o en las clases universitarias. Debido a que estas habilidades están en constante evolución se pueden desarrollar de manera consciente o inconsciente, es por eso que, en una industria como la animación, filmmaking, fotografía, etc, donde se trabaja en colaboración constante con otras personas, es importante tener habilidades de este tipo en cuenta, pues permiten un mejor desarrollo de producción y un mejor ambiente de trabajo.

Durante mi cuarto año de universidad tuve mi primera experiencia trabajando con un equipo para una organización del tercer sector. Dentro de nuestro equipo, ninguno tenía conocimiento previo sobre producción audiovisual o diseño gráfico, ni de que conllevaba realmente el puesto de productor, editor, fotógrafo, diseñador, etc. Sin embargo, al comparar

nuestras habilidades y potenciales, decidimos que yo tomaría el rol de editor, fotógrafo y diseñador para el Pap. Cada vez que nos vemos enfrentados a un nuevo rol en mi caso como diseñador, empezamos un viaje de aprendizaje, este rol requiere que la persona que lo tome se equipe de ciertas herramientas y conocimientos para poder tener un desempeño adecuado.

En las redes sociales de la fundación The Bulwark Project, nos dimos cuenta que una de las debilidades que tenían, era de que no sabían, y/o no tenían organizado un contenido a subir a sus redes sociales. Guillermo Lozano, presidente de la fundación, nos comentaba que él no tenía un cronograma de contenido para subir a las redes sociales. Al no tener un cronograma de contenido, conlleva a que no podrás saber que subir a las redes, y al no saber que subir a las redes, tomarás la decisión de no subir nada y por lo tanto no serás constante. Es por esto que llegamos a la conclusión de que, si la fundación no maneja con constancia sus redes sociales, llegan a cerrar un amplio abanico de posibilidades de incrementar sus stakeholders o alianzas para darle continuidad al proyecto.

Es por esto que realice un cronograma de contenido para la red social de Instagram para organizarme de mejor manera en el contenido que se iba a subir, con el objetivo de mover la página para poder generar interés y expectativa en sus actividades. Este fue otro desafío más en el cual me vi envuelto ya que tenía que investigar sobre el marketing digital, puesto a que nunca he tenido conocimiento sobre el manejo de redes sociales, estrategias y demás. Haciendo investigación de aquello podría entender cómo; el movimiento de redes sociales, mejoramiento del diseño, el contenido, y la planificación.

Una vez tenemos nuestra base creativa lista, se empezó finalmente con los procesos de producción y post producción. En dónde los cuales considero que no tuve muchos problemas, puesto a que las grabaciones y la fotografía, es un entorno en el que me manejo muy bien, ya que a lo largo de los años que llevo aprendiendo sobre producción audiovisual, me ha quedado claro, cómo grabar y hacer fotos para diferentes momentos, ya sea en eventos,

entrevistas, etc. Sin embargo, cosas como grabar audio es un tema en el que, si no me fue tan bien, ya que no tenía los equipos necesarios para tener un audio de buena calidad. Pero aun así, salí adelante, y nada me detuvo.

El siguiente paso fue la post producción, que suele ser la más rápida porque el video, el color y el sonido ya están listos. Sin embargo, es durante la post producción cuando realmente logramos que nuestro producto esté terminado. En esta fase, se agregaron efectos de cámara o correcciones de color generales a todas las tomas para mejorar u optimizar el uso del color. La composición de sonido final también se creó al mismo tiempo porque ahí es donde se hizo el tratamiento de sonido. La fase de post producción es crucial ya que cierra el desarrollo de un producto terminado.

En conclusión, considero que este PAP me ha enseñado muchas cosas, en las que antes yo no tenía conocimiento, como lo son el diseño gráfico y el marketing digital. Si bien es cierto, son carreras que no he topado porque no son de mi agrado. Siento que sin esos conocimientos iba a ser muy complicado generar contenido y manejo de redes para la fundación. Por otra parte, mi trabajo como editor, sonidista, y fotógrafo, considero que no lo hice mal, pero sé que como cualquier producto audiovisual pudo quedar mejor. En la Universidad Casa Grande he aprendido que ser un buen productor audiovisual implica ser el responsable de controlar los diferentes recursos para la creación de una pieza comunicativa.

6.5. Reflexión individual Kevin Armando Suarez-Aviles Sabino, estudiante de Periodismo Deportivo.

Al ingresar a la universidad, crees tener claro lo que quieres y hacia dónde aspiras llegar, pero no siempre es así. A mí me pasó. Desde el colegio creí que mi carrera a seguir era la comunicación social, pero no sabía exactamente que me gustaba más, hasta que me di cuenta que mi pasión eran los reportajes, el análisis y el comentario. Esto, sumado a mi afición por el deporte, me di cuenta que mi vocación se debía al periodismo deportivo.

A lo largo de estos años de estudio en la universidad Casa Grande pude aprender que siempre se debe buscar la excelencia en cualquier trabajo o actividad que tengas la oportunidad de realizar. El trabajo en equipo siempre será importante, debido a que te prepara para lo que será tu vida laboral, enseñándote el valor de la unión y el compañerismo.

Los casos siempre se caracterizaron por acostumbrar a los estudiantes a trabajar bajo presión, aplicando las distintas herramientas que te enseñaron en un corto periodo de tiempo, lo cual se asemeja a la vida laboral.

