INSTITUTO SUPERIOR

TECNOLÓGICO SAN ANTONIO

Escuela de Marketing Digital

Desarrollo de estrategia digital a través de redes sociales para recibir donativos alimenticios para el Hogar de Nazaret en la ciudad de Quinindé, Esmeraldas en los primeros 4 meses del 2025.

Anthony Bryan Banguera Landazuri

Carrera

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito

para la obtención del título de

Tecnólogo Superior en Marketing Digital

Quito, 9 de mayo de 2025

Escuela de Marketing Digital

HOJA DE CALIFICACIÓN

DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

Desarrollo de estrategia digital a través de redes sociales para recibir donativos alimenticios para el Hogar de Nazaret en la ciudad de Quinindé, Esmeraldas en los primeros 4 meses del 2025.

Anthony Bryan Banguera Landazuri

Msc. Raquel Andrade

Quito, 9 de mayo de 2025

DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales del Instituto Superior Tecnológico San Antonio TESA, incluyendo la Política de propiedad Intelectual TESA, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a TESA para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Nombres y apellidos: Anthony Bryan Banguera Landazuri

Código estudiante: 2677

Cédula de identidad: 0802887901

Lugar y fecha: Quinindé, 9 mayo de 2025

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, pese a estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en ttp://bit.ly/COPETheses.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Instituto Superior Tecnológico San Antonio TESA institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on http://bit.ly/COPETheses.

DEDICATORIA

Quiero dedicar esta tesis a mi madre Mercy Landazuri, mi pilar fundamental en todo mi proceso académico. También a mi familiares y seres queridos más cercanos y a los que ya no están en este mundo terrenal, pero que viven en mi corazón Mercedes Arroyo y Francisca Quiñonez.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a las personas encargadas del orfanato hogar de Nazaret de Quinindé, Hermanas Rosita Frias y la mami Juanita González. Por permitirme trabajar mi tesis en base al orfanato hogar de Nazaret. De ante, mano a las personas que aportaron y ayudaron de una u otra a este proyecto.

.

RESUMEN

Esta tesis propuso una estrategia digital que se enfocó principalmente en aumentar la presencia del Hogar de Nazaret en redes sociales, para incrementar la cantidad de donaciones. Dado que el orfanato hogar de Nazaret cuenta con niños de diferentes edades, se utilizaron campañas publicitarias en redes sociales con el fin de conseguir alimentos y suministros para sus necesidades básicas. Estas campañas se diseñaron de manera estratégica en redes sociales. Por medio de las encuestas y estudios realizados en la ciudad de Quinindé, se identificó que gran parte de la comunidad tiene conocimiento del hogar de Nazaret. Además, con el estudio realizado se determinó cuáles son las redes sociales que usan con mucha más frecuencia a diario. Con estos datos se aplicó la estrategia digital enfocada en la recolección de alimentos como frutas, verduras, carbohidratos, carnes y productos no perecibles, a través de campañas, videos, reels y publicaciones en redes sociales, específicamente en TikTok y Facebook. Una vez que se ha analizado los puntos a favor y en contra de la estrategia digital en redes sociales, se concluye que el impacto fue de manera positiva para el orfanato. Gracias a esta estrategia digital, el hogar de Nazaret cuenta con mayor reconocimiento y más apoyo por parte de la ciudadanía de Quinindé, lo cual se espera que continúe en el futuro. Palabras Clave: Orfanato, Reconocimiento, Plataforma, Campaña, Publicidad, TikTok y Facebook.

Abstract

This thesis proposed a digital strategy that focused primarily on increasing the Hogar de Nazaret's presence on social media to increase the number of donations. Since the Hogar de Nazaret orphanage has children of different ages, social media advertising campaigns were used to obtain food and supplies for their basic needs. These campaigns were strategically designed on social media. Through surveys and studies conducted in the city of Quinindé, it was identified that a large part of the community is aware of Hogar de Nazaret. Furthermore, the study determined which social media platforms they use most frequently on a daily basis. With this data, a digital strategy was implemented, focusing on collecting food items such as fruits, vegetables, carbohydrates, meats, and non-perishable products through campaigns, videos, reels, and posts on social media, specifically TikTok and Facebook. After analyzing the pros and cons of the digital social media strategy, it was concluded that the impact was positive for the orphanage. Thanks to this digital strategy, the Nazareth Orphanage has gained greater recognition and support from the citizens of Quinindé, a trend that is expected to continue in the future. Keywords: Orphanage, Recognition, Platform, Campaign, Advertising, TikTok, and Facebook.

TABLA DE CONTENIDOS

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN 14

1.1. Planteamiento del Problema 14

1.2. Justificación 15

1.3. Alcance 16

1.4. Objetivos General y Específicos 17

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO 17

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO 32

3.1. Tipo de investigación 32

3.2. Enfoque 33

3.4. Técnicas 34

3.5. Estudios iniciales 36

3.6. Desarrollo 37

CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN 40

4.1. Análisis de resultados (descripción) 40

4.2. Interpretación y discusión de resultados 47

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 47

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 50

ANEXO #1 52

ANEXO B: TÍTULO 64

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla #1. Organizaciones sociales……25

Tabla #2. Matriz de variables……..……..36

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura #1. desnutrición crónica……...…….…… 18

Figura #2. Nutrición …….....…….19

Figura #3. Prevención de desnutrición ...…….20

Figura #4. Violencia familiar …….....…..…….....22

Figura #5. Violencia familiar y su impacto psicológico……..…..…..23

Figura #6. Ong's…….…….25

Figura #7. Niño solo……..……..……..…..….26

Figura #8. Niños en el mundo……..28

Figura #9. derecho de imagen……..30

Figura #10. Variable independiente…….32

Figura #11. Variable dependiente……33

Figura #12. Encuesta……34

Figura #13. Estadística en Facebook……35

Figura #14. Gráfico porcentual…….36

Figura #15. Página de Facebook…….…… .37

Figura #16. Página de TikTok……..……38

Figura #17. Calendario de actividades…….38

Figura #18. Publicación en TikTok……...……..……39

Figura #19. Uso de Photoshop……..…….……...…39

Figura #20. Uso de Ilustrador……..….40

Figura #21. Pregunta #1 de la encuesta ..……40

Figura #22. Pregunta #2 de la encuesta ..……41

Figura #23. Pregunta #3 de la encuesta ..……42

Figura #24. Pregunta #4 de la encuesta ……42

Figura #25. Pregunta #5 de la encuesta ……...……...43

Figura #26. Pregunta #6 de la encuesta ……...……...44

Figura #27. Pregunta #7 de la encuesta ……...……...44

Figura #28. Pregunta #8 de la encuesta ……...…..…… 45

Figura #29. Pregunta #9 de la encuesta …….…… 46

Figura #30. Pregunta #10 de la encuesta ……...…… 47

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del Problema

Teniendo en cuenta los problemas que afectan a la niñez y a la adolescencia de esta ciudad, estos problemas son problemas familiares, el abandono de sus padres, violencia en la ciudad, pero el principal problema es la falta de recursos económicos, ya que no tienen para alimentar a sus hijos y esto conlleva una mala alimentación por la falta de recursos. Una gran ayuda para solucionar muchas de estas problemáticas mediante la estrategia digital se busca dar a conocer al público más sobre el orfanato y las necesidades que tienen y lo que necesitan para la alimentación y el cuidado de los niños.

Este hogar de Nazaret ha ido evolucionando al pasar de los años. La unidad educativa Quinindé acoge a varios niños de escasos recursos para que se puedan educar, ya que en esta provincia la educación es muy compleja, ya que se encuentra cerca de la frontera con Colombia, al noroeste de Ecuador.

En esa zona azotada por bandas y narcotraficantes, donde se vive mucha violencia y el sicariato, donde esto conlleva consecutivamente una inseguridad y asesinatos y secuestros masivos a esta realidad social, es allí donde el hogar de Nazaret de Quinindé está trabajando para el favor de los niños y las familias que más lo necesitan desde el 1991, centrándose en la acogida durante los últimos años en niñas adolescentes violadas. (Ferrero, 2009, p. 23).

1.2 Justificación

Este proyecto es muy importante más que todo para el hogar de Nazaret, ¿Por qué? Mediante esta campaña se va a obtener donativos que son muy necesarios para el cetro de acogida de niños en situaciones complejas, Hogar de Nazaret desde lo más mínimos a lo más útil como azúcar, sal, huevos, fideos, frutas, lactios, medicinas etc. El hogar de Nazaret no

cuenta con presencia en redes sociales. El propósito es tener más ayudas por medio de las redes sociales.

Justificando toda esta problemática mediante redes sociales y contenidos audiovisuales para que las personas visualicen y sepan un poco más del hogar de Nazaret. Resaltamos mucho el aporte físico de donativos como alimentos, pero con esto también justificaríamos una mayor presencia en redes sociales y de esta manera obtener un mejor alcance para lo que se quiere. Respectivamente, sabemos que Ecuador no es un país de primer mundo ni con una gran potencia mundial; es un país pobre donde Esmeraldas es una ciudad bien afectada en esos términos. Como ya lo mencionamos anteriormente, la problemática que nosotros tratamos de justificar y llevar a cabo mediante este proyecto es la ayuda a los niños huérfanos o azotados de cualquier forma por parte de la problemática que se vive en dicha ciudad. Sabemos que no es fácil llevar a cabo un proyecto o un hogar de tanta magnitud, de tal manera que las monjas y autoridades de esta localidad se encomiendan a Dios y es su gran sostenibilidad en todo. Pero tratamos de llevar a cabo esto para el bien de los niños de la ciudad y mucho más del país.

Según Chadi de Yorio (2007), “Mediante redes sociales se puede ayudar a generar ingresos a estos niños, ya que se lo merecen, y justificamos esto mediante uso y interacción en plataformas de red social con publicaciones fotos y reels” (p.86).

1.3 Alcance

El alcance que se busca mediante esta estrategia digital a través de redes sociales es conectar con personas que tienen la posibilidad de donar o regalar algo, bien sea alimento, ropa, medicamentos o, a su vez, dinero, de forma que aporten con un donativo hacia el orfanato del hogar de Nazareth. Lo que se busca alcanzar es dar a conocer o facilitar de una u otra manera a los donantes de las personas que quieren aportar con un granito de arena al

orfanato, bien sean donantes nacionales o internacionales. Tenemos que muchas personas buscan donar al orfanato del hogar de Nazaret ya que tienen un lazo una conexión mediante las monjas, ya que son de procedencia española, y hay gente de España que busca aportar al orfanato. Entonces, el alcance que buscamos llegar a realizar es que esas personas tengan facilidad de poder donar al orfanato de una manera fácil y sencilla, sin impedimentos o límites por su zona geográfica.

1.4 Objetivo General y Específicos

Los objetivos generales están en desarrollar una estrategia digital, en este caso en redes sociales. Lo que vamos a realizar son estrategias digitales en redes sociales como Facebook y TikTok, para recibir donativos mediante las mismas; ¿cómo lo vamos a hacer? Mediante campañas y eventos donde las personas caritativas ayuden con víveres o alimentos que les sean de gran ayuda a los niños del orfanato del hogar de Nazaret. O a su vez en la ayuda de medicamentos para así poder ayudar de la mejor manera posible a los niños del hogar de Nazaret.

CAPÍTULO I
INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del Problema

El problema radica en la falta de conocimiento sobre el hogar de Nazaret, por parte de los ciudadanos de Quinindé y el resto del país, por motivo de su escasa presencia en redes sociales. Limitándose así a tener más ayuda por parte de la comunidad. Los alimentos son esenciales para el hogar de Nazaret por la cantidad de niños que se alberga en el orfanato, teniendo en cuenta que muchos de ellos han pasado por problemas de desnutrición, violencia familiar, abandono de sus padres o, muchas veces o en la mayoría de los casos, por la falta de

Una solución a muchas de estas problemáticas mediante la estrategia digital en busca de dar a conocer al público más sobre el hogar de Nazaret, lo que verdaderamente se necesita para el cuidado de los niños, como la alimentación, medicina, vestimenta y, entre otras. Las redes sociales y el mundo digital son de gran ayuda para la comunicación. El problema es que el Hogar de Nazaret le hace falta más posicionamiento en redes sociales.

1.2. Justificación

Es importante reconocer que la provincia de Esmeraldas enfrenta condiciones muy particulares, como los hechos violentos que afectan a las familias o la falta de recursos económicos. Vale recalcar, que Ecuador no es una potencia económica, y esta realidad impacta aún más a zonas y regiones vulnerables como Esmeraldas, como lo ha señalado (Bravo, 2022) afectando así a muchas familias. Ante la situación, el hogar de Nazaret cumple un rol importante para el desarrollo físico e integral de los niños afectados por estos motivos, brindándoles acogida. Por ello, la ayuda de la comunidad se vuelve esencial.

Este proyecto es de gran importancia para el hogar de Nazaret y con la estrategia digital se buscó obtener donaciones para el funcionamiento del orfanato, consiguiendo así alimentos para los niños, básicos más útiles como azúcar, sal, huevos, fideos, frutas, lácteos, medicinas, etc. Cada aporte contribuirá significativamente al bienestar de los niños que residen en el hogar de Nazaret.

Sabemos que no es fácil sostener un proyecto de gran magnitud como lo es un orfanato y comprendemos que las autoridades y religiosas de este lugar ponen toda su confianza en Dios como su principal fuente y fortaleza que los sostiene día a día. Con la estrategia digital se contribuye al bienestar de los niños de esta ciudad, permitiendo visualizar un poco más allá de las actividades del orfanato. Por esta razón y con la investigación realizada, le apostamos por el uso de las redes sociales como herramienta clave para dar a

conocer más sobre el hogar de Nazaret, para que el público interactúe más con ellos y les brinde el apoyo que necesitan estos niños y que verdaderamente se lo merecen.

