INSTITUTO SUPERIOR

TECNOLÓGICO

SAN ANTONIO

Escuela de Negocios

Desarrollo de una estrategia de contenido en redes sociales para promoción de la Institución Educativa Inicial Los Helechos ubicada en el Valle de los Chillos durante el primer semestre del 2025

Ana Mishell Morales Bastidas

Jessica Magaly Viana Sarango

Marketing Digital

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito

para la obtención del título de:

Tecnólogo Superior en Marketing Digital

Quito, 14 de abril de 2025

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO

SAN ANTONIO

Escuela de Negocios

HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

Desarrollo de una estrategia de contenido en redes sociales para promoción de la Institución Educativa Inicial Los Helechos ubicada en el Valle de los Chillos durante el primer semestre del 2025

Ana Mishell Morales Bastidas

Jessica Magaly Viana Sarango

Jimmy Sarango, Mgtr. en Comunicación Estratégica

Quito, 14 de abril 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: Ana Mishell Morales Bastidas

Código estudiante: 2765

Cédula de identidad:1721596334

Nombres y apellidos: Jessica Magaly Viana Sarango

Código estudiante: 2665

Cédula de identidad: 0401492251

Lugar y fecha: Quito, 14 de abril 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UNPUBLISHED DOCUMENT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

Dedicamos este proyecto a nuestras familias por su apoyo incondicional, con amor y gratitud, quienes fueron nuestra inspiración para superarnos a lo largo de este camino. Gracias por su respaldo, sus palabras de ánimo en cada momento.

AGRADECIMIENTO

Expresamos nuestro agradecimiento al Centro Educativo Inicial Los Helechos por brindarnos la oportunidad de desarrollar este proyecto. Agradecemos la confianza depositada en nosotros, así como la disposición de su equipo a lo largo de este proceso.

RESUMEN

Este proyecto tuvo como finalidad el diseño de una estrategia de contenido para la cuenta de Instagram de la institución educativa Los Helechos, enfocada en fortalecer la imagen institucional y mejorar el posicionamiento de la marca. Se definió la segmentación de mercado para la institución, identificando como público objetivo a padres de familia profesionales de 30 a 40 años, de un nivel socioeconómico medio alto que residan en el Valle de los Chillos. Se construyó el buyer persona para la creación de un plan estratégico de contenido usando los parámetros demográficos, preferencias, interés y hábitos del público objetivo. Se elaboró un plan de contenido a partir de los resultados de la encuesta aplicada a las familias actualmente vinculadas a la institución y a la comunidad cercana a la misma. Complementariamente, se realizó una guía de recomendaciones para el manejo y optimización de la cuenta de Instagram. Una estrategia de contenido en redes sociales, como Instagram, es ideal para instituciones educativas como Los Helechos ya que permite mejorar su visibilidad, crear una mejor conexión emocional con los padres de familia y fortalecer la imagen de la institución. Además, este proyecto sienta las bases para un futura implementación y optimización del impacto de la estrategia propuesta, generando una comunicación más efectiva entre la institución y su audiencia.

Palabras clave: Estrategia de contenido, marketing educativo, Instagram, buyer persona, redes sociales, marketing digital.

ABSTRACT

This project aimed to design a content strategy for the Instagram account of the educational institution Los Helechos, with the goal of strengthening its institutional image and improving brand positioning. Market segmentation was defined for the institution, identifying professionals and parents aged 30 to 40 years, from middle-high socioeconomic backgrounds, residing in Valle de los Chillos as the target audience. A buyer persona was created based on demographic parameters, preferences, interests, and habits to inform the strategic content plan. A content plan was then developed, drawing on the results of a survey administered to families currently affiliated with the institution and members of the surrounding community. Additionally, a guide of recommendations for managing and optimizing the Instagram account was created. A social media content strategy, specifically on Instagram, is ideal for educational institutions like Los Helechos, as it enhances visibility, fosters a stronger emotional connection with parents, and strengthens the institution's image. Furthermore, this project sets the stage for the future implementation and optimization of the proposed strategy, facilitating more effective communication between the institution and its audience.

Keywords: content strategy, educational marketing, Instagram, buyer persona, social media, digital marketing.

TABLA DE CONTENIDOS

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN 15

1.1. Planteamiento del problema 15

1.2. Justificación 16

1.3. Alcance 17

1.4. Objetivo general 18

1.5. Objetivos específicos 18

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO 19

2.1. Marketing digital 19

2.1.1. Estrategias de marketing digital 19

2.1.2. Beneficios del marketing digital 20

2.2. Herramientas del marketing digital 20

2.2.1. Herramientas para redes sociales 21

2.2.2. Herramientas SEO 21

2.3. Marketing de contenidos 22

2.3.1. Importancia del marketing de contenidos 22

2.3.2. Formatos de contenido 23

2.4. Marketing en redes sociales 24

2.4.1. Redes sociales como herramienta de promoción y difusión 24

2.4.2. Las redes sociales como estrategia de marketing para la comunicación y fidelización de clientes 25

2.5. Marketing digital educativo 27

2.5.1. Importancia del marketing digital educativo 27

2.5.2. Estrategia de marketing para captar estudiantes 28

2.6. Posicionamiento de marca para instituciones educativas 29

2.6.1. Factores que influyen en el posicionamiento educativo 29

2.6.2. El neuromarketing como estrategias para el posicionamiento de instituciones educativas 29

2.7. Marco conceptual 30

2.7.1. Marketing digital 30

2.7.2. Marketing de contenidos 30

2.7.3. Marketing educativo 30

2.7.4. Redes sociales 31

2.7.5. Marketing en redes sociales 31

2.7.6. Estrategias de marketing 31

2.7.7. Identidad digital 31

2.7.8. Neuromarketing 32

2.8. Marco legal 32

2.8.1. Introducción 32

2.8.2. Legislación sobre protección de datos y privacidad en Ecuador 32

2.8.3. Ley de comercio electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos ...33

2.8.4. Código de la Niñez y Adolescencia.....33

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO.....34

3.1. Tipo de investigación.....34

3.1.1. Según el propósito. 34

3.1.2. Según la manipulación de las variables.....34

3.1.3. Según el tiempo de duración 35

3.2. Enfoque 35

3.3. Herramientas metodológicas.....35

3.4. Técnicas.....35

3.4.1. Encuesta.....35

3.5. Estudios iniciales.....40

3.5.1. Muestreo.....41

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN 42

4.1. Análisis de resultados.....42

4.2. Interpretación de resultados.....55

4.3. Discusión.....56

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 57

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....60

ANEXO A: ESTRATEGIA DE CONTENIDO 67

ANEXO B: GUÍA DE RECOMENDACIONES.....86

ANEXO C: ENTREGABLES PARA LA INSTITUCIÓN 89

ANEXO D: RESULTADOS DE LA ENCUESTA 109

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de operacionalización de las variables 40

Tabla 2. Criterios de inclusión y exclusión 41

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Organizador gráfico de variable dependiente 40

Figura 2. Organizador gráfico de variable independiente 40

Figura 3. Edad 42

Figura 4. Medios de información 43

Figura 5. Aspectos de valor en un preescolar 44

Figura 6. Conocimiento de la institución 45

Figura 7. Relación con la institución 46

Figura 8. Tiempo en Instagram 47

Figura 9. Días de uso de Instagram 47

Figura 10. Formato de preferencia 48

Figura 11. Seguimiento de cuenta 49

Figura 12. Frecuencia de interacción 50

Figura 13. Forma de interacción con el contenido 51

Figura 14. Características más importantes 52

Figura 15. Tipo de contenido 53

Figura 16. Evaluación de contenido 54

Figura 17. Imagen de la institución 54

CAPÍTULO I
INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del problema

Actualmente, las instituciones educativas se enfrentan al reto de desenvolverse en un sector bastante competitivo y buscan resaltar en su entorno con el objetivo de mejorar la captación de estudiantes cada año lectivo. En Ecuador, el porcentaje de estudiantes que asisten a instituciones particulares es el 18%, de acuerdo con las cifras ofrecidas por el Ministerio de Educación del Ecuador (2023). El resto de los estudiantes acceden a instituciones de tipo fiscal, fiscomisional o municipal. Esta información evidencia la necesidad de que las instituciones educativas privadas fortalezcan su posicionamiento para captar un parte de aquellos estudiantes que acceden a una educación particular. Bajo este contexto, las instituciones tienen la posibilidad de recurrir al marketing como una estrategia que pueda impulsarlas hacia su objetivo.

Altamirano y Cusme (2022) definen al marketing educativo como un conjunto de estrategias y herramientas que ofrecen un servicio que busca suplir necesidades de manera satisfactoria para estudiantes e instituciones; también indican que, los sus propósitos principales son la captación y la fidelización. Por su parte, Parra et al. (2022) señalan que el marketing educativo se ha indispensable con el paso del tiempo, en especial para instituciones educativas privadas. En este contexto, las redes sociales se han convertido en una de las principales herramientas de marketing digital para mejorar la visibilidad y reforzar la reputación de una institución. Por esta razón, es importante que la institución educativa Los Helechos le dedique especial atención a su estrategia de marketing en redes sociales.

Según Segarra et al. (2020), los principales factores que influyen en la toma de decisión de los padres, al escoger una institución educativa, son las recomendaciones personales, seguidas de una presencia en línea bien gestionada, tanto en redes como a través

de un sitio web. En consecuencia, una estrategia digital eficiente puede permitir que la institución educativa logre mayor visibilidad, refuerce la imagen de marca, y se posicione como una de las primeras opciones a elegir dentro del sector educativo.

La Institución Educativa Inicial Los Helechos, brinda un servicio de calidad reconocido por su comunidad; sin embargo, su presencia línea no destaca, lo que dificulta la atracción de más clientes. La institución utiliza principalmente la red social Instagram, donde se observa la falta de una estrategia de contenido bien definida, lo que impide que la institución transmita adecuadamente sus valores institucionales y refuerce su imagen de marca. La ausencia de una estrategia de contenido limita la capacidad de la institución para competir en un sector educativo donde atraer a nuevos estudiantes es vital. Sin una comunicación efectiva en redes sociales, Los Helechos corre el riesgo de pasar desapercibida frente a la competencia que sí ha sabido aprovechar el potencial de estas plataformas.

1.2. Justificación

La implementación de una estrategia de contenido en Instagram para la promoción de la Institución Educativa Inicial Los Helechos permitirá que la institución adapte sus procesos de comunicación a las tendencias digitales actuales y mejore su visibilidad en un entorno competitivo. Las redes sociales ofrecen la oportunidad de mantener una comunicación bidireccional con la audiencia, lo que resulta en la construcción de una presencia sólida en línea. Considerando que la oferta educativa es amplia en el sector, Los Helechos se enfrenta el desafío de destacar sobre la competencia; por lo que resulta indispensable fortalecer la identidad institucional, así como su reconocimiento y posicionamiento. Por lo tanto, una estrategia de contenido en redes sociales bien estructurada optimizará la promoción de los servicios que ofrece la institución, permitiendo destacar como una opción educativa de calidad. Además, contribuye a crear una relación más cercana con el público, lo que fortalecerá la confianza y el prestigio de la institución dentro de su comunidad.

Este proyecto tiene como objetivo contribuir al conocimiento sobre el desarrollo de estrategias de marketing digital en redes sociales orientadas a instituciones educativas. La institución educativa inicial Los Helechos se beneficiará del desarrollo de una estrategia de contenido en redes sociales para fortalecer su identidad y mejorar su reconocimiento en el sector. Asimismo, este trabajo puede servir como referencia para otras instituciones interesadas en optimizar su presencia digital y mejorar su promoción institucional. La exploración de este tema es relevante en la actualidad ya que, como señalan Madrigal et al. (2024), se puede observar un cambio comportamental de consumo que recae más en el uso de herramientas tecnológicas, esta transformación abre puertas para que empresas o instituciones como Los Helechos puedan participar activamente en un entorno digital.

Desde una perspectiva social, el presente proyecto no solo tendrá un impacto positivo en la institución Los Helechos, sino que también brinda valor agregado para los padres de familia del sector del Valle de los Chillos. Una comunicación efectiva que inspire confianza en la institución promueve una relación más comprometida y sólida con la comunidad educativa. Por otro lado, la factibilidad de este proyecto radica en que la institución ya cuenta con un perfil activo de Instagram. Además, se cuenta con los recursos necesarios, como tiempo, acceso a Internet y herramientas digitales, que garantizan que se lleve a cabo el presente trabajo

Por último, este proyecto contribuye al desarrollo del país ya que responde al objetivo número 8 del Plan de Desarrollo para el Nuevo Ecuador y la Estrategia Territorial Nacional 2024-2025, que señala, “Impulsar la conectividad como fuente de desarrollo económico y sostenible” (Consejo Nacional de Planificación del Ecuador, 2023, p. 137).

1.3. Alcance

El alcance del trabajo presente se centra en el desarrollo de una estrategia de contenido en la red social Instagram para promoción de la Institución Educativa Inicial Los

Helechos. El contexto geográfico será el sector del Valle de los Chillos y el contexto temporal será el segundo semestre de 2025. El límite de este estudio no incluye la aplicación de estrategias en otras redes sociales, y se realizará de manera orgánica. Cambios significativos en el perfil de Instagram no se realizarán sin la aprobación de la directora de Los Helechos. Se justifica este enfoque por la necesidad de fortalecer el reconocimiento de una marca a través de una estrategia de contenido. La visibilidad del proyecto se asegura por el acceso a los recursos disponibles.

1.4. Objetivo general

Desarrollar una estrategia de contenido en la red social Instagram para promoción de la Institución Educativa Inicial Los Helechos ubicada en el Valle de los Chillos durante el primer semestre del 2025.

