

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

# **PROPUESTA DE MODELO PARA LA GENERACIÓN DE CONTENIDOS DEL INSTITUTO VIVE TUS SUEÑOS DE ECUAVISA**

**Autora.-**

Andrea Estefanía Cortez Montalvo

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

Guayaquil, Enero del 2016.

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

Subtítulo:

# **PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL**

**Autora.-**

Andrea Estefanía Cortez Montalvo

Equipo de Trabajo  
Enrique Rojas  
Laura Luisa Cordero

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

Guayaquil, Enero del 2016.

## **1. Abstract**

El portal web del Instituto Vive Tus Sueños se dedica a la gestión y producción de contenido constante entorno a las temáticas de empoderamiento personal y emprendimiento. A través de este contenido intenta cumplir su objetivo de brindar las herramientas para motivar las personas a cumplir sus sueños.

Durante el desarrollo del proyecto, se implementado un modelo de investigación y generación de contenido, al igual que en una estructuración y funcionamiento del micrositio para exponerlo. Por este motivo, es de suma importancia realizar una propuesta en torno a dicho modelo, donde se encuentren las bases y lineamientos básicos que se han utilizado hasta ahora.

Dentro de esta propuesta se encontrará una documentación del proceso para el desarrollo del contenido dentro del micrositio web. Desde la investigación hasta selección de conclusiones, temas y personajes participantes dentro del proyecto. También estará registrado la estructuración del sitio web y los mecanismos de funcionamiento que ha tenido el proyecto hasta el momento.

En caso de que este proyecto continúe en una siguiente etapa de Proyectos de Aplicación Profesional, esta propuesta será útil para conocer un paso a paso de esta arista del proyecto y se podrá proponer sobre esta base, nuevas implementaciones.

## **2. Créditos**

### **Autora**

Andrea Cortez

### **Grupo de proyecto**

Leonela Arias

María Ángela González

Santiago González

Carolina Monar

María Teresa Pineda

Yenila Torres

### **Guía del proyecto**

Enrique Rojas

### **Asesora del proyecto**

Laura Luisa Cordero

<b>3. Índice</b>	
<b>4. Antecedentes</b>	6
<b>5. Descripción general del proyecto</b>	6
<b>a) Objetivos</b>	7
<b>b) Límites y alcances</b>	7
<b>c) Actores</b>	8
<b>c.1) Generadores de proyectos</b>	9
<b>c.2) Aliados del proyecto</b>	9
<b>c.3) Actores involucrados</b>	10
<b>c.4) Adoptantes</b>	10
<b>d) Aristas del proyecto</b>	11
<b>6. Objetivos de la propuesta de modelo para la generación de contenido</b>	13
<b>7. Acciones realizadas</b>	13
<b>8. Desarrollo de las acciones</b>	14
<b>a) Contextualización del proyecto</b>	14
<b>a.1) Proyectos similares</b>	14
<b>b) Investigación de contenido</b>	16
<b>c) Revisión de material obtenido</b>	20
<b>c.1) Proyectos similares nacionales/ internacionales</b>	20
<b>c.2) Proceso de cumplir los sueños</b>	22

<b>c.3) Sugerencias para la creación del proyecto</b> .....	24
<b>d) Estructuración de micrositio web</b> .....	25
<b>e) Funcionamiento y gestión de micrositio web</b> .....	27
<b>9. Reflexión personal</b> .....	32
<b>10. Índice de Anexos</b> .....	33
<b>11. Anexos digitales</b> .....	34

#### **4. Antecedentes**

En el año 2014, el canal de televisión nacional Ecuavisa, lanzó la campaña “*Vive tus sueños*”, la cual fue basada en una investigación interna realizada por su departamento creativo, que reveló la existencia de una gran cantidad de ecuatorianos que no cumplen sus sueños, debido a diferentes barreras mentales que se los impide. Esta nueva campaña institucional para el canal venía acompañada de videos promocionales incluyendo talentos de pantalla, distintas acciones y menciones dentro de su variada programación, interacción en redes sociales y hasta un jingle original. Todo este contenido promocional invitaba a la audiencia a llevar a cabo sus sueños.

Para el presente año, Ecuavisa renueva dicha campaña, pero utilizando un nuevo camino creativo para comunicar su concepto, “*El mal del ño*”, este es un virus ficticio que afecta la mente de las personas infundiéndolo miedo y negativismo para evitar que cumplan sus sueños. Este mensaje era comunicado a través de videos promocionales humorísticos protagonizados por los talentos de pantalla que recreaban situaciones de personas portadoras de este mal. A lo largo del año, la campaña ha estado compuesta únicamente por este material audiovisual y debido a problemas internos del canal, su aparición al aire ha sido irregular, utilizando principalmente los medios digitales, como redes sociales, para difundirse.

