



FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES VISUALES
CARRERA DE PUBLICIDAD

DESARROLLO DE UNA PLATAFORMA DE CROWDSOURCING Y
CROWDFUNDING CON IDENTIDAD PROPIA, PARA LA GESTIÓN DE
FUNDACIONES DE NIÑOS CON NECESIDADES ESPECIALES DE LA
CIUDAD DE QUITO.

CASO: FUNDACIÓN REINA DE QUITO, CENTRO INFANTIL
APRENDIENDO A VIVIR.

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos
establecidos para optar por el título de licenciada en publicidad.

Profesor Guía

Paola Salinas

Autor

Ana María Ponce Mera

AÑO

2015

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regula los trabajos de Titulación.”

Paola Anahí Salinas Baca
Licenciada en Comunicación
1715493696

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”

Ana María Ponce Mera

1716758428

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a mis profesores, tutores y hoy amigos por haber compartido su conocimiento de forma generosa y paciente. A mis padres y hermanos, gracias por haber sido el apoyo que he necesitado, sin ustedes no habría encontrado jamás la ilusión y motivación para seguir adelante. Y sobre todo a Dios por llenar mi mundo de nuevas oportunidades y desafíos.

Resumen

La tecnología hoy en día es un arma de doble filo, por un lado, es muy criticada porque crea barreras para las conexiones humanas reales, pero también esta logra unir comunidades y personas individuales de forma nunca antes imaginadas, acortando distancias, informando en cuestión de segundos y cambiando la perspectiva de las multitudes y su fuerza al momento de solucionar problemas.

Dentro de este gran avance como lo es el Internet, se encuentran las plataformas web de crowdsourcing y crowdfunding, herramientas que hoy en día son de gran ayuda, no solo para causas sociales, sino inclusive para músicos, creativos, pequeñas y grandes empresas, que a través de estas tecnologías, buscan soluciones eficaces por ayuda de la comunidad, ya sean estas monetarias o no.

Este proyecto busca desarrollar una plataforma propia de crowdsourcing y crowdfunding para la Fundación Reina de Quito, que a través de la ayuda de la comunidad se cubran las necesidades del Centro Infantil “Aprendiendo a Vivir”, el cual atiende a niños de escasos recursos con Síndrome de Down. Se busca sacarle provecho a las nuevas tecnologías para favorecer a aquellos que necesitan ayuda.

ABSTRACT

The technology today is a double edged sword, on one hand, it is criticized because it creates barriers to real human connections, but in the other hand this manages to bring together communities and individuals a way never before imagined, shortening distances, reporting within seconds and changing the perspective of crowds and strength when troubleshooting.

Within this breakthrough such as the Internet, platforms of crowdsourcing and crowdfunding are helpful tools, not only for social reasons but even for musicians, creative, small and large companies, which through these technologies, seek effective solutions for help in the community, be they monetary or not.

This project seeks to develop its own platform for crowdsourcing and crowdfunding for the Foundation Reina de Quito, which through the help of the community is looking to cover the needs of The children's center "Aprendiendo a Vivir" which serves underprivileged children with Down Syndrome. It seeks to take advantage of new technologies to favor those who need help.

ÍNDICE

Introducción.....	1
CAPÍTULO I: Plataforma Web	
1.1 ¿Qué es Internet?.....	3
1.1.1 Historia del Internet.....	4
1.2 La Web.....	5
1.2.1 ¿Qué es la web?.....	5
1.2.2 Características del Internet.....	6
1.3 Plataforma web.....	9
1.3.1 Tipos de plataformas web.....	9
1.3.2 Diferencias entre plataforma web y página web.....	10
1.4 Creación de una plataforma web.....	11
1.4.1 Planificación del proyecto.....	11
1.4.1.1 Definición de la temática.....	11
1.4.1.2 Definición de objetivos.....	13
1.4.1.3 Definición de audiencia.....	14
1.4.1.4 Definición de herramientas a utilizar.....	14
1.4.1.4.1 Lenguaje de programación.....	14
1.4.1.4.1.1 HTML.....	15
1.4.1.4.1.2 PHP.....	16
1.4.1.4.1.3 JavaScript.....	16
1.4.1.4.2 Fase de maquetación.....	17
1.4.1.4.3 Fase de diseño.....	18
1.4.1.4.3.1 Diseño centrado en el usuario.....	19
1.4.1.4.3.1.1 Técnicas DCU.....	23
1.4.1.4.4 Fase de programación.....	25
1.4.1.4.4.1 Gestores de contenidos web.....	25
1.4.1.5 Definición de contenidos.....	27
1.4.1.5.1 Estrategia de contenidos.....	27
1.4.1.6 Creación de experiencia de usuario.....	28
1.4.1.6.1 Navegabilidad.....	28

1.4.1.6.2 Usabilidad.....	32
1.4.1.6.3 Diseño visual.....	33
1.4.1.7 Implementación.....	34
1.4.1.7.1 Hosting.....	34
1.4.1.7.2 Dominio.....	35
1.4.1.8 Promoción de la plataforma web.....	36
1.4.1.8.1 Casos de éxito.....	38
1.4.1.9 Mantenimiento y actualización.....	43

CAPÍTULO II: Crowdsourcing y Crowdfunding.

2.1 ¿Qué es crowdsourcing?.....	45
2.1.1 Conceptos similares a crowdsourcing.....	46
2.1.1.1 Open Innovation.....	46
2.1.1.2 User Innovation.....	47
2.1.1.3 FLOSS.....	47
2.2 Historia de crowdsourcing.....	48
2.2.1 Jeff Howe.....	50
2.3 ¿Cómo funciona crowdsourcing?.....	51
2.4 Características de crowdsourcing.....	52
2.5 Ventajas y desventajas de crowdsourcing.....	53
2.6 Ejemplos históricos.....	55
2.7 Plataformas existentes.....	58
2.8 Modelos de crowdsourcing.....	60
2.8.1 ¿Qué es crowdfunding?.....	64
2.8.2 Historia de crowdfunding.....	65
2.8.3 Características de crowdfunding.....	66
2.8.4 Ventajas y desventajas de crowdfunding.....	67
2.8.5 Tipología de crowdfunding.....	69
2.8.6 Modelos de crowdfunding.....	71
2.8.7 Ejemplos históricos.....	72
2.8.8 Plataformas de crowdfunding.....	74

2.8.8.1 Modelos de funcionamiento de las plataformas de Crowdfunding.....	75
2.8.8.2 Plataforma de Crowdfunding para causas sociales.....	77
2.8.9 ¿Cómo crear una campaña exitosa de Crowdfunding?	81

CAPÍTULO III: Fundación Reina de Quito y “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”.

3.1 ¿Qué es una Fundación?.....	82
3.2 Características de una Fundación.....	82
3.3 Tipos de Fundaciones.....	82
3.4 Financiamiento de las Fundaciones.....	84
3.5 Fundaciones en Quito	85
3.5.1 Fundación Reina de Quito.....	88
3.5.2 Historia Fundación Reina de Quito.....	89
3.5.3 Labor de la Fundación Reina de Quito.....	91
3.5.3.1 Campaña Cyberbullying.....	91
3.5.3.2 Ayudas puntuales a la comunidad.....	94
3.5.3.3 Centro Infantil Aprendiendo a Vivir.....	95
3.5.3.3.1 Servicios.....	97
3.5.3.3.2 Grupos de atención.....	99
3.5.3.3.3 Financiamiento del “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”.....	102
3.5.3.3.4 Voluntariado.....	103
3.5.4 Financiamiento Fundación Reina de Quito.....	104
3.5.5 Directorio actual.....	109
3.5.6 Situación actual.....	109
3.5.7 Comunicación.....	110
3.5.8 Problemática.....	116

CAPÍTULO IV: Investigación

4. Metodología de la investigación.....	118
4.1 Objetivos de la investigación.....	118
4.1.1 Objetivo general.....	118
4.1.2 Objetivos específicos.....	118
4.2 Tipo de estudio.....	118
4.2.1 Estudio Exploratorio-Descriptivo.....	119
4.3 Método de Investigación.....	119
4.3.1 Método de Síntesis-Deductivo.....	119
4.4 Tipo de investigación.....	120
4.4.1 Investigación documental.....	120
4.4.2 Investigación descriptiva.....	120
4.4.3 Estudio de casos	121
4.5 Fuentes.....	121
4.5.1 Fuentes primarias.....	121
4.5.2 Fuentes secundarias.....	121
4.6 Método de recolección de datos.....	122
4.6.1 Técnicas.....	122
4.6.1.1 Entrevistas.....	122
4.6.1.2 Encuestas.....	122
4.7 Análisis.....	123
4.7.1 Niños con Síndrome de Down.....	123
4.7.1.1 Estadísticas en el Ecuador.....	124
4.7.2 Internet en el Ecuador.....	126
4.7.3 Estadísticas de crowdsourcing y crowdfunding.....	129
4.7.3.1 Casos Ecuatorianos.....	132
4.8 Desarrollo.....	133
4.8.1 Entrevistas a Profundidad.....	133
4.8.2 Modelos de entrevistas.....	134
4.8.3 Ficha informativa entrevistados.....	134

4.8.4 Resultados entrevistas.....	135
4.8.5 Conclusiones entrevistas expertos.....	139
4.8.6 Conclusiones entrevistas ex Reinas de Quito.....	139
4.8.7 Encuestas.....	140
4.8.7.1 Muestra.....	140
4.8.7.2 Modelo de encuesta.....	141
4.8.7.3 Resultados.....	141
4.9 Conclusiones y recomendaciones.....	156

CAPÍTULO V: Plataforma de crowdsourcing y crowdfunding para el “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”.

5.1 Justificación del proyecto.....	157
5.1.1 Objetivo general.....	157
5.1.2 Objetivos específicos.....	157
5.2 Problemática.....	158
5.3 Brief.....	158
5.3.1 Antecedentes de la marca.....	158
5.3.2 Posicionamiento de la marca.....	159
5.3.3 Competencia.....	160
5.3.4 Grupo objetivo.....	160
5.3.5 Objetivos de comunicación.....	161
5.4 Estrategia creativa.....	161
5.4.1 Mensaje básico.....	161
5.4.2 Reason why.....	161
5.4.3 Tono y estilo.....	162
5.4.4 Concepto.....	162
5.4.5 Slogan.....	162
5.4.6 Logo.....	162
5.4.7 Cobertura.....	171

5.5 Desarrollo de campaña.....	172
5.5.1 Estrategia de comunicación.....	172
5.5.1.1 Fase informativa.....	173
5.5.1.2 Fase de lanzamiento.....	179
5.5.1.2.1 Creación de la plataforma.....	179
5.5.1.2.2 Navegabilidad y usabilidad.....	181
5.5.1.3 Fase de mantenimiento.....	201
5.6 Presupuesto y cronograma.....	204
Conclusiones y recomendaciones.....	207
Referencias.....	208

Índice figuras

CAPÍTULO I: Plataforma Web

Figura 1.....	4
Figura 2.....	7
Figura 3.....	8
Figura 4.....	10
Figura 5.....	12
Figura 6.....	13
Figura 7.....	18
Figura 8.....	20
Figura 9.....	22
Figura 10.....	22
Figura 11.....	24
Figura 12.....	29
Figura 13.....	30
Figura 14.....	31
Figura 15.....	31
Figura 16.....	32
Figura 17.....	38
Figura 18.....	40
Figura 19.....	41
Figura 20.....	42
Figura 21.....	43

CAPÍTULO II: Crowdsourcing y Crowdfunding.

Figura 22.....	48
Figura 23.....	50
Figura 24.....	51
Figura 25.....	55

Figura 26.....	56
Figura 27.....	56
Figura 28.....	57
Figura 29.....	59
Figura 30.....	61
Figura 31.....	66
Figura 32.....	71
Figura 33.....	73
Figura 34.....	75
Figura 35.....	81

CAPÍTULO III: Fundación Reina de Quito y “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”.

Figura 36.....	83
Figura 37.....	83
Figura 38.....	84
Figura 39.....	85
Figura 40.....	86
Figura 41.....	87
Figura 42.....	88
Figura 43.....	88
Figura 44.....	89
Figura 45.....	90
Figura 46.....	91
Figura 47.....	91

Figura 48.....	92
Figura 49.....	92
Figura 50.....	93
Figura 51.....	93
Figura 52.....	94
Figura 53.....	95
Figura 54.....	95
Figura 55.....	96
Figura 56.....	97
Figura 57.....	98
Figura 58.....	98
Figura 59.....	99
Figura 60.....	103
Figura 61.....	104
Figura 62.....	105
Figura 63.....	106
Figura 64.....	107
Figura 65.....	108
Figura 66.....	109
Figura 67.....	110
Figura 68.....	110
Figura 69.....	111
Figura 70.....	112

Figura 71.....	113
Figura 72.....	114
Figura 73.....	115

CAPÍTULO IV: Investigación

Figura 74.....	125
Figura 75.....	125
Figura 76.....	126
Figura 77.....	126
Figura 78.....	127
Figura 79.....	127
Figura 80.....	128
Figura 81.....	128
Figura 82.....	129
Figura 83.....	130
Figura 84.....	130
Figura 85.....	131
Figura 86.....	132
Figura 87.....	133
Figura 88.....	134
Figura 89.....	134
Figura 90.....	135
Figura 91.....	135
Figura 92.....	135
Figura 93.....	141

Figura 94.....	142
Figura 95.....	143
Figura 96.....	144
Figura 97.....	145
Figura 98.....	146
Figura 99.....	147
Figura 100.....	148
Figura 101.....	149
Figura 102.....	150
Figura 103.....	151
Figura 104.....	152
Figura 105.....	153
Figura 106.....	154
Figura 107.....	155

CAPÍTULO V: Plataforma de crowdsourcing y crowdfunding para el “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”.

Figura 108.....	160
Figura 109.....	163
Figura 110.....	164
Figura 111.....	165
Figura 112.....	166
Figura 113.....	167
Figura 114.....	168

Figura 115.....	168
Figura 116.....	169
Figura 117.....	170
Figura 118.....	171
Figura 119.....	172
Figura 120.....	173
Figura 121.....	175
Figura 122.....	177
Figura 123.....	178
Figura 124.....	180
Figura 125.....	181
Figura 126.....	183
Figura 127.....	184
Figura 128.....	185
Figura 129.....	187
Figura 130.....	188
Figura 131.....	189
Figura 132.....	190
Figura 133.....	191
Figura 134.....	192
Figura 135.....	193
Figura 136.....	194
Figura 137.....	195

Figura 138.....	196
Figura 139.....	197
Figura 140.....	198
Figura 141.....	200
Figura 142.....	201
Figura 143.....	202
Figura 144.....	203
Figura 145.....	204

Índice Tablas

CAPÍTULO I: Plataforma Web

Tabla 1.....	33
--------------	----

CAPÍTULO II: Crowdsourcing y Crowdfunding.

Tabla 2.....	64
--------------	----

Tabla 3.....	70
--------------	----

Tabla 4.....	74
--------------	----

Tabla 5.....	78
--------------	----

Tabla 6.....	78
--------------	----

Tabla 7.....	79
--------------	----

Tabla 8.....	79
--------------	----

Tabla 9.....	80
--------------	----

Tabla 10.....	80
---------------	----

CAPÍTULO III: Fundación Reina de Quito y “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”.

Tabla 11.....	100
---------------	-----

Tabla 12.....	101
---------------	-----

Tabla 13.....	102
---------------	-----

CAPÍTULO IV: Investigación

Tabla 14.....	136
---------------	-----

Tabla 15.....	137
---------------	-----

Tabla 16.....	138
---------------	-----

CAPÍTULO V: Plataforma de crowdsourcing y crowdfunding para el “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”.

Tabla 17.....	176
Tabla 18.....	199
Tabla 19.....	200
Tabla 20.....	205
Tabla 21.....	206

Introducción

Hoy en día el Internet es una herramienta muy poderosa, su crecimiento alrededor del mundo ha sido imparable y cada día se busca mejoras en conectividades y aplicaciones para el uso del Internet. Con el apareamiento de esta herramienta los comportamientos, hábitos, preferencias, etc. del ser humano se vieron modificadas, tanto así que existen estudios enteros de los nuevos comportamientos y de cómo debe ser la comunicación por los distintos canales.

Una de las ideas más fuertes que trajo el Internet, es la unión de las masas, ahora la comunicación con otros continentes y compartir ideas, está a un solo clic de distancia. Hoy en día plataformas como Kickstarter han sabido utilizar esta particularidad del Internet de unir a la gente y transformarlo en millones de ganancias para usuarios como para los propios creadores. Esta plataforma une a sus usuarios para apoyar causas artísticas o de carácter creativo, de forma monetaria. Sin duda aprovechar esta característica puede traer consigo enormes beneficios y porque no para causas sociales.

El ser humano al tener hoy en día tanta información de forma tan rápida, se ha vuelto mucho más activo, presente e incluso crítico de las realidades sociales alrededor del mundo. Campañas como UNICEF en un pasado tomaban mucho tiempo, esfuerzo y recursos para que llegaran casi de forma mundial, hoy en día ejemplos como la campaña Ice Bucket Challenge (Reto del cubo de agua helada), que recoge fondos para los enfermos de la Esclerosis Lateral Amiotrófica se hizo viral en cuestión de semanas a través del público recogiendo millones sin invertir recursos.

Con ejemplos como estos se confirma que el Internet es una herramienta que puede cambiar y solucionar problemas si se la utiliza de manera correcta.

En este sentido, la **Plataforma de crowdsourcing y crowdfunding con identidad propia para la gestión de fundaciones de niños con necesidades especiales de la ciudad de Quito, en este caso Fundación Reina de Quito, “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”** busca convertirse en una herramienta útil de ayuda a la comunidad, que una a los Quiteños a través del Internet para cambiar una realidad existente.

CAPÍTULO I

Plataforma Web

1.1 ¿Qué es Internet?

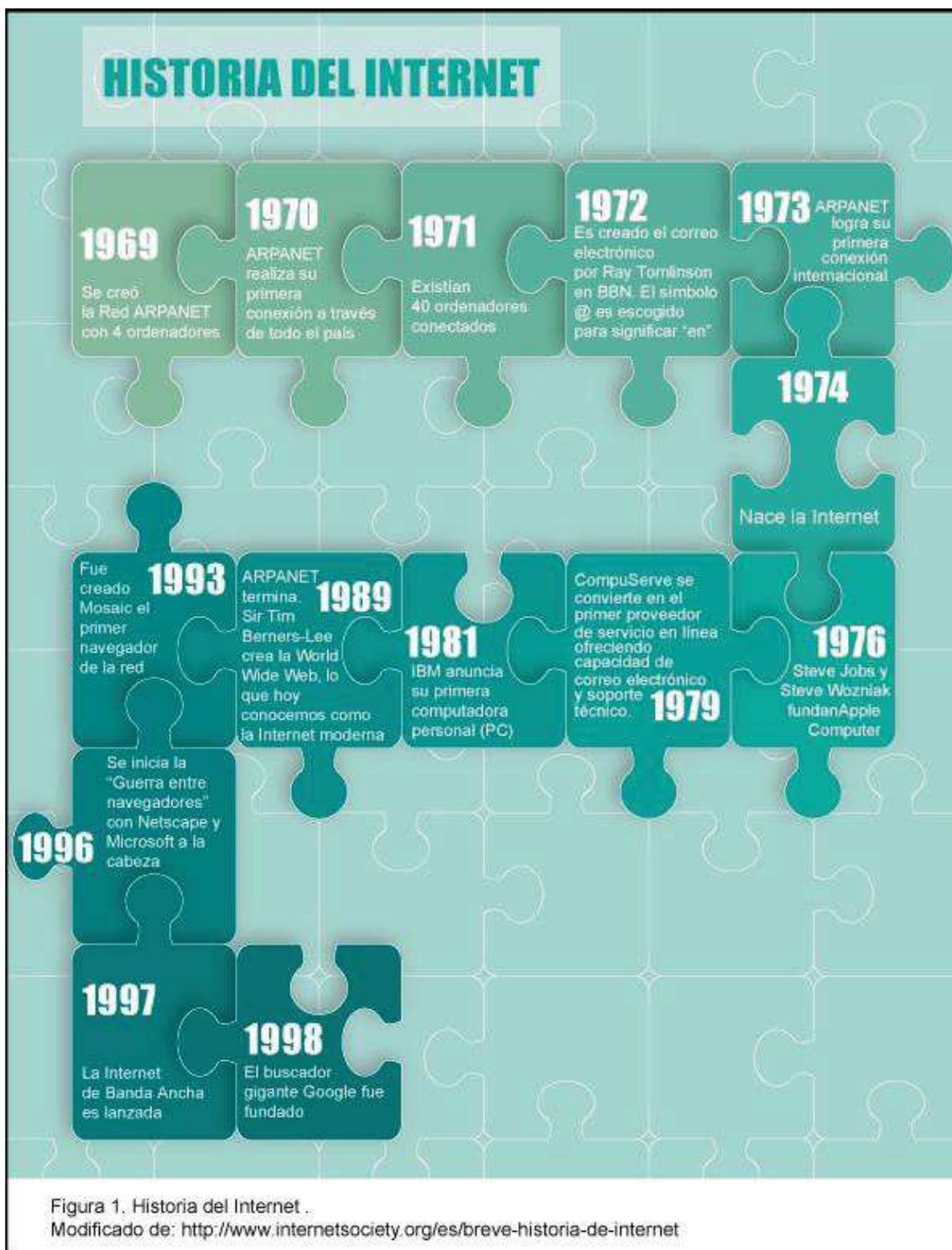
Hoy en día internet tiene muchos significados y variantes. Para comenzar definiendo este término es necesario entender la palabra como tal. “El término Internet proviene de un acrónimo de INTERconnected NETworks (Redes interconectadas), para otros el término internet proviene del acrónimo INTERNacional NET (Red Mundial).” (Computación Aplicada al Desarrollo, s.f.) Llamando así a este gran avance tecnológico la “red de redes”.

En términos más técnicos y específicos se puede definir Internet como “un conjunto de redes descentralizadas de ordenadores configurados para comunicarse entre sí mediante un “lenguaje común “o protocolo.” (Pardo, 2014, pp. 23). Gracias a este lenguaje en común que tiene el Internet, se puede lograr interacción entre personas y ordenadores sin tener en cuenta su ubicación geográfica, logrando así un idioma universal de emisión mundial.

El objetivo primordial de esta red es compartir recursos y conectar de manera casi inmediata a los usuarios alrededor del mundo, sin embargo, hoy en día sus usos y aplicaciones son más extensas que estas, se podría decir casi ilimitadas.

Actualmente con los avances tecnológicos producidos, es una red que genera oportunidades de trabajo, une continentes, provee de información e inclusive genera un estilo de vida alrededor de la misma, llegando a generar dependencia en sus usuarios.

1.1.1 Historia del Internet



1.2 La web

Berners-Lee, afirma en 1996 que la Web es un espacio imaginario donde se encuentra un sin número de información, donde el usuario desde cualquier parte del mundo puede tener acceso. Esta inmensa red está constituido por diferentes elementos como: videos, imágenes, animaciones, sonidos, etc. (Pardo, 2014, pp. 28-29)

1.2.1 ¿Qué es la Web?

La web es uno de los servicios del Internet y hoy en día el más usado y evolucionado. Funciona a través de un conjunto de protocolos los cuales permiten la conexión entre ordenadores, por medio de un formato de archivos llamados hipertextos. Este formato de hipertextos permite al usuario de la red navegar con facilidad entre estos documentos enlazados.

Según Pardo (2014, pp. 32-34), el protocolo sobre el que se fundamenta la web es http esto quiere decir protocolo de hipertexto, lo cual define como se comunica el ordenador. El servidor es lugar donde se guarda la información de forma clasificada y ordenada, y cada ordenador por ejemplo cada computador desde donde se realiza la búsqueda y se busca un archivo correspondiente.

Esto quiere decir que toda página web o plataforma web se desarrolla bajo el mismo formato de protocolo, este formato se basa en hipertextos los cuales nos permiten navegar con facilidad ya que son etiquetas que describen desde el diseño hasta los elementos gráficos que contienen las páginas web.

La web surge a partir de la creación del Internet, en Suiza como parte de una investigación nuclear en Europa y se considera a Tim Berners-Lee como su principal creador.

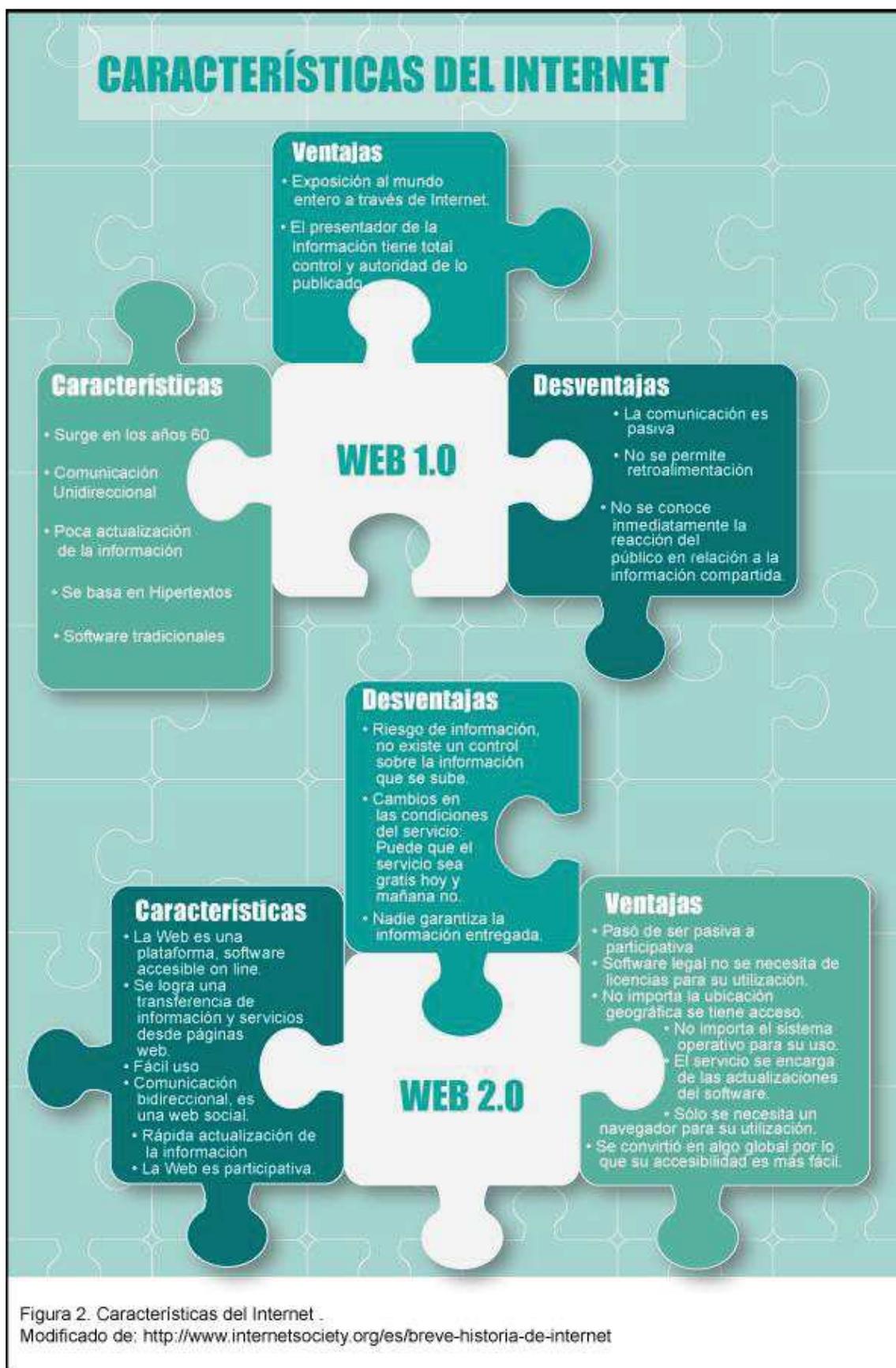
Tim Berners-Lee realizó sus estudios superiores en la Universidad de Oxford en el Reino Unido, y en su experiencia laboral siempre estuvo involucrado en el ámbito de la tecnología. En 1980 empezó a trabajar como ingeniero de software independiente en la CERN (Organización Europea para la Investigación Nuclear) donde escribió varios trabajos que luego sirvieron de base conceptual para el futuro desarrollo de la World Wide Web.

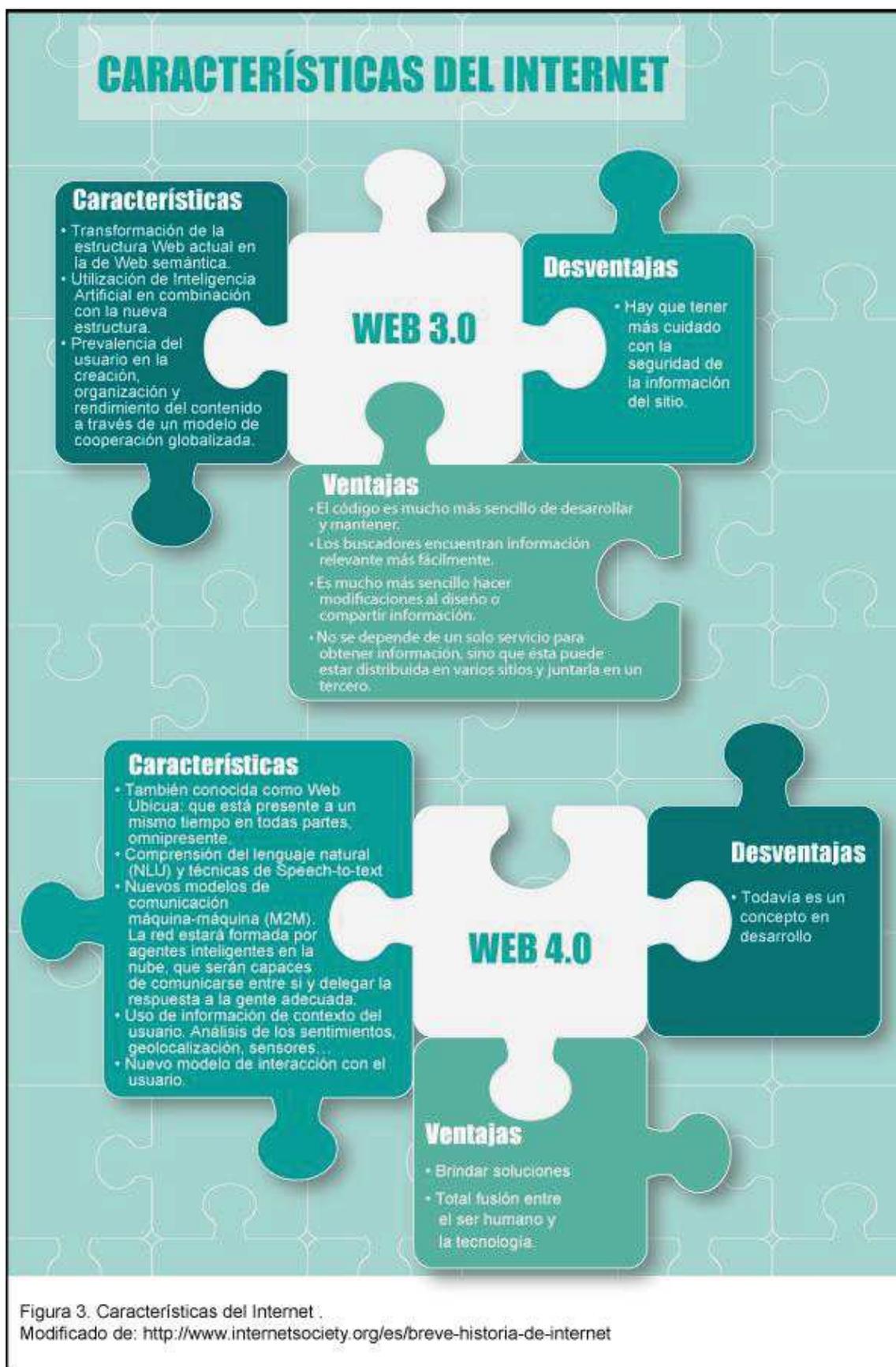
Actualmente Tim Berners-Lee forma parte del directorio de la W3C una organización de estándares Web fundada en 1994 que desarrolla nuevas tecnologías para la web. Ha ganado algunos reconocimientos por sus avances y descubrimientos en el ámbito tecnológico.

1.2.2 Características del Internet

Con el paso del tiempo el Internet, sus componentes y la tecnología en general han tenido un gran avance, trayendo consigo ventajas y desventajas para nuestra sociedad.

A continuación, las características de los cuatro tipos de Web de las cuales se conoce:





1.3 Plataforma Web

“Una plataforma web o portal web es una puerta de entrada que da acceso a otros sitios. Organiza la información y las pone a disposición de varios usuarios, controlando el caos del Internet y guiando a los usuarios a una meta en común.” (Tantall, 2005, pp. 3)

En las plataformas web se organizan los contenidos o recursos, no solo textuales, ayudando así al usuario a encontrarlos sin necesidad de salir del mismo y fidelizándolo para que lo use de forma continua.

Existen tres características importantes de una plataforma web:

- Diseño de la información
- Participación
- Comodidad

1.3.1 Tipos de Plataformas Web

Plataformas horizontales

Son aquellos que son dirigidos a grandes cantidades de personas con una amplia cantidad de información. No ofrecen un tema específico, sino todo tipo de información.

Plataformas verticales

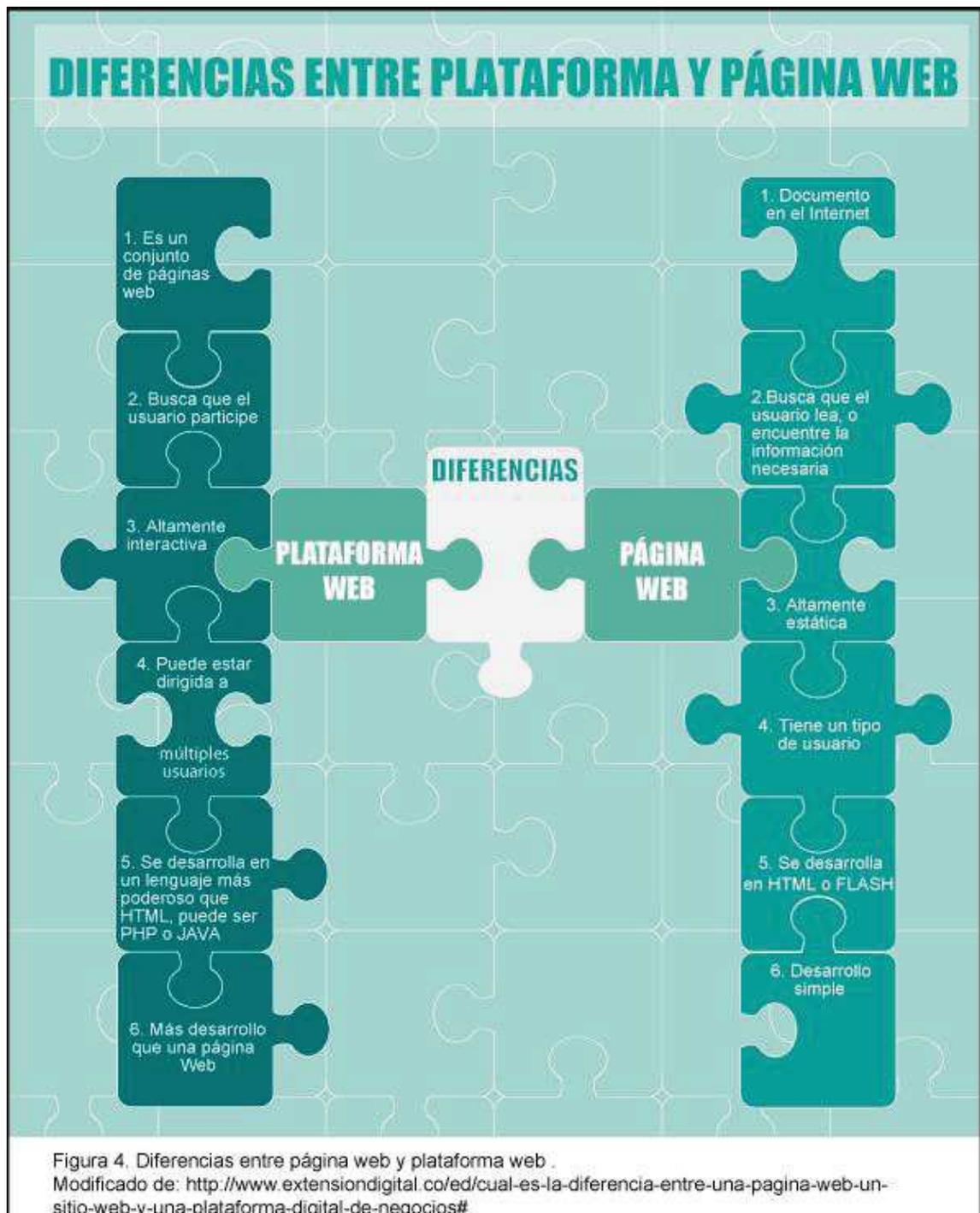
Son aquellos que manejan un contenido específico. Por ejemplo plataformas de música, manejan solo contenido de audio.

Plataformas diagonales

Son aquellos que utilizan como eje central contenidos propios desde sociales como YouTube, las cuales se pueden personalizar con contenidos y utilidades

dirigidas a un público muy concreto. Es una mezcla entre el vertical y el horizontal

1.3.2 Diferencias entre Plataforma Web y Página Web



1.4 Creación de una Plataforma Web

1.4.1 Planificación del proyecto

El primer paso para la creación de cualquier ciclo, en este caso una plataforma web, es clave la planificación. La misma ayudará a definir hacia dónde queremos llegar, cómo y con qué recursos.

1.4.1.1 Definición de la temática

Según Santos (2014, pp. 1), es de suma importancia en un principio aclarar la temática del sitio, eso marcará el comienzo y el camino a seguir para el cumplimiento de objetivos, ayudará a la definición de varios pasos en el proceso de la creación del mismo como el contenido, diseño, experiencia entre otros.

Con la definición de la temática delimitamos nuestro espacio de creación de los contenidos, delimitamos una audiencia específica y seleccionamos nuestros objetivos como plataforma. Es necesario ser puntuales y precisos para facilitar al usuario su navegabilidad y experiencia.

Los Elementos de la Experiencia de Usuario

Jesse James Garrett
jjg@jg.net

30 Marzo 2000

Una dualidad básica: La web fue originalmente concebida como un espacio de información hipertextual; pero el desarrollo de tecnologías cada vez más sofisticadas tanto en el despliegue como la administración han nutrido su uso como interfaz remota de software. Esta naturaleza dual ha guiado a mucha confusión, ya que los practicantes del desarrollo de usuario han intentado adaptar su terminología a casos más allá del alcance de su aplicación original. El objetivo de este documento es definir algunos de estos términos dentro de su contexto apropiado, aclarar las relaciones subyacentes entre estos varios elementos.

Traducción
al Castellano
por Javier Velasco

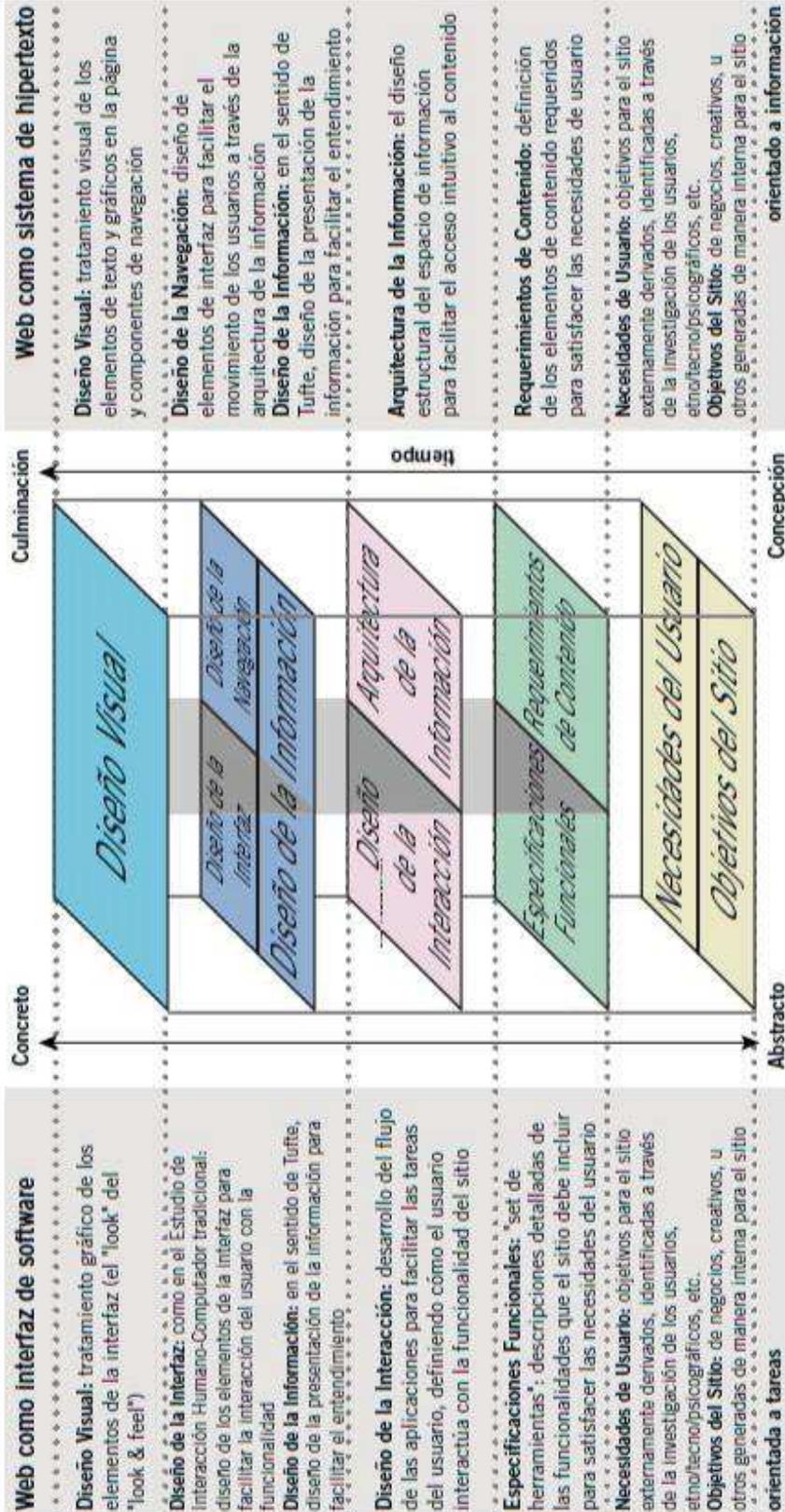
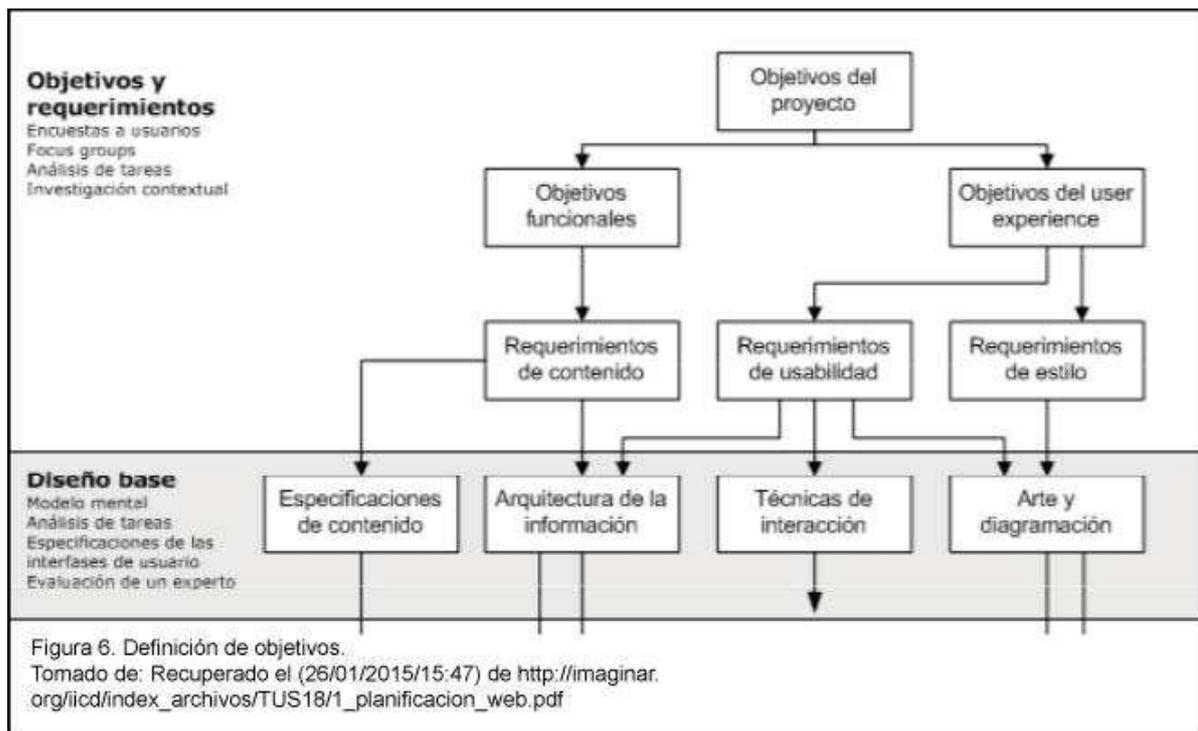


Figura 5. Diagrama de los elementos de la experiencia del usuario. Tomado de: Recuperado el (26/01/2015/13:13) de <http://infotectura.com/2008/09/12/resena-los-elementos-de-la-experiencia-del-usuario/>

1.4.1.2 Definición de objetivos

Carrión (2010) afirma que todo objetivo o meta planteada debe ir desde lo más general hasta lo más específico, con el propósito de que el resultado final sea lo más preciso posible.



Los objetivos son el primer paso para la creación de cualquier proyecto, delimitará el porqué de la creación de la plataforma y sus motivos, con lo cual se sabrá hacia dónde trabajar, con un propósito claro.

Los objetivos deben poder medirse y se dividen en dos:

1) **Objetivos generales**

Qué se busca conseguir con la creación de la plataforma web.

2) **Objetivos específicos**

Que se busca en cada etapa de la creación.

1.4.1.3 Definición de audiencia

Según Carrión (2010) la audiencia es hacia quien o quienes va dirigido el proyecto.

Es importante la definición de las audiencias ya que ellos dictaran el contenido y en un futuro el éxito o no de la plataforma. Cuando se conoce a fondo a los involucrados de la plataforma (usuarios), se logra dirigir el contenido hacia ellos, dependiendo de sus intereses y necesidades haciendo el vínculo de comunicación más fácil y sobre todo directa. Porque se sabe hacia quien va dirigido.

En este punto también es importante definir quiénes serán asignados a la elaboración del proyecto, ya que será la audiencia interna para que se cumplan las metas del proyecto a tiempo.

1.4.1.4 Definición de herramientas a utilizar

Para definir algunas herramientas a utilizar es necesario comprender el Lenguaje de programación.

1.4.1.4.1 Lenguaje de programación

“Lenguaje artificial que se utiliza para expresar programas de ordenador. Para definir el lenguaje de programación es necesario especificar:

- Conjunto de símbolos y palabras clave utilizables.
- Reglas gramaticales para construir sentencias (instrucciones, ordenes) sintáctica y semánticamente correctas.” (Rodríguez, 2003, pp. 4)

El lenguaje de programación es el código utilizado para controlar la funcionalidad y comportamiento de una máquina, en este caso de una computadora. Este conjunto de reglas dictaminan una serie de parámetros y su significado.

Existen dos clases de lenguajes de programación:

1) Lenguajes compilados

El lenguaje o código fuente pasa por un proceso de “recopilación” esto quiere decir que para realizar cualquier orden es necesario leer todo el código sin errores.

2) Lenguajes interpretados

Este tipo de código utiliza una especie de interpretador que va leyendo el código mientras se ejecuta el programa.

1.4.1.4.1.1 HTML

“HTML es un lenguaje artificial que los ordenadores son capaces de interpretar y diseñado para que los programadores redacten instrucciones que los navegadores ejecutan para originar la página web. Es decir, HTML es un lenguaje de programación, o un “idioma que la maquina entiende y procesa para dar respuesta.” (Equipo Vértice, 2009, pp. 11)

Las siglas HTML significan lenguaje de marcas de hipertexto. El hipertexto en una computadora es texto con hipervínculo o enlaces a otro texto, no necesariamente solo textos este también pueden ser imágenes, tablas u otros elementos. Este es un lenguaje muy fácil de aprender lo que permite a cualquiera hacer cambios de programación. Sin embargo, HTML no define el diseño o apariencia de la página web solo ofrece las herramientas que dan formato a la misma.

1.4.1.4.1.2 PHP

Para Cobo (2005, pp. 99) es un lenguaje de programación que nace a partir del código abierto. Este lenguaje sirve para ser complementado en el código HTML, y tiene varias características importantes como:

- Variabilidad.
- Resistencia.
- Opera de forma independiente dentro de otros.
- Gratuito.
- Rapidez.
- Seguridad.
- Fácil descarga y dominio.

1.4.1.4.1.3 JavaScript

Cobo (2005, pp. 105), plantea que JavaScript es un lenguaje, con la particularidad que se basa en guiones y al igual que PHP puede unirse al código HTML sin inconveniente. Con JavaScript no se pueden crear programas independientes.

JavaScript sirve para dejar a un lado la forma estática de HTML, dándole movilidad a través del intercambio con los usuarios con mayor complejidad.

Este lenguaje permite a los desarrolladores ir más allá de lo común y explorar nuevas alternativas en la web.