Para la titulación, mi intención era hacer semillero, sin embargo, tengo que ser sincero, ninguna temática a tratar me llamó la atención. Cuando vi los Proyectos de Aplicación Profesional me gustaron algunos que tenían al deporte de por medio, pero finalmente, “Bulwark por la Infancia” me atrajo por el hecho de trabajar con niños y cómo el jiu jitsu puede ayudar en su formación. No sé mucho sobre ningún arte marcial, por lo tanto, me pareció una gran oportunidad para aprender sobre el jiu jitsu y hasta porque no, practicarlo cuando se dé la oportunidad.

El comienzo del PAP fue difícil para nosotros, pienso que se nos complicó la cohesión del grupo, quizás por el hecho que no nos conocíamos y además la mayoría pertenecían a carreras distintas: periodismo, recursos humanos, multimedia, ciencias políticas y administración de empresas.

Esa problemática nos retrasó, debido a que no nos podíamos poner de acuerdo en que queríamos hacer y además teníamos constantes discusiones. Sumado a esto, nuestra primera guía tuvo que dejar el proyecto por temas ajenos a la universidad. Por lo tanto, llegó otro y eso conllevó a un cambio de 180 grados acerca de la propuesta que teníamos diseñada principalmente.

La organización es fundamental, por lo que decidimos que lo más importante era saber en qué puede aportar cada uno dependiendo de su carrera, sus conocimientos y

habilidades recibidas en la universidad, para así poder distribuir el trabajo, sin dejar de ayudarnos los unos a los otros para cumplir con nuestro objetivo.

Una vez que esto fue solucionado, pudimos trabajar en conjunto y realizar una nueva propuesta con la fundación Bulwark Project. Mi papel en el proyecto, tomando en cuenta lo aprendido en la carrera y además, la experiencia laboral que he tenido por pasantías, fue encargarme del área de comunicación del proyecto y las interacciones. Desempeñando los conocimientos adquiridos en periodismo, puede darme cuenta que la fundación no estaba aplicando ni usando los canales de comunicación adecuados para comunicar su misión y visión ante los demás.

Una de las propuestas que implementamos con la fundación basado en las problemáticas que evidenciamos en nuestras visitas a Las Tunas fue establecer acciones para que la fundación pueda ser reconocida por las personas de la comunidad y de esta manera posicionarse en territorio. Así mismo, establecimos acciones para posicionarla en Guayaquil, con actividades para llegar a más personas y que las mismas que estén alineadas con sus propósitos puedan unirse como voluntarios o puedan ayudar económicamente a la fundación.

Yo estuve encargado de la gira de medios, la cual fue hecha en radios guayaquileñas. Con la ayuda de personas con las que había podido trabajar anteriormente pude separar el espacio de dos programas en distintas radios: Un programa era deportivo y el otro con temática de variedades. Adicionalmente, logré conseguir que un medio escrito pueda publicar una nota en su edición impresa sobre la fundación y también una publicación en la página web, explicando sobre un evento propio que realizamos en nuestro grupo de PAP.

En este ámbito también me tocó desarrollar habilidades aprendidas en la universidad para poder hablar en la radio y difundir bien el mensaje: Modulación, dicción y saber exponer las ideas de una forma adecuada y que se entienda.

De la organización del plan de la gira de medios, pude aprender cosas adicionales a mi carrera como es el trabajo de los relacionistas públicos, el cual me sirve para el uso de las redes sociales, herramienta muy utilizada para generar contenidos de los periodistas o comunicadores y también el buen manejo con los medios de comunicación, como planificar un espacio en alguno de ellos y la forma en cómo comunicarse en ellos para poder expresar un mensaje que la audiencia pueda recibir y captar lo expuesto.

Para nuestro evento final de proyecto llamado Social Ideas que fue realizado en el auditorio de la Universidad Casa Grande, desempeñé el rol de presentador del evento, aplicando los conocimientos y la práctica realizada en mis 4 años de carrera. En mi participación en dicho evento, pude exponer con buena dicción y con voz fuerte y clara, tal y como aprendí en las clases de radio y tv en la Universidad Casa Grande. Mi papel aquel día tenía que mostrar serenidad y a la vez, lograr interactuar con el público presente para que se mantengan atentos a lo presentado aquella noche.

Finalmente, he podido explicar mediante esta reflexión lo que ha sido mi camino hacia la titulación, demostrando que no todos los procesos pueden ser perfectos, que hay que saber levantarse al momento de caer y seguir adelante para poder lograr los objetivos expuestos, aprender de los errores y disfrutar del proceso. Este PAP me ha dejado muchos aprendizajes, pero sobre todo, me quedo con el de no tener miedo a fallar ni a los cambios, debido a que te ayudan para crecer personalmente y profesionalmente. Estoy seguro de que aplicaré estas enseñanzas en mi trabajo y en mis próximos estudios.

6.6. Reflexión individual Carolina Judith Ojeda Vasquez, estudiante de

Administración de Empresas.