1.5. Objetivos específicos

- Determinar la segmentación de mercado de la institución por medio del análisis de datos demográficos, intereses y comportamiento en el medio digital para que la estrategia se oriente a reforzar la conexión emocional con el público objetivo
- Crear un plan de contenido que refleje los valores de la institución, usando ejes comunicacionales relevantes para captar la atención del público en la línea.
- Elaborar una guía de recomendaciones para optimizar la cuenta de Instagram de Los Helechos, encaminadas a reforzar la imagen institucional en el medio digital y la percepción de la marca.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

2.1. Marketing digital

El marketing digital es una rama relativamente nueva del marketing que se ha convertido en un elemento clave en el sector por su flexibilidad y gran alcance. Santamaría et al. (2022) lo definen como una práctica de comunicación con los clientes que debe ser adaptativa y se distingue por el uso de técnicas digitales e innovación tecnológica. Una característica principal del marketing digital es la transformación que sufre continuamente, ya que está sujeto a diferentes demandas, mercados, y tecnología que cambian también. El comercio en línea requiere de un aspecto muy importante para ser exitoso: la credibilidad. La importancia del marketing en este tipo de comercio radica en que la toma de decisiones depende de la relación que una empresa pueda establecer con el consumidor.

Por otro lado, Shum (2023) define al marketing digital como la aplicación de estrategias y técnicas enfocadas a la comercialización. Se distingue del marketing tradicional principalmente porque propicia una comunicación inmediata y directa con la audiencia, a través de canales como sitios web, redes sociales, correo electrónico, apps móviles, entre otros. La inmediatez del medio digital permite que una marca adapte su mensaje según la retroalimentación del público.

2.1.1. Estrategias de marketing digital

Al igual que en otros aspectos del marketing digital, varias de las estrategias utilizadas, han sido de alguna forma estrategias originarias del marketing tradicional que han tenido que adaptarse al entorno digital. Es importante que una empresa o marca gestione estrategias innovadoras, flexibles y que se enfoquen en el público objetivo. Para esto es necesario conocer las destrezas y recursos disponibles para alcanzar las metas planteadas en las estrategias (Shum, 2023). Entre las diferentes estrategias de marketing digital se pueden

mencionar las siguientes: Inbound marketing, una estrategia enfocada en atraer a clientes potenciales indirectamente ofreciéndoles contenido de valor que cubra sus interés o necesidades sin ser intrusivos. Outbound marketing, una estrategia que busca al potencial cliente de forma directa y masiva muchas veces interrumpiendo lo que está haciendo en lugar de esperar que el cliente demuestre interés y se acerque a la marca. Además, otras estrategias como: marketing de contenido, marketing emocional, video marketing, neuromarketing, marketing de afiliación, influencer marketing, mobile marketing, entre otros.

2.1.2. Beneficios del marketing digital

Con respecto a los beneficios del marketing digital, se puede decir que uno de los más relevantes es el incremento de la cartera de clientes y fidelización, lo que favorece al crecimiento de las empresas, tal como lo señalan Pérez y Nauca (2022). Otro beneficio es la posibilidad de arrojar datos en tiempo real es uno de los más notables, esto permite que se puedan realizar ajustes eficaces en las estrategias empleadas. Además, la posibilidad de personalizar mensajes, medios o contenidos permite la adaptación de estrategias para obtener los mejores resultados. También, la comunicación directa con el consumidor es un punto a favor del marketing digital, es especial cuando se busca crear una conexión emocional con el cliente. Asimismo, y el gran alcance que tiene aporta un poder de difusión significativo que favorece el posicionamiento de una marca.

2.2. Herramientas del marketing digital

Santamaría et al. (2022) señalan que el marketing digital ha surgido junto con el desarrollo del comercio electrónico y su principal objetivo es la comunicación del valor de un producto o servicio. Es por esto que las herramientas del marketing digital se caracterizan desde sus inicios por ser multimedia y especialmente interactivas.

Las herramientas del marketing digital son un conjunto muy grande de recursos que comparten el objetivo de facilitar ciertas acciones, optimizar procesos y mejorar la

productividad de una marca. En la actualidad, existen herramientas para cada canal, tipo de contenido, o acción dentro de este extenso ámbito. Entre ellas se incluyen herramientas enfocadas en redes sociales, de generación y edición de contenido, de gestión de trabajo colaborativo, de búsqueda de recursos, de monitorización de métricas entre muchas otras. A continuación, se mencionan algunas que son especialmente útiles para el desarrollo de una estrategia de redes sociales.

2.2.1. Herramientas para redes sociales

La mayoría de las redes más usadas cuentan con herramientas incorporadas en su interfaz para el análisis de datos, lo que facilita la comprensión del desempeño y comportamiento del contenido publicado. Por ejemplo, para Facebook e Instagram se cuenta con Meta Business Suite o Insights como recursos para monitorear datos estadísticos claves y gestionar publicaciones y pautaje. Además, existen otras herramientas que están diseñadas específicamente para el análisis de redes sociales, como: Metricool o Socialblade. Por otro lado, entre herramientas destinadas para la gestión de redes sociales, destacan Hootsuite y Postcron, utilizadas para programación de publicaciones, monitoreo de interacciones y centralización de varias cuentas en una interfaz (Shum, 2023).

A este grupo de herramientas mencionadas, se le puede añadir otro grupo de recursos relacionado con la creación de contenido. Estas pueden variar dependiendo del formato y el objetivo del contenido, siempre y cuando se ajusten a las necesidades del público objetivo. Por ejemplo, Cap Cut y Adobe Premiere son opciones accesibles y potentes para la edición de video, y para el contenido gráfico están Adobe Illustrator o Canva muy reconocidas por su facilidad de uso y versatilidad.

2.2.2. Herramientas SEO

El posicionamiento SEO implica un trabajo de evaluación y monitorización de la experiencia del usuario además de involucrar analítica web, diseño, buen uso de copywriting,

y la creación de contenido relevante para la audiencia. Con respecto a las herramientas de posicionamiento orgánico en motores de búsqueda o SEO, resultan muy importantes para identificar aquellas palabras clave que permiten a la marca resaltar a través de los buscadores en el mundo digital (Fernández, 2024). Para poder beneficiarse de una adecuada optimización de SEO, se puede recurrir a herramientas como Answer the Public o Google Trends.

Answer the Public permite realizar búsquedas de palabras clave y arroja como resultados las preguntas más comunes y los términos relacionados que más busca la gente. También ofrece informes de palabras clave de cola corta, de cola larga y términos alternativos. Es así como se puede tener una idea más clara de lo que realmente le interesa al público. Por su parte, Google Trends ofrece informes con datos, listados y gráficos de tendencias actuales o de las palabras clave más populares en un rango de tiempo y ubicación específica. El uso de las herramientas mencionadas permite conocer cuáles son las palabras clave que generan mayor interés, lo que hace posible crear contenido más atractivo y relevante para el público objetivo.

2.3. Marketing de contenidos

El marketing de contenidos gira en torno a la creación y difusión de contenido relevante y valioso con el propósito de impulsar el posicionamiento de la marca. A través del posicionamiento de la marca, se busca ocupar un espacio en la mente del consumidor y este es el inicio para llegar a la fidelización. La importancia del marketing de contenido, radica en que, en muchos casos, el contenido es la razón principal por la que el consumidor conoce e interactúa con la marca. Al mismo tiempo que aumenta la visibilidad en el mundo digital. (Castilla et al. 2023).

2.3.1. Importancia del marketing de contenidos

El estudio de Castilla et. al (2023) señala que el marketing de contenidos está significativamente relacionado con el posicionamiento de marca, ya que permite construir

una imagen congruente y de valor ante el público objetivo, impulsa la fidelización y mejora la visibilidad de la marca en el mercado. El estudio además destaca que la implementación de una estrategia de contenidos logra resultados favorables a través de incitar el interés o curiosidad en el consumidor, mediante publicaciones informativas, educativas y emocionales.

Además, el marketing de contenido puede influir sobre la decisión de compra. Pachucho et al. (2021) indican que el marketing de contenidos no solo aporta entretenimiento, sino que también instruye y genera emociones en los usuarios. Es importante tener en mente el grupo objetivo al cual está dirigido el contenido estratégico, puesto que en todas las etapas del ciclo de compras una marca se puede apoyar del marketing de contenidos para acompañar al consumidor sin que se sienta presionando un vendedor tradicional. Aunque el marketing de contenidos existe desde hace mucho tiempo, tanto en medios digitales como en medios tradicionales, actualmente cobra un rol importante gracias a al alcance masivo de internet a través de múltiples dispositivos. Además, el uso de estrategias de marketing de contenido es una pieza que debe ser complementada con otras áreas del marketing, con el objetivo de influir sobre una de las áreas más deseadas por las marcas, es decir, la decisión de compra de un consumidor.

2.3.2. Formatos de contenido

La variedad de formatos de contenido es amplia, y lo ideal es escoger aquellos que mejor conecten con la audiencia a la que están dirigidos. Lomelin et al. (2022) presentan una lista de varios formatos utilizados en estrategias de marketing digital, entre los cuales se encuentran los blogs, infografías, videos cortos, podcast, ebook, correo electrónico, webinar, entrevistas, plantillas descargables, imágenes, whitepapers o guías, gifs, imágenes estadísticas, videoblogs, tutoriales, artículos y noticias.

El rango de edad de la audiencia puede ser un dato clave para escoger el formato más acertado. Un estudio sobre el consumo de contenidos digitales realizado por Lomelin et al.

(2022), indica que tanto para los centennials y millennials los formatos de preferencia son los vídeos cortos e imágenes, especialmente aquellos que incluyen historias personales, anécdotas, testimonios o comentarios. Si bien los formatos de contenido preferidos en ambas generaciones son los videos e imágenes, se observa, en el caso de los millennials, un interés por los formatos escritos como artículos y noticias. Por otro lado, en cuanto las características del contenido que resulta más efectivo Pachucho et al. (2021), explican que los contenidos que educan o instruyen, divierten o entretienen, y despiertan interés en el usuario son los que tendrán un impacto favorable. Es fundamental no descuidar el propósito del contenido por enfocarse únicamente en la forma, ya que ambas partes deben complementarse para lograr una estrategia de marketing exitosa.

2.4. Marketing en redes sociales

El marketing digital es una estrategia que permite a las organizaciones alcanzar sus objetivos comerciales mediante la difusión de contenido relevante en redes sociales. Según Mendoza (2025), las plataformas de redes sociales reflejan la evolución de la comunicación, ya que permiten una conexión colectiva y generan confianza entre los usuarios. En este sentido, las redes sociales facilitan la interacción entre empresas y consumidores, lo que las convierte en una herramienta fundamental para el marketing debido a su gran alcance y a la rapidez con la que se obtienen resultados.

2.4.1. Redes sociales como herramienta de promoción y difusión

Con la evolución del entorno digital, las redes sociales se han convertido en una herramienta fundamental para la presentación de una marca y la construcción de una identidad corporativa sólida. Estas plataformas permiten a las empresas interactuar de forma bidireccional con sus usuarios, comprender su comportamiento y difundir sus productos y servicios. En la actualidad es fundamental que las organizaciones utilicen las redes sociales

para crear presencia en el mundo digital y lograr un alcance más amplio y diverso (López, 2024).

Las redes sociales se convierten en medios ideales para la difusión por su capacidad de alcanzar grandes audiencias de forma rápida y efectiva. En el sector educativo, las redes sociales pueden ser utilizadas para difundir metodologías didácticas, anunciar eventos escolares, así como para fortalecer los valores y el mensaje institucional. Las redes sociales se convierten en medios ideales para la difusión por su capacidad de alcanzar grandes audiencias de forma rápida y efectiva. En el sector educativo, las redes sociales permiten difundir metodologías didácticas, anunciar eventos escolares, y fortalecer los valores institucionales y el mensaje educativo.

A través de redes sociales como Instagram y Facebook las instituciones pueden compartir contenido de valor, actividades en tiempo real e información relevante para sus públicos. Estas plataformas permiten utilizar diferentes formatos, como imágenes, videos, textos o transmisiones en vivo, lo cual facilita una comunicación más dinámica y accesible dentro del proceso educativo. La correcta utilización de cuentas corporativas también facilita la difusión de información basada en datos reales, lo que convierte estos espacios en fuentes confiables de información sobre la oferta educativa, metodologías de enseñanza y servicios adicionales. Así las instituciones pueden adaptarse a los cambios del mercado actual.

2.4.2. Las redes sociales como estrategia de marketing para la comunicación y fidelización de clientes

Una estrategia de marketing se entiende como el plan puesto en acción en el tiempo más adecuado, para generar el impacto deseado, esto implica, la creación de contenido valioso, significativo y relevante para el grupo objetivo al que se dirige una marca, con el fin de ganar confianza, diferenciarse de la competencia y construir una relación fuerte con la audiencia ideal (Castilla et al. 2023).

Por otra parte, Fontalvo (2021) define a la comunicación como una acción esencial para el éxito empresarial en el entorno digital, especialmente en redes sociales, ya que estas plataformas en la actualidad atraen una audiencia muy amplia. En el mundo digitalizado actual, las acciones en redes sociales son cruciales para cualquier empresa, ya que internet se ha posicionado como una importante fuente de información. Una de las principales ventajas de la comunicación digital es que permite analizar el comportamiento del consumidor. Esto permite a las empresas identificar errores en sus estrategias y realizar ajustes necesarios para adaptarse a las nuevas tendencias mediante la implementación de tácticas creativas para captar la atención del público objetivo.

En cuanto a la difusión en redes sociales, Fontalvo (2021) propone una publicidad no invasiva que se enfoque en generar contenido relevante e interesante que atraiga la atención de los usuarios en lugar de saturarlos con anuncios. La clave estaría en desarrollar mensajes estratégicos que conecten con las emociones de los usuarios sin que estos se sientan abrumados por la publicidad. Para lograrlo se requiere de una comprensión profunda del público objetivo y ofrecerle contenido con valor real, fomentado el desarrollo de una conexión emocional con la marca.

Entre los beneficios del marketing en redes sociales destaca la capacidad para medir resultados. Las empresas tienen la oportunidad de evaluar los resultados de sus campañas y determinar su efectividad analizando las métricas como la tasa de conversión, el engagement y la interacción de la audiencia. Finalmente, la fidelización del cliente se define como la capacidad de una marca para conectar emocionalmente con sus consumidores, incentivando la compra repetitiva, para cumplir con este objetivo es necesario implementar estrategias innovadoras que permitan captar, retener y fidelizar clientes en un mercado altamente competitivo (Fontalvo, 2021).