1.4.1.4.2 Fase de maquetación

“Cuando hablamos de maquetado, nos referimos al proceso que permite situar los diferentes elementos de una página de tal forma que su composición sea agradable a la vista del lector. Es decir, que la composición sea armoniosa para que se puedan observar con claridad todos sus elementos.” (Fleitas, 2013, pp. 15)

“El proceso de maquetación se refiere a la forma en la que se complementa el contenido de una página teniendo en cuenta los elementos que la componen: imágenes, textos y objetos de dibujo. Para que este proceso derive en un diseño profesional es importante planificar con anticipación.” (Fleitas, 2013, pp. 16)

La maquetación o diagramación es una fase vital para el desarrollo web, ya que ayudará a la navegabilidad del sitio, lo que permitirá a los usuarios conseguir su objetivo de forma fácil y rápida.

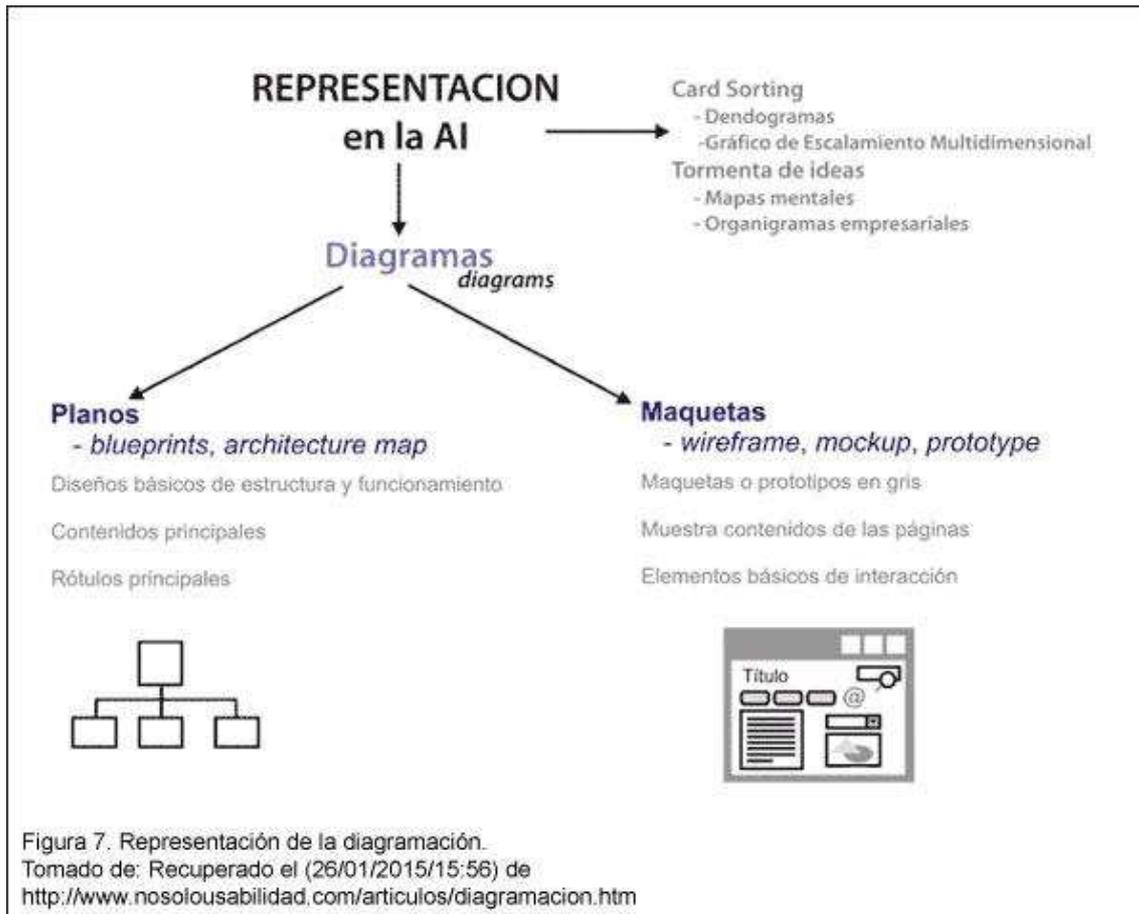
Existen dos tipos de maquetación o diagramación:

1) Blueprints

Este tipo de maquetación busca representar por medio de textos, cajas y flechas, las principales áreas de organización y rotulado.

2) Wireframes

Este tipo de maquetación busca mostrar el contenido de las páginas, ubicándolas en el producto final como tal.



Existen algunas herramientas que ayudan a la diagramación como: Adobe Fireworks, Inkscape, entre otras que han ido perfeccionando y mejorando a lo largo del tiempo.

1.4.1.4.3 Fase de diseño

Según Mariño (2005, pp. 2-4), la mejor forma de comunicar las ideas es a través del diseño. El diseño combina tres cosas: arte, tecnología y creatividad. Dando como resultado ideas innovadoras de comunicación.

La fase de diseño consiste en ordenar los diferentes componentes visuales en un área determinada, logrando crear una experiencia fácil y atractiva para el usuario. Los elementos pueden ser texto, gráficos estáticos o animados, audio, video, entre otros, y la correcta combinación de los mismos más un toque artístico y creativo dará paso a un diseño innovador y a la vez sencillo.

Para la Fase de diseño se pueden utilizar herramientas como:

- **Photoshop**

Es un programa por el cual se logra trabajar en imágenes de mapa de bits. Realizando cambios en la apariencia de las mismas.

- **Ilustrador**

Adobe Illustrator, es un programa que trabaja imágenes vectoriales. Con el mismo se pueden crear sin número de representaciones artísticas.

- **Flash**

Adobe Flash era un programa muy utilizado para animar las páginas web a través de interacción. Sin embargo, hoy en día existen nuevos programas por lo que este ha quedado casi sin usar para este tipo de trabajos.

1.4.1.4.3.1 Diseño centrado en el usuario

El diseño centrado en el usuario como su nombre lo indica es el diseño enfocado en un determinado grupo de personas los cuales serán los usuarios.

Este concepto surge en los años cincuenta con el diseño militar e industrial, donde se realizaban un sin número de investigaciones en distintos campos, previo al diseño. (Hassan y Ortega, 2009)

Un claro ejemplo del diseño centrado en el usuario, fue la creación de diseños de teléfonos de la serie 500 para Bell Telephones por Henry Dreyfuss, quien hoy en día es considerado uno de los pioneros sobre el diseño industrial. Tras

largas investigaciones Henry logró corregir ciertos errores del diseño y hacerlo más funcional y práctico para el usuario final.



El término diseño centrado en el usuario (DCU) suele ser confundido con la usabilidad, sin embargo, son distintos. Usabilidad es el “que” mientras que DCU es el “como”.

DCU se logra a través de un proceso, el cual busca responder y satisfacer las necesidades del usuario. Según Hassan y Ortega (2009), existen 4 pasos para un correcto DCU:

1) Contexto de uso

En esta etapa se define el grupo objetivo, hacia quien va dirigido, para que lo usarán, y porque lo usarán.

2) Especificar requisitos

En esta etapa se definen los objetivos del usuario y del proveedor. Con ello se conocerá que funciones debe cumplir el mismo.

3) Producción

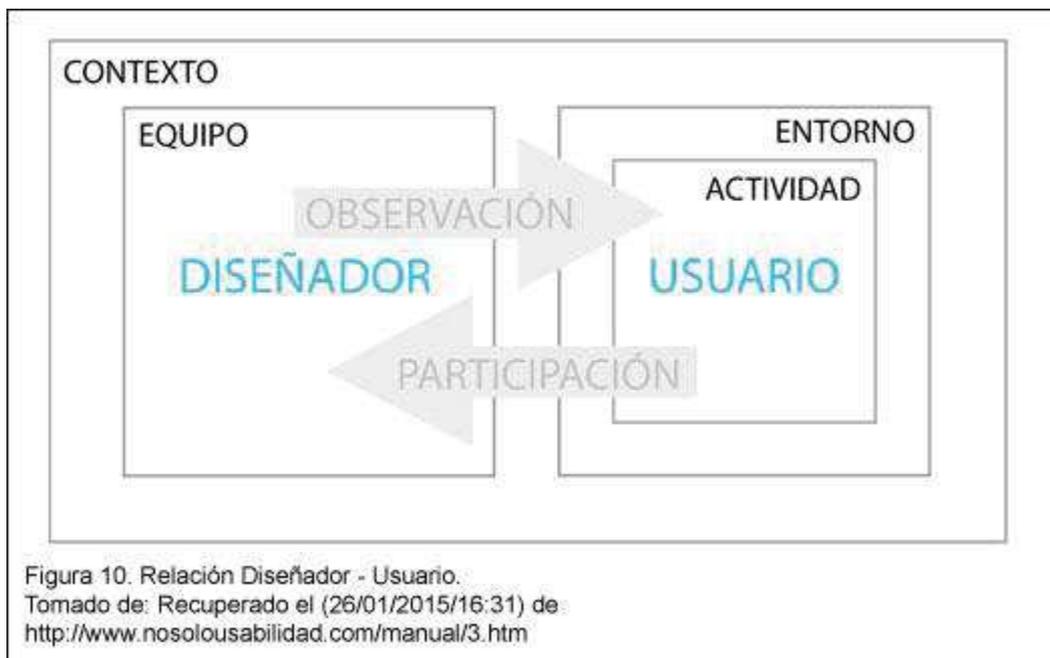
Esta etapa puede subdividirse hasta llegar al resultado final que cumpla con los dos anteriores.

4) Evaluación

Esta etapa verifica el cumplimiento de los objetivos de la creación. Esta etapa es sin duda la más importante ya que se obtiene el resultado final o se replantean errores para corregirlos.



Por otro lado, es importante tomar en cuenta la relación entre diseñador y usuario, ya que es el diseñador a través de la observación e investigación del usuario y su entorno, quien descubrirá las necesidades del mismo y por ende su conducta.



1.4.1.4.3.1.1 Técnicas DCU

- **Test de usuarios**

Esta técnica se basa en la observación del usuario, donde se detectará el comportamiento del mismo, ante una tarea específica. El test de usuario es una evaluación final que busca solucionar problemas y tener un contacto directo, con el uso real que tendrá el producto final.

- **Evaluación heurística**

Esta técnica reúne a varios expertos del tema que analizan y determinan los posibles problemas o fallas del sitio. Se utiliza al experto que conoce sobre el usuario y el producto al detalle.

- **Agrupación de tarjetas**

Esta técnica reúne a usuarios que agrupan “conceptos” que estarán representados en tarjetas, ya sean físicas o electrónicas, por una similitud semántica. En el caso de un sitio web, los participantes pueden delimitar por medio de agrupación de “conceptos” la forma de navegación o incluso el contenido.

- **Eye Tracking o seguimiento visual**

Esta técnica se lleva a cabo con el uso de ciertas tecnologías las cuales dictaminan el movimiento visual que realiza el usuario. Permitiendo conocer datos como: áreas fijas de atención, tiempo de permanencia por área o incluso el orden de visualización.



Figura 11. Mapas de calor sobre tres interfaces diferentes .
 Tomado de: Recuperado el (27/01/2015/15:47) de http://www.nosolousabilidad.com/manual/3_2.htm

- **Etnografía**

Esta técnica se lleva a cabo por medio de la observación del usuario en situaciones reales. En cierta forma se crea una convivencia para investigar a fondo comportamientos del usuario.

- **Entrevistas**

Se obtiene información ya sea del usuario final o de expertos sobre la usabilidad del sitio, o posibles errores que encontraron después de haber tenido un testeo del mismo.

- **Encuestas**

Se hace de manera más masiva y puede ser previo o después de la realización del sitio. En donde se analizan temas de comportamiento, deseo o necesidad y características puntuales del usuario. Son de carácter cualitativo.

1.4.1.4.4 Fase de programación

Para la fase de programación es importante utilizar editores web que faciliten el trabajo y a su vez cumplan con los estándares necesarios, para la optimización de sitios web.

Entre los principales editores web tenemos:

- **Amaya**

“Amaya es una aplicación que sirve como editor de páginas web libre, fue desarrollado por W3C. Sus ventajas son la posibilidad de tener un código sencillo de entender.” (Tortajada, 2014, pp. 57)

- **Dreamweaver**

“Dreamweaver es una aplicación que combina en una misma ventana la edición gráfica y la edición en forma de código. Es el programa con más acogida por su amplia gama de posibilidades y su integración con otras herramientas de diseño gráfico. También integra los estándares del consorcio W3.” (Tortajada, 2014, pp. 60)

1.4.1.4.4.1 Gestores de Contenidos Web

Otras herramientas muy utilizadas para facilitar la fase de programación son los gestores de contenidos web. Estos fueron creados con el fin de facilitar la creación de portales web y la publicación de la información en los mismos.

Los gestores de contenidos web más conocidos son:

- **Drupal**

“Drupal, código fuente abierto distribuido bajo licencia GNU General Public. Procede de un proyecto de un estudiante de una universidad holandesa, Dries Buytaert. El objetivo del proyecto fue proporcionar un mecanismo para Buytaert y sus amigos, con el fin de compartir noticias y acontecimientos.” (Gil, 2012, pp. 2)

“Individuos, equipos y comunidades apalancan las propiedades de Drupal publicando, gestionando y organizando fluidamente el contenido en una diversidad de sitios web, que van desde los blogs personales hasta enormes sitios web o portales de grandes empresas y gobiernos.” (Gil, 2012, pp. 6)

Es necesario recalcar que Drupal es un sistema muy versátil y de fácil aprendizaje por ese motivo está entre los líderes del mercado.

- **Joomla**

“Joomla es un sistema de Gestión de contenidos gratuito para la creación de sitios web. Es un proyecto de software libre, que al igual que la mayoría de estos proyectos está en constante movimiento. Es impredecible, algunas veces indescriptible, parcialmente controvertido, a menudo muy sexi y en algunas ocasiones un poco aburrido. Sin embargo, o quizás debido a estas razones, ha tenido tremendo éxito desde su aparición hace 5 años y cuenta con millones de usuarios del mundo entero.” (Graf, 2012, pp. 16)

“La palabra Joomla es una derivación de la palabra Jumla del lenguaje africano Swahili que significa “todos juntos”.” (Graf, 2012, pp. 16)

Joomla, es el más utilizado hoy en día, ya que es muy fácil empezar a usarlo y crear dinámicos e interactivos sitios web. Está escrito en código PHP lo que hace fácil adaptar a las necesidades de cada uno de sus usuarios.

- **Wordpress**

Wordpress comenzó como una herramienta orientada al desarrollo y creación de blogs, sin embargo hoy en día es uno de los CMS más completos y populares.

Según Aubry (2011, pp. 13), Wordpress el mismo que es de uso libre y gratuito, es la forma más simple y sencilla para trabajar en la creación de portales web.

Esta herramienta ayuda a la organización de la información tanto como a su publicación, sin dejar de lado el diseño y buen gusto a la hora del diseño. Es de fácil manejo no solo para el creador si no para los usuarios.

1.4.1.5 Definición de contenidos

Para definir los contenidos de la web es necesario crear una estrategia de contenidos.

1.4.1.5.1 Estrategia de contenidos

Según Halvorson (2008), el principal objetivo en una estrategia de contenido es usar palabras y datos para crear el contenido inequívoco que apoye experiencias interactivas para que tengan sentido, y para hacerlo de manera efectiva, es necesario ser expertos en la comunicación.

Durante años se ha creído, que el propio contenido lo generan los mismos usuarios y he ahí la interactividad del sitio web, sin embargo, crear una verdadera estrategia de contenidos va más allá de eso. Plantear y delimitar los temas a tratar, hará del sitio más atractivo y su vez que cumpla con los objetivos para los cuales ha sido creado.

Para la creación de un contenido dinámico y atractivo es importante tomar en cuenta que los temas sean los adecuados para el público objetivo. Es necesario entender que el contenido no solo se crea para llenar páginas, si no para llevar al usuario información valiosa en el tiempo indicado. Por otro lado, ese contenido no puede ser estático, porque los intereses cambian por esa razón se debe analizar cómo mejorar el contenido, cambiar o incluso añadir si así fuese el caso.

El contenido es parte de una planificación estratégica para que el usuario encuentre lo que está buscando y no solo es parte del azar colocar audio, imágenes o textos, solo por llenar los requisitos del mismo. Crear contenido que sea relevante es la clave para un sitio exitoso.

Luján (2002, pp. 63-64) afirma, que los contenidos se organizan de tal forma que la ubicación de los mismos a la hora de la búsqueda sea más fácil y ordenada.

Los contenidos se pueden clasificar en dos tipos: comunes y específicos. Se clasifican de esta manera ya que todos los sitios deberían tener ambos contenidos.

Los contenidos comunes como su nombre lo indica son aquellos frecuentes, que se encuentran en casi todos los sitios web, dándole al usuario un orden. Mientras que el contenido específico es aquella información que es propio del sitio web, dándole un toque característico al mismo.

Con estos dos tipos de contenidos lo más recomendable es mostrar la información básica siempre, y la específica presentar al usuario que la solicita.

1.4.1.6 Creación de Experiencia de usuario

1.4.1.6.1 Navegabilidad

Según Luján (2002, pp. 70), la navegabilidad da al usuario dos sensaciones “poca libertad” o “mucho libertad”, entendiéndose así por navegabilidad, la apertura de movimiento que tiene un usuario dentro del sitio, esto también se conoce como navegar.

La navegabilidad del sitio es un factor a analizar con detalle, ya que si no se diseña la misma de tal forma que el usuario la encuentre fácil, esto puede hacer que pierdan el interés y abandonen el sitio. Es por ello importante tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Cuál es el propósito del sitio.
- El contenido.
- La audiencia.
- Que se busca obtener.
- Que busca el usuario obtener.

Según Luján (2002, pp. 70) las más comunes estructuras lógicas son:

- **Estructura secuencial**

En esta estructura la navegabilidad se basa partir siempre desde la página principal y solo puede viajar de adelante hacia atrás.

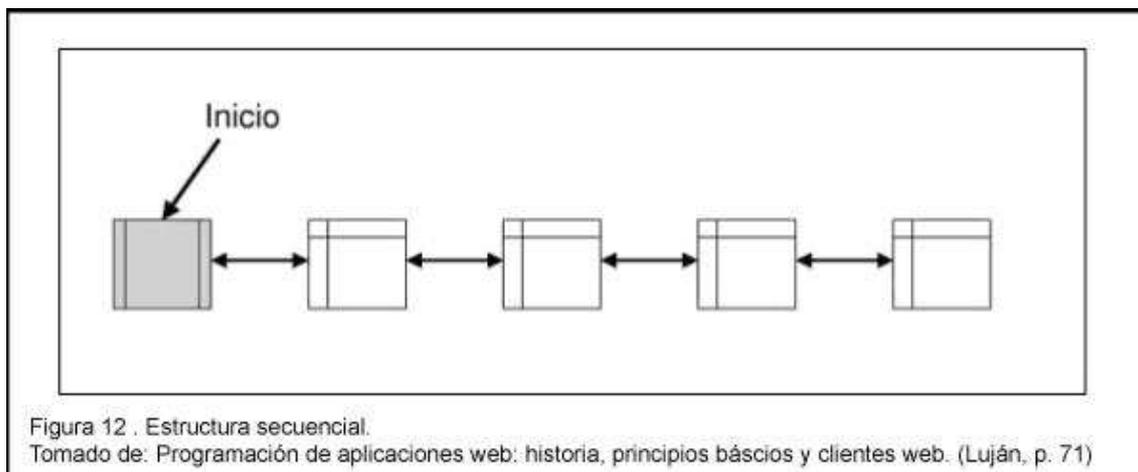


Figura 12 . Estructura secuencial.

Tomado de: Programación de aplicaciones web: historia, principios básicos y clientes web. (Luján, p. 71)

- **Estructura en rejilla**

Esta estructura se utiliza cuando existen estructuras secuenciales paralelas, esto quiere decir que existen distintas versiones o formatos de las páginas.

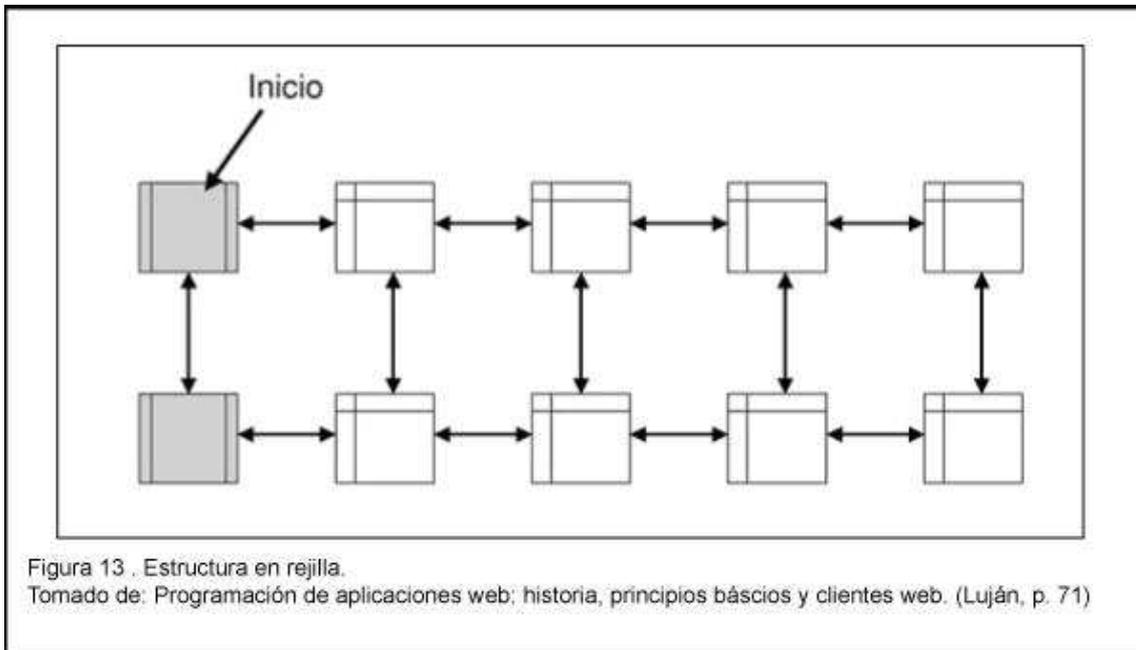
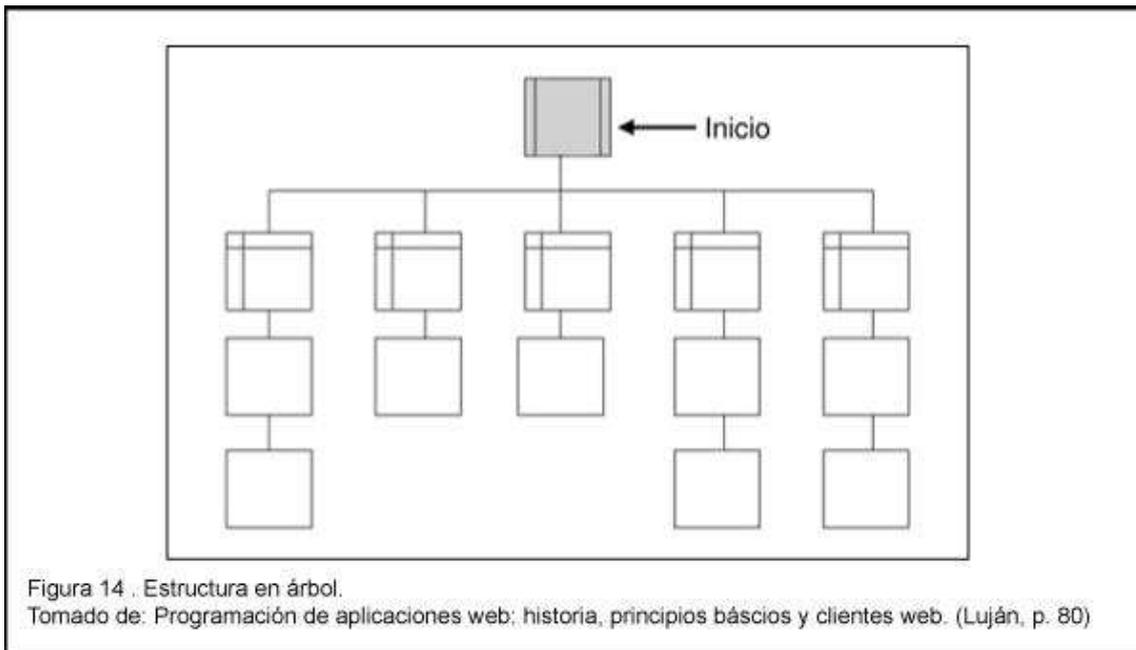


Figura 13 . Estructura en rejilla.

Tomado de: Programación de aplicaciones web: historia, principios básicos y clientes web. (Luján, p. 71)

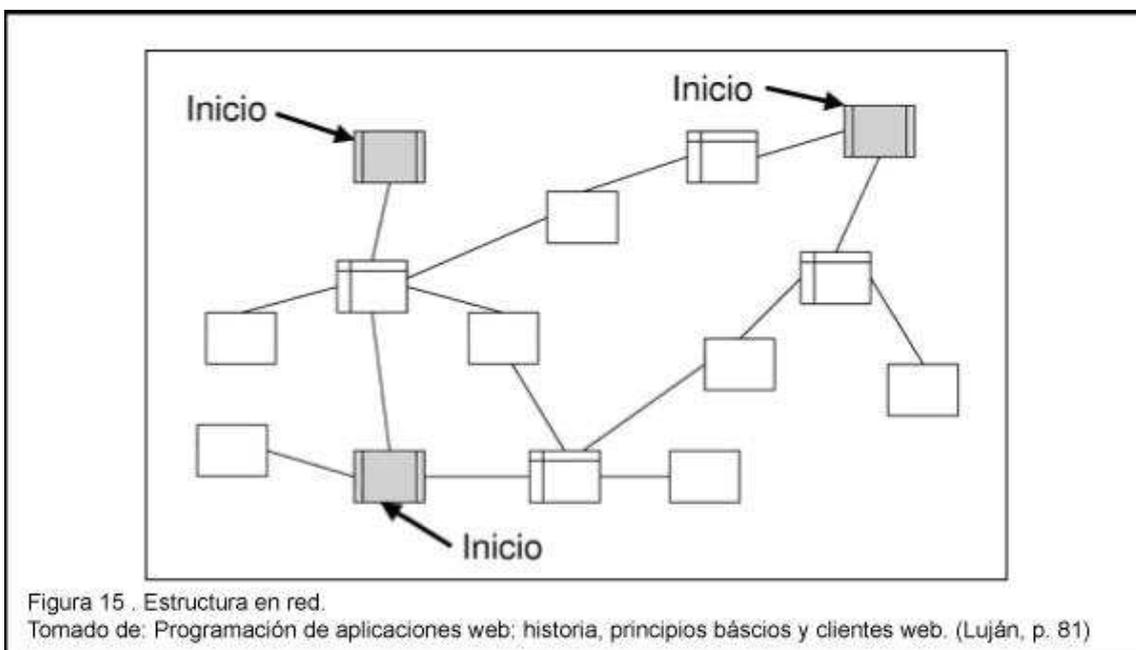
- **Estructura en árbol**

La característica principal de esta estructura es que su contenido está organizado de forma jerárquica con distintos niveles.



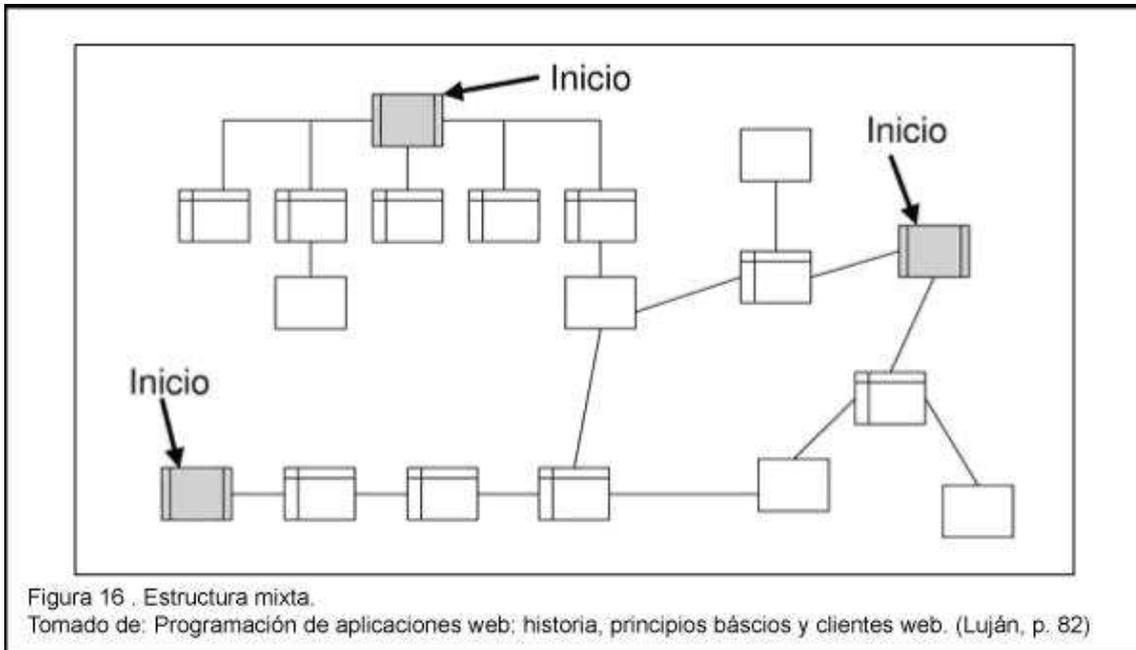
- **Estructura en red**

Esta estructura no tiene un orden específico, las páginas pueden estar enlazadas de indistinta forma.



- **Estructura mixta**

Es una de las estructuras más comunes ya que mezcla las anteriores dependiendo de lo que el sitio busca.



1.4.1.6.2 Usabilidad

La usabilidad es un término que significa facilidad de uso. Hay numerosas definiciones para el término usabilidad.

La usabilidad del sitio vendrá ligada a las funciones que el mismo deba cumplir por ejemplo:

- Buscador Interno
- Base de datos
- Comercio en línea/ sistema de cobro
- Formularios
- Usuarios

Tabla 1. El concepto de la usabilidad.

Concepto de usabilidad	
Usabilidad se refiere a la capacidad de un software de ser comprendido, aprendido, usado y ser atractivo para el usuario, en condiciones específicas de uso	Usabilidad es la eficacia, eficiencia y satisfacción con la que un producto permite alcanzar objetivos específicos a usuarios específicos en un contexto de uso específico.
Consejos de usabilidad	
Conoce al usuario	
Piensa en el usuario	
Conocimientos	
Destrezas	
Ambiente	
Propósito	
Expectativas	
Minimiza la memorización	
Ofrecer un comportamiento predecible	
Usar nombres en vez de números	
Sustituir la entrada de datos por la selección de elementos	
Optimiza las operaciones	
Facilitar la rápida ejecución de las operaciones más comunes	
Respetar la inercia del interfaz	
Reorganizar el sistema en función de la interacción del usuario	
Reducir el esfuerzo de la interacción	
Gestiona los errores	
Ofrecer buenos mensajes de error	
Evitar los errores más comunes	
Deshacer las acciones realizadas	
Redundancia	
Garantizar la integridad de la información	

Tabla 1 . Concepto de usabilidad.
 Información tomado de: Recuperado el (27/01/2015/16:13) de <http://www.nosolousabilidad.com/manual/index.htm>

1.4.1.6.3 Diseño Visual

Para llegar a la Fase del diseño visual es necesario haber recopilado toda la información anteriormente mencionado.

“Esta es la parte más creativa y artística de todo el proceso. El objetivo de esta fase es múltiple:

- Lograr que sea visualmente atractiva.
- Proyectar la imagen deseada.
- Definir la forma en la que se va a transmitir el mensaje de la página y combinar eficazmente el texto con los otros recursos: imagen, sonido, movimiento, etcétera.
- Señalizar de forma clara y agradable la navegación.” (Soriano, 1998, pp. 167)

1.4.1.7 Implementación

1.4.1.7.1 Hosting

Según Puetz (2005, pp. 12) el web hosting es el negocio de proveer espacio de almacenamiento y el acceso para los sitios web. Hoy en día existe un sin número de empresas que brindan este servicio/producto es por ello por lo que la elección del mismo debe ser examinada y analizada, con varios parámetros para alojar el sitio sin complicaciones.

Para una buena elección de un Host es necesario tener en cuenta los siguientes datos:

- Que sea entendible y fácil de usar.
- Ofrezca el soporte técnico necesario para el sitio.
- Preferiblemente que el servidor de Host se encuentre en el país, esto dará un mejor posicionamiento SEO.
- Comprobar el Uptime, esto quiere decir el porcentaje de tiempo que la plataforma o sitio este en línea.
- Las garantías y condiciones de servicio que ofrecen.
- Espacio en el disco duro de almacenamiento.

- Transferencia mensual.
- Escalabilidad, que pueda crecer el plan de alojamiento a medida que el sitio crezca.
- Seguridad.

Actualmente existen 4 tipos de Hosting, el compartido, VPS (Servidor Privado Virtual), el dedicado y en la nube. Estos Cuatro Hosting varían en las especificaciones antes mencionadas y sus precios van entre cuatro dólares a mil setecientos dólares o más.

1.4.1.7.2 Dominio

Según Puetz (2005, pp. 18) el dominio es el nombre único e irrepetible con el cual se identifica un sitio en internet.

“La selección del nombre del dominio es fundamental a la hora de obtener el éxito o el fracaso en él, cada vez más grande, mundo de la internet. Es una tarea delicada y creativa a la que se le debe dedicar tiempo.”

Se aconseja lo siguiente para la elección del dominio:

- Para empezar es importante primero saber la disponibilidad del mismo, para ello se puede consultar en base de datos de dominios como por ejemplo Internic.
- Si es una página comercial el nombre debería estar relacionado con el servicio o producto que se ofrece, empezando por la marca del mismo.
- Debe ser simple, ya que ayudara a que lo localicen.
- Que sea corto. Es recomendable que no tenga más de siete caracteres.
- No utilizar guiones o símbolos que dificulten el ingreso al mismo.
- Para un mejor posicionamiento en buscadores, es recomendable utilizar keywords en el dominio.

- No cambiar con frecuencia el nombre del dominio, para lo que se debe tener en cuenta que estos tienen fecha de caducidad y se debe estar pendiente para la renovación de los mismos.
- La primera opción siempre debería ser con la terminación .com ya que son las más conocidas y utilizadas.
- Es importante registrar el dominio para tener absoluto control sobre el mismo.

Los precios de los dominios varían dependiendo de la disponibilidad en el mercado y de las terminaciones, si es .com, .ec, .org, etc.

1.4.1.8 Promoción de la plataforma web

Según Milán (2007), la promoción web es quizá la parte más importante de la creación de un sitio web o página web, ya que esto dictaminará el éxito o fracaso de la misma. No solo basta con crear el sitio, es necesario atraer los visitantes y así conseguir la fidelización de los mismos.

Entre las técnicas más importantes de promoción web están:

- Posicionamiento en buscadores.
- Uso de base de datos para envío de correos electrónicos personalizados.
- Anuncio en redes sociales.
- Anuncio en medios de comunicación tradicionales.
- Vínculos recíprocos, conseguir en otras páginas web presencia, esto también se lo conoce como Linkbuilding.
- Intercambio de contenido con páginas relacionadas.
- Actualización constante.
- Keywords en titulares y en los nombres de las imágenes.
- Lograr que el tiempo de navegación sea alto.

Al combinar estos consejos de una manera eficaz se logrará que la página se posicione y se promocioe.

Hoy en día una de las técnicas más utilizadas sin duda es el posicionamiento en buscadores. Según Pereda (2012), existen tres estrategias para posicionarse en buscadores:

1) SEO Search Engine Optimization

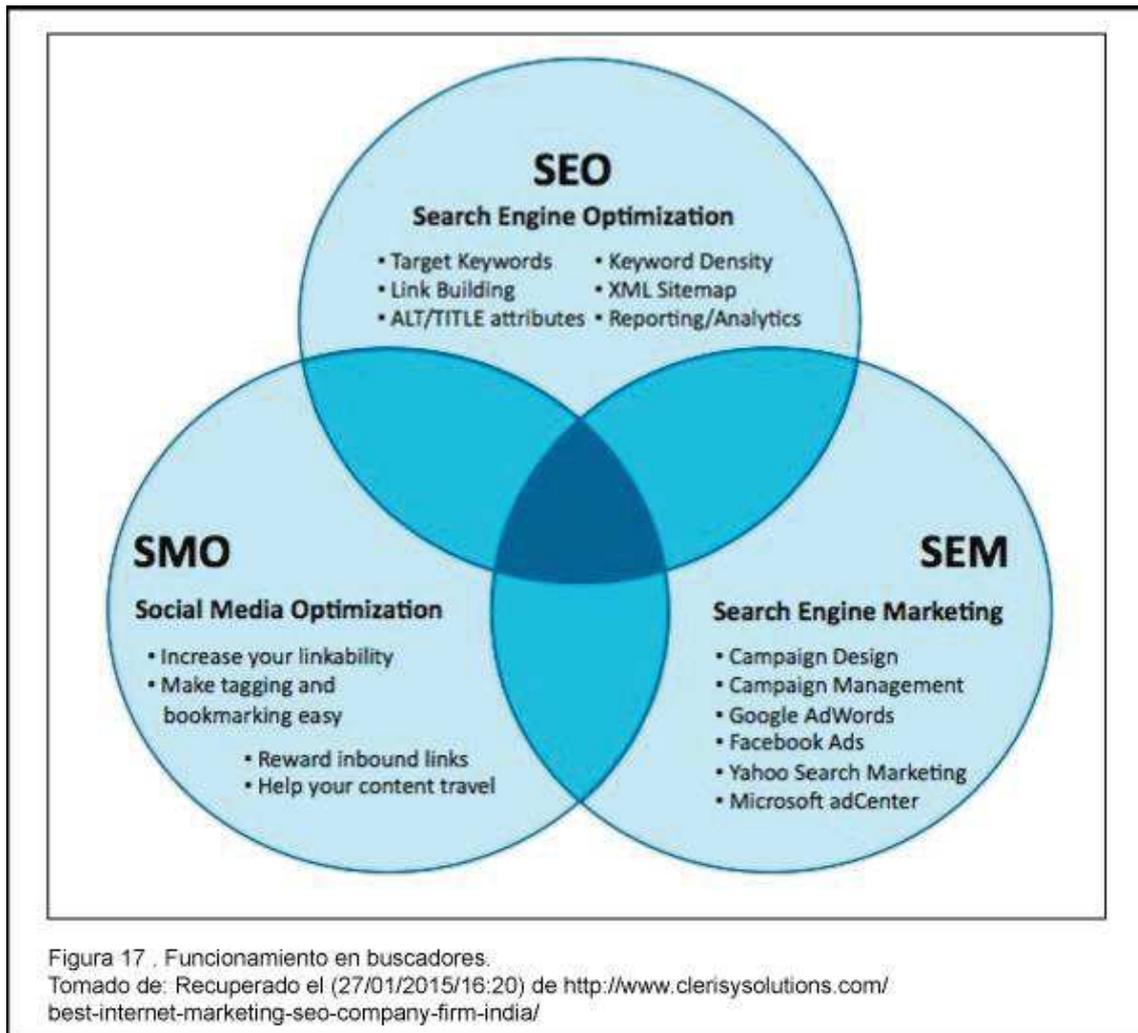
Esta técnica busca aparecer en las primeras posiciones de buscadores de forma gratuita, a través del correcto contenido.

2) SEM Search Engine Marketing

Esta técnica es por medio de paga, es una forma de anunciarte en Google y estar dentro de las primeras páginas.

3) SMO Social Media Optimization

Esto es tarea del community manager y se busca optimizar las estrategias del marketing virtual, redes sociales y comunidades afín.



1.4.1.8.1 Casos de éxito

Hoy en día la comunicación en la web es una herramienta muy valiosa, con la cual se puede llegar a millones de personas a un bajo costo si se utiliza y promociona de manera correcta, tomando en cuenta el diseño, objetivos, medios, etc.

A continuación se presentan casos de éxito de distintos tipos que marcaron relevancia por distintos motivos en la web:

#Tweetbalas

Esta iniciativa digital nace entre Ogilvy & Mather México y el Museo Memoria y Tolerancia, buscando erradicar la discriminación, sobre todo en jóvenes.

A partir de varias investigaciones, se conoce que más de un 30 % de mexicanos se sienten discriminados por distintos motivos sociales, ya sea su posición económica, género, religión, apariencia física, entre otras, y las redes sociales no son la excepción. Es muy común encontrar #hashtag o etiquetas discriminatorias que muchas veces llegan a ser trend topic en Twitter.

Por ello se realizó una idea de contenido para el Museo Memoria y Tolerancia, que buscaba poner al tanto de esto a los mexicanos, e incentivar la diversidad.

La Universidad Autónoma de México desarrolló una instalación gráfica y un micro sitio, que buscaba mostrar la discriminación en tiempo real. La instalación contaba con una pistola de pintura, conectada a Twitter, la cual disparaba a la palabra “México” de colores rojo y verde cuando existían más de 20 tweets discriminatorios. Al mismo tiempo, en www.tweetsbala.com la gente podía navegar y ver la discriminación en tiempo real, mientras que los responsables de los mismos eran expuestos con sus tweets.

En menos de 18 horas después del lanzamiento el #tweetbalas había sido mencionado más de dos mil veces, teniendo un alcance a más de 11 millones de usuarios. Tweetbalas logró ser tema de debate nacional siendo mencionado por los más importantes medios de comunicación y líderes en México.

Para el día del lanzamiento de “tweetbalas”, una valoración de la publicidad gratuita realizada superaba los 800,000 dólares.



Web Awards

Desde 2007 se realiza un concurso mundial para reconocer la excelencia del desarrollo web, anualmente un grupo selecto de jueces expertos en la materia califican factores como: diseño, interactividad, tecnología, contenido, innovación, redacción y la facilidad de uso para el público objetivo. Los premios que otorga esta organización son los siguientes:

- **Best of Show Web Site:**

En esta categoría solo existe un ganador y es el más alto reconocimiento a recibir, el ganador es seleccionado por un selecto grupo de experimentados jueces que dan su puntuación a cada sitio.

El ganador del 2014 fue <http://www.pillcamcrohns.com/> con un sitio innovador y dinámico que explica de una forma muy creativa la funcionalidad de la Pill Cam (Pastilla con una cámara interna).



Figura 19 . Ganador 2014 del Best of Show Web Site.
Tomado de: Recuperado el (28/01/2015/11:48) de <http://www.pillcamcrohns.com/>

- Best Web Site of Industry

Esta categoría premia a los mejores sitios de la industria, esto quiere decir que se compite con los sitios inscritos en la categoría de la industria. Actualmente se evalúan 96 industrias.

Un ejemplo de los ganadores del 2014 es IceLandair, una aerolínea que gana el premio a mejor sitio web de su industria, compitiendo con marcas como American Airlines, Taca entre otras.

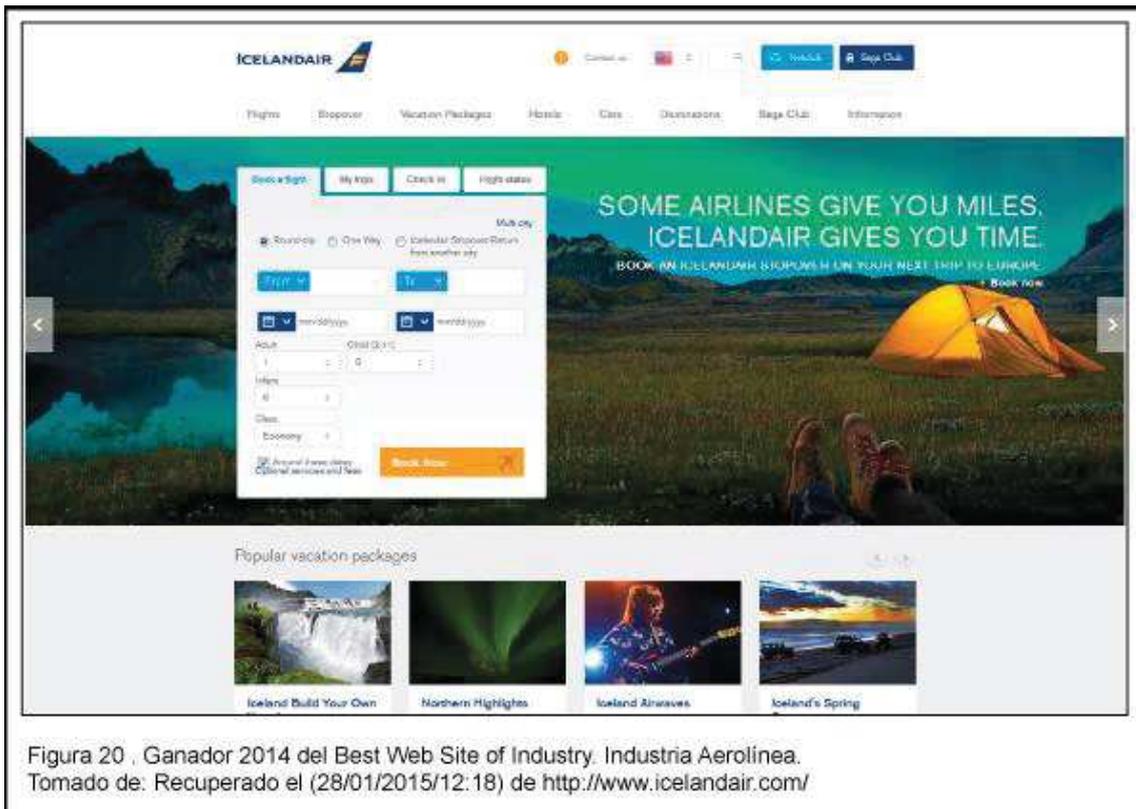


Figura 20 . Ganador 2014 del Best Web Site of Industry. Industria Aerolínea.
Tomado de: Recuperado el (28/01/2015/12:18) de <http://www.icelandair.com/>

- Outstanding Web

Outstanding Web es un reconocimiento por aquellos trabajos por encima y más allá del estándar de excelencia. Las entradas que tengan una calificación de 60 puntos o por encima, pero no son seleccionados como la mejor de la industria recibirán un certificado WebAward personalizada reconociendo su logro.

Un ejemplo de este reconocimiento lo ganó Halekunani, perteneciente a la industria hotelera.



Figura 21 . Ganador 2014 del Outstanding Web . Industria hotelera.
Tomado de: Recuperado el (28/01/2015/12:33) de <http://www.halekulani.com/>

1.4.1.9 Mantenimiento y actualización

Según Arostegui (2013), el mantenimiento y actualización de una página es quizá la etapa más dura del proceso, ya que sin un constante monitoreo y supervisión del sitio web este puede fracasar y dejar de cumplir los objetivos para lo que fue creado.

El mantenimiento y actualización de todo sitio o página web empieza en el momento de su lanzamiento y termina cuando se lo da de baja, es por ello importante analizar que partes necesitan un mantenimiento continuo:

- **Mantenimiento de enlaces**

Mantener los enlaces actualizados y comprobar que los mismos estén vigentes, ya que con el tiempo pueden cambiar y perder la conexión con páginas enlazadas.

- **Mantenimiento de contenido**

El contenido si no es actualizado por el propio usuario debe ser modificado de acuerdo con el propósito del sitio, buscando siempre ser del interés del usuario para mantener fiel y conectado.

- **Mantenimiento de Software**

Dentro de la web las aplicaciones y sistemas varían constantemente en busca de mejoras y mayores seguridades es importante siempre estar en la tendencia para así tomar medidas convenientes para el sitio o página web.

- **Mantenimiento de diseño**

La innovación en el diseño del sitio los mantiene frescos y modernos, la estética del sitio puede ser determinante a la hora de atraer nuevos usuarios, por eso es importante mantenerse a la vanguardia e innovar con las tendencias de la actualidad.

CAPÍTULO II

Crowdsourcing y Crowdfunding.

2.1 ¿Qué es crowdsourcing?

Actualmente el término crowdsourcing tiene muchos significados y derivaciones, para comprenderlo mejor es importante dividirlo. Crowd, significa multitud y sourcing que proviene del verbo source que significa obtener de una fuente en particular. Por una simple división crowdsourcing significa obtener algo en particular de la multitud.

Actualmente Jeff Howe es conocido como el padre del término crowdsourcing. Según Jeff Howe (2008), crowdsourcing es el acto de tomar un trabajo tradicionalmente realizado por un agente designado y transformarlo a la externalización, a un grupo indefinido de personas mediante una convocatoria abierta.

Para Jeff Howe (2008) crowdsourcing también es la aplicación de los principios de código abierto a los campos fuera del software.

Según Brabham (2013), para todo planteamiento de crowdsourcing es importante tomar en cuenta que deben existir los siguientes puntos:

- Una empresa u organización que pide por el reto o tarea.
- Una multitud o comunidad dispuesta a realizar el reto de manera voluntaria
- Mutuo beneficio de la comunidad y de la organización.
- Vía on line de planteamiento del reto.

Según Howe (2008) crowdsourcing trabaja contrariamente a la sabiduría convencional, ya que el ser humano no siempre se rige bajo el patrón de puro

interés. Con el crowdsourcing se comprueba que el ser humano no solo trabaja por dinero si no por la colaboración.

La colaboración es la principal motivación para el crowdsourcing, el ser humano siente un enorme agrado de compartir sus talentos o de simplemente pasar sus conocimientos y, más aún, si se tratan de proyectos para el desarrollo y evolución.

La clave principal para que funcione el crowdsourcing, no se basa en aprovecharse de la multitud y querer solo su beneficio sin un costo, es necesario un profundo compromiso con la multitud involucrada y una evolución conjunta.

Según la teoría psicológica de Maslow, existen 5 necesidades importantes en el ser humano, una de ellas es la necesidad de pertenecer a un grupo o comunidad y la otra la necesidad del reconocimiento. Crowdsourcing, si es bien aplicado y trabajado con la comunidad, puede llegar a satisfacer estas dos necesidades del ser humano ya que formas parte de la comunidad, de un grupo que busca el mismo objetivo y por otro lado recibes un reconocimiento ya sea monetario o no por el desempeño del mismo.