1.3. Alcance

Es primordial medir y comprender el impacto específico del proyecto mediante el uso de campañas publicitarias en redes sociales, específicamente en TikTok y Facebook, mejorando su presencia en redes. En el desarrollo de la investigación, el cual se enfocó en descubrir las redes sociales de más uso por parte de las personas de la localidad, sus preferencias y gustos sobre los contenidos de ayudas y lo que prefieren ver en redes sociales, simultáneamente el desarrollo de contenido de alta relevancia que capte la atención del público y muestre sobre el orfanato, conectando así con los usuarios y se llevará a cabo un análisis de cuáles serían sus dudas e inquietudes acerca del proyecto.

El proyecto complementa la planificación y ejecución de campañas publicitarias con contenido de alto valor, como imágenes y videos, de la mano de una supervisión constante de métricas claves de desempeño. Posteriormente, se realiza una investigación de los resultados obtenidos usando herramientas de análisis e investigación para cuantificar el impacto de las campañas publicitarias. Las acciones están orientadas a establecer y aumentar la presencia digital del orfanato Hogar de Nazaret, con énfasis en el reconocimiento de su labor y en fomentar la participación por parte de las personas de la zona. El objetivo final es alcanzar a un mayor número de personas y potenciales donantes que contribuyan para el bienestar de los niños. La búsqueda y el fortalecimiento para el hogar de Nazaret en el mundo digital, mediante las campañas, publicaciones, contenido visual de calidad y un análisis constante de las métricas. Se analizan los resultados para medir el impacto y fomentar la recomendación de su actividad o labor, con el único objetivo de atraer a más personas que se sumen a donar.

1.4. Objetivos General y Específicos

1.4.1 Objetivo General

Diseñar campañas publicitarias con el fin de obtener donaciones para el hogar de Nazaret, analizando el comportamiento de los usuarios en redes y de tal forma tener mucha más presencia digital por medio de las plataformas Facebook y TikTok.

1.4.2 Objetivos Específicos

Analizar estrategias y creación de contenidos de valor en base a la bibliografía para la obtención de beneficios. Proceder a la investigación mediante encuestas y análisis de campo, Para realizar de mejor manera, campañas publicitarias diseñadas para el hogar de Nazaret. Evaluación de resultados de campañas enfocada a análisis cuantitativo para una mayor efectividad.

- Aumentar las donaciones
- Presencia en redes social
- Mayor reconocimiento del Hogar de Nazaret en la ciudad de Quinindé y el país.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

El marco teórico servirá como guía contextual para los hallazgos de la investigación, permitiendo una mejor comprensión y valoración por parte del lector entendiendo la problemática de la investigación y las teorías que proporcionan el marco conceptual esencialmente. Aportando al avance del conocimiento en el ámbito de las campañas en redes, esto facilitará la elaboración de un plan sólido y estratégico de manera efectivo en redes sociales, alineado con los objetivos planteados para el hogar de Nazaret.

2.1 La desnutrición infantil

La desnutrición crónica infantil tiene una serie de factores, los cuales pueden estar relacionados con insuficiencia de nutrientes. Según Vio del Río (2022) “Estos factores podrían

desplazarse a pequeños grupos o categorías. Estas categorías son factores medioambientales como fenómenos naturales. Inundaciones, terremotos, sequías y, entre otras" (p. 139).

Vale recalcar que algunas de estas causas son ocasionadas por acciones humanas sobre el medio ambiente, ya sea con la tala de árboles, el calentamiento global, etcétera.,

Un choque o un impacto ambiental puede afectar al temporal en la producción de alimentos y generar ingresos para las familias que trabajen en ese campo, pero este factor puede ser controlado o moderado, ya que las producciones alimenticias generan ingresos y pueden ser abundantes en diferentes épocas, pero la insuficiencia o el nivel individual de desigualdad puede hacer que algunas familias se vean impactadas por un tema económico. Están también los factores socioeconómicos o culturales que ya mencionamos anteriormente. Esto se debe a la distribución de los activos productivos o la actividad de las familias, afectando así a sus ingresos (Paraje, 2009, p. 68).



Figura #1. desnutrición crónica

2.2. Como controlar la desnutrición infantil enfocado a la salud.

Evidentemente (Roggiero, E. A. 2007). “Define la fisiopatología de la desnutrición crónica en circunstancias en las que el balance nutricional del organismo es negativo. Cuando disminuye la ingesta de hierro, inmediatamente aumenta los receptores en la membrana del intestino, lo cual incrementa asociaciones intestinales”. Se moviliza la reserva de ferrita y oxiderina. De una manera similar, cuando disminuye la concentración plasmática del sodio, se estimula la secreción de aldosterona y se reduce una pérdida por la orina. Por eso es importante una buena alimentación y nutrición, más en etapas de la niñez y adolescencia. No obstante, las alteraciones de la neutralización crónica aumentan a mayor parte de la energía que se necesita durante el ayuno y el estrés metabólico. Procede a un consumo de masa de grasa y un músculo equitativo como otros órganos de la economía, como corazón, riñones, hígado, pulmones y el tracto gastrointestinal, que pierden de manera significativa su masa y su contenido proteico. Alternativas que se podrían dar: bucales, del estómago, intestinales, hepáticas, pancreáticas. La falta de higiene también influye en la selección de gérmenes que a su vez producen enfermedades, provocando lesiones por bacterias, pérdida de dientes, manchas, caries. La desnutrición se produce en alteraciones de manera no específica; es recomendable tener en cuenta evitar todas estas alteraciones ya antes mencionadas: hepáticas, pancreáticas, etc.



Figura #2. Nutrición

El mundo a través de la historia ha sufrido una escasez de alimentos, pestes, sequías, catástrofes naturales, guerras, etc. Con esto se dieron innumerables muertes por desnutrición. El tema de la nutrición se ha visto más afectado en los niños del continente africano a medida que pasa el tiempo. El hombre primitivo estaba muy expuesto a todo tipo de carencias o necesidades nutricionales por la dificultad que se tenía en conseguir sus propios sustentos y de esta manera alimentar de una mejor manera sus familias, a diferencia del hombre actual. El cuerpo humano requiere de alimentación que aporte nutrientes, los cuales pueden oxigenar y promover energía para las funciones vitales del cuerpo (Vio del Río, F. 2022).



Figura #3. Prevención de desnutrición

2.3. Niños en situaciones de calle por abandono.

El abandono de un niño, para muchos, no tiene un perdón de Dios; es una manera razonable para tal acto, pero sin embargo se lo ha visto durante las últimas décadas y Ecuador no es la excepción. Se han visto varios casos durante los últimos años en que una madre abandona a los niños en ríos, calles o simplemente los deja a la intemperie. Sabemos que un acto así podría afectar. Psicológicamente a esa persona cuando ya crece y se entera de dicho acto, causando así heridas profundas muy difíciles de sanar.

Recapitulando el tema del abandono, muchas veces esto se debe a la falta de inmadurez por parte de las madres o padres. Se ven en diversas circunstancias que las conlleva a hacer tan terrible acto; podría ser por falta económica o por problemas psicológicos, ya que muchas de estas mujeres que comenten estos actos son mujeres violadas o a su vez podrían ser jóvenes que han recibido maltrato psicológico por parte del entorno que las rodea (Hernández, 2018, p. 19).

2.3. Los niños en conflictos armados

Los conflictos armados son eventos catastróficos que se han dado desde muchos años atrás, con las guerras mundiales. La dominación de Adolf Hitler con su movimiento, así en Alemania como con las conquistas de las diferentes naciones en los diferentes continentes, dándose así las guerras mundiales en estos lugares sin precedentes. Puede haber muchos encarcelados enfermos, aparentemente sanos y personas que pueden llegar a ser sepultadas, pero la angustia por recuerdos en países como Irak, un cementerio con más de 20,000 niños sepultados muertos en esas guerras con ataques liquidándolos de una manera fulminante. En el caso de Bogotá, se conocía que había niños soldados en África; secuestran a los niños por medio de las fuerzas armadas, obligándolos a correr por campos minados con el único objetivo de limpiarlos para el ejército. (Collins, 2010, p. 514)

En Ecuador se vienen solicitando momentos muy feos para el país durante los últimos años con el desbordamiento de las bandas en toda la nación, ya que muchos de estos niños han sido reclutados por bandas adolescentes de 13 a 16 años que hoy en día son delincuentes y forman parte de estas organizaciones narco delictivas que operan en diferentes puntos del país, llamándose o considerándose por el país como terroristas. Muchos de estos niños suelen ser reclutados por la pobreza o por lo que se vive actualmente en el Ecuador.

2.4. Violencia familiar y sus consecuencias

La problemática familiar violenta que viven las familias es una situación que requiere de intervención, ya sea profesional o por autoridades de la ley. Este tema ha ido creciendo y alcanzando un sinnúmero de zonas, distintos sectores, ámbitos, lo cual resulta algo natural de oír hoy en día. Según Ferrero (2009), “Estos hechos se presentan diario; estos términos de violencia familiar en la realidad actual determinan identificar diferentes contextos, hechos o actores sobre los cuales se puede opinar, intervenir o tomar cartas en el asunto desde diferentes sectores de la sociedad” (p. 52). El proyecto busca fortalecer a través de la estrategia digital que logra integrar una comunicación combinada con la creatividad y análisis de datos con las herramientas digitales para amplificar de mejor manera y conectar su mensaje a la comunidad. Campañas diseñadas que no solamente buscan visualizar el trabajo que se realiza en el hogar de Nazaret, sino que las personas se conecten y se sumen a esta causa.



Figura #4. Violencia familiar

En el campo familiar, son varias las cuestiones que se plantean cuando se intenta delimitar el concepto de la violencia, la cual produce un acto que lo protagonizan los padres, principalmente el papá, por razones muy particulares de cada familia o pareja, ya que cada

familia tiene su manera de actuar, de convivir y sobrellevar las cosas, pero cuando las cosas se tornan muy agresivas, es ideal que interactúe el profesionalismo, en este caso las trabajadoras sociales, ayudándole así a los niños, que son los más afectados en este tema de la violencia familiar. Los niños son un punto débil en estas situaciones.

2.5. Impacto psicológico y emocional de la violencia en niños y adolescentes.

El maltrato y el abuso interfamiliar pueden llegar a ser un fenómeno horrendo y desagradable para los niños y adolescentes, los cuales son vulnerables ante estos casos y circunstancias. Se ha constatado que los niños son un objeto de maltrato, llegando así a tener problemas emocionales y sociales en su vida. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), el maltrato infantil consiste en todo tipo de abuso en contra de las personas de meses de edad y 17 años.

Esto incluye el maltrato físico, abuso sexual, psicológico o negligencia, la explotación comercial u otro tipo que pueden causarles daños a la salud y al desarrollo integral. Estos niños tienden a tener mayores riesgos de padecer problemas de salud mental cuando sean personas adultas; esto puede llegar a ser afectaciones de salud mental como la depresión, la ansiedad, baja autoestima y entre otros problemas.



Figura #5. Violencia familiar y su impacto psicológico

Pero cuando las familias reciben una educación acerca del desarrollo de la niñez y la adolescencia, aumenta la probabilidad de que empleen métodos de crianza para el favor de los niños de manera positiva y un mejor trato amoroso entre la familia, combinando así disciplina con el objetivo de que se adapte a las necesidades de cada niño. Según Botella (2015) “Muchas organizaciones han lanzado campañas acerca de los cuidados de los niños para una mejor crianza, pero desde mi punto de vista, las crianzas se han visto afectadas por las leyes" (p. 112).

Ya que antes los padres podían castigar a los hijos de una manera más estricta y hoy en día esas leyes los han desfavorecido en la crianza de los niños, ya que ahora castigar a un niño puede llegar a ser penado por la ley para sus padres.

2.6. Organizaciones sociales y su papel en la defensa de los derechos infantiles.

Las ONG son organizaciones que, de manera independiente del gobierno o de administraciones públicas, no tienen el afán lucrativo y sus iniciativas son parte de ayudas sociales y humanitarias con el fin de combatir la pobreza, el hambre y la desigualdad, la violencia y la falta de educación, entre otros. Cada organización tiene un enfoque e interés particular para trabajar y ayudar. La niñez y la adolescencia han tenido el apoyo de organizaciones.



Figura #6. Ong's

Durante los últimos tiempos, organizaciones tales como instituciones públicas y organizaciones mundiales, organizaciones sociales; entre ellas destacan Infancia Sin Fronteras, Ayuda en Acción, UNICEF, Ministerio de Inclusión Económica y Social "MIES", Instituto de la Niñez y la Familia" INFA", Servicio Nacional de Menores "SENAME", Consejo Nacional de la Niñez y Adolescencia y defiende los derechos de los niños "CNNA", Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia "UNICEF" y La Organización de las Naciones Unidas "ONU" (Jaramillo, 2022, p.31).

Tabla de las organizaciones sociales, estas organizaciones tienen como objetivo el bien común de la sociedad y varias dirigida para el bienestar de los niños.

Tabla #1. Organizaciones sociales

Organización	Descripción
El MIES	Entidad pública del gobierno ecuatoriano que ejecuta políticas, programas y servicios para la inclusión económica y social con énfasis en los grupos más vulnerables del país.
INFA	Instituto de la Niñez y la Familia, organismo que garantiza la atención en los servicios de protección especial, servicios que buscan proteger a los niños y adolescentes en situación vulnerable.
CNNA	Consejo Nacional de la Niñez y Adolescencia y defiende los derechos de los niños. Derecho de los niñez y adolescencia vigilando su cumplimiento.

UNICEF	Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia. Promueve el bienestar de la niñez y adolescencia de todo el mundo.
SENAME	Organismo del Servicio Nacional de Menores que constituye los derechos de los niños. Justicia juvenil jóvenes que tienen delitos cumpliendo su derecho.
ONU	La Organización de las Naciones Unidas, comprometido con la seguridad y paz mundial.

2.7. La comunidad en apoyo a los niños abandonados.

La comunidad tiene un aporte esencial para los niños abandonados, para su desarrollo integral y su bienestar. Hay muchos niños que se enfrentan a situaciones de vulnerabilidad que afectan tanto a su estado físico como a su estabilidad emocional, psicológica y social. De esto, la comunidad entiende que no están libres de tener estos casos en su entorno. Esto de las comunidades es un conjunto de personas que se organizan para apoyar y cuidar a los más necesitados, siendo así un papel esencial en la creación de entornos que permitan que los niños superen sus dificultades y puedan tener acceso a oportunidades que les permitan tener una vida digna y normal.