2.5. Marketing digital educativo

El marketing educativo es una rama del marketing que trata el desarrollo de estrategias orientadas a promocionar los servicios de instituciones educativas. Se debe tener en cuenta que el sector educativo es competitivo lo que aumenta la exigencia en la calidad del servicio que brindan estas instituciones (Altamirano & Cusme, 2022). Por lo tanto, la promoción de la institución debe ir de la mano con un buen servicio, ya que una institución educativa tiene la tarea de suplir una necesidad que tiene una considerable importancia en la sociedad, por lo que es ideal que pueda hacerlo de la mejor manera y pueda complacer a los usuarios.

Altamirano y Cusme (2022) también mencionan cinco aspectos singulares de la educación que influyen en la promoción del servicio educativo: Primero, la intangibilidad, lo que dificulta parcialmente mostrar lo que se quiere vender. Segundo, la inseparabilidad, que se refiere a que, tanto la persona que cumple el rol de docente como el que cumple el rol de estudiante, deben estar presentes de manera obligatoria para que la enseñanza se lleve a cabo. Tercero, la heterogeneidad, ya que ningún docente es igual a otro, aunque enseñen el mismo tema. Cuarto, la caducidad, se trata de los recursos tangibles que se requieren en la educación como muebles para una clase o una plataforma educativa. Quinto, la ausencia de propiedad, la cual señala que el estudiante no adquiere un objeto, sino que disfruta del beneficio del servicio.

2.5.1. Importancia del marketing digital educativo

El marketing digital educativo, actualmente, es considerado una herramienta fundamental porque permite a las instituciones educativas posicionarse en un entorno cada vez más competitivo, donde las familias comparan opciones antes de decidir. El marketing educativo ayuda a destacar los beneficios y la calidad del servicio ofrecido. Más que promocionar trata de construir una relación con el público objetivo, generar confianza y

fortalecer la imagen institucional. En Ecuador las instituciones educativas han tomado esta opción como una estrategia para promocionar sus ofertas educativas, mantener su presencia en el mercado y ampliar su alcance. A pesar de que la educación es un derecho de todos los niños, niñas y adolescentes, las instituciones privadas dependen de la matrícula y una pensión mensual para sostenerse. En este contexto, el marketing digital educativo cumple una función importante en el fortalecimiento de la presencia online y la captación de nuevos estudiantes.

Por su parte, Álvarez et al. (2022) mencionan que el crecimiento en la oferta educativa ha generado una mayor competencia entre las instituciones, lo que crea la necesidad de diferenciarse mediante estrategias innovadoras, que tengan como objetivo la satisfacción del cliente; en este caso, los padres de familia, quienes buscan los mejores servicios educativos para sus hijos. La implementación del marketing educativo como estrategia para la promoción de instituciones educativas fortalece la imagen de marca, mejora la comunicación y permite una segmentación más efectiva, dando como resultado la posibilidad de atraer a nuevos estudiantes, mejorar la rentabilidad y, por lo tanto, el crecimiento de las instituciones educativas. Con este concepto, es importante mencionar que un servicio educativo de calidad es fundamental para que el marketing educativo genere resultados favorables.

2.5.2. Estrategia de marketing para captar estudiantes

Las estrategias de marketing digital abarcan técnicas y herramientas establecidas para hacer crecer la reputación de la institución en el entorno digital y captar la atención de posibles estudiantes, familias, docentes y público en general, así lo manifiestan Caizaluisa et al. (2024). Bajo este contexto, analizar los hallazgos en los resultados de la implementación de las estrategias de marketing indican sí estas estrategias son efectivas para atraer nuevos estudiantes, especialmente las implementadas en redes sociales y basadas en contenido visual.

2.6. Posicionamiento de marca para instituciones educativas

El posicionamiento de marca es clave para el crecimiento de las instituciones educativas, ya que define cómo son percibidas por los padres, estudiantes y la comunidad educativa. Según Mendoza (2025), una institución con una buena identidad digital genera confianza en el mercado educativo, esto se convierte en mayor captación y retención de estudiantes. Un buen posicionamiento de marca en instituciones educativas mejora la reputación y la fidelización de los estudiantes también incrementa la matrícula y la rentabilidad. A través de estrategias de marketing digital enfocadas en la diferenciación e innovación las instituciones pueden posicionarse como referentes en el sector educativo.

2.6.1. Factores que influyen en el posicionamiento educativo

Mendoza (2025) menciona como factores claves para el posicionamiento educativo: la comunicación clara de la misión, visión y valores de las instituciones, lo cual permite construir una identidad sólida. También destaca la importancia de integrar herramientas digitales y metodologías que mejoren la competitividad. Otro factor importante es el uso de redes sociales y publicidad digital para aumentar la visibilidad y atraer nuevos alumnos.

Además, el contenido de valor que incluye testimonios, actividades escolares e información relevante también son factores que actúan en la apreciación de la marca. Sin dejar de lado la importancia de tener un equipo de docentes capacitados y programas actualizados para reforzar la percepción de un servicio educativo de calidad.

2.6.2. El neuromarketing como estrategias para el posicionamiento de instituciones educativas

El neuromarketing se considera una estrategia efectiva de posicionamiento en instituciones educativas ya que permite entender cómo las emociones influyen en la decisión de los padres al elegir una institución. La implementación de neuromarketing permite a las instituciones educativas diseñar mensajes y experiencias que generen una conexión

emocional más profunda con su público. Carrillo, et al. (2022) mencionan que la aplicación de neuromarketing como estrategia de posicionamiento en el ámbito educativo se centra en la importancia de las familias como consumidores directos. Enfatizan que las tácticas de marketing deben dirigirse a cubrir las perspectivas de las familias mediante el trabajo realizado para los estudiantes. De esta forma, el neuromarketing permite identificar oportunidades para establecer sus servicios y atraer nuevos prospectos, además permite identificar las necesidades de las familias para transformar la oferta académica con el propósito de ser más competitivos en el mercado generando en el consumidor un apego emocional y fidelidad.

2.7. Marco conceptual

2.7.1. Marketing digital

Se trata de una rama del marketing que se desenvuelve en el mundo digital. A través de estrategias y técnicas busca promocionar y comercializar productos o servicios en internet. Va de la mano con la innovación tecnológica y los cambios en el mercado (Santamaría et al., 2022).

2.7.2. Marketing de contenidos

El marketing de contenidos se trata de una estrategia que consiste en la creación y publicación de contenidos con la finalidad de atraer y fidelizar a una audiencia en especial. Dichos contenidos deben proporcionar un valor que aporte en algún aspecto de la vida de la audiencia, por ejemplo, informar, entretener o establecer una conexión emocional (Castilla et al., 2023).

2.7.3. Marketing educativo

El marketing educativo es una estrategia que tiene como propósito atraer y retener alumnos a una institución educativa. El marketing educativo no solo se encarga de promocionar la institución sino también de fidelizar a quienes ya forman parte de la

comunidad educativa (Altamirano & Cusme, 2022).

2.7.4. Redes sociales

Las redes sociales son plataformas digitales compuestas por individuos y comunidades que fomentan la interacción directa en base a interés o relaciones en común. Permiten el intercambio de información ilimitada en tiempo real. Por su alta capacidad en el alcance y la rapidez para obtener resultados se han convertido en una herramienta indispensable para las marcas (López, 2024).

2.7.5. Marketing en redes sociales

El marketing en redes sociales es un conjunto de estrategias de marketing digital que reúnen técnicas para difundir contenido en estas plataformas con el propósito de llegar a una audiencia específica, con el objetivo de dar a conocer la marca, aumentar la reputación, generar ventas y aumentar el engagement (Bernal et al., 2023).

2.7.6. Estrategias de marketing

Se definen como métodos de planificación que establecen técnicas y procedimientos diseñados para lograr objetivos comerciales en una empresa u organización en tiempos específicos a corto y largo plazo. Están directamente relacionados con objetivos como: posicionar marca, incrementar oportunidades de negocio, aumentar el alcance de la información (Castilla et al., 2023). Estas acciones se llevan a cabo dentro y fuera de una empresa para llegar a potenciales clientes o comunicar la competitividad de la empresa.

2.7.7. Identidad digital

La identidad digital es la información que una persona u organización proyecta en internet para ser percibida. Esta no está establecida de forma definitiva, sino que se va formando con la interacción bidireccional de las comunidades, el comportamiento digital y el registro de actividades en plataformas digitales, como sitios web, blogs, redes sociales entre otros espacios en línea (Mendoza, 2025). Una identidad digital fuerte inspira confianza y

permite diferenciarse dentro de un mundo digital globalizado generando conexión emocional con la audiencia.

2.7.8. Neuromarketing

Es una disciplina que combina la neurociencia y la psicología del marketing para poder entender cómo los consumidores responden a estímulos publicitarios y cómo el cerebro reacciona para tomar una decisión de compra o generar cercanía con la marca. El objetivo del neuromarketing es crear conexiones emocionales, facilitar la comunicación de contenidos de valor que atraigan a los consumidores e incentivar un vínculo duradero con la marca (Varón et al., 2023).

2.8. Marco legal

2.8.1. Introducción

Con el crecimiento de la tecnología surge la necesidad de extender los derechos humanos a derechos digitales con el objetivo de proteger la seguridad y privacidad de los internautas. Aunque no exista un convenio internacional el Ecuador ha avanzado significativamente para garantizar estos derechos, sin embargo, las nuevas tecnologías han evolucionado junto con nuevas formas de vulnerar las libertades dejando a las personas más expuestas (UNIR, 2022).

2.8.2. Legislación sobre protección de datos y privacidad en Ecuador

La Ley Orgánica de Protección de Datos Personales de Ecuador (LOPD) fue aprobada en mayo de 2021. Esta normativa garantiza el derecho a la seguridad de datos personales y garantiza uso en el entorno virtual, estableciendo, derechos y obligaciones para el tratamiento de datos vulnerables (Asamblea Nacional del Ecuador, 2021). Esto representa una mejora en la confidencialidad de la información dada en línea e integrará al Ecuador con los estándares internacionales en el tema (Enríquez, 2017).

2.8.3. Ley de comercio electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos

Esta ley tiene como objetivo garantizar la validez de la información brindada por medios electrónicos, estableciendo ciertos criterios de autenticidad en los documentos digitales. De la misma forma, regula los contratos que se llevan a cabo en entornos digitales y la comercialización de bienes y servicios a través de medios digitales, procurando la seguridad jurídica para los usuarios de estos sistemas (Asamblea Nacional del Ecuador, 2021).

2.8.4. Código de la Niñez y Adolescencia

En esta ley se establecen los derechos de los niños, niñas y adolescentes a la protección de su imagen, integridad y privacidad personal. Además, reconoce los derechos de los menores a desarrollarse en un entorno seguro. Dado que las instituciones educativas trabajan directamente con este grupo, es una de sus prioridades garantizar su protección integral (Código de la Niñez y Adolescencia, 2003).

CAPÍTULO III.
MARCO METODOLÓGICO
(DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN)

3.1. Tipo de investigación

3.1.1. Según el propósito.

De acuerdo con la clasificación académica establecida sobre los tipos de investigación, el presente proyecto es de carácter descriptivo. El desarrollo de una estrategia de contenido en redes sociales para la promoción de la institución educativa Los Helechos se considera descriptivo porque se va a tomar en cuenta conceptos anteriormente establecidos en el ámbito del marketing, y busca analizar cómo se reflejan en este caso particular. La observación de este fenómeno se alinea con la definición que proponen Hernández et al. (2014), quienes señalan que la investigación descriptiva, tiene como objetivo señalar propiedades y características relevantes sobre un fenómeno o suceso. En la misma línea, Bernal (2010), indica que un estudio descriptivo se centra en explicar cualidades de un individuo, objetos o poblaciones específicas.

Adicionalmente, este proyecto se clasifica como una investigación aplicada, puesto que busca activamente una solución a un problema real de la institución educativa Los Helechos. La naturaleza del presente proyecto encaja con la definición que brinda Castro (2023) sobre la investigación aplicada, que es descrita como la que busca una solución a través de la materialización del conocimiento ya existente, para solucionar o influir sobre un problema delimitado en un contexto específico.

3.1.2. Según la manipulación de las variables

En cuanto a la manipulación de las variables este proyecto es de tipo no experimental, ya que no implica la manipulación deliberada de las variables, sino que se observa el desarrollo del fenómeno en su contexto natural tal como lo define Hernández (2014), quien

establece que en las investigaciones no experimentales se busca entender el desarrollo de un fenómeno sin la intervención directa en las variables involucradas.

3.1.3. Según el tiempo de duración

De acuerdo con el tiempo de duración se trata de un estudio transversal que, siguiendo lo expuesto por Manterola et al. (2023) se entiende como el estudio de la recopilación de datos de un evento de interés o población objeto de estudio, en un punto temporal específico o un periodo de tiempo delimitado.

3.2. Enfoque

El enfoque de este proyecto es cuantitativo, ya que se basa en la recolección y análisis de datos obtenidos a través de una encuesta. Esto coincide con Barreto y Lezcano (2023), quienes describen que este enfoque permite obtener datos confiables sobre cómo se manifiesta un evento o fenómeno. Este enfoque se destaca por el uso de encuestas, análisis estadísticos, cuestionarios y técnicas similares que arrojen datos confiables.

3.3. Herramientas metodológicas

Para este proyecto, se utilizó como herramienta metodológica el diseño de una estrategia de contenido para redes sociales, direccionada específicamente a la plataforma Instagram. Esta estrategia tiene como objetivo mejorar la visibilidad de la institución educativa Los Helechos, resaltando sus valores institucionales y proporcionando lineamientos claros que faciliten la gestión, publicación y planificación del contenido en dicha red social.

3.4. Técnicas

3.4.1. Encuesta

De acuerdo con Medina et al. (2023) la encuesta “se trata de una herramienta versátil y accesible que permite a los investigadores obtener información sobre comportamientos, actitudes, opiniones y demografía de una población objetivo” (pág. 23). Por tal motivo, en el presente proyecto se aplicó una encuesta dirigida a la comunidad educativa, con el fin de

obtener datos demográficos, características, preferencias y nivel de reconocimiento de la institución. La información recolectada fue fundamental para definir el público objetivo y definir el buyer persona. Para el diseño y aplicación de la encuesta se utilizó la herramienta Google Forms.