2.1.1 Conceptos similares a crowdsourcing

Según Schenk y Guittard (2011), crowdsourcing es un término reciente, por lo que su definición exacta se ha visto constantemente debatida y confundida con distintos conceptos que se relacionan sin embargo son diferentes.

2.1.1.1 Open Innovation

Open innovation o innovación abierta propone que en un mundo de conocimiento distribuido, las empresas no solo deben confiar en su propia investigación y desarrollo, sino también en la cooperación con profesionales

externos. La primera diferencia con crowdsourcing es que la innovación abierta se centra solo en los procesos de innovación, mientras que crowdsourcing no lo hace. La segunda diferencia es que innovación abierta describe principalmente los flujos de conocimientos entre empresas, mientras que crowdsourcing se refiere a los vínculos entre la empresa y la multitud como un gran conjunto de individuos anónimos.

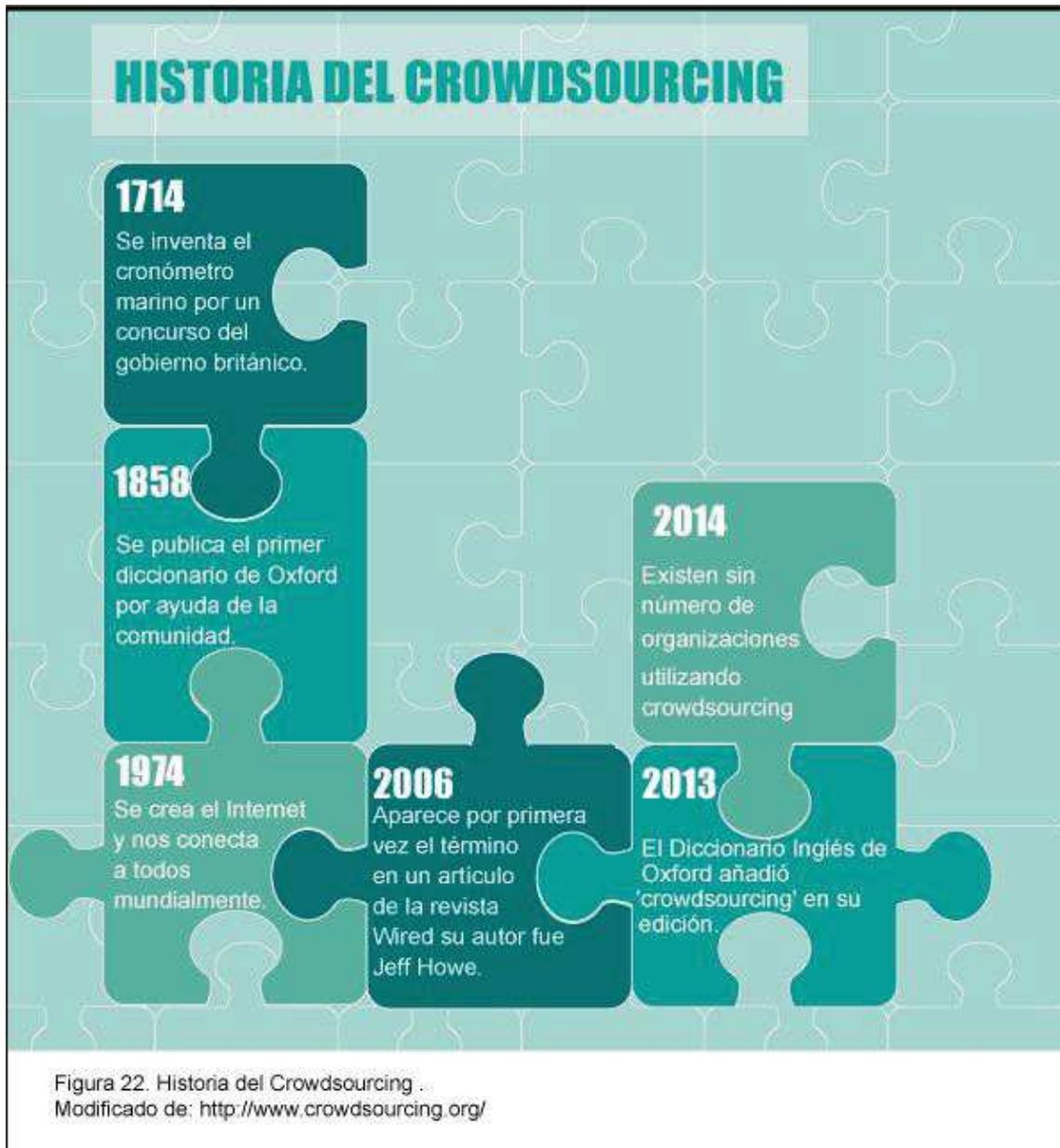
2.1.1.2 User Innovation

User innovation o innovación de usuario propone que los usuarios son contribuyentes activos en el proceso de innovación. La innovación es impulsada por los propios usuarios que tienen necesidades puntuales y que están dispuestos a asumir parte de los costos y los riesgos asociados a la innovación. La confusión entre el Usuario Innovación y crowdsourcing parte del hecho de que los usuarios pueden ser parte de la multitud, sin embargo, son muy diferentes ya que crowdsourcing propone que la multitud cumpla una tarea específica, bajo condiciones específicas y no implica retroalimentación de los clientes en el proceso de innovación.

2.1.1.3 Free-Libre-Open Source Software (FLOSS)

FLOOS significa Software de Código Libre, permite evitar errores de interpretación entre dos softwares. Crowdsourcing y FLOSS se basan en la idea de que el conocimiento y las competencias se distribuyen, sin embargo, en crowdsourcing las empresas suelen hacer uso tradicional de los derechos de propiedad intelectual, mientras que el software libre hace que el uso de las licencias Copyleft.

2.2 Historia de crowdsourcing



No existe un hallazgo puntual de cuando empezó el crowdsourcing, ya que mucho tiempo atrás se usaba el método de buscar ayuda a la comunidad para retos o problemas puntuales. Por ejemplo, en 1714 navegar era necesario, sin embargo, era muy peligroso por lo que el gobierno británico organizó un concurso en el cual pedían al público en general por una solución. Jhon Harrison, invento el reloj marítimo ganando así una importante suma de dinero.

Ejemplos como estos se encuentran a lo largo de toda la historia de la humanidad, es por ello por lo que no podemos hablar con precisión de cuando empezó, sin embargo, no fue hasta el 2006 que Jeff Howe publica un artículo para la revista Weird llamado “The Rise of Crowdsourcing” en español “El ascenso del Crowdsourcing” que se conoce del término, siendo esta la primera vez en aparecer.

El artículo de Howe (2006) “El ascenso del Crowdsourcing” cuenta la historia de Claudia Menashe. Ella necesitaba fotografías para un proyecto en el Museo Nacional de la Salud en Washington. En lugar de contratar un fotógrafo que realice el trabajo para tomar fotografías de personas que sufren de la gripe, Menashe decidió utilizar preexistentes imágenes.

El museo como tal no constaba de un presupuesto extenso para este proyecto, por lo que necesitaba acortar presupuesto sin afectar el resultado del mismo. En octubre del 2004, Menashe se contacta con un fotógrafo de Manhattan Beach, el mismo que le propone las fotografías por un precio de \$600 dólares, siendo esto la mitad de lo que cobraba el fotógrafo. Al día siguiente de cerrado el acuerdo con el fotógrafo, Menashe suspende el acuerdo comentándole que encontró un sitio llamado iStockphoto en donde encontró imágenes a precios muy asequibles. El mismo día, Menashe adquirió la licencia de 56 imágenes a través de iStockphoto, por alrededor de \$ 1 cada una.

iStockphoto, surgió a partir de intercambio libre de imágenes utilizado por un grupo de diseñadores gráficos. En la actualidad, el sitio tiene más de 22.000 colaboradores cobrando entre \$ 1 y \$ 5 por imagen, y atrae a un sin número de aficionados que no necesariamente viven de este negocio.

En el artículo Howe afirma: “El trabajo no siempre es gratis, pero cuesta mucho menos que el pago de los empleados tradicionales. No es la externalización; es el crowdsourcing”, siendo así la primera vez en mencionar el término como tal.

2.2.1 Jeff Howe

Jeff Howe, periodista desde hace más de 15 años ha escrito para muchas revista. En junio de 2006 publicó "El ascenso del Crowdsourcing" en la revista Wired, siendo el primero en utilizar el término que hoy en día tanto uso tiene.

Actualmente vive en Brooklin, con su esposa y dos hijas. Desde su gran acierto en el 2006, no ha dejado de escribir sobre el fenómeno en su blog, crowdsourcing.com, el cual tiene gran acogida e interés. En septiembre del 2008, publicó su libro sobre el poder las masas y el futuro de los negocios.

Howe ha viajado por casi todo el mundo y ha escrito historias que van desde la inminente crisis del agua en Asia Central a las consecuencias de las patentes de genes.

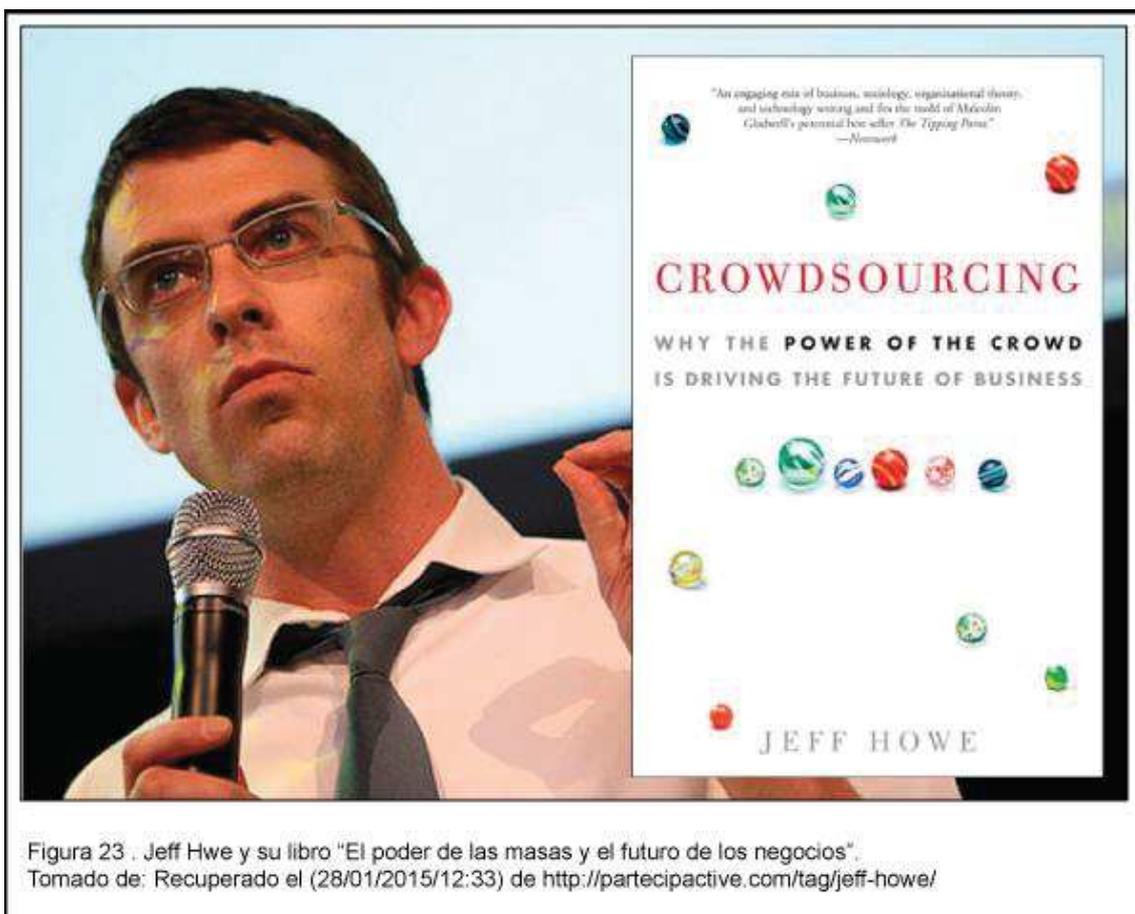
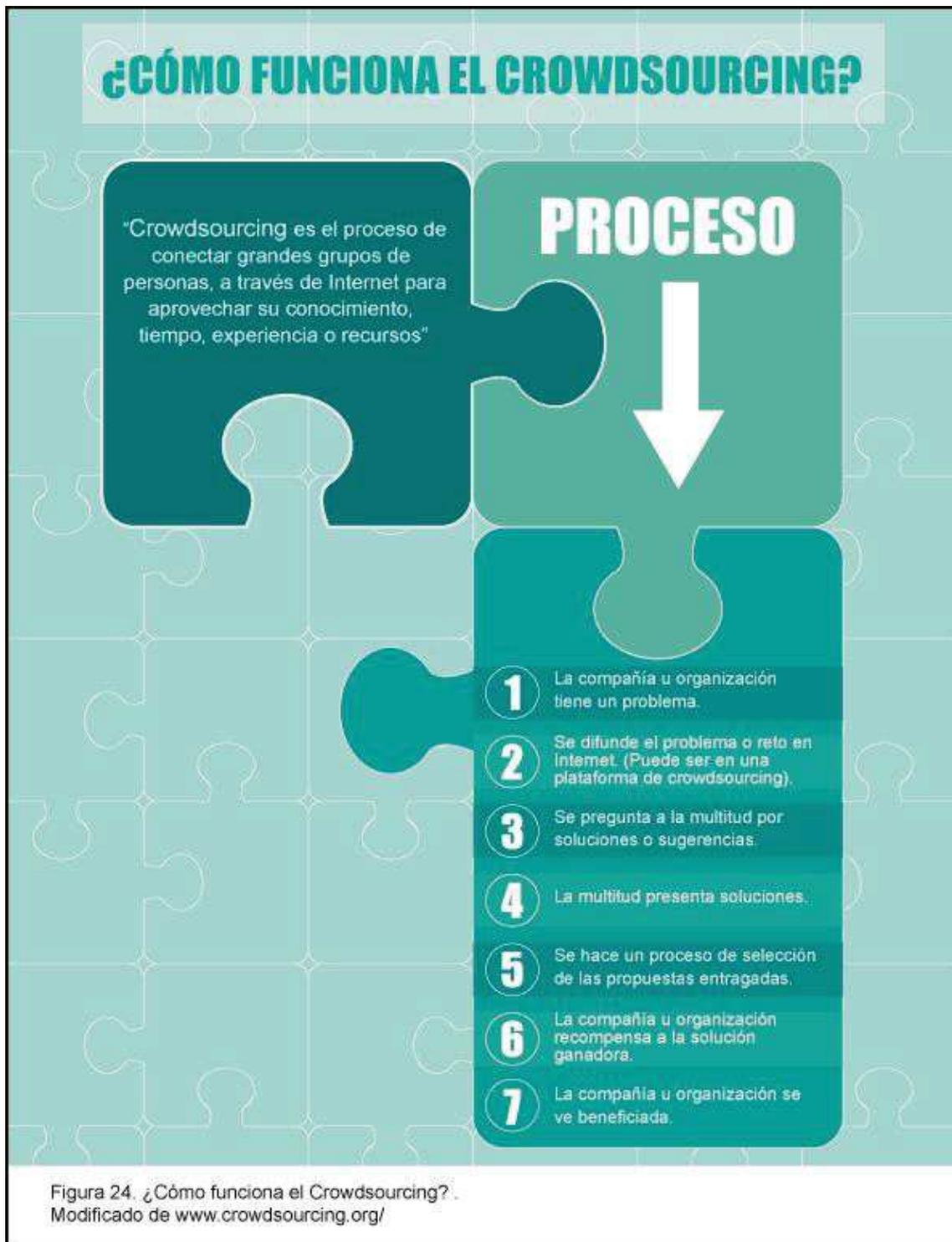


Figura 23 . Jeff Hwe y su libro "El poder de las masas y el futuro de los negocios".
Tomado de: Recuperado el (28/01/2015/12:33) de <http://participactive.com/tag/jeff-howe/>

2.3 ¿Cómo funciona crowdsourcing?



2.4 Características de crowdsourcing

Según Schenk y Guittard (2011), las principales características del crowdsourcing son:

- 1) Una empresa u organización con un problema o reto. Es importante entender que existen tres tipos de tareas que se puede ofrecer al público:

- **Tareas simples**

No requiere una alta participación. Cuando las tareas simples se refiere, el valor añadido de crowdsourcing no se deriva de las capacidades individuales, sino de la realización a bajo coste de las tareas a gran escala.

- **Tareas complejas**

Las tareas complejas son aquellas que requieren de habilidades, experiencia y conocimientos específicos para lograr la resolución de problemas puntuales. Al poner estas tareas complejas a la solución de la multitud existe mayor probabilidad de encontrar una solución a algunos problemas, y más opciones para elegir.

- **Tareas creativas**

Este tipo de tareas fueron las primeras en utilizar el crowdsourcing por medio de concursos de fotografía y diseño. Tareas creativas se refiere a casos en los que la creatividad y la originalidad tienen un valor muy alto. El punto para la empresa cliente es no tener un problema resuelto, sino que se beneficie del poder creativo de la multitud.

- 2) Una plataforma de intermediación para el vínculo entre las empresas y las masas. Esto sirve como un facilitador crowdsourcing. Internet permite de dos vías y la comunicación pública. Esta comunicación permite que

las empresas expresen sus necesidades y los individuos que componen la multitud para responder a estas necesidades.

- 3) Los individuos dispuestos a participar voluntariamente ya sea con habilidades, conocimientos o experiencia en la búsqueda de soluciones para empresas u organizaciones.

2.5 Ventajas y desventajas del crowdsourcing

Ventajas

- El costo de crowdsourcing varía dependiendo de las tareas, pero siempre será menor, ya que tener a una multitud dentro de una empresa trabajando para una solución de un problema sería sumamente costoso. Además, de que las personas que participan en el crowdsourcing casi siempre son aficionados o estudiantes que lo hacen en su tiempo libre.
- Crowdsourcing conecta negocios con su público y con los consumidores.
- Al tener a tantas personas trabajando sobre una idea, problema o reto la calidad de la solución será siempre mayor a tener a solo una persona a cargo de la misma. Las ideas serán innovadoras y abarcaran distintos ámbitos creativos que una sola persona no lo hubiese logrado.
- Existe menos dependencia con ciertos proveedores, ya que las tareas no se subcontratan, por ende menos riesgo de dependencia.

- Al ser una participación voluntaria de la multitud no existen jerarquías, contratos o restricciones, por lo que cada uno tiene autonomía para cumplir la tarea requerida.

Desventajas

- Al ser el crowdsourcing una participación voluntaria, se puede tener problemas para llegar al número de personas requeridas para cumplir el reto o tarea. Puede no lograrse una masa crítica ya que no se garantiza las contribuciones.
- Si el planteamiento inicial de la solicitud no es lo suficientemente clara, no se van a obtener resultados satisfactorios. Al no existe un proceso de retroalimentación para los participantes, es importante ser claro desde un inicio.
- Crowdsourcing hace bajar el valor de mercado de los productos y los servicios profesionales, lo que permite a los aficionados a competir en el mercado, pero cerrando oportunidades para profesionales capacitado que tienen un precio más alto.
- A menudo, los proyectos crowdsourcing tienen una muy poca remuneración o nula para los participantes, lo que puede conducir a dificultades en el proyecto o la sostenibilidad empresa y la lealtad del consumidor.

2.6 Ejemplos históricos

A lo largo de los años muchas empresas, organizaciones e incluso fundaciones han utilizado el crowdsourcing para distintos motivos, a continuación algunos de los ejemplos más relevantes:

Coca Cola

Coca-Cola es una de las empresas que más métodos de crowdsourcing ha utilizado, desde comerciales de televisión ayudados por las masas hasta su propia plataforma de crowdsourcing, esta marca entiende el poder del consumidor sobre su marca y se ayuda de la comunidad para la comercialización de sus productos de manera más efectiva.

destapa la felicidad *Coca-Cola* Otros Marcas Otros países

Coca-Cola - Volvámonos Locos More info

YO PONGO COLUMPIOS EN TODOS LADOS

Así como ellos **Volvámonos lo** con actos de b ¡Uná

¿Ya sabes cómo vas a **cambiar** el mundo?

Únete

Cada día se unen más locos

Coca-Cola on Facebook

Like 56,897,984

Figura 25 . Campaña Coca Cola "Volvámonos locos". Tomado de: Recuperado el (28/01/2015/16:03) de <http://blog-de-marketing-online.com/wp-content/uploads/2013/01/cocacola-volvamonos-locos.jpg>

En México, creo la campaña llamada “volvámonos locos”, una actividad que propone que la comunidad publique actos de bondad que sean factibles de realizar y que ayude a la sociedad a ser más feliz. Coca-Cola busca llevar su campaña «Destapa la felicidad» un paso más allá, dejar de ser un lema publicitario a una realidad creada por los propios consumidores.



Figura 26 . Campaña Coca Cola “Volvámonos locos”,
Tomado de: Recuperado el (28/01/2015/16:03) de <http://urbancom.co/ar/ver-coca-cola-presenta-su-nueva-campania-volvamonos-locos-391>



Figura 27 . Campaña Coca Cola “Volvámonos locos”,
Tomado de: Recuperado el (28/01/2015/16:03) de <http://urbancom.co/ar/ver-coca-cola-presenta-su-nueva-campania-volvamonos-locos-391>

A través de una plataforma propia de Coca-Cola los participantes postean su idea y como quisieran llevarla a cabo, la gente que desea apoyar la causa se anota a la misma y en Navidad los proyectos más apoyados se llevaran a cabo, para traer algo más que una bebida a la sociedad.

Esta es una marca que no solo se ve beneficiada de la multitud, sino que ayuda a la multitud utilizando el mismo recurso que es la ayuda de la gente para cumplir una labor.

TripAdvisor

TripAdvisor fue creado en el 2000 con el objetivo de permitir a los usuarios planificar su viaje perfecto. TripAdvisor funciona a través de los consejos y comentarios de otros viajeros dando así puntuaciones a los hoteles, restaurantes, entre otros.



TripAdvisor permite a los usuarios y consumidores utilizar el intercambio de información para resolver problemas, como la planificación de viajes, utilizando contenidos crowdsourced para viajar, haciendo de la experiencia de planificar vacaciones de una elección personal a una discusión colectiva.

TripAdvisor también permite a los dueños de los distintos hoteles, hosterías o incluso aerolíneas de saber la opinión de la gente sobre su servicio o su permanencia en cada local, logrando anticiparse a las necesidades de los clientes o simplemente mejorando.

Wikipedia

Wikipedia es una enciclopedia libre, basada en un modelo multilingüe abiertamente editable. El nombre Wikipedia parte de Wiki que significa una tecnología para crear sitios web de colaboración, y se basa en las colaboraciones de gente voluntaria que escribe artículos que luego de ser revisados y analizados son posteados en la web.

Wikipedia puede ser uno de los pioneros de crowdsourcing, empezó en el 2001, cuenta con más de 17 millones de artículos escritos en colaboración por la comunidad y es el sitio de referencias más populares en Internet.

2.7 Plataformas existentes

Según la organización de crowdsourcing, existen actualmente más de 2,800 plataformas de crowdsourcing y se dividen dependiendo la función que cumplen.

2.8 Modelos de crowdsourcing

Según la organización de crowdsourcing, existen los siguientes modelos de crowdsourcing:

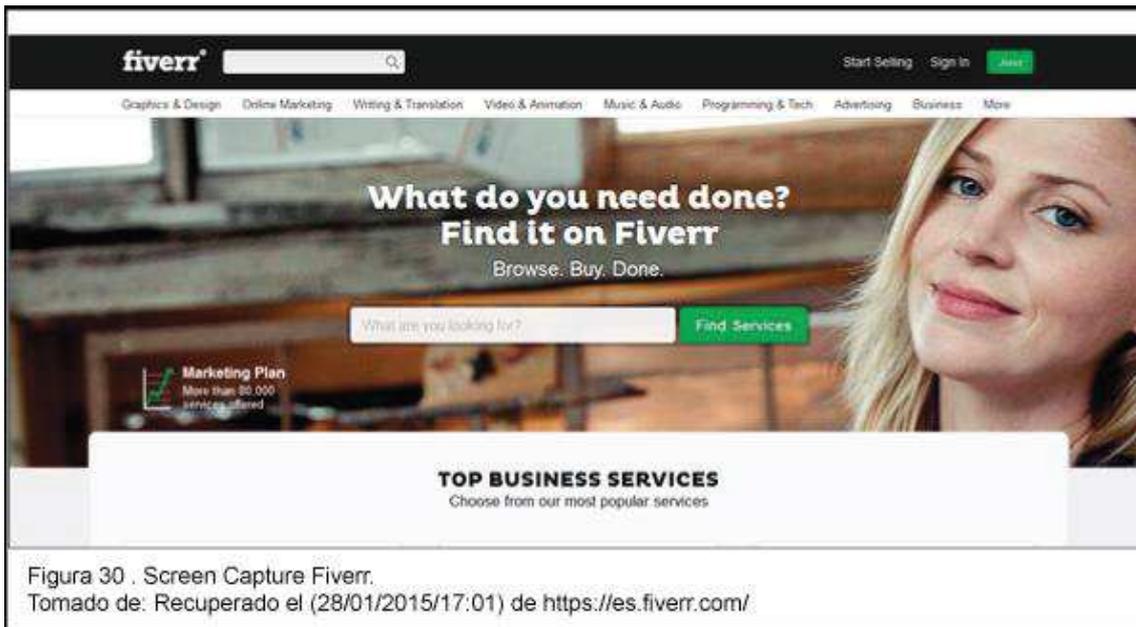
Cloud Labor

Según la organización de crowdsourcing, Cloud Labor o Nube de trabajo es una mano de obra virtual, disponible para cumplir tareas de todo tipo, desde muy simples hasta complejas. Es una forma de crowdsourcing ya que a través de la multitud se ayuda a empresas a cumplir con sus tareas. Cloud Labor se utiliza para conectar la demanda con la oferta de trabajo existente, llamando así a la multitud como trabajadores virtuales.

Sin duda esta técnica de contratación abarata los costos de mano de obra y abre una gran competitividad en la nube de trabajo. La oferta es abundante y se encuentra disponible a través de plataformas especializadas.

Actualmente existen muchos canales para acceder a la nube de trabajo, dependiendo la naturaleza del trabajo o incluso las habilidades requeridas. La plataforma más utilizada es Fiverr.

Fiverr es una popular red social, donde se puede comprar, vender o intercambiar servicios con un previo pago de 5 dólares. En estos sitios son clave la simplicidad y la acogida de los usuarios e importantes compañías.



Open innovation

Open innovation es el uso de fuentes fuera de la entidad o grupo para generar, desarrollar e implementar ideas. Es una forma de crowdsourcing ya que por ayuda de la multitud la empresa u organización busca nuevas ideas o incluso investigación para mantener una ventaja competitiva frente al resto.

Un ejemplo claro de Open innovation lo hizo la empresa de entretenimiento Netflix, la cual proporciona películas y series de televisión mediante tarifa mensual por medio de Internet.

En el 2006, Netflix planteó el reto de mejorar en un 10 % el sistema de recomendación de películas, ofreciendo al ganador un premio de \$ 1 millón de dólares. El concurso atrajo a más de 40.000 equipos de 186 países, dando como resultado un grupo ganador, tres años después. Para Netflix el premio fue una buena inversión ya que logro superar el 10 % de mejora en su sistema y aumento su tasa de retención de clientes.

Collective Creativity

Es la ayuda de la multitud para diseñar y desarrollar en línea de miles de productos y conceptos originales, como la fotografía, la publicidad, el cine, la producción de video, diseño gráfico, ropa, bienes de consumo y conceptos de marca. Es el uso de la creatividad de la multitud.

Actualmente existe un sin número de plataformas que ofrecen el trabajo de diseñadores, fotógrafos o creativos a precios muy asequibles, creando una fuerte competencia en el ámbito creativo.

Uno de los pioneros en este aspecto fue iStockphoto, que empezó en el 2000 como un sitio web de intercambio libre de imágenes utilizado por un grupo de diseñadores gráficos. Este también fue el primer ejemplo utilizado por Jeff Howe (el creador del término “Crowdsourcing”), para su artículo en la revista *Weird*.

Community Building

“Desarrollo de las comunidades a través de la participación activa de los individuos que comparten comunes pasiones, creencias o intereses.” (Esposti, 2011)

Crowdsourcing puede utilizarse para aumentar el compromiso de la audiencia y construir lealtad a través del diálogo en línea con los clientes o de una población más amplia. También se puede aprovechar para ofrecer un foro donde las opiniones y comentarios pueden ser compartidos, las ideas se pueden generar, y recibir retroalimentación sobre productos y servicios.

Civic Engagement

“Las acciones colectivas que abordan temas de interés público.” (Esposti, 2011)

El crowdsourcing se puede aprovechar para iniciativas sociales tales como programas de la comunidad, la producción social, de organización del grupo, aspectos medioambientales, la medicina, el gobierno y la política, y la religión.

Se trata de aplicaciones no comerciales de crowdsourcing donde los individuos o grupos se invierten en mejorar las vidas de los demás y en el intercambio de información sobre las creencias, pasiones y causas.

Collective Knowledge

“El desarrollo de los activos de conocimiento o los recursos de información de un grupo distribuido de contribuyentes.” (Esposti, 2011)

Crowdsourcing se utiliza para desarrollar, agregar y compartir conocimientos e información mediante procedimientos abiertos, los sistemas de conocimiento generados por los usuarios, noticias, periodismo ciudadano, y la previsión.

Crowdfunding

Según Esposti (2011) son aquellas aportaciones económicas realizadas vía internet para diferentes causas. Todas estas aportaciones pueden ser donaciones, inversiones, préstamos, entre otras.

Tabla 2. Taxonomía de crowdsourcing.

Nivel de la categoría	Sub-Nivel de categoría
Open innovation	Diseño Optimización Generación de ideas
Comunnity Building	Compromiso de marca Compromiso de cliente Compromiso de empleado Fans y seguidores
Collective creativity	Publicidad Arte Audio/video Apariencia Branding Cine Fotografía Literatura
Civic Engagment	Caridad Educación Medio ambiente Desastres naturales Problemas sociales Gobierno y política Comunidades locales Voluntariado Religión
Colective Knowledge	Periodismo Ciencia Mapeo Salud Turismo Traducción Historia
Crowdfunding	Donaciones Inversiones Préstamos
Cloud Labor	Micro tareas Grandes tareas Freelance

Tabla 2. Taxonomía de Crowdsourcing .
 Información tomada de: Recuperado el (27/01/2015/17:25) de <http://www.crowdsourcing-blog.org/>

2.8.1 ¿Qué es crowdfunding?

Según Rivera (2012, pp. 16-17), crowdfunding es también llamado financiación colectiva. La palabra crowdfunding se divide en dos: Crowd (masas o colectivo) y Funding (financiamiento). Crowdfunding consiste en pequeñas o grandes contribuciones financieras a través de internet, para financiar una iniciativa sea esta con fines de lucro o no.

Crowdfunding empieza con pensar una idea, movimiento, estudio o lo que sea que necesite apoyo financiero y publicarla en una plataforma de crowdfunding.

Existen un sin número de plataformas que apoyan a distintas causas y motivos, en ellas es importante crear una atractiva presentación, que llame la atención a los participantes. Dentro de la presentación se debe tomar en cuenta el monto a recaudar, el tiempo límite para llegar a la meta y por supuesto la correcta explicación del proyecto. Una vez armado este proceso es importante dar a conocer a la mayor cantidad de gente por lo que Outlaw (2013) recomienda usar las distintas herramientas de comunicación para llegar a cumplir la meta propuesta.

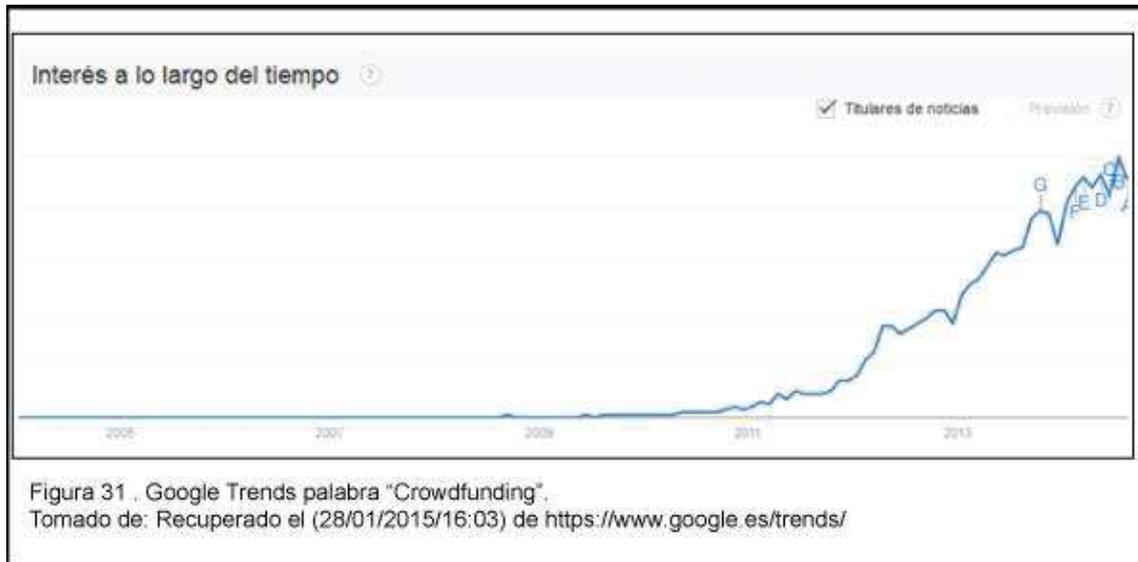
2.8.2 Historia del crowdfunding

El término crowdfunding puede ser reciente pero el apoyo económico para cumplir metas no es reciente y viene años atrás. Según Outlaw (2013), la tecnología y los avances de la comunicación han dado paso a que esta ayuda financiera sea más alcanzable y este a la mano de un simple clic.

Un claro ejemplo de que el crowdfunding viene funcionando años atrás es el representativo ícono de la estatua de la Libertad. En 1885 Joshep Pulitzer, necesitaba juntar \$100.000 dólares para completar el pago de la estatua de la libertad. A través del periódico "The New York World" se solicitó donaciones a los lectores para acabar la tarea, logrando como resultar recolectar lo necesitado, incluso más, y hoy en día se puede apreciar este monumento en el puerto de Nueva York.

Gracias a las nuevas tecnologías, hoy en día es más fácil la realización de pagos por Internet y la conexión de unos y otros logrando así millones de recaudaciones para todo tipo de tareas.

Como se muestra en el siguiente gráfico la palabra crowdfunding en las tendencias de búsqueda en Google han ido aumentando considerablemente desde el así también las plataformas de crowdfunding y las tareas propuestas por sus creadores.



2.8.3 Características de crowdfunding

- Involucrados: El que crea la tarea, los que aportan a la tarea y los que son fans de la tarea pero no aporta económicamente.
- Existen casos de crowdfunding donde no se ha utilizado Internet sin embargo el real significado de la misma es a través de este medio.
- Se necesita parámetros para el reto financiero:
 - 1) Tiempo
 - 2) Cantidad
 - 3) Donantes (opcional)

2.8.4 Ventajas y desventajas del crowdfunding

Según Elliott (2013, pp. 15-20), existen ventajas y desventajas en el uso del crowdfunding que es importante conocer para su uso:

Ventajas

- **Riesgo financiero mínimo**

La mayoría de los sitios de crowdfunding no piden un mínimo para empezar el proyecto, los requisitos son simples y no incluyen poner dinero para empezar, si el proyecto no llega a la meta monetaria simplemente no se realiza, siendo lo único que se invierte tiempo mas no dinero.

- **Prueba de demanda**

Gracias a que la gente aporta para el proyecto, se puede saber si este tendrá una buena acogida en el mercado, inclusive se realizan cambios y mejoras según el feedback de la gente que aporta al mismo.

- **Más control**

Cuando la gente aporta a los distintos proyectos, solo necesita verificar el producto final o la meta alcanzada, teniendo o no una recompensa, sin embargo, todas las decisiones involucradas para lograrlas son puramente del creador del proyecto.

- **No se comparte la propiedad**

Existe un solo dueño del proyecto y aquellas personas que colaboran, simplemente están de acuerdo con el proyecto pero no forman parte de la propiedad o ganancias del mismo (si es que ese fue el acuerdo desde un principio).

- **Evangelistas de la marca**

Las personas que apoyan el proyecto se convierten en evangelistas de la marca, ya que no solo quieren ver el éxito o fracaso del mismo, quieren ser parte de él, y son ellos quienes comienzan con el boca a boca, haciendo publicidad gratis de la marca o proyecto.

Desventajas

- **Continuo trabajo**

El lanzamiento de una campaña de crowdfunding, involucra mucho tiempo, ya que se debe contestar las dudas de los involucrados y tener una constante comunicación con las masas. Es importante hacerlas sentir parte del proyecto y disolver dudas, porque eso dará la veracidad al mismo.

- **Si no es exitosa**

Hacer por segunda vez la campaña de la misma no cambiará el resultado.

- **Falta de orientación**

Al ser un término relativamente nuevo, hacer una campaña de crowdfunding es complicado, debido a la falta de información solida existente. Existen muchas plataformas, pero existen pocas guías de cómo hacer exitosas campañas.

- **Alta visibilidad**

Para ser un exitoso crowdfunder es necesario estar dispuesto a una alta visibilidad del público, esto no solo brindará confianza a los participantes, sino también existirá mayor vínculo.

- **Puede fallar**

Existe un 50 % de probabilidades de que la campaña de crowdfunding no funcione y no tener motivos exactos de porque no funcionó.

2.8.5 Tipología de crowdfunding

Según Hemer (2011), existe una multitud de proyectos de crowdfunding, por lo que es importante diferenciarlos y clasificarlos para así identificar, qué tipo de proyecto es para que forma de crowdfunding.

La clasificación es la siguiente:

Fondos comerciales o por objetivos de iniciar un proyecto

- **Sin fin de lucro**

El proyecto no pretende lucrar pero tiene una meta importante para la sociedad, por ejemplo salud, caridad, etc.

- **Con fin de lucro**

La iniciativa es con fines comerciales y busca obtener ganancias por ejemplo la financiación de un proyecto comercial, la promoción de nuevos bienes privados, etc.

- **Intermedio**

El proyecto no está claramente asignado ya que aún no está definido cuál es el fondo comercial que tendrá a largo plazo.

Origen del proyecto

- **Independiente**

La iniciativa no tiene antecedentes de pertenecer a una institución u organización y es creado por los individuos.

- **Dependiente**

La iniciativa pertenece a una institución u organización ya sea pública o privada y busca permanecer de esta manera sin desligarse de la misma.

- **En busca de dependencia**

Son iniciativas que nacieron como independientes, pero buscan pertenecer o ligarse a una organización.

Tabla 3. Ejemplo de mapeo de los proyectos de crowdfunding.

Iniciativa y origen de los proyectos de Crowdfunding	Sin fin de lucro	Intermedio	Con fin de lucro
Independiente	Proyecto de caridad en navidad	Una página web	Creación de un nuevo negocio
Dependiente	Proyecto de vacunación del Ministerio de Salud.	Una página web de una empresa u organización	Desarrollo de un nuevo producto para una empresa
En busca de dependencia	Proyecto de cuidado a los animales busca ser parte del PAE	Álbum de música independiente	Creación de un nuevo producto busca ser parte de una empresa

Tabla 3. Ejemplo de mapeo de proyectos de crowdfunding.
 Información tomada de: Recuperado el (27/01/2015/17:25) de http://www.isi.fraunhofer.de/isiwAssets/docs/p/de/arbpaap_unternehmen_region/ap_r2_2011.pdf

Hermer (2011), define con este mapeo nueve tipos de proyectos de crowdfunding.

2.8.6 Modelos de crowdfunding



Existen 4 tipos de Crowdfunding:

1) Donaciones

Una donación es un acto altruista sencillo sin incluir nada a cambio de la donación, una característica de crowdfunding basado en la donación es la existencia de algún tipo de recompensa, a menudo inmaterial como simples reconocimientos, menciones o invitaciones a visitar el evento respaldado / proyecto.

2) Recompensas

Se entrega dinero esperando una recompensa en este caso si hablamos de algo material no como en las donaciones.

3) Préstamos

Este modelo permite a las recompensas en las empresas de interés y reembolsos al final del periodo de préstamo.

4) Inversión

Este modelo los inversores se unen como accionistas de una empresa. Los inversores de diferentes tamaños, y pueden disfrutar de derechos o incluso tener responsabilidades.

2.8.7 Ejemplos históricos

La primera campaña electoral de Barack Obama en el 2008, con su famoso lema "Yes we can", es un gran ejemplo de crowdfunding. Tradicionalmente las campañas electorales siempre han sido financiadas por el partido del candidato y pequeños grupos de donantes ricos, sin embargo, la campaña de Barack Obama tomó un giro inesperado, no solo por ser el primer presidente afroamericano, sino también porque uso el crowdfunding para recaudar fondos.

Barack Obama usó su sitio web para recaudar fondos, la campaña de Obama recolectó 750 millones de dólares de pequeños donantes, de los cuales \$600.000.000 procedían de más de 3 millones de pequeños donantes cuya donación promedio ascendió a aproximadamente \$ 86.

Durante su segunda campaña electoral, 4 años más tarde, Obama utilizó la misma estrategia para derrotar a Mitt Romney cuando levantó 631 millones dólares en donaciones individuales, \$ 214 millones de los cuales procedían de pequeños donantes.

Sin duda la campaña de Obama paso de ser una campaña electoral común, con el típico discurso de que puede hacer el presidente por la comunidad, a ser un discurso con el “nosotros”, que podemos hacer “nosotros”. Y es ahí donde nace el crowdfunding, es crear un proyecto o apoyar una causa pero en comunidad. Su campaña logró que la gente se involucre y se sienta parte de la misma contando una historia más allá de la política.



Figura 33 . Ejemplo de la gráfica utilizada para la campaña electoral de Barack Obama.
Tomado de: Recuperado el (28/01/2015/16:03) de <http://managersmagazine.com/index.php/2011/06/yes-we-can/>

2.8.8 Plataformas de crowdfunding

Según Hermet (2011), las plataformas son intermediarios y facilitadores para promotores de proyectos y los crowdfunders. Las plataformas tienen una amplia gama de actividades; la mayoría de las plataformas ofrecen un sitio web para presentar los proyectos, y buscan que estos sean alcanzados.

Tabla 4. Características de Kickstarter.

Características de Kickstarter
Plataforma más grande, popular y conocida a nivel internacional
Sede en los Estados Unidos
Empezó funcionamiento en el 2009
Tienen una media de 2.200 proyectos activos por mes
Desde su inauguración ya han acogido más de 71.500 proyecto
Desde su inauguración han recaudado aproximadamente 363.000.000\$.
Sus donantes suelen aportar una media de 25\$ por proyecto
El porcentaje de ganancia para la plataforma es del 5% de lo recaudado.
Proyectos más exitosos música, cine y audiovisuales
Tabla 4. Características de Kickstarter. Información tomada de: Recuperado el (27/01/2015/18:26) de https://www.kickstarter.com/

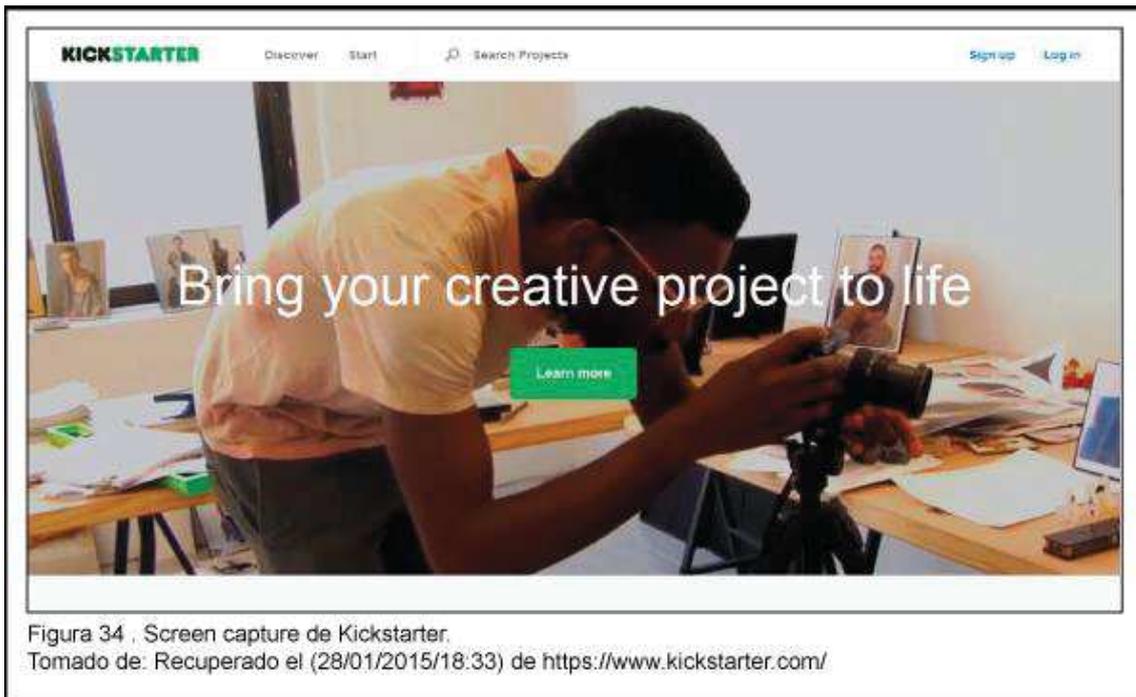
Esta plataforma se especializa en recibir solo proyectos con fines culturales o creativos. Esta es su principal característica ya que el usuario tiene claro que tipo de proyectos puede subir a este tipo de plataformas.

El éxito de esta plataforma radica en los siguientes puntos:

- Facilidad de uso del sistema.
- Claridad de sus términos y condiciones.
- Sistema operativo claro y dinámico.
- Veracidad de los proyectos.
- Comprobación de datos reales.
- Seguridad hacia los usuarios con el manejo de la información.
- Sistema de pago fácil.

- Proporciona inmediatez tanto al usuario como al creador del proyecto.
- Comprobación de entrega de resultados a los donantes.
- Ha evolucionado dependiendo de las necesidades de sus consumidores.

Gracias a la creación de esta plataforma se tiene un claro referente de éxito crowdfunding y un modelo a seguir para futuras creaciones.



2.8.8.1 Modelos de funcionamiento de las plataformas de crowdfunding

Según Hermer (2011), existen 5 modelos por los cuales las plataformas de crowdfunding se guían para el funcionamiento de las mismas:

1) Modelo “todo o nada”

Es uno de los modelos más aplicados en las plataformas de crowdfunding. Su principal característica es que plantean condiciones de tiempo y de dinero. Se debe llegar a la meta propuesta para que los creadores del proyecto reciban el

dinero, antes de eso son solo promesas de aportaciones por parte de los participantes.

En algunos modelos de negocio de las cantidades prometidas son transferidos y estacionados hacia una cuenta de fideicomiso, que es administrado por los dirigentes de plataforma o por un banco asociado. Con el fin de hacer que el estado de cada financiación sea procesada de forma transparente y una vez que la suma de dinero prometido ha alcanzado o superado el umbral propuesto al principio del proyecto, las promesas se transforman en transacciones financieras, por ejemplo, los pagos son liberados de la cuenta de depósito en garantía y se transfieren a la cuenta del proyecto.

La plataforma gestiona una página web para cada proyecto en el que la comunidad de la Web o del público interesado puede ver el estado actual del proyecto, cuantos participantes existen y la suma de dinero alcanzada.

Si no alcanza la suma de dinero en el tiempo propuesto las transacciones financieras no se realizan o son transferidos de vuelta a los financiadores, respectivamente.

2) Modelo de préstamos

Este modelo funciona por medio de pequeños créditos que recibe el proyecto y la plataforma es un mediador para estos préstamos, sin la participación directa de un banco.

Se aplica el mismo concepto de “todo o nada”, pero con préstamos, se mantiene el anonimato de los prestamistas y el deudor siendo los administradores los encargados de cumplir con la devolución del dinero bajo los términos acordados.

3) Modelos de inversión o de capital

Este modelo funciona con una meta monetaria a alcanzar en un mínimo de tiempo, la diferencia es que dividen la meta en partes iguales que se ofrecen a través de la plataforma como acciones de capital (o acciones) a la multitud en fijo precios fijos. Luego de haber alcanzado la meta, comienza la fase de inversión donde si es exitosa los participantes reciben ganancias.

4) Modelo de Holding

En este modelo la plataforma es una especie de holding y cada uno de los proyectos son sus filiales. Cada filial (proyecto) es encargada de levantar sus propios fondos necesarios, pero la plataforma es la encargada del manejo de la dirección.

5) Modelo de Club

Este modelo recoge potenciales inversionistas creando así un club de inversionistas que tiene menos regulaciones y es más barato, este es mucho menos estricto que una bolsa de valores normal debido a que los inversores son “cualificados”. Siendo así inversionistas los que apoyan a los proyectos.

2.8.8.2 Plataforma de crowdfunding para causas sociales

Actualmente en la red se encuentran un sin número de plataformas, que apoyan a distintas causas y proyectos Sin duda alguna las plataformas de crowdfunding para ciertas fundaciones u organizaciones sin ánimo de lucro, se han convertido en una nueva forma de recaudar fondos de forma más segura, rápida y eficiente.

Estas plataformas se crean con el fin de apoyar las distintas actividades o causas ya sean creadas por la misma organización o una iniciativa del público.

A continuación, algunos ejemplos:

Tabla 5. Plataforma de Crowdfunding SmileMundo.

	<p>Plataforma que ofrece la oportunidad a las organizaciones sin ánimo de lucro que buscan una manera de recaudar fondos. A través de esta plataforma de crowdfunding las organizaciones que estén orientadas hacia el desarrollo humano, la protección animal y la conservación del medio ambiente, podrán conseguir financiar sus campañas a través de micro donaciones.</p>
<p>Tabla 5. Plataforma de Crowdfunding SmileMundo. Información tomada de: Recuperado el (28/01/2015/18:54) de http://www.smilemundo.org/</p>	

Tabla 6. Plataforma de Crowdfunding Hazloposible.