Figura #7. niño solo

Las formas en que podría apoyar la comunidad a los niños vulnerables serían el voluntariado, mediante donaciones, apoyo emocional, educación y concientización, y colaboraciones con organizaciones promoviendo el desarrollo integral de la comunidad mediante el desarrollo de los niños abandonados, velando así por su bienestar y una mejor calidad de vida. La comunidad tiene un papel clave y esencial para proporcionar un entorno de cariño, amor y apoyo para la protección de los niños más vulnerables en abandono, favoreciendo así su integración social y su desarrollo tanto físico como cognitivo y emocional (Ruiz, 2006, p.42).

2.8. Importancia del bienestar infantil en el desarrollo a temprano edad

El desarrollo de un niño a temprana edad es fundamental para su futuro, ya que los primeros años de vida son cruciales para el desarrollo y el crecimiento físico, emocional y social. Durante esa etapa, el cerebro de los niños está en una fase de desarrollo más rápido a diferencia de otras edades, lo que hace que las experiencias, el cuidado y el entorno en el que crece tengan un impacto duradero en su vida, el bienestar infantil en ese sentido. No solo se refiere a la ausencia de maltrato y la negligencia, sino a un ambiente que favorezca un desarrollo integral en todos los aspectos y en todas las áreas, para que el niño crezca y se desarrolle en el impacto del desarrollo cerebral. Los niños experimentan un crecimiento excepcional en los primeros años de vida, especialmente entre el primer año y los 3 años.

Los vínculos afectivos y la seguridad emocional le generan confianza en sí mismo, pudiendo regular sus emociones y fortaleciendo su autoestima.



Figura #8. Niños en el mundo

La prevención de problemas de salud físico y mental para un bienestar en los primeros años también juega un papel fundamental en la prevención de problemas psicológicos. La nutrición adecuada, el acceso a la atención médica y un entorno libre de estrés excesivo contribuyen a una mejor salud física, previniendo así los trastornos emocionales y fortaleciendo su sistema inmunológico. El bienestar infantil durante las edades tempranas es el punto más importante que la sociedad debe tener en cuenta durante el desarrollo de una persona para asegurar un futuro próspero, saludable y equilibrado, un ambiente que promueva la seguridad emocional y el cuidado físico, un apoyo educativo y un desarrollo social de los niños. Esa es una de las bases para una vida adulta exitosa, plena y sana.

2.9. Marco conceptual en base al hogar de Nazaret

El lugar de Nazaret está enfocado en niños abandonados por diferentes causas o motivos. Con la estrategia digital se buscó obtener más donaciones y ayudas por parte de la ciudad y dar a conocer más sobre el hogar de Nazaret a las personas de la zona.

De acuerdo con los análisis y estudios, la problemática de la ciudad radica en la violencia que se vive y la falta de recursos. Es por ello por lo que muchos niños se ven afectados por estas razones o simplemente por el abandono de sus padres.

El proyecto busca de manera cuantitativo y cualitativa el aporte de los ciudadanos de Quinindé para el hogar de Nazaret, mediante campañas publicitarias en redes sociales Facebook y TikTok para un mayor alcance de donaciones y presencia en digital del Orfanato.

2.10. Artículo 45 de la Constitución ecuatoriana

Según acorde con la constitución ecuatoriana. Los niños e incluso adolescentes gozarán de los derechos comunes del ser humano, específicamente acorde a sus edades. El estado reconoce y garantiza la vida, incluido el cuidado y la protección desde la concepción. Los niños y adolescentes tienen el derecho a la integridad física y psíquica. A su identidad, nombre de ciudadanía, salud integral y nutrición, derecho a la educación y cultura, al deporte, a la recreación, a la seguridad social, a tener una familia y disfrutar de la convivencia familiar y comunitaria, la participación social, al respeto y a su libertad y dignidad, hacer consultas de cosas que le afectan, a educarse de manera prioritaria en su idioma y en los contextos culturales de sus pueblos y naciones, recibir información acerca de sus progenitores y familiares ausentes, salvo que fuera perjudicial para su bienestar. El estado garantiza su libertad de expresión y asociación, el funcionamiento libre de los consejos estudiantiles y, además, formas asociativas.

2.11. Derecho de los niños y su vida privada

Las responsabilidades éticas ilegales con el derecho de los niños es muy especial tener en cuenta su privacidad, ya que a futuro puede llegar a afectarles a los niños, al igual que a las personas adultas. Tienen derecho a una vida privada. El derecho de los niños fue reconocido a nivel internacional por la Convención sobre los Derechos de los Niños (CDN). Este derecho está implicado con la protección de la identidad, imagen y su dignidad y editar

cualquier tipo de exposición innecesaria, especialmente en contenidos digitales o la divulgación de su imagen en redes sociales. (Collins, 2010, p. 140).

Definitivamente, para realizar un proyecto de visualización mediante una causa social, es posible realizarlo sin comprometer la dignidad ni la privacidad de sus protagonistas. La procesión de los derechos de la infancia o de los infantes no es una limitante, sino una base sólida sobre la cual se puede contribuir a una sociedad más justa, comprometida y consciente con el futuro de los niños y sus derechos, integrando de tal manera el respeto por la vida privada en las campañas de comunicación, no sólo para proteger a los niños, sino también por una sociedad que les dé más importancia a los derechos humanos

El derecho de la privacidad de la imagen: todas las personas tenemos derecho a mantener nuestra identidad reservada, solo que las personas quieran exponer su imagen ante el público. Las redes sociales han sido víctimas o la principal causa de la violación de estos derechos, viéndose como afectados los niños. El hogar de Nazaret también cuenta con estas restricciones, ya que el proyecto se tuvo que llevar con mucha cautela con base en las leyes y los decretos sobre los derechos de los niños.

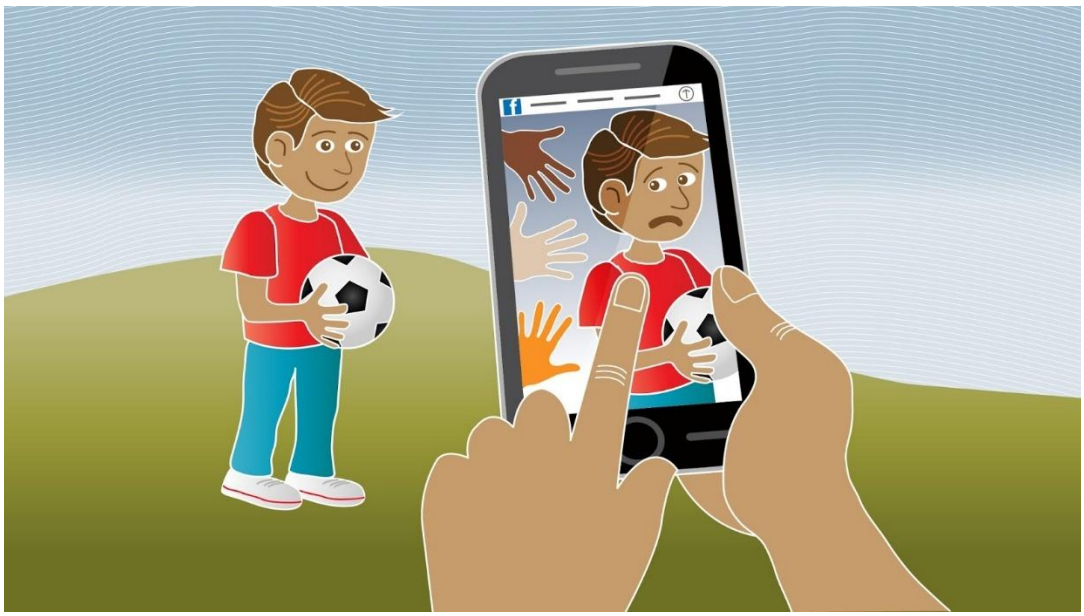


Figura #9. derecho de imagen

El derecho a la privacidad no es solamente un mandato o escrituras legales, sino un principio ético y humanitario, por el cual se debe generar la comunicación mediante discreción y cuidado de las imágenes, la identidad de estos niños. Muchas veces suelen estar más vulnerables o a tantos en situaciones precarias, como abandono, niños de la calle.

Con el derecho de los niños y de las personas como tal, se busca evitar información sensible o identificable que se promueva una representación irrespetuosa que muestre a los niños (Collins, 2010, p. 376).

2.12 Organizador gráfico de variables

Dar a conocer más del hogar de Nazaret mediante la Estrategia digital a través de redes sociales.

2.12.1. Variable independiente

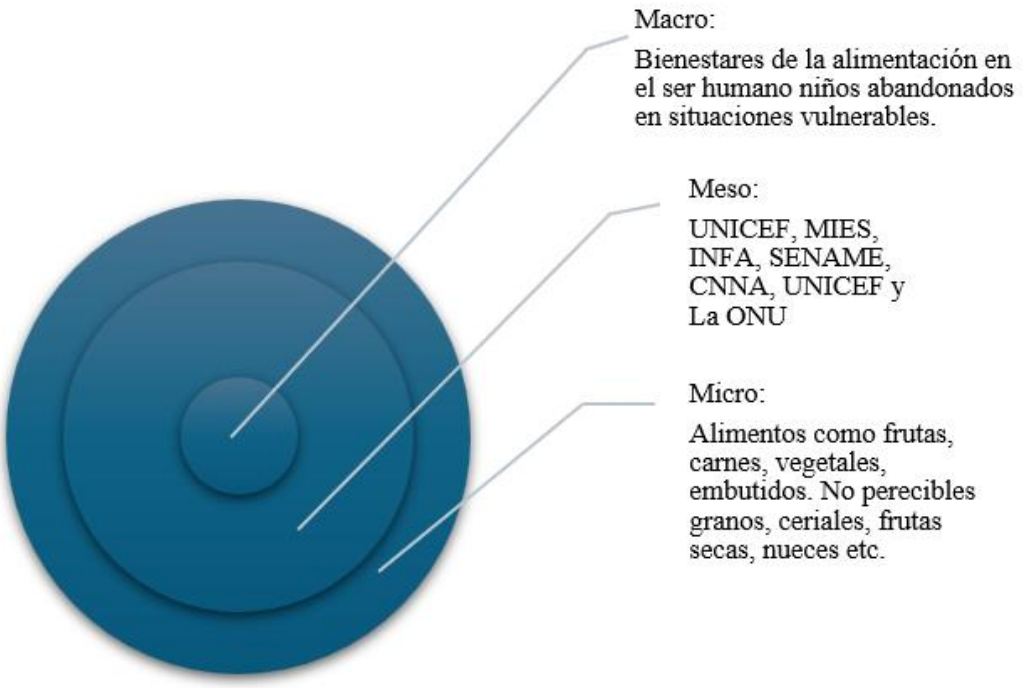


Figura #10. Variable independiente

2.12.2. Variable dependiente

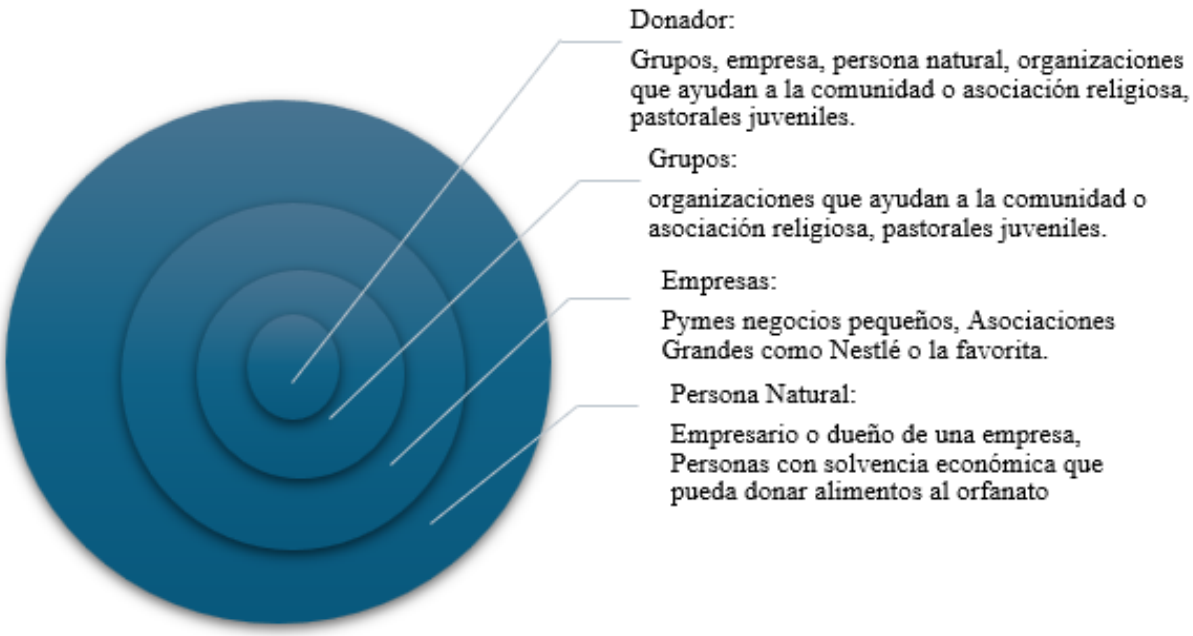


Figura #11. Variable dependiente

CAPÍTULO III.
MARCO METODOLÓGICO

2.1. Tipo de investigación

3.1.1. Descriptiva

Según el propósito, esta estrategia digital con las donaciones aspira a cosas importantes para el desarrollo de los niños en su nutrición. El Hogar de Nazaret vale recalcar que hay que tener en cuenta el receptor de estas donaciones en este caso van a ser las monjas que están a cargo del hogar de Nazaret porque para cada emisor a un receptor descriptivamente puede resultar que se presente donadores y quiera tener una imagen de personas responsables para así tener más confianza al momento de donar. Hay varios tipos de donantes Personas naturales Jóvenes, Adultos y Adultos mayores, el cual pueden llegar aportar con suministros alimenticios para el orfanato (Gómez, C. 2024).

