

UNIVERSIDAD  
CASA GRANDE



FACULTAD DE COMUNICACIÓN  
**MÓNICA HERRERA**  
UNIVERSIDAD CASA GRANDE

**UNIVERSIDAD CASA GRANDE  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA**

# **PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PIENSA EN GRANDE ACTUALÍZATE**

**Autor.-**

Andrea Dennise Aguilar Méndez

Trabajo final para la obtención del Título Licenciado en Comunicación Social con  
mención en Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional.

Guayaquil, Enero del 2015.

UNIVERSIDAD CASA GRANDE  
FACULTAD DE DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA

# COBERTURA DE MEDIOS Y PARTICIPACIÓN DE AUSPICIANTES EN EL PROYECTO

**Autor.-**

Andrea Dennise Aguilar Méndez

GUÍA

Luis Fernando Aguirre Plaza

ASESOR

Viviana Elizalde Jalil

Trabajo final para la obtención del Título Licenciado en Comunicación Social, con  
mención en Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional.

Guayaquil, Enero del 2015.

## **ABSTRACT**

Para el año 2014, la coordinación de proyectos de aplicación profesional de la Universidad Casa Grande implementó un proyecto como extensión del seminario presencial de marketing “Piensa en Grande Miraflores”. En un principio denominado “Piensa en Grande Miraflores: DIY”, mutó hasta llegar a ser “Piensa en Grande, Actualízate”, el primer programa de capacitación interactiva, audiovisual y multimedia desarrollado en Ecuador.

Son 6 módulos que cuentan con: un video animado, taller y evaluación. Esta dirigido en un principio a los microempresarios de la zona de Miraflores y luego de una revisión con los docentes de la universidad, se decide ampliarlo a los microempresarios de la ciudad de Guayaquil.

Para desarrollar este proyecto se buscó el apoyo de auspiciantes en conjunto con el equipo de organización del seminario presencial, elaborando paquetes que brinden beneficios a las empresas en ambos proyectos. Asimismo, para dar a conocer el proyecto al público en general se realizó una gestión de medios invitándolos a un evento.

Como toda primera edición de un proyecto, siempre hay aciertos y errores de los que se aprende. En este documento se realiza la evaluación de la participación de auspiciantes en el proyecto y la cobertura y publicación de medios de comunicación.

## ÍNDICE

RESUMEN DEL PROYECTO GRUPAL.....	1
Introducción .....	1
Detalles del proyecto.....	4
Resultados del proyecto .....	6
Conclusiones estratégicas .....	7
EVALUACIÓN INDIVIDUAL.....	8
Diseño metodológico .....	8
Resultados de la evaluación.....	9
Conclusiones y recomendaciones .....	12
Reflexión personal .....	14
INDICE DE ANEXOS DIGITALES.....	16
ANEXOS .....	17
Cronograma.....	17
Carta y paquetes de auspicio .....	18

## **PROYECTO GRUPAL**

### Introducción

Debido a la gran acogida que el seminario presencial de marketing Piensa en Grande Miraflores tuvo en el año 2013, la Universidad Casa Grande decidió extender el tema para realizar un producto que se adapte a las necesidades de los microempresarios. “Piensa en Grande, Actualízate” nace de dicha extensión.

Luego de realizar la primera etapa de investigación, se decidió realizar un programa de capacitación audiovisual y multimedia dirigido a los microempresarios del sector de Miraflores en la ciudad de Guayaquil. Para definir los contenidos que serían incluidos, se realizó un sondeo de los temas que son relevantes para las personas a las que va dirigido el proyecto, teniendo como resultado temas de marketing, publicidad y finanzas como principales. Se decide, por lo tanto, realizar 6 capítulos animados que se entregarán en forma de DVDs.

El sector de Miraflores se ha convertido en una zona comercial en los últimos años. Cuenta en la actualidad con 103 negocios contabilizados en un documento adjunto de actualización de base de datos, entre los que se encuentran restaurantes, tiendas, centros de salud, etc. El diseño del programa cuenta con representaciones de estos tipos de negocio.