#### **5. Descripción general del proyecto**

A comienzos del 2012, como un acuerdo entre Ecuavisa y el Departamento de Innovación de la Universidad Casa Grande, se propuso realizar un proyecto de

responsabilidad social sostenible en el tiempo, que funcionara como un sustento para su campaña “*El mal del niño*” y fuera llevado a cabo por un grupo interdisciplinario de alumnos de la misma Universidad, como parte de un Proyecto de Aplicación Profesional.

Este proyecto consiste en la conceptualización y desarrollo de una plataforma digital, en formato de micrositio web, dedicado a la producción y generación de contenido en torno a las temáticas de empoderamiento personal y emprendimiento. El objetivo de esta plataforma es aportar hacia un cambio de actitud de las personas, mediante herramientas tanto informativas como motivacionales para guiarlas en el proceso de cumplir sus sueños.

El “*Instituto Vive Tus Sueños*” es otra de las aristas dentro del relanzamiento de la campaña “*Vive tus sueños*” del canal, funcionando como una iniciativa de responsabilidad social que respalda su discurso comunicacional actual y futuros, en torno a esta temática.

#### **a) Objetivos**

El objetivo de este proyecto es crear una plataforma digital de responsabilidad social que brinde las herramientas y apoyo necesario a las personas en el proceso de cumplir sus sueños.

#### **b) Límites y alcances**



El “*Instituto Vive Tus Sueños*” es realizado bajo el pedido de un cliente, por ende una de sus limitaciones es manejarse dentro de los acuerdos con el canal y no de manera independiente. Es decir, el producto y su contenido pasan por varias instancias y filtros de revisión antes de llevarse a cabo.

El alcance del proyecto también va ligado al trabajo con un cliente real, ya que debido a la influencia e interacción de Ecuavisa en medios digitales, el portal web puede tener gran impacto, al ser difundido entre su audiencia.

La naturaleza virtual del proyecto, permite que este pueda tener un alcance mundial, ya que la audiencia digital y televisiva de Ecuavisa está conformada tanto por residentes en Ecuador como en el extranjero.

En un futuro el proyecto puede adaptarse de varias maneras, expandiéndose al desarrollo de una aplicación móvil, material educativo o eventos y congresos anuales en torno a las temáticas tratadas. El trabajo desarrollado en esta instancia consiste en la creación de la base para propuestas y variaciones del proyecto más adelante.

### **c) Actores**

Para realizar el proyecto se contó con la involucración de actores de distintas áreas y conocimientos con la finalidad de brindarle distintas perspectivas a la investigación y desarrollo del contenido.

Este proyecto tiene una naturaleza atípica, ya que se maneja bajo un cliente real, lo cual influye en la toma de decisiones y proceso de creación para el mismo.

### **c. 1) Generadores del proyecto**

- Alumnos de distintas carreras pertenecientes al grupo de Proyecto de Aplicación Profesional, encargados del desarrollo del Instituto Vive Tus Sueños desde su conceptualización: Leonela Arias, Andrea Cortez, María Ángela González, Santiago González, Carolina Monar, María Teresa Pineda y Yenila Torres.

### **c.2) Aliados del proyecto**

- Universidad Casa Grande

El departamento de innovación de la Universidad Casa Grande realizó el acuerdo con Ecuavisa para generar esta propuesta de proyecto a los alumnos en proceso de titulación y también fueron los encargados de calificar los avances realizados durante el proyecto. Laura Luisa Cordero en el rol de asesora y Enrique Rojas en el de Guía de tesis, fueron participantes activos en la supervisión.

- Ecuavisa

Dentro del canal se trabajó junto a Andrés Manrique (Director de mercadeo), Gustavo Segale (Director creativo), Angelo Baquerizo (Promociones) y Xavier Cabrera (Programador web). Todos participaron en diferentes instancias del proyecto y

funcionaron como filtros para la realización del mismo.

### **c.3) Actores involucrados**

Dentro del proyecto, la participación de otros actores fue vital para empoderar al grupo de PAPS sobre la temática trabajada, brindando distintas perspectivas y conocimientos a la investigación de contenido.

- Psicólogos
- Coach vocacionales
- Generadores de proyectos
- Empresarios
- Artistas
- Deportistas
- Líderes de opinión
- Entidades no gubernamentales

### **c.4) Adoptantes, la audiencia de Ecuavisa**

La audiencia definida está conformada por personas que viven en el Ecuador de nivel socioeconómico alto, medio y bajo de 18 a 30 años con acceso a tecnología y conocimientos básicos en torno a ella. Tienen credibilidad hacia la marca Ecuavisa y la consumen en sus medios digitales, con sueños pendientes y acceso a tecnología. Fueron escogidas al azar variando las edades para conocer la perspectiva de a quién le serviría el portal web y cuáles son los frentes que esta debe cubrir.