La vida universitaria es un camino y un desafío totalmente distinto a lo que un estudiante se plantea hasta que le toca vivirlo, como estudiante me paso. Durante mis 4 años de trayectoria estudiantil en la universidad Casa Grande aprendí un sin número de cosas en

base a las diferentes actividades, casos, laboratorios y proyectos que con mucha dedicación me ayudaron a adquirir la experiencia y los conocimientos necesarios para aplicarlos hoy en día en lo que sería mi última instancia para obtener mi meta final.

Al escoger el proyecto de aplicación profesional como la modalidad asignada para graduarse fue una decisión basada en experimentar algo diferente en lo que sería el inicio de mi carrera profesional pues es lo que más se asemeja a la realidad y a la experiencia que necesito adquirir para futuros proyectos y actividades que realizare, pues anteriormente no había tenido la oportunidad de trabajar en una empresa dedicada a las organizaciones no gubernamentales, siendo esta mi primera vez.

El proyecto que me asignaron fue Bulwark por la Infancia, basado en la fundación Bulwark Project una organización del tercer sector dedicada a trabajar con niños, niñas y adolescentes de la comuna Las Tunas, Manabí, entregándoles herramientas útiles para la vida en base al Jiu-jitsu Brasileño, un deporte de defensa personal que basado en experiencias de los mismos deportistas, es un deporte que te cambia la vida en muchos ámbitos, por esta razón se lo utilizó como actividad principal de la fundación.

Bulwark Project es una organización emergente la cual nació en el año 2020, pues trabajar con un proyecto que está iniciando fue un desafío tanto para mí como para mis compañeros, ya que es fundamental que se tenga una base organizacional correctamente estructurada, junto con un plan comunicacional que trabaje en el posicionamiento que requiere para darse a conocer y pueda mantenerse en el mercado, en nuestro caso, la fundación no contaba con eso.

En base a mi experiencia puedo contar un sin número de situaciones muy amplias que vivimos con mis compañeros. Quiero empezar mencionando que trabajar en equipo junto con personas de distintas carreras fue algo nuevo para mí, pero me enseñó que cuando un grupo de personas con diferentes conocimientos y áreas de trabajo se encuentran en la misma sintonía

y tienen una meta en común junto con perseverancia, compromiso y motivación se puede conseguir el objetivo planteado.

Se nos atravesaron muchos obstáculos durante el tiempo de nuestro proyecto, desde el cambio de líder, la dificultad que teníamos para viajar a la comuna y tener un lugar donde llegar, recolectar información útil para nuestro proyecto mediante la interacción con los habitantes de la zona y como problema principal en el cual nos basamos, la organización no contaba con una base organizacional estructurada donde debe primar por sobre todas las cosas el compromiso, los recursos económicos y materiales, el personal capacitado, cronogramas de clases y actividades, base de datos de los alumnos, entre otras cosas, pero como equipo de trabajo supimos manejar cada obstáculo y convertirlo en una oportunidad para implementar algo innovador dentro de la fundación.

Durante el proyecto aprendí que trabajar con una comuna es un mundo totalmente distinto, son personas más reservadas, son personas con culturas y situaciones diferentes por lo que no se puede aplicar las mismas estrategias que se aplicaría normalmente. El buscar la manera de realizar entrevistas y recolección de información dentro de un grupo amplio de familias sin incomodar o recibir el rechazo por parte de ellos ya que no todos son abiertos al momento de contar o relatar situaciones o experiencias en el contexto de vivencias o relaciones intrafamiliares, por lo que nos enfrentamos a un ámbito un poco confidencial y reservado de indagar.

Dentro de mi carrera profesional pude aplicar muchos conocimientos dentro de este proyecto y sobre todo aprender cómo manejar y actuar dentro de cada situación, problemática y oportunidad que se presentaba, ya que ese es el trabajo importante de un administrador o gerente de empresas. Mencionando las áreas trabajadas, puedo destacar marketing, área comercial, área de finanzas y gestión de proyectos.

El área de marketing dentro de mi carrera universitaria me ha permitido saber los puntos más fuertes de mi personalidad con la materia, desarrollando así un amplio conocimiento para aplicarlo en este proyecto. En este caso aprendí sobre el posicionamiento de una marca, que fue lo que realizamos para la fundación con la finalidad de darla a conocer con más personas mediante la creación de contenido, eventos importantes como fueron Social Ideas, Integración por la Infancia y los demás eventos donde el protagonista era la fundación y su labor social, acompañado con la presencia de la marca en medios digitales ya que en la actualidad puedo decir que es la vía más rentable de hacerlo y trabajar de la mano con los stakeholders, quienes fueron piezas importantes en la ejecución de este proyecto.

En cuanto al área financiera y comercial dentro del proyecto, están intrínsecamente relacionadas ya que la fundación no contaba con un sustento económico que los apoye en los recursos que necesitan, por lo que utilizamos una estrategia comercial mediante la marca Wildcoffee y la venta de su producto con el cual se recaudaron fondos que aportaron a la fundación, teniendo en cuenta que a futuro se puede recurrir a otro tipo de financiamiento en cuanto la fundación se haga más reconocida.

Todo lo mencionado va de la mano con la gestión de proyectos, debido a que logramos coordinar los procesos, las herramientas, los recursos humanos que poseíamos y las habilidades que teníamos a nuestro favor para entregar un proyecto que cumpla los objetivos y satisfaga las necesidades que la fundación tenía en ese momento, por lo que gracias a todo lo expuesto anteriormente logramos cumplir con nuestra meta final con la fundación Bulwark Project.