Título: Percepción de las instituciones educativas preescolares en el Valle de Los Chillos

Descripción: Queremos conocer tus preferencias sobre los contenidos en redes sociales de las instituciones preescolares.

1. ¿Cuál es tu edad?

2.Antes de elegir un preescolar, ¿Qué medios consultas para obtener información? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- Redes sociales
- Página web oficial
- Recomendaciones de conocidos
- Visitas presenciales a las instalaciones
- Publicidad en medios tradicionales (radio, folletos, prensa)
- Otro

3. ¿Qué aspectos valoras más al elegir un preescolar? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- Seguridad y bienestar de los niños
- Calidad educativa y metodología de enseñanza
- Atención y comunicación con los padres
- Infraestructura y materiales educativos
- Actividades extracurriculares
- Costo y facilidades de pago

- Recomendaciones de familiares o amigos
- Otro

4. ¿Conoces la institución CEI Los Helechos?

- Si
- No

5. ¿Cuál es tu relación con la institución?

- Padre/madre de familia
- Personal Administrativo
- Docente
- Residente cercano a la institución
- No aplica

6. ¿Cuánto tiempo dedicas a Instagram en promedio al día?

- Menos de 1 hora
- 1 a 2 horas
- 2 a 3 horas
- Más de 3 horas

7. ¿Qué formato prefieres ver en Instagram?

- Reels
- Historias
- Carruseles
- Publicaciones

8. ¿Qué días usas Instagram con mayor frecuencia? Selecciona todos los que correspondan.

- Lunes
- Martes

- Miércoles
- Jueves
- Viernes
- Sábado
- Domingo

9. ¿Sigues la cuenta de Instagram de la institución?

- Si
- No

10. ¿Con qué frecuencia interactúas con la cuenta de Instagram de la institución?

- Siempre
- A veces
- Rara vez
- Nunca

11. ¿Cómo interactúas con el contenido? (Puedes elegir más de una respuesta)

- Doy "me gusta"
- Comparto el contenido
- Comento las publicaciones
- Guardo las publicaciones
- Respondo a las historias
- No interactúo

12. ¿Qué características consideras más importantes que la institución proyecte en su cuenta de Instagram? (Puedes elegir más de una respuesta)

- Profesionalismo
- Seguridad
- Calidad Educativa

- Cercanía y calidez
- Valores y formación integral
- Comunidad unida
- Innovación y creatividad

13. ¿Qué tipo de contenido te interesaría ver más en la cuenta de Instagram de la institución? (Puedes elegir más de una respuesta)

- Noticias y anuncios importantes
- Actividades escolares y eventos
- Consejos educativos y tips para padres
- Información sobre matrículas, inscripciones y requisitos
- Otros

14. ¿Cómo calificarías el contenido publicado en la cuenta de Instagram del C.E.I. Los Helechos.

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo
- No aplica

15. ¿Qué imagen crees que proyecta la institución a través de sus publicaciones en Instagram? (puedes elegir más de una opción)

- Innovadora y moderna
- Cercana y accesible
- Seria y tradicional
- Lejana o poco conectada con la comunidad
- No aplica

3.5. Estudios iniciales



Figura 1. Organizador gráfico de variable dependiente



Figura 2. Organizador gráfico de variable independiente

Tabla 1. Matriz de operacionalización de las variables

Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores/Preguntas	Instrumento
Variables: Estrategia de contenido para redes sociales. Es un plan bien estructurado que establece la creación, difusión y gestión del contenido en una red social. Según lo explica Branding (2021) esta estrategia cumple con el objetivo de fomentar interacción y fidelización de grupos de usuarios de interés en plataformas digitales. Lo que aumenta la visibilidad y	¿Quiero saber el efecto que tiene una estrategia de contenido en redes sociales en la promoción de una institución educativa? ¿Cómo se manifiesta el impacto de una estrategia de contenido en redes sociales en la promoción de una institución educativa?	Publicitariamente el impacto de una estrategia de contenido en redes sociales se manifiesta concretamente en: • Visibilidad • Interacción Psicológicamente el impacto de una estrategia de contenido en redes sociales	Dimensión Psicológica: Encuesta Dimensión Publicitaria: Métricas de redes sociales

reconocimiento de las marcas en un mercado cada vez más competitivo. Promoción de una institución educativa. Es la implementación de estrategias de comunicación y marketing direccionadas a atraer nuevos estudiantes, fidelizar los existentes y fortalecer la imagen institucional dentro del sector educativo. Como lo manifiestan Grajales et al. (2020) este recurso busca reforzar la relación de las instituciones con los estudiantes y sus familias y ofrecer servicios acordes a las necesidades del mercado actual, mediante una comunicación digital optimizada.	El impacto de una estrategia de redes sociales en la promoción de una institución educativa se manifiesta en la siguiente dimensión: • Publicitaria • Psicológica	se manifiesta concretamente en: • Percepción de marca Para esta dimensión es necesario realizar preguntas como: ¿Has escuchado hablar de la Institución Educativa Los Helechos? (Sí) (No)

Tabla 2. Criterios de inclusión y exclusión

Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
Personas mayores a 18 años.	Personas menores a 18 años.
Persona que forman parte de la comunidad educativa de Los Helechos.	Personas que no tengan ninguna relación con la comunidad educativa de Los Helechos.
Personas que acepten participar en encuestas.	Personas que no aceptan participar en las encuestas.
Personas que residan en el mismo sector de la institución.	Persona que no residan en el sector de la institución.

3.5.1. Muestreo

En el presente proyecto, se empleó un muestreo no probabilístico por conveniencia y de tipo deliberado, conforme a lo señalado por Hernández et al. (2021), quienes indican que este tipo de muestreo se basa en la elección intencional por parte de los investigadores, sobre los participantes, tomando en cuenta la relación y el conocimiento que aporten al desarrollo del estudio que se lleva a cabo. En este contexto, se utilizó una muestra convencional formada por 21 usuarios que siguen, interactúan con publicaciones en redes sociales o forman parte activa de la comunidad educativa de Los Helechos. Se incluyeron a padres de familia y docentes vinculados con la institución, con el propósito de obtener información relevante y específica para el desarrollo del proyecto.

CAPÍTULO IV.
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis de resultados

Pregunta 1.- ¿Cuál es tu edad?

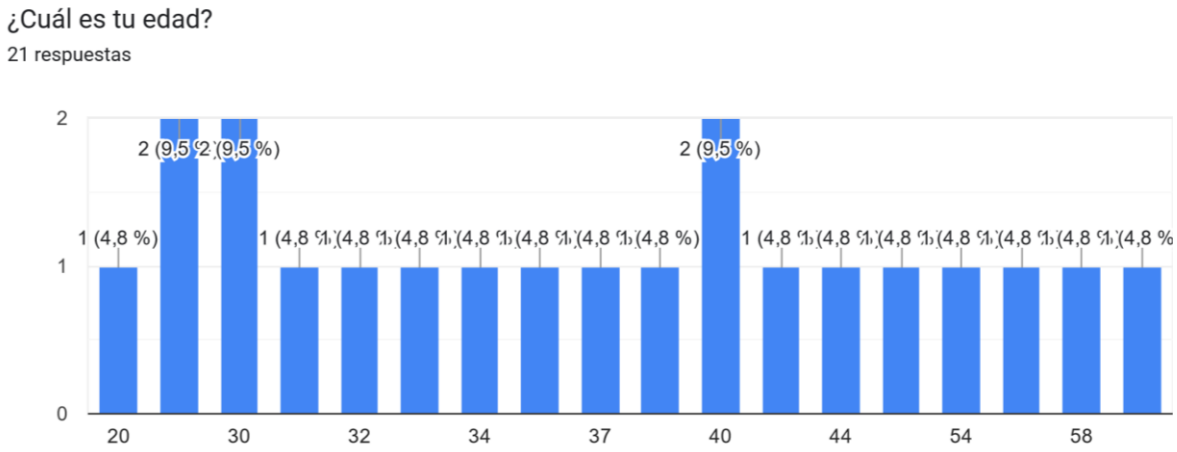


Figura 3. Edad

Los resultados obtenidos a través de la encuesta muestran un amplio rango etario entre los participantes que van desde 20 a 63 años. Se puede observar que un 5% de encuestados tiene menos de 25 años, el 40% se encuentran el rango de 25 a 35 años; el 35% en el rango de 35 a 44 años; el 10% corresponde al rango de 45 a 54 año, y el 10% restante tiene 55 años o más.

Con base en estos resultados, se concluye que el 75%de los encuestados corresponden a un rango de 25 a 44 años, es decir, adultos jóvenes y de mediana edad quienes en su mayoría corresponden a padres de familia responsables de las decisiones sobre la educación para sus hijos. Por consiguiente, la estrategia de contenido para la red social Instagram debe dirigirse a padres jóvenes adoptando un tono de comunicación profesional, cercano y empático abordando temas de interés relacionados con la educación inicial.

Pregunta 2.-Antes de elegir un preescolar, ¿Qué medios consultas para obtener información? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

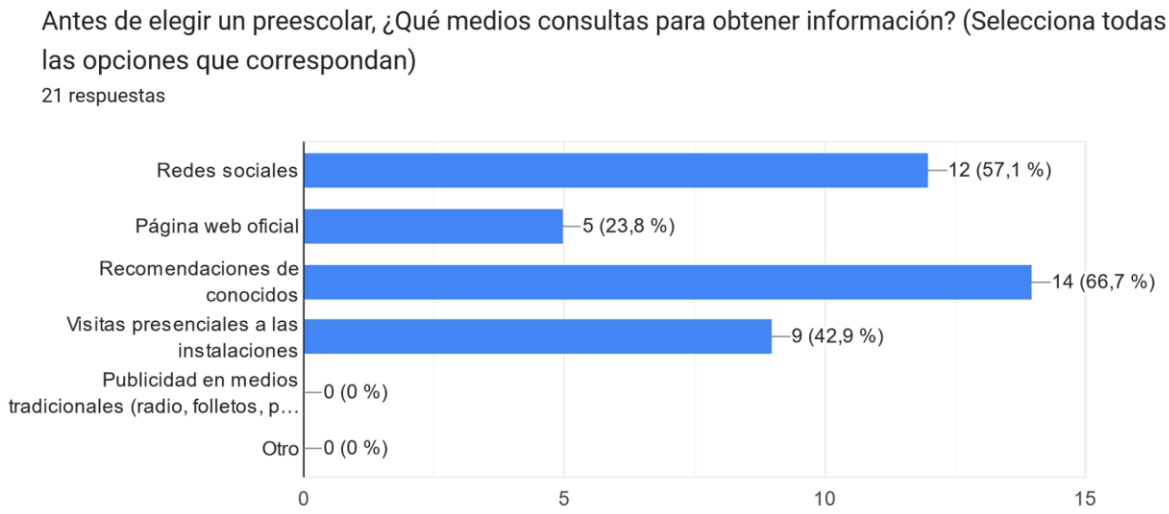


Figura 4. Medios de información

Las respuestas a esta pregunta demuestran que la mayoría de encuestados, un 66,7%, considera que las recomendaciones de personas conocidas son el factor con mayor influencia al momento de elegir una institución preescolar. En segundo lugar, un 57, 1% de los encuestados, señalan que las redes sociales juegan un papel importante para obtener información sobre una institución preescolar antes de elegir. En tercer lugar, 42,9% de los participantes de la encuesta señalaron las visitas a las instalaciones como relevantes para elegir una institución. Una minoría considera que la página web oficial de la institución es una fuente de información relevante antes de elegir una preescolar. Finalmente, ningún encuestado tomó en cuenta la publicidad en medios tradicionales.

Estos resultados reflejan que el boca a boca es la fuente de información más segura para los padres, no obstante, se evidencia una clara preferencia por opciones digitales frente a los medios tradicionales para investigar opciones de instituciones educativas, esto respalda la

necesidad de desarrollar una estrategia de contenido que posicione a Los Helechos frente a su público ideal generando confianza y credibilidad, a través de contenido que muestre referencias positivas. Además, es importante fortalecer la comunidad educativa para incentivar el boca a boca.

Pregunta 3.- ¿Qué aspectos valoras más al elegir un preescolar? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

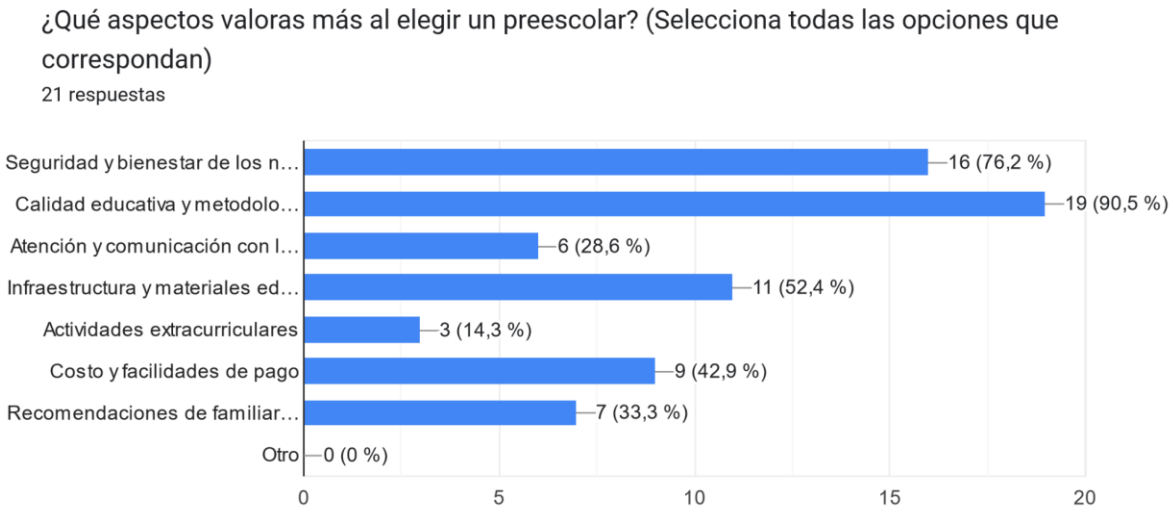


Figura 5. Aspectos de valor en un preescolar

Con respecto a las características más valoradas al momento de elegir una institución preescolar, un 90, 5%, de los encuestados indicó que la calidad educativa y las metodologías de enseñanza son los aspectos más relevantes. Una cantidad considerable de participantes, 76%, destacó la seguridad y bienestar de los niños. Por su parte, el 52,4% valora la infraestructura y los materiales educativos. Así mismo, el 42,9% de los participantes consideran importante el costo y facilidades de pago, mientras que, el 28,6% valoran la atención y comunicación con los padres. Y en menor medida los participantes,14,3%, consideran valiosas las actividades extracurriculares en su proceso de decisión.