Todo esto de la estrategia digital no es más que una manera de obtener ayuda y beneficios para los niños del orfanato Hogar de Nazaret, mediante redes sociales se busca llegar a la audiencia y que la comunidad sepa más sobre el hogar de Nazaret esperando así

que puedan donar al orfanato. Las redes sociales son un medio de gran aporte para la comunidad y socializar entre ellas y darse a conocer de una mejor manera mediante campañas publicitarias busca captar la atención de las personas que quieren aportar con un grano de arena con el orfanato del hogar de Nazaret (Chadi de Yorio, 2007, p. 95).

3.2. Enfoque

3.2.1. Mixto

3.2.1.1. Según la manipulación de las variables

No experimental, Promocionar y dar a conocer sobre un tema en específico es lo que aportan las redes sociales hoy en día, con una Estrategia Digital en redes sociales seria idóneo e ideal tener presencia en el mundo digital, el Hogar de Nazaret le falta más posicionamiento en redes y presencia en el ámbito digital. La presencia en redes es muy importante ya que mediante ella las empresas negocios o entidades grandes se darán a conocer de mejor manera y explicando un poco con el tema del hogar de Nazaret la presencia en redes es de suma importancia ya que con ello tendría más reconocimiento con un público en general y con lo que se busca de las ayudas y donaciones alimenticias incrementarían en una gran importancia.

3.2.1.2 Según el tiempo de duración

Durante el año 1998 se da apertura a esta gran obra del Hogar de Nazaret, este proyecto tiene una unidad educativa y ya para el 2001 adopta el nombre de Santa María de Nazaret durante varios años tuvo una serie de transiciones actualmente se llama unidad Educativa Sagrada Familia de Nazaret. El Hogar de Nazaret tiene presencia en la ciudad de Quito provincia de Pichincha y en Quinindé provincia de Esmeraldas. Al pasar del tiempo estos proyectos fueron acetándose en el país con gran fuerza y apoyo de la comunidad ya que este proyecto es europeo por los españoles mediante la iglesia católica. El proyecto se enfocó

en los cuatro primeros meses del 2025 mediante estratégicas de campañas publicitarias en redes sociales para obtener donativos para el hogar de Nazaret.

3.3.1. Herramientas metodológicas.

- Gestión estratégica
- Gestión de campaña
- Adobe Photoshop
- Adobe Ilustrador
- Estudio de impacto de publicidad digital

3.4. Técnicas

3.4.1. Encuesta

Formulación de encuestas acorde al proyecto con la participación de las personas de la ciudad de Quinindé de diferentes edades. Los participantes expresaron su saber acerca del hogar de Nazaret y cómo podrían aportar ellos con el orfanato

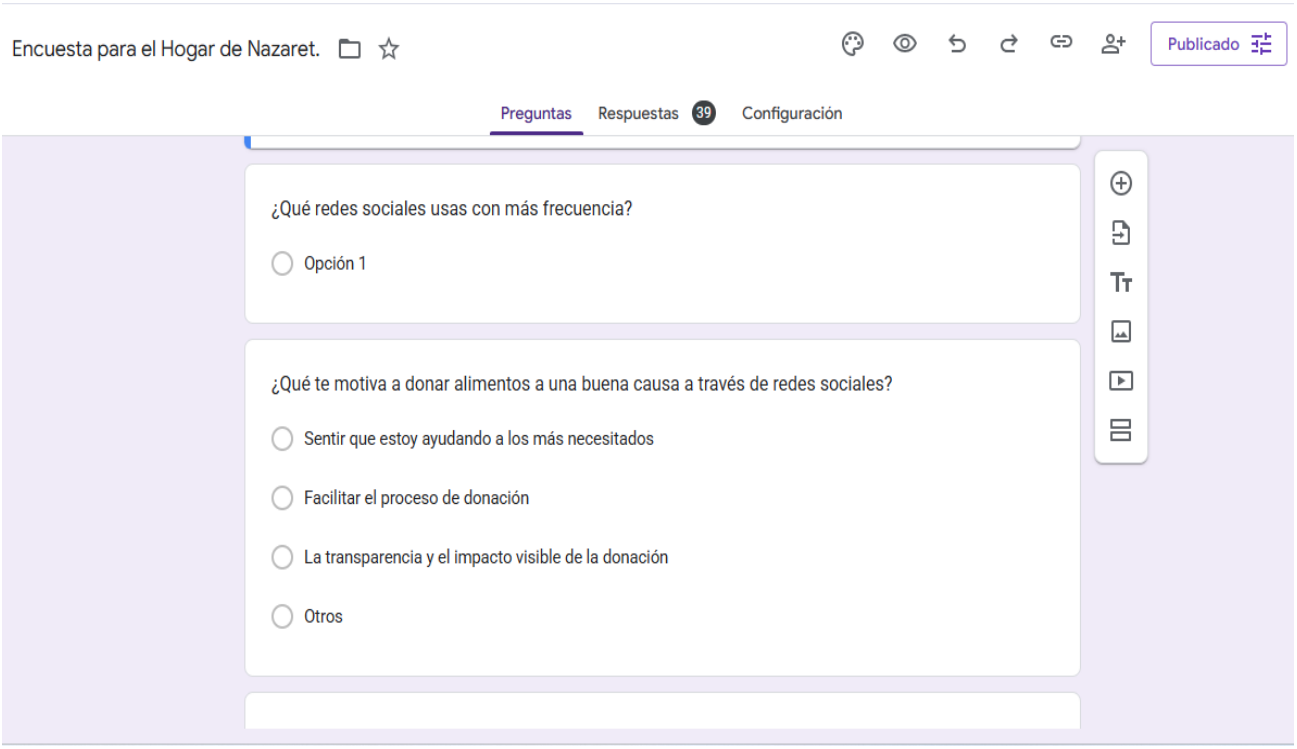


Figura #12. Encuesta

3.4.1. Métricas de red social

La métrica que imparte la red social de Facebook da resultados valiosos acerca de las publicaciones y contenidos. En el siguiente ejemplo de la imagen, la publicación tuvo una visualización durante los dos últimos días, bien alta de igual manera el alcance y las interacciones.

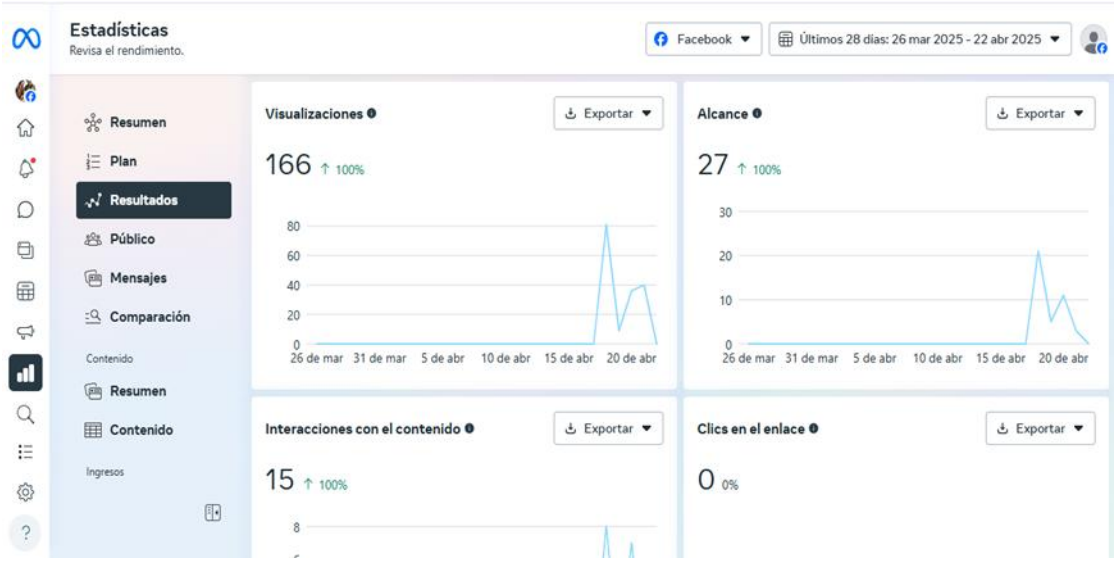


Figura #13. Estadística en Facebook

3.4.1. Gráficos porcentuales

Es de una herramienta visual expresando los resultados obtenidos de una manera organizada y estructurada de tal manera que sea más fácil de entender y analizar, como el siguiente gráfico expresa los resultados gráficos según el sexo y la edad.

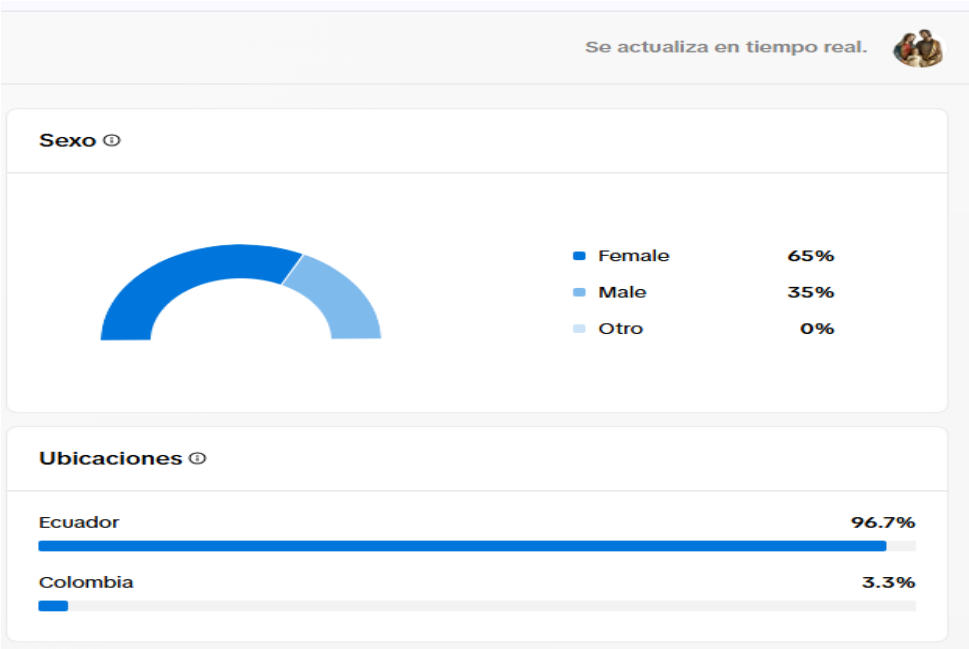


Figura #14. Gráfico porcentual

3.5.Estudios iniciales

3.5.1. Matriz de operacionalización de las variables

4. Tabla #2 Matriz de variables

Matriz de operacionalización de las variables	
Definición conceptual	Estrategia digital en redes para obtener donaciones alimenticias para el hogar de Nazaret. Público donante personas que vean la campaña publicitaria en redes. Instituto de la Niñez y la Familia, organismo que garantiza la atención en los servicios de protección especial, servicios que buscan proteger a los niños y adolescentes en situación vulnerable
Dimensiones	¿Quiero saber si esta estrategia digital favorece al orfanato? Claro mediante esta campaña se busca favorecer a los niños del orfanato para que tengan más suministros para su nutrición y su alimentación diaria, ya que el orfanato cuenta con varios niños y para las autoridades o personas que están a cargo del orfanato es un poco complicado mantener y alimentar a varios niños qué se encuentran en el hogar de Nazaret. ¿Cómo se manifiesta el efecto de esta estrategia digital en redes? El efecto o el impacto se da mediante campañas publicitarias o publicaciones, vídeos, reels en redes sociales captando así la atención de un público en general ya sea adolescente, adultos y personas mayores de edad, impulsando a ayudar al orfanato con alimentos que estén bajo su posibilidad de aportar. - Social - Publicitario - Desarrollo humano ¿Quiero saber si esta estrategia digital favorece al orfanato? Claro mediante esta campaña se busca favorecer a los niños del orfanato para que tengan más suministros para su nutrición y su alimentación diaria, ya que el orfanato cuenta con varios niños y para las autoridades o personas que están a cargo del orfanato es un poco complicado mantener y alimentar a varios niños qué se encuentran en el hogar de Nazaret. ¿Cómo se manifiesta el efecto de esta estrategia digital en redes? El efecto o el impacto se da mediante campañas publicitarias o publicaciones, vídeos, reels en redes sociales captando así la atención de un público en general ya sea adolescente, adultos y personas mayores de edad, impulsando a ayudar al orfanato con alimentos que estén bajo su posibilidad de aportar. - Social - Publicitario - Desarrollo humano.
Indicadores	Dimensión con visión Socialista ¿Usted conocía del hogar de Nazaret? Indicador: Incremento de ayudas y aportes de Alimentos. La estrategia de digital va a dar conocer mas sobre el orfanato del hogar de Nazaret en la ciudad de Quinindé manifestándose en personas como: - Persona Natural -

	Asociaciones o grupos de personas - Pastorales Juveniles en servicio de la comunidad. - Reina de la ciudad - Alcalde de la ciudad - Políticos Físicamente la estrategia digital en sus índices en un modelo se manifiesta concretamente en: - Productos Cárnicos - Productos lácteos - Productos no perecibles - Frutas y verduras.
Instrumento	Socialismo Campañas publicitarias, CapCut (editor de video), Clip champ (editor de video) Dimensión Física, Encuestas y Visita a campo.

4.4.Desarrollo

Con el análisis realizado se planteó una idea preliminar para desarrollar el proyecto, teniendo en cuenta la matriz de variables y el uso de las plataformas Facebook y TikTok. Ejecutando el plan en marcha, visitando a los niños del hogar de Nazaret, realizando actividades como juegos y dinámicas para los niños. Es por ello por lo que fue planteado utilizar las redes sociales de TikTok y Facebook mediante publicaciones y contenidos de alto valor para la ayuda oportuna y el aporte de la comunidad en gran escala.

Creación de cuenta en Facebook.