	<p>Una plataforma centrada en el voluntariado, la solidaridad y proyectos de cooperación. Se trata de una iniciativa de la Fundación Hazloposible, por el cual quieren proponer proyectos de organizaciones no lucrativas que ayuden a satisfacer necesidades muy concretas.</p>
<p>Tabla 6. Plataforma de Crowdfunding Hazloposible. Información tomada de: Recuperado el (28/01/2015/18:54) de http://hazloposible.org/wp/portada/</p>	

Tabla 7. Plataforma de Crowdfunding Migranodearena.

Mi grano de arena	
 <p>1. Crea tu reto solidario</p>  <p>2. Elige una ONG</p>  <p>3. Comparte tu reto</p>  <p>4. Suma granitos de arena</p> 	<p>Es una forma de recaudar fondos simple que libera a las instituciones benéficas y les permite concentrarse en su actividad. La plataforma ha sido creada por la Fundación Real Dreams que ha ayudado a más de 10.500 personas, colabora activamente con cerca de 200 empresas y cuenta con el apoyo de más de 600 Entidades no Lucrativas.</p>
<p>Tabla 7. Plataforma de Crowdfunding Migranodearena . Información tomada de: Recuperado el (28/01/2015/18:54) de www.migranodearena.org</p>	

Tabla 8. Plataforma de Crowdfunding Suma.

Suma	
	<p>Plataforma de financiación colectiva promovida por el banco BBVA, centrada en crisis humanitarias puntuales y causas solidarias. A día de hoy Suma ha recaudado un total de 427.524 euros: 155.565 en causas solidarias y 271.959 en respuesta humanitaria.</p>
<p>Tabla 8. Plataforma de Crowdfunding Suma . Información tomada de: Recuperado el (28/01/2015/18:58) de https://www.bbvasuma.com/suma/</p>	

Tabla 9. Plataforma de Crowdfunding Flipover.

Flipover	
	<p>Es una plataforma web para generar una comunidad de apoyo a proyectos solidarios. Creada por la compañía Improve Change, FlipOver.org busca "dar la vuelta" a los retos sociales movilizand la solidaridad, mediante el crowdfunding y crowdsourcing. Para ello emplea una innovador desarrollo de web semántica, y una presencia multicanal.</p> <p>Orientada a causas centradas en el medioambiente, la educación, la salud y sociales, los animales y el desarrollo.</p>
<p>Tabla 9. Plataforma de Crowdfunding Flipover. Información tomada de: Recuperado el (28/01/2015/18:58) de http://flipover.org/es/</p>	

Tabla 10. Plataforma de Crowdfunding My micro credit.

My micro credit	
	<p>Microcréditos para causas sociales y lucha contra la pobreza. Los prestatarios son gente real que viven en situación de pobreza, pero con iniciativa y con un plan que requiere financiación. Los microcréditos son pequeños préstamos (entre 200€ y 5.000€ aproximadamente) destinados a gente sin acceso a la banca debido a su situación de pobreza. La gran mayoría son mujeres, jóvenes, artesanos o agricultores.</p>
<p>Tabla 10. Plataforma de Crowdfunding My micro credit. Información tomada de: Recuperado el (28/01/2015/18:58) de http://www.mymicrocredit.org/mymicrocredit/</p>	

2.8.9 ¿Cómo crear una campaña exitosa de crowdfunding?



CAPÍTULO III

Fundación Reina de Quito y Centro Infantil “Aprendiendo a Vivir”

3.1 ¿Qué es una Fundación?

Según la Asociación Española de Fundaciones, una fundación es una institución sin ánimo de lucro, creada por un grupo de personas llamadas directivos, con el fin de desarrollar actividades de carácter general, de las cuales se vea beneficiado un tercero.

En el Ecuador actualmente, se define a una fundación como una organización constituida por personas naturales y jurídicas, que buscan promover el bien común y servicio a la comunidad, ya sea en la salud, educación, investigación, entre otras. (SRI, s.f.)

3.2 Características de una Fundación

Las principales características de una fundación son:

- Beneficiar a terceros.
- Se rige por sus fundadores y una junta directiva.
- Trabaja por algo en común.
- Ningún miembro recolecta ganancias económicas de la misma.
- Capacidad de recaudar fondos propios para cumplir con su labor.
- Deben tener un patrimonio mínimo de \$4.000 dólares. (En el Ecuador)
- Poseen derechos y obligaciones que seguir.

3.3 Tipos de Fundaciones

Las fundaciones se las puede clasificar en 3 distintos tipos:

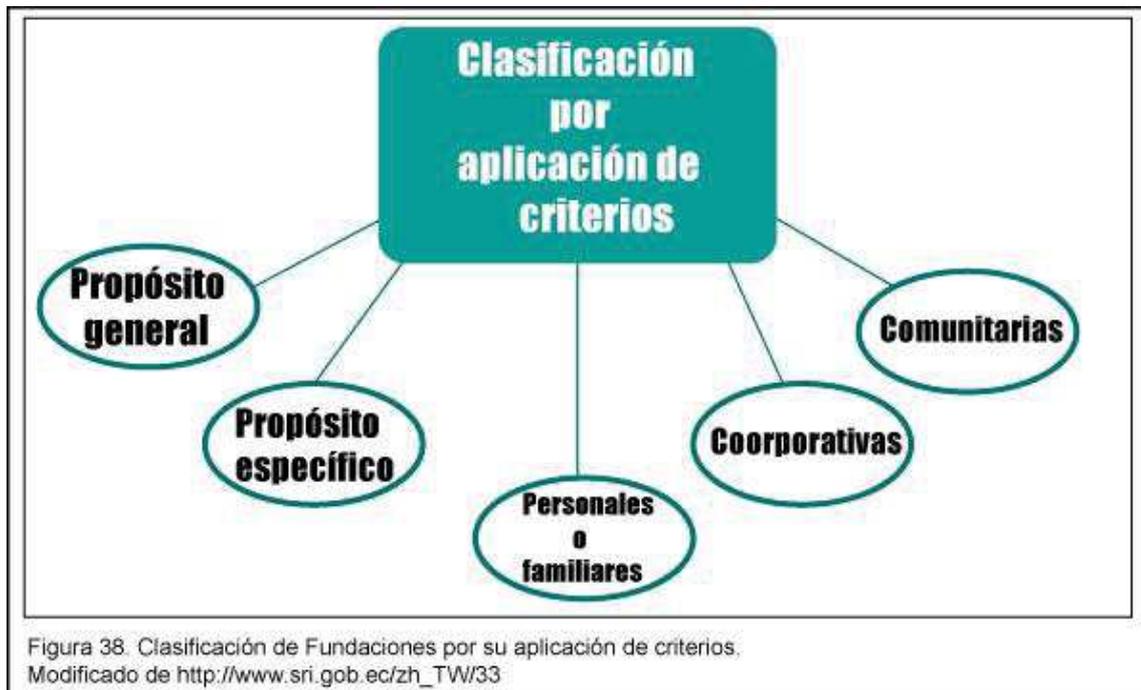
- Por su labor



- Por su objeto social



- Por su aplicación de criterios



3.4 Financiamiento de las Fundaciones

Hoy en día la forma de financiamiento de las fundaciones es muy extensa entre las más importantes encontramos:

- Aportaciones mensuales de personas involucradas.
- Aportaciones anuales de grandes empresas, que patrocinen el proyecto.
- Donaciones ya sean monetarios o con las necesidades que la Fundación requiera.
- Voluntariado, que ayude con las labores para abaratar costos de funcionamiento.
- Aportaciones de gobierno.
- Desarrollo de productos o proyectos por la propia Fundación para crear fondos propios.
- Crowdfunding.

Estas son algunas de las formas de financiamiento utilizadas, sin embargo, es importante tomar en cuenta que bajo ninguna circunstancia las Fundaciones

son constituidas para generar ganancia o prestaciones a sus fundadores o directorio.

3.5 Fundaciones en Quito

Actualmente en la ciudad de Quito existe un sin número de Fundaciones creadas con distintos propósitos, entre las más destacadas son:

Fundación Proyecto Salesiano “Chicos de la calle”



Nace en 1980 con el fin de atender a niños y jóvenes en situaciones de riesgo, ofreciéndoles educación, capacitaciones constantes y superación personal. Atiende a familias completas para que asuman la responsabilidad como padres de familia en la formación y crianza de los hijos.

En la ciudad de Quito han atendido a más de 885 familias, con distintos programas y proyectos. (Chicos de la calle, s.f.)

Fundación Jóvenes contra el Cáncer



Esta Fundación fue creada con el fin de ayudar a jóvenes que padecen de cáncer en distintas etapas, por lo que ofrecen programas para cada necesidad. (Jóvenes contra el cáncer fundación, s.f.)

- Ayuda económica para hospitalización, medicamentos, tratamientos, etc.
- Gestiona oportunidades laborales de acuerdo a sus posibilidades.
- Realiza 2 a 3 deseos aquellos jóvenes o niños que se encuentran con cáncer en etapa terminal.
- Ofrece terapias alternativas que complementen su tratamiento médico como: Reiki, Yoga, Tai-Chi, etc.
- Psicoterapia y acompañamiento tanto para los jóvenes como para sus familias.

- Inclusión a la sociedad, desarrollando distintas actividades de recreación.
- Ayuda con los gastos mortuorios.

Fundación Patronato Municipal San José



A partir del 2009 esta fundación se convirtió en el ejecutor de las distintas ayudas sociales municipales de la ciudad de Quito. (Patronato San José, s.f.)

En la actualidad su mayor aporte viene del municipio de Quito y realizan un trabajo en conjunto para beneficiar a la comunidad. Entre sus principales y más importantes proyectos son:

- Erradicación del trabajo infantil.
- Inclusión social de las juventudes.
- Inclusión de género.
- Vida digna para personas con discapacidad.
- Cuidado y protección al anciano.
- Erradicación de mendicidad.

Fundación Teatro Nacional Sucre



Figura 42 . Fotografía del Teatro Nacional Sucre.
Tomado de: Recuperado el (30/01/2015/13:04) de <http://www.teatrosucre.org/Nuestros-Teatros/TeatroNacionalSucre>

La Fundación Teatro Nacional Sucre es una organización sin fines de lucro que forma parte de la Alcaldía del Distrito Metropolitano de Quito. Su principal misión es brindar eventos artísticos gratuitos y no gratuitos de alta calidad cultural. (Fundación Teatro Nacional Sucre, s.f.)

3.5.1 Fundación Reina de Quito



Figura 43 . Fundación Reina de Quito.
Tomado de: Recuperado el (30/01/2015/16:34) de <http://www.fundacionreinadequito.com.ec/inicio.html>

La Fundación Reina de Quito es una institución sin fines de lucro, donde la Reina de Quito de cada año junto con ex Reinas de la ciudad, trabajan ayudando a la comunidad en distintos proyectos.

Todos los años desde hace 26 años, por tradición quiteña, en sus fiestas Quito elige a una soberana la misma que trabaja de forma permanente en la Fundación durante su reinado. El trabajo de la fundación se enfoca en la creación y continuidad de proyectos sociales, tales como:

- Inclusión a niños y jóvenes con Síndrome de Down.
- Atención temprana a niños y jóvenes con Síndrome de Down.
- Atención y ayuda económica para salud.
- Cuidado al medio ambiente.

3.5.2 Historia Fundación Reina de Quito

La Fundación Reina de Quito nace el 11 de abril de 1985, tiene operando actualmente 29 años en la ciudad de Quito. Esta idea de crear la Fundación nace de una de sus reinas la señora María Teresa Donoso, actualmente presidenta del directorio de la misma. Para María Teresa ser “Reina de Quito” iba más allá de la belleza y la labor con el municipio, era un compromiso con la ciudad, de arduo trabajo por mejorar la calidad de vida de quienes habitan en él.



Figura 44 . María Teresa Donoso Reina de Quito 1984-1985.

Tomado de: Recuperado el (30/01/2015/17:02) de <http://www.fundacionreinadequito.com.ec/reinas-de-quito/resena-de-reinas-de-quito/15-resena-de-reinas-de-quito/43-maria-teresa-donos-1984-1985.html>

María Teresa Donoso, fue electa soberana de la ciudad en 1984, durante su año de elección propuso al comité de Ex reinas, en ese entonces constituido por 23 mujeres, la apertura de una organización sin fines de lucro donde pudieron trabajar sin importar que pase su año de reinado.

Tras un año de arduo trabajo, entre permisos municipales, formación legal de la institución, entre otras, se abre la Fundación Reina de Quito. Desde ese entonces se decide que la soberana actual de cada año será la presidenta de honor y dirigirá las actividades, apoyadas en las Ex reinas con experiencia.

Con el paso de los años la Fundación ha crecido y sus labores también, entre sus principales gestiones están:

- Se brinda apoyo a todas las reinas y sus obras.
- 1995 Sofía Arteta construye la primera oficina.
- 1997 creación del Centro Infantil Aprendiendo a Vivir, convirtiéndose hoy en día en la principal labor de la Fundación Reina de Quito.
- 2010 Construcción de nuevas oficinas para administración.

Hoy en día, es una organización de gran renombre y presencia en la ciudad, actualmente consta de 53 ex Reinas de belleza más la actual soberana Carolina Báez, y un equipo de trabajo de más de 40 personas.



Figura 45 . Ex Reinas de Quito con niños del Centro Infantil Aprendiendo a Vivir.
Tomado de: Recuperado el (30/01/2015/17:02) de <http://www.fundacionreinadequito.com.ec/index.php>

3.5.3 Labor de la Fundación Reina de Quito

3.5.3.1 Campaña Cyberbullying

Esta es una campaña realizada por la Fundación Reina de Quito que empezó con Silvana Di Mella durante su reinado en el 2012. Hoy en día todas las reinas sucesoras han dado continuidad a la misma con el fin de erradicar y concientizar a los jóvenes del Bullying.

Se han realizado actividades como:

- Charlas educativas a más de 40 colegios en la ciudad de Quito.



Figura 46 . Silvana Di Mella en las charlas educativas.
Tomado de: Recuperado el (30/01/2015/17:34) de <http://www.elpopular.com.ec>



Figura 47 . Charlas Educativas contra el Bullying.
Tomado de: Recuperado el (30/01/2015/17:34) de <https://www.explored.com.ec>

- Campaña en medios masivos.

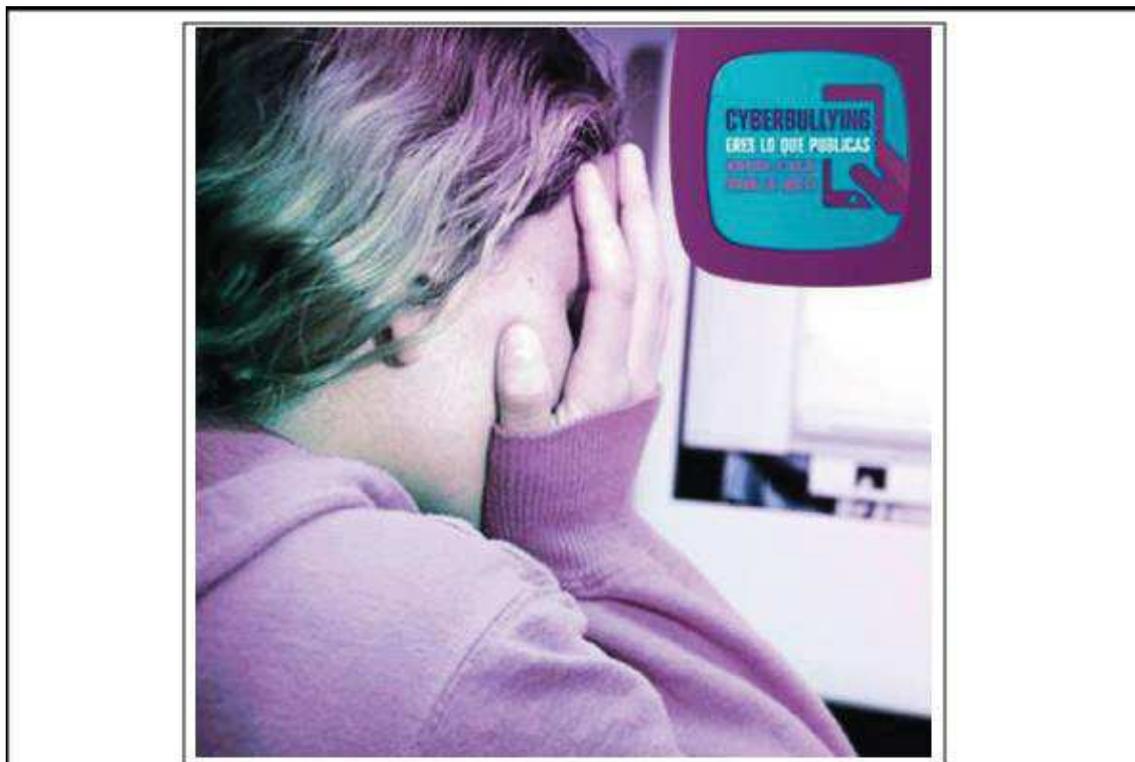


Figura 48 . Campaña Cyberbullying Fundación Reina de Quito.
Tomado de: Recuperado el (30/01/2015/17:34) de <https://www.facebook.com/FundacionReinaDeQuito/photos/a.465468510134927.125175.460270443988067/928637357151371/?type=3&theater>



Figura 49 . Campaña Cyberbullying Fundación Reina de Quito.
Tomado de: Recuperado el (30/01/2015/17:34) de <https://www.facebook.com/FundacionReinaDeQuito/photos/a.465468510134927.125175.460270443988067/928637357151371/?type=3&theater>

- Activaciones



Figura 50 . Activación Parque Itchimbia, Día de la No Violencia.

Tomado de: Recuperado el (30/01/2015/17:34) de <https://www.facebook.com/FundacionReinaDeQuito/photos/pb.460270443988067.-2207520000.1424710924./752071084808000/?type=3&theater>

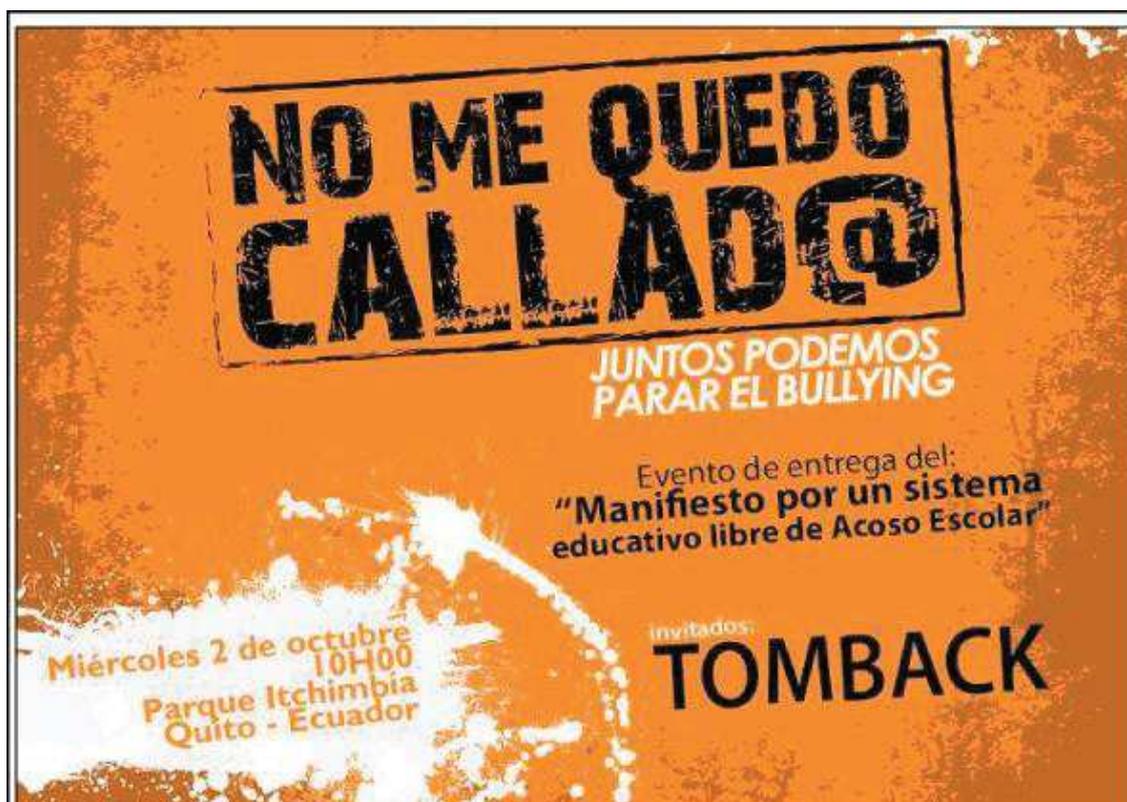


Figura 51 . Activación Parque Itchimbia, Día de la No Violencia.

Tomado de: Recuperado el (30/01/2015/17:34) de <https://www.facebook.com/FundacionReinaDeQuito/photos/pb.460270443988067.-2207520000.1424710924./752071084808000/?type=3&theater>



Figura 52 . Activación Parque Itchimbia, Día de la No Violencia.

Tomado de: Recuperado el (30/01/2015/17:34) de <https://www.facebook.com/FundacionReinaDeQuito/photos/pb.460270443988067.-2207520000.1424710924./752071084808000/?type=3&theater>

3.5.3.2 Ayudas puntuales a la comunidad

La Fundación con ayuda de las ex Reinas y voluntarios, atiende a casos puntuales de la comunidad para brindar ayuda, ya sea económica o no. Entre las ayudas brindadas encontramos:

- Minga barrial.
- Sillas de ruedas a más de 130 niños y jóvenes.
- Atención al adulto mayor en temas de salud.
- Repartición de juguetes y ropa a niños de distintas comunidades.
- Recolección de fondos para casos de salud.
- Reubicación de familias por pérdida de hogares.
- Terapias familiares.



Figura 53 . Carolina Báez, en la repación de juguetes.
Tomado de: Recuperado el (30/01/2015/13:20) de <http://www.elcomercio.com/actualidad/polemica-reina-quito-juguetes-twitter.html>

3.5.3.3 Centro Infantil Aprendiendo a Vivir



Figura 54 . Logo "Centro Infantil Aprendiendo a Vivir".
Tomado de: Recuperado el (31/01/2015/10:30) de <http://www.fundacionreinadequito.com.ec/que-hacemos/centro-terapeutico-aprendiendo-a-vivir/atencion-temprana.html>

El centro infantil “Aprendiendo a Vivir” nace tras 10 años de funcionamiento de la fundación. Nace en 1998 con el nombre de “Proyecto Apoyo”, y buscaba atender a cualquier persona que presentara una discapacidad intelectual.

En el 2000, durante el reinado de Paulina Espinosa, se crea el “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir” donde se enfoca a atender únicamente a personas con Síndrome de Down.

Se crea este centro con el fin de brindar ayuda social a niños de escasos recursos con Síndrome de Down y ayudarlos a integrarse en la sociedad de forma más normal.



Figura 55 . Niños atendidos en el “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”.
Tomado de: Recuperado el (31/01/2015/10:30) de <http://www.fundacionreinadequito.com.ec/que-hacemos/centro-terapeutico-aprendiendo-a-vivir.html>

La ayuda varía entre cada niño, ya que la terapia que deben recibir es distinta, el Síndrome de Down al ser una condición genética, varía el porcentaje de la misma en cada niño.

Actualmente el Centro Infantil está ubicado en Iñaquito y Villalengua y se atiende a 130 niños de distintas edades y situaciones económicas.

3.5.3.3.1 Servicios

El “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir” trabaja primordialmente en las siguientes áreas:

- **Atención Temprana**

Consiste en atender a los más pequeños para un desarrollo en áreas como: psicomotricidad, motricidad gruesa, motricidad fina y el lenguaje.



Figura 56 . Niños atendidos en el “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”.
Tomado de: Recuperado el (31/01/2015/10:30) <http://www.fundacionreinadequito.com.ec/que-hacemos/centro-terapeutico-aprendiendo-a-vivir/atencion-temprana.html>

- **Inclusión Escolar**

Se busca la introducción de cada niño con Síndrome de Down en colegios públicos o privados a través de un proceso de capacitación de los docentes y asesoría a las familias para sacar su máximo potencial.

Se busca la integración completa del niño, en un ambiente normal de acuerdo con sus capacidades, y que llegue a ser valorado y no juzgado por sus limitaciones.



Figura 57 . Niños atendidos en el “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”.
Tomado de: Recuperado el (31/01/2015/10:30) <http://www.fundacionreinadequito.com.ec/que-hacemos/centro-terapeutico-aprendiendo-a-vivir/inclusion-escolar.html>

- Terapias Complementarias

Las terapias complementarias ayudan al “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir” para desarrollar un ambiente más dinámico con distintas opciones para el desarrollo de cada niño que apoye el proceso terapéutico del mismo. Los niños realizan actividades como: Hipo terapia (con caballos), Hidroterapia (con agua) y computación.



Figura 58 . Niños atendidos en el “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”, en terapia con caballos.
Tomado de: Recuperado el (31/01/2015/10:30) <http://www.fundacionreinadequito.com.ec/que-hacemos/centro-terapeutico-aprendiendo-a-vivir/terapias-complementarias.html>

- **Capacitación y asesoría a la comunidad**

Se imparte charlas y terapias a las familias con miembros con Síndrome de Down, buscando informarlos y apoyarlos en sus necesidades.

Por otro lado, se busca en la comunidad la inserción de las personas con Síndrome de Down, por lo que se busca el involucramiento de jóvenes y adultos en actividades de voluntariado.



3.5.3.3.2 Grupos de atención

Para una mayor eficacia en las terapias y desarrollo de los niños se los divide no solo por su grado de retardo, sino también por su edad, ya que se busca que los niños establezcan relaciones sociales desde muy temprana edad.

Cada grupo de formación tiene un límite de edad, límite de niños por terapia y una serie de actividades a desarrollarlas dependiendo de su etapa de formación.

Tabla 11. Grupos de atención “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”.

Grupo Primario	Edad	Asistencia	Objetivos
Grupo de recién nacidos	0 a 2 meses	1 vez por semana	Apoyo emocional, de los padres y su entorno, en la etapa más difícil, de aceptación del nacimiento de un niño con Síndrome de Down, para lograr un entorno familiar que ayude en su desarrollo integral.
Grupo Inicial	2 meses a 1 año	2 veces por semana	Lograr la adaptación del niño en el programa de estimulación temprana. Lograr la aceptación de un miembro con discapacidad en la familia a través de lograr un vínculo afectivo. Estimular el lenguaje a través del sonido. Asesoramiento y guía en el proceso de alimentación. Asesoramiento a los padres de familia, a través de talleres de psicología y capacitaciones en diversos temas.
Grupo Maternal	1 a 2 años	3 veces por semana	Afianzar la motricidad gruesa en las siguientes etapas del desarrollo. Estimular el lenguaje receptivo y también el lenguaje expresivo. Iniciar la alimentación de sólidos e independencia. Entrenamiento en el uso de vaso. Desarrollar atención. Inicio de habilidades manipulativas básicas. Lograr el vínculo afectivo entre mamá y niño; papá y niño. Asesorar a través de un programa específico de escuela para padres en temas específicos de la edad que atraviesan los niños y asesoramiento para pareja.

Tabla 11. Grupos de atención “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”.

Información tomada de: Recuperado el (31/01/2015/18:58) de <http://www.fundacionreinadequito.com.ec/que-hacemos/centro-terapeutico-aprendiendo-a-vivir.html>

Tabla 12. Grupos de atención “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”.

Grupo Intermedios	Edad	Asistencia	Objetivos
Grupo de adaptación	2 a 3 años	Todos los días	<p>Lograr la independencia en la asistencia al programa de estimulación temprana ya que vienen sin sus padres de familia. Reforzar la autonomía en control de esfínteres, alimentación, aseo, vestido. Reforzar la marcha independiente ya con más coordinación y equilibrio. Mejorar la atención visual y auditiva.</p> <p>Iniciar el método de lecto-escritura. Desarrollo de habilidades manipulativas. Orientar a la familia, a través de los talleres de capacitación y psicología para lograr un manejo adecuado, por parte de la familia.</p> <p>Estimular la motricidad gruesa Desarrollar el lenguaje perceptivo Estimular el lenguaje expresivo</p>
Grupo de aprestamiento	3 a 4 años	Todos los días	<p>Lograr la autonomía personal. Incremento de vocabulario comprensivo- expresivo: reconocer y nombrar objetos y acciones con apoyo gestual, imitación de gestos, discriminación auditiva gruesa. Mejorar las habilidades de motricidad buco faciales mediante ejercicios específicos del lenguaje. Reforzar hábitos de alimentación. Reconocer las partes del cuerpo en si y en sus compañeros.</p> <p>Desarrollo de la motricidad fina . Desarrollo del área cognitiva. Fomentar Hábitos de trabajo. Desarrollar el método de lecto-escritura.</p>

Tabla 12. Grupos de atención “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”.

Información tomada de: Recuperado el (31/01/2015/18:58) de <http://www.fundacionreinadequito.com.ec/que-hacemos/centro-terapeutico-aprendiendo-a-vivir.html>

Tabla 13. Grupos de atención “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”.

Grupo Avanzados	Edad	Asistencia	Objetivos
Grupo Nivel I	4 a 5 años	Todos los días	<p>Lograr la independencia personal. Establecer jornadas de trabajo con una planificación, basada en la reforma curricular. Reconocer su nombre y el de los demás. Iniciar conocimientos preacadémicos</p> <p>Reconocer las cualidades del sonido</p> <p>Utilizar en el lenguaje oral frases cortas de dos palabras</p> <p>Incremento de vocabulario comprensivo-expresivo. Afianzar el método de lectura y escritura.</p>
Grupo de Integración	5 a 10 años	Todos los días	<p>Lograr el máximo desarrollo de las potencialidades de los niños con Síndrome de Down dentro de las mayores condiciones posibles de normalización e inclusión educativa</p> <p>Dar al niño las posibilidades de desarrollo dentro de un grupo de pares y no en forma segregada.</p> <p>Promover a través de la concientización y la capacitación, la participación y el compromiso de la familia.</p> <p>Brindar a los niños el servicio de Terapia del lenguaje , para mejorar sus posibilidades de comunicación oral , expresiva y comprensiva.</p> <p>Brindar el apoyo psicológico necesario a los niños con Síndrome de Down y sus familias que se encuentran inmersos en el proceso de inclusión.</p>

Tabla 13. Grupos de atención “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”.
 Información tomada de: Recuperado el (31/01/2015/18:58) de <http://www.fundacionreinadequito.com.ec/que-hacemos/centro-terapeutico-aprendiendo-a-vivir.html>

3.5.3.3.3 Financiamiento del “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”

El “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir” tiene las siguientes fuentes de financiamiento:

- Apadrinamiento

Esta actividad se basa en donaciones mensuales que realizan los padrinos a su ahijado, la suma de dinero puede variar sin importar el monto, pero se debe asegurar que sea un proceso mensual, por lo que se hace débito bancario de las cuentas involucradas mes a mes. Actualmente se consta de 35 personas apadrinando los niños.



- Pensiones o Mensualidades

Dependiendo de su situación económica, los representantes de los niños inscritos pagan una mensualidad de acuerdo a sus posibilidades. Antes de cualquier niño ingresar al centro se realiza una investigación de su grupo familiar y de su nivel de retardo para asignar la mejor terapia. Es importante recalcar que no todos los niños tienen la posibilidad de pagar una pensión y aquellos que lo hacen los precios son muy económicos de acuerdo a las posibilidades.

- Eventos realizados por la Fundación Reina de Quito

Se realizan eventos puntuales con la participación de las ex Reinas y la reina actuante para destinar los fondos al "Centro Infantil Aprendiendo a Vivir".

3.5.3.3.4 Voluntariado

El "Centro Infantil Aprendiendo a Vivir" consta con un sistema de voluntariado conformado por un grupo de señoras que ayudan a los niños en varias instancias tales como:

- Alimentación: donan el refrigerio de la mañana.
- Obtención de fondos para los costos de cirugía de corazón abierto y atenciones médicas de los niños.
- Apoyo e involucramiento en las distintas terapias.

- Elaboración del material utilizado en clase.
- Asistencia en las actividades de los niños fuera del centro.
- Apoyo para la realización de eventos.

Actualmente el “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir” consta de 14 voluntarias inscritas.

3.5.4 Financiamiento Fundación Reina de Quito

Año tras año la Fundación Reina de Quito realiza una serie de eventos que han pasado a ser tradición de donde se saca la mayor parte de fondos para la misma, los eventos son:

- Te juego

Este evento consiste en un Bingo, donde se dan premios donados por entidades que participan con la fundación. Este evento va dirigido a señoras, y busca divertir las en una tarde de juego.



Figura 61 . Té juego 2014.

Tomado de: Recuperado el (31/01/2015/15:22) <https://www.facebook.com/FundacionReinaDeQuito/photos/a.863039823711125.1073741939.460270443988067/863040020377772/?type=3&theater>

- Desfile Contrastes

El desfile contrastes es uno de los eventos más antiguos que se realiza, se ha llevado a cabo por más de 10 años consecutivos, con la participación gratuita de modelos y diseñadores ecuatorianos con el fin de recaudar fondos para el centro.

FUNDACION REINA DE QUITO

CREDITO POPULAR

BANCO GUAYAQUIL

PRESENTA

CONTRASTES 2014

El mejor desfile de la moda ecuatoriana

A beneficio del Centro Terapéutico Aprendiendo a Vivir, que atiende a niños con Síndrome de Down

Lugar: Quito Tennis y Golf Club (El Condado)
 Día: Miércoles 08 de Octubre del 2014 Hora: 19h30
 VIP: 30 USD
 MESAS: 25 USD
 GENERAL: 15 USD

SE SORTEARÁ DOS PASAJES A MIAMI Y NEW YORK

Aisur, PuntNet, PRINCIPALES QUITO, PRISM, ATIS, humana, GlobalNews, Frontera Chile, COSAS, MARIAGACIA, metro, Mercare, Frontera Chile

Figura 62 . Desfile Contrastes 2014.

Tomado de: Recuperado el (31/01/2015/15:22) <https://www.facebook.com/FundacionReinaDeQuito/photos/a.465468510134927.125175.460270443988067/968019436546496/?type=3&theater>

- Guagua Linda

Este evento consiste en realizar colada morada y guaguas de pan, participan las ex Reinas y se evalúa la mejor guagua de pan y colada morada de la comunidad.

Guagua Linda 2014

9no
Concurso de Guaguas de Pan

Con el auspicio de:

FUNDACION REINA DE QUITO

PROchef representaciones serMios

Invitan a la colada morada más grande del Ecuador y al concurso de Guaguas de Pan.

HORA: A partir de las 10h30
FECHA: Sábado 25 de Octubre
LUGAR: PARQUE LA CAROLINA (CRUZ DEL PAPA)
VALOR: \$2 usd (incluye vaso de colada y Guagua)

Artistas Invitados:

LA VAGANCIA • LOS CAPONE
SANTIAGO YUNDA • KATHY EGAS
DANIEL PARRA • XIMENA IBARRA
LUNA LLENA • DAMIANO
SKALA • Y MAS...

Figura 63 . Guagua Linda 2014.
 Tomado de: Recuperado el (31/01/2015/15:22) <https://www.facebook.com/FundacionReinaDeQuito/photos/a.465468510134927.125175.460270443988067/986356284712811/?type=3&theater>

- Zhumbathon

Zumbathon es un evento deportivo que busca la vida activa de los jóvenes a través del baile y la diversión.



ZUMBATHON

¡Ven a bailar y ejercítate por una buena causa!

Día: Sábado 22 de Febrero, 2014
Hora: 9:00 am
Lugar: Coliseo U S F Q
Donación: \$ 10 USD

50% descuento Alumno y Registra en USFQ

APLICA PARA COLOQUIO DE DEPORTES O PARA JUSTIFICAR FALTAS DE DEPORTES.

USFQ, Abama, ZOHAR, ASESORIA DE, Parqueo gratis, PASO

¡Señoras a lo ventileras!
 GOBE USFQ, IMAX Paseo San Francisco,
 Fundación Reina de Quito, o solicítelas a zoharcgecuador@gmail.com

Figura 64 . Zumbathon 2014.
 Tomado de: Recuperado el (31/01/2015/15:22) <https://www.facebook.com/FundacionReinaDeQuito/photos/a.465468510134927.125175.460270443988067/826963040652137/?type=3&theater>

- Cena de la Rosa

Este evento cita a los mejores restaurantes de la ciudad de Quito a realizar sus platillos estrellas, se realiza una especie de concurso donde el jurado es gente experta en gastronomía, combinado con gente de la farándula que evalúa presentación y otros aspectos.



Figura 65 . Restaurante participante Cena de la Rosa 2014.
 Tomado de: Recuperado el (31/01/2015/15:22) <https://www.facebook.com/FundacionReinaDeQuito/photos/a.906249616056812.1073741958.460270443988067/906249806056793/?type=3&theater>

3.5.5 Directorio Actual



3.5.6 Situación Actual

La Fundación Reina de Quito cuenta actualmente con un grupo de trabajo de más de 40 personas, más las ex Reinas y la Reina Actual Carolina Báez la misma que culminará sus funciones en diciembre del 2015.

	INGRESOS	EGRESOS	RESULTADOS
FUNDACION	193.659,27	189.152,15	4.507,12
CIAV	155.222,70	150.481,52	4.741,18
TOTAL	348.881,97	339.633,67	9.248,3

Figura 67 . Ingresos y Egresos de la Fundación Reina de Quito y el "Centro Infantil Aprendiendo a Vivir". Tomado de: Recuperado el (31/01/2015/18:03) <http://www.fundacionreinaequito.com.ec/quienes-somos/ley-de-transparencia.html>

3.5.7 Comunicación

La Comunicación de la Fundación Reina de Quito se realiza dependiendo el proyecto que la reina actuante proponga. Se realiza una campaña en torno a la causa y se lo transmite por distintos medios, principalmente digitales. Por ejemplo la campaña vigente durante este 2015 de Carolina Báez en conjunto con el Municipio de Quito es "Unidos por el respeto Mutuo".



Figura 68 . Campaña "Unidos por el respeto mutuo". Tomado de: Recuperado el (31/01/2015/18:28) <https://www.facebook.com/FundacionReinaDeQuito/photos/pb.460270443988067.-2207520000.1424733822./1076199302395175/?type=1&theater>

La Fundación Reina de Quito maneja una campaña madre, que es el proyecto de la reina actuante durante su año de reinado, y usualmente es apadrinado por el municipio de Quito.

Por otro lado, la Fundación maneja una comunicación estacionaria dependiendo de los eventos a realizar y maneja los siguientes medios para su promoción:

Redes Sociales:

- Youtube

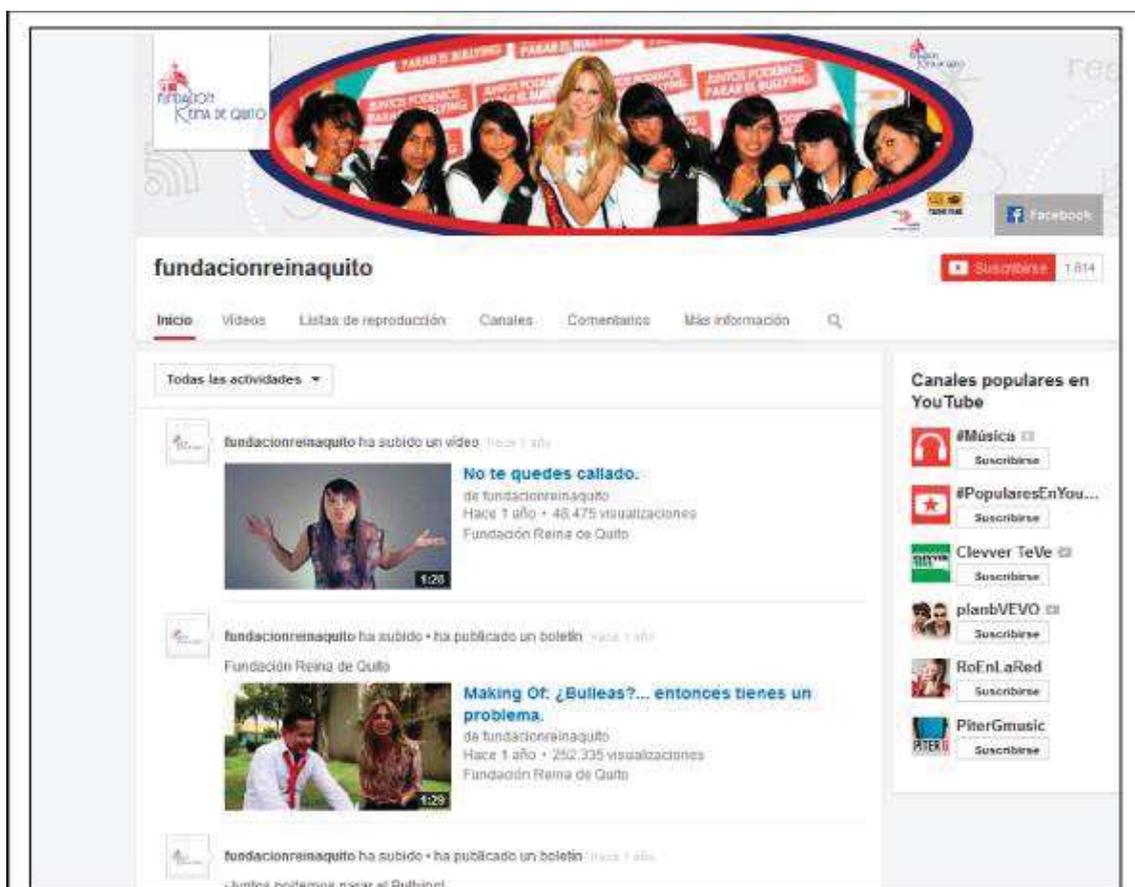


Figura 69 . Canal de Youtube Fundación Reina de Quito.

Tomado de: Recuperado el (01/02/2015/10:39) de <https://www.youtube.com/channel/UCoN2fLQas9YFHHdTQdH6grw>

En el canal Youtube el último video subido fue hace 1 año no tiene mucha información y no esta personalizado con imágenes de la campaña actual.

Solo existen videos relacionados a la campaña de Bullying realizado por Silvana Di Mella en el 2013.

En ningún momento se habla de la labor más importante de la Fundación que es el “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”.

- Facebook



Figura 70 . Página de Facebook de la Fundación Reina de Quito.
 Tomado de: Recuperado el (01/02/2015/10:39) <https://www.facebook.com/FundacionReinaDeQuito?ref=ts&fref=ts>

En Facebook la comunicación es actual y se mantiene al día con las actividades de la Fundación y con la campaña vigente.

No existe una comunicación de dos vías ya que no se contestan las publicaciones de los fans en el muro.

Actualmente la página maneja 12 272 fans, y los temas más mencionados en la página son las distintas campañas y eventos pero muy poco se topa el tema del “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”.

- Twitter



Figura 71 . Página de Twitter de la Reina de Quito.
Tomado de: Recuperado el (01/02/2015/10.39) <https://twitter.com/RDQoficial>

La página en Twitter es muy reciente y no corresponde a la Fundación si no solo a la Reina de Quito. Consta de 656 seguidores.

La comunicación utilizada en este medio está basada en la campaña de la Reina actuante, Carolina Báez “Unidos por el respeto mutuo”, y no se menciona a la Fundación y su labor.

- Instagram



La página en Instagram es muy reciente y no corresponde a la Fundación si no solo a la Reina de Quito. Consta de 468 seguidores.

La comunicación utilizada en este medio está basada en la campaña de la Reina actuante, Carolina Báez “Unidos por el respeto mutuo”, y no se menciona a la Fundación y su labor.

Página Web:



La página web maneja una comunicación en conjunto de la labor de la Reina y su campaña y de la labor de la Fundación. Existen algunos faltantes en la misma como la galería de fotos, sin embargo, está actualizada y al día. Esta página web no está linkeada a las redes sociales de la Reina de Quito Oficial, solo a Facebook y Youtube.

Resumen:

No existe una comunicación exclusiva del “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir” y no se muestra una unidad de campaña en los distintos medios digitales.

La reina de Quito es la voz no solo de la Fundación Reina de Quito sino de sus labores en general y no se ve reflejado en su comunicación.

3.5.8 Problemática

La principal problemática de la Fundación Reina de Quito es conseguir los fondos para sus labores, año tras año se consigue lo necesario para mantener las campañas actuales sin embargo no se logra el crecimiento esperado.

El “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir” depende en un 80 % de los eventos y los fondos conseguidos por la Fundación Reina de Quito, sus ingresos no cubren el funcionamiento y, menos aún, el crecimiento del mismo. Por lo que ambas instituciones deben crecer en conjunto.

Hoy en día la Fundación Reina de Quito es reconocida y tiene una posición muy favorable en la sociedad y en los medios de comunicación por lo que se debe aprovechar de la misma para comunicar las funciones y necesidades existentes de ambas instituciones.

Desde el 2005 el “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”, ha tenido un crecimiento mínimo. Se atendían a 105 niños con Síndrome de Down, mientras que hoy se atienden a 130 niños, esto quiere decir un incremento de 25 niños en un periodo de tiempo de 10 años.

Aproximadamente 75 a 100 niños inscritos en el programa quedan fuera, debido a falta de recursos para la manutención del Centro, como un niño con Síndrome de Down lo necesita. Los costos y gastos necesarios para mantener son sumamente altos y no se puede arriesgar con un crecimiento elevado.

Los ingresos año tras año varían en cada evento y los apadrinamientos no han crecido simplemente se han mantenido en los últimos 10 años de la Fundación. Por otro lado, el voluntariado ha disminuido en número y existen menos personas inscritas para desarrollar las actividades que años pasados.

Por esa razón la Fundación y el “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir” necesitan de una fuente de ingreso secundaria que ayude con la captación de fondos para su crecimiento y una comunicación atractiva que anime a la juventud de hoy a participar en voluntariado y acciones positivas para su ciudad.

CAPÍTULO IV

Investigación

4. Metodología de Investigación

4.1 Objetivos de la investigación

4.1.1 Objetivo General

Conocer la factibilidad técnica de una plataforma de crowdsourcing y crowdfunding en el Ecuador e identificar la perspectiva de los quiteños de aportar a la misma.

4.1.2 Objetivos Específicos

- Conocer la factibilidad de la plataforma de Crowdsourcing y Crowdfunding con profesionales del campo digital en el Ecuador.
- Evaluar las principales necesidades del Centro Infantil Aprendiendo a Vivir.
- Determinar el conocimiento de las personas sobre el Crowdfunding y Crowdsourcing.
- Determinar los factores determinantes que estimulan a los Quiteños a involucrarse en donaciones masivas y ayuda social colaborativas.

4.2 Tipo de Estudio

Para realizar una investigación existen estudios que ayudan a este proceso. Según Gómez (2009), Cortés (2012) y Méndez (2011) existen cuatro tipos de estudios. Estudio exploratorio, estudio descriptivo, estudio experimental y estudio observacional.

4.2.1 Estudio Exploratorio-Descriptivo

Dentro de esta investigación se utilizará el estudio exploratorio el mismo que a través de entrevistas dará a conocer los parámetros técnicos de la plataforma y las necesidades puntuales que la misma debe cubrir.

Por otro lado, se realizará un estudio descriptivo el mismo que irá desde lo más grande hasta lo más puntual. Este estudio se realizará a través de encuestas que respondan la interrogante de si los términos crowdfunding y crowdsourcing son conocidos y entendidos en la sociedad quiteña, y a su vez identifique comportamientos y motivaciones del target para unirse a este tipo de proyectos.

Para el desarrollo de este proyecto es necesario conocer los involucrados y beneficiarios, por ello se realizará un estudio Exploratorio descriptivo que recoja información sobre:

- Síndrome de Down.
- Niños con Síndrome de Down en el Ecuador.
- Instituciones en la ciudad de Quito que apoyen a personas con Síndrome de Down.
- Estadísticas en el Ecuador de Internet.
- Crowdsourcing y crowdfunding en Latinoamérica.

Con la recopilación de estos datos y un análisis de los mismos se podrá dar paso al producto final teniendo en cuenta factores externos importantes que determinaran la estrategia 3.0 de la plataforma.

4.3 Método de Investigación

4.3.1 Método de Síntesis-Deductivo

La investigación traerá dos métodos: síntesis y deductivo.

El método de síntesis supone un proceso de análisis de la información general llegando desde lo más complejo a lo más particular, es por eso también

conocido como análisis y síntesis. En este análisis se debe tomar la información valiosa e importante del marco teórico para utilizar en el desarrollo del producto final en este caso de la plataforma web.

El método deductivo realiza la tarea de justificación. Con este método se tomarán las verdades absolutas de la investigación y de toda la información recopilada.

Para la estructuración de la plataforma y de una estrategia de comunicación, es importante conocer cada uno de los elementos y los efectos que tendrán dentro del público objetivo. Para ello se deberá plantear elementos desde el más grande hasta el más pequeño, esto hará de la plataforma un proyecto sólido sobre las bases de un previo conocimiento.

4.4 Tipo de investigación

4.4.1 Investigación documental

La investigación documental se llevará a cabo por medio de recolección, análisis y presentación de resultados coherentes, guiando así este proyecto de forma ordenada y coherente para alcanzar un resultado satisfactorio que brinde el beneficio de su creación.

4.4.2 Investigación descriptiva

El Objetivo de esta investigación consiste en llegar a conocer a fondo a los involucrados dentro de este proyecto a través de una descripción exacta, ya sea tanto del Centro Infantil Aprendiendo a Vivir como de los participantes que darán uso de la misma. La descripción de los mismos involucra datos como costumbres, actitudes, necesidades, actividades, gustos, entre otros. De esa manera se llegará al cliente y consumidor final de manera exacta.