#### **d) Aristas del Proyecto**

El proyecto ha sido realizado por un grupo interdisciplinario de siete alumnos pertenecientes a la Universidad Casa Grande. Debido a la demanda del proyecto, los miembros del grupo debieron flexibilizar sus habilidades y conocimientos para realizar cualquier tipo de tareas que el trabajo requería. Esto generó gran involucramiento de los miembros en áreas relacionadas a su carrera y nuevos conocimientos en áreas desconocidas.

- Leonela Arias (Comunicación Social con mención en Redacción y Creatividad estratégica): Propuesta de estructura y lineamientos básicos para la creación del Instituto Vive tus sueños de Ecuavisa.

El objetivo de este documento es definir la estructura y fundamentos del “*Instituto Vive Tus Sueños*”.

- Andrea Cortez (Comunicación Social con mención en Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional): Propuesta de modelo para la generación de contenido.

El objetivo de este documento es generar un guía para el desarrollo del contenido del “*Instituto Vive Tus Sueños*”.

- María Ángela González (Comunicación Audiovisual y Multimedia):

Sistematización de la experiencia de Producción Audiovisual de contenidos para el Instituto Vive tus Sueños de Ecuavisa.

El objetivo de esta sistematización es documentar la experiencia y proceso del desarrollo del material audiovisual para el Instituto Vive tus Sueños.

- Santiago González (Comunicación Social con mención en redacción y creatividad estratégica): Propuesta de Identidad Gráfica del Instituto Vive tus Sueños de Ecuavisa

El objetivo de esta propuesta es definir los lineamientos gráficos del “*Instituto Vive Tus Sueños*”.

- Carolina Monar (Comunicación Social con mención en Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional): Sistematización del manejo de redes sociales del Instituto Vive Tus Sueños

El objetivo de este trabajo es desarrollar una guía para el manejo y uso de las redes sociales del Instituto Vive Tus Sueños

- María Teresa Pineda (Comunicación Social con mención en Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional): Sistematización e impacto de eventos de promoción y lanzamiento del Instituto Vive Tus Sueños.

El objetivo de esta sistematización es desarrollar una guía de actividades que se pueden realizar para promocionar el Instituto Vive tus Sueños.

- Yenila Torres (Gestión y Negocios Internacionales): Propuesta de Modelo de investigación para el Instituto Vive tus Sueños de Ecuavisa.

El objetivo de esta propuesta es proponer un modelo de investigación documental para fundamentar el contenido generado del Instituto Vive tus Sueños.

## **6. Objetivo de la propuesta de modelo para la generación de contenido**

El objetivo de esta propuesta es generar una guía del proceso para desarrollar el contenido del “*Instituto Vive Tus Sueños*”. Este proceso contó con varias etapas desde la investigación hasta la revisión de datos obtenidos y realización del producto final.

A través de dicha investigación, para la cual se escogió una unidad de análisis variada en conocimientos, se obtuvieron datos sobre el proceso de cumplir los sueños y los motivos que impiden a las personas realizarlos. Así mismo, se identificaron temas y personajes de interés para establecer los contenidos del “*Instituto Vive Tus Sueños*”.

## **7. Acciones realizadas en el proceso de generación de contenido**

- a) Contextualización del proyecto
  - a.1) Revisión de tendencias actuales y proyectos similares

- b) Investigación de contenido
  - b.1) Estructura de la investigación de contenido
  - b.2) Unidad de análisis
- c) Revisión de material obtenido
- d) Estructuración de micrositio web
- e) Funcionamiento y gestión de micrositio web

## **8. DESARROLLO DEL PASO A PASO DE LAS ACCIONES**

### **a) Contextualización del proyecto**

#### **a.1) Proyectos similares**

Al iniciar el proceso de trabajo se propuso como primer paso, indagar sobre el contexto en el que se daba este proyecto y sucesos en torno a tendencias actuales en el mercado que lo influían, especialmente la revisión de proyectos similares de otras marcas a nivel nacional e internacional. Todo esto con el fin de obtener una guía base de trabajo para desarrollar el contenido y mecanismos propios del “*Instituto Vive Tus Sueños*”.