Figura #15. Página de Facebook

Creación de cuenta en TikTok.

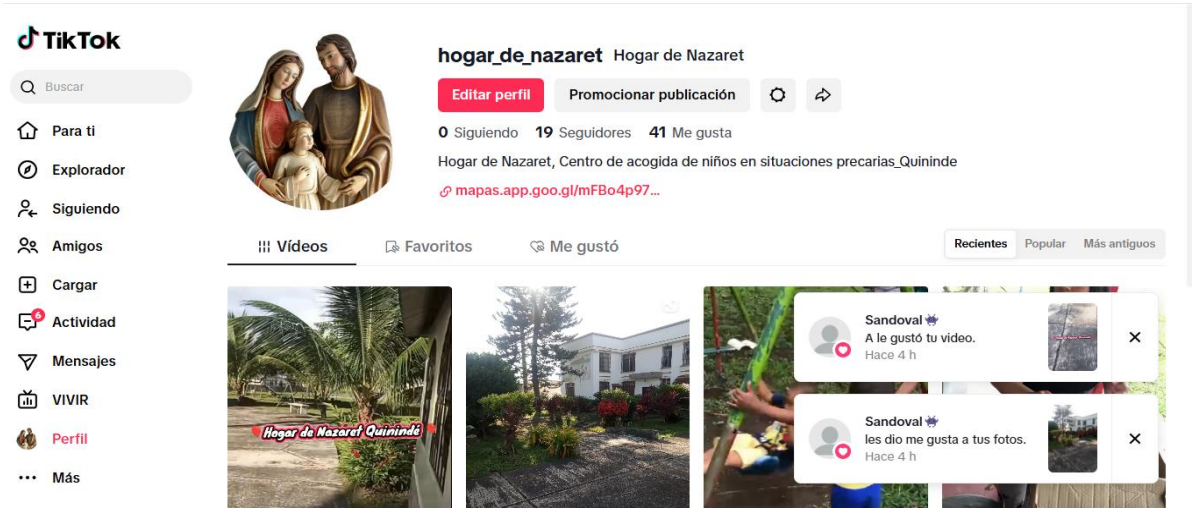


Figura #16. Página de TikTok

Calendario de actividades.

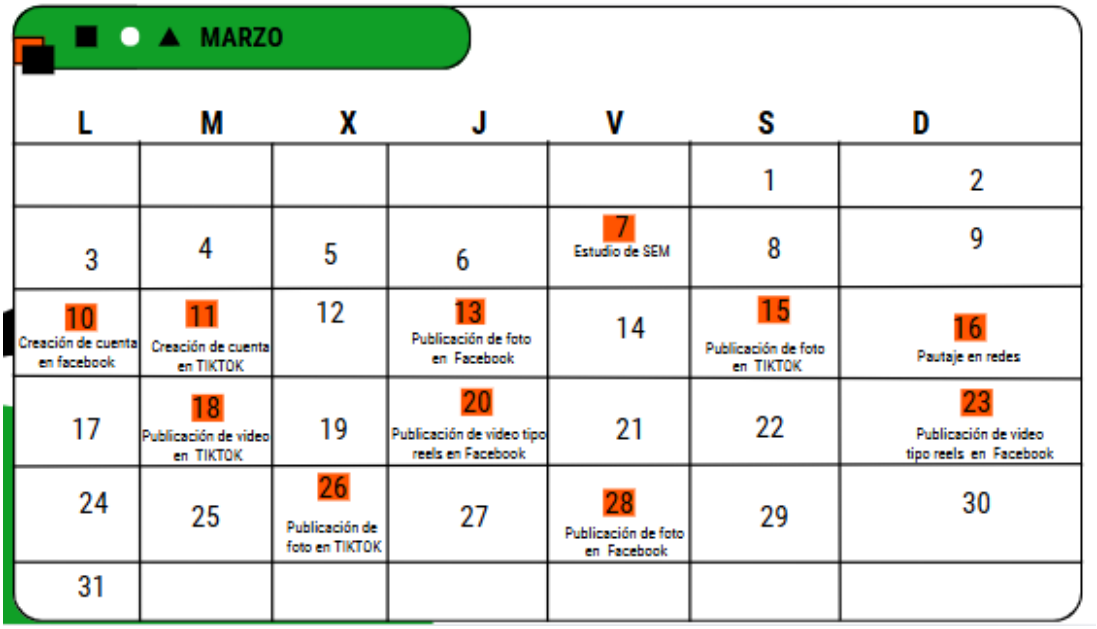


Figura #17. Calendario de actividades.

Publicación de contenido en TikTok, según el calendario de actividades



Figura #18. Publicación en TikTok

Uso de la herramienta Photoshop

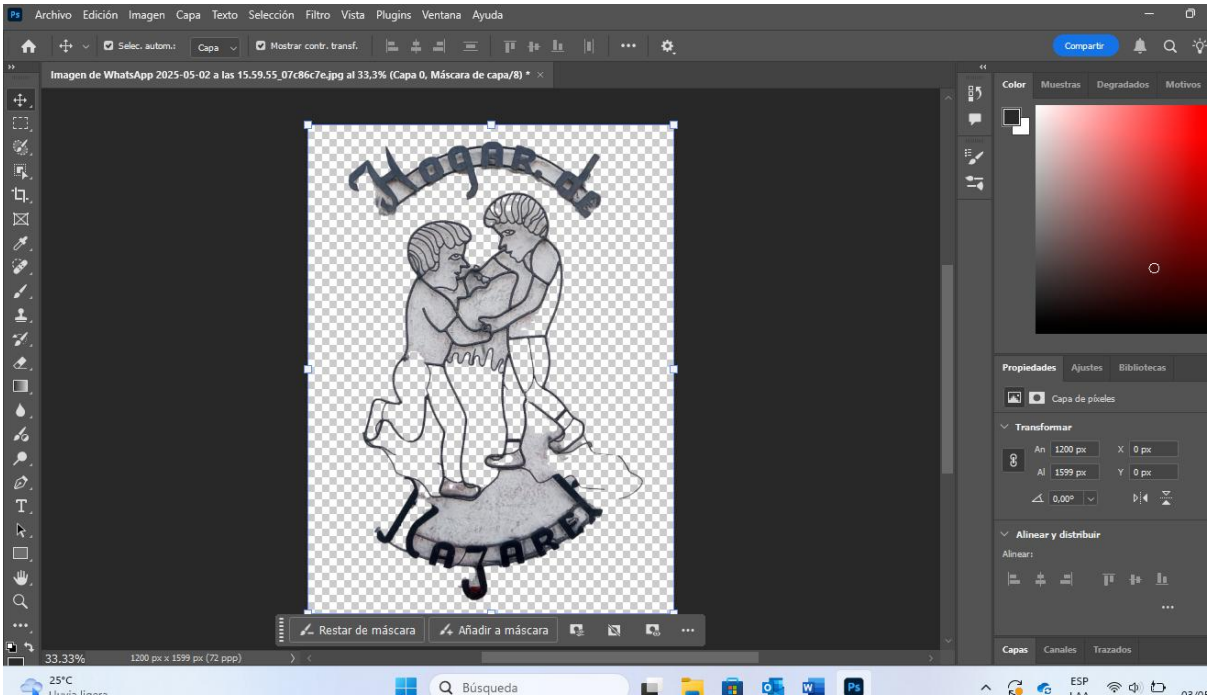


Figura #19. Uso de Photoshop

Uso de la herramienta adobe Ilustrador



Figura #20. Uso de Ilustrador

CAPITULO IV.
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis de resultados (descripción)

¿Qué redes sociales usas con más frecuencia?

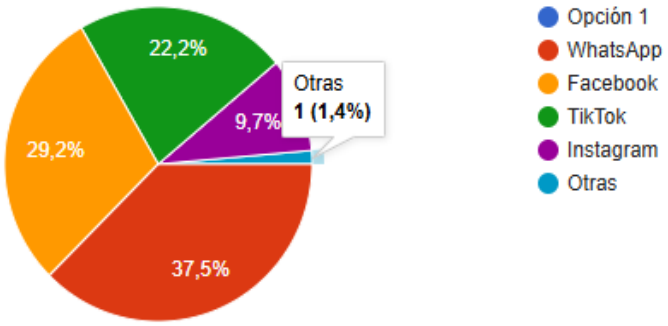


Figura 21. Pregunta #1 de la encuesta

La siguiente figura gráfica presenta el resultado de las redes más utilizada por parte de los usuarios, con un 37,5% lidera WhatsApp. Seguido por Facebook con un 29,2%. TikTok con el 22,2% es la tercera más usada. Instagram con un 9,7% la cuarta más usada y un 1,4% usan otras redes sociales.

Durante los últimos periodos se ha observado que TikTok ha experimentado un gran crecimiento potencial constantemente, mientras que el crecimiento de Facebook ha comenzado a estabilizarse mediante estos patrones Facebook la red más usada.

¿Qué te motiva a donar alimentos a una buena causa a través de redes sociales?

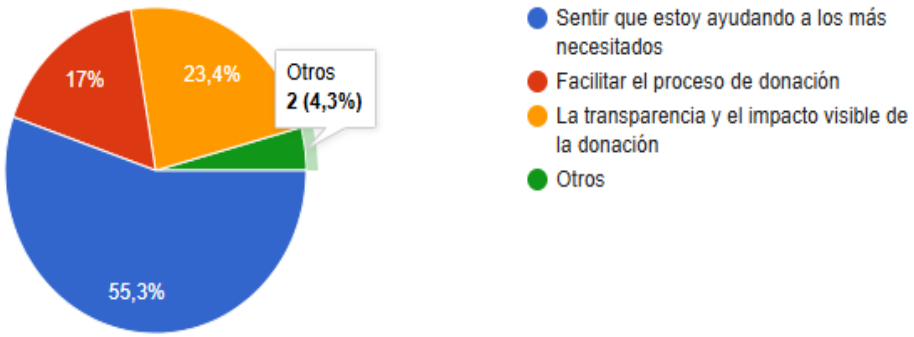


Figura 22. Pregunta #2 de la encuesta

La gráfica nos da la información que es lo motiva a donar a las personas se formuló 4 opciones, sentir que estoy ayudando a los más necesitados con un 55,3% fue las más votada, Seguida de la trasparencia y el impacto visible de la donación con un 23,4%. Facilitar el proceso de donación el 17% y otros motivos el 4,3%.

Estos resultados con la motivación de donar se priorizan en ayudar a los demás que exprese en una imagen o videos lo que es el hogar de Nazaret y se motiven a sumarse al proyecto.

¿Qué tipo de contenido digital consideras más efectivo para animarte a donar alimentos?

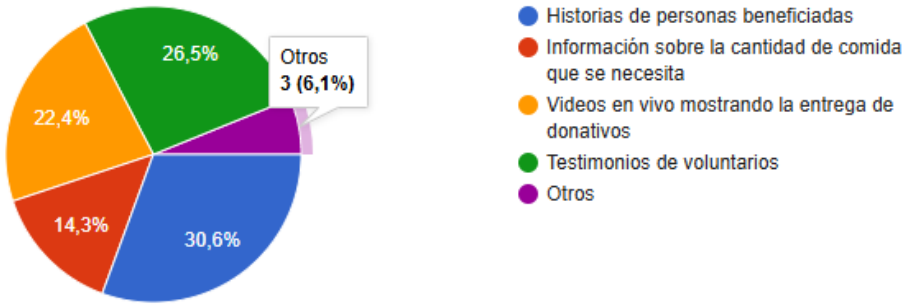


Figura 23. Pregunta #3 de la encuesta

En base a los datos obtenidos, sobre la preferencia de contenidos en redes las historias de personas beneficiadas un 30,6% consideran esta opción, mientras que un 26,5% testimonios de voluntarios, seguido del 22,4% en preferencia de videos mostrando la entrega, un 14,3% información sobre la cantidad de comida necesaria y 6,1% preferencia de otros contenidos.

El tipo de contenido tiene que ser importante en una estrategia digital, ya que éste es el que capta la atención del público que recibe la información entre los puntos importantes que las personas ven como tipo de contenido efectivo para animar a la donación está la historia de personas beneficiadas y videos de constancias de las donaciones según los resultados en la gráfica.

¿Estarías dispuesto a donar regularmente, por ejemplo, una vez al mes?

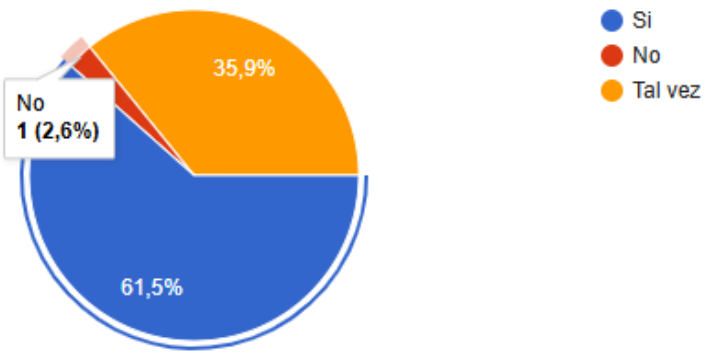


Figura 24. Pregunta #4 de la encuesta

El presente grafico demuestra que en su mayoría las personas están de acuerdo en donar una vez por mes en un 61,5%, mientras que un 35,9% se encuentran en duda y las que no un porcentaje bien bajo del 2,6%.

Mediante los datos obtenidos gran parte de las personas están de acuerdo en donar una vez por mes, por esta razón, se planteó una campaña publicitaria motivando a las personas al ir a misa llevar algún tipo de donación lentejas, atún y frutas. Todo esto en coordinación con el cura y las mojas encargadas del orfanato.

¿Qué factores influyen en tu decisión de donar a una causa a través de redes sociales?