4.4.3 Estudio de casos

El Estudio de casos de crowdfunding y crowdsourcing a nivel Latinoamérica y sobre todo en el Ecuador, ayudará a conocer fortalezas o incluso debilidades anteriores, en busca de mejoras para el proyecto a plantear.

El análisis de casos también dictará pautas importantes a seguir para la elaboración de la plataforma he incluso en la estrategia de comunicación.

4.5 Fuentes

4.5.1 Fuentes primarias

Como fuente primaria se utilizará la investigación de la opinión de expertos y especialistas a través de entrevistas sobre el tema de crowdsourcing y crowdfunding en el Ecuador, ya que son los más capacitados para conocer la viabilidad del proyecto y las mejores técnicas en cuanto al desarrollo del mismo.

Se realizará también entrevistas a los beneficiarios de este proyecto, en este caso la Fundación Reina de Quito, por lo cual se tomará a Ex Reinas de la ciudad de Quito que sigan en constante trabajo con la Fundación y estén al tanto de las necesidades de la misma, también a gente involucrada con la Fundación Reina de Quito y con el “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir” que sepa de su funcionamiento.

Otra fuente primaria son las encuestas al público objetivo ya que se busca sean los principales usuarios de la plataforma, por lo que se debe conocer no solo su motivación a participar sino el correcto mensaje para atraerlos a la misma.

4.5.2 Fuentes secundarias

Se tendrá las siguientes fuentes secundarias:

- **Fuentes electrónicas:** Datos reales del Internet en el Ecuador, Conceptos de innovación, avances tecnológicos, entre otra información que nos darán datos reales y actualizados sobre las tendencias de este tipo de proyectos.
- **Fuentes bibliográficas:** Es necesario tener un marco referencial teórico que nos permita saber a fondo los conceptos necesarios para el desarrollo y puesta en marcha del proyecto.

4.6 Método de recolección de datos

4.6.1 Técnicas

4.6.1.1 Entrevistas

Las entrevistas son una importante técnica de investigación, ya que los datos se recogen de manera directa y espontánea. Las entrevistas serán previamente estructuradas según los parámetros a evaluar y con ello se logrará guiar la conversación a los puntos requeridos de conocimiento.

Se realizarán entrevistas a expertos en el área digital para evaluar la factibilidad técnica del proyecto esta será realizada en formato de video para registrar la conversación de forma directa.

Por otro lado, se realizarán entrevistas a ex reinas de Quito que sigan involucradas con la labor del centro infantil Aprendiendo a Vivir y gente que trabaje directamente con la Fundación Reina de Quito, para así conocer a fondo las necesidades del mismo y llevar a cabo un proyecto que cumpla las expectativas y exigencias que requieren.

4.6.1.2 Encuestas

Se realizarán encuestas con el objetivo de investigar 3 puntos importantes:

- El grado de conocimiento de los quiteños sobre el crowdsourcing y crowdfunding
- El verdadero posicionamiento del “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir” con la Fundación Reina de Quito.
- La motivación de los quiteños para involucrarse en la ayuda comunitaria.

Las encuestas serán realizadas de forma física según el target necesario para que los resultados arrojados de dicha investigación sean lo más exactos posibles.

4.7 Análisis

4.7.1 Niños con Síndrome de Down

“El Síndrome de Down, también conocido como trisomía 21, es una anomalía donde un material genético sobrante provoca retrasos en la forma en que se desarrolla un niño, tanto mental como físicamente.” (The Nemours Foundation, 2012)

El Síndrome de Down no es una enfermedad es simplemente una condición genética, que no se puede prevenir ni combatir, es una característica con la cual los que la poseen vivirán por el resto de sus vidas. Las consecuencias físicas y problemas médicos son diferentes entre los niños haciendo que las condiciones de uno no sean las mismas de otro; es por ello que su tratamiento debe ser único, dependiendo de la evolución del mismo.

En la concepción de un bebé sin esta condición, este hereda información genética de sus padres en la forma de 46 cromosomas: 23 de la madre y 23 del padre. En el caso de Síndrome de Down, el bebé hereda un cromosoma de más, el nº 21, dándole un total de 47 cromosomas.

Características de un niño con síndrome de Down:

1) Rasgos Físicos:

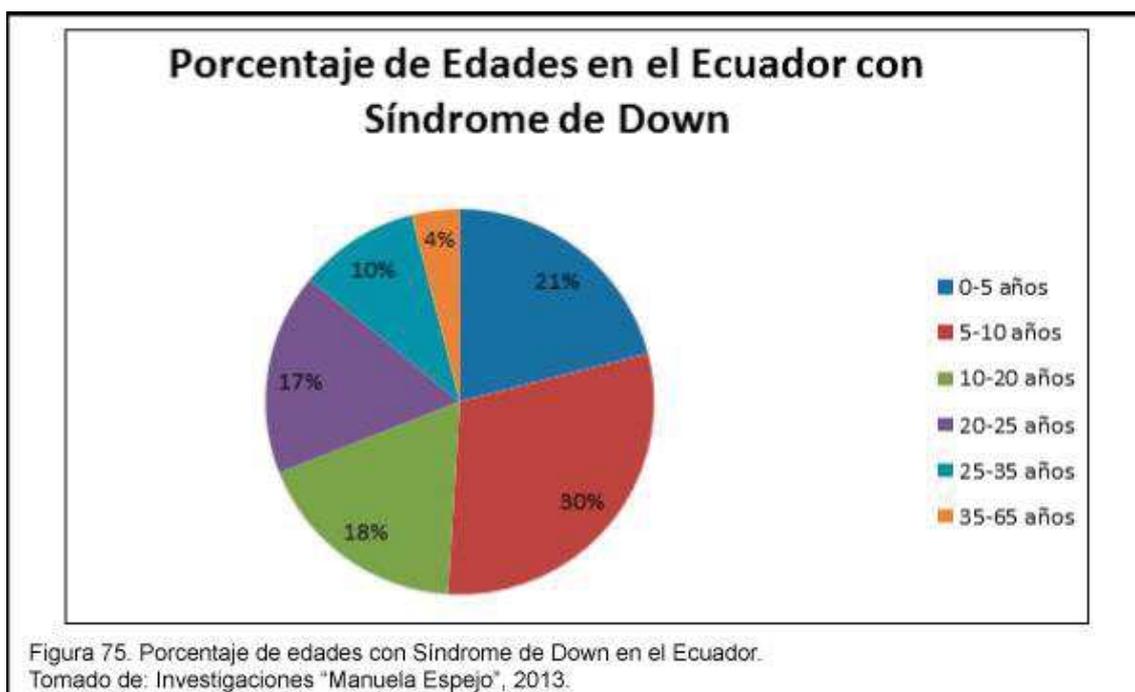
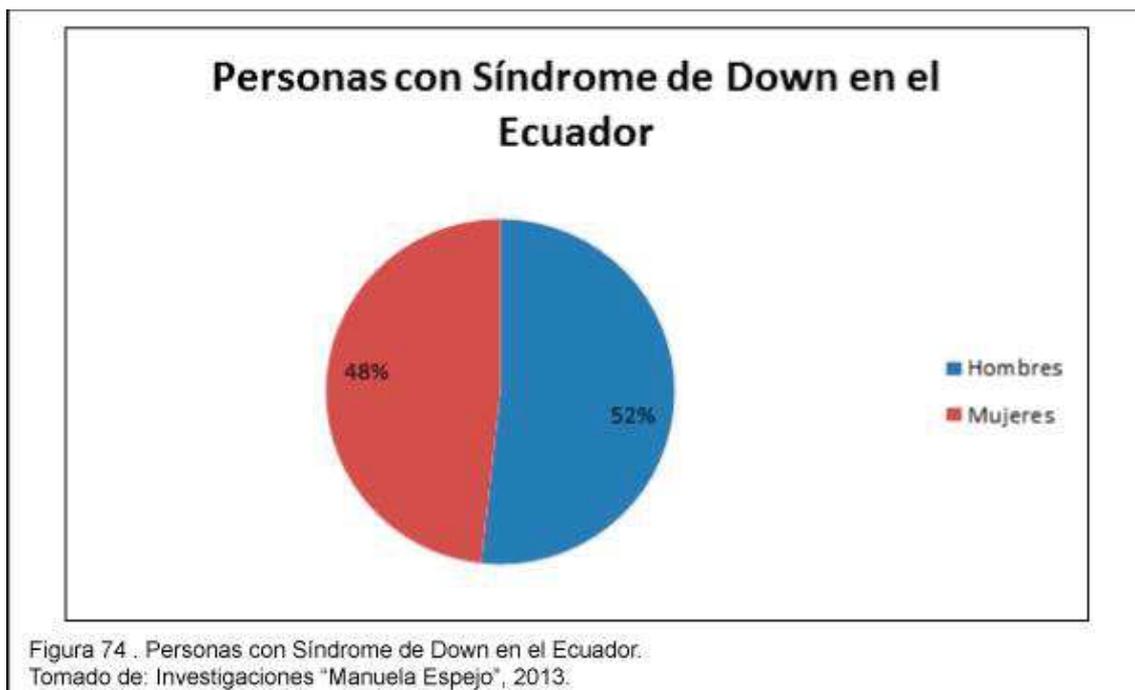
- Perfil facial plano
- Ojos achinados
- Orejas pequeñas
- Protrusión lingual

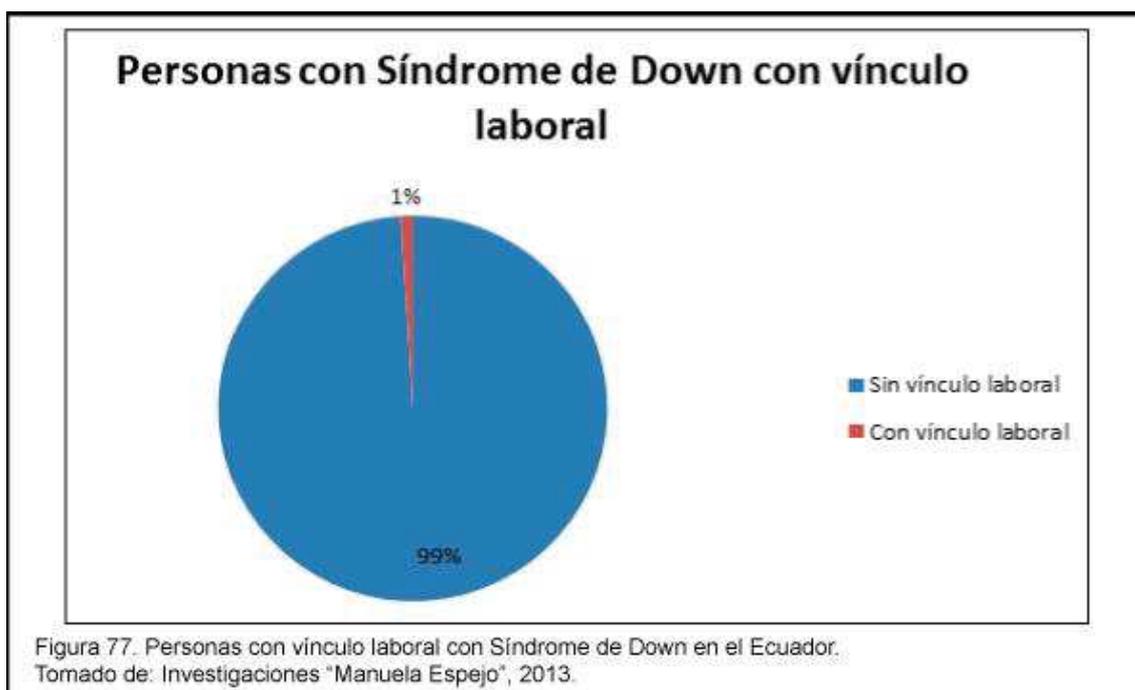
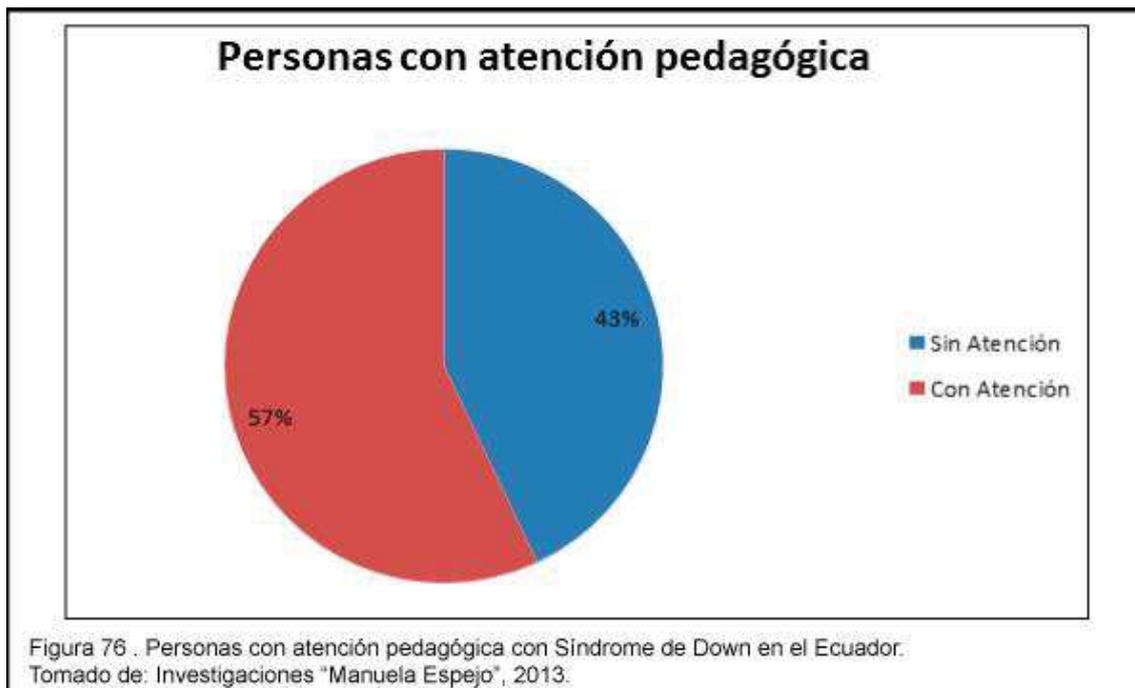
2) Bajo tono muscular**3) Estatura promedio, pero con lento crecimiento.****4) Retrasos en la adquisición del habla y las habilidades básicas como comer, vestirse, etc.****4.7.1.1 Estadísticas en el Ecuador**

Según la Revista Identidades (2011, pp.14), en el mundo existen de cada 600 nacidos vivos 1 que posee Síndrome de Down, mientras que en nuestro país, esa cifra crece de cada 500 nacidos vivos nace 1 niño con esta anomalía genética. En el Mundo según últimos reportes del 2011 existen aproximadamente 400.000 personas con Síndrome de Down y en el Ecuador 7.457.

Es importante conocer que el Síndrome de Down es una discapacidad intelectual. Según la CONADIS (Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades), en el último registro de discapacidades del 2013, existen 81450 personas con discapacidad intelectual en el Ecuador, de las cuales 11123 en la provincia de Pichincha y 9702 en la ciudad de Quito.

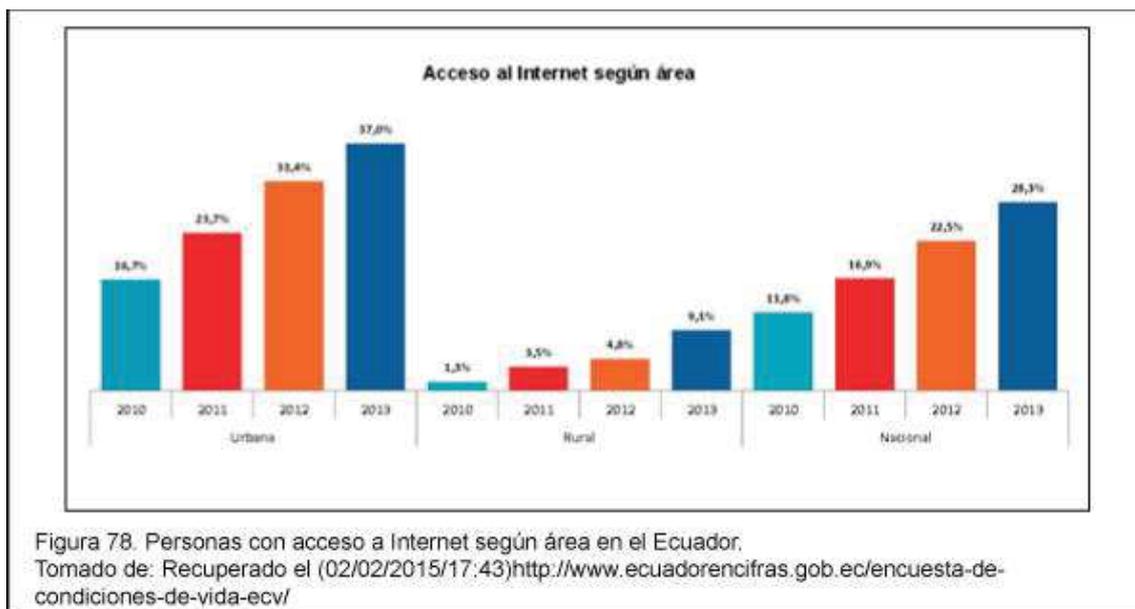
Según estudios realizados por la “Misión Manuela Espejo” existen los siguientes datos en el Ecuador sobre Síndrome de Down:



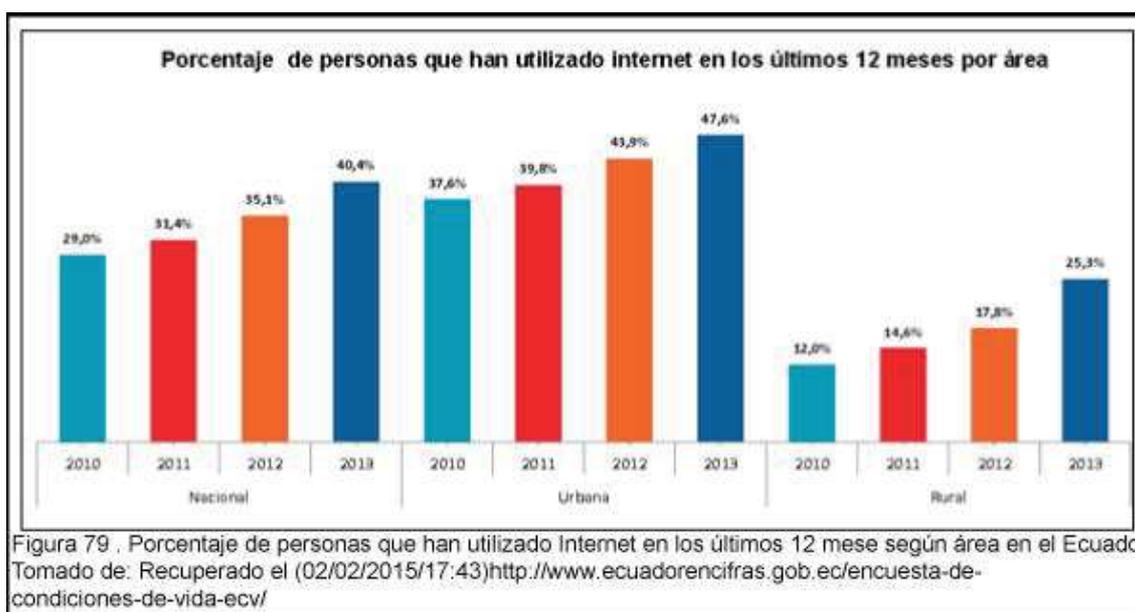


4.7.2 Internet en el Ecuador

Durante los últimos años Ecuador ha tenido un incremento en el uso de Internet por lo que analizar estas cifras permitirá ver la factibilidad del proyecto y definir qué grupo objetivo es el más acorde para el proyecto.



El 28,3% de la población nacional tiene acceso a Internet.



En la zona Urbana las personas utilizan más Internet.

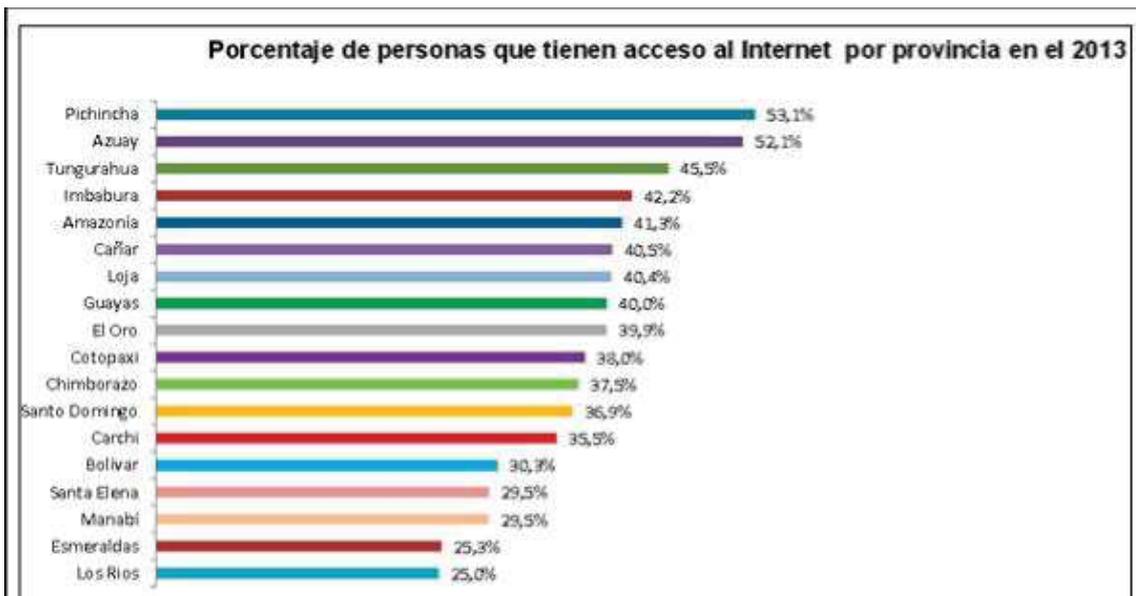


Figura 80 . Porcentaje de personas que tienen acceso a Internet por provincia en el Ecuador.
Tomado de: Recuperado el (02/02/2015/17:43)<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-de-condiciones-de-vida-ecv/>

La provincia de Pichincha tiene más acceso a Internet.

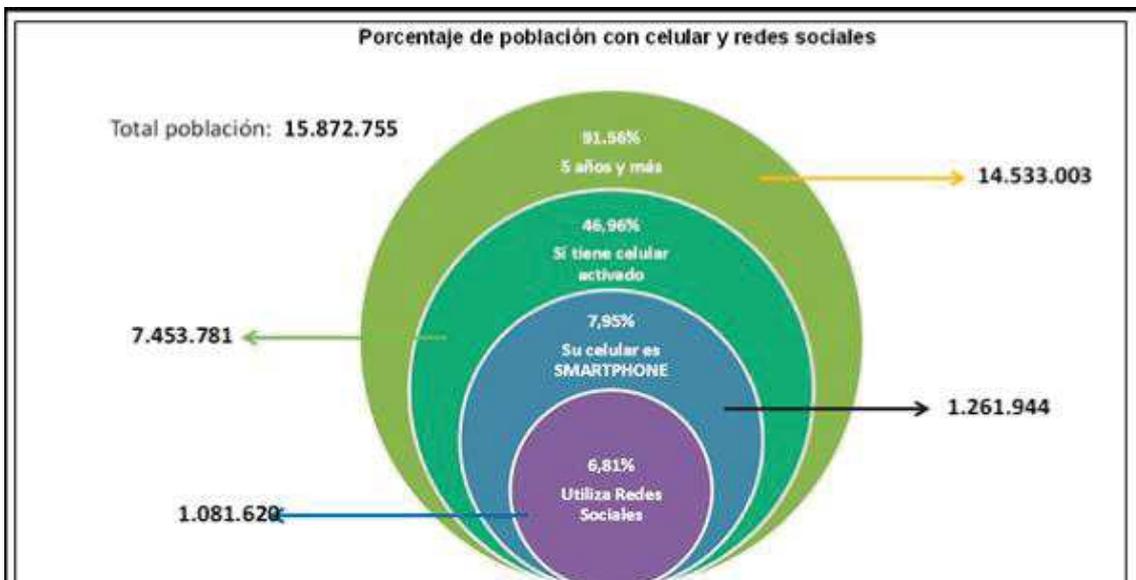
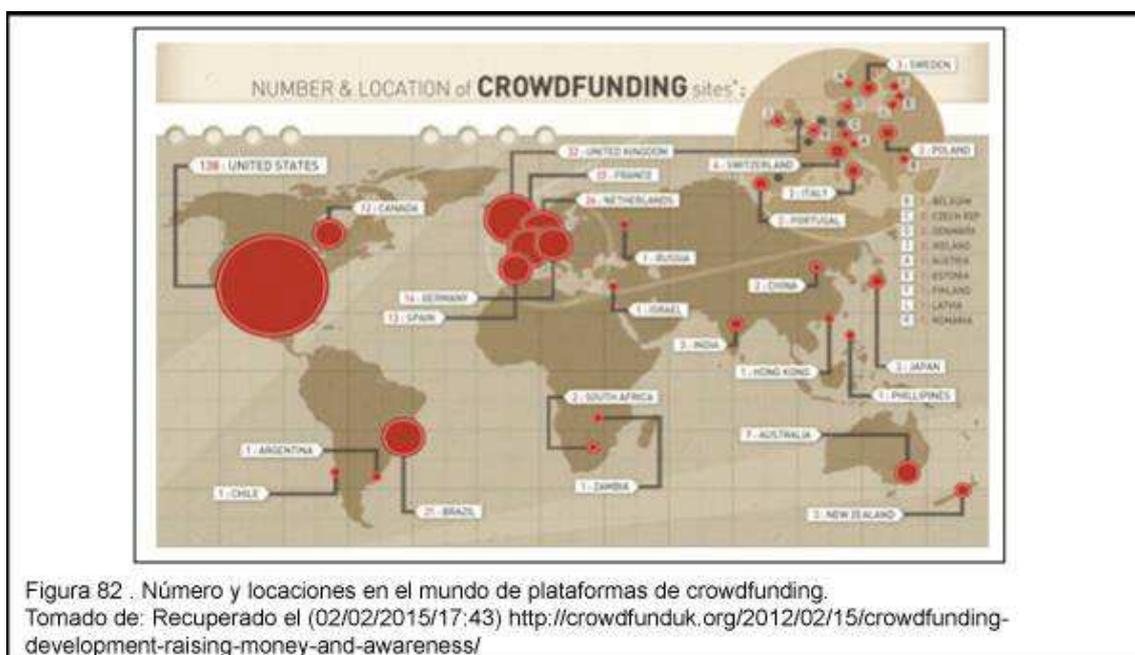


Figura 81. Porcentaje de población con celular y redes sociales en el Ecuador.
Tomado de: Recuperado el (02/02/2015/17:43)<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-de-condiciones-de-vida-ecv/>

4.7.3 Estadísticas de crowdsourcing y crowdfunding

En Latinoamérica el crowdsourcing y el crowdfunding son términos recientes por lo que su todavía se encuentra en crecimiento y existe aún ignorancia sobre los términos y funcionamiento de los mismos.

Según la organización de crowdsourcing el país en Latinoamérica con mayor crecimiento en esta área es Brasil.



La recaudación de crowdfunding durante el 2012 según “Massolution”, empresa de investigación, asesoramiento, que se especializa en soluciones de crowdsourcing y crowdfunding para empresas privadas, públicas y sociales, fue de \$2.67 billones de dólares.

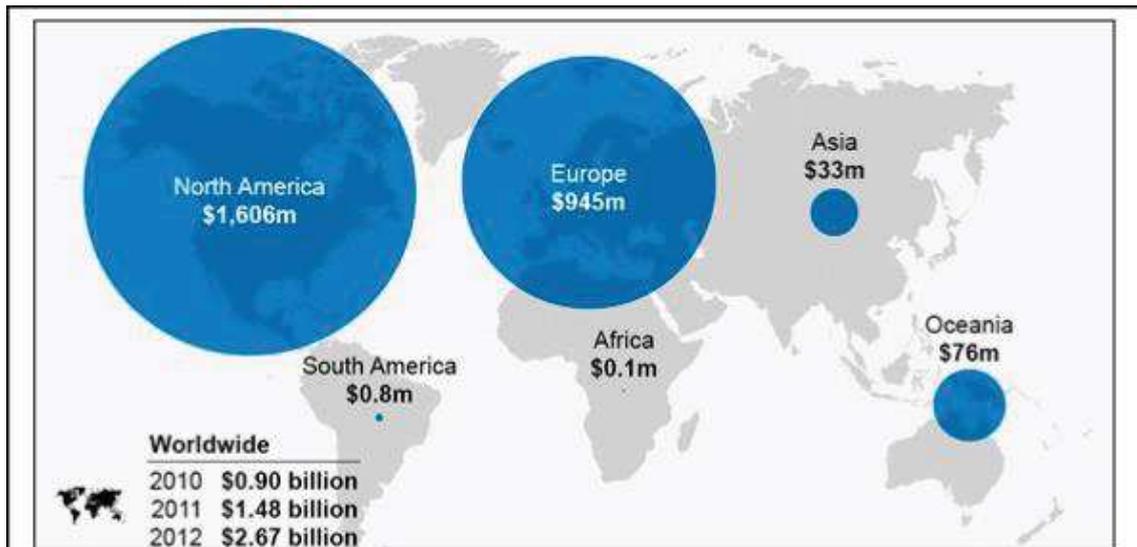


Figura 83. Recaudaciones de dinero en plataformas de crowdfunding por continente.
Tomado de: Recuperado el (02/02/2015/17:43) <http://www.crowdsourcing.org/community/crowdfunding/7>

Norteamérica y Europa dominan la industria del crowdfunding ya que recolectan el 59 % y 35 % del capital de todo el mundo. Durante el 2012 hubo más de 1 millón de campañas de crowdfunding exitosas.

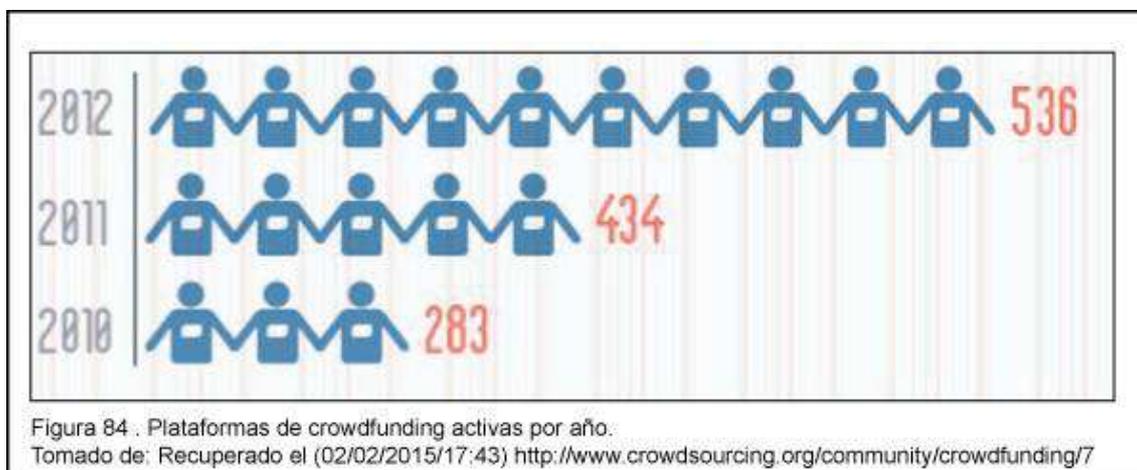
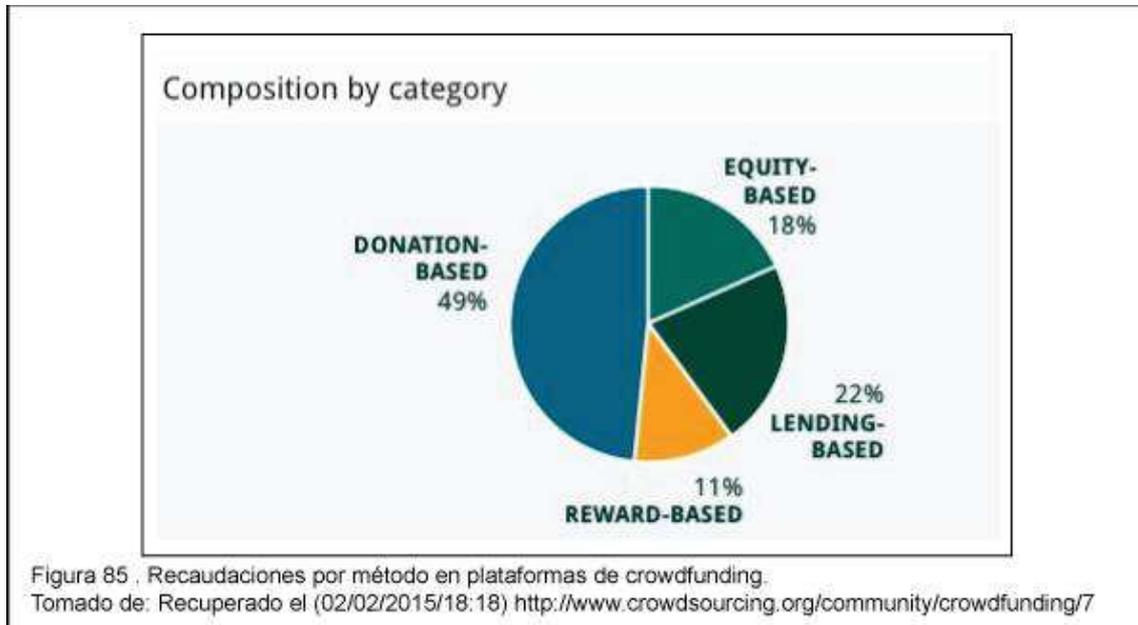


Figura 84 : Plataformas de crowdfunding activas por año.
Tomado de: Recuperado el (02/02/2015/17:43) <http://www.crowdsourcing.org/community/crowdfunding/7>

En el 2012 existían 536 plataformas activas de Crowdfunding alrededor del mundo.

Según “Massolution” la composición de los fondos recaudados se divide de la siguiente manera:



Donaciones (Donation- Based): 49 %

Equidad (Equity- Based): 18 %

Prestamos (Lending- Based): 22 %

Recompensas (Reward- Based): 11 %

Datos según la empresa Massolution del 2012 sobre crowdfunding:

- La categoría más activa en el 2012 fueron causas sociales con un 32 % de participación seguida por negocios empresariales con un 16.9 %.
- Un 45 % de las personas hacen su pago por medio de depósito bancario mientras que el 63 % de los donantes utilizan PayPal como método de pago.
- En un promedio las campañas exitosas recolectan \$7000 y duran aproximadamente 9 semanas.

4.7.3.1 Casos Ecuatorianos

Yasuni

Uno de los casos más oídos dentro y fuera del país fue el caso “Yasuni”. Este proyecto surgió como una idea para evitar que se explote el petróleo en las tierras del parque Nacional Yasuni.

El proyecto se realizó en la plataforma de crowdfunding Indiegogo y buscaba recaudar la suma de \$1.8 millones de dólares, la cual era la mitad de lo solicitado por el presidente Rafael Correa para no explotar estas tierras.

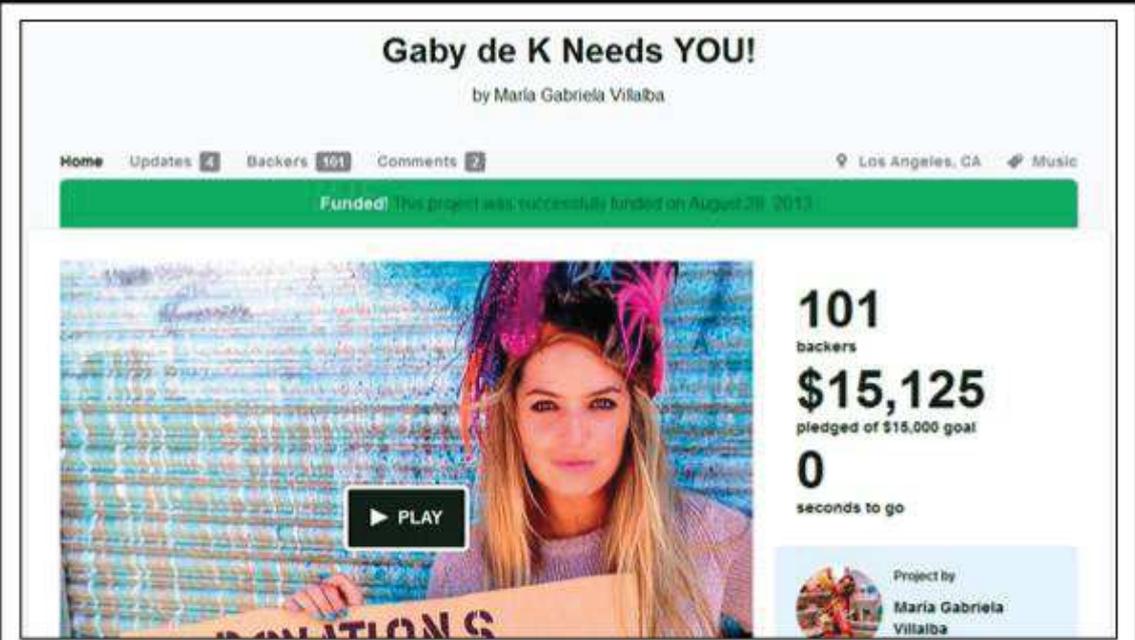
El proyecto llamó la atención de muchos países que se sumaron a esta causa, así también como personas comunes que aportaron con su grano de arena, el proyecto no llegó a la meta y tampoco se realizó los pagos debido a cambios en la política, sin embargo, fue uno de los casos más grandes de crowdfunding en el Ecuador.



Gabriela Villalba

Gabriela Villalba es una artista Ecuatoriana que surgió tras el reality show Popstar y luego fue integrante de la famosa banda Chilena Kudai. Su paso por la música fue toda una revelación, sin embargo, fue muy corta.

Gabriela Villalba realizó un proyecto de crowdfunding en Kickstarter, para recolectar la suma de \$15.000 dólares y así poder empezar con su nuevo disco como artista independiente. Su proyecto tuvo gran acogida y hoy por hoy se encuentra en Los Ángeles produciendo su primer sencillo.



Gaby de K Needs YOU!
by María Gabriela Villalba

Home Updates **4** Backers **101** Comments **2** Los Angeles, CA Music

Funded! This project was successfully funded on August 28, 2013.

101 backers
\$15,125 pledged of \$15,000 goal
0 seconds to go

Project by María Gabriela Villalba

Figura 87 . Publicidad del proyecto de Gabriela Villalba.
Tomado de: Recuperado el (02/02/2015/18:38) <https://www.kickstarter.com/projects/499006121/gaby-de-k-needs-you>

4.8 Desarrollo

4.8.1 Entrevistas a Profundidad

Las entrevistas a profundidad se realizarán a personas que conozcan sobre crowdsourcing y crowdfunding, que puedan dar su opinión y conocimiento sobre el tema, así como también ver la factibilidad del mismo en el Ecuador.

Por otro lado, se entrevistara a Ex Reinas de Quito con el fin de conocer más a fondo la labor de la Fundación Reina de Quito y su labor en el “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”, con ellas se conocerá las necesidades puntuales de su proyecto así como también de las personas con Síndrome de Down.

4.8.2 Modelos de entrevistas

Entrevista expertos

(Ver Anexo 1)

Entrevista Ex Reinas de Quito

(Ver Anexo 2)

4.8.3 Ficha informativa entrevistados



José Valenzuela
Socio Fundador y Director Comercial
A+A Consulting

Figura 88 . Ficha del Entrevistado José Valenzuela.
Información tomada de: Recuperado el (02/02/2015/15:47) de <http://www.aaconsulting.com.ec/#section-equipo-de-trabajo>



Andrés Arévalo
Socio Fundador y Director de
Operaciones
A+A Consulting

Figura 89 . Ficha del Entrevistado Andrés Arévalo.
Información tomada de: Recuperado el (02/02/2015/15:47) de <http://www.aaconsulting.com.ec/#section-equipo-de-trabajo>



José Puebla
Socio y Director de Tecnología
A+A Consulting

Figura 90 . Ficha del Entrevistado José Puebla.
Información tomada de: Recuperado el (02/02/2015/15:47) de <http://www.aaconsulting.com.ec/#section-equipo-de-trabajo>



Valentina Mera
Ex Reina de Quito 2006-2007
Coordinadora de comunicación
Fundación Reina de Quito

Figura 91 . Ficha del Entrevistado Valentina Mera.
Información tomada de: Recuperado el (02/02/2015/15:47) de <http://www.fundacionreinadequito.com.ec/reinas-de-quito/resena-de-reinas-de-quito.html>



Daniela Del Castillo
Ex Reina de Quito 1995-1996
Presentadora de Televisión

Figura 92 . Ficha del Entrevistado Daniela Del Castillo.
Información tomada de: Recuperado el (02/02/2015/15:47) de <http://www.fundacionreinadequito.com.ec/reinas-de-quito/resena-de-reinas-de-quito.html>

4.8.4 Resultados entrevistas

Para su comprensión de las mismas se realizó una matriz comparativa con el resumen de las entrevistas realizadas a cada persona. (Ver en Anexo 3 transcripción exacta de las entrevistas)

Matriz comparativa de expertos entrevistados			
Preguntas	Andrés Arévalo	José Valenzuela	José Puebla
1.- ¿Qué es para usted crowdsourcing y crowdfunding?	Crowdsourcing: Colaboración a través de internet, no necesariamente financiera. Crowdfunding: Colaboración a través de internet, específicamente monetaria.	Crowdsourcing: ayuda de las masas para un trabajo específico. Crowdfunding: ayuda de las masas para el financiamiento.	Crowdsourcing: Obtención de cualquier tipo de recurso externo por ayuda de la comunidad. Crowdfunding: Ayuda colaborativa a través de recursos monetarios
2.- ¿Conoce algún tipo de proyecto similar en el Ecuador de crowdsourcing y crowdfunding, podría decirnos cuál y a qué se refiere específicamente?	No conozco una plataforma ya desarrollada para distintos proyectos en el Ecuador, sé de algunas empresas que buscan desarrollarlas o están en proceso.	No conozco plataformas en el Ecuador, pero existen proyectos tanto de crowdfunding y crowdsourcing sin desarrollar en un ámbito digital.	Una plataforma específica para distintos proyectos en el Ecuador no existe, solo conozco de proyectos puntuales bajo las características de crowdfunding y crowdsourcing.
3.- ¿Cómo observa la creación de una plataforma Web de crowdsourcing y crowdfunding en el Ecuador?	Me parece importante que exista en el Ecuador una plataforma, es un mercado lo suficientemente grande para tener su propia plataforma pero como proyecto de temas específicos.	Sería un tema muy interesante, un reto tecnológico y una forma de conocer los intereses de los ecuatorianos.	El concepto en si, es tan amplio que se puede aplicar a cualquier tipo de proyecto, por lo tanto, es totalmente viable y muy interesante de que se llegue a aplicar.
4.- ¿Cree usted que en el Ecuador exista la apertura necesaria por parte del grupo objetivo para el aporte tanto monetario como no hacia este tipo de plataformas?	El grupo objetivo de tu plataforma me parece el idóneo ya que es un grupo más educado, y sobre todo está dispuesto a involucrarse con la sociedad.	Si, la sociedad ecuatoriana es muy católica y religiosa, le gusta ayudar al prójimo y, más aún, si se le presenta una causa social de manera novedosa.	En mi opinión creo que es muy factible, que el target va a querer colaborar con esto no necesariamente monetariamente sino aportando algo mucho más importante como el expertis .

Tabla 14. Matriz comparativa de expertos entrevistados.
Información tomada de: Entrevistas realizadas, Anexo 3.

Matriz comparativa de expertos entrevistados			
Preguntas	Andrés Arévalo	José Valenzuela	José Puebla
5.- ¿Usted estaría de acuerdo en aportar y participar periódicamente con la plataforma?	Todo depende del proyecto, pero si es un proyecto interesante si.	Si me gustaría participar, más que monetariamente con la ayuda voluntaria en proyectos puntuales. Me gusta la idea que tú elijas en que proyecto involucrarte.	Totalmente, en caso de que encuentre algo no necesariamente de mi interés sino en lo que me sienta capaz de poder aportar, pues con todo gusto.
6.- Según su expertis: ¿qué áreas específicas debería tener esta plataforma?	La página debe ser súper amigable, más allá de la estructura debe ser visualmente atractiva, responsive, que genere confianza, y se explique claramente los términos y condiciones.	Yo creo que más allá de la dinámica de la página, el contenido de la misma es lo que marcará la diferencia al momento de involucrarte.	Una página principal con el mensaje claro y muy llamativa, información de contacto, categorización de los proyectos, preguntas frecuentes, términos y condiciones, noticias y novedades.
7.- ¿Considera necesario que la plataforma sea propia de la Fundación Reina de Quito o sería recomendable realizarlo en plataformas ya existentes a nivel mundial?	Por el echo de que manejará varios proyectos, yo recomiendo que sea propia, incluso así ganas posicionamiento como Fundación le dará renombre y prestigio a la institución.	Yo creo que se debe aprovechar a la Fundación y a su imagen en la sociedad quiteña, por lo que debe ser propia.	Una plataforma propia se la puede desarrollar a medida y bajo los requerimientos necesarios. Si me parece interesante que la fundación sea quien patrocine y quien esté detrás de esto para así dar un poquito más de fuerza y renombre
8.- ¿Cuál cree usted que es la mejor forma de pago existente en el Ecuador para plataformas Web, y cuál cree que se acopla mejor a este proyecto?	La mejor me parece que es Interdin que es con todas las tarjetas del Banco del Pichincha, y de ahí tienes pasarelas de pago internacionales como PayPal. Yo trabajaría con las dos simultáneamente.	Yo creo que no existe la mejor todavía en el Ecuador, por lo que es recomendable darle al usuario distintas posibilidades. Es importante hacer del método de pago algo dinámico y sencillo sin complicar al usuario.	La más óptima me parece que es hacer los convenios con las entidades financieras, creando botones de pago con pasarelas propias, es trabajoso, pero le das más opciones al usuario.
9.- Del 1 al 10 valore la factibilidad de este proyecto en el Ecuador, explicando el porqué de su respuesta y, ¿qué recomendaciones daría para la factibilidad total de la misma?	Le pondría un 10 a la factibilidad, es un proyecto 100 % realizable, ya que no existe una plataforma existente ni posicionada. Recomendaciones, la página te debe brindar mucha confianza, con proyectos interesantes, y tener una pasarela de pagos robusta.	Un 10 sin duda, existen las herramientas y el mercado. Y mi recomendación sería crear un mensaje que enganche a la gente sobre todo porque es un grupo objetivo juvenil.	Lo valoro como un 9 porque siempre existe la duda. Como recomendaciones me parece importante tener en cuenta que para estos proyectos se tiene 3 involucrados la persona que genera la idea, quien colabora la idea y el medio por el que se logra la idea.

Tabla 15. Matriz comparativa de expertos entrevistados. Información tomada de: Entrevistas realizadas, Anexo 3.

Matriz comparativa de ex Reinas entrevistadas		
Preguntas	Valentina Mera	Daniela Del Castillo
1.- ¿Cómo ve usted a los proyectos de ayuda social en la ciudad de Quito?	Son más los jóvenes los involucrados en la ayuda social. He escuchado muchos proyectos de reciclaje y ayuda al medioambiente.	Existe hoy en día más apertura y conciencia de la gente al momento de ayudar. Creo que hay muchas ideas, manos y gente que quiere ayudar a veces lo difícil es ponerlos en práctica y hacerlos realidad.
2.- ¿Cuál es la condición actual del Centro Infantil Aprendiendo a vivir?	Este año escolar tenemos inscritos más de 130 niños y con una lista de espera de más de 100 niños. Se brinda un servicio y atención de calidad y no se puede bajar los parámetros.	El Centro Infantil se apalanca en la Fundación para sobrevivir, definitivamente es una institución que no sobrevive por su cuenta. Se da una atención de primera a los niños, aproximadamente tenemos 120 niños pero con una lista de espera muy grande.
3.- ¿Cuál es su mejor fuente de ingreso en estos momentos?	La fundación y sus eventos como el desfile contrastes o el té juego, son los que más recolectan para el Centro infantil.	La parte financiera es dividida entre dos fuentes importantes las pensiones de los niños aunque son mínimas y , los eventos que realiza la Fundación Reina de Quito que son un éxito.
4.- Numere tres aspectos primordiales que necesita el centro infantil para subsistir:	Niños inscritos, plata porque se debe pagar sueldos, comprar materiales y otras cosas, y por último Lunch.	Creo que necesita de amor, recursos y gente generosa.
5.- ¿Cuál cree usted que es la principal motivación para los donantes que tienen actualmente?	Los niños, la mayoría de los padrinos conocen a los niños a los que ayudan y ellos hacen regalos para ellos es su forma de agradecer y motivarlos.	Se han encariñado con los niños además de que conocen que es una institución que muestra resultados.
6.- ¿Cuál cree usted que es la mejor herramienta de comunicación que tiene actualmente el Centro infantil aprendiendo a Vivir?	Las redes sociales son una forma rápida y efectiva de llegar a los jóvenes. También tenemos a los medios que siempre nos ayudan con notas, reportajes, la verdad es que los medios están de nuestro lado.	La fundación maneja una comunicación en internet que es muy buena y atrae a mucha gente joven sobretodo, pero sin duda la reina es nuestra arma de comunicación.

Tabla 16. Matriz comparativa de ex Reinas entrevistadas. Información tomada de: Entrevistas realizadas, Anexo 3.