El objetivo de este proyecto es “Crear una capacitación interactiva, audiovisual y multimedia; amigable para el estudiante, que permita a los microempresarios de Miraflores potenciar sus negocios” según el documento grupal de pregrado. Por medio de esta capacitación se quiere mantener un vínculo con los microempresarios de la zona aún luego de concluir el seminario presencial; es un primer paso para mantener la continuidad de las oportunidades de aprendizaje que la universidad ofrece a la comunidad. Adicionalmente, se busca devolver a la comunidad la hospitalidad que ha brindado a la institución a través de los años.

La universidad, cada vez más, trata de vincular los proyectos realizados con el aporte y responsabilidad social. En este caso se trata de proveer una nueva herramienta a los PYMES de Miraflores para que puedan acceder a la información de una capacitación de marketing sin necesidad de moverse físicamente de sus negocios.

En la actualidad hay un auge de organizaciones que ofrecen capacitación gratuita en forma de programas a microempresarios y a personas naturales en Ecuador. Entre los que más se conocen están: “Educa” del Gobierno de la República, “Aprendamos” del Municipio de Guayaquil y “Capacítate 6” desarrollado hace poco por la Universidad Católica Santiago de Guayaquil. De estas tres propuestas de capacitación a microempresarios, Educa y Capacítate6 cuentan con una plataforma digital que registra el avance y aprendizaje del alumno. La Cámara de Comercio de Guayaquil también ofrece capacitación en forma de seminarios y charlas para sus afiliados.

Lo que se debe recalcar es que con el lanzamiento de este producto, se motiva a los microempresarios de Miraflores e incluso de Guayaquil en su totalidad a que estén en constante capacitación y por diferentes medios.

La viabilidad de este proyecto se definió en base al contexto local, a nivel de país y regional (Latinoamérica). En los tres casos, existe un aumento importante de desarrollo de nuevos negocios que empiezan como pequeñas empresas. Uno de los datos que cabe recalcar de la investigación realizada en el pregrado grupal, es que de los habitantes actuales de la provincia del Guayas, el 25,3% trabaja en un negocio realizado por cuenta propia (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2011). También Ecuador, a nivel regional, presentó en el 2013 el índice de actividad emprendedora temprana (TEA) más alta de la región con un 36% de nuevas empresas. (Lasio, Caicedo, Ordeñana, & Villa, 2014).

La realización “Piensa en Grande, Actualízate”, por lo tanto, es oportuna ya que va de la mano con el nacimiento y crecimiento de nuevas empresas en todo el país. Además, la vinculación con organizaciones y el aporte de conocimientos por parte de los alumnos de diferentes facultades que desarrollan el proyecto, es un factor que logra que “Piensa en Grande Miraflores, Actualízate” pueda ser viable.

## Detalles del proyecto

Para que el desarrollo del proyecto se logre de forma factible, los actores que se han requerido hasta el momento son los alumnos de la Universidad Casa Grande que son parte del equipo de desarrollo de “Piensa en Grande, Actualízate”, la Cámara de Comercio de Guayaquil en conjunto con Idepro quienes aportarán con la distribución del programa en forma de dvds proporcionados por el grupo de alumnos, empresas privadas que han auspiciado el proyecto, los medios de comunicación, el guía y la asesora del proyecto quienes han sabido ayudar a dar dirección a este nuevo programa.

El objetivo general de investigación planteado en el documento grupal del proyecto es determinar la forma autodidacta más efectiva para que los microempresarios y empleados de Miraflores adquieran conocimientos que generen crecimiento en sus negocios. En cuanto a los objetivos específicos, se plantearon seis.

- Conocer el nivel de familiarización tecnológica de los microempresarios de Miraflores.
- Determinar qué áreas necesitan mejorar los negocios de Miraflores en cuanto al marketing y administración.
- Reconocer el tipo de herramientas tecnológicas que están al alcance del G.O.
- Conocer los hábitos de aprendizaje a través de internet.
- Conocer los cursos o capacitaciones que conoce o ha tomado el G.O.
- Reconocer el tipo de herramientas tecnológicas que están al alcance del G.O.

Para el proyecto, se definió el objetivo general crear una capacitación interactiva, audiovisual y multimedia; amigable para el estudiante, que permita a los microempresarios de Miraflores potenciar sus negocios. En cuanto a los objetivos específicos, consta de tres.

- Explicar un tema complejo de forma sencilla para el usuario.
- Transmitir conocimiento útil para el dueño en la potenciación de su negocio.
- Diseñar el material para que pueda ser utilizado para capacitar a los empleados de los negocios.