Estos resultados sugieren que la estrategia de contenido para redes sociales debe enfocarse en resaltar las metodologías educativas innovadoras, los logros académicos y la calidad del servicio. Además, es crucial visibilizar el compromiso con la seguridad del ambiente institucional. No se debe dejar de lado la importancia de la comunicación efectiva con las familias.

Pregunta 4.- ¿Conoces la institución CEI Los Helechos? (Si respondiste NO, no debes continuar con la encuesta)

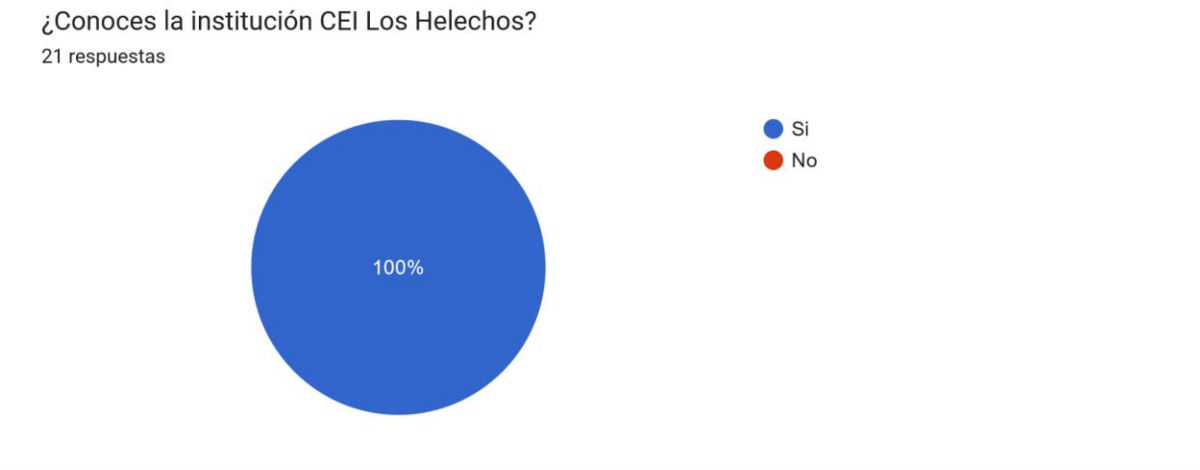


Figura 6. Conocimiento de la institución

Todos los participantes de la encuesta manifestaron que conocen la institución educativa, lo cual es coherente dado que se trata de personas que mantienen alguna conexión con la institución. Sin embargo, como se evidencia en los resultados a continuación, no todos los encuestados siguen a Los Helechos en la red social Instagram. Este hallazgo plantea un reto principal: trabajar estrategias que fortalezcan la fidelización y la percepción positiva por quienes ya conocen o pertenecen a la comunidad educativa.

Pregunta 5.- ¿Cuál es tu relación con la institución?

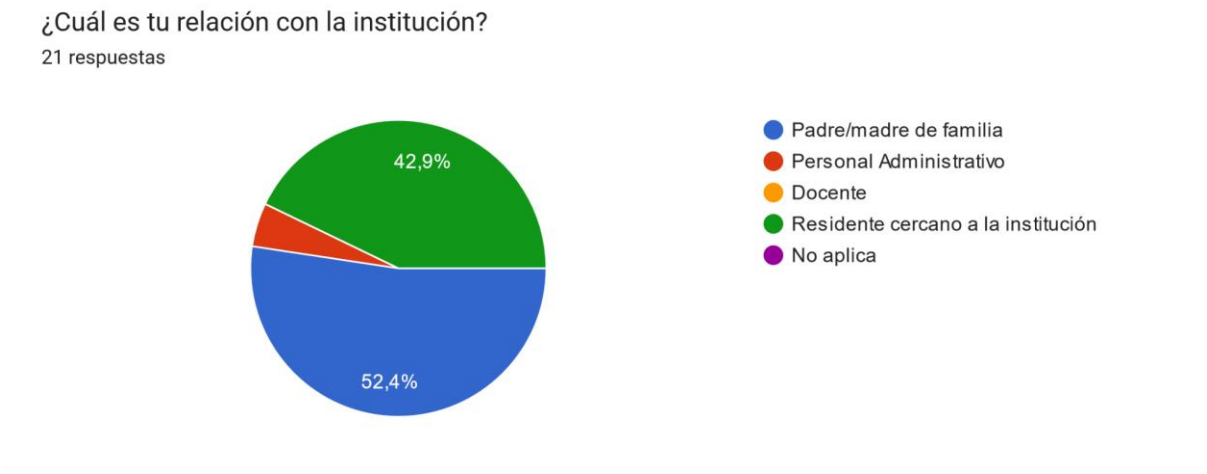


Figura 7. Relación con la institución

El 52,4% de encuestados se identifican como padres o madres de familia, un 42,9% como residentes cercanos a la institución y solamente el 4.8% se trata de personal administrativo. La encuesta fue difundida en las redes sociales de Los Helechos y mediante correo electrónico a los contactos incluidos en la base de datos de la institución. La participación de los padres de familia permitió obtener información directa sobre preferencias y percepciones lo cual es fundamental para estructurar una estrategia de contenido en Instagram. El grupo catalogado como residentes cercanos a la institución son considerados por la administración de Los Helechos como un grupo de clientes potenciales o referentes en la comunidad lo cual es relevante para ampliar el alcance de la comunidad.

Pregunta 6.- Cuánto tiempo dedicas a Instagram en promedio al día?

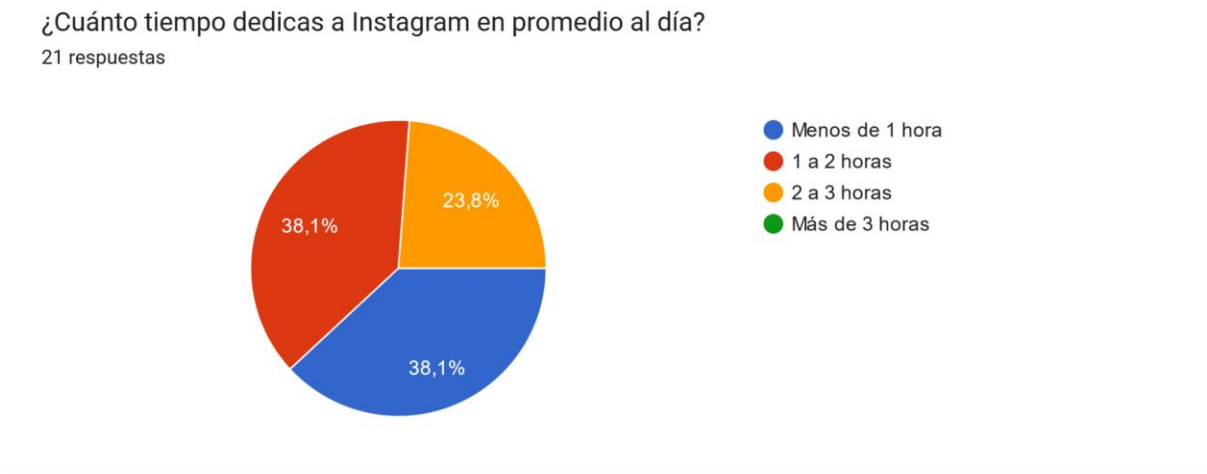


Figura 8. Tiempo en Instagram

El 38,1% de los participantes de la encuesta indican que le dedican menos de una hora a Instagram en el día. El mismo porcentaje de encuestados señala que le dedica de una a dos horas. Y el 23.8% de encuestados señala que le dedica de 2 a 3 horas a Instagram cada día. Lo que refleja que Instagram es una plataforma relevante para el público objetivo con un tiempo considerable de uso diario, esto muestra una oportunidad de captar su atención.

Pregunta 7.- ¿Qué días usas Instagram con mayor frecuencia?

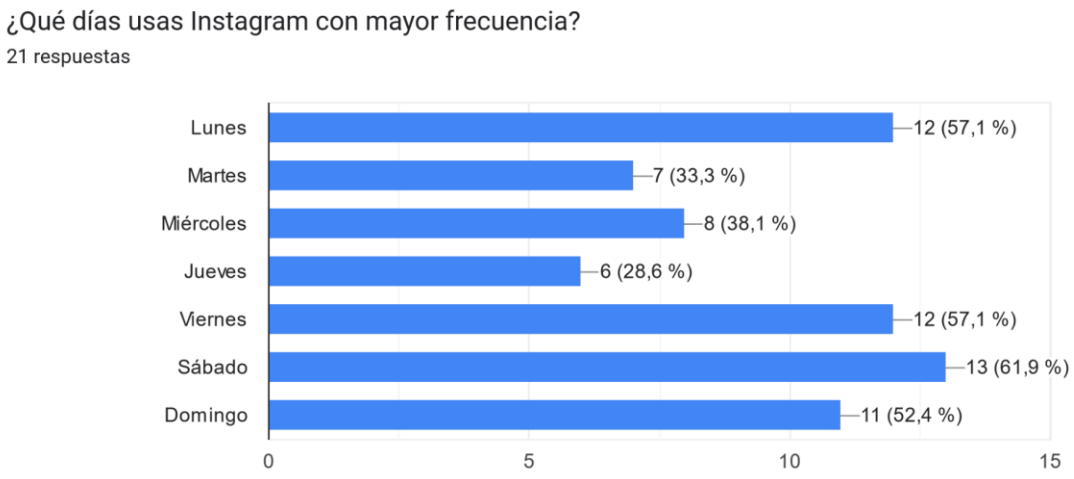


Figura 9. Días de uso de Instagram

De acuerdo a los resultados obtenidos en esta encuesta los participantes usan Instagram con mayor frecuencia los días sábado, lunes y viernes. También el domingo tiene una actividad importante. Los días martes, miércoles y jueves reportaron menor actividad al usar Instagram. Los datos recogidos sugieren que los días ideales para publicar son: sábado, lunes y viernes, y en menor frecuencia, el miércoles y domingo, por lo que en la estrategia de contenido debe tomar en cuenta estos días para realizar las publicaciones.

Pregunta 8.- ¿Qué formato prefieres ver en Instagram?

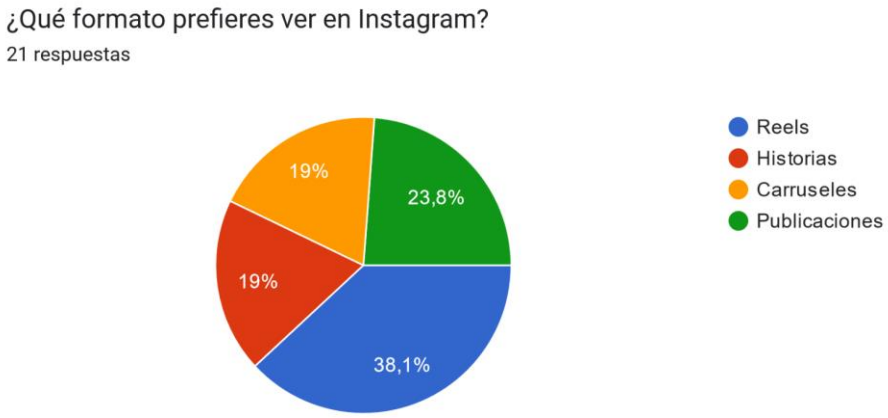


Figura 10. Formato de preferencia

Un 38.1% de participantes de esta encuesta prefieren ver reels, el 23,8% prefieren publicaciones, el 19% prefieren historias y el 19% restante prefieren Carruseles. Los resultados sugieren que una de las mejores formas para captar la atención de padres y la audiencia en general es mediante reels, seguido de historias y carruseles. Las publicaciones se pueden usar de manera complementaria en la estrategia de contenido.

Pregunta 9.-¿Sigues la cuenta de Instagram de la institución

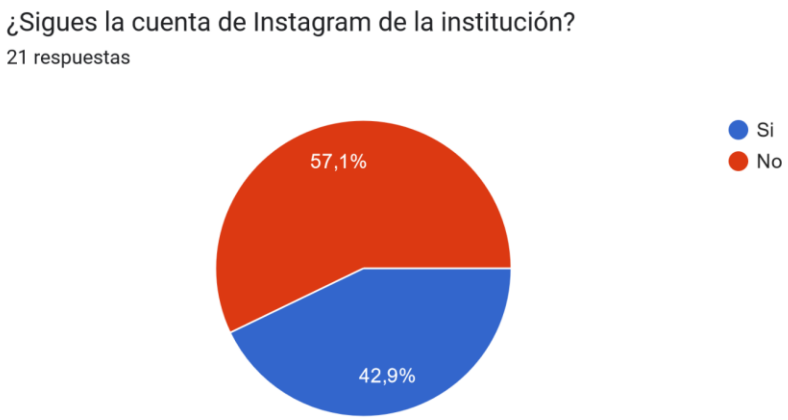


Figura 11. Seguimiento de cuenta

El 42.9% de encuestados señalan que sigue en la cuenta de Instagram de la institución preescolar Los Helechos. Y el otro 57.1% de participantes indican que no. Estos resultados evidencian que incluso hay padres de familia que están conectados con la cuenta de Instagram de la institución. La cantidad reducida de seguidores puede deberse a diferentes razones, por lo que es importante que la estrategia de contenido promueva el seguimiento con llamado de atención y con contenidos interesantes. Además, se puede incentivar a los padres de familia a seguir la cuenta de Instagram de la institución por otros medios, como por ejemplo boletines físicos o digitales enviados por WhatsApp para reforzar la presencia digital de la institución.

Pregunta 10.- ¿Con qué frecuencia interactúas con la cuenta de Instagram de la institución?