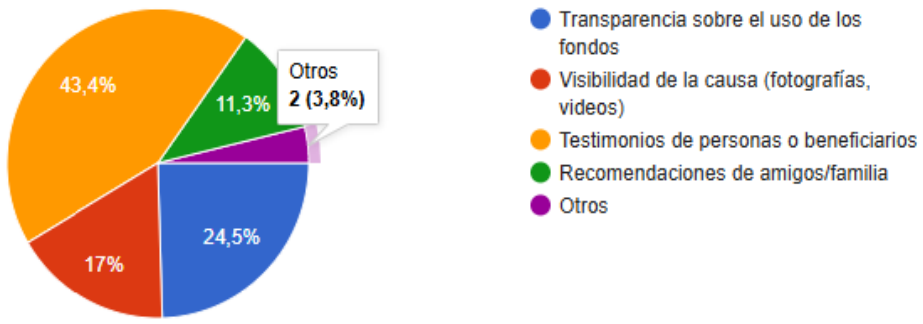


Figura 25. Pregunta #5 de la encuesta

En esta gráfica, según la encuesta demuestra que es lo que influye las personas en la toma de decisión al momento de donar a través de redes sociales por testimonios de las personas o beneficiario el 43,4% influye, mientras que un 24,5% por la transparencia sobre el uso de los fondos. Por la visualización de la causa mediante fotos y vídeos el 17%. Por recomendaciones de amigos y familiares 11,3% y por Otros motivos el 3,8%.

El contenido visual es importante, ya que los resultados obtenidos el cual refleja esta gráfica que las personas se sienten más seguras por medio de testimonios de personas y beneficiarios, creando así contenido como imágenes al momento de entregar las donaciones para publicar en redes.

¿Cuáles son las razones por las que no donarías alimentos a través de redes sociales?

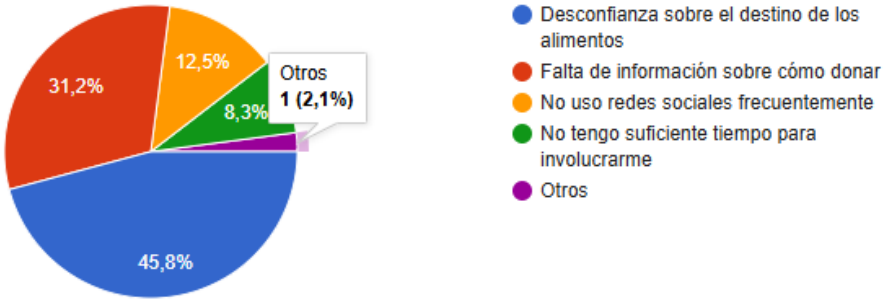


Figura 26. Pregunta #6 de la encuesta

En al siguiente grafica hace referencia a las razones del por qué no donarían por medio de redes sociales, el 45,8% tiene desconfianza del destino de los alimentos, 31,2% por la falta de información de como donar, muchos porque no usan redes frecuentemente en un 12,5%. El 8,3% por la falta de tiempo y un 2,1% por otras razones.

Muchas veces suelen asaltar dudas, según los datos obtenidos esto se debe al poco conocimiento que tienen las personas acerca del hogar de Nazaret.

¿Estás familiarizado con el Hogar de Nazaret y su misión en la ciudad de Quinindé?

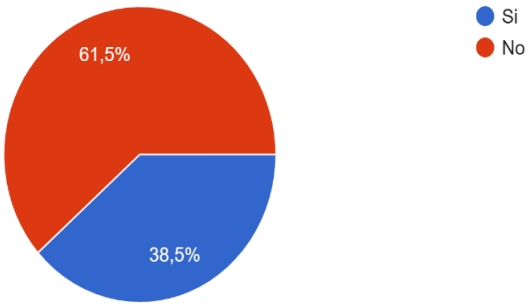


Figura 27. Pregunta #7 de la encuesta

La grafica señala que un 61,5% de las personas no están familiarizadas con el orfanato y un 38,5% sí.

De acuerdo con los resultados las personas no tienen mucha noción acerca del orfanato, debido a que la población ha crecido y el hogar de Nazaret no maneja sistemas de modernización como son las redes sociales.

En su mayoría las personas no conocen sobre el hogar de Nazaret y eso es lo que se busca mediante la estrategia digital dar a conocer más sobre el hogar de Nazaret para así obtener más donativos para el orfanato y que sea más conocido por la ciudad.

¿Sabías que el Hogar de Nazaret recibe donativos alimenticios a través de redes sociales?

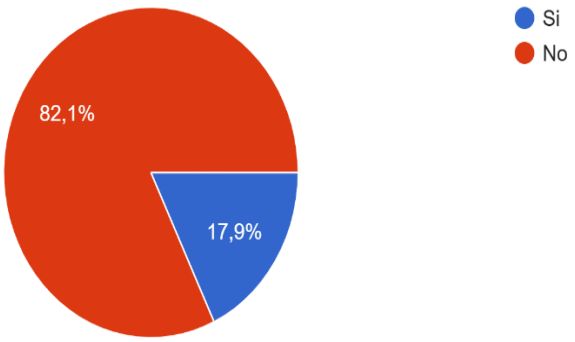


Figura 28. Pregunta #8 de la encuesta

Según la gráfica los resultados demuestran que un 82,1% de las personas no sabían que el hogar de Nazaret recibe donativos alimenticios a través de redes sociales, mientras que un 17,9% si lo sabía.

En este caso en particular se podría decir que las personas no tienen conocimiento acerca de las donaciones en redes sociales, ya que el hogar de Nazaret

no cuenta con mucha presencia digital siendo así este punto a tener en cuenta durante el proyecto.

¿En qué red social te sentirías más cómodo realizando una donación alimenticia al Hogar de Nazaret?

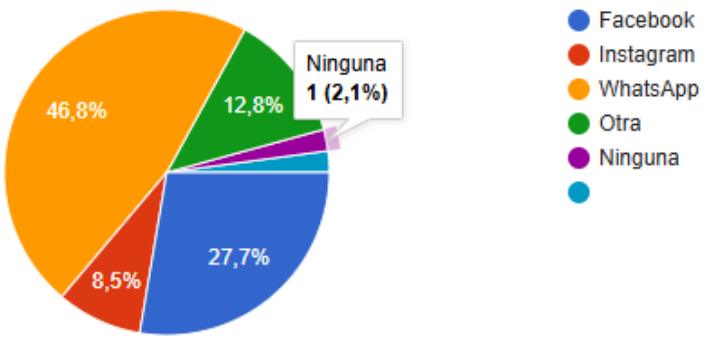


Figura 29. Pregunta #9 de la encuesta

La gráfica demuestra que según bajo los datos y los resultados de la encuesta que las personas se sienten más cómodas donando mediante la aplicación de WhatsApp con un 46,8%. Otros se sienten cómodos mediante Facebook con un 27,7%, mientras que un 8,5% por medio de Instagram y un 2,1% por medio de otras redes.

Estos resultados demuestran que las personas se sienten más cómodas por medio de WhatsApp, ya que es un medio de comunicación el cual se utiliza a diario más frecuentemente. Es por ello, que la donación será más seguro.

¿Con qué frecuencia te gustaría ver publicaciones relacionadas con donativos alimenticios para el Hogar de Nazaret?

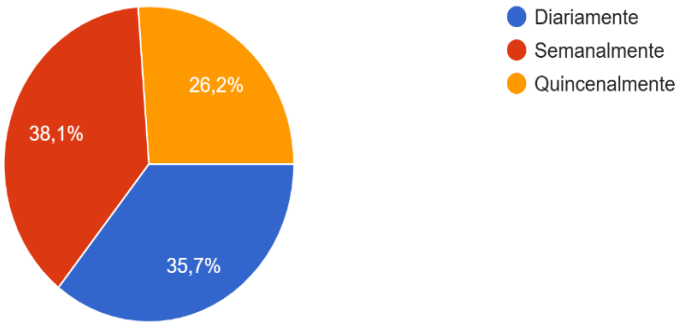


Figura 30. Pregunta #10 de la encuesta

La gráfica de pastel, según los resultados obtenidos las personas prefieren recibir publicaciones o información sobre el hogar de Nazaret y sus actividades frecuentemente de manera semanal con un 38,1% prefiere esta opción, mientras que diariamente un 35,7% y quincenalmente un 26,2%.

Lo datos de muestra indican que las personas están interesadas en ver contenido en referencia al orfanato es por ello por lo que se realiza un calendario de publicaciones para llegar a un mayor alcance gracias a estos resultados obtenidos.

4.2. Interpretación y discusión de resultados

Estos resultados evidencian los puntos claros a tratar y a resolver con el proyecto. Con la encuesta realizada se detectó de qué manera las personas pueden ayudar al orfanato y de qué manera les gustaría aportar con sus donaciones al hogar de Nazaret, aclarando así sus dudas e inquietudes mediante campañas publicitarias con contenido de valor relevante al orfanato, dándoles a conocer más sobre ellos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

La presencia en redes sociales del hogar de Nazaret en el ámbito digital fue uno de los frutos obtenidos por parte del proyecto. Con los análisis realizados se

verificó que, con la campaña publicitaria en redes sociales como Facebook y TikTok, mayormente en TikTok, las personas conocieron un poco más acerca del hogar de Nazaret, siendo así de gran ayuda para el desarrollo progresivo del orfanato.

Muchas personas ya conocían del hogar de Nazaret por vecinos, por medio de radio o porque conocían la zona y otros no tenían ni idea sobre el orfanato; es el caso de personas de parroquias rurales o llegadas nuevas a la ciudad. Es por ello por lo que con la estrategia digital se obtuvo más reconocimiento por parte de la audiencia, aumentando así la cantidad de donaciones a diferencia de meses anteriores.

Vale recalcar y tener en cuenta que con la estrategia digital se llegó a tener mucho más aporte por parte de la sociedad para el hogar de Nazaret, aportes valiosos que significan mucho para el progreso del orfanato, ya que no solo se pudo recibir donativos alimenticios, sino también medicina, vestimenta y, en casos exclusivos, un aporte económico.

Las redes sociales de Facebook y TikTok fueron un pilar fundamental e importante para el desarrollo de esta tesis. Con la investigación realizada mediante encuestas, tabulaciones y métricas. Se determinó que las personas usan con más frecuencia Facebook, TikTok y la plataforma de WhatsApp. Planteando una estrategia en campañas publicitarias, captando la atención del público obteniendo así mejores resultados.

RECOMENDACIONES

Es ideal el uso constante de las redes sociales para dar a conocer un producto, lugar, negocio o tema. Se le recomienda al hogar de Nazaret utilizar las redes sociales establecidas con el proyecto para acercarse más a la comunidad y darse a conocer por la ciudadanía mucho mejor. Con estas cuentas ya tienen mayor presencia en la plataforma de TikTok y Facebook.

El publicar contenidos de valor en redes sociales ayuda para posicionarse de mejor manera poco a poco en el mundo digital. Si los niños tienen alguna actividad o paseo, sería bueno captar esos momentos con fotografías y videos para el posicionamiento en redes sociales con las cuentas del hogar de Nazaret ya creadas con el proyecto.

Más juegos en las instalaciones, como juegos de ejercicio recreativos para los niños y el mantenimiento de los que ya se encuentran en el lugar, como el sube y baja, el columpio, para que los niños no lleguen a tener una lesión o algún evento no deseado que perjudique su salud. Con las campañas publicitarias se podría llegar a tener donaciones o ayudas en logística para las instalaciones del hogar de Nazaret.

El hogar de Nazaret es un lugar religioso donde la ayuda y acogida a los niños de escasos recursos y situaciones vulnerables es lo primordial. También podría haber charlas y capacitaciones para las parejas jóvenes y hogares para que no caigan más niños en esta situación, poniendo como ejemplo a los niños que están habitando en el orfanato, evitando así que más familias se destruyan por muchas razones, por la falta de conocimiento, comprensión o, en muchos casos, la falta de Dios en sus vidas, ya que el hogar de Nazaret es un lugar donde se imparte la palabra de Dios. Podría ser de gran ayuda para la sociedad agregar estas actividades.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Vio del Río, F. (2022). De la desnutrición a la obesidad infantil: ¿un camino sin retorno?: (1 ed.). Editorial Universitaria de Chile. https://elibro.net/es/lc/tesa/titulos/271840

Paraje, G. (2009). Desnutrición crónica infantil y desigualdad socioeconómica en América Latina y el Caribe: (ed.). D - CEPAL. https://elibro.net/es/ereader/tesa/96585?page=1

Roggiero, E. A. (2007). Desnutrición infantil: fisiopatología, clínica y tratamiento dietoterápico: (ed.). Corpus Editorial. https://elibro.net/es/ereader/tesa/67139?page=1

Rodríguez Muñoz, M. D. L. F. (2014). Un hogar para cada niño: programa de formación y apoyo para familias acogedoras: (ed.). UNED - Universidad Nacional de Educación a Distancia. https://elibro.net/es/lc/tesa/titulos/48724

Sabater, V. (2020, agosto 16). Padres que abandonan a los hijos ¿por qué lo hacen? La Mente es Maravillosa. https://lamenteesmaravillosa.com/padres-que-abandonan-a-los-hijos-por-que-lo-hacen/

Gómez, C. (2024). *ChatGPT para redes sociales: optimiza tus redes de forma rápida, sencilla y eficiente:* (1 ed.). RA-MA Editorial. https://elibro.net/es/lc/tesa/titulos/273940

World Vision Ecuador. (s/f). Organizaciones que ayudan a la niñez en Ecuador. Worldvisionamericalatina.org. Recuperado el 27 de febrero de 2025, de https://worldvisionamericalatina.org/ec/blog/organizaciones-que-ayudan-a-la-ni%C3%B1ez-en-ecuador

Ruiz Martín del Campo, E. (2006). Niños de la calle: abandono, trauma y generación de espacios de encuentro y reintegración social: el caso de Alejandro: (ed.). Universidad de Guadalajara. https://elibro.net/es/lc/tesa/titulos/74251

Mejia Hernández, J. M. G. (2010). Violencia familiar e identidad femenina: una estrategia de intervención terapéutica: (ed.). Instituto Politécnico Nacional. https://elibro.net/es/lc/tesa/titulos/74653

Navarro Góngora, J. (2015). Violencia en las relaciones íntimas: una perspectiva clínica: (ed.). Herder Editorial. https://elibro.net/es/lc/tesa/titulos/45825