Se identificó que actualmente la estrategia de comunicación de las marcas ha trascendido a una relación personal con su consumidor, basada en el cariño y confianza de ellos hacia la marca. El mercado actual ya no oferta solo cualidades del producto,

sino más bien valores y significados de este para la vida de las personas. En esta nueva estrategia se busca que el consumidor no tenga una visión utilitaria y básica hacia el producto/servicio, sino que lo considere una experiencia o vínculo memorable.

Existen marcas internacionales que ya han incursionado con esta estrategia, creando proyectos similares al “*Instituto Vive Tus Sueños*”, como es: Coca Cola Company con el “*Instituto Coca Cola de la Felicidad*”, dedicado a la investigación y difusión de conocimientos sobre la felicidad con el objetivo de contribuir a mejorar la calidad de vida de los españoles. Ese Instituto también cuenta con un formato de plataforma digital en la que se pueden encontrar investigaciones académicas, artículos con datos curiosos sobre la felicidad y videos de actividades realizadas como congresos y activaciones. La existencia de esta plataforma respalda el discurso de la marca sobre la felicidad y su compromiso con dicho valor.

Lo mismo sucede con el caso de la marca Dove, la cual crea el “*Proyecto para la Autoestima de Dove*”, una fundación cuyo objetivo es motivar a las mujeres y niñas a desarrollar una relación positiva con la belleza, elevando su autoestima. La sede del proyecto es virtual, a través de una página web la marca comparte contenido dirigido a profesores, padres y niñas para guiarlos en el proceso de fortalecer la autoestima y la seguridad en la apariencia física. A su vez realiza actividades grabadas para videos virales que circulan en las redes sociales, dando a conocer su trabajo. La existencia de este proyecto complementa la campaña “*Por la Belleza Real*” de Dove y demuestra su compromiso con la causa y sus consumidores.



La implementación del “*Instituto Vive Tus Sueños*” como eje de responsabilidad social para la campaña “*El mal del ño*”, puede generar a largo plazo y desarrollado de la manera adecuada, el mismo impacto de estas marcas mencionadas previamente.

## **b) Investigación de contenido**

Para desarrollar el contenido de la plataforma digital, se debían adquirir los conocimientos necesarios en torno a los distintos ejes que conforman el proyecto. Para esto se realizó una investigación cuyo objetivo general era definir las características del “Instituto Vive Tus Sueños” y de su población objetivo para aportar en el proceso de cambio de actitud de los ecuatorianos frente a sus sueños. El carácter de esta investigación fue cualitativo, ya que esta temática en particular, maneja emociones, pensamientos y opiniones personales.

Para obtener la información se realizó la división de la unidad de análisis en varios grupos para clasificar los resultados y empatar información de acuerdo a los objetivos de investigación.

Tras realizar una revisión general de los conceptos relacionados al tema para conocer sobre el contexto del proyecto e iniciativas similares, como primer paso, se buscó la opinión y experiencia de personas que tienen como profesión guiar a otros hacia lograr proyectos personales y elevar la autoestima. Esto enriquece al proyecto dándole las pautas del proceso que las personas atraviesan al momento de cumplir sus sueños y las barreras mentales que se le presentan en el camino. Lo cual era uno de los objetivos específicos de investigación.

Las personas escogidas fueron las siguientes:

- **Expertos en la temática de empoderamiento y emprendimiento**
  - Psicólogos (Clínico y vocacional)
  - Coach motivacionales (Ontológico, empresarial, holístico y deportivo)
  - Generadores de proyectos (Fundaciones, universidades, asociaciones, Agrupaciones y Trabajadoras sociales)

<b>Expertos</b>	
<b>Persona</b>	<b>Profesión</b>
Cecilia Torres	Psicóloga neurolingüística
Maricarmen Plúa	Psicóloga vocacional
Beatriz Benavides	Coach holística y sanadora energética
Emir Vera	Coach Transformacional, Ontológico y de Acción. Pertenece a la empresa Darcon Trainings and coaching.
Esteban Salazar	Coach empresarial. Pertenece a la empresa Darcon Trainings and coaching.
Erika Segale	Coach físico y nutricional
Andrés Briones	Fundador de la Asociación de Jóvenes Empresarios del Ecuador
Carolina Portaluppi	Directora del área de Responsabilidad social y vinculación con la colectividad en Universidad Casa Grande
Violeta Morán	Coordinadora nacional de la Fundación Emprender
Mariuxi Villacrés	Co-fundadora de COINOVAR
Estefanía Barquet	Directora de Revista online Mujeres 354

Como segundo paso, se buscó un grupo de personas que han captado el interés de los medios de comunicación y público en general a través de sus profesiones o proyectos personales que han desarrollado. La mayoría de estas personas tienen influencia en redes sociales o participan constantemente en eventos sobre emprendimiento. Esto con la finalidad de conocer el proceso de su desarrollo personal y profesional como una guía aterrizada de la información recibida desde los expertos. También se buscaba testear dichas personas para elegir el camino y discurso que tendrían los colaboradores de contenido del “Instituto Vive Tus Sueños”.