Se manejó un cronograma extenso, con fechas de entrega en diferentes etapas de la producción que va desde principios de julio que se concretó la idea y sigue en curso ya que la entrega de los seis capítulos completos se ha prologado y está programada para diciembre de 2014. Se puede revisar el cronograma en el **anexo 1, página 17**.

En cuanto al presupuesto, hasta el momento se ha necesitado \$2051,22. Parte de este valor se ha manejado en canje con auspiciantes y para cubrir la otra parte se creó un fondo de liquidez entre los integrantes del grupo.

El lanzamiento preliminar del proyecto se realizó el miércoles 19 de noviembre del presente año. Se invitó a medios de comunicación, representantes de la universidad y representantes de las instituciones interesadas en el proyecto.

## Resultados del proyecto

Gracias a la investigación realizada en un principio, se pudo tomar decisiones estratégicas. Se acordó realizar videos de 5 a 6 minutos debido al tiempo de atención que las personas dan a un video de capacitación. Asimismo, el programa consta de 6 capítulos con temas que se determinaron por medio de las encuestas y entrevistas realizadas.

El formato de DVD fue propuesto en base al tipo de tecnología a la que la mayoría de los microempresarios de Miraflores tiene acceso. Tienen teléfono móvil, computadoras, tablets, televisores y en su mayoría DVDs por lo que es adecuada la forma de entregar la información.

En la segunda revisión del proyecto, los docentes que formaron parte del jurado sugirieron hacer masivo el contenido. Se logró conseguir el auspicio de mil DVDs con Juan Marcet y también se tomó la decisión de publicar en internet el contenido. Se hará por medio de YouTube y se vinculará con un micrositio en la página institucional de la Universidad Casa Grande.

Se propuso a instituciones y organizaciones que realicen la distribución del producto final, los DVDs. Existen dos alianzas programadas, la primera con el Instituto de Desarrollo Profesional, Idepro, respaldado por la Cámara de Comercio de Guayaquil, quienes entregarán 550 DVDs a sus afiliados por medio de base de datos; y el programa Zumar del Municipio de Guayaquil, organización que contará con 100 DVDs para distribuir. Parte del proyecto

sigue en etapa de producción, por lo que no se presenta un resultado cuantitativo de los DVDs entregados por cada organización.

El lanzamiento realizado el 19 de noviembre tuvo falencias en cuanto a convocatoria. Se realizó una convocatoria a medios de comunicación mas no se realizó una convocatoria adecuada a los microempresarios de Miraflores ni a la comunidad universitaria en general para tener un público a quién presentar el proyecto. Adicionalmente, la cobertura de medios se vio afectada ya que en la misma fecha en un horario parecido, se realizó el relanzamiento del programa Aprendamos del Municipio de Guayaquil.

#### Conclusiones estratégicas

Este proyecto es el primer programa de capacitación animado e interactivo que ha sido desarrollado en Ecuador. Establece una nueva forma de difundir conocimiento de manera sencilla por medio de una plataforma digital con un modelo de educación a distancia que permite que el programa interactúe con el usuario.

El formato y duración elegidos para los videos y la estructuración de los talleres ha logrado que el producto final de los módulos ya realizados sean amigables al usuario, fáciles de usar y con el contenido necesario y conciso para poder potenciar una microempresa, como se planteó entre los objetivos del proyecto.

La decisión de masificar el proyecto puede ser acertada para la universidad ya que cuentan con un producto único en el país. Sin embargo, si se va a producir más DVDs se debe contar con diferentes canales de distribución que puedan aportar en distintas zonas de la ciudad.

Para realizar correctamente el lanzamiento del producto, se debió hacer una convocatoria general de todos los actores que intervienen en el proyecto. En cuando a medios de comunicación, pocos asistieron al evento, sin embargo se ha manejado la publicación de notas por medio de un boletín de prensa y envío del material audiovisual.

## **EVALUACIÓN INDIVIDUAL**

### Diseño y parámetros de la evaluación

#### Objetivos planteados al inicio del proyecto

1. Lograr la participación de 5 empresas privadas y/o entidades públicas en el proyecto “Piensa en Grande Miraflores, Actualízate”.
2. Difundir el proyecto “Piensa en Grande Miraflores, Actualízate” en medios de comunicación.