4.8.5 Conclusiones entrevistas expertos

- Para la gente involucrada en el medio tecnológico digital los términos crowdsourcing y crowdfunding no son algo nuevo, sin embargo, en el Ecuador recién se está empezando el desarrollo de estos proyectos.
- Existen empresas y personas con la idea de empezar con proyectos específicos de crowdsourcing y crowdfunding pero no plataformas que abarquen algunos proyectos.
- Según los expertos, el grupo ideal para este proyecto son los jóvenes por el acercamiento tecnológico que los mismos poseen y su entusiasmo para ayudar y dar nuevas ideas.
- La plataforma debe ser propia de la Fundación para plantear los distintos proyectos que la misma tiene y a su vez aprovechar la posición como marca que tiene la misma.
- Según los expertos, el Ecuador tiene un mercado lo suficientemente grande y posee de las herramientas tecnológicas necesarias para la realización y viabilidad del proyecto.
- Es importante dar al usuario distintas formas de pago para hacer de este un proceso más sencillo.

4.8.6 Conclusiones entrevistas ex Reinas de Quito

- El Centro Infantil depende 100 % de las recaudaciones de la Fundación para su funcionamiento.
- El crecimiento del Centro Infantil es mínimo.

- Existe una lista de espera que supera los 100 niños para cada año escolar.
- Conocer a los niños es una gran motivación para involucrarse en las donaciones.
- Las redes sociales y la reina actuante son las principales armas de comunicación, tanto de la Fundación como el Centro Infantil.

4.8.7 Encuestas

4.8.7.1 Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se utiliza la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \cdot \sigma^2 \cdot Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2 \cdot Z^2}$$

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población. Habitantes de la ciudad de Quito entre 23 a 35 años zona Urbana 484265.

σ : Desviación estándar de la población, cuando no se conoce se utiliza un valor constante de 0,5.

Z: Valor del nivel de confianza. Es un valor constante entre 95 % que equivale a 1,96 y 99 % que equivale a 2,58.

e: Grado de error. Se utiliza un valor constante entre 1 % que equivale a 0,01 y 9 % que equivale a 0.09.

Desarrollo:

$$n = \frac{484265 \cdot (0,5)^2 \cdot (1,96)^2}{(484265-1)(0,09)^2 + (0,5)^2 \cdot (1,96)^2}$$

$$n = 119$$

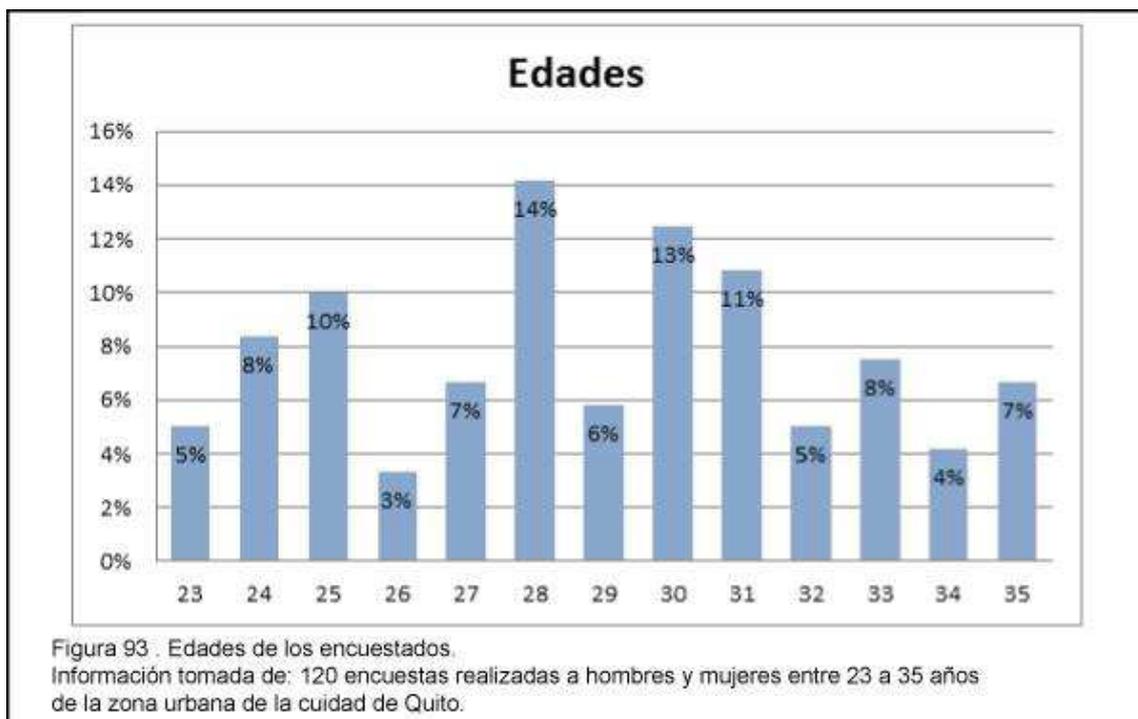
4.8.7.2 Modelo de encuesta

Encuesta

(Ver Anexo 4)

4.8.7.3 Resultados

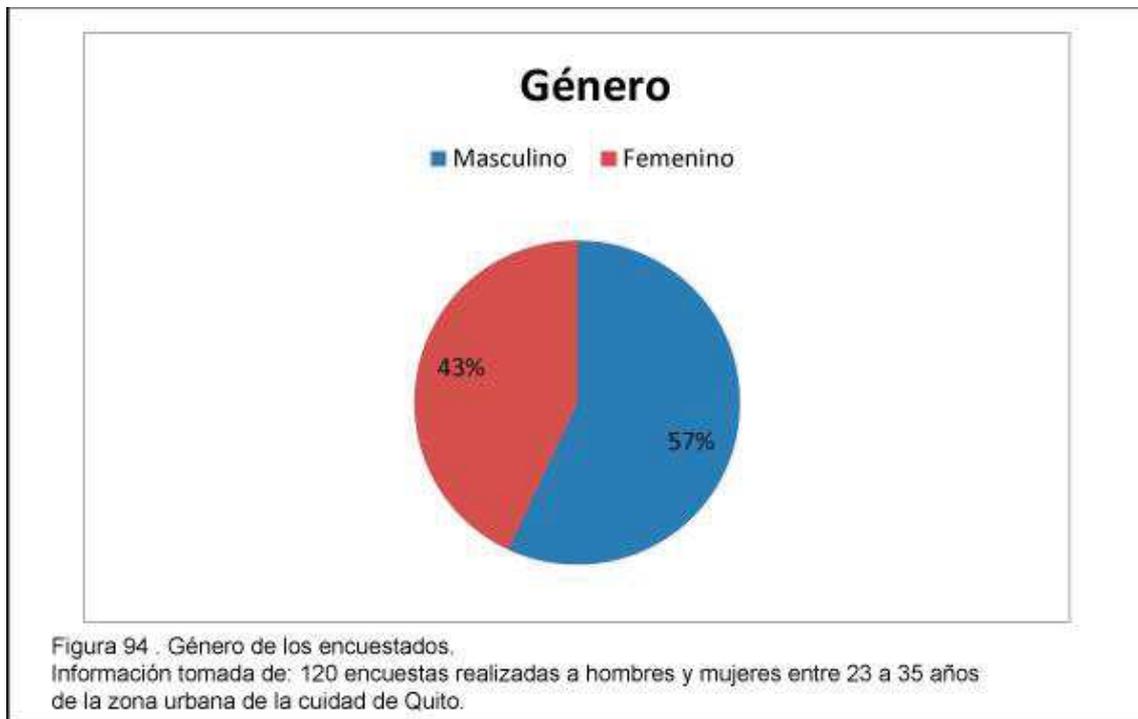
Edad



Resultados:

Las 120 encuestas se realizaron a distintas personas entre las edades de 23 a 35 años, de la zona urbana de la ciudad de Quito.

Género

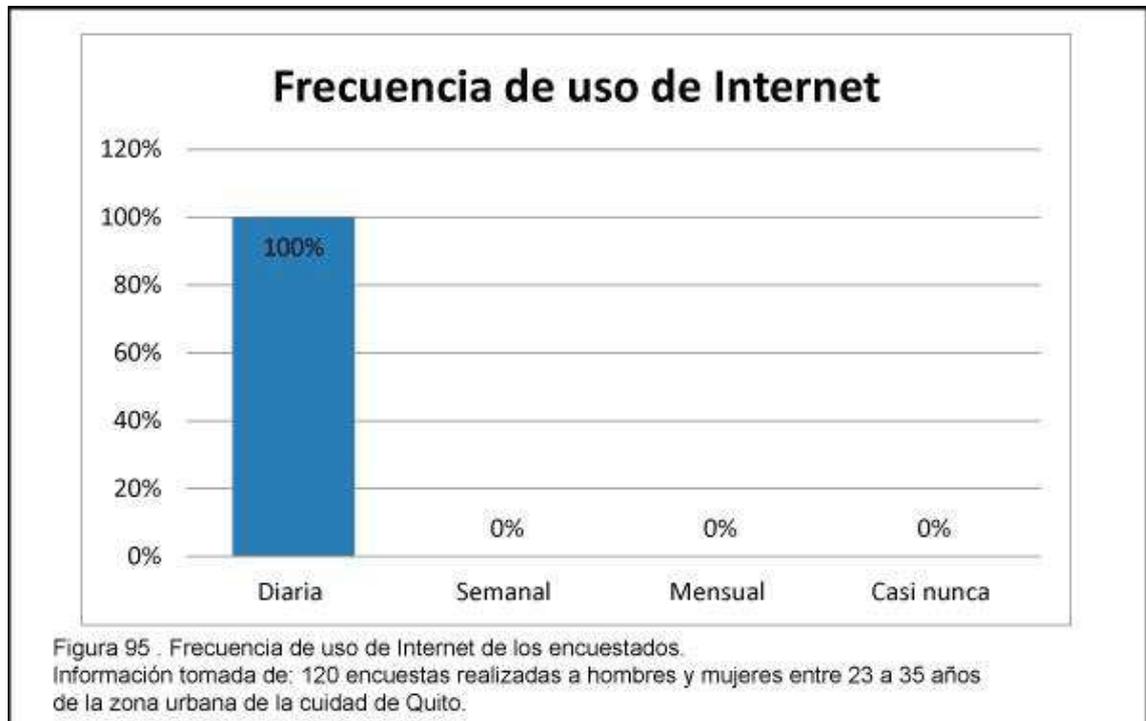


Resultado:

Se realizó la encuesta a hombres y mujeres, sin embargo, resultaron más hombres para esta muestra.

1. ¿Con que frecuencia usted usa Internet?

a) Diaria b) Semanal c) Mensual d) Casi Nunca



Resultados:

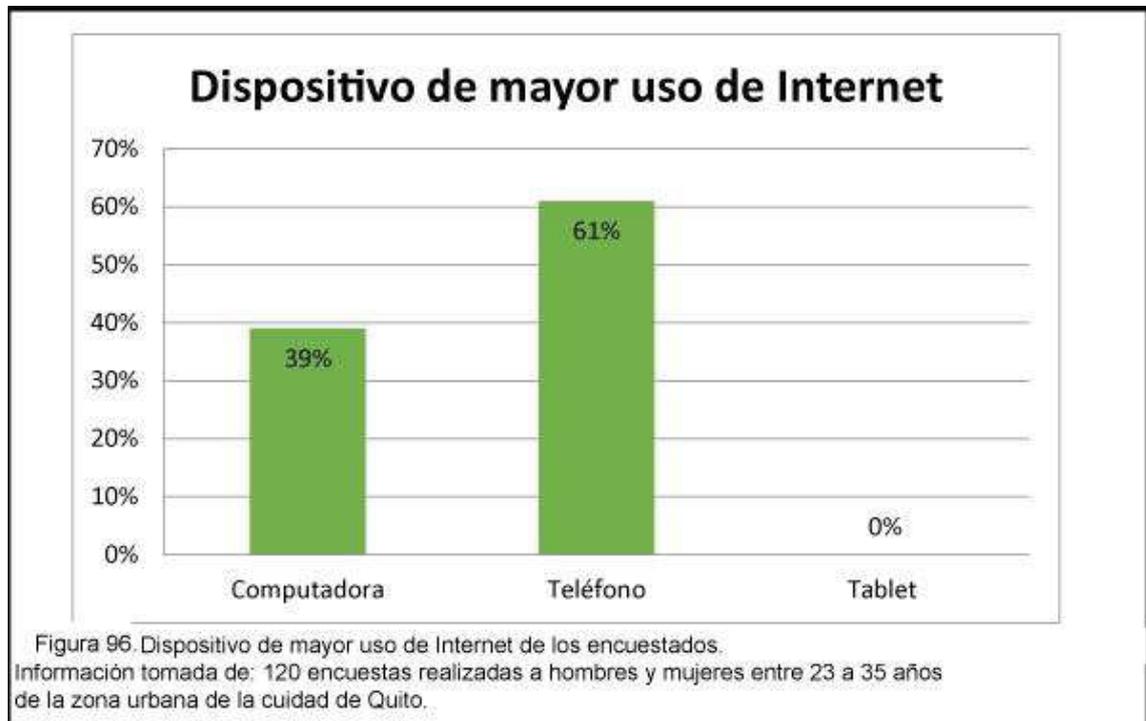
El 100 % de los encuestados aseguran usar el Internet diariamente.

2. ¿A través de que dispositivo utiliza más Internet?

a) Computadora

b) Teléfono

c) Tablet

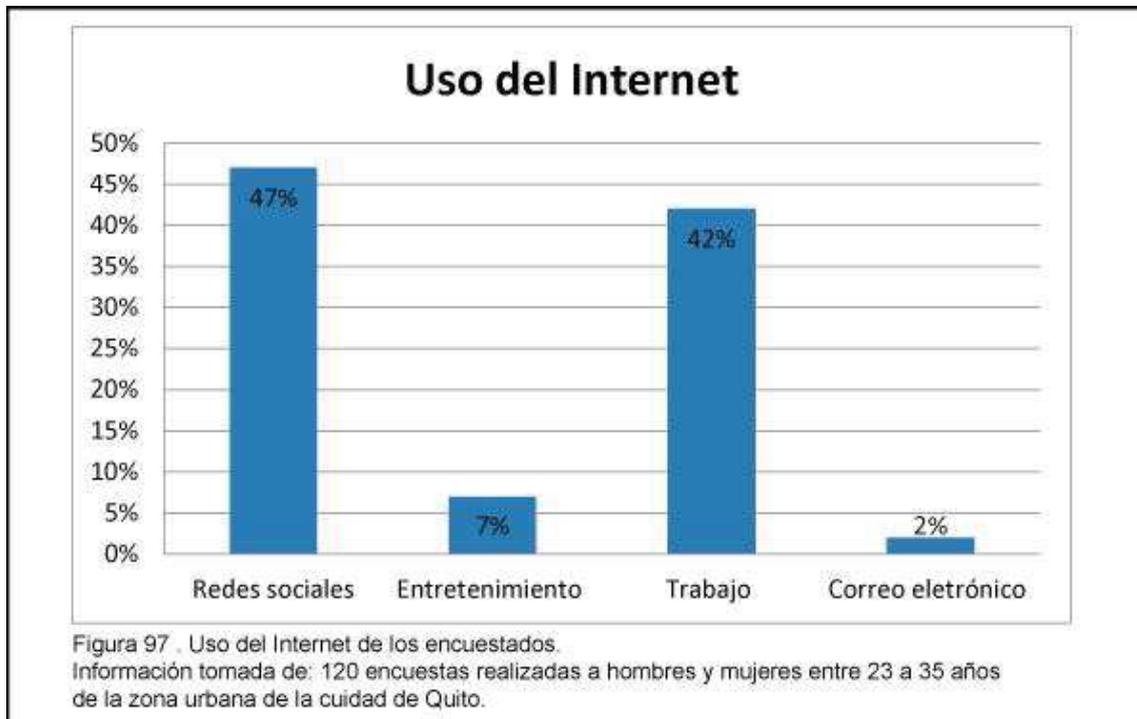


Resultados:

Los teléfonos inteligentes son ahora la forma más utilizada por el rango de edad de 23 a 35 años, sin embargo, la computadora sigue teniendo un porcentaje alto de participación mientras que la Tablet es nulo.

3. ¿Cuál es el uso que más le da al Internet?

a) Redes Sociales b) Entretenimiento c) Trabajo d) Correo electrónico



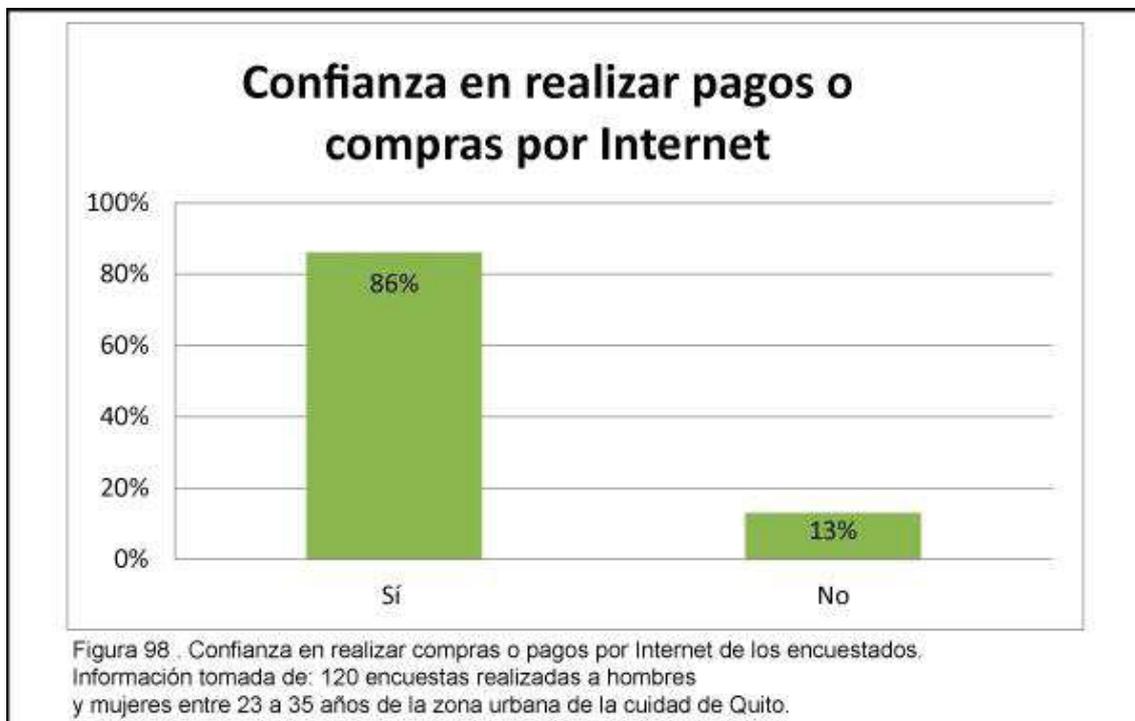
Resultados:

El uso de Internet en este rango de edad le da prioridad a las redes sociales seguido por el trabajo de los mismos. La opción de redes sociales fue seleccionada por gente menor a 28 años, mientras que los mayores a 28 pusieron trabajo en su mayoría.

Por otro lado, entretenimiento alcanzó un 7 % y correo electrónico es lo que menos usan alcanzando apenas un 2 % en este rango de edad.

4. ¿Confía en realizar compras o pagos por Internet?

a) Sí b) No



Resultados:

Existe un 86 % de personas que confían en realizar compras y pagos por Internet, sin embargo, existe un 13 % que todavía siente desconfianza.

Aquellas personas que contestaron no, aseguraron que no confían en plataformas de pagos existentes en el Ecuador.

5. ¿Conoce usted sobre la Fundación Reina de Quito?

a) Sí b) No

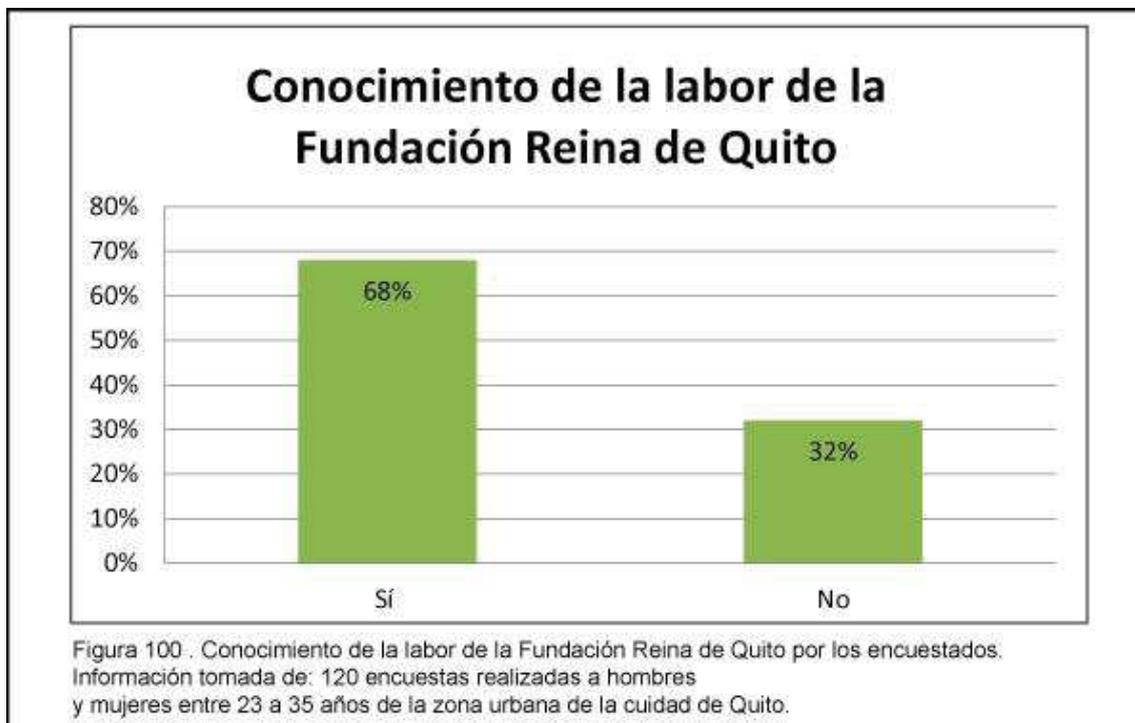


Resultados:

La mayoría de personas conoce a la Fundación Reina de Quito, ya que hacen seguimiento del certamen que se realiza una vez al año para la selección de la soberana de la ciudad por sus fiestas.

6. ¿Conoce usted sobre la labor que realiza la Fundación Reina de Quito?

a) Sí b) No

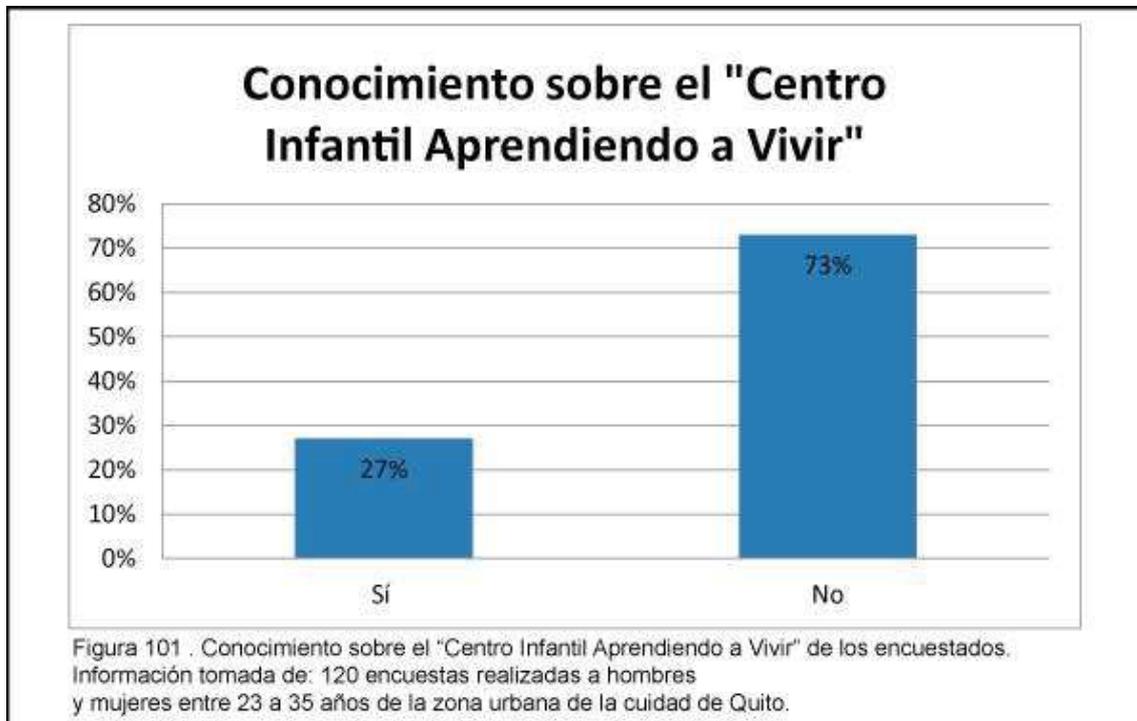


Resultados:

La gente cree conocer la labor de la Fundación, pero no en un sentido de obra hacia la comunidad sino su labor con la Reina y su imagen pública.

7. ¿Conoce usted sobre el “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”?

a) Sí b) No

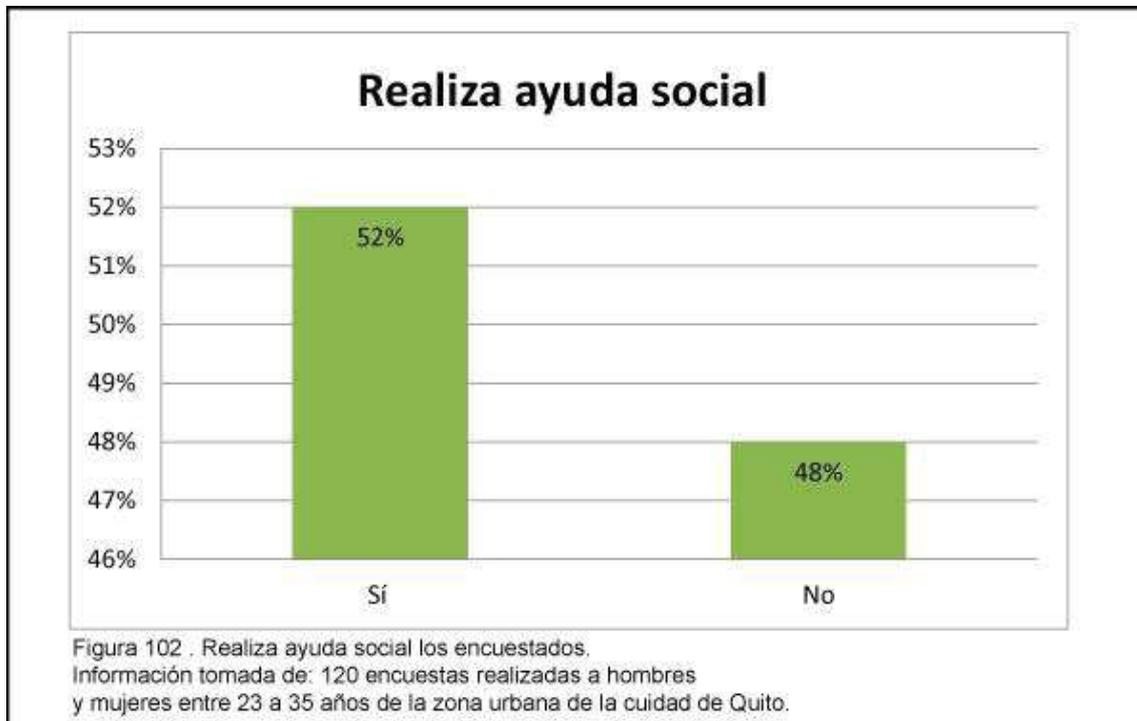


Resultados:

Solo existe un 27 % de personas que conocen sobre el “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir” pero no hacen relación con la labor de la Fundación Reina de Quito. Por otro lado, existe un 73 % de personas que no conocen del mismo.

8. ¿Realiza algún tipo de ayuda social?

a) Sí b) No



Resultados:

La mayoría de personas realiza algún tipo de ayuda social, por más mínima que esta sea, sin embargo, existe un 48 % que no realiza ninguna ayuda por falta de conocimiento.

9. Elija tres opciones que lo motivarían a realizar ayuda social:

- a) Religión b) Historia conmovedora c) Formar parte de un grupo
d) Satisfacción personal

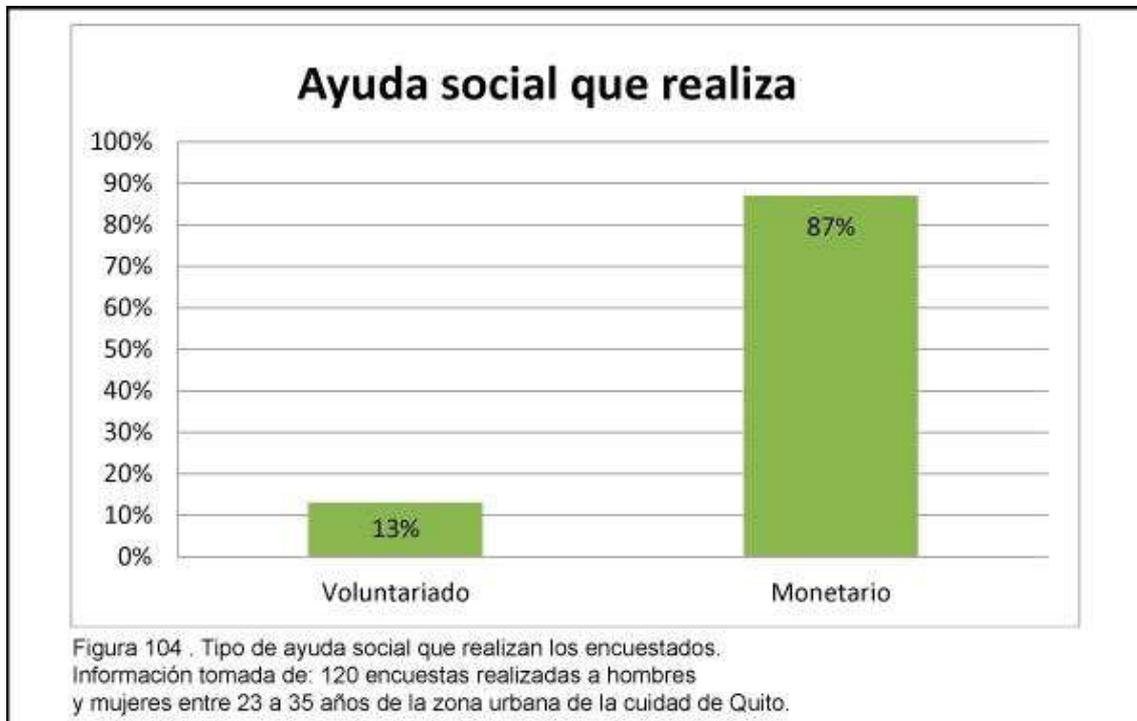


Resultados:

Las tres opciones más seleccionadas fueron: satisfacción personal con un 43 %, historia conmovedora con un 25 % y formar parte de un grupo 14 %.

10. ¿Qué tipo de ayuda social ha realizado con más frecuencia?

a) Voluntariado b) Monetario

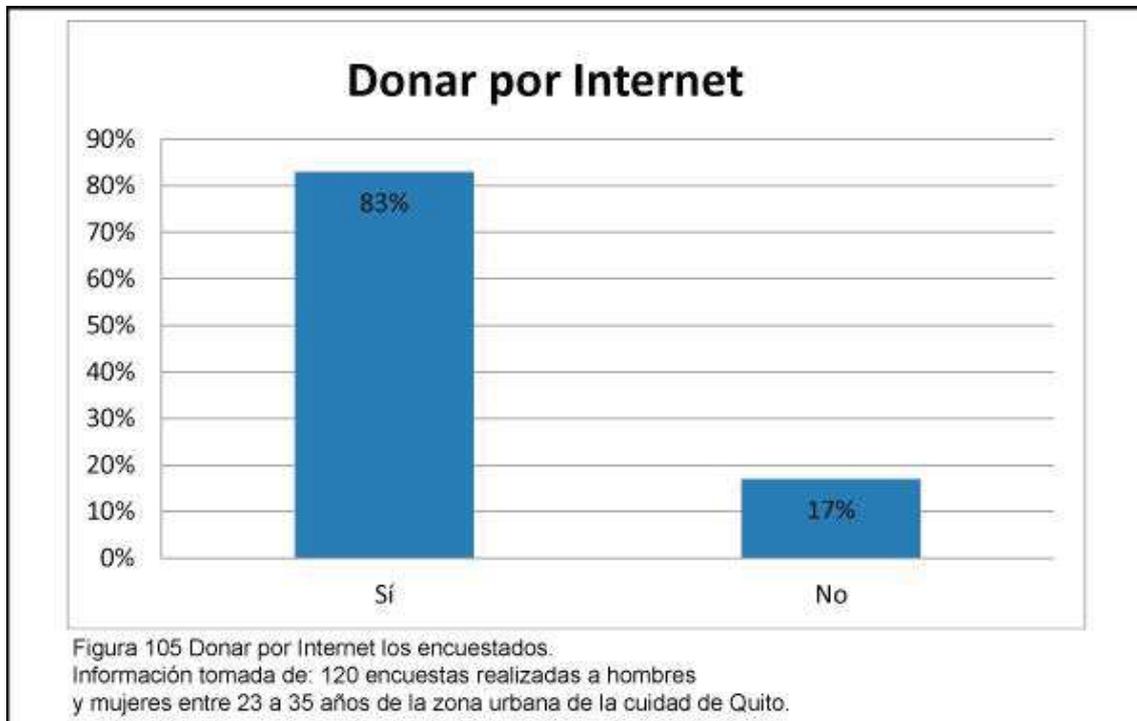


Resultados:

Existe más ayuda monetaria por parte de la gente, sin embargo, les gustaría hacer voluntariado, pero existe desinformación de cómo podrían ayudar si no es con plata.

11. ¿Estaría dispuesto a donar por Internet?

a) Sí b) No



Resultados:

La gente si estaría dispuesto a donar por Internet siempre y cuando sea con una plataforma confiable y que exista la posibilidad de validar los hechos con una entidad confiable y de renombre.

12. ¿Qué monto estaría dispuesto a donar mensualmente?

a) USD 5-10 b) USD 10-20 c) USD 20-50 d) USD 50-100

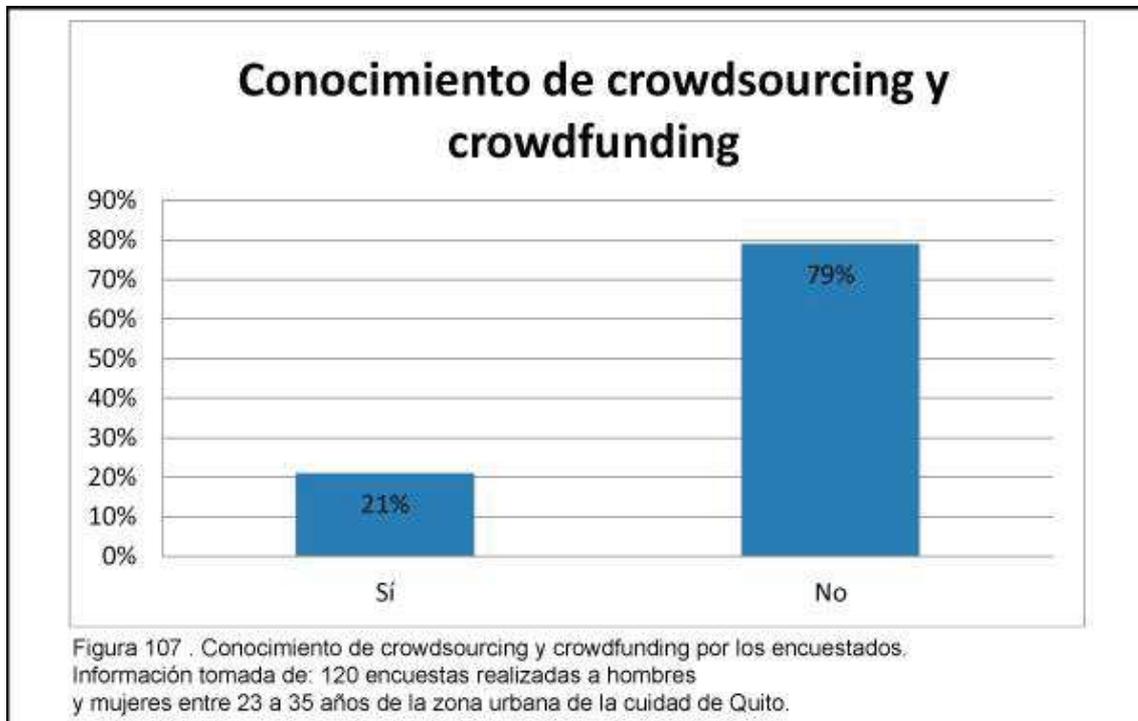


Resultados:

La mayoría de gente estaría dispuesta a donar no más de \$20 dólares mensualmente.

13. ¿Conoce usted sobre el crowdsourcing y crowdfunding?

a) Sí b) No



Resultados:

La mayoría de personas no conocen los términos y aquellas que contestaron que si fue por una breve traducción, sin embargo, no entendían del todo y su aplicación en el ámbito digital.

4.9 Conclusiones y recomendaciones

1. Los datos arrojados confirman la factibilidad de realizar la plataforma, existen actualmente las herramientas y el mercado para realizar un proyecto con las características propuestas.
2. La principal necesidad del “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir” es lograr conseguir de manera independiente a la Fundación más fondos y recursos que permitan su crecimiento y desarrollo.
3. La investigación proporcionó datos relevantes en cuanto a la participación y motivación del target para involucrarse en donaciones masivas y de ayuda social colaborativa, lo cual determinará la estrategia de comunicación y las acciones a plantearse para el lanzamiento de la plataforma.
4. Existe ignorancia en la ciudadanía sobre los términos crowdsourcing y corwdfunding, por lo que se recomienda empezar con la culturización de estos dos términos.
5. Se debe aprovechar la confianza y renombre de la marca Fundación Reina de Quito, ligándola siempre al Centro Infantil como su principal labor.
6. El Centro Infantil necesita de una plataforma propia debido a que en su día a día sus necesidades varían dependiendo los niños y su entorno. Realizar recaudaciones por separado en una plataforma extranjera seria subir proyectos constantes con distinta tonalidad de comunicación, por lo que se recomienda una plataforma y mantener un tono comunicacional.
7. Se debe considerar varias opciones de formas de pago para los Quiteños, para hacer del proceso de pago lo más sencillo y confiable.

CAPÍTULO V

Plataforma de crowdsourcing y crowdfunding para el “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”

5.1 Justificación del proyecto

La realización de este proyecto se enfoca en brindar al “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir” una plataforma para la recaudación de fondos, no solo monetarios, que le permitan crecer como entidad, mientras que continúa brindando un servicio de calidad a niños que padecen Síndrome de Down. Se busca aprovechar de las herramientas tecnológicas para la creación de un aporte a la sociedad.

5.1.1 Objetivo General

Recaudación de recursos monetarios y no monetarios a través del desarrollo e implementación de una plataforma de crowdsourcing y crowdfunding, para la gestión de la Fundación Reina de Quito en el “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”.

5.1.2 Objetivos específicos

- Lograr la comprensión y entendimiento de los quiteños de los términos y funcionamiento de crowdsourcing y crowdfunding.
- Implementar una plataforma que ayude con la recolección de recursos monetarios y no monetarios para el “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir.”
- Incrementar la vinculación de los jóvenes quiteños con proyectos de ayuda colaborativa, logrando compromisos a largo plazo.

5.2 Problemática

Desde el 2005 hasta el día de hoy el “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”, ha tenido un crecimiento mínimo, dejando a más de 100 niños con Síndrome de Down sin la posibilidad de acceder a una terapia de calidad e integración a la sociedad.

Este crecimiento mínimo se debe a la falta de recursos que el mismo posee. Hoy en día el “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir” es una organización la cual depende en un 80 % de los ingresos y gestión que realice la Fundación Reina de Quito para subsistir. No tiene una fuente de ingresos sólida constante que le permita crecer año a año como la demanda lo exige.

Esto con lleva a la Fundación y al Centro Infantil a buscar opciones y proyectos para generar más ingresos que logren un mayor involucramiento de los jóvenes en sus actividades de ayuda a la comunidad. Es por ello, que esta plataforma a desarrollarse se vuelve una opción viable y acertada para contrarrestar el problema.

5.3 Brief

5.3.1 Antecedentes de la marca

El “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir” es un proyecto creado por la Fundación Reina de Quito, donde se atiende a niños con Síndrome de Down desde muy temprana edad y busca el desarrollo e inclusión de estos niños a la sociedad.

El “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir” se financia a través de:

- Padrinos, que donan una cantidad mensual fija.
- Pensiones: dependiendo la situación del niño, los padres pagan una mensualidad acorde a su situación económica.

- Eventos realizados por la Fundación Reina de Quito.

Actualmente el Centro Infantil está ubicado en Iñaquito y Villalengua y se atiende a 130 niños de distintas edades y situaciones económicas.

5.3.2 Posicionamiento de la marca

- El “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir” depende en un 80 % de la gestión realizada por la Fundación Reina de Quito, por lo que la comunicación siempre va dirigida hacia la marca madre que en este caso es la Fundación.
- La comunicación del centro no se maneja de forma individual, siempre está apoyada en la fundación por lo que no tiene ningún medio digital propio, solo es mencionado en las redes sociales y página web de la Fundación.
- Existe muy poco conocimiento del “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir” y su labor, sin embargo, la sociedad quiteña conoce sobre el Síndrome de Down.
- Al estar manejada por una marca de renombre como lo es la Fundación en ciertos casos el “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir” pierde protagonismo y se olvida de la gran ayuda social que tiene detrás.
- El posicionamiento del “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir” es nulo sin la fundación.
- La Fundación Reina de Quito tiene un posicionamiento de tradición, por lo que es muy querida por los quiteños y brinda seguridad y confianza.

5.3.3 Competencia

La competencia directa del “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir” es la Fundación “El Triángulo”.



Fundación “El Triángulo” es una organización sin ánimos de lucro, que atiende a niños con Síndrome de Down y retardo mental, buscando ofrecerles un espacio educativo de calidad e integrarlos a la familia y a la sociedad.

Fundación “El Triángulo” requiere permanente mente de donaciones y voluntariados para cumplir con su misión, incluso maneja una etienda para recaudar los fondos necesarios.

Existen otras fundaciones que son competencia indirecta como: Fundación amiga, Fundación Niñez Internacional, entre otras que no ofrecen los mismos servicios, sin embargo, restan mercado al “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”.

5.3.4 Grupo Objetivo

- Hombre y mujeres
- 23 a 35 años
- NSE Media Alta- Alta
- Con estudios profesionales

- Con poder adquisitivo

Son estudiantes universitarios y profesionales de la ciudad de Quito, que pueden aportar no solo económicamente sino con su tiempo para la ayuda a la comunidad. Son jóvenes que les gusta mantenerse proactivos, buscan un mejor futuro e involucrarse en nuevos retos. Siempre están conectados con la tecnología y es su forma de comunicarse con el mundo a través de redes sociales, aplicaciones, etc.

5.3.5 Objetivos de comunicación

- Incentivar a la participación de ayuda social vía Internet a los jóvenes de la ciudad de Quito.
- Dar a conocer la plataforma de crowdsourcing y crowdfunding del “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir” como una fuente segura y confiable, respaldado por la marca Fundación Reina de Quito.
- Posicionar al “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir” como una de las principales labores que realiza la Fundación Reina de Quito.

5.4 Estrategia creativa

5.4.1 Mensaje básico

Plataforma que busca brindar ayuda colaborativa.

5.4.2 Reason why

En la unidad esta la fuerza. Si la gente se junta se puede hacer un cambio no solo en el “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir” sino, en la comunidad en general.

5.4.3 Tono y estilo

Se manejará un tono alegre, juvenil, cercano y apelando a lo emocional.

5.4.4 Concepto

Juntos podemos hacer grandes cosas.

5.4.5 Slogan

Yo me uno

5.4.6 Logo

Se realizaron algunos logos que cumplan con las siguientes características:

- Llamativo
- Colorido
- Que transmita unidad
- Claro y limpio

Se busca que el logo transmita el significado de unidad, ya que busca la unidad de la comunidad para ayuda especialmente de los niños con Síndrome de Down. Los niños del “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir” son muy alegres y llenos de energía por lo que debe reflejar la causa por la que se trabaja.



El logo seleccionado para representar visualmente a la causa y a la plataforma es:



Manual de marca del logo

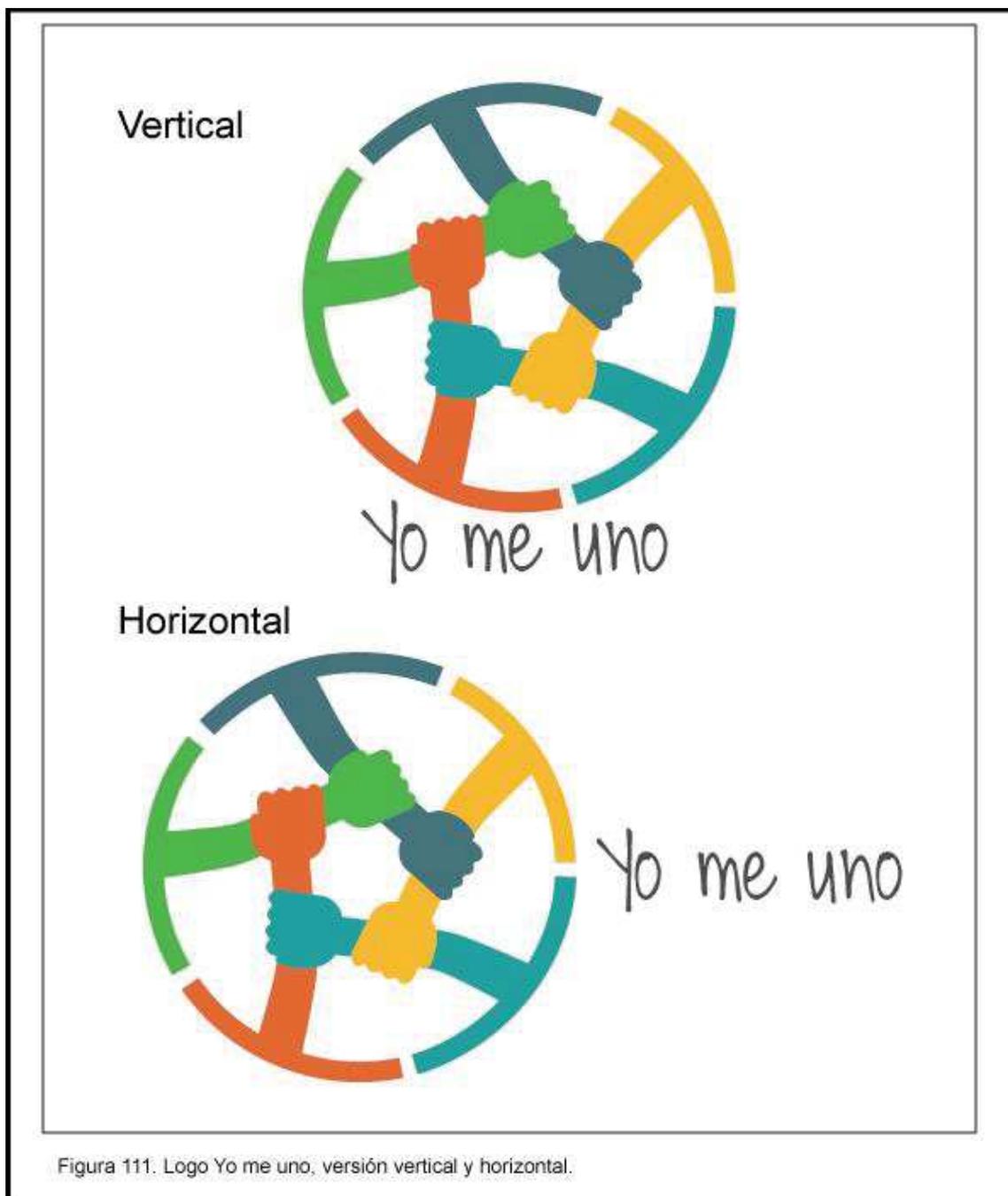
Este manual detallado ha sido desarrollado para guiar al usuario que maneja las artes visuales del proyecto “Yo me uno”, con el objetivo de mantener una imagen unificada en cuanto a su comunicación visual, obteniendo así un estilo de presentación claro y constante en cuanto a sus aplicaciones.

Aquí se encontrarán las diferentes aplicaciones del logotipo tanto en documentos impresos como digitales.