Las personas escogidas fueron las siguientes:

- **Líderes de opinión**
  - Empresarios (Micro empresarios, emprendedores y propietarios de negocios)
  - Artistas (Actores, pintores, fotógrafos, bailarines y escritores)
  - Deportistas (Triatleta, canoísta y entrenador personal)

<b>Líderes de opinión</b>	
<b>Persona</b>	<b>Profesión</b>
Doménica Menessini	Actriz
María Susana Rivadeneira	Empresaria de moda (Vintage, Designer Book, Muyuui)
Ginger Paris	Maquilladora profesional
Nelson Oñate	Propietario de Nelson Market
María José Noboa	Propietaria de Galletas Biscotti
Melissa Nebot	Creadora de Revista Awake
Joshua Degel	Fotógrafo
Arianna Tanca	Triatleta
Janet Hanzet	Dueña de Biscuits by Nane
José Hidalgo	Artista
Solange Rodríguez	Escritora de ficción
Victoria González	Propietaria de restaurante Niño Lucho
Renata Péndola	Propietaria de Atman Yoga

Para recolectar los datos de estas dos muestras se utilizó la técnica de entrevista semi – estructurada, planteando preguntas base sobre el proceso para cumplir los sueños, pero permitiendo la apertura para que los conocimientos del entrevistado guíen la técnica.

Una vez que el nivel de empoderamiento sobre la temática del cumplimiento de los sueños era superior, se procedió a investigar a la audiencia propuesta por el cliente.

- **Audiencia digital de Ecuavisa (Grupo Objetivo)**
- Personas de 18 a 30 años

- Residentes en Ecuador
- Consideren que tienen sueños pendientes
- Acceso a tecnología
- Tuvieran credibilidad hacia la marca Ecuavisa

Para recolectar los datos de esta muestra se aplicó la técnica del grupo focal, para crear una conversación abierta con sujetos variados que nos permita testear la interacción de las personas con otras sobre el tema y a su vez conocer características del grupo objetivo.

En esta investigación se buscó que las unidades de análisis, a pesar de pertenecer a un grupo determinado, tuvieran distintas perspectivas sobre la temática de los sueños para poder enriquecer el conocimiento de los generadores de contenido y obtener información imparcial y diversa.

### **c) Revisión de material obtenido**

Una vez que finalizaron las distintas etapas de la investigación, se revisó el material obtenido para extraer las conclusiones que ayudarían a la creación del proyecto.

#### **c.1) Proyectos similares nacionales/ internacionales**

En cuanto a la revisión de proyectos similares, se pudo identificar características que se repetían en la estructuración de cada uno de ellos, como lo eran:

- Respaldo de entidades, departamentos o secciones propias de investigación académica
- Espacios de interacción entre participantes virtualmente y en vivo, a través de eventos y actividades de promoción
- Material viral y vinculación con redes sociales
- Contenido propio y original

Estas características pertenecientes a proyectos de responsabilidad social exitosos por marcas internacionales funcionan como una guía sobre la fórmula base para crear el “Instituto Vive Tus Sueños”.

A nivel nacional, no se encontraron marcas con proyectos similares, pero se pudo identificar un interés y tendencia creciente en torno al emprendimiento y empoderamiento personal. Actualmente en esta ciudad, existen distintas plataformas que les facilita a las personas emprender de manera independiente sus proyectos personales; una de estas son espacios que permiten la exposición de proyectos como: El Mercadito, Feria Artesanal y la Feria del Parque, que son eventos con varias ediciones donde participan personas con negocios pequeños. A nivel artístico existen iniciativas como: La Buseta, El Último Viernes, La Casa Morada, Microteatro Gye y Sofar Sounds, donde participan artistas independientes. También hay otro tipo de espacios dedicados a motivar y capacitar a las personas a emprender sus proyectos personales, como lo son: Startup Weekend, Women of Power Forum y Dream Makers, que son eventos en los cuales los asistentes reciben las herramientas informativas y motivacionales para llevar a cabo sus proyectos.

Alrededor de estos espacios, existe gente trabajando por generarlos, como lo son fundaciones, asociaciones y grupos que tienen como objetivo brindar el asesoramiento y respaldo a otras personas con proyectos desde sus inicios, como: AJE, Coinovar, Emprender Ecuador, Darcon Trainings, entre otros.