Con todo lo expuesto en esta reflexión puedo explicar todo lo que ha significado este proyecto para mí, un desafío grande donde tuvimos altas y bajas, pero supimos sobreponernos y seguir con este proyecto que aportó mucho a mi vida profesional y que estoy segura de que aplicaré todo lo aprendido en futuros proyectos y trabajos que realizaré.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bernaus, P. S. (2020, 29 octubre). Las artes marciales como Canalizador. Budokan Vilanova del Camí. <https://budokan.es/las-artes-marciales-como-canalizador/>

Ibero-Americana, S. (2018). El deporte como herramienta para el desarrollo sostenible. En El deporte como herramienta para el desarrollo sostenible. <https://www.segib.org/wp-content/uploads/SEGIB-Deportes-Librillo-1-WEB.pdf>

Baca-Tavira, N., & Herrera-Tapia, F. (2016). Proyectos sociales. Notas sobre su diseño y gestión en territorios rurales. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352016000300069

Orbe-Vivanco, D., Medina-León, C., & Ludeña-Jaramillo, L. (n.d.). Vista de La acción del tercer sector y el trabajo social frente a las políticas de bienestar social. Revista Científica y Arbitrada de Ciencias Sociales y Trabajo Social “Tejedora,” 5(9). Retrieved August 17, 2022. <https://publicacionescd.uleam.edu.ec/index.php/tejedora/article/view/284/466>

Rodríguez López, Judith. (2005). Tercer Sector: Una aproximación al debate sobre el término. Revista de Ciencias Sociales, 11(3), 464-474. [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182005000300005&lng=es&tlng=es.](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182005000300005&lng=es&tlng=es)

Ganga Contreras, F., Burotto, J. F., & Antonioletti, M. (2010). Aproximación teórica a las organizaciones del tercer sector. Espacio Abierto, 19(1),51-77.[fecha de Consulta 24 de Noviembre de 2022]. ISSN: 1315-0006. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=12212289003>

Forni, P., & Leite, L. V. (2006). El desarrollo y legitimación de las organizaciones del tercer sector en la Argentina: hacia la definición de un isomorfismo periférico. Sociologías,

216-249.

<https://www.scielo.br/j/soc/a/HTtMf3JFVRzzGmnGqCN4wdr/?format=pdf&lang=es>

García Galera, C., Fernández Muñoz, C., & del Olmo Barbero, J. (2018). La comunicación del Tercer Sector y el compromiso de los jóvenes en la era digital. ZER: Revista De Estudios De Comunicación = Komunikazio Ikasketen Aldizkaria, 23(44).

<https://doi.org/10.1387/zer.19164>

Gortaire-Morejón, B., Matute, A., Romero, V., & Tinajero, J. (2022). La situación del tercer sector en Ecuador: supervivencia de las ONG en un entorno adverso. Obtenido de

<https://revistas.flacsoandes.edu.ec/iconos/article/view/5094/3939>

Churruca, M. D. (2021). Los tres grandes problemas de las ONGs, Fundaciones y Asociaciones. <https://www.lukcomunicacion.com/blog/los-tres-grandes-problemas-de-las-ongs>

ICONG. (2020). ICONG. <https://icong.org/herramienta-autoevaluacion/#inicio>

Peris, P. S. (2022). Comunicación e imagen en las ONG. Obtenido de http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/79956/forum_1999_3.pdf?sequence=1

Cresswell, (2009) en Hernández, R. Fernández, C. & Baptista, P. (2010) Metodología de la Investigación. Quinta edición. México, México. Editorial Mcgraw-Hill

Legalización de territorios ancestrales presentada por comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades | Ecuador - Guía Oficial de Trámites y Servicios. (s. f.).

<https://www.gob.ec/mag/tramites/legalizacion-territorios-ancestrales-presentada-comunas-comunidades-pueblos-nacionalidades>

E. Clow, K. & Baack, D. (2010). Publicidad, promoción y comunicación integral en marketing. En Cuarta Edición (Cuarto Edición). PEARSON.

https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24802w/Kenneth_E_Clow_Donald_Baack-Publicidad_promocion_y_comunicacion_integral_en_marketing_Pearson_2011.pdf

Cerezo, J. (2016). “La transformación digital, una oportunidad para las fundaciones”, artículo de la revista Cuadernos, de la Asociación Española de Fundaciones, núm. 34, octubre de 2016.

Alba Pastor, C. (2017). Diseño Universal para el Aprendizaje: un modelo teórico-práctico para una educación inclusiva de calidad. Universidad Complutense de Madrid. <https://www.educacionyfp.gob.es/dam/jcr:c8e7d35c-c3aa-483d-ba2e-68c22fad7e42/pe-n9-art04-carmen-alba.pdf>

Taylor, S. J., Bogdan, R. & Piatigorsky, J. (1987, 1 octubre). Introducción a los métodos cualitativos de investigación (Spanish Edition). Ediciones Paidós.