Ferrero, G. (2009). Violencia familiar ¿causa o consecuencia?: reconstrucción de los cuadros de violencia familiar desde la intervención profesional del trabajador social: (ed.). Espacio Editorial. https://elibro.net/es/ereader/tesa/67024?page=1

Collins, T. (2010). *Derechos del niño:* (ed.). Eudeba. https://elibro.net/es/ereader/tesa/66245?page=8

Hiskey, J. Donato, K. M. (Coord.) & Durand, J. (Coord.). (2010). Salvando fronteras: migración internacional en América Latina y el Caribe: (ed.). Editorial Miguel Ángel Porrúa. https://elibro.net/es/lc/tesa/titulos/38302

Pollak, S. (s/f). El Impacto del Maltrato Infantil en el Desarrollo Psicosocial de los Niños Pequeños. Enciclopedia sobre el Desarrollo de la Primera Infancia. Recuperado el 17 de marzo de 2025, de https://www.enciclopedia-infantes.com/maltrato-infantil/segun-los-expertos/el-impacto-del-maltrato-infantil-en-el-desarrollo-psicosocial

Ciclos de violencia: el impacto de la violencia en la infancia y adolescencia como predictor de ser víctima y victimario en la adultez. (2024, enero 23). Together for Girls; #creator. https://www.togetherforgirls.org/es/blog/ciclos-de-violencia-el-impacto-de-la-violencia-en-la-infancia-y-adolescencia-como-predictor-de-ser-v%C3%ADctima-y-victimario-en-la-adultez

Botella, C. (2015). Tratamientos psicológicos y salud mental: (2 ed.). Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions. https://elibro.net/es/lc/tesa/titulos/42360

Consecuencias psicológicas del maltrato infantil. (s/f). Edu.Pe. Recuperado el 21 de marzo de 2025, de https://www.ucv.edu.pe/noticias/consecuencias-psicologicas-del-maltrato-infantil

Mizhquero Jaramillo, M. P. & Encalada Encarnación, V. R. (2022). Modelo para el correcto proceso de gestión de pagos en las organizaciones sin fines de lucro ONG: (1 ed.). Editorial Universitaria. https://elibro.net/es/lc/tesa/titulos/226236

Pinazo, D. (2014). Las causas de la pobreza en el tercer mundo: imagen social y conducta de ayuda: (ed.). Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions. https://elibro.net/es/lc/tesa/titulos/53256

Ángel Hernández, G. E. (2018). Techos de papel: crisis de derechos de la infancia en situación de albergue: (ed.). Universidad Iberoamericana León. https://elibro.net/es/lc/tesa/titulos/129883

Kaïm Lüscher, E. (2020). Desarrollo de habilidades socioemocionales: (ed.). IURE Editores. https://elibro.net/es/lc/tesa/titulos/130402

Bautista Cárdenas, N. P. & Hernández Forero, D. I. (2018). Formación de la ciudadanía en primera infancia en entornos de vulnerabilidad: a propósito de la estrategia de Cero a Siempre en el programa Centro de Desarrollo Infantil del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar: (ed.). Fondo Editorial Universidad Cooperativa de Colombia. https://elibro.net/es/lc/tesa/titulos/111663

(S/f). Gob.ec. Recuperado el 17 de abril de 2025, de https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Constitucion.pdf

Integración Juvenil, C. D. (2017). Intervenciones preventivas en edades tempranas: (ed.). Centros de Integración Juvenil. https://elibro.net/es/lc/tesa/titulos/106623

Baena Cuder, I. (Coord.), Rando Cueto, D. (Coord.) & Otero Escudero, S. (Coord.). (2023). *Acciones y realidades ante la manipulación social: redes sociales, publicidad y marketing:* (1 ed.). Dykinson. https://elibro.net/es/lc/tesa/titulos/250268

Chadi de Yorio, M. R. (2007). *Redes sociales en el trabajo social:* (ed.). Espacio Editorial. https://elibro.net/es/ereader/tesa/66926?page=93

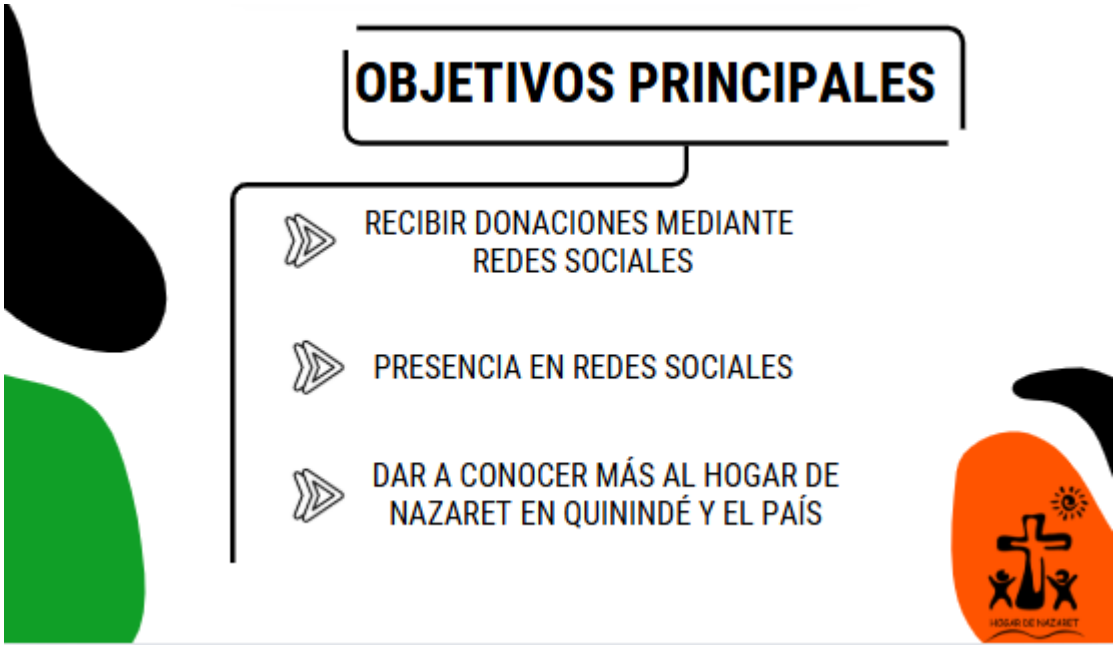
ANEXO #1

Análisis FODA basado al proyecto en relación con el desarrollo de estrategia digital a través de redes sociales para recibir donativos alimenticios para el Hogar de Nazaret en la ciudad de Quinindé, Esmeraldas en los primeros 4 meses del 2025.

El FODA es una herramienta muy útil con la que se analizó la fortaleza, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de orfanato. Con los resultados obtenidos mediante el FODA entre sus fortalezas esta la educación y formación de los niños ayudándolos emocional y psicológicamente, brindando oportunidades para ellos en tener una vivienda y preparase para un futuro. Las debilidades del orfanato es la poca interacción con el mundo digital y las redes, también priorizando así las amenazas posibles por haber la falta de apoyo por la comunidad.



Objetivos principales del proyecto



Buyer persona, es esencial mantenerse al tanto de qué sienten las personas, cuáles son sus comportamientos, habilidades, debilidades, forma de ser, su carácter, en qué se desenvuelven, en qué zona viven y demás para llegar de mejor manera a nuestros objetivos planteados con el proyecto. Con la colaboración de esta persona determinamos que sí sus ingresos le pueden dar la posibilidad de ayudar a norcoreana; con ello analizamos sus frustraciones, determinando así falta de afecto en el pasado por su cama, que hace énfasis a lo que pasa con los niños del orfanato. Con esto determinamos un mayor alcance en las publicaciones y métricas de redes sociales, para mejores resultados.

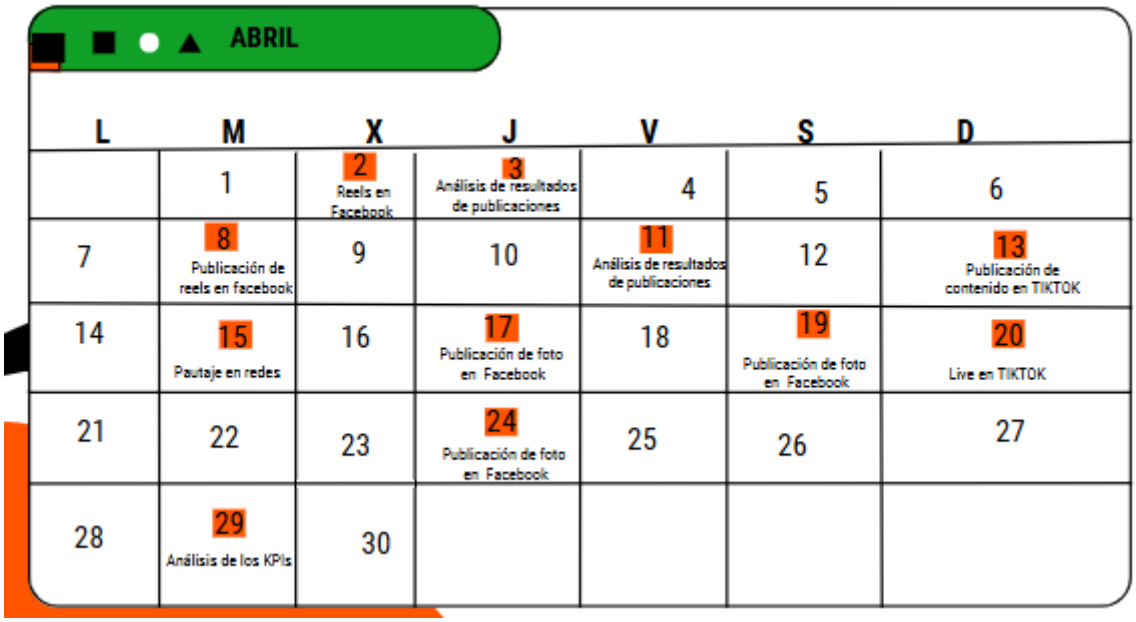


Calendario de cronograma de actividades en redes, mes de marzo y abril del 2025



MARZO

L	M	X	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7 Estudio de SEM	8	9
10 Creación de cuenta en facebook	11 Creación de cuenta en TIKTOK	12	13 Publicación de foto en Facebook	14	15 Publicación de foto en TIKTOK	16
17	18 Publicación de video en TIKTOK	19	20 Publicación de video tipo reels en Facebook	21	22	23 Publicación de video tipo reels en Facebook
24	25	26 Publicación de foto en TIKTOK	27	28 Publicación de foto en Facebook	29	30
31						



ABRIL

L	M	X	J	V	S	D
	1	2 Reels en Facebook	3 Análisis de resultados de publicaciones	4	5	6
7	8 Publicación de reels en facebook	9	10	11 Análisis de resultados de publicaciones	12	13 Publicación de contenido en TIKTOK
14	15 Pautaje en redes	16	17 Publicación de foto en Facebook	18	19 Publicación de foto en Facebook	20 Live en TIKTOK
21	22	23	24 Publicación de foto en Facebook	25	26	27
28	29 Análisis de los KPIs	30				

Logotipo de la Marca



Logo en blanco y negro



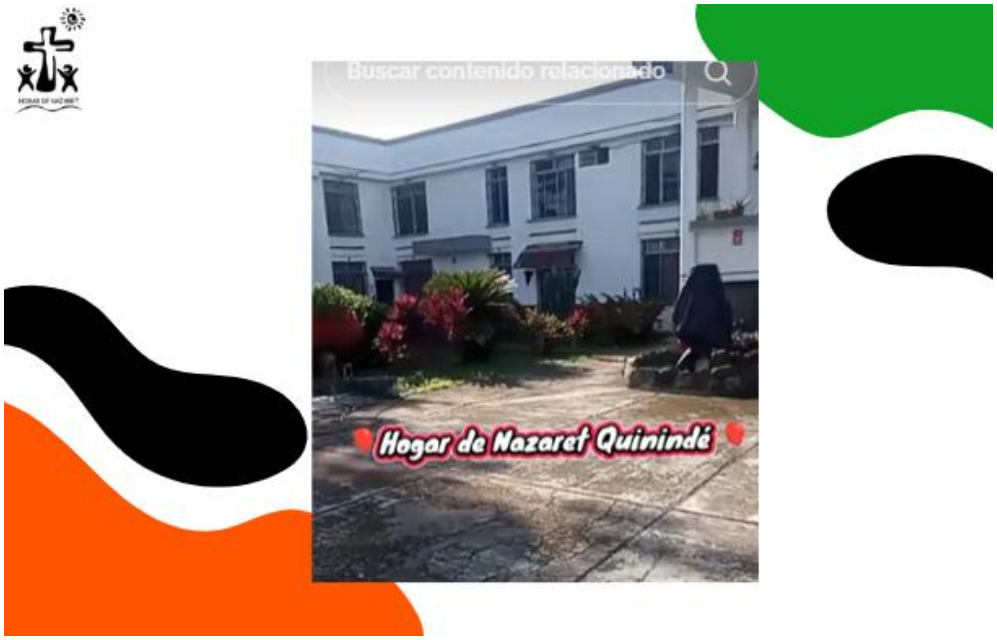
Creación cuenta en la plataforma de Facebook, el orfanato no contaba con presencia se procedió a crear una cuenta para crear publicaciones por medio de esta plataforma y dar a conocer más sobre el orfanato con los resultados obtenidos por medio de los análisis se determinó que Facebook es un aporte para el orfanato en el mundo digital.