Concepto

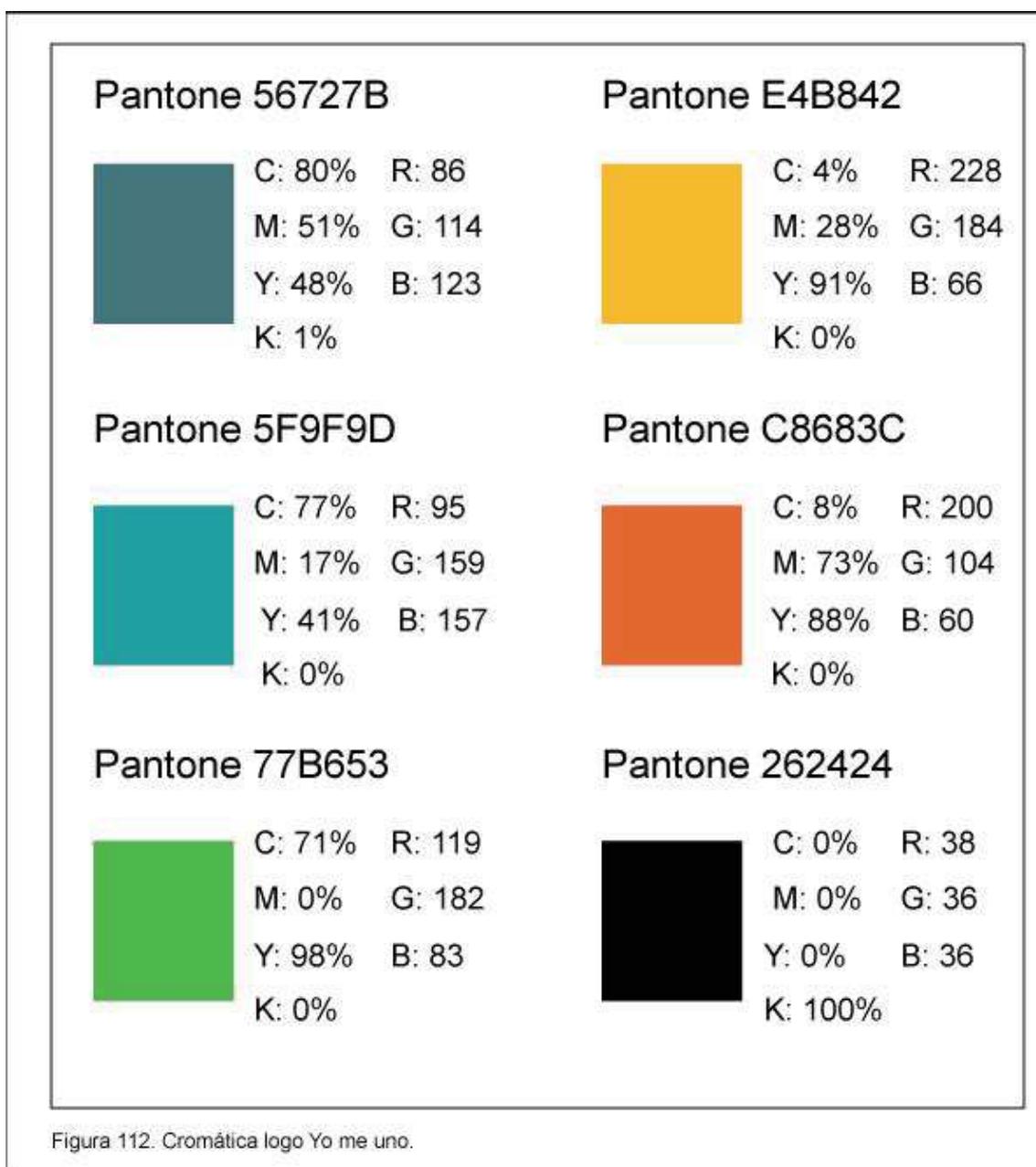
El isotipo representa la unión de los jóvenes a través de sus manos y su trabajo. Los colores utilizados son alegres y llamativos como los niños del “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir” y la tipografía es DJB Miss Molly Brown, con ligeras curvas, clara, legible y juvenil.

Versiones



La versión vertical es la versión original, sin embargo, para cierto material donde requiera un espacio horizontal se utilizará la segunda opción.

Cromática

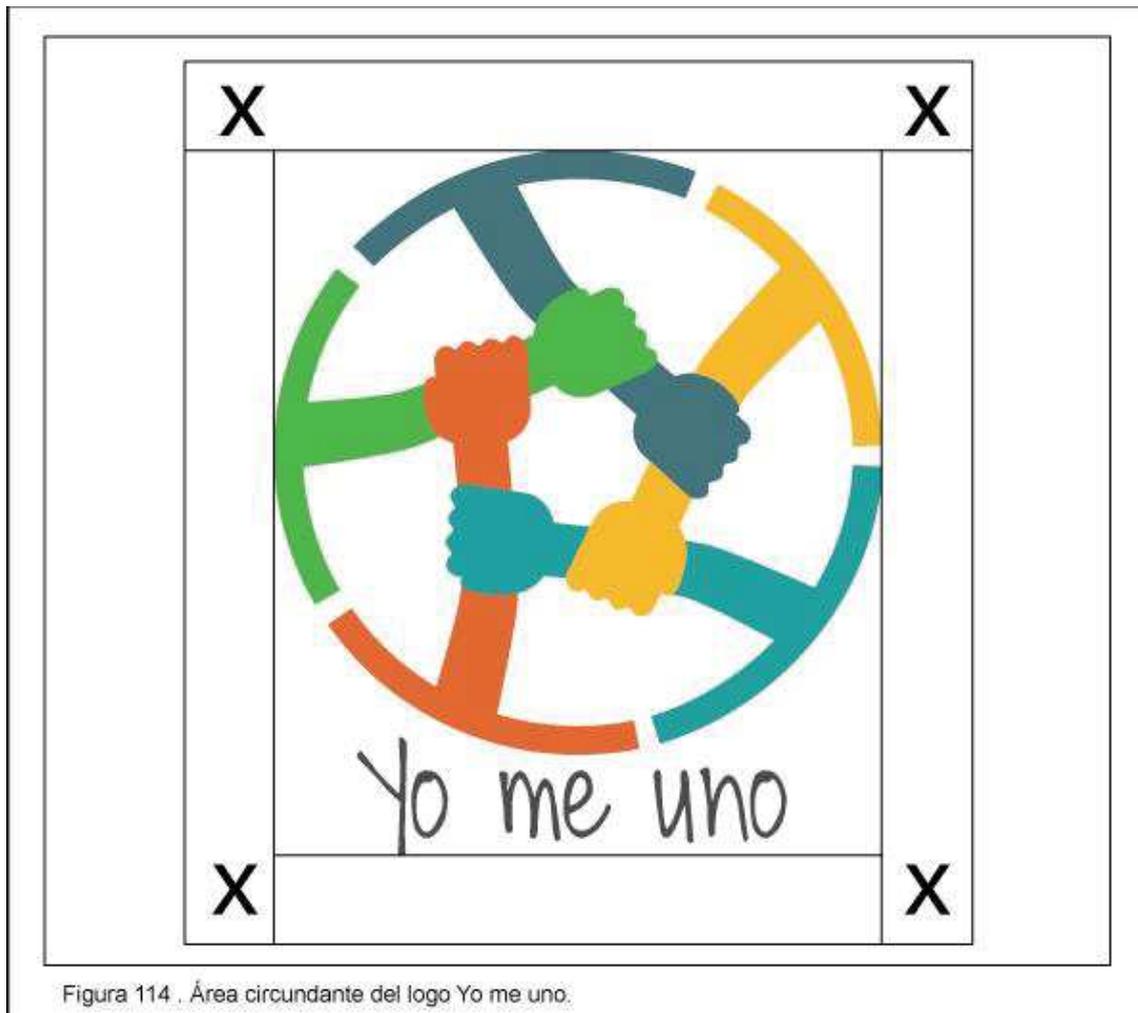


Aplicación cromática



La aplicación de cromática será igual tanto para la versión vertical como para la horizontal.

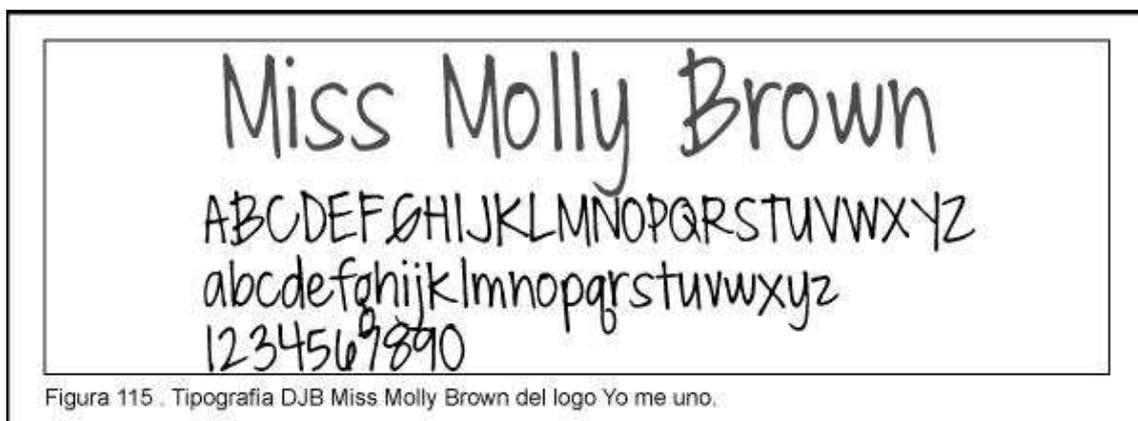
Área circundante



Deberá respetarse el área circundante, tomando en cuenta el tamaño de X= 2 cm para no intervenir en el espacio de legibilidad.

Tipografía corporativa

La tipografía a utilizarse es Miss Molly Brown en su formato regular.



Papelería

Papel A4 tamaño: 29.7 x 21cm

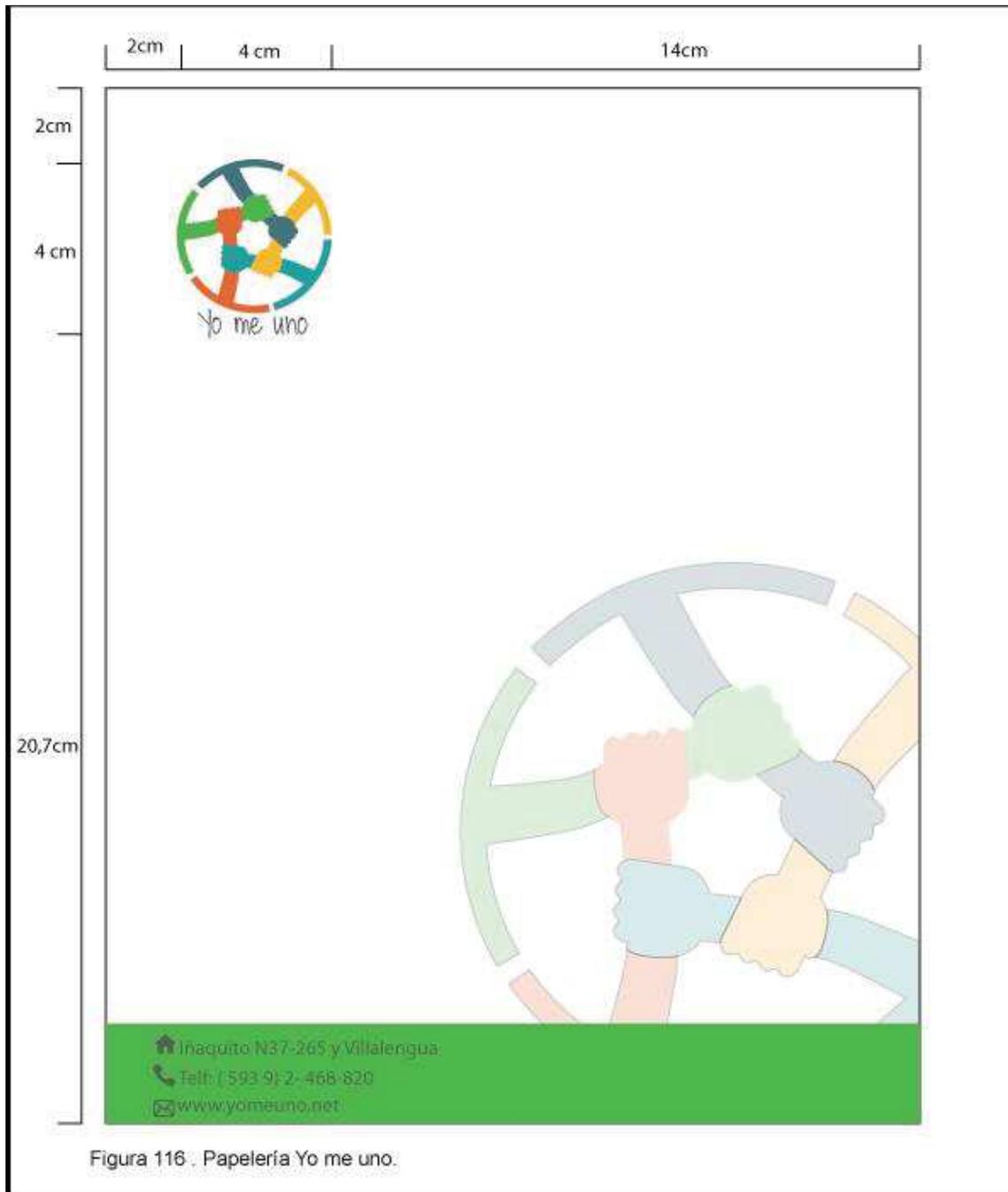


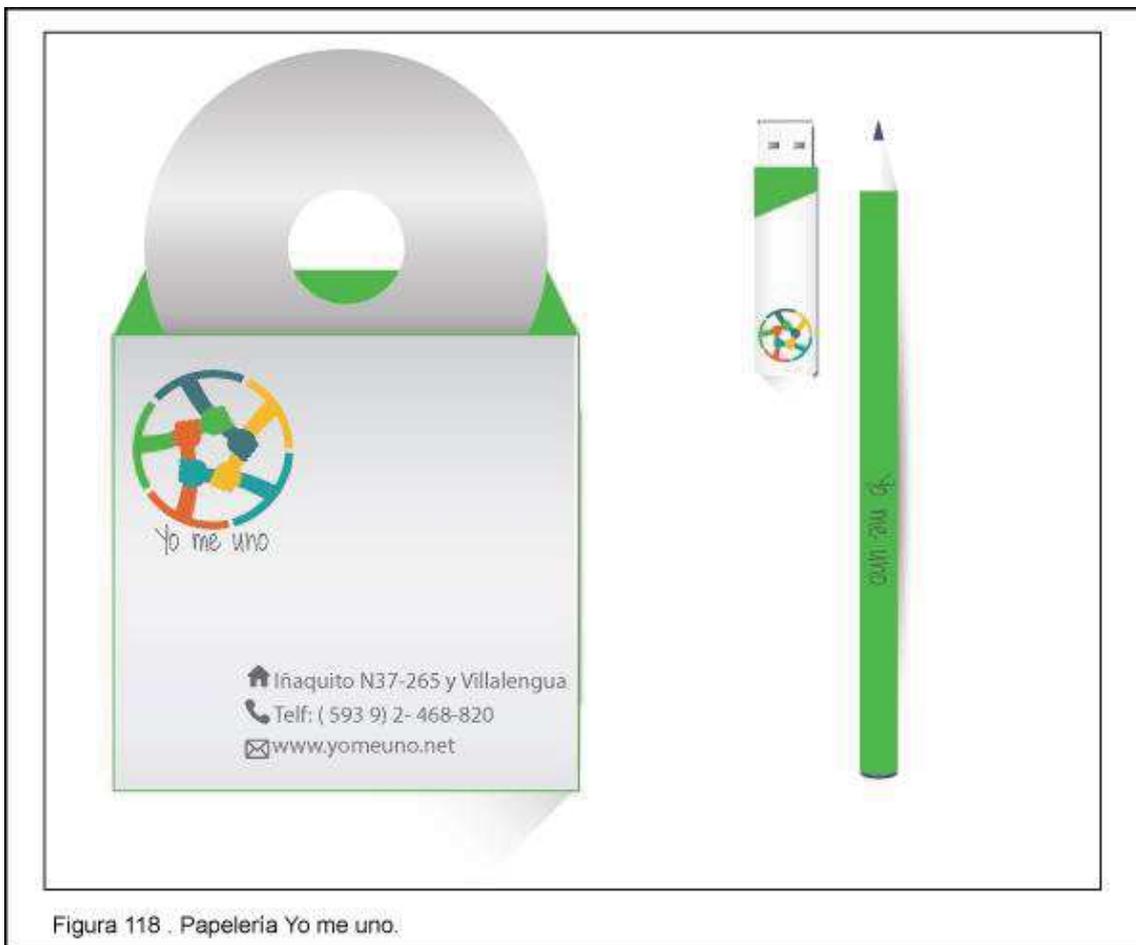
Figura 116 . Papelería Yo me uno.

Sobre tamaño: 24 x 11cm



Figura 117 . Papelería Yo me uno.

Extras



5.4.7 Cobertura

La campaña empezará a realizarse en la ciudad de Quito, pero con miras en el futuro de extenderse nacionalmente y hacia otros países.

5.5 Desarrollo de campaña

5.5.1 Estrategia de comunicación



5.5.1.1 Fase Informativa

Durante la Fase Informativa se comunicará la labor de la Fundación Reina de Quito, enfocado únicamente en el “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”.

Acciones fase informativa:

1. Reportajes en programas de Televisión

Los medios de comunicación siempre han estado interesados en la Reina de Quito y la labor que la misma desempeña para la ciudad. Por lo que se propone utilizar a los mismos en programas como: la televisión, Día a Día que cubran lo que es hoy en día el “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”, siendo la reina actuante quien cuente del mismo a modo de historia.



2. Comunicación en Redes Sociales

A través de los perfiles oficiales tanto de la Fundación Reina de Quito, Municipio de Quito y Patronato San José se informará a la ciudadanía sobre lo que es el “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”, la labor que el mismo desempeña, y como la Fundación ayuda a su funcionamiento.

Se utilizarán estos perfiles sociales ya que son los principales aliados de la Fundación Reina de Quito y cada uno consta de distintos seguidores lo que hará que se llegue a más personas.

La comunicación será puramente informativa aprovechando estos canales sociales. A continuación, ejemplos de los distintos perfiles y de posteos sobre el “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”.

Facebook Fundación Reina de Quito

The image shows the Facebook profile of Fundación Reina de Quito. The profile picture is a group photo of many women and children sitting on a colorful play structure. The cover photo shows a young boy using a computer mouse while a woman looks on. The page includes navigation tabs like 'Biografía', 'Información', 'Fotos', 'Me gusta', and 'Más'. It also displays '12 297 Me gusta' and a post from 'Fundación Reina De Quito' that says 'agregó 22 fotos nuevas'. The post features a photo of a young boy using a computer mouse while a woman looks on, with the logo for 'Centro Infantil Aprendiendo a Vivir' overlaid.

Figura 121 . Perfil de Facebook Fundación Reina de Quito.

En el perfil de Facebook se manejará una comunicación enfocada a las actividades que se realiza en el “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”, datos curiosos sobre el Síndrome de Down, actividades de la reina con los niños entre otras.

Ejemplo de cronograma de Post Facebook Fundación Reina de Quito:

Tabla 17: Cronograma de Post para Facebook.

Cronograma de Post Facebook	
Post	Imagen
<p>El 37,9% de la población con discapacidad no ha terminado ningún nivel de instrucción y apenas el 1,8% llega a la Universidad. Conoce más la labor que realiza el "Centro Infantil Aprendiendo a Vivir" y cambiemos esta realidad. http://bit.ly/1B1HYzE</p>	
<p>El "Centro Infantil Aprendiendo a Vivir" es un proyecto creado por la Fundación Reina de Quito, donde se atiende a niños con Síndrome de Down desde muy temprana edad y busca el desarrollo e inclusión de estos niños a la sociedad.</p>	
<p>Actualmente el "Centro Infantil Aprendiendo a Vivir" atiende a 120 niños con Síndrome de Down y año a año busca crecer. Conoce más sobre esta labor: http://bit.ly/1B1HYzE</p>	
<p>Con la ayuda de la Reina de Quito el "Centro Infantil Aprendiendo a Vivir" consigue los fondos necesarios para su funcionamiento.</p>	
<p>El síndrome de Down, así denominado así en memoria de John Langdon Down, el primer médico que lo identificó y es la causa genética más frecuente de retraso mental leve a moderado.</p>	<p>Link video: https://www.youtube.com/watch?v=OTZYd-kfKuU</p>

Tabla 17. Cronograma de Post para Facebook .

Día a día se comunicará algo nuevo ya sea del Síndrome de Down o del "Centro Infantil Aprendiendo a Vivir" para educar e informar a la ciudadanía sobre el tema con el respaldo de la Fundación Reina de Quito.

En el caso de no ser perfiles propios de la Fundación como por ejemplo el Municipio de Quito, el posteo no será diario y la información será más detallada en el “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir” y su labor. Se anunciará lo más importante del mismo y siempre linkeando a la página de la Fundación para mayor información.

Inicio Notificaciones Mensajes # Descubre Buscar en T

QUITO
UNIDAD PATRONATO MUNICIPAL SAN JOSÉ

PATRONATO SAN JOSÉ
quito

#QuitoSolidario

TWEETS	SIGUIENDO	SEGUIDORES	FAVORITOS
2.017	331	1.271	1.186

Tweets Tweets y respuestas Fotos y videos

Patronato San José
@PatronatoSJ
Caminamos a un Quito Solidario donde nadie se quede atrás. Síguenos en Facebook: facebook.com/pages/PatronatoSanJose

Patronato San José @PatronatoSJ · 4 h
El “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir” atiende a 120 niños con Síndrome de Down, esta es la principal obra de la cual la reina actuante es responsable. Para mayor información visita: <http://bit.ly/1B1HYzE>

Centro Infantil Aprendiendo a Vivir

Figura 122 Perfil de Twitter Patronato San José.

3. Gira de medios Reina de Quito

La Reina de Quito actuante a través de una gira de medios por distintas canales de televisión, prensa, revista y emisoras radiales contará la principal labor de la Fundación Reina de Quito que es el “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”. A diferencia de la actividad de reportaje esta será a modo de entrevista en los propios medios.



Figura 123 . Ejemplo entrevista Reina de Quito Carolina Báez.

Tomado de: Recuperado el (22/02/2015/13:45) <https://www.facebook.com/FundacionReinaDeQuito/photos/pb.460270443988067.-2207520000.1426528746./1053587831322989/?type=3&theater>

5.5.1.2 Fase de lanzamiento

Durante la Fase de lanzamiento se dará a conocer la plataforma en la ciudad de Quito específicamente.

El URL de la plataforma es: <http://yomeuno.net/>, se seleccionó este URL ya que existe disponibilidad en .com o en .com.ec.

5.5.1.2.1 Creación de la plataforma

La plataforma se realizó con la ayuda del programa WordPress, el mismo que dispone actualmente de plantillas prediseñadas de crowdfunding, las cuales son modificadas de acuerdo a la necesidad requerida.

La plantilla seleccionada para la plataforma cuenta con varias características que se acoplan a la necesidad del proyecto, y es de fácil modificación, se la encuentra en: <http://themeforest.net/item/be-human-charity-multipurpose-wp-retina-theme/5326773>.

10th Street, New York, USA | 100 77 800 34 43 | mail@yoursite.com

be human
change the world

Shelter For Flood Victim
276 Days 17 Hours 40 Minutes 5 Seconds

HOME ABOUT BLOG CHARITY EVENTS CHARITY STORE GALLERY FEATURES ORDERS/BRANDING CONTACT

we need your support
to educate, feed and accomodate!

River Floods
River floods prompt, mel ea sumo semper
nisiquam. Soluta intellegat ut id, ut
dream latine eleccionet.

Volcanic Eruptions
Volcano alium prompta, mel ea sumo
semper nisiquam. Soluta intellegat ut id,
ut dream latine eleccionet.

Thunder Storms
Volcano alium prompta, mel ea sumo
semper nisiquam. Soluta intellegat ut id,
ut dream latine eleccionet.

Tsunami
An helium prompta, mel ea sumo semper
nisiquam. Soluta intellegat ut id, ut
dream latine eleccionet.

Sometimes it takes a natural disaster to reveal a social disaster!

Donate Now

Kap Slap Debut Album

\$700
Pledged of \$2000.00 Goal

2 Pledgers Fund Raising Completed

Help for Food - Post with Both Sidebars

Help for Food - Post with Both Sidebars

View All Posts

Figura 124. Plantilla Wordpress "Be Human",
Tomado de: Recuperado el (03/02/2015/14:35) http://crunchpress.net/demo/be-human/

5.5.1.2.2 Navegabilidad y usabilidad (plantilla de diseño)

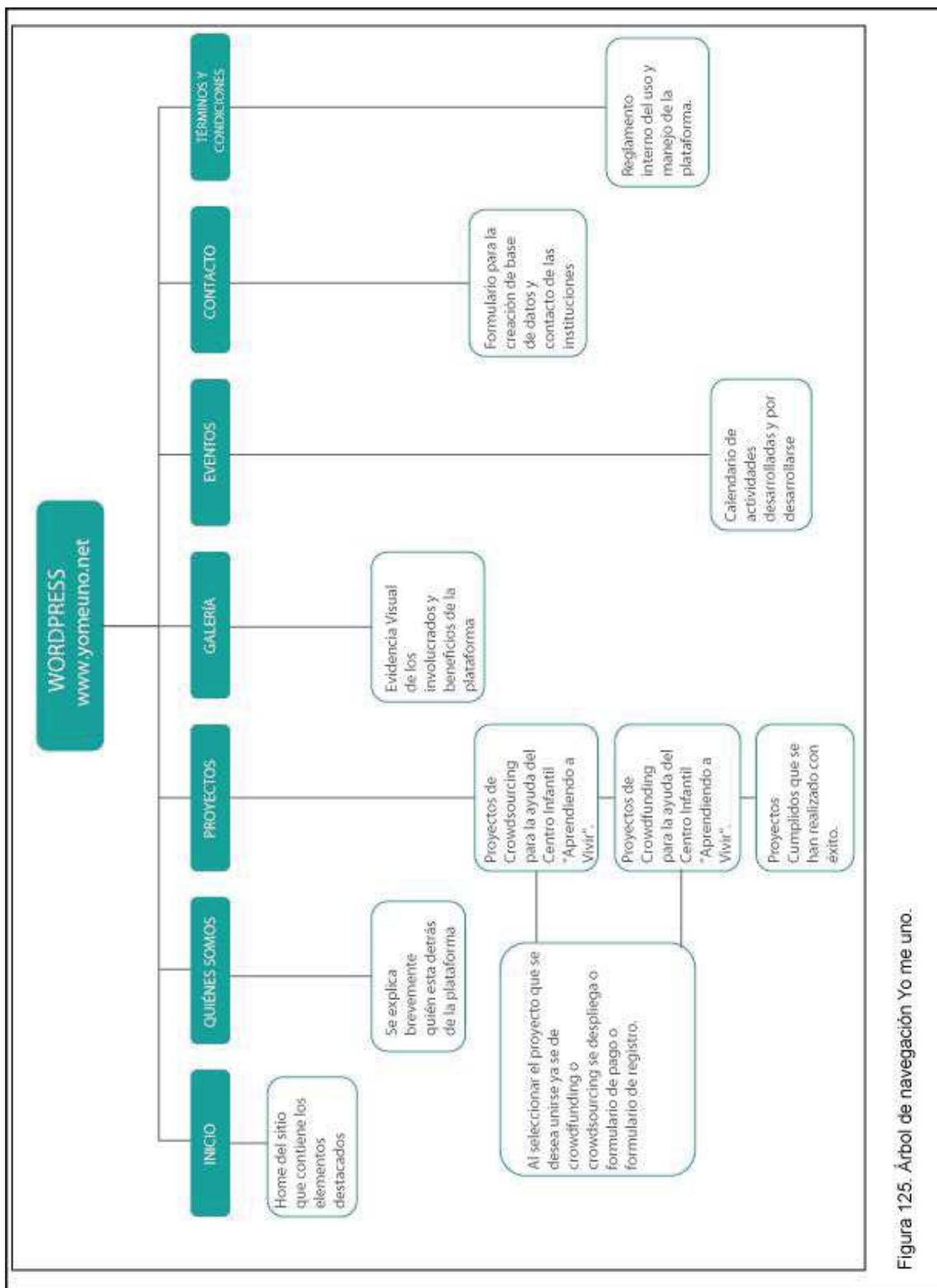


Figura 125. Árbol de navegación Yo me uno.

Para su ejecución se editó paso a paso la plantilla empezando por la eliminación de los elementos de la barra de inicio que no serían utilizados para esta plataforma, esto dio un orden que debía llevar la plataforma y con eso se empezó la edición de la misma.

Inicio:

Esta debe ser la página más atractiva del sitio, para atraer al consumidor y lograr extender el tiempo de permanencia en la misma. Se utiliza material audiovisual y explicativo sobre los objetivos de su creación. Es un compendio de las cosas más importantes por lo que hay resumen de los proyectos, noticias destacadas, explicación de la plataforma y el proyecto estrella de la Fundación del momento. Se debe llamar al usuario al “Call to action” por lo que se lo persuade a través de imágenes de los niños.

Yo me uno

Día Internacional del Síndrome de Down
75 Días 0 Horas 7 Minutos 32 Segundos

INICIO QUÉ NOS SOMOS PROYECTOS GALERÍA EVENTOS CONTACTO TÉRMINOS Y CONDICIONES

Busca

Juntos podemos hacer grandes cosas

Busca tu proyecto
Existen proyectos de todo tipo, que necesitan de tu ayuda. Encuentra el que más te gusta.

Escoge el que más te guste
Recuerda leer todos los parámetros del proyecto antes de inscribirte.

Únete
Para unirse debes cumplir con las condiciones de cada proyecto.

Cumplamos la meta
Si el proyecto llega a la meta es momento de hacerlo realidad.

Juntos podemos hacer grandes cosas [Únete](#)

Yo me uno

27 octubre 2014

Pintemos la Escuela

Personas: 30 Tiempo: 3 semanas Explicación: Es momento de dar una mano de pintura al Correo Infantil "Aprendiendo a Vivir", para que los...

Leer más

Yo me uno

Elige tu proyecto

Yo me uno

Copyright © 2014 Fundación Yo me uno de Chile

Figura 126. Inicio de la plataforma Yo me uno.
Tomado de: Recuperado el (23/02/2015/17:25) <http://www.yomeuno.net/>

Quiénes somos:

Se explica brevemente los involucrados en la plataforma en este caso tenemos la Fundación Reina de Quito y el “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir” con sus respectivas imágenes. Se relata su historia y el beneficio obtenido a través de la plataforma y los distintos proyectos de manera corta y precisa.

Fundación Reina De Quito

Somos una organización civil de desarrollo social sin fines de lucro, que reúne a coReinas de Quito que desean seguir trabajando por su ciudad, a través del trabajo mancomunado y solidario, que busca cumplir con objetivos reales de ayuda al prójimo.

La Fundación Reina de Quito se caracteriza por su estructura firme y organizada, lo cual con eficiencia ha logrado mantenerse continuada por más de 55 años en sus labores. Para la Fundación es importante dar permanencia a las obras que por una tradición de servicio, realiza la Reina de Quito.

El trabajo de la Fundación está encaminado a respaldar el trabajo social de la Reina de Quito advierte, mediante su experiencia y apoyo permanente.

Adicionalmente, mantiene dos proyectos prioritarios:

- Ayudas puntuales en el área de salud.
- El Centro Infantil Aprendiendo a vivir, el mismo que es un centro de atención integral a niños y niñas con Síndrome de Down, desde su nacimiento para contribuir a su adecuada integración social y educativa.

Archivos

octubre 2014
septiembre 2014

marzo 2015

L	M	X	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Etiquetas

- Inicio
- Quiénes Somos
- Proyectos
- Galería
- Eventos
- Contacto
- Terminos y Condiciones

Fundación Reina de Quito

Copyright © 2014 Fundación Reina de Quito

Figura 127. Quiénes Somos- Fundación Reina de Quito de la plataforma Yo me uno.
Tomado de: Recuperado el (23/02/2015/17:25) <http://www.yomeuno.net/fundacion-reina-de-quito/>

The screenshot shows the website for 'Yo me uno' with a navigation menu and a main content area. The main content area features a large image of children and a text block describing the center's mission and services. On the right side, there is an 'Archivos' section with a calendar for March 2015 and an 'Etiquetas' section with a list of tags.

Yo me uno

74 Días 23 Horas 44 Minutos 47 Segundos

Inicio | Quiénes Somos | Proyectos | Galería | Eventos | Contacto | Términos y Condiciones

Inicio / Centro Infantil Aprendiendo a Vivir

Centro Infantil Aprendiendo A Vivir



Centro Infantil Aprendiendo a Vivir

El Centro Infantil Aprendiendo a Vivir, es una institución auto-sostenible, líder y modelo en la prestación de servicios de estimulación temprana y desarrollo integral a niños del Síndrome de Down, por su calidad de sus recursos humanos, por su capacidad de innovación y por el impacto social de sus programas.

El objetivo principal del Centro Infantil 'APRENDIENDO A VIVIR', es atender a niños con Síndrome de Down, desde su nacimiento, para contribuir a su adecuada integración social, en igualdad de oportunidades. Una vez que los niños del Centro terminan su proceso de estimulación temprana y educación inicial, se integran a un centro de educación regular, de ser el caso, o continúan su proceso de aprendizaje en un centro de educación especial.

El Centro Infantil 'Aprendiendo a Vivir', hecho por gente en la comunidad una filosofía de vida diferente, no dogmática, que pueda brindar a las personas con necesidades especiales, nuevas oportunidades para que sean protagonistas de su propio desarrollo y contribuir al enriquecimiento de la sociedad como miembros activos, productivos y autónomos.

Actualmente, el "Centro Infantil Aprendiendo a Vivir" atiende a 108 niños, y brinda los siguientes servicios:

- Estimulación Temprana
- Educación Inicial
- Seguimiento a la Inclusión en la Educación Regular
- Terapias Complementarias
- Capacitación y Asesoría a familias y comunidad
- Apoyo Psicológico
- Pasantías Estudiantiles y Voluntariado Estudiantil

Centro Infantil Aprendiendo a Vivir

Archivos

octubre 2014
septiembre 2014

marzo 2015

L	M	A	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

« id

Etiquetas

- Inicio
- Quiénes Somos
- Proyectos
- Galería
- Eventos
- Contacto
- Términos y Condiciones

Inicio | Quiénes Somos | Proyectos | Galería | Eventos | Contacto | Términos y Condiciones

Copyright © 2014 Fundación Mina de Guato

Figura 128. Quiénes Somos- Centro Infantil Aprendiendo a Vivir de la plataforma Yo me uno. Tomado de: Recuperado el (23/02/2015/17:25) <http://www.yomeuno.net/centro-infantil-aprendiendo-a-vivir/>

Proyectos:

Esta sección abarca los trabajos puntuales que requiere el “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir” ya sean crowdsourcing o crowdfunding.

Cada proyecto tiene una imagen y la explicación con todos los detalles para el cumplimiento del mismo. Se debe explicar en cada proyecto el objetivo específico al que se quiere llegar, ya se esté monetario o no, el tiempo que se tiene para su cumplimiento y la cantidad de gente que está aportando al mismo.

La explicación del proyecto debe dejar claro a los participantes en que consiste su ayuda y como se realizará el mismo.

Formulario de pago o registro:

Después de elegir el proyecto al cual se quiere ayudar se debe llenar el formulario ya sea este de registro, si es que es un proyecto de crowdsourcing y un formulario de pago si se donará una suma de dinero específica.


Yo me uno


74 Días 23 Horas 34 Minutos 18 Segundos

INICIO QUÉNES SOMOS **PROYECTOS** GALERÍA EVENTOS CONTACTO TÉRMINOS Y CONDICIONES

Inicio / Artículo por categoría "crowdfunding"

Categorías Crowdfunding



Operación para Carlitos
 Meta: \$10.000 Tiempo: 6 semanas Explicación: Carlitos de 6 meses, es uno de nuestros niños en el Centro Infantil "Aprendiendo a vivir" y necesita de nuestra ayuda. Carlitos nació con una malformación en el labio que hace que llorara por el viento.



Nuevos materiales para los niños
 Meta: \$2.000 Tiempo: 5 semanas Explicación: Hoy en día existen nuevos materiales que ayudan a la motricidad y desarrollo de los niños con síndrome de down, es por ello que queremos renovar los materiales para ofrecer el mejor servicio y ayuda a...



Lentes para los niños
 Meta: \$3.000 Tiempo: 5 semanas Una de las afecciones más comunes en las personas con Síndrome de Down es la pérdida de visión a mayor edad, que sin un tratamiento adecuado solo avanza de manera progresiva. En el Centro Infantil "A...

Search

Archives

- octubre 2014
- septiembre 2014

Recent Posts

- Partimos la Escuela 27 octubre, 2014
- Operación para Carlitos 27 octubre, 2014
- Surtenos semana de apoyo juguetes 27 octubre, 2014
- Paseo a la Finca Lumbal 27 octubre, 2014
- Nuevos materiales para los niños 27 octubre, 2014

Calendar

marzo 2015						
L	M	X	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Tags






Copyright © 2014 Fundación Reina de Sultu

Figura 105. Proyectos- Crowdfunding de la plataforma Yo me uno.
 Tomado de: Recuperado el (23/02/2015/17:25) <http://www.yomeuno.net/category/crowdfunding/>

Galería:

Es la parte de la evidencia visual, se llegará al usuario a través de llamativas fotos o videos que expliquen la realidad del “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”, y de los involucrados con la plataforma. Es una manera de comunicar a través de imágenes emotivas, que sensibilicen al usuario y demuestren la labor que el mismo realiza.

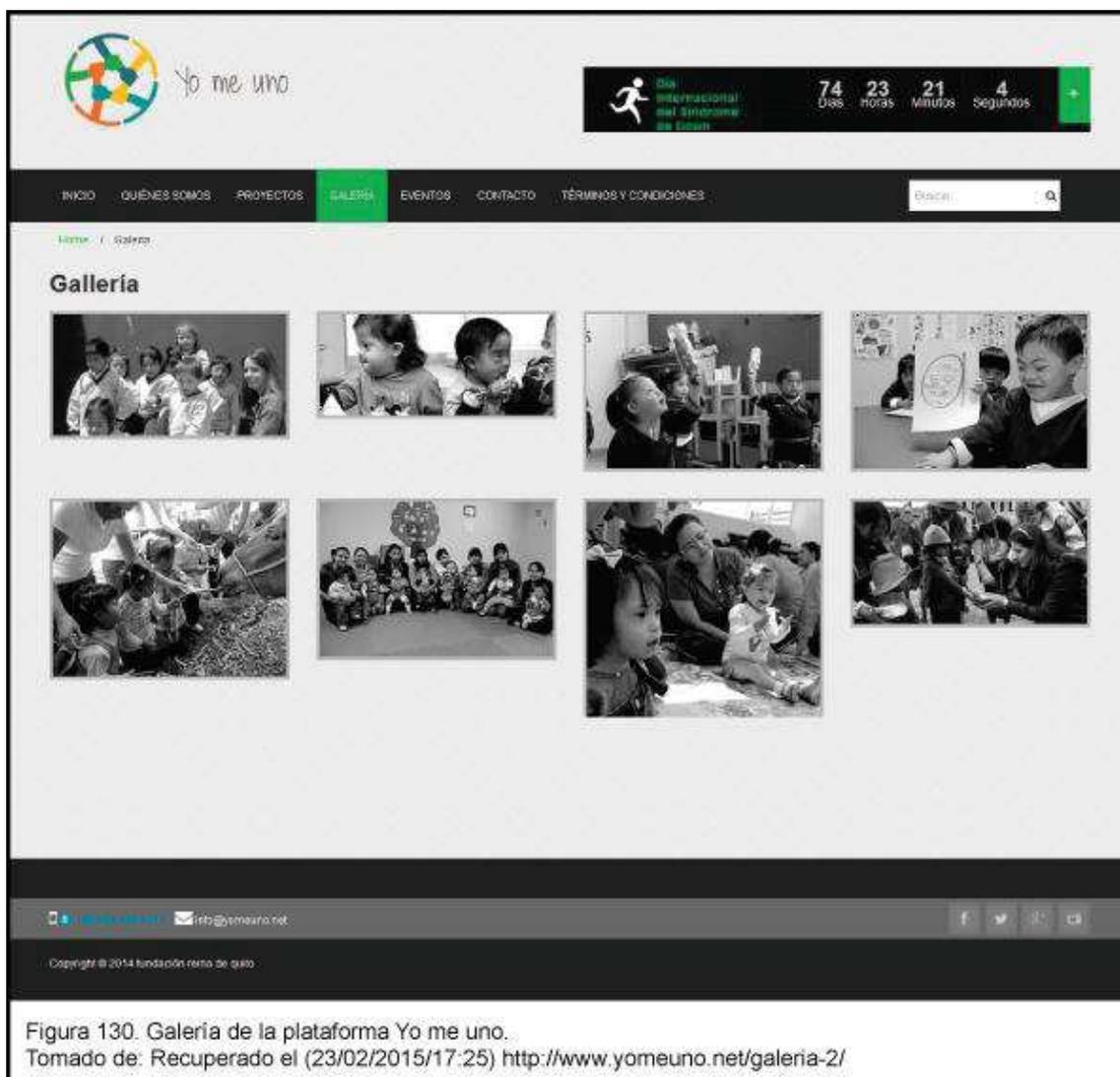


Figura 130. Galería de la plataforma Yo me uno.
Tomado de: Recuperado el (23/02/2015/17:25) <http://www.yomeuno.net/galeria-2/>

Eventos:

Contiene un calendario con todos los eventos importantes a realizar ya sean estos de la Fundación Reina de Quito o del “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”. Esto busca integrar a los usuarios de la plataforma con el día a día de las instituciones como parte de la experiencia de ayudar a la comunidad.

The screenshot shows the 'Yo me uno' website interface. At the top, there is a logo and the text 'Yo me uno'. To the right, a black banner displays a countdown timer for 'Día Internacional del Niño con Discapacidad' (International Day of the Girl/Child with Disability), showing 74 days, 23 hours, 12 minutes, and 5 seconds remaining. Below the header is a navigation menu with links: INICIO, QUÉNES SOMOS, PROYECTOS, GALERÍA, **EVENTOS**, CONTACTO, and TÉRMINOS Y CONDICIONES. A search bar is located on the right side of the menu.

The main content area is titled 'Calendario de Eventos'. It features a calendar for March 2015. The calendar is a grid with days of the month. The 18th of March is highlighted in yellow. To the left of the calendar, there is a list of events, with the first one being 'Día Internacional del Niño con Discapacidad' (International Day of the Girl/Child with Disability) on 18/03/2015, marked with a green 'Nuevo' (New) tag. Navigation buttons for 'Previous Month' and 'Next Month' are visible above the calendar grid.

At the bottom of the page, there is a footer with social media icons, contact information (info@yomeuno.net), and a copyright notice: 'Copyright © 2014 Fundación Reina de Quito'.

Figura 131. Eventos de la plataforma Yo me uno.
Tomado de: Recuperado el (23/02/2015/17:25) <http://www.yomeuno.net/events-2/>

Contacto:

Es la sección para crear base de datos si la gente se registra en el formulario por preguntas, dudas o sugerencias. En esta sección se puede encontrar la ubicación física de las instituciones como también números de teléfono y Links a las redes sociales.

Yo me uno

Día Internacional del Síndrome de Down
74 Días 23 Horas 4 Minutos 2 Segundos

INICIO QUIÉNES SOMOS PROYECTOS GALERÍA EVENTOS **CONTACTO** TÉRMINOS Y CONDICIONES

Inicio / Contacto

Contacto

Gracias por visitar nuestro sitio web. Por favor rellene el siguiente formulario para solicitar información acerca de nuestros productos o para ofrecer comentarios acerca de nuestro sitio. Cuando haya terminado, haga clic en el botón "Enviar" para enviarnos su mensaje.

Ver en Google Maps

Ver mapa más grande

Nombre (requerido)

Email (requerido)

Mensaje (requerido)

Enviar

Información de Contacto

Tel: (+52 52) 2-468-630
 Email: info@yomeuno.net
 Dirección: N37-265 y Villalonga

Facebook Twitter YouTube

Copyright © 2014 Fundación Niño de Aulio

Figura 132. Contacto de la plataforma Yo me uno.
Tomado de: Recuperado el (23/02/2015/17:25) <http://www.yomeuno.net/contacto-2/>

Términos y condiciones:

Contiene el reglamento interno del uso y manejo de la plataforma para dar seguridad al usuario de un trabajo serio y sobre todo ordenado.

Yo me uno

74 22 41 28
Días Horas Minutos Segundos

Inicio QUÉNES SOMOS PROYECTOS GALERÍA EVENTOS CONTACTO **TERMINOS Y CONDICIONES** Buscar

Home / Términos y Condiciones

Términos Y Condiciones

Términos y Condiciones

Yomeuno.net ha creado las presentes condiciones de uso a fin de facilitar la utilización de la plataforma y convertirla en un lugar seguro tanto para los Usuarios, como para el Equipo. A efectos de las presentes condiciones generales, se entenderá por "Usuario" a cualquier persona que se registre en la plataforma, como aquellos interesados en realizar aportaciones a los proyectos publicados. Y se entenderá por "Equipo" al grupo fundador y responsable del buen funcionamiento de la plataforma. Las presentes Condiciones de Uso regulan el acceso y la utilización de la plataforma, incluyendo los contenidos y los servicios puestos a disposición de los Usuarios, ya sea por el Equipo o bien por los mismos Usuarios.

I. Objeto del servicio

Yomeuno.net ofrece un servicio donde el Usuario podrá apoyar proyectos sociales, tanto monetarios o de otros recursos, poniendo a su disposición a través de su plataforma de crowdfunding y crowdfunding.

1. Información general

Equipo responsable de la plataforma: Ana María Ponce, Fundación Reina de Quito y Centro Infantil "Aprendiendo a Vivir". Correo de contacto: yomeuno@yomeuno.net

II. Normas generales de uso:

- 1- El acceso y el registro a Yomeuno.net es libre y gratuito.
- 2- El registro como Usuario es imprescindible para el uso de la plataforma y apoyo a los proyectos.
- 3- El uso de la cuenta es personal e intransferible.
- 4- El Usuario registrado será el único responsable de la custodia de su contraseña, asumiendo cualquier daño o perjuicio derivado de un uso indebido, así como de la cesión, revelación o extravío de la misma.
- 5- Yomeuno.net se reserva el derecho de rechazar cualquier solicitud de registro de un Usuario o de cancelar un registro previamente aceptado, si considera que el Usuario está incumpliendo las presentes condiciones de uso.
- 6- El Usuario y el Equipo se comprometen a:
 - Mantener actualizados sus datos personales.
 - No divulgar, transmitir, introducir ni poner a disposición de terceros, cualquier tipo de material e información (datos, contenidos, mensajes, dibujos, archivos de sonido e imagen, fotografías, software, etc.) que sean contrarios a la ley, la moral, el orden público o los presentes Términos y Condiciones.
 - No introducir o divulgar contenidos o propaganda de carácter racista, sexista, discriminatoria, pornográfica, o que haga cualquier alusión al terrorismo o que atenten, vulnere o puedan atentar o vulnerar los derechos de terceros.
- 6- Si en la plataforma se encuentran enlaces externos que han cambiado su contenido y ya no proporcionan la información por la que se propusieron o esa información causa algún problema ajeno a Yomeuno.net

1. Política de Privacidad

Yomeuno.net ha incorporado las medidas y resguardos necesarios para evitar cualquier modificación, pérdida, tratamiento o acceso no autorizado a los datos personales de nuestros usuarios. Sin embargo, el Usuario debe tener en cuenta que cualquier medida de seguridad adoptada, no es impenetrable. Por tanto, en el caso de que se incluyan en la plataforma datos de carácter personal referentes a personas físicas distintas deberá, con carácter previo a su inclusión, informarse de los extremos contenidos en la presente Política de Privacidad.

1. Duración y finalización

Yomeuno.net tiene, en principio, una duración indefinida. No obstante, el Equipo se reserva el derecho de dar por finalizada o suspender la plataforma en cualquier momento, cuando se compromete a avisar previamente la terminación o suspensión de la plataforma.

VI. Comunicaciones y notificaciones

Las comunicaciones y notificaciones que el Equipo haga al Usuario, se considerarán eficaces a todos los efectos, cuando se realicen a través de correo electrónico, al e-mail que el Usuario habrá facilitado en su perfil. El Usuario reconoce expresamente que dichos datos han sido suministrados por el mismo y son del todo veraces.

VII. Pagos y Comisiones

Yomeuno.net cobra una comisión del 2%, por proyecto cumplido, a los proyectos que hayan recaudado el dinero para sus proyectos. Esta comisión es cobrada por a través de PayPal o de cualquier otro servicio de pagos por internet o sistema de pagos que habilite la plataforma. El Equipo puede optar por cambiar temporalmente su comisión para y por los motivos que considere correspondientes. Sin embargo, la aplicación de estos cambios estará debidamente indicada e informada. Yomeuno.net cobra la comisión del 2% por proyecto para el manejo del sistema y la constante actualización del sistema.

El Usuario de la plataforma está en su deber de cancelar los valores al cual se registró por los medios propuestos por la plataforma.

1. Las Recompensas

Si existiera algún tipo de recompensa hacia el Usuario, la entrega de las recompensas es total y completa responsabilidad del creador de la campaña en este caso de la Fundación Reina de Quito y de quien de cualquier responsabilidad a la plataforma.

Yo me uno | info@yomeuno.net

Copyright © 2014 Fundación Reina de Quito

Figura 133. Términos y condiciones de la plataforma Yo me uno.

Tomado de: Recuperado el (23/02/2015/17:25) <http://www.yomeuno.net/terminos-y-condiciones/>

Acciones fase de lanzamiento:

1. Evento de Lanzamiento

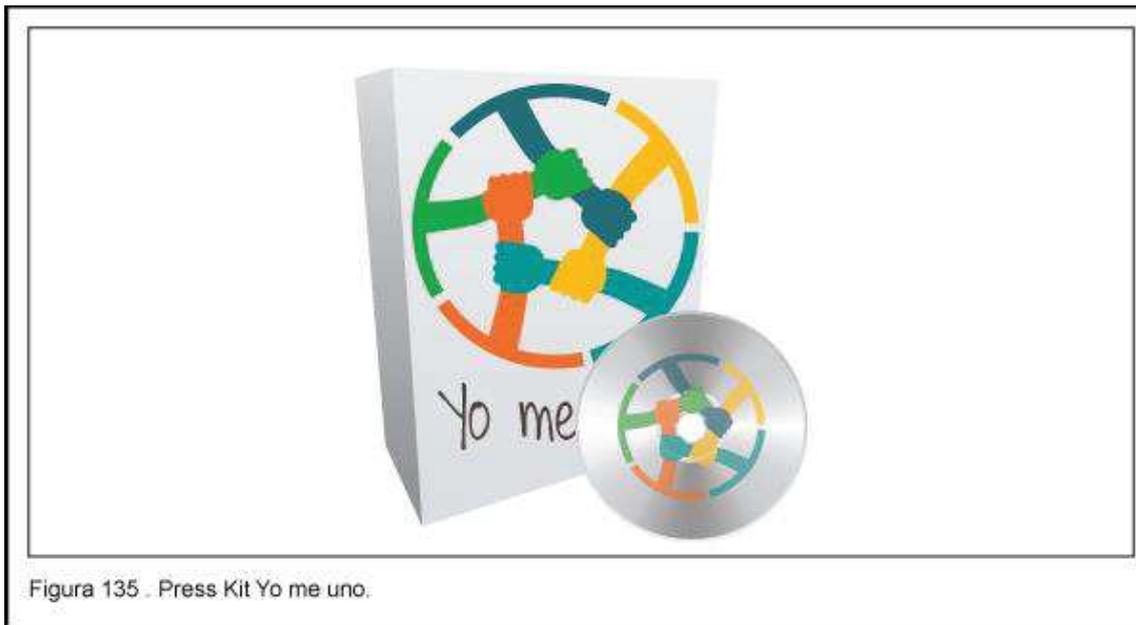
En un evento realizado por la Fundación Reina de Quito se dará a conocer la plataforma. El evento se realizará se realizará en la ciudad de Quito, y se invitará a los distintos medios de comunicación para promocionar el mismo.