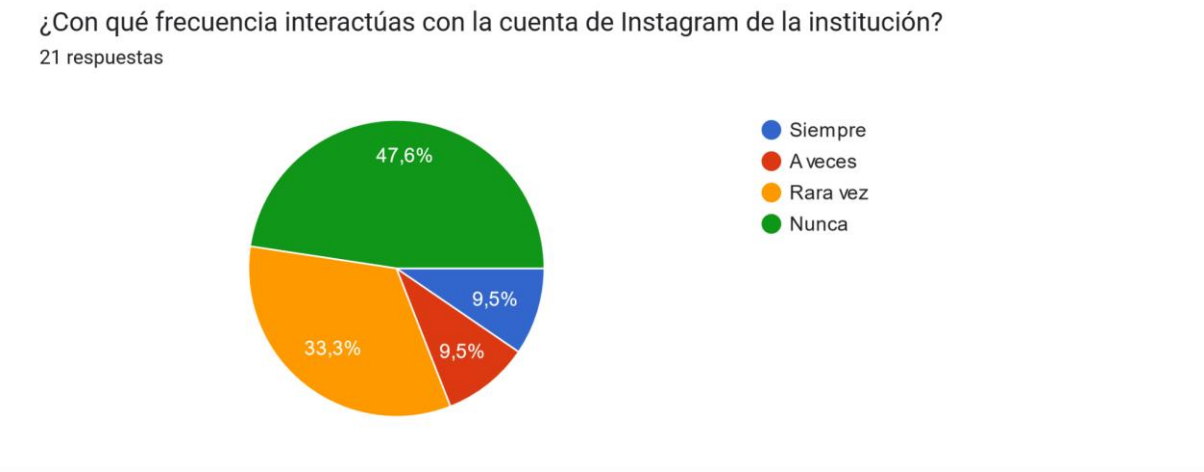


Figura 12. Frecuencia de interacción

Un 9,5% de encuestados reportan que interactúa siempre con los contenidos de la cuenta de Instagram, el 33% de los encuestados interactúan rara vez, el 9,5% interactúa a veces. Un 47,6% de los participantes indican que no interactúan con la cuenta de Instagram de Los Helechos.

A pesar de que algunas personas, que son padres y madres de familia, no siguen la cuenta de Instagram de la institución, hay momentos en los que interactúan con el contenido. Los resultados apuntan a que hay una baja frecuencia de interacción, lo que sugiere que el contenido no está generando el impacto deseado en la audiencia. Para tratar este punto la estrategia de contenido debe usar formatos de contenido atractivo, incorporar llamados a la acción, y enfocarse en contenido que pueda resonar emocionalmente con la audiencia.

Pregunta 11.- ¿Cómo interactúas con el contenido? (Puedes elegir más de una respuesta)

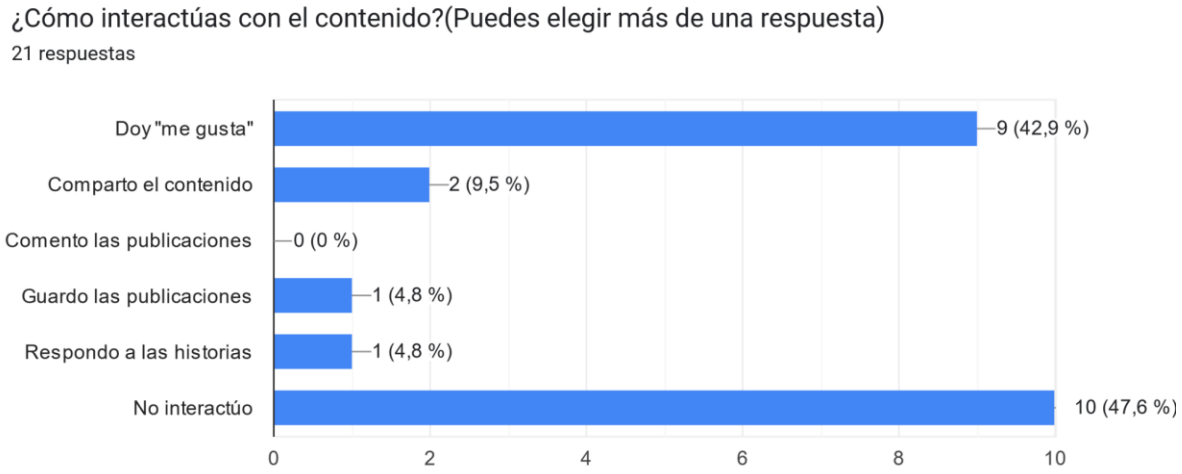


Figura 13. Forma de interacción con el contenido

Los resultados de la encuesta indican que las persona que interactúan con el contenido de la cuenta de Instagram, lo hace de la siguiente manera, un 42,9% indican que dan “me gusta”, 9,5% indica que comparte el contenido, el 4,8% indica que guarda publicaciones y otro 4,8% indica que responde a historias. Ningún participante indica que comente las publicaciones. Esto sugiere que la principal forma de interacción es “dar me gusta” es decir que los encuestados consumen contenido, pero no generan conversación. Las acciones de guardar y compartir son muy bajas esto implica que el contenido es considerado agradable, pero no genera una conexión emocional suficiente. Bajo estos datos el contenido debe tener el objetivo de generar mayor interacción con la incorporación de CTAs.

Pregunta 12.- ¿Qué características consideras más importantes que la institución proyecte en su cuenta de Instagram? (Puedes elegir más de una respuesta)

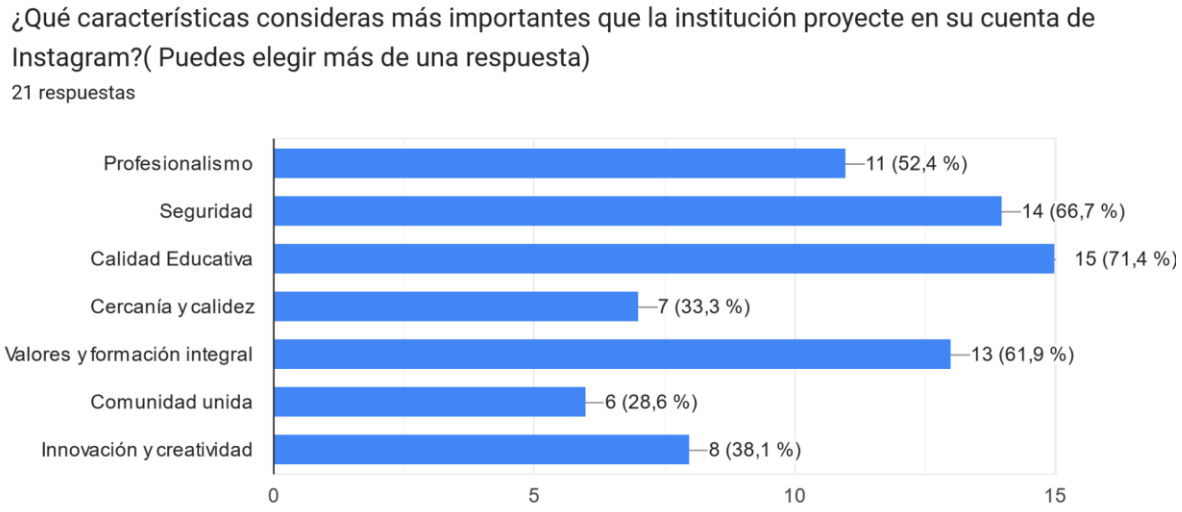


Figura 14. Características más importantes

El 71,4% de los encuestados indican que una de las características más importantes que una institución preescolar debe proyectar en Instagram es la calidad educativa. El 66,7% de los encuestados también señalaron que la seguridad es importante, y el 61,9% considera fundamental los valores y formación integral. Esto muestra que los encuestados buscan un espacio educativo de calidad, confiable y formativo por lo que las publicaciones deben dirigirse a mostrar excelencia académica, ambientes seguros y valores en todo el contenido.

Pregunta 13.- ¿Qué tipo de contenido te interesaría ver más en la cuenta de Instagram de la institución? (Puedes elegir más de una respuesta)

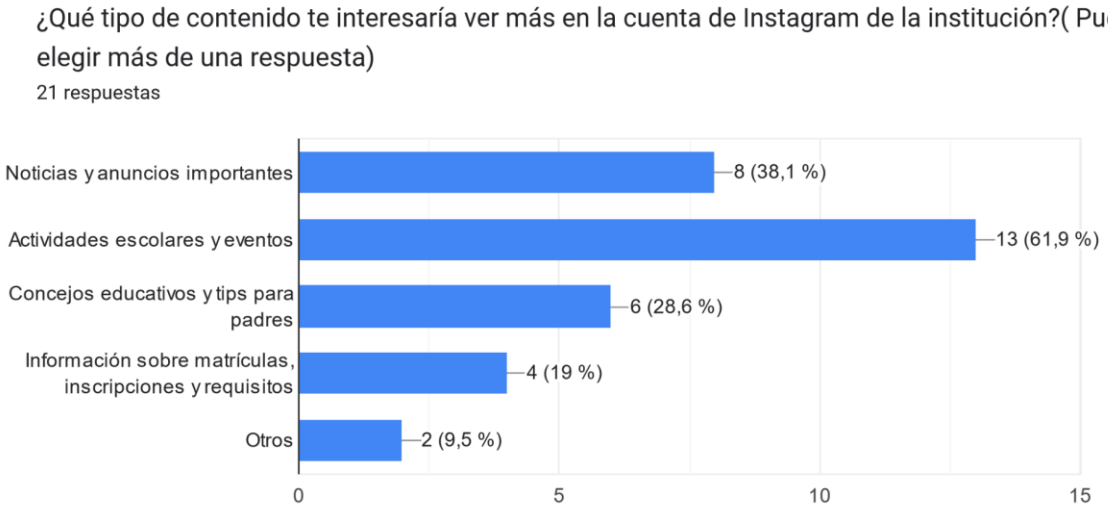


Figura 15. Tipo de contenido

El 61,9% de encuestados señala que les interesaría contenidos sobre actividades escolares y eventos. El 38,1% de participantes muestra interés por contenidos sobre noticias y anuncios importantes. El 28,6% señala su interés sobre consejos educativos y tips para padres. Un 19% señala interés por información sobre matrículas, inscripciones y requisitos. Finalmente, un 9,5% señala que le interesaría otro tipo de contenidos.

Estos resultados muestran que lo más atractivo es ver a los niños en sus actividades del día a día, esto podría deberse a que eso genera emociones y demuestra el trabajo educativo. En este caso Los Helechos cuenta con la autorización de los representantes legales de los niños para el uso de su imagen, de modo que no se vulnera el derecho a la privacidad de los menores. Asimismo, es importante mantener a los padres informados, lo que muestra una oportunidad para humanizar la marca con el contenido. Los consejos para padres puede ser un tema complementario.

Pregunta 14.- ¿Cómo calificarías el contenido publicado en la cuenta de Instagram del C.E.I.

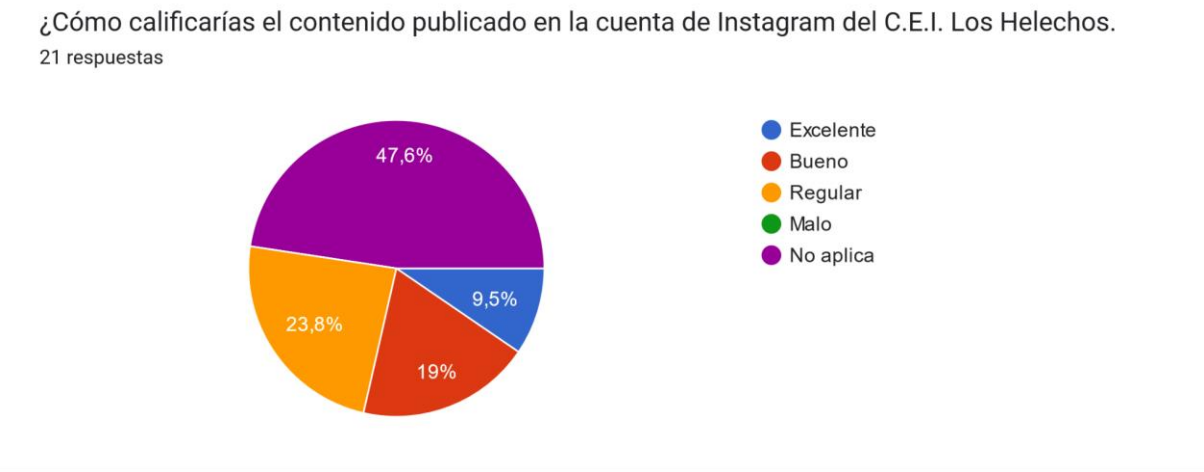


Figura 16. Evaluación de contenido

Un 23,8% de los participantes califica el contenido actual de la cuenta de Instagram de Los Helechos como regular, el 19% lo califica como bueno, y el 9,5% lo califica como excelente. El 47,6% de los encuestados que no califican se trata de quienes no siguen la cuenta. Estos resultados sugieren que hay muchas áreas de mejora en la estrategia para hacerla más atractiva, especialmente en la calidad y relevancia del contenido.