#### Muestra

- Para los auspicios: 16 empresas privadas, una institución pública y dos organizaciones a las que se envió la propuesta de auspicios.

- Para la cobertura de prensa: 10 medios de comunicación a los que se envió la invitación al lanzamiento y se hizo seguimiento.

#### Tipo de estudio y enfoque

Para esta evaluación se va a hacer un estudio descriptivo. Se va a aplicar un enfoque mixto; cuantitativo obteniendo resultados con un índice de participación e indicadores de éxito tanto en auspiciantes como para la cobertura de medios, y cualitativo al exponer las razones por las que hubo o no asistencia y participación.

#### Herramientas

Índice de participación y asistencia.

Cuadro comparativo de invitados vs participantes.

Cuadro de cumplimiento de indicadores de éxito.

#### Resultados de la evaluación

Al ser un proyecto que sigue en marcha, se han obtenido resultados parciales en ciertos aspectos de la evaluación, puntualmente en la cobertura de medios.

<b>Índice de participación y asistencia</b>	Participación en auspicio	Asistencia al evento
Auspiciantes	31,58%	-
Cobertura de medios	-	10,00%

**Tabla 1. Índice de participación y asistencia**

Como se aprecia en la Tabla 1, el 31,58% de las empresas convocadas a participar como auspiciantes del proyecto, accedieron a aportar ya sea con canje o en efectivo. En cuanto a la cobertura de medios en el lanzamiento realizado el 19 de noviembre, participaron el 10% de los medios invitados.

<b>Cuadro comparativo de invitados vs participantes</b>	Invitados	Participantes	Diferencia
Auspiciantes	19	6	13
Medios de comunicación	10	1	9

**Tabla 2. Cuadro comparativo de invitados vs participantes**

En la Tabla 2 se puede observar una relación entre la cantidad de auspiciantes convocados y los que participan. Al momento de realizar las propuestas de auspicios a diferentes empresas, una de las razones por las cuales no participaban era por falta de presupuesto. Para algunas empresas el valor de los paquetes de auspicio (**revisar anexo 2, página 18**) era muy elevado y el presupuesto destinado para auspicios no era suficiente.

También en esta misma tabla se puede observar la poca participación de medios de comunicación en el evento de lanzamiento. Esto se dio porque simultáneamente se realizó el relanzamiento del programa “Aprendamos” del Municipio de Guayaquil y otros eventos agendados con anterioridad.

### **Cuadro de cumplimiento - indicadores**

### de éxito

<b>Auspiciantes</b>		
Número de empresas que se vuelvan auspiciantes del proyecto y realicen el aporte ya sea financiero o canje de productos.	4	Edina, Banco del Pacífico, Ecuafumi, Juan Marcet
Número de empresas que den aval al proyecto.	1	Cámara de Comercio de Guayaquil
Número de organizaciones que se asocien al proyecto para asistir en la distribución del proyecto.	2	Idepro, Zumar

<b>Total de empresas y organizaciones vinculadas con el proyecto</b>	<b>7</b>	Objetivo 1 CUMPLIDO 120%
--	----------	-----------------------------

**Tabla 3. Cuadro de cumplimiento - indicadores de éxito. Auspiciantes.**

En la Tabla 3 se muestran los indicadores de éxito de la gestión de convocatoria de auspiciantes para el proyecto. Al obtener la participación de 7 empresas y organizaciones, se logró cumplir el objetivo 1 planteado al inicio del proyecto, e incluso sobrepasarlo en un 20%.

### **Cuadro de cumplimiento - indicadores de éxito**

<b>Medios de comunicación</b>	
Número de medios que cubren el tema.	1
Número de notas periodísticas que se generen a partir del boletín enviado.	2 Se siguen publicando
La valorización total de la gestión de relaciones públicas en términos de costo	Aproximadamente \$3000 y subiendo con cada nueva publicación.

**Tabla 4. Cuadro de cumplimiento - indicadores de éxito. Medios de com.**

En la Tabla 4 se muestran los indicadores de éxito de la gestión con medios de comunicación. La invitación a fue enviada con 6 días de anticipación cuando lo ideal (a opinión de la autora del documento) es de 10 a 8 días y confirmar la asistencia 1 o 2 días antes del evento. De igual forma, se pudo conseguir publicaciones a partir del boletín de prensa y material audiovisual enviado previo al evento. La publicación de dichas notas de prensa debe ser confirmada en los próximos días.