Figura 134 . Evento de lanzamiento de la plataforma .
Tomado de: Recuperado el (23/02/2015/17:25) <http://es.visitportoandnorth.travel/Porto-Convention/Porto-y-el-Norte-de-Portugal-la-eleccion-correcta-para-su-evento>

El evento se realizará en el hotel Marriot, previo a la selección de las candidatas a reina de Quito y lo presentará la reina actuante.

Para los medios de comunicación se les entregará un Press Kit el mismo que contendrá toda la información sobre la plataforma.



2. Comunicación en redes sociales

La comunicación del lanzamiento se hará a través de los perfiles de la Fundación Reina de Quito, Municipio de Quito, la reina actuante y los perfiles de la campaña “Yo me uno”.

- Creación de perfiles de la campaña

Facebook

Facebook es la red social de mayor uso a nivel mundial, por lo que se debe tener presencia en la misma. Se busca tener interacción con el público y dar a conocer resultados, nuevos proyectos y desafíos de la plataforma. Se utilizara Facebook porque las métricas son muy eficientes y dará parámetros para el contenido y funcionalidad de la plataforma.

Al igual que la plataforma se mantendrá tonalidades en blanco y negro, con ciertos detalles de color para dar alegría. En Facebook se mantendrá una comunicación juvenil, siempre alentando a unirse a la causa, añadiendo

material interactivo ya sean imágenes o videos que expliquen cómo funciona la misma.



Figura 136 . Facebook "Yo me uno".

Twitter

Se creará un perfil de Twitter con la idea de crear un entorno de conversación en tiempo real con el target y los involucrados con la plataforma, sobre todo en temas técnicos y de ayuda de la misma. El tiempo de publicación de Twitter es más corto, por lo que debe ser constante e interesante.



Figura 137 . Twitter "Yo me uno".

Instagram

Instagram, manejará unas fotos muy emocionales siempre en blanco y negro como la plataforma.

Instagram, será un soporte gráfico de las demás redes sociales. Es una forma de comunicar de manera artística por la edición de fotografías.



Figura 138 . Instagram "Yo me uno".

YouTube

En YouTube se manejarán videos ya existentes de la Fundación y del Centro Infantil Aprendiendo a Vivir, así como también los nuevos videos a desarrollar.



Figura 139 . Youtube "Yo me uno".

Ejemplo de video a desarrollarse:
<https://www.youtube.com/watch?v=moc6wo2j6o0>

Google+

Aunque Google + no es muy conocido localmente es una buena forma de crear presencia en Internet para luego posicionarse en buscadores.



Figura 140. Google Plus "Yo me uno".

- Cronograma de Posteo fase de lanzamiento

Tabla 18. Cronograma de Post para Facebook.

Cronograma de Posteo Facebook Yo me uno	
Post	Imagen
<p>Es momento de unirse y ser parte de este proyecto. Ingresa a www.yomeuno.net escoge el proyecto que más te guste y demos alegría a nuestros niños.</p>	
<p>Si quieres conocer como funciona nuestra plataforma, este video te puede ayudar. https://www.youtube.com/watch?v=moc6wo2j6o0</p>	
<p>El proyecto del día fue "Cumpliendo sueños", llegamos a la meta propuesta y ahora nuestros alumnos podrán recibir la terapia de nadar con delfines. Gracias por su apoyo.</p>	
<p>El día de hoy las ex reinas, con todos los inscritos al proyecto pintaremos la escuela para comenzar este año electivo. Si quieres participar todavía estas a tiempo. Únete.</p>	

Tabla 18. Cronograma de Post para Facebook .

Tabla 19. Cronograma de Post para Twitter.

Cronograma de Posteo Twitter Yo me uno
Post
Porque ya no tienes excusa para quedarte afuera, ahora ayudar es fácil y rápido. Únete ya: www.yomeuno.net
Cualquier dificultad técnica o duda de la plataforma, estamos pendientes a tus comentarios. Escríbenos.
Ahora puedes elegir el proyecto que más te guste, existen varias opciones que se adaptan a tus posibilidades. Yo me uno y tú?
Hoy tendremos una Twittcam con la actual Reina de Quito ella contestará todas sus dudas. No se lo pierdan hoy a las 16:00.
Si te gustaron los proyectos comparte con tus amigos en las redes sociales, porque juntos podremos hacer grandes cosas.

Tabla 19. Cronograma de Post para Twitter.

- Unión de famosos

Unión de famosos y gente relevante en el medio digital con el hashtag (#Yomeuno), con el fin de crear una unidad de campaña.



3. Presentación de las candidatas con su proyecto a patrocinar

Año a año las candidatas a reina de Quito se las presenta a los medios y a la ciudadanía en un evento de gran acogida y expectativa. Es por ello que se aprovechara el mismo para que candidata sea la madrina de uno de los proyectos de la plataforma. Cada candidata deberá dar a conocer a la mayor gente posible su proyecto, incluso en las visitas a empresas patrocinadoras deberán presentar su proyecto e intentar llegar a la meta antes del día de la elección a reina de Quito.



Con ello se busca aprovechar la acogida que tiene la elección reina de Quito e intentar llegar a la mayor gente posible.

5.5.1.3 Fase de mantenimiento

En la Fase de mantenimiento se buscara crear una tradición y crecimiento de la plataforma.

Acciones fase de mantenimiento:

1. Evento en el día internacional del Síndrome de Down

Este evento atraerá a todos los involucrados en la plataforma, a celebrar un día con los niños del “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”. Se citará a todas las Ex reinas a que participen, así como también a gente relevante como el Alcalde de Quito y su esposa.

El evento se realizará en las propias instalaciones del “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir” y se realizara el 21 de marzo de todos los años.



Figura 143. Día mundial del Síndrome de Down.

Con este evento se busca mostrar los avances que está teniendo el Centro, así como también atraer a medios de comunicación a comunicar esta propuesta. Este mega evento se realizara una vez al año.

2. Ruta de la comunicación por la reina ganadora

La reina ganadora será la imagen de la campaña y la encargada de difundir y promover la plataforma, por lo que realizará la ruta de la comunicación.

La misma consiste en realizar charlas informativas en universidades de la ciudad de Quito, empresas patrocinadoras y comunidades sobre la plataforma y el uso de nuevas tecnologías para la ayuda a los más necesitados.



Figura 144 . Ruta de la comunicación.

Por otro lado, la ruta de la comunicación invitará no solo a ex reinas sino a famosos y expertos para tener mayor acogida en el público objetivo.

3. Carrera con tu padrino

Una vez al año cada niño con su respectivo padrino tendrá una carrera que consiste dar una vuelta al parque de la Carolina. Con este evento se busca

afianzar el lazo entre los niños y sus padrinos, y a su vez lograr el involucramiento de más personas a una relación uno a uno con los niños, mientras que apadrinan a los mismos.



Figura 145 . Carrera con tu padrino.

El padrino será el encargado de cancelar \$10 dólares para la inscripción de la carrera para así recibir una camiseta y una medalla al final

5.6 Presupuesto y cronograma

El cronograma de actividades se ha planteado para un año, sin embargo existen actividades que se planea hacer todos los años por tradición.

Tabla 20. Cronograma de actividades.

Cronograma de actividades												
	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.
Fase Informativa												
Reportaje en programa de televisión												
Comunicación en redes sociales												
Gira de medios Reina de Quito												
Fase de Lanzamiento												
Evento de lanzamiento de la plataforma												
Comunicación en redes sociales												
Presentación de las candidatas con su proyecto a patrocinar												
Fase de mantenimiento												
Comunicación en redes sociales												
Evento en el día internacional del Síndrome de Down												
Ruta de la comunicación por la reina ganadora												
Carrera con tu padrino												

Tabla 20. Cronograma de actividades.

Algunas actividades se buscarán financiar con la propia plataforma, como es el evento en el día internacional del Síndrome de Down. Por otro lado, la plataforma logrará sustentarse ya que de cada proyecto cumplido un 7% será para el manejo y crecimiento de la misma. Esto se debe contemplar al momento de plantear los proyectos y sus presupuestos.

Tabla 21. Presupuesto de actividades.

Presupuesto de actividades		
Fase informativa	Actividades	Costo Unitario
Reportajes en programas de televisión		\$ 0
Comunicación en redes sociales	Creación de piezas comunicacionales	\$ 300
	Sesión fotográfica del "Centro Infantil Aprendiendo a Vivir", las ex reinas y los niños.	\$ 500
	Community manager	\$ 300
Gira de medios Reina de Quito		\$ 0
Fase de lanzamiento		
Evento de lanzamiento	Contratación del lugar	\$ 3.000
	Comida y bebidas	\$ 1.000
	Música, sonido y video	\$ 1.300
	Press Kit medios	\$ 400
	Fotografo	\$ 1.200
	Invitaciones	\$ 1.500
Comunicación en redes sociales	Community manager	\$ 600
	Creación de piezas comunicacionales	\$ 600
Presentación de las candidatas con su proyecto a patrocinar		\$ 0
Fase de mantenimiento		
Evento en el día internacional del Síndrome de Down	Invitaciones	\$ 350
	Fotografo	\$ 500
	Música, sonido y video	\$ 400
	Comida y bebidas	\$ 800
	Entretenimiento para los niños	\$ 150
Ruta de la comunicación por la reina ganadora	Desarrollo de material a presentar	\$ 500
	Fotografo	\$ 600
Carrera con tu padrino		\$ 0
Comunicación en redes sociales	Community manager	\$ 2.400
Creación de la plataforma	Compra del dominio	\$ 50
	Alquiler de Host	\$ 200
	Mantenimiento	\$ 100
Total :		\$ 16.750

Tabla 21. Presupuesto de actividades.

Conclusiones y recomendaciones

- La plataforma debe estar en constante actualización y mantenimiento, debido a que el contenido no debe aburrir al usuario.
- Las redes sociales son un primer contacto con los jóvenes pero deben redirigir siempre a la plataforma.
- Google Analytics debe estar instalado en la plataforma para tener cifras de los usuarios.
- Los proyectos una vez alcanzado los recursos necesarios y cumplidos se debe informar en la plataforma, es la única forma de validar los resultados.
- Se debe aprovechar el posicionamiento de la marca Fundación Reina de Quito para el lanzamiento de la plataforma y para la comunicación de la misma, ya que le dará seriedad y veracidad.
- Tanto la Fundación como el Centro Infantil deben comenzar a manejar sitios oficiales y redes sociales que soporten a la plataforma, por si el usuario busca información puntual. Además de que brindara mayor seguridad y respaldo.
- La plataforma debe convertirse en autosustentable y a su vez generar un aporte al “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”.

Referencias

- Arostegui, E. (2013). *EL MANTENIMIENTO DE UN SITIO WEB – “Una tarea constante”*. Recuperado el 3 de Junio de 2014 de <http://comunidad.iebschool.com/elizabetharostegui/2013/05/15/el-mantenimiento-de-un-sitio-web-una-tarea-constante/>
- Aubry, C. (2011). *WordPress 3: un CMS para crear su sitio Web*. Barcelona, España: Ediciones ENI.
- Bernes-Lee, (1996). *WWW: pasado, presente, y futuro*.
- Brabham, D. (2013). *Crowdsourcing*. Boston, Estados Unidos: MIT Press
- Carrión, H. (2010). *Planificación de Proyectos Web para el Desarrollo*. Quito, Ecuador. Recuperado el 1 de Junio del 2014 de http://imaginar.org/iicd/index_archivos/TUS18/1_planificacion_web.pdf
- Chesbrough, H. (2011). *Everything You Need to Know About Open Innovation*. Recuperado el 6 de Junio del 2014 de <http://www.forbes.com/sites/henrychesbrough/2011/03/21/everything-you-need-to-know-about-open-innovation/>
- Chicos de la calle. (s.f.). *Quienes Somos*. Recuperado el 30 de Enero del 2015 de <http://www.chicosdelacalle.org.ec/index.php/quienes-somos.html>
- Cobo, A. (2005). *PHP y MySQL: Tecnología para el desarrollo de aplicaciones web*. España: Ediciones Díaz de Santos.
- Computación Aplicada al Desarrollo, s.f. Recuperado el 1 de Junio del 2014 de http://www.cad.com.mx/que_es_internet.htm

CONADIS. (2013). *Registro Nacional de Discapacidades*. Quito, Ecuador: CONADIS.

Consejo Superior de Investigaciones Científicas. (2006). *La Información especializada en Internet: directorio de recursos de interés académico y profesional*. Madrid, España: CSIC - CSIC Press

Elliott, T. (2013). *The Everything Guide to Crowdfunding: Learn how to Use Social Media for Small-business Funding*. Boston, Estados Unidos: Everything Books.

Equipo Vértice. (2009). *Diseño básico de páginas web en HTML*. Málaga, España: Editorial Vértice

Esposti, C. (2011). *Crowdsourcing Industry Taxonomy Definitions by Crowdsourcing.org*. Recuperado el 6 de Junio del 2014 de <http://www.crowdsourcing.org/editorial/crowdsourcing-industry-taxonomy-definitions-by-crowdsourcingorg/2936>

Fleitas, P. (2013). *InDesign CS6: Los mejores consejos de diseño y diagramación* Barcelona, España: Marcombo.

Fundación Teatro Nacional Sucre. (s.f.). *Quienes somos*. Recuperado el 30 de Enero del 2015 de <http://ftnsec.azurewebsites.net/>

Gil, G. (2012). *El gran libro de DRUPAL 7*. Barcelona, España: Marcombo.

Graf, H. (2012). *Joomla! 1.7 - Guía para Principiantes*. Francia: Coccoate.

Halvorson, K. (2008). *The Discipline of Content Strategy*. Recuperado el 3 de Junio del 2014 de <http://alistapart.com/article/thedisciplineofcontentstrategy>

Hemer, J. (2011). *A Snapshot on Crowdfunding*. Recuperado el 8 de Junio del 2014 de http://www.isi.fraunhofer.de/isiwAssets/docs/p/de/arbpap_unternehmen_region/ap_r2_2011.pdf

Howe, J. (2008). *Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd Is Driving the Future of Business*. Nueva York, Estados Unidos: Crown Business

Howe, J. (2006). *The Rise of Crowdsourcing*. Recuperado el 5 de Junio del 2014 de <http://archive.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html>

Jóvenes contra el cáncer Fundación. (s.f.). *Programas*. Recuperado el 30 de Enero del 2015 de <http://jovenescontraelcancer.org/>

Luján, S. (2002). *Programación de aplicaciones web: historia, principios básicos y clientes web*.

Mariño, R. (2005). *Diseño de páginas web y diseño gráfico: metodología y técnicas para la implementación de sitios web y para el diseño gráfico*. Madrid, España: Ideaspropias Editorial S.L.

Milán, V. (2007). *Promocionar la página web. Aumentar visitas*. Recuperado el 3 de Junio de 2014 de <http://www.lawebera.es/promocionar/promocionar-pagina-web-aumentar-visitas.php>

Outlaw, S. (2013). *Cash from the Crowd: How to crowdfund your ideas and gain fans for your success*. Nueva York, Estados Unidos: Entrepreneur Press

- Pardo, M. (2014). *Creación y diseño web*. Madrid, España: Grupo Anaya S.A.
- Patronato Municipal San José. (s.f.). *Nosotros*. Recuperado el 30 de Enero del 2015 de <http://www.patronato.quito.gob.ec/>
- Pereda, V. (2012). *Posicionamiento y visibilidad en Internet: SEO, SEM y SMO*. Recuperado el 3 de Junio de 2014 de <http://peredavalentinatic.wordpress.com/2012/04/23/posicionamiento-y-visibilidad-en-internet-seo-sem-y-smo/>
- Puetz, C. (2005). *The Web Hosting Manager*. Colorado, United States: Lulu.com
- Rivera, E. (2012). *CROWDFUNDING: La eclosión de la financiación colectiva, un cambio tecnológico, social y económico*. Barcelona, España: microtemas
- Rodríguez, J. (2003). *Introducción a la programación*. Teoría y práctica. San Vicente, España: Club Universitario
- Santos, J. (2014). *Cómo planificar y diseñar un sitio web*. Buenos Aires, Argentina
- Schenk, E. y Guittard, C. *Towards a characterization of crowdsourcing practices*. Recuperado el 5 de Junio del 2014 de <http://www.cairn.info/revue-journal-of-innovation-economics-2011-1-page-93.htm>
- Soriano, C. (1998). *Internet, el plan estratégico*. Madrid, España: Díaz de Santos S.A.

SRI. (s.f.). *Preguntas Frecuentes Instituciones de Carácter Privado Sin Fines de Lucro*. Recuperado el 30 de Enero del 2015 de http://www.sri.gob.ec/zh_TW/33

Tantal, A. (2005). *Web Portals: The New Gateways to Internet Information and Services*. London, United Kingdom: Idea Group Inc

The Nemours Foundation. (2012). *El Síndrome de Down*. Recuperado el 2 de Julio del 2014 de http://kidshealth.org/parent/en_espanol/medicos/down_syndrome_esp.html

Tortajada, J. (2014). *LA GUÍA DEFINITIVA DEL DISEÑO WEB: HTML, XHTML, CSS y herramientas de diseño*.

Users Staff. (2012) *Flash: creación de sitios web*. Buenos Aires, Argentina: USERSHOP

ANEXOS

Anexo 1

Modelo de entrevista expertos:

- 1.- ¿Qué es para usted crowdsourcing y crowdfunding?
- 2.- ¿Conoce algún tipo de proyecto similar en el Ecuador de crowdsourcing y crowdfunding, podría decirnos cuál y a qué se refiere específicamente?
- 3.- ¿Cómo observa la creación de una plataforma Web de crowdsourcing y crowdfunding en el Ecuador?
- 4.- ¿Cree usted que en el Ecuador exista la apertura necesaria por parte del grupo objetivo para el aporte tanto monetario como no hacia este tipo de plataformas?
- 5.- ¿Usted estaría de acuerdo en aportar y participar periódicamente con la plataforma?
- 6.- Según su expertis: ¿qué áreas específicas debería tener esta plataforma?
- 7.- ¿Considera necesario que la plataforma sea propia de la Fundación Reina de Quito o sería recomendable realizarlo en plataformas ya existentes a nivel mundial?
- 8.- ¿Cuál cree usted que es la mejor forma de pago existente en el Ecuador para plataformas Web, y cuál cree que se acopla mejor a este proyecto?
- 9.- Del 1 al 10 valore la factibilidad de este proyecto en el Ecuador, explicando el porqué de su respuesta y, ¿qué recomendaciones daría para la factibilidad total de la misma?

Anexo 2

Modelo de entrevista ex Reinas de Quito:

- 1.- ¿Cómo ve usted a los proyectos de ayuda social en la ciudad de Quito?
- 2.- ¿Cuál es la condición actual del “Centro Infantil Aprendiendo a Vivir”?
- 3.- ¿Cuál es su mejor fuente de ingreso en estos momentos?
- 4.- Numere tres aspectos primordiales que necesita el centro infantil para subsistir:
- 5.- ¿Cuál cree usted que es la principal motivación para los donantes que tienen actualmente?
- 6.- ¿Cuál cree usted que es la mejor herramienta de comunicación que tiene actualmente el Centro infantil aprendiendo a Vivir?

Anexo 3

Transcripción exacta de las entrevistas

Entrevista #1

Breve introducción del Entrevistado

Soy José Patricio Puebla Álvarez, en este momento soy director de tecnología en la Agencia de Marketing Digital A+A Consulting. Yo me encargo básicamente de todo lo que se refiere a dirección, gestión de proyectos en la parte tecnológica, desde la estrategia hasta la implementación de los mismos.

Tengo una experiencia en el manejo de plataformas y sistemas de crowdfunding y crowdsourcing por lo cual creo que puedo ayudar con los requerimientos de esta entrevista.

1.- ¿Qué es para usted crowdsourcing y crowdfunding?

Son dos conceptos separados pero al mismo tiempo que tienen mucha relación, en el sentido de que crowdsourcing fue a un concepto que llegó de forma preliminar y se refiere básicamente a la obtención de recursos externos es decir no personal interno de una empresa ni tampoco que provenga de una misma entidad sino de terceros y puede ser cualquier tipo de recurso: materiales, intelectuales, colaborativos, donaciones, etc. Por ejemplo, si alguien quiere llevar a cabo un proyecto de ayuda social puede ayudarse desde crowdsourcing para obtener financiamiento, recursos como materiales, o incluso gente que pueda colaborar con el proyecto.

Es por ello por lo que muchos proyectos a nivel tecnológico se han llevado a cabo así, por ejemplo la creación de la Web 2.0, ha sido la inteligencia colectiva de muchas personas que ha ayudado a consolidar este concepto de Web 2.0. En ese entonces crowdsourcing se enfocó o se utilizó a la captación de ideas,

pero como digo crowdsourcing puede referirse a muchos recursos, ya sean físicos o monetarios y es ahí donde entra en crowdfunding.

Crowdfunding es la ayuda colaborativa a través de recursos monetarios ya sean estas donaciones o también podemos llamarlas como un tipo de inversión. Estas “inversiones” funcionan a través de varios usuarios o de varias personas con el fin de ayudar a una causa, proyecto o idea y recibir algo a cambio.

2.- ¿Conoce algún tipo de proyecto similar en el Ecuador de crowdsourcing y crowdfunding, podría decirnos cuál y a qué se refiere específicamente?

En el Ecuador no hay una plataforma específica para proyectos masivos, lo que actualmente se ha lanzado mucho es sitios con proyectos puntuales. Justamente en el Ecuador hay una empresa que lanzo una especie de micro sitio que está enfocado en un crowdfunding para un proyecto que ellos llamaron “planssaso”. Este proyecto es la creación de una aplicación móvil, que consolide todo aquel evento o cualquier tema relacionado a la cultura de Ecuador. Su objetivo era la recolección de \$7.500 dólares para la creación de la plataforma y se lanzara pronto al mercado.

En mi conocimiento me parece que ellos son los pioneros, pero se tiene a la mira que A+A en colaboración con otras personas lance o proponga estrategia para una plataforma que consolide más proyectos enfocados a temas artísticos. Me atrevería a decir que si funciona este proyecto, seríamos los primeros en lanzar una plataforma que no involucre no solo un proyecto sino varios proyectos.

Pero repito nuevamente no conozco en el Ecuador plataformas desarrolladas para distintos proyectos, solo puntuales. Existen muchas a nivel internacional que funcionan con Ecuador la desventaja es que son en Inglés por lo tanto hay

un poco de limitaciones en ese aspecto. Existen otras en español, pero lastimosamente no están enfocadas en el mercado Ecuatoriano, pienso que una de las principales barreras es la recaudación económica, y que al no tener actualmente una pasarela de pagos propia de Ecuador, que tenga un link con las entidades financieras pues dificulta el tema.

3.- ¿Cómo observa la creación de una plataforma Web de crowdsourcing y crowdfunding en el Ecuador?

Lo veo totalmente factible, lo importante acá es crear esa cultura en las personas. Muchos tenían miedo y digo “tenían” porque vemos que comienza a despuntar este tema del comercio electrónico a través de internet. La gente tenía miedo de dejar sus datos, dejar su tarjeta, de comprar a través de pasarelas internacionales, de hacer un depósito, una transferencia pero esa brecha se ha estado reduciendo entre lo que es compra electrónica y los usuarios que tenían ese temor, por lo que hay una buena posibilidad de entrar.

El concepto en si, es tan amplio que se puede aplicar a cualquier tipo de proyecto, por lo tanto, es totalmente viable y muy interesante de que se llegue a aplicar.

Lo importante acá es cambiar un poco la cultura o meter algo que realmente llame la atención del público, de tal manera que pierdan ese miedo y al contrario pierdan no solo el hecho de dar sus datos si no también el miedo de compartir sus ideas, ya que ese es otro de los miedos ya que son una limitante para compartir ideas innovadoras o tecnológicas. La gente tiene miedo a que le roben las ideas. Es por ello importante que se quite el miedo del pago en internet y el miedo a compartir.

4.- ¿Cree usted que en el Ecuador exista la apertura necesaria por parte del grupo objetivo para el aporte tanto monetario como no hacia este tipo de plataformas?

Creo que es un grupo muy adecuado, y lo tomo como una experiencia propia y personal mía, ya que me llama muchísimo la atención este tema de responsabilidad social no solamente por el concepto que es sino porque es la manera cual uno con su profesión, con lo que sabe hacer mejor puede ayudar a los demás y aquí el punto más importante es la organización. Muchas de las personas que estamos metidas en esto de ayudar a la comunidad desinteresadamente o interesadamente como sea, nos hemos dado cuenta que la organización es esencial, uno puede tener muy buenas ideas, muy buena iniciativa pero si la organización de la entidad a la que estás ayudando o aportando no da la apertura en primer lugar o deja todo para después sin dar el empoderamiento para que uno realmente pueda hacer lo que quiere hacer es la barrera más importante. Sin embargo, al tener una plataforma entendería que esta organización ya está conformada, es decir, la organización comprende que hay una logística por detrás y que sabe que debe organizar muy bien, poniendo las reglas claras que es fundamental. Y con esas dos cosas la organización y las reglas claras pueden despuntar de una manera maravillosamente.

Entiendo que no solo es un área específica, sino muchas, el crowdsourcing puede ser de cualquier tipo porque a la hora de ayudar cualquier mano es buena, cualquier mente es buena.

En mi opinión creo que es muy factible, que el target va a querer colaborar con esto no necesariamente monetariamente sino aportando algo mucho más importante como el expertis.

5.- ¿Usted estaría de acuerdo en aportar y participar periódicamente con la plataforma?

Totalmente, en caso de que encuentre algo no necesariamente de mi interés sino en lo que me sienta capaz de poder aportar, pues con todo gusto.

Un punto importante tal vez en esto, es que entiendo que la gente necesita un título de tercer nivel porque es la única forma de asegurarse que las personas en realidad conocen sobre lo que aportan, sin embargo, hay otras cosas que mi experiencia me ha dado que no es que se hacen mejor pero complementan.

Por ejemplo, mi título es de ingeniería en sistemas, pero mi afición por la música y los deportes hacen que yo complemente la manera en la que yo ayudo.

Me parece importante tomar en cuenta los recursos que se tiene, porque las mismas personas que ayudan en ciertas cosas pueden servir para otras cosas complementando distintas actividades, siempre y cuando la organización y la logística sean las adecuadas. No todo es académico o profesiones también existen cosas espirituales u hobbies que es importante llenar, que al fin y al cabo es lo que nos des estresa y nos hace tener una vida más llevadera.

6.- Según su expertis: ¿qué áreas específicas debería tener esta plataforma?

Básicamente, la página de inicio muy llamativa con material audiovisual, no solo fotos, sino también videos, puede ser también el resumen de algunos proyectos, un compendio de cómo funciona la plataforma, el fin con el que fue desarrollada y el mensaje que quieres llevar con esto. La página principal más allá de mostrar “apóyame” o “dame esto” es el concepto en general, que quiero ofrecer a través de las personas que me colaboren. Información de contacto en caso de que alguien tenga preguntas y los enlaces más importantes.

Debe hacer la categorización de los proyectos que se realizan, una sección de preguntas frecuentes que la gente hará continuamente y eso no es algo fijo sino ira cambiando de acuerdo a las necesidades que van surgiendo en el proceso de acuerdo a la experiencia que se va teniendo con la plataforma.

Muy importante también los términos y condiciones para que la gente sepa en qué se está metiendo y que realmente haya una responsabilidad de todas esas personas, tanto de la plataforma como sus usuarios.

Por otro lado, es importante no dejar de lado las noticias y novedades, que pueden tratar temas como la evolución de la plataforma o el estado de cada proyecto y cómo fue su ejecución.

7.- ¿Considera necesario que la plataforma sea propia de la Fundación Reina de Quito o sería recomendable realizarlo en plataformas ya existentes a nivel mundial?

En este caso depende muchísimo de cuál es la estrategia que se quiere plantear, porque si se quiere implantar una cultura de crowdsourcing específica me atrevería a decir que es mejor tener una plataforma propia para la fundación, porque poner proyectos individuales en plataformas internacionales puede generar ciertos problemas como el idioma, que no se acoplan al sistema de pagos o al sistema de recaudación externa.

Entiendo que la plataforma no solo recibirá dinero, sino muchos recursos, es importante desarrollarlo a la medida, por lo que la estrategia debe ser desarrollada para una plataforma propia. Sin embargo, se puede ocupar sistemas ya desarrollados o plantillas ya existentes he irles adaptando poco a poco a las necesidades. Si me parece interesante que la fundación sea quien patrocine y quien esté detrás de esto para así dar un poquito más de fuerza y renombre porque es mucho más interesante tener un conjunto de proyectos bajo un nombre propio, que un conjunto de proyectos bajo de otra entidad.

8.- ¿Cuál cree usted que es la mejor forma de pago existente en el Ecuador para plataformas Web, y cuál cree que se acopla mejor a este proyecto?

Aquí hay algunos puntos importantes, en este momento la mejor es la transferencia bancaria porque es la que todo el mundo utiliza y la que la mayoría se siente más confiada, sin embargo, la más óptima me parece que es hacer los convenios con las entidades financieras, creando botones de pago con pasarelas propias. El único inconveniente de esto es que cada entidad tiene su propio sistema y a uno le toca acoplarse a eso, pero creo que es un esfuerzo que se debería hacer.

9.- Del 1 al 10 valore la factibilidad de este proyecto en el Ecuador, explicando el porqué de su respuesta y, ¿qué recomendaciones daría para la factibilidad total de la misma?

Lo valoro como un 9, no le doy el diez absoluto porque siempre existe un pero o un espacio de duda y estoy abierto a esa duda. Sin embargo, le doy un 9 porque considero que es muy interesante e importante que se empiece a utilizar estos conceptos e incluso tecnología para culturizar a toda una región.

Me interesa sobremanera potencializar el uso de la tecnología para estos conceptos.

Como recomendaciones me parece importante tener en cuenta que para estos proyectos se tiene 3 involucrados la persona que genera la idea, quien colabora la idea y el medio por el que se logra la idea. En este caso tenemos dos de ella y solo nos falta el medio y que mejor a través de la tecnología. Para ello se debe tener claro los objetivos antes de cualquier implementación, se debe empezar por lápiz y papel, hacerlo de forma manual en forma de ejercicio y que funcione.

Entrevista #2

Breve introducción del Entrevistado

Mi nombre es Andrés Arévalo soy graduado de Marketing y publicidad soy también socio y fundador de la agencia y consultora de comunicación digital A+A Consulting, que es básicamente una de las principales agencias de marketing digital en la región, manejamos de cada industria las principales cuentas, la agencia tiene ya 5 años en el mercado manejando más de 30 clientes con un equipo de trabajo de más de 30 personas.

1.- ¿Qué es para usted crowdsourcing y crowdfunding?

Son dos temas bastante similares, las dos se refieren a una colaboración que normalmente se lo lleva a través del internet, es por ello que estos dos términos han ido ganando mucho espacio, con la explosión del internet y el acceso masivo al mismo, muchos emprendedores de todo tipo han visto una posibilidad muy importante, como por ejemplo la plataforma de Kickstarter para desarrollar sus proyectos.

Básicamente, la diferencia entre crowdsourcing y crowdfunding es que crowdsourcing se refiere a un tema no necesariamente financiero sino que alguien pueda aportar con conocimientos, tiempo o cualquier tema que no sea monetario, mientras que crowdfunding es 100 % monetario. Por ejemplo, si yo veo un proyecto que me interesa, yo estoy o no dispuesto a dar dinero y recibo algo a cambio. En una película por ejemplo, si doy dinero para la misma puedo aparecer en los créditos pero si es un proyecto tecnológico puedo ser parte del mismo y eventualmente recibir ganancias del mismo.

2.- ¿Conoce algún tipo de proyecto similar en el Ecuador de crowdsourcing y crowdfunding, podría decirnos cuál y a qué se refiere específicamente?

Sí, no conozco una plataforma ya desarrollada pero he tenido mucho contacto con personas que han querido o están en el proceso de hacer un tema de crowdsourcing y crowdfunding. Un ejemplo es la marca de ropa Sinox ellos estaban buscando hacer un tema de crowdfunding apalancándose en la marca y lo que querían era apoyar a pequeños emprendedores y a cambio a las personas que apoyen con esos proyectos les darían prendas de la marca.

Existe también un proyecto de una de las personas que trabaja aquí en A+A, de crowdfunding pero solo de temas artísticos, ataca a un nicho que van desde pintores, cineastas y todo lo que pueda considerarse arte.

Ninguno de los dos proyectos está todavía implementado sino propuestas y proyectos que están en desarrollo, y son los proyectos con los que he tenido contacto aquí en Ecuador, obviamente a nivel internacional existen muchas más opciones.

3.- ¿Cómo observa la creación de una plataforma Web de crowdsourcing y crowdfunding en el Ecuador?

Puede ser un tema muy interesante, el tema de hacer crowdfunding para artistas es interesante porque estás atacando a un nicho y te especializas en un tema posicionándote en un grupo y puedes fidelizar un mercado.

Me parece importante que exista en el Ecuador una plataforma, me parece que es un mercado lo suficientemente grande para tener su propia plataforma pero como proyecto de temas específicos, por ejemplo proyectos de cosas tecnológicas o en temas sociales.

4.- ¿Cree usted que en el Ecuador exista la apertura necesaria por parte del grupo objetivo para el aporte tanto monetario como no hacia este tipo de plataformas?

Totalmente, en el Ecuador existe mucho miedo de dar sus datos en plataformas locales, la gente de un nivel socio económico medio, con una tarjeta de crédito internacional, con un cupo de \$500 dólares y la ley de 4x4 aprendió mucho a hacer sus compras por internet y realiza sus compras pero en plataformas internacionales, en plataformas locales existe miedo a robo de datos o información importante. Por lo tanto, el grupo objetivo de tu plataforma me parece el idóneo ya que es un grupo más educado, y que conoce de los términos y sobre todo está dispuesto a involucrarse con la sociedad.

5.- ¿Usted estaría de acuerdo en aportar y participar periódicamente con la plataforma?

Todo depende del proyecto, pero si es un proyecto interesante sí.

6.- Según su expertis: ¿qué áreas específicas debería tener esta plataforma?

La página debe ser súper amigable, más allá de la estructura debe ser visualmente atractiva, responsive eso quiere decir que se adapte a dispositivos móviles, tiene que ser una plataforma de carga rápida. A Nivel de estructura es difícil decir pero obviamente que tenga home, los proyectos destacados, explicar súper claro quien está atrás del proyecto para que eso genere confianza y la gente esté dispuesta en poner tarjeta y dar sus datos. Un servidor seguro es importante, que en el URL diga https, para que la gente sienta esa seguridad, términos y condiciones que expliquen la política de la misma.

La parte que la página hable por si sola debes tomar en cuenta, ya que no te interesa que la gente entre vea tu página, no la entienda y se vaya sin haber participado.

7.- ¿Considera necesario que la plataforma sea propia de la Fundación Reina de Quito o sería recomendable realizarlo en plataformas ya existentes a nivel mundial?

Tengo entendido que la fundación va a tener varios proyectos simultáneos y a lo largo del tiempo, por lo que yo te recomiendo que sea propia, incluso así ganas posicionamiento como Fundación le dará renombre y prestigio a la institución.

8.- ¿Cuál cree usted que es la mejor forma de pago existente en el Ecuador para plataformas Web, y cuál cree que se acopla mejor a este proyecto?

El tema de pagos aquí en el Ecuador me parece que todavía está en pañales, sin embargo, la mejor me parece que es Interdin que es con todas las tarjetas del Banco del Pichincha, y de ahí tienes pasarelas de pago internacionales como PayPal. Yo trabajaría con las dos simultáneamente. También existe la posibilidad de hacer transferencia bancaria, aunque esta resulte un poco prehistórica, funciona, poniendo el número de transferencia en la página para así verificar la información.

9.- Del 1 al 10 valore la factibilidad de este proyecto en el Ecuador, explicando el porqué de su respuesta y, ¿qué recomendaciones daría para la factibilidad total de la misma?

Le pondría un 10 a la factibilidad, es un proyecto 100 % realizable, ya que no existe una plataforma existente ni posicionada. Creo que existen muchos proyectos que están en la carrera de desarrollo pero creo que es totalmente factible además de que tienes el respaldo de una Fundación con prestigio y bien posicionada.

En cuanto a recomendaciones, la página te debe brindar mucha confianza, donde existan proyectos interesantes, proyectos la seguridad al consumidor y tener una pasarela de pagos robusta.

Entrevista #3

Breve introducción del Entrevistado

Yo soy José Valenzuela, actualmente formo parte del equipo de A+A Consulting, es una agencia digital de la cual soy fundador y Gerente General. La fundamos con mi amigo y colega Andrés Arévalo y actualmente manejamos marcas de gran renombre en el país como Nestlé.

1.- ¿Qué es para usted crowdsourcing y crowdfunding?

Creo q muchos confunden estos términos sin embargo tienen su diferencia.

Por un lado, si dividimos la palabra crowdsourcing, crowd significa multitud y sourcing fuente. Entonces crowdsourcing significa ayuda de las masas para un trabajo específico. Por otro lado, crowdfunding significa crowd multitud y funding financiamiento, es decir, ayuda de las masas para el financiamiento.

2.- ¿Conoce algún tipo de proyecto similar en el Ecuador de crowdsourcing y crowdfunding, podría decirnos cuál y a qué se refiere específicamente?

La verdad no conozco un proyecto de crowdsourcing realizado en el Ecuador en una plataforma digital, pero un ejemplo no digital de esto puede ser las famosas mingas barriales. Estas consisten en citar a la comunidad para limpiar el barrio o realizar una tarea específica y se cita a las personas que vivan en ese barrio.

Por otro lado, de crowdfunding se ha oído mucho, sobre todo de proyectos que se suben a plataformas ya existentes como Kickstarter, casos como el de Gabriela Villalba para recaudar fondos el mismo que fue exitoso.

3.- ¿Cómo observa la creación de una plataforma Web de crowdsourcing y crowdfunding en el Ecuador?

La verdad sería un tema muy interesante, no solo tecnológicamente un reto sino también ver a qué tipo de proyectos la gente se ve más involucrada.

4.- ¿Cree usted que en el Ecuador exista la apertura necesaria por parte del grupo objetivo para el aporte tanto monetario como no hacia este tipo de plataformas?

Si, la sociedad ecuatoriana es muy católica y religiosa, le gusta ayudar al prójimo y, más aún, si se le presenta una causa social de manera novedosa.

Yo creo que existe ignorancia de cómo ayudar si es que no es monetariamente, es por ello que proyectos como “Un techo para mi país” tuvo tanto éxito, porque se les explica de forma rápida y sencilla a los jóvenes como ayudar, sin necesariamente involucrar grandes sumas de dinero y más trabajo de su parte.

5.- ¿Usted estaría de acuerdo en aportar y participar periódicamente con la plataforma?

Si me gustaría participar, más que monetariamente con la ayuda voluntaria en proyectos puntuales. Me gusta la idea que tú elijas en que proyecto involucrarte.

6.- Según su expertis: ¿qué áreas específicas debería tener esta plataforma?

Yo creo que más allá de la dinámica de la página, el contenido de la misma es lo que marcará la diferencia al momento de involucrarte. Es importante llegar a la gente correcta, con el mensaje correcto. Tienes una sola oportunidad para impresionarlos, sino, lo consigues probablemente no ingresen nunca más a tu plataforma.

7.- ¿Considera necesario que la plataforma sea propia de la Fundación Reina de Quito o sería recomendable realizarlo en plataformas ya existentes a nivel mundial?

Yo creo que se debe aprovechar a la Fundación y a su imagen en la sociedad quiteña, por lo que debe ser propia. Además, que podría crecer a un futuro para plantear proyectos del centro infantil sino de la fundación en general.

8.- ¿Cuál cree usted que es la mejor forma de pago existente en el Ecuador para plataformas Web, y cuál cree que se acopla mejor a este proyecto?

Esta es una pregunta que incluso nosotros nos preguntamos actualmente. Yo creo que no existe la mejor todavía en el Ecuador, por lo que es recomendable darle al usuario distintas posibilidades, cerrarnos a un solo método de pago es perder posibles clientes, mientras que tener un abanico de las mismas nos ayuda no solo a entender al consumidor sino también a darle las facilidades necesarias. Es importante hacer del método de pago algo dinámico y sencillo sin complicar al usuario.

9.- Del 1 al 10 valore la factibilidad de este proyecto en el Ecuador, explicando el porqué de su respuesta y, ¿qué recomendaciones daría para la factibilidad total de la misma?

Un 10 sin duda, como ya lo dije antes existen las herramientas y el mercado. Y mi recomendación sería crear un mensaje que enganche a la gente sobre todo porque es un grupo objetivo juvenil.

Entrevista a Ex reinas #1

Breve introducción del Entrevistado

Mi nombre es Valentina Mera, fui Reina de Quito en el 2006, desde entonces he seguido involucrada en Fundación en sus labores y proyectos.

Actualmente dentro del Fundación Reina de Quito yo me encargo de la comunicación en redes sociales y del contacto con medios en caso de eventos. Yo estude comunicación y diseño en la Universidad San Francisco, por lo que siempre me ha gustado seguir ayudando en lo que creo que más sé y para lo que me prepare.

1.- ¿Cómo ve usted a los proyectos de ayuda social en la ciudad de Quito?

La verdad es hoy en día son más los jóvenes los que ayudan a la ciudad que los adultos, y me parece que siempre están cargados de ideas novedosas y sobre todo tienen ganas de cambiar y hacer un mejor lugar donde viven.

Como mi ayuda y mi participación es más con la fundación directamente no he oído de muchos proyectos externos, porque me involucro mucho con los propios por así decirlo.

Me parece que ahora se ha vuelto muy de moda lo reciclable y campañas de cuidado al medioambiente lo cual me parece estupendo, esperemos no sea algo pasajero, pero en mi caso yo creo que se debe trabajar más en la gente.

2.- ¿Cuál es la condición actual del Centro Infantil Aprendiendo a vivir?

El Centro Infantil Aprendiendo a Vivir como desde sus inicios es un lugar que acoge a niños con Síndrome de Down y los ayuda a integrarse a la sociedad, el principal objetivo es darles a los niños una vida de lo más normal posible.

Este año escolar tenemos inscritos más de 130 niños y con una lista de espera de más de 100 niños. Me parte el corazón decirlo pero no podemos acoger a todos, no solo por nuestras instalaciones, sino porque se busca dar una ayuda y servicio de calidad y no por ayudar a todos vamos a bajar esos parámetros, y sobre todo con un tema tan delicado como es el Síndrome de Down.

Yo creo que no todos conocen pero los niños que poseen esta característica necesitan de mucha atención y cuidado.

3.- ¿Cuál es su mejor fuente de ingreso en estos momentos?

No manejo mucho tema de platas en mis labores, pero creería que la fundación y sus eventos como el desfile contrastes o el té juego, son los que más recolectan para el Centro infantil.

4.- Numere tres aspectos primordiales que necesita el centro infantil para subsistir:

- Los niños primero que nada, sin niños inscritos no tenemos a quien ayudar, por suerte eso nunca ha faltado.

- Plata, me parece un poco materialista decir esto pero se debe pagar sueldos, comprar materiales y otras cosas.

- Lunch, los niños todos los días toman su lunch porque muchos de ellos vienen al Centro sin haber recibido un desayuno.

5.- ¿Cuál cree usted que es la principal motivación para los donantes que tienen actualmente?

Yo creo que son los niños, la mayoría de los padrinos conocen a los niños a los que ayudan y ellos hacen regalos para ellos es su forma de agradecer. Y sin duda ellos son una motivación.

6.- ¿Cuál cree usted que es la mejor herramienta de comunicación que tiene actualmente el Centro infantil aprendiendo a Vivir?

Las redes sociales son una forma rápida y efectiva de llegar a los jóvenes, y ahora la Fundación busca llegar a ellos. Hemos estado muy enfocados en la campaña contra el Cyberbullying que sin duda la mejor forma de comunicarlo a sido por esa vía.

También tenemos a los medios que siempre nos ayudan con notas, reportajes, la verdad es que los medios están de nuestro lado. Además, que la gente le interesa mucho la labor de la reina y se siente identificado en tener una representante de la belleza que ayuda a la comunidad.

Entrevista a Ex reinas #2

Breve introducción del Entrevistado

Yo soy Daniela del Castillo, todos me conocen como la chica de Tventas. Tuve la suerte de ser Reina de Quito en 1995, fui a los 18 años así que era una “bebe” todavía.

Actualmente trabajo en la conducción del programa de televisión de Tventas, de ahí soy madre tiempo completo.

Como Ex reina siempre me he mantenido en contacto con la Fundación sus obras y su crecimiento. Ahora me es un poco más difícil involucrarme en tareas específicas pero siempre trato de estar informada y sobre todo de asistir a las reuniones de comité y eventos organizados.

1.- ¿Cómo ve usted a los proyectos de ayuda social en la ciudad de Quito?

He tenido la suerte de participar en muchos eventos y proyectos no solo de la fundación y sin duda existe hoy en día más apertura y conciencia de la gente al momento de ayudar.

Creo que hay muchas ideas, manos y gente que quiere ayudar a veces lo difícil es ponerlos en práctica y hacerlos realidad, solo hace falta el coraje y la buena voluntad.

Como yo siempre digo uno debe darse tiempo para todo y más si es para la ayuda al prójimo.

2.- ¿Cuál es la condición actual del Centro Infantil Aprendiendo a vivir?

Como todos los años el Centro Infantil se apalanca en la Fundación para sobrevivir, definitivamente es una institución que no sobrevive por su cuenta. El servicio y la atención que se brinda a cada niño es de primera, y lo más importante es que se cuida el bienestar de la familia.

En condiciones puntuales el centro infantil tiene unas instalaciones cómodas, no tan grandes como quisiéramos, porque la verdad se deja esperando a mucha gente para poder ingresar. Sé que actualmente hay alrededor de 100 a 120 niños inscritos, no te podría dar el número exacto. Creo que siempre hacen falta cosas y siempre se puede mejorar.

Yo trato de visitar el centro una vez por semana porque la verdad es una energía única lo que te da ese lugar, y cada día nos encontramos con novedades: Niños con nuevas necesidades, se requiere de más personal, cambios en el Lunch, de todo un poco. Por suerte hasta hoy seguimos funcionando y creciendo.

3.- ¿Cuál es su mejor fuente de ingreso en estos momentos?

La parte financiera es dividida entre dos fuentes importantes las pensiones de los niños aunque son mínimas y dependiendo de la situación económica los padres de los niños son muy puntuales en sus pagos y tratan de aportar. Por otro lado, los eventos que realiza la Fundación Reina de Quito son un éxito, por suerte la sociedad Quiteña respalda mucho a la fundación y tenemos gran acogida cuando tenemos nuevas ideas. Además, que la reina de cada año siempre aporta con nuevas ideas y eso siempre trae más gente.

4.- Numere tres aspectos primordiales que necesita el centro infantil para subsistir:

Creo que necesita de amor, recursos y gente generosa.

5.- ¿Cuál cree usted que es la principal motivación para los donantes que tienen actualmente?

La mayoría de donantes son gente que viene donando más de 10 años con la Fundación y se han encariñado con los niños además de que conocen que es una institución que muestra resultados y sería en el trabajo que se realiza.

6.- ¿Cuál cree usted que es la mejor herramienta de comunicación que tiene actualmente el Centro infantil aprendiendo a Vivir?

Yo creo que ahora hay muchas herramientas, sé que la fundación maneja una comunicación en internet que es muy buena y atrae a mucha gente joven sobretodo, pero sin duda la reina es nuestra arma de comunicación. Los medios les gusta mucho estar al tanto de las actividades, y no creo que solo a los medios sino también a los Quiteños.

Anexo 4

Modelo de cuestionario de encuesta

Edad

Sexo: M F

1. ¿Con que frecuencia usted usa Internet?
a) Diaria b) Semanal c) Mensual d) Casi Nunca
2. ¿A través de que dispositivo utiliza más Internet?
a) Computadora b) Teléfono c) Tablet
3. ¿Cuál es el uso que más le da al Internet?
a) Redes Sociales b) Entretenimiento c) Trabajo d) Correo electrónico
4. ¿Confía en realizar compras o pagos por Internet?
a) Si b) No
5. ¿Conoce usted sobre la Fundación Reina de Quito?
a) Si b) No
6. ¿Conoce usted sobre la labor que realiza la Fundación Reina de Quito?
a) Si b) No
7. ¿Conoce usted sobre el Centro Infantil “Aprendiendo a Vivir”?
a) Si b) No
8. ¿Realiza algún tipo de ayuda social?
a) Si b) No
9. Elija tres opciones que lo motivarían a realizar ayuda social:
a) Religión b) Historia conmovedora c) Formar parte de un grupo
d) Satisfacción personal
10. ¿Qué tipo de ayuda social ha realizado con más frecuencia?
a) Voluntariado b) Monetario
11. ¿Estaría dispuesto a donar por Internet?
a) Si b) No
12. ¿Qué monto estaría dispuesto a donar mensualmente?
a) USD 5-10 b) USD 10-20 c) USD 20-50 d) USD 50-100
13. ¿Conoce usted sobre el crowdsourcing y crowdfunding?

a) Si b) No