Pregunta 15.- ¿Qué imagen crees que proyecta la institución a través de sus publicaciones en Instagram? (puedes elegir más de una opción)

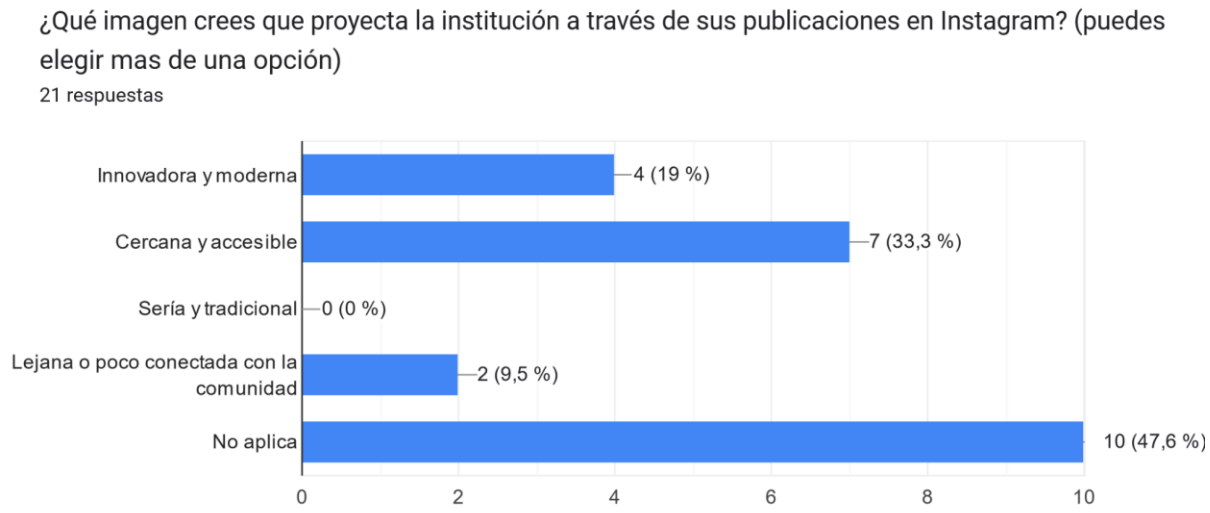


Figura 17. Imagen de la institución

El 33,3% de participantes señalan que Los Helechos se muestra como una institución cercana y accesible, esto representa una fortaleza importante en la comunicación. El 19% indica que demuestra una imagen innovadora y moderna, este aspecto es positivo, indica que hay oportunidad de mejorar. El 9,5% la percibe como lejana y poco conectada con la comunidad, aunque es muy poco debe tomarse en cuenta. El 47,6% de los encuestados que no indicaron su percepción, se trata de quienes no siguen la cuenta, lo que sugiere que casi la mitad de los encuestados no está conectada con la institución.

Esto resalta la necesidad de mejorar la estrategia de atracción y fidelización para mejorar la percepción de la institución e incrementar el número de seguidores conectados emocionalmente.

4.2. Interpretación de resultados

Los datos recogidos en la encuesta muestran que la comunidad del Valle de los Chillos, donde se encuentra ubicado el C.E.I. Los helechos, conoce la institución; sin embargo, existe una escasa conexión emocional a través de sus redes sociales, especialmente Instagram. La calidad educativa y la seguridad de los niños son los más valorados por los encuestados, por lo que estos aspectos deben reflejarse en el contenido. Además, los datos reflejan que durante el inicio y fin de semana son espacios ideales para programar las publicaciones, ya que el mayor consumo de Instagram ocurre en estos días. Por otro lado, la interacción activa es muy baja, por lo que se requiere la implementación de una estrategia con contenido dinámico e interactivo, con CTAs, que incentive la participación de la audiencia. Se identificó que las recomendaciones de personas cercanas y el contenido natural y auténtico son claves para la toma de decisiones de los padres y cuidadores.

4.3.Discusión

Es claro que hay un reconocimiento de marca por parte de los encuestados, sin embargo, esta percepción no se refleja en la cuenta de Instagram de C.E.I. Los Helechos, lo cual se demuestra en los bajos niveles de interacción. Esto representa una oportunidad para fortalecer la identidad digital mediante una estrategia de contenido más dinámica e interactiva, alineada con los valores de la institución. Los testimonios y actividades escolares deben demostrar la calidad educativa, la seguridad y los valores formativos de la institución. Por ello, es crucial impulsar la participación activa con CTAs efectivos, así como el uso de storytelling emocionales que generan conexión emocional con los padres y cuidadores. Además, es indispensable la evaluación constante de las publicaciones, lo que permitirá ajustar la estrategia para mejorar el engagement y construir una comunidad activa y comprometida.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

El marketing digital como herramienta de crecimiento para instituciones y negocios es fundamental, por su alcance y organización, lo que permite obtener información en tiempo real, elementos que no están presentes en el marketing tradicional. Las redes sociales permiten conectar emocionalmente con las audiencias, optimizan la difusión y propagación del contenido y fortalecen el reconocimiento de la marca, lo que se traduce en mayor visibilidad y mejora en la interacción con el público.

En el caso de la institución educativa Los Helechos implementar una estrategia de contenido basada en ejes comunicacionales resulta fundamental para transmitir su propuesta de valor. Se evidenció que el contenido que muestra las actividades escolares de los niños genera una conexión emocional significativa con los padres o futuros miembros de la comunidad educativa.

Aunque las redes sociales como medio de información al momento de buscar una institución de educación inicial son decisivas para los padres de familia, el boca a boca sigue siendo la mayor fuente de referencia en el caso de Los Helechos, lo que resalta la necesidad de combinar estrategias tradicionales y digitales.

En cuanto a los formatos el video marketing en reels es el más eficaz al momento de captar la atención de la comunidad mientras que las historias y carruseles son complementarios para la estrategia.

La correcta identificación del buyer persona permitió diseñar una estrategia de contenido enfocada en complacer las necesidades y preferencias del público objetivo de Los Helechos.

Es fundamental que Los Helechos cuente con un plan de contenido que refleje sus valores institucionales, resaltando la calidad educativa, formación integral y la seguridad que

son aspectos muy importantes para la audiencia. El contenido debe ser coherente, atractivo y emocional para fortalecer la imagen institucional y generar confianza en la comunidad.

Finalmente, una guía de recomendaciones fundamentada con datos reales, como los obtenidos en la encuesta y en el análisis de la interacción del público de los Helechos en su cuenta de Instagram permite a la institución implementar una estrategia sólida, orientada a mejorar la presencia digital y fortalecer la relación con el público objetivo.

Recomendaciones

Se sugiere implementar la estrategia de contenido propuesta en este proyecto y evaluar constantemente su impacto e identificar oportunidades de mejora.

Utilizar imágenes y videos que reflejen los valores de la institución manteniendo los colores institucionales establecidos, transmitiendo mensajes claros y emotivos.

Programar las publicaciones los días lunes, viernes y sábado ya que estos presentan una mayor probabilidad de interacción por parte del público de Los Helechos.

Incluir llamados a la acción (Call to action) en todas las publicaciones, realizando preguntas que inviten a los usuarios a respuestas en los comentarios, así como dinámicas con encuestas en historias para fomentar la interacción. Ejemplos:

- "¿Te gustaría aprender más? Déjanos un comentario "
- "Inscripciones abiertas, ¡no te quedes fuera!"
- "¿Buscas el mejor centro educativo para tu hijo? ¡Contáctanos!

Difundir testimonios de padres satisfechos con la calidad educativa y el progreso formativo de sus hijos a través de videos cortos que muestran las actividades realizadas por los niños.

Incentivar las visitas presenciales a la institución por medio de publicaciones que destacan la infraestructura y las metodologías educativas.

Evaluar constantemente el resultado de la implementación de la estrategia en busca de oportunidades de mejora con el fin de optimizar la presencia digital de la institución y fortalecer la conexión con su comunidad educativa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguirre, J. L. (2011). Introducción al análisis de redes sociales. Documentos de Trabajo del Centro Interdisciplinario para el Estudio de Políticas Públicas, 82(2), 1-59.

Altamirano Pazmiño, M. R., & Cusme Vélez, L. F. (2022). Marketing educativo como estrategia en el sector educativo. *Revista Científica FIPCAEC*. ISSN: 2588-090X. Polo de capacitación, investigación y publicación (POCAIP), 7(1), 24-34. https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/580

Álvarez, C. A. E., Álvarez, J. C. E., & Erazo, E. J. V. (2022). Innovación y el marketing digital educativo. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 7(1), 925-949.

Asamblea Nacional del Ecuador. (2021). *Ley Orgánica de Protección de Datos Personales.* https://www.finanzaspopulares.gob.ec/wp-content/uploads/2021/07/ley_organica_de_proteccion_de_datos_personales.pdf

Asamblea Nacional del Ecuador. (2021). *Ley de comercio electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos*. https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/Ley-de-Comercio-Electronico-Firmas-y-Mensajes-de-Datos.pdf&ved=2ahUKEwjw1ObqpZSNAxXNSTABHaPwKXUQFnoECBgQAQ&usg=AOvVaw3MnJlerDh4Az1hHwVw3bku

Barreto Ascona, J. I., & Lezcano Mencia, A. (2023). Análisis y fundamentación de los diseños de investigación: explorando los enfoques cuantitativos, cualitativos y mixtos basados en Creswell & Creswell (2018). *Revista UNIDA Científica*, 7(2), 110–117.

https://revistacientifica.unida.edu.py/publicaciones/index.php/cientifica/article/view/179

Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación* (3.a ed.). Pearson.

Bernal González, I., Barboza Alonso, A. M., & Flores Flores, A. J. (2023). Las redes sociales como estrategia de marketing digital: Un análisis bibliométrico. *Vinculatégica EFAN*, 9(6), 16-30. https://repositorio.cun.edu.co/handle/cun/7384

Branding, M. (2021). *Marketing en redes sociales 2021* (M. Donato, Trad.). Babelcube Inc.

Caizaluisa Naranjo, D. R., Cóndor Chano, B. S., Gómez Torres, J. B., Vinueza Burgos, F. D., & Casagallo Lugmaña, E. M. (2024). Aplicación de estrategias de marketing digital para atraer a estudiantes en educación superior. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 8*(4), 6533-6555. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i4.12848

Carbache Mora, C., Carvajal Zambrano, V., & Vera Jama, J. C. (2020). Contribución del marketing de contenidos para el mejoramiento de la imagen publicitaria de la unidad educativa Pinceladas, en Leonidas Plaza, cantón Sucre, Manabí, 2019. *Estrategas,* ISSN: 2550-6870, 7. https://marketing.udla.edu.ec/ojs/index.php/estrategas/article/view/215

Carrillo Muñoz, Y., García Álvarez, A. D., & De Paola García, Y. A. (2022). El neuromarketing. Una estrategia de posicionamiento en instituciones educativas. Publicaciones e Investigación, 16(3). https://doi.org/10.22490/25394088.6485

Castilla, R., Mccolm, F., & Carhuayo, C. (2023). Estrategias de marketing de contenidos y su efecto en la percepción de marca de emprendimientos digitales. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(1), 10526-10541. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i1.5232

Castro Maldonado, J. J., Gómez Macho, L.K., & Camargo Casallas, E. (2023). La investigación aplicada y el desarrollo experimental en el fortalecimiento de las competencias de la sociedad del siglo XXI. *Tecnura, 27*(75), 140-174. https://doi.org/10.14483/22487638.19171

Código de la Niñez y Adolescencia. (2003). https://www.igualdad.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/11/codigo_ninezyadolescencia.pdf

Consejo Nacional de Planificación del Ecuador. (2023). *Plan de Desarrollo para el Nuevo Ecuador 2024-2025.* https://www.planificacion.gob.ec/plan-de-desarrollo-para-el-nuevo-ecuador-2024-2025/

Delgado Cedeño, M. I., & Passailaigue Baquerizo, R. M. (2018). Diseño de estrategias de marketing para captación de estudiantes en la Unidad Educativa Particular Bilingüe Ecomundo de la ciudad de Guayaquil. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 4(4), 1–23. https://doi.org/10.21855/ecociencia.44.45

Enríquez Álvarez, L. (2017). Paradigmas de la protección de datos personales en Ecuador. Análisis del proyecto de Ley Orgánica de Protección a los Derechos a la Intimidad y Privacidad sobre los Datos Personales. *Foro: Revista De Derecho*, *1*(27), 43–61. https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/foro/article/view/500

Fernández Casado, P. E. (2024). Posicionamiento SEO: curso práctico. (1 ed.). RA-MA Editorial. https://elibro.net/es/ereader/tesa/273945?page=

Fontalvo Mejía, N. (2021). Las redes sociales como estrategia de Marketing para comunicar y fidelizar clientes. https://uvadoc.uva.es/handle/10324/48006

Gajardo, M. (2022). Desarrollo educativo en América Latina. Tendencias globales, desafíos regionales. Políticas, reformas y evaluación educativas en México y América Latina: Balance y perspectivas a futuro, 1, 103-132.

Gallegos Erazo, F., & Gavilanes Gómez, H. (2022). Incidencia de la publicidad en redes sociales de las instituciones de educación superior: revisión de literatura. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 9, 222–243. https://doi.org/10.21855/ecociencia.90.763

Garizurieta Perales, K. A., Galván Rodríguez, D. G., Guzmán Prince, I., & Zapata Rebolloso, A. (2023). Importancia de Estrategias de Marketing Digital en Redes Sociales para el Desarrollo Empresarial. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 7382-7391. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7482

Grajales Montoya, N., Gómez Bayona, L., & Coronado Ríos, B. (2020). La comunicación estratégica desde el mercadeo en instituciones educativas [Strategic Communication Based on Marketing at Educational Institutions]. *Revista CEA, 7*(13). https://doi.org/10.22430/24223182.1684

Hernández González, Osvaldo. (2021). Aproximación a los distintos tipos de muestreo no probabilístico que existen. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, 37(3). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21252021000300002&lng=es&tlng=es.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. P. (2014). *Metodología de la investigación* (6 ed.). McGraw-Hill.

Lomelin, O. J., Gutiérrez Leefmans, C., & Nava, R. M. (2022). Consumo de contenidos digitales: un comparativo entre millennials y centennials. *3C Empresa.* 11(1), 85-117. https://doi.org/10.17993/3cemp.2022.110149.85-117

López Albillo, J. L. (2024). *El marketing en las redes sociales* [Tesis de grado, Universidad de Valladolid]. Repositorio Documental de la Universidad de Valladolid. https://uvadoc.uva.es/handle/10324/71317

Madrigal Moreno, F., Madrigal Moreno, S., & Martínez Villa, M. C. (2024). Comportamiento del consumidor: cambios y tendencias en la sociedad contemporánea. *Revista Venezolana de Gerencia, 29*(106), 643–658. https://doi.org/10.52080/rvgluz.29.106.12

Manterola, C., Hernández-Leal, M. J., Otzen, T., Espinosa, M. E., & Grande, L. (2023). Estudios de corte transversal. Un diseño de investigación a considerar en ciencias morfológicas. *International Journal of Morphology*, 41(1), 146-155.