Academia Marxial. (2021). Beneficios de practicar Jiu Jitsu Brasileño. MARXIAL. <https://marxial.pe/blogs/articulos/beneficios-de-practicar-jiu-jitsu#:~:text=Desde%20lo%20f%C3%ADsico%2C%20las%20clases,manera%20eficaz%20el%20estr%C3%A9s%20cotidiano.>

Mussy, M. de. (2013, 29 agosto). Compartir la experiencia. El Definido. https://eldefinido.cl/actualidad/plazapublica/958/Compartir_la_experiencia/

Batres, M. C. (2018, 11 octubre). El tour de medios como herramienta de Relaciones Públicas. WordPress.com. <https://pachis2.wordpress.com/2018/10/10/el-tour-de-medios-como-herramienta-de-relaciones-publicas/>

Apolo, Á. (2018). La estrategia de medios de comunicación en publicidad. Ideativa Publicidad & Mercadotecnia, 11-25.

Covacevich, C. (2018). Estrategia de medios. España: ULS.

Integrales, B. C. (2022, 17 septiembre). La Importancia de una Gira de Medios. <http://franco34bermudez.blogspot.com/2011/05/la-importancia-de-una-gira-de-medios.html>

Fuentes, M. (2018). Manual de uso de las redes sociales en la promoción de mipymes de la av. Víctor Emilio Estrada entre ficus y miguel aspiazu, (Tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/32612/1/Tesis%20Lourdes%20Fuentes%20pdf.pdf>

Ros, L. (2021) Las redes sociales una revolución comunicativa (la vanguardia)

<https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20200629/482009621616/diaredes-sociales.html>

Equihua, S. & → V. T. L. E. D. S. E. (2019, 10 abril). Soft Skills: Habilidades para el siglo XXI. IFT.

<https://www.infotecarios.com/soft-skills-habilidades-para-el-siglo-xxi/>

8. ANEXOS

Figura 1: Wildcoffee.



Figura 2: Profesores y estudiantes de academias de Jiu Jitsu.



Figura 3: Niños, niñas y adolescentes de la comuna de Las Tunas.



Figura 4: Padres y madres de los NNA que asisten a la fundación.



Figura 5: Comuna de las Tunas.



Figura 6: Directiva comunal.



Figura 7: Equipo Bulwark por la Infancia.



Figura 8: Guía de preguntas a Padres de Familia.

Guía de Preguntas Cualitativa (Padres de Familia de los NNA) - Primer acercamiento

Relación Representante y NNA

- ¿Cuánto tiempo pasa con su hijo a la semana?
- ¿Habla regularmente con su hijo de sus necesidades emocionales y académicas?
- En qué medida está al tanto de los logros académicos y extracurriculares de su hijo?
- ¿Con qué frecuencia se pelean en casa delante de su hijo?
- ¿Cómo es la relación actual que mantiene con su hijo/a?
- ¿Existe buena comunicación entre ud y su hijo/a?
- ¿Con qué familiares o cuidadores comparte su hijo/a en el día a día?
- ¿Alguna vez su representado/a estuvo involucrado en otros talleres en comunidades y/o procesos de formación?

Conocimiento de la Fundación TBP

- ¿Conocen cuáles son los beneficios que les ofrece la fundación TBP a sus hijos?
- ¿Qué conocimientos tiene del arte marcial Jiu Jitsu?
- ¿Cuál es el impacto que considera que tiene la fundación en los NNA?
- ¿Cuál es el impacto que considera que tiene la fundación en la Comunidad de Las Tunas?
- ¿Qué capacidad cree que tiene para apoyar el aprendizaje de su hijo en el deporte de Jiu Jitsu?
- ¿Qué opina sobre la planificación y estructura de la fundación? ¿Considera que los procesos administrativos son fluidos y eficaces?
- ¿Qué sugerencias tiene para la fundación?
- ¿Ud apoyaría a la fundación atraer más niños?

Intervención del Padre de Familia en la Fundación

- ¿Con qué frecuencia ud acompaña a su hijo a la fundación?
- ¿Cuáles son los comportamientos que ha evidenciado en su hijo desde que forma parte de la fundación?
- ¿Qué opina usted sobre las formas de enseñanza de los maestros que laboran en la fundación?
- ¿Considera que el tiempo que le dedica su hijo a la fundación es adecuado?
- ¿La fundación le mantiene informado sobre el progreso de su hijo/a?
- ¿Considera que la fundación le inculca disciplina a su hijo/a?



Figura 10: Bulwark Project & Comuna Las Tunas.



Figura 11: Oficio firmado por Guillermo Lozano, presidente de la fundación.