El conocimiento en torno a la existencia de estas iniciativas nacionales, brinda al proyecto una idea sobre su contexto y sobre posibles participantes o aliados para el desarrollo del mismo.

## **c.2) Proceso de cumplir los sueños**

- **Paso 1: Declaración del sueño**

Durante la investigación realizada, los expertos coincidieron en el que el primer paso ante cualquier proceso de cumplir los sueños es declarar lo que se quiere lograr a través del lenguaje. Esto puede ser escribiéndolo o contándoselo a un amigo, pero la acción de comunicarlo, crea un compromiso hacia ese sueño.

- **Paso 2: Elaboración del plan**

Una vez identificado el punto final al que se desea llegar, lo siguiente es elaborar un plan de metas medibles hasta llegar a él. En esta etapa, se buscan las herramientas para alcanzar a cumplir con este proyecto planteado. Se recomienda que la elaboración de este plan sea tangible, a través de escribirlo, dibujarlo u otras herramientas de documentación.

- **Paso 3: Motivación**

Al emprender este proceso hacia cumplir los sueños, es muy común la pérdida de motivación en el camino debido a la aparición de barreras mentales o distracciones. Es por eso que se necesita de diferentes herramientas de motivación que mantengan el interés por cumplir las metas planteadas.

La investigación sugirió las siguientes herramientas:

- **Ejemplos inspiracionales y motivadores**

Una poderosa fuente de inspiración para este proceso es través de encontrar un ejemplo o modelo a seguir. Al ver a otra persona en la misma situación o peor con el mismo sueño cumplido, puede estimular a la persona que recién comienza a emprender su camino hacia su sueño.

- **Equipo de apoyo**

Otra posible fuente de inspiración es encontrar un sistema de apoyo, es decir, una persona o un grupo de ellas que se encuentra compartiendo el mismo proceso y pueden interactuar al respecto o través de familia y amigos que te ayuden a generar confianza sobre alcanzar tu sueño. Esta herramienta se trata de estimular a través de sentirte apoyado.

- **Paso 4: Planteamiento de nuevas metas/proyectos**



Una vez alcanzado el sueño, se regresa nuevamente al paso 1, esto puede ser para elaborar sobre el sueño alcanzado, es decir, pensar en agrandarlo o incursionar en otros proyectos.

### **c.3) Sugerencias para creación del proyecto**

- **Alianzas estratégicas**

Con la finalidad de brindar mayor credibilidad al proyecto, la investigación demostró que es recomendable conseguir conexiones estratégicas en el medio que puedan integrarse al instituto y aportar contenido desde la experiencia sobre los distintos temas de interés dentro del microsítio web. Esto también ayudará a que el instituto reciba mayor reconocimiento y difusión.

- **Involucrar temas de profesión y educación**

Durante la investigación, se revelaron temas que pueden ser de interés para el contenido del instituto, estos fueron 3 principales:

- Educación
- Empleo y finanzas
- Salud y fitness

En torno a estas temáticas son las principales metas que el grupo objetivo se plantea anualmente alcanzar.

#### **d) Estructuración de micrositio web**

A través de los resultados y conclusiones de la investigación de contenido se procedió a crear la estructura del Instituto Vive Tus Sueños abarcando los puntos clave de los datos obtenidos. Los principales objetivos de esta estructuración eran crear dentro del micrositio distintas secciones que vayan de la mano con los pasos del proceso de cumplir los sueños y contengan las herramientas sugeridas durante la investigación. A su vez, al ser una página nueva, la estructuración debe facilitar la navegación y comprensión del contenido del micrositio.

Las secciones se dividieron de la siguiente manera:

- **#MiSueñoEs**

Esta sección desea funcionar como ese primer paso para cumplir los sueños, la declaración del mismo. La investigación realizada demostró que durante todo proceso es primordial comunicar y plasmar que es lo que se desea alcanzar, para luego desarrollar un camino hacia el. La propuesta inicial de funcionamiento para esta sección fue que a través del hashtag #MiSueñoEs, los usuarios podrán compartir sus sueños subiendo una foto en el portal web o desde sus redes sociales, formando parte de una gran galería dentro de esta sección. Estas imágenes tendrían la opción de que los usuarios puedan interactuar entre ellos, a través de comentar o *likear* el sueño compartido.

De esa manera, esta sección del instituto también incluye las herramientas de sistema de apoyo y ejemplo a seguir, ya que propicia un espacio para el desarrollo de una comunidad de constante interacción motivadora.