Medina, M., Rojas, R., Bustamante, W., Loaiza, R., Martel, C., & Castillo, R. (2023). *Metodología de la investigación: técnicas e instrumentos de investigación*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú. https://doi.org/10.35622/inudi.b.080

Mendoza Mera, M. L. (2025). *Marketing de redes sociales y su relación con el posicionamiento de la marca del instituto Juan Mejía Baca-2022* [Tesis de grado, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio USS. https://hdl.handle.net/20.500.12802/14313

Ministerio de Educación. (2024). *Estadística Educativa Vol. 5-Datos Abiertos*. https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2024/10/Estadistica-Educativa-Vol-5.pdf

Pachucho Hernández, P., Cueva Estrada, J., Sumba Nacipucha, N., & Delgado Figueroa, S. (2021). Marketing de contenidos y la decisión de compra del consumidor de la

generación Y. *IPSA Scientia, revista científica multidisciplinaria*, 6(3), 44-59. https://doi.org/10.25214/27114406.1123

Parra Armendariz, C., Ulloa Viteri, S., & Medina, P. (2022). Revisión sistemática de literatura sobre marketing educativo. *Religación, 7*(33). http://doi.org/10.46652/rgn.v7i33.943

Pérez Rivera, I.G., & Nauca Torres, E. S. (2022) Marketing digital y su beneficio en la cartera de clientes. *Horizonte empresarial. 9*(2), 25-31. https://doi.org/10.26495/rce.v9i2.2319

Radaar. (s.f.). ¿Cuáles son los mejores horarios para publicar en redes sociales en "America/Guayaquil"? https://www.radaar.io/free-tools/best-times-to-post/es/america-guayaquil/

Santamaría Ayala, J., Quiroga Parra, D., & Gómez Tobón, C. (2022). El marketing digital y su incidencia en el comercio electrónico: una revisión bibliométrica. *Revista científica Pensamiento y Gestión,* (53), 19–41. https://doi.org/10.14482/pege.53.457.258

Segarra Mieles, A. G., Jácome Ortega, M. J., & Rivera Costales, J. A. (2024). Innovación educativa: estrategias de marketing digital para atraer estudiantes en Babahoyo. *Revista Conrado, 20*(100), 137-145. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442024000500137&lng=es&tlng=es.

Shum Xie, Y. M. (2023). *Marketing digital: herramientas, técnicas y estrategias.* (2a ed.). RA-MA Editorial. https://elibro.net/es/ereader/tesa/230577?page=1

UNIR. (2022, 19 de septiembre). *¿Qué y cuáles son los derechos digitales en Ecuador?* https://ecuador.unir.net/actualidad-unir/derechos-digitales/

Varón Sandoval, A., Martín Castejón, P. J., & Zapata Castillo, L. C. (2023). Neuromarketing: entre la emoción y la razón. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión, 31*(2), 9-20. https://doi.org/10.18359/rfce.5785

Vivanco Vargas, E. S. (2024). *Las redes sociales como estrategia para la promoción de servicios y productos de la MiPyme Global Print.* [Tesis de grado, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio Universidad Técnica de Ambato. https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/42824

ANEXO A: ESTRATEGIA DE CONTENIDO

1. Definición

Una estrategia de contenido es una planificación a largo plazo que tiene como objetivo la creación, publicación, difusión y gestión de contenido relevante y valioso para atraer, mantener y fidelizar a un público objetivo definido. Esta estrategia debe estar alineada con los objetivos comerciales de una marca o institución que buscan generar una acción específica de la audiencia, como: aumentar la visibilidad, reforzar la identidad, construir confianza, generar engagement o impulsar ventas (Vivanco, 2024).

El mismo autor señala que una estrategia de contenido incluye lo siguiente: Primero, un análisis y definición del público objetivo, ya que es vital entender y conocer al público al que se va a dirigir el contenido. Segundo, una definición de objetivos, puesto que es fundamental establecer lo que se quiere lograr con la estrategia, ya sea, engagement, reconocimiento, conversiones etc. Tercero, se debe realizar la selección de canales, en este punto es necesario establecer la plataforma en donde se va a implementar la estrategia, en este caso será Instagram. Cuarto, se debe iniciar la creación de contenido, es decir la elaboración de imágenes, videos, etc. en los diferentes formatos con contenido coherente con la información obtenida previamente y que pueda no solo enfocarse en promocionar o vender, sino que promueve una conexión emocional con la audiencia. Quinto, se debe llevar a cabo la planificación y calendarización, de manera que se pueda organizar qué publicar, cuándo, en qué horario y el formato adecuado. Sexto, la distribución de contenido se trata de realizar la difusión del contenido en los canales elegidos de acuerdo con la planificación. Y, por último, la medición y análisis de resultados, ya que es imprescindible evaluar constantemente el resultado obtenido para realizar mejoras.

Además, deja claras algunas características clave para que una estrategia de contenido sea efectiva:

- Debe estar orientada al público objetivo, todo el contenido debe ser relevante y de valor para satisfacer las necesidades del público.
- El tono, la voz y el mensaje deben ser constantes en todos los canales y publicaciones.
- Debe diferenciarse por la creatividad con ideas originales
- Debe ser capaz de adaptarse al cambio constante
- Debe ser medible para evaluar su efectividad
- Más que vender busca informar, educar y entretener.

2. Público Objetivo

Garizurieta et al. (2023) señalan lo importante que es contar con una segmentación efectiva. Los mismos autores además resaltan que, para una empresa es esencial conectar con su público, lo que puede hacer a través de redes sociales. Entonces, la segmentación del mercado permite identificar al público objetivo con la consigna de hacer el mejor uso de recursos disponibles y construir el mensaje más adecuado para la creación de contenido para fomentar la cercanía con la audiencia y poner los cimientos para la conversión y posterior fidelización de clientes.

Para determinar el público objetivo de Los Helechos se ha tomado en cuenta la base de datos de clientes realizada a partir de una ficha de inscripción, proporcionada por la institución, en la que se detalla el nombre, edad, sector de residencia, datos de contacto y facturación. Además, se usó los resultados de la encuesta aplicada. A partir de los datos recabados se ha determinado que, el público objetivo de Los Helechos son padres y madres de niños en edad preescolar que buscan una institución educativa inicial, segura, con valores formativos fuertes y atención personalizada. El rango de edad del público objetivo de Los

Helechos es entre 30 a 40 años, se localizan en el sector del Valle de los Chillos. El poder adquisitivo de este grupo es medio alto y su formación académica es de tercer nivel. En cuanto a sus hábitos de consumo, investiga y compara varias opciones antes de tomar una decisión.

3. **Parámetros demográficos:**

- **Edad:** De acuerdo con la base de datos proporcionada por la institución, las edades de los padres son de 32 a 38 años. Por otro lado, los resultados de la encuesta indican un rango de edad más amplio, de 25 a 44 años. Por esta razón se ha considerado un rango de entre 30 a 40 años como el público objetivo principal. Y un rango etario de 25 a 44 años como público objetivo secundario.
- **Nivel educativo:** Profesionales. Este parámetro se consideró porque los padres con educación de tercer nivel valoran más la calidad educativa, las metodologías de enseñanza innovadoras y la formación integral de sus hijos.
- **Ubicación:** Valle de los Chillos. Se estableció geográficamente esta ubicación debido a que el Centro Educativo Los Helechos se encuentra en esta zona, por lo tanto, el público objetivo debe estar cerca de la Institución.
- **Nivel socioeconómico:** Medio-alto. Se determinó este nivel porque la oferta educativa de calidad, personalizada y segura que ofrece la institución generalmente es preferida por las familias con ingresos que les permiten invertir en una educación especializada para sus hijos.

4. **Parámetros conductuales**

- **Intereses:** Se consideraron claves valores como, educación bilingüe, personalizada, innovadora, segura y de calidad porque son los valores más importantes para padres que buscan la mejor educación para sus hijos desde sus primeros años.

- **Hábitos de consumo:** Se considera que los padres de familia usan las redes sociales para obtener información y entretenimiento ya que actualmente la búsqueda de servicios educativos empieza en plataformas digitales, principalmente Instagram y Facebook como lo señala Gajardo (2022).

5. Buyer persona

Un buyer persona se entiende como un perfil de tipo ficticio que contiene ciertas características reales, que se construye con el objetivo de facilitar la comprensión de lo que desea un cliente y cómo la empresa puede aliviar ese deseo (Garizurieta et al., 2023). A continuación, se presentan dos perfiles de buyer persona para Los Helechos:



Buyer persona 1

Buyer persona 1

Nombre: Carolina Acosta

Edad: 33 años

Estado civil: Casada

Educación: Licenciada en Administración de empresas

Ocupación: Administradora en una empresa privada

Nivel socioeconómico: Medio- alto

Ubicación: Quito - Valle de los Chillos

Comportamiento en línea:

- Usa redes sociales: Instagram, Facebook, WhatsApp
- Navega en Instagram de 1-2 horas al día
- Se conecta frecuentemente, lunes, viernes y sábado
- Interactúa en las publicaciones dando “me gusta” y pocas veces comenta o comparte.

Intereses:

- Le interesa la educación de calidad para su hijo, personalizada y preferentemente bilingüe.
- Prefiere los métodos de enseñanza modernos y la educación basada en valores familiares
- Es importante para ella la seguridad física y emocional de su hijo
- Participa activamente en las actividades escolares
- Recibe abiertamente los consejos de crianza, estimulación temprana y educación inicial.

Motivaciones:

- Ofrecer a su hijo la mejor educación desde sus primeros años
- Sentir la seguridad de que su hijo está en buenas manos
- Estar siempre informada de las actividades escolares, avances de su hijo
- Encontrar una institución que proyecte confianza, profesionalismo y buenos valores.

Puntos de dolor:

- Dificultad para encontrar información clara sobre metodologías modernas de enseñanza en su sector.

- Miedo de que la seguridad de su hijo no sea prioridad para la institución
- No recibir suficiente retroalimentación sobre los avances de su hijo por falta de comunicación con los docentes

Canales de información y toma de decisión:

- El factor más importante para ella son las recomendaciones de familiares, amigos o conocidos
- Revisa las redes sociales de las instituciones para encontrar información sobre los métodos de enseñanza y las instalaciones.
- Visita presencialmente las instalaciones antes de tomar una decisión.
- Toma en cuenta las reseñas y opiniones de otros padres en redes sociales.



Buyer persona 2

Buyer Persona 2

Nombre: Jesús Molina

Edad: 40 años

Estado civil: Casado

Educación: Ingeniero en sistemas

Ocupación: Desarrollador de Software en empresa privada

Nivel socioeconómico: Alto

Ubicación: Quito - Valle de los Chillos

Comportamiento en línea:

- Usa redes sociales: Instagram, LinkedIn, WhatsApp
- Navega en Instagram de 1-2 horas al día principalmente en la noche después del trabajo
- Se conecta frecuentemente viernes, sábado y domingo
- Le gusta ver publicaciones de actividades escolares, avances de su hijo y logros de la institución

Intereses:

- Le interesa un ambiente seguro y confiable para su hijo
- Valora instituciones que implementen tecnología en los métodos de enseñanza
- Prefiere los métodos de enseñanza modernos y la educación basada en valores familiares
- Es muy importante para él la comunicación con los docentes para recibir retroalimentación sobre los avances de su hijo

Motivaciones:

- Que su hijo reciba educación de calidad que fomente el desarrollo integral
- Sentir que su hijo está en buenas manos en una institución que inspire confianza.
- Puntos de dolor:
- Instituciones con comunicación deficiente
- Preocupación porque su hijo reciba una educación integral y desarrolle habilidades para ser independiente

- Miedo de que la seguridad de su hijo no sea prioridad para la institución
- Que la educación que reciba su hijo no justifique el valor económico

Canales de información y toma de decisión:

- Revisa las redes sociales de las instituciones para encontrar información sobre los métodos de enseñanza y las tecnologías que aplican
- Visita presencialmente las instalaciones antes de tomar una decisión.
- Toma en cuenta la información que le proporcionan amigos, familiares o conocidos.

6. Objetivos

Aumentar el alcance de la cuenta de Instagram de la institución en un 30%, aumentando la visibilidad a través de la publicación de contenido atractivo con una frecuencia consistente.

Obtener un 20% más de interacciones (lo que incluye likes, comentarios, mensajes, y respuestas en historias) en la cuenta de Instagram en el periodo establecido para mejorar el engagement incentivando la participación con llamados a la acción, preguntas, encuestas y contenido interactivo.

7. Pilares de contenido

- Educativo

El objetivo de este pilar es posicionar a Los Helechos como un centro educativo que enfatiza el desarrollo académico y personal de los niños. En este pilar se desarrollarán temas como la estimulación temprana, consejos de aprendizaje, metodologías usadas en el aula como Reggio Emilia, Montessori y Waldorf.

- Informativo

El objetivo de este pilar es mantener a la comunidad educativa informada sobre actividades, eventos y noticias. Se tratarán temas sobre, eventos escolares, ferias, celebraciones, fechas de matrículas, reuniones y actividades extracurriculares.

- Promocional

El objetivo de este pilar es atraer nuevos padres de familia y fidelizar a quienes ya forman parte de la comunidad educativa. Los temas que corresponde a este pilar serán invitaciones a casas abiertas, promociones de matrículas y descuentos, testimonios de padres satisfechos y beneficios diferenciadores.

- Emocional

El objetivo de este pilar es crear una conexión emocional y reforzar valores familiares. En este pilar se tocarán temas como mensajes motivacionales sobre la educación y el rol de los padres, momentos felices de la vida escolar.

8. Canales

La estrategia de contenido que se propone para Los Helechos será específicamente para la red social Instagram, por petición de la institución. Los Helechos ha identificado que Instagram es la red que mejores resultados le ha dado, es por esto que ha decidido darle prioridad con la implementación de esta propuesta.

9. Frecuencia de publicación

Los antecedentes de la cuenta señalan que, durante los dos primeros meses del año, se registra una publicación al mes. No obstante, en el mes de marzo se registra un aumento llegando a 11 publicaciones, y en algunas ocasiones el mismo contenido fue publicado dos veces al día. Para solventar esta deficiencia en cuanto a la frecuencia de publicaciones, se propone una estrategia de publicación de reels, carruseles y post tres veces por semana y una historia diaria.