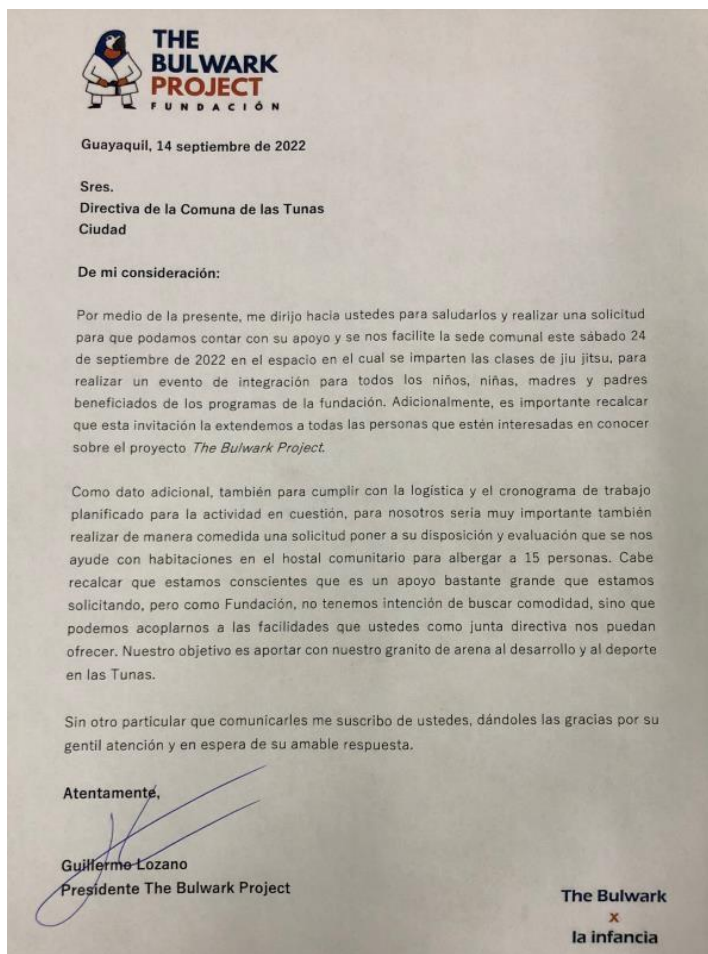


Figura 12: Invitación física para la integración The Bulwark Project.



Figura 13: Diálogo con el presidente de la comuna Sr. Lino Castaño.



Figura 14: Invitación impresa en el Hostal Comunitario y Sede de la Comuna.



Figura 15: Cronograma integración por la infancia.

N°	Hora	Actividad	Responsables	Tiempo	Recursos - Descripción
1	07:30 a. m.	Adornar la sede comunal	Daniela Macias /Carolina Ojeda / Voluntarios	1:30 h	Musica, adornos, comida, material grafico
2	09:30 a. m.	Inicio del evento - Apertura	Kevin Suarez-Aviles	5 minutos	Discurso - resumen de que significa este día para nosotros - Agradecimiento a los padres presentes y directiva comunal por asistencia - Que significa la integrantes Bulwark - Dar apertura a Guillermo para que hable sobre la Fundación
3	09:40 a. m.	Palabras explicando que es Bulwark	Guillermo Lozano / Julio	5 minutos	Preparar discurso sobre cuan importante es para la fundación tener la confianza y el apoyo de la comuna y explicar su paso por Las Tunas.
4	09:50 a. m.	Inicio de demostración de las clases - Ejemplos de los trabajos enseñados lo mas llamativo	Guillermo Lozano / Julio	10 minutos	Preparar una demostración llamativa y hacer participar a todos los chicos de manera interactiva - Ejemplo: Que el instructor diga OSS y los chicos respondan - Basarse en su experiencia dando clases.
5	10:00 a. m.	Se dividen los equipos de trabajo			
6	10:05 a. m.	Los niños empiezan a trabajar en actividad Ludica para prestar a los padres y a la fundación.	Carolina Ojeda / Emily Mera / Daniela Macias / Voluntarios	1 hora	Encargarse de la ejecución de la actidia preparada y tambien dar el break a los niños.
7	10:10 a. m.	Los padres y directiva comienzan la actividad con el Coach	Jaime Delgado / Kevin - Suarez-Aviles / Voluntarios	1 hora	Encargarse de ser facilitador en la actividad y formar parte de la misma como staff - dar el break a los padres.
8	11:00 a. m.	Una vez terminada la actividad, se agradece a los padres y directivos por su tiempo - los niños les entregan lo elaborado a la Fundación, sus padres y directivos.	Carolina Ojeda / Emily Mera / Daniela Macias / Jaime Delgado / Kevin Suarez Aviles/ Voluntarios	10 minutos	Agradecimiento y reunión de los equipos de trabajo.
9	11:20 a. m.	Conformación del comité de Padres	Bulwark Project	15 minutos	Se aprovechara la apertura de los padres y la directiva para conformar a esta directiva.
10	11:10 a. m.	Video Final	Henssen Valencia	10 minutos	Toma General "BULWARK POR LA INFANCIA" - Tomas personales: - "Yo soy Bulwark" - - Recapitular la experiencia de las personas sobre la actividad "Describe tu experiencia"

Figura 16: Participación The Bulwark Project, Abierto de Guayaquil.

Figura 17: Implementos para la venta de café, Abierto de Guayaquil.



Figura 18: Dinámica implementada en el evento Abierto de Guayaquil.



Figura 19: Entrevista a Gustavo Castillo.



Figura 20: Entrevista a Luis Enrique Avilés.

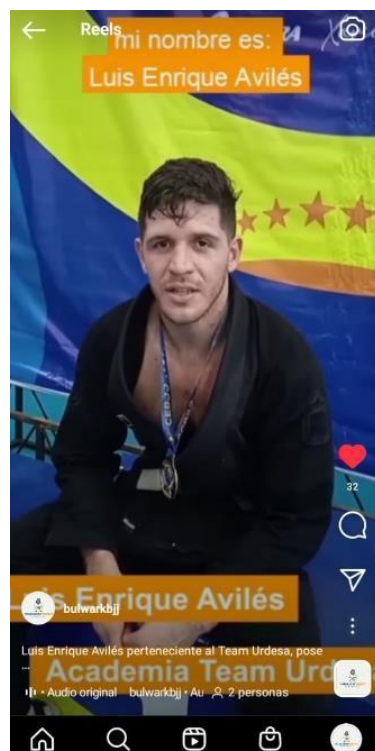


Figura 21: Entrevista a Milton Bustamante.