- **Fórmulas**

Esta sección funcionará como el segundo paso en el proceso de cumplir los sueños, es decir, buscar las herramientas para alcanzar las metas planteadas. El contenido de esta sección serán artículos motivacionales sobre distintos temas de interés surgidos en la investigación y que se irán moldeando de acuerdo a la respuesta del micrositio web. Para mayor credibilidad de dicho contenido los artículos serán generados por expertos y especialistas, que tendrán un mayor manejo y autoridad sobre el tema.

Dentro de la creación de esta sección se pueden identificar factores hallados en la investigación como la creación de un plan de metas hacia alcanzar los sueños y la importancia de las alianzas estratégicas.

- **Soñadores**

Otro factor demostrado en la investigación, fue el recurso de los ejemplos y modelos a seguir como gran motivación para las personas en el camino de realizar sus sueños. Esta sección estará compuesta por contenido audiovisual que busca inspirar a través de mostrar casos de personas que han alcanzado sus sueños con éxito.

- **Eventos**

Esta sección, a pesar de brindar un espacio de interacción, tiene como objetivo capacitar a los usuarios del micrositio web a través de eventos llevados a cabo virtualmente sobre distintas temáticas de interés. Los usuarios del micrositio podrán acceder a estas charlas gratuitamente para enriquecer el proceso de cumplir sus sueños.

- **Investigación académica**

El objetivo de esta sección es brindar sustento a todo el contenido generado por el Instituto Vive Tus Sueños, a través de investigaciones académicas relacionadas que involucren directamente el cumplimiento de los sueños.

- **Campaña**

Esta sección incluirá la información sobre la campaña actual de Ecuavisa para mantener el vínculo entre el contenido del micrositio y su discurso comunicacional.

#### **e) Funcionamiento y gestión de micrositio web**

Una vez planteadas las funciones de cada sección que conformaba el micrositio web, se procedió a generar el contenido que sería incluido dentro de cada una.

- **#MiSueñoEs**

Esta sección es la que funciona de manera más independiente ante las otras y de los generadores de contenido. El proceso para alimentar el micrositio dentro de esta sección es bastante orgánico, ya que es una actividad permanente de la página y es llevada a cabo por los usuarios. A diferencia de la propuesta de funcionamiento para esta sección, actualmente las fotografías publicadas por usuarios a través del hashtag #MiSueñoEs en redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram), no se vinculan automáticamente al micrositio web por una cuestión de censura y control por parte del canal. Por la misma razón, esta sección ya no cuenta con la opción de comentarios dentro de las fotografías.

Su funcionamiento actual es el siguiente:

- El usuario comparte una foto con #MiSueñoEs
- El HT es constantemente revisado por los generadores de contenido y Ecuavisa
- Las fotografías nuevas son revisadas por el canal
- El canal sube al micrositio la fotografía aprobada

Ante estos cambios, se propuso la realización de actividades para recopilar fotografías de personas que deseen participar y declarar su sueño, para alimentar la galería constantemente.

- **Fórmulas**

Esta sección del micrositio es alimentada a través del contenido generado por expertos y especialistas. A través de la investigación de contenido, se obtuvieron temas

de interés para comenzar a gestionar los artículos motivacionales, como lo son: Autoestima, Salud, Educación y Finanzas.

Una vez el micrositio reciba mayor respuesta de los usuarios, se irán generando artículos de acuerdo a los temas que causen mayor interés.

Su funcionamiento actual es el siguiente:

- De acuerdo al tema, se contacta a experto/especialista o ellos pueden proponer temas para ser escritos.
- Una vez escritos los artículos son enviados a los generadores de proyecto, quienes lo envían al canal para revisión
- Se publica el artículo con créditos del autor

Actualmente la página cuenta con los siguientes colaboradores:

- Maricarmen Plua (Psicóloga)
- Laura María Noboa (Orientadora familiar)
- Erika Segale (Entrenadora física)

Estas personas más allá de sus conocimientos, deben tener habilidades para la escritura y comunicar claramente su mensaje.

Sumado a este contenido, Ecuavisa ha incluido artículos de datos curiosos sobre las mismas temáticas. La cantidad de artículos que semanalmente se suben a la página son cuatro.

- **Soñadores**

Esta sección contiene material audiovisual centrado en las historias de éxito de distintos personajes. Para realizar estos videos, se realizaba una búsqueda que involucro a todos los generadores de contenido y sus distintos intereses para canalizar la búsqueda hacia distintos frentes, es decir, buscar personas cuyos sueños se relacionen a áreas distintas para no generar repetición dentro de la galería.

Estos videos seguían las siguientes preguntas en su línea narrativa:

- ¿Quiénes son y cuál es su sueño?
- ¿Cuáles fueron las barreras que se le presentaron y cómo las superaron?
- Brindar un consejo personal a los posibles usuarios que verán este video

Para la ambientación de estos videos, se solicitaba que el personaje escogido sea grabado en un área donde pueda desempeñar actividades relacionada a su sueño. Por ejemplo: Un chef en una escuela, restaurant o su cocina.