#### Conclusiones de la evaluación y recomendaciones

En este proyecto, se esperó mucho tiempo para comenzar con la solicitud de auspicios. Se tuvo que esperar a definir la dirección que tomaría el proyecto, los temas a tratar en los videos y una línea gráfica. El atraso de cualquiera de estas cosas significó también un atraso en la solicitud de auspicios.

La solicitud de auspicios compartida con el seminario presencial no es lo ideal. Por tiempo, se tuvo hasta el 14 de octubre para conseguir auspiciantes conjuntamente con el seminario. De no haber sido así, la gestión de auspiciantes se hubiera realizado de forma independiente desde el principio, con más tiempo para presentación de propuestas a empresas. De igual forma se realizó otra propuesta luego del seminario pero al ser tan cerca del cierre de año, las empresas ya tenían destinado su presupuesto a otras actividades.

Adicionalmente, al ser compartidos los beneficios ofrecidos en los paquetes, el valor de este se volvió muy elevado y habían empresas que no podían costearlo.

En el caso del evento de lanzamiento, este se dio en una fecha y horario complicado para que se realice la cobertura de medios ya que, casi simultáneamente hubo un evento de relanzamiento del programa Aprendamos del Municipio de Guayaquil. Hay que tener en cuenta que para elegir una fecha y horario para un evento donde se quiere cobertura de prensa, hay que averiguar cuál es la agenda de medios para el día requerido.

#### Recomendaciones generales para el proyecto

Se aconseja una mejor elección de los integrantes del grupo desde el momento de la conformación por parte del departamento de proyectos de aplicación profesional de la universidad. Puede ayudar mucho a un mejor manejo de recursos y acelerar procesos. Por ejemplo, en el grupo actual existe 1 persona de la carrera de producción audiovisual y multimedia. Habiendo

desarrollado un proyecto con seis videos de animación, hizo falta al menos otra persona de dicha carrera para cumplir con los procesos y tener los videos listos a tiempo.

Una opción para el grupo para evitar el problema de la falta de personas con habilidades en multimedia, pudo ser guiar el proyecto a otra dirección en que se necesitara menos horas de trabajo y personal para completar videos o animaciones.

Siempre revisar la agenda de medios al hacer un evento que requiera cobertura de prensa.

### Reflexión personal

Más allá de los conocimientos académicos aplicados durante todo el proceso, puedo decir que con este proyecto pude reforzar mis habilidades como líder de grupo. Manejar los horarios de 7 personas es complicado, especialmente cuando tienen como prioridad el trabajo antes que el proyecto de titulación, incluyéndome.

Cumplir las fechas acordadas en un cronograma de trabajo inicial fue imposible. El proyecto que se propuso en un principio cambió mucho y por lo tanto las tareas a realizar también. Cuando tuvimos la segunda presentación ante los jurados y se decidió hacer masivo el proyecto, todos los integrantes

del grupo tuvimos que hacer lo posible por ayudar a la persona de comunicación audiovisual y multimedia. Por mi lado,

En cuanto a conocimientos de mi carrera que fueron útiles para el proyecto, puedo decir que en particular, la clase de escritura para relaciones públicas. Para entrar en contacto con las personas de Idepro y la Cámara de Comercio de Guayaquil, la comunicación al principio era toda vía email, y lograr que se interesen en el proyecto y participen es consecuencia de una correcta combinación de palabras y un producto único como “Piensa en Grande Actualízate”.

Algo que ha marcado una diferencia en mi forma de desenvolverme, han sido las dos veces que he realizado presentaciones desde un pódium. La primera vez, en Professional presentations con Camila Arosemena en primer año, y la segunda en Escritura para relaciones públicas con Sylvia Banda. En el lanzamiento de Piensa en Grande Actualízate fue la tercera vez

“Piensa en Grande, Actualízate” es un proyecto innovador, nuevo y único en el mercado, realizado por 7 alumnos de la Universidad Casa Grande.

## **ANEXOS DIGITALES**

Carpeta individual de Grado

Carpeta de pregrado + anexos

Demo capítulo 1

Fotos evento de lanzamiento