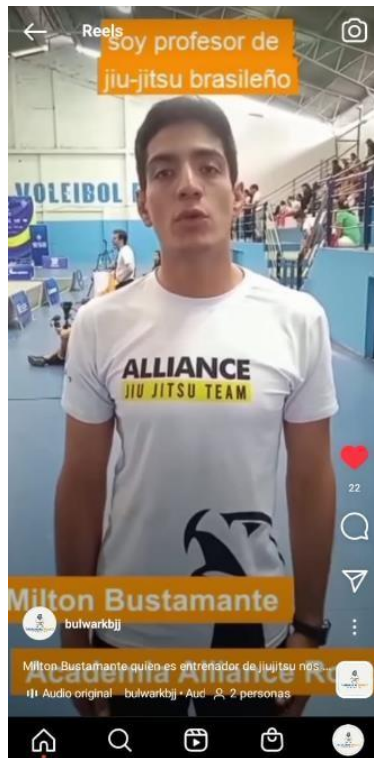


Figura 22: Entrevista a Juan Albarello.



Figura 23: Entrevista a Ricardo Santander.



Figura 24: Entrevista a Fernando Soluço.



Figura 25: Stand Bulwark Project “Día de la vida”



Figura 26: Visita de Úrsula Strengch.



Figura 27: Voluntarios que participaron en el evento “Día de la vida”.



Figura 28: Voluntarios que participaron en el evento “Día de la vida”



Figura 29: Voluntarios que participaron en el evento “Día de la vida”.



Figura 30: Juan Marín - Director de Mixed Ability Rugby.



Figura 31: Elizabeth Vera - Secretaría del Club Deportivo Leones de Judá.



Figura 32: Guillermo Lozano - Presidente de la fundación The Bulwark Project.



Figura 33: Emanuel Palacios - Director Ejecutivo Fútbol Más.



Figura 34: Gira de medios radio Redonda.



Figura 35: Gira de medios radio Redonda.

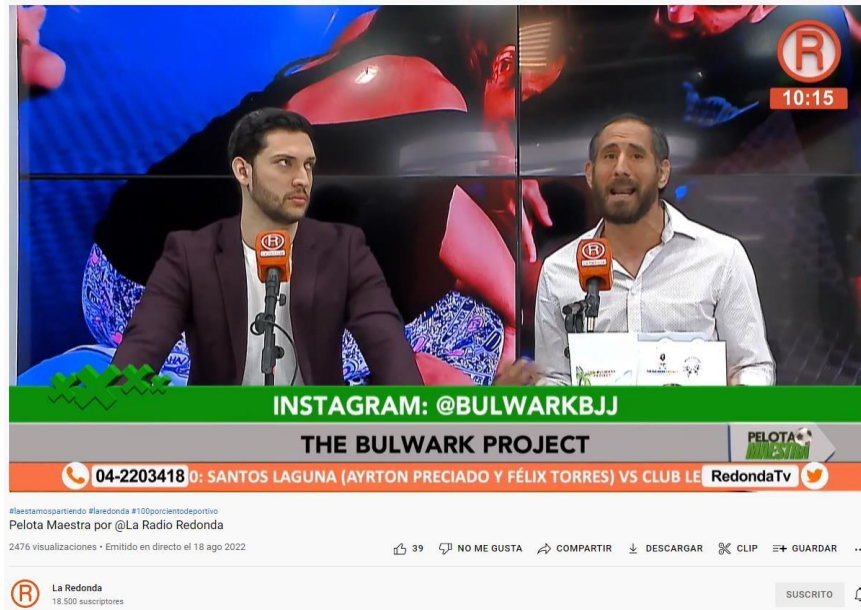


Figura 36: Gira de medios radio WQ.



Figura 37: Cantidad de seguidores antes de la intervención de Bulwark x la infancia.



Figura 38: Chronopost instagram.

FECHA	DÍA	HORA	RED SOCIAL	TIPO DE CONTENIDO	TIPO DE FORMATO	ESTADO	COPIU	HASHTAG	ARTE	DATOS ADICIONALES
Agosto 18 del 2022	Jueves	15:00 PM	Instagram	Divulgativo	Video	Publicado	Este fin de semana tendremos nuestro café en el Abierto de Guayaquil del @circuloecuatoriano con tres presentaciones Funda \$12 Vaso \$02 \$1 Vaso 4oz \$0,5 ¡Los esperamos!	#ucg #ecuador #jiujitsu #ong #noticias #evento #actividadfisica #cafe #niños		
Agosto 19 del 2022	Viernes	15:00 PM	Instagram	Informativo	Publicación	Publicado	Pronto comocerán lo nuevo que se viene para la fundación. ¿Están listos?	#ucg #ecuador #jiujitsu #ong #confianza #autoestima #actividadfisica #proteccion #niños		
Agosto 19 del 2022	Viernes	19:00 PM	Instagram	Informativo	Publicación	Publicado	El deporte es una de las herramientas más saludables e importantes para un futuro próspero y venidero.	#ucg #ong #jiujitsu #pap #guayaquil #ecuador #deporte #vida #salud		MosaiCo

Figura 39: Convenio entre el líder comunal y la fundación.