Creación de cuenta en la página de TikTok

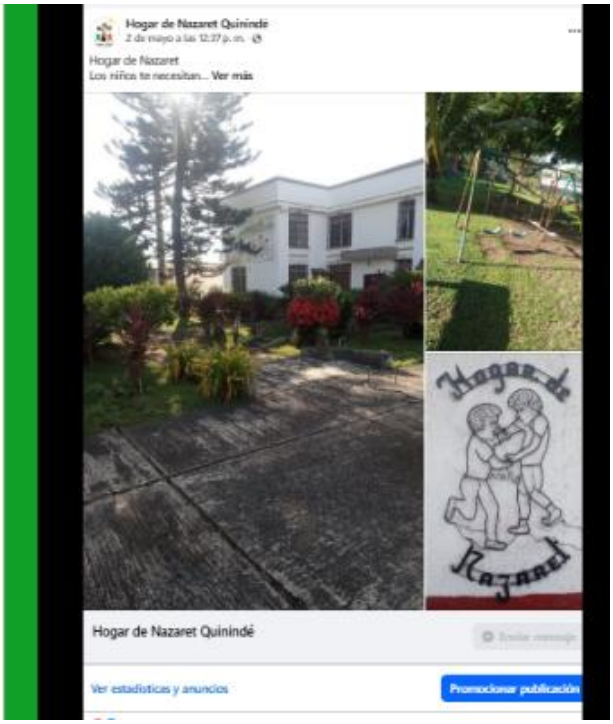


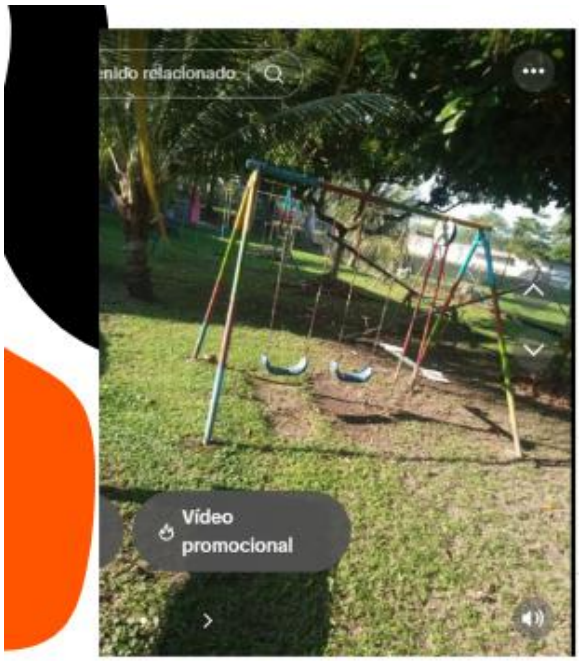
Publicación de contenido de alta valor para las plataformas de red social Facebook y TikTok, según el calendario de actividades.

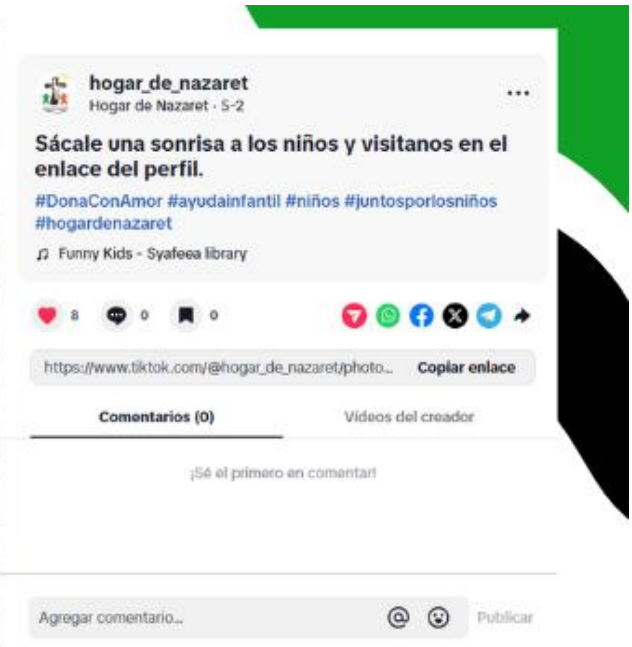




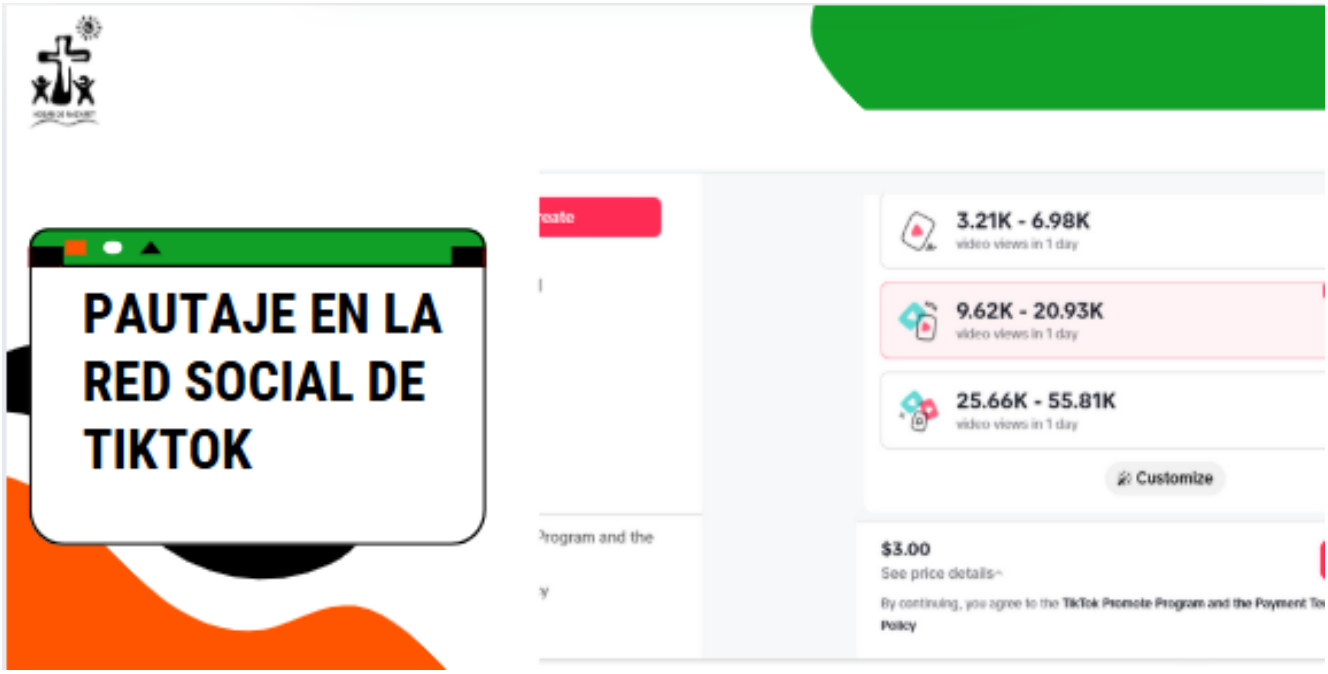

PUBLICACIONES
Publicación según el calendario de actividades.


Hogar de Nazaret Quinindé
Hogar de Nazaret
Los niños te necesitan... Ver más
Hogar de Nazaret Quinindé
Ver estadísticas y anuncios
Promocionar publicación


Vídeo promocional


hogar_de_nazaret
Hogar de Nazaret · S-2
Sácale una sonrisa a los niños y visitanos en el enlace del perfil.
#DonaConAmor #ayudainfantil #niños #juntosporlosniños #hogardenazaret
Funny Kids - Syafeea library
https://www.tiktok.com/@hogar_de_nazaret/photo...
Copiar enlace
Comentarios (0)
Vídeos del creador
¡Sé el primero en comentar!
Agregar comentario...
Publicar

Pautaje según la zona geográfica y una edad determinada entre 18 a 64años





Como llegar al lugar de acogida de los niños.



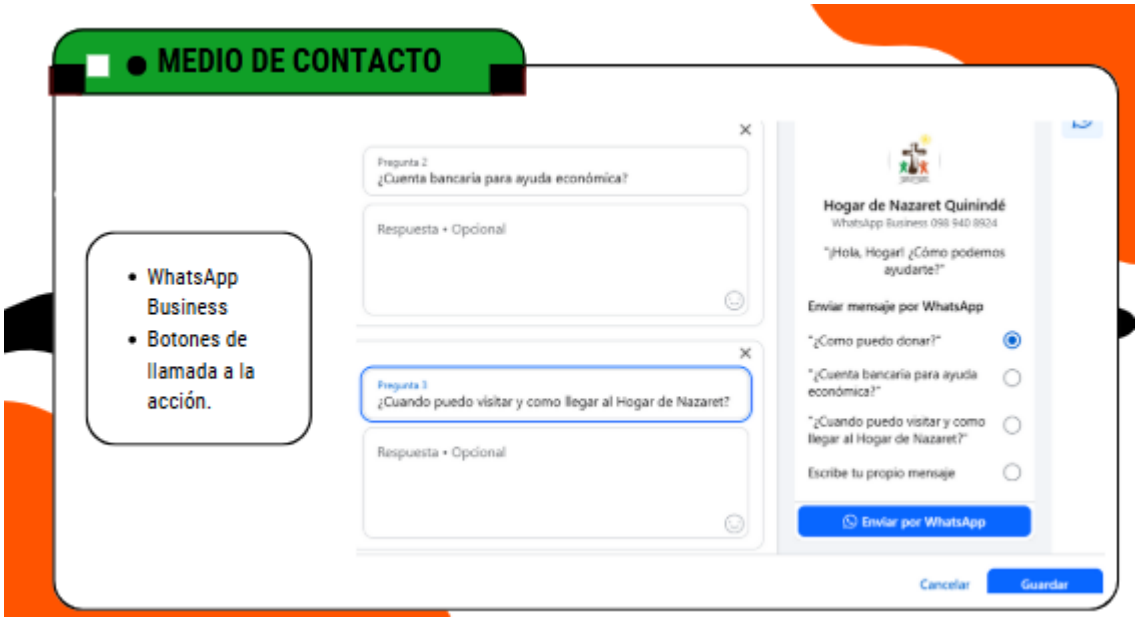
Análisis de métricas en Facebook



Análisis de métricas en TikTok



Medios de Contacto



Análisis de los resultados durante las primeras 5 semanas.





ANEXO B

Visita a las instalaciones de cetro de acogida de niños y adolescentes hogar de Nazaret.





Actividades con los niños del hogar de Nazaret





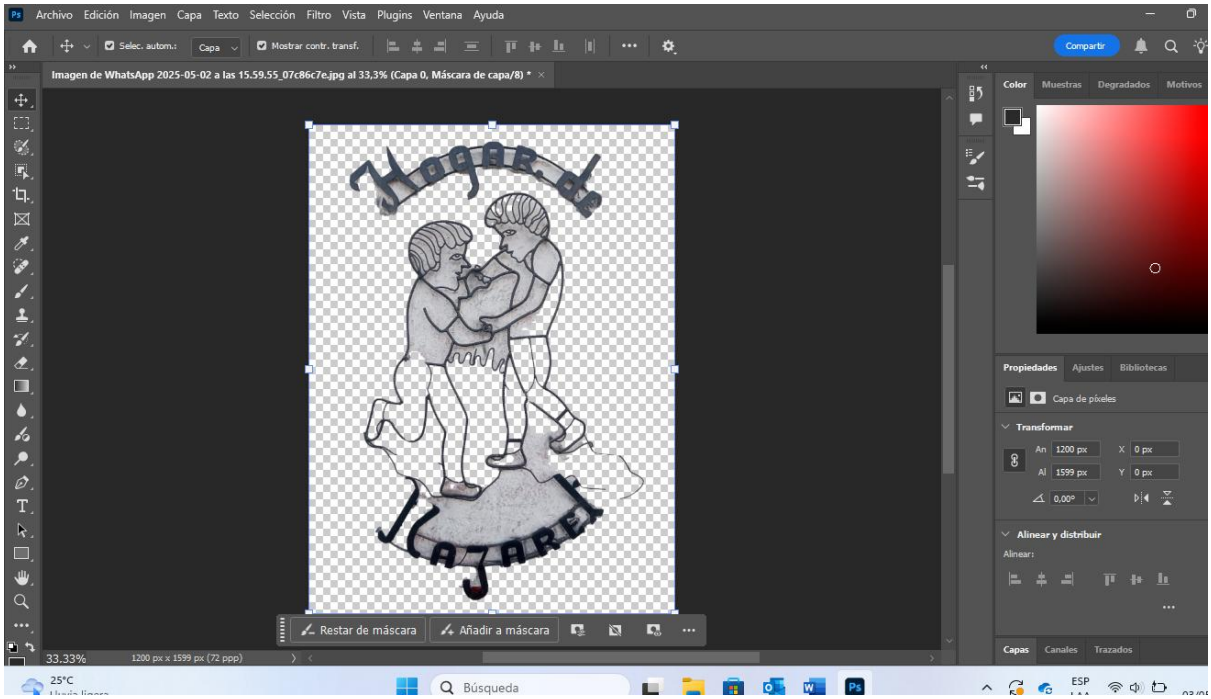

Feliz
cumpleaños







Uso de herramientas de Adobe, para edición de fotos y creación de logo para el hogar de Nazaret.



Creación de logotipos




Archivo Edición Objeto Texto Seleccionar Efecto Ver Ventana Ayuda
Compartir
Sin título-2.ai @ 49,68 % (CMYK/Vista previa de CPU)
HOGAR DE NAZARET
Dibujar (lápiz)
Generar vectores
Propiedades
Capas
Bibliotecas
Ajustar documento
Preferencias
Generar vectores
Búsqueda
25°C
Mayorm. nublado
ESP
LAA
22:29
09/05/2025

Certificado de Originalidad

TECNOLÓGICO SAN ANTONIO Tesa

CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD
TESA

La Dirección de Titulación, certifica que el trabajo final presentado por **BANGUERA LANDAZURI ANTHONY BRYAN**, ha sido sometido a un análisis de similitud mediante la herramienta Turnitin.

El resultado obtenido refleja un **10%** de similitud, porcentaje que se encuentra dentro de los parámetros establecidos por el Instituto Superior Tecnológico San Antonio – TESA, cumpliendo con los criterios de originalidad y autenticidad académica exigidos.

Quito,04 de junio del 2025

TECNOLÓGICO SAN ANTONIO Tesa

DIRECCIÓN TITULACIÓN
Pablo Heredia