El funcionamiento actual de esta sección es el siguiente:

- Búsqueda de personajes (revistas, artículos de prensa, eventos de emprendimiento y redes sociales)
- Contacto con personajes
- Entrevista previa con personaje
- Grabación del video
- Edición del video

- Testeo cerrado del video
- Publicación semana siguiente

Las publicaciones de esta sección serán semanales con la cantidad de dos videos.

- **Eventos**

La sección de eventos no funciona semanalmente como las otras áreas del micrositio web, esta es activada mensualmente para llevar a cabo eventos en streaming bajo un formato TED Talks con participantes reales y temáticas relacionadas a los resultados de la investigación de contenido.

Al igual que la sección de Fórmulas, los eventos también se irán reformulando de acuerdo a la interés mostrada por los usuarios. Podrán participar desde expertos hasta líderes de opinión para compartir su experiencia.

A pesar de ser eventos en vivo vía online, quedarán grabados dentro de esta sección del micrositio para que igualmente pueda ser visto por los usuarios fuera del horario de streaming.

Actualmente esta sección no está en funcionamiento.

- **Investigación académica**



Por decisión del cliente, esta sección no está incluida dentro del micrositio web y se maneja en un área aparte de los generadores de contenido.

- **Campaña**

El contenido de esta sección es responsabilidad del canal. En su mayoría se refiere a videos y fotos promocionales que muestren la campaña actual de Ecuavisa.

## **9. Reflexión individual**

Cuando fueron presentados los proyectos de aplicación profesional, consideré que este era un proyecto desafiante debido a las distintas áreas de trabajo simultáneas que requería para su creación y funcionamiento, pero que tenía una temática interesante y un gran aporte social.

Efectivamente el proyecto presentó distintas dificultades durante su proceso de elaboración, como la composición del grupo de PAPS, logística de trabajo entre grupo de PAPS y cliente, cambios constantes en la dirección y objetivo del trabajo, falta de presupuesto y principalmente compromiso por las partes involucradas. Este ambiente representó un verdadero desafío para el grupo de PAPS y evidentemente afectó al producto final alcanzado.

Una de los principales aprendizajes de esta experiencia, fue la importancia del compromiso y confianza dentro del trabajo en equipo. Indiferentemente del carácter interdisciplinario para la formación del grupo de PAPS y las observaciones sobre la

actitud de este grupo de trabajo en específico, los logros del producto final se deben completamente a la entrega y desempeño de cada uno de sus miembros.

Otro aprendizaje importante está relacionado a la investigación que realizamos para adquirir el contenido del instituto, ya que estos conocimientos acerca del cumplimiento de los sueños e inseguridades comunes nos llevó también a identificar y analizar aspectos personales sobre nuestros proyectos y metas que hemos postergado por distintas razones. Inclusive el relacionarnos con personas decididas hacia cumplir sus sueños o que consideran que los han cumplido, también generaba motivación al proyecto y al grupo de PAPS.

Durante estos años en la universidad, las habilidades adquiridas como el manejo de crisis y solución de problemas, fueron beneficiosas para el proceso de creación del proyecto.

## **10. ÍNDICE DE ANEXOS**

### **a) Anexos de investigación**

- a.1) Audios y videos
- a.2) Documentos de Ecuavisa
- a.3) Investigaciones académicas
- a.4) Transcripciones

### **b) Carpeta de Pregrado**

- b.1) Carpeta de pregrado en PDF
- b.2) Carpeta de pregrado en Word

**c) Evento de presentación**

c.1) Boletín

c.2) Gráfica

c.3) Presentación evento

c.4) Presentación proyecto

**d) Página Web**

d.1) Mi sueño es

d.2) Artículos

d.3) Eventos

d.4) Fórmulas

d.5) Gráficas

**11. ANEXOS DIGITALES**

**a) Videos de página web, eventos y Case history:**

<https://www.dropbox.com/sh/vf3e8l3qk837h4v/AAAiSVizSLCg7JEL6dUMasC-a?dl=0>

**b) Presentaciones anteriores**

b.1) Presentaciones de primer avance

b.2) Presentaciones de Pre Grado

b.3) Presentación de Coffee Break

b.4) Board de Coffee Break

b.5) Presentación de evento de presentación

**c) Anexos investigación**

c.1) Audios y videos de entrevistas

**d ) Evento de presentación**

d.1) Gráfica del evento

**e) Página web**

e. 1) Fotografías de Mi sueño es

e.2) Gráficas