Figura 40: Reunión con la dueña del Hostal Comunitario.



Figura 41: Sitio web de Vistazo.

vistazo.com/estilo-de-vida/social-ideas-evento-que-reunio-a-varios-actores-para-hablar-sobre-ongs-CK3628895

VISTAZO Actualidad Política Opinión Estilo de vida Estado Enfoque HOGAR P

Desde \$1.99/mes SiteGround.es

Social Ideas: evento que reunió a varios actores para hablar sobre ONG 's

Redacción Vistazo
Viernes, 11 Noviembre 2022 - 14:05

Facebook Twitter Whatsapp Email

La primera edición del evento "Social Ideas" trató temas de financiamiento, apoyo de aliados y principales retos de las organizaciones en Ecuador. (Cortesa)

Figura 42: Edición impresa de Vistazo.



Figura 43: Captura de pantalla con el valor generado por lo del recorte de vistazo.

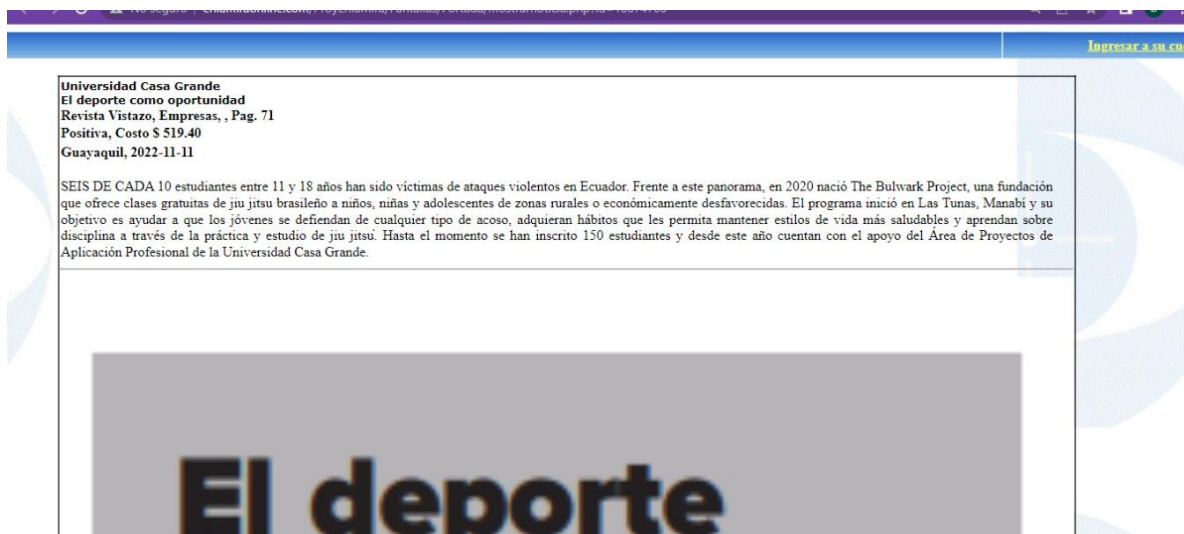


Figura 44: Instagram Reels The Bulwark Project.

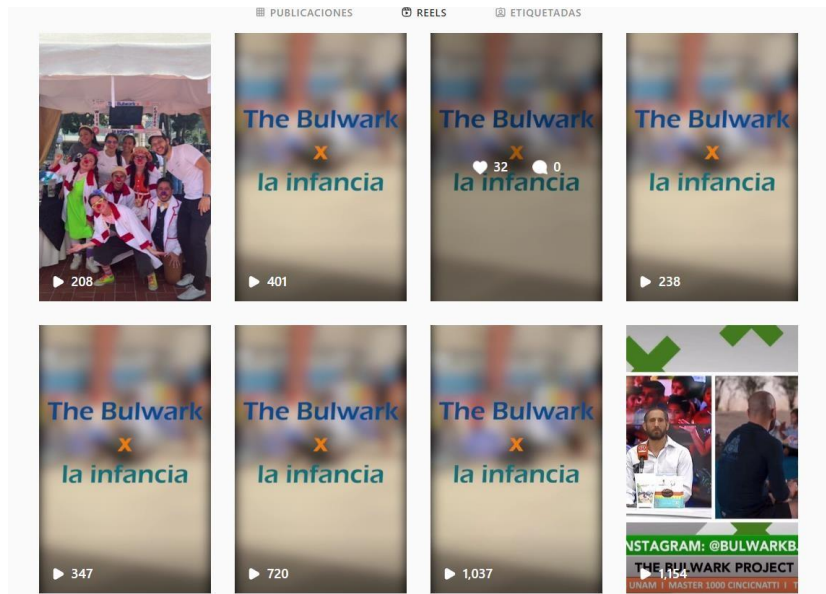


Figura 45: Incremento de seguidores en las redes sociales de The Bulwark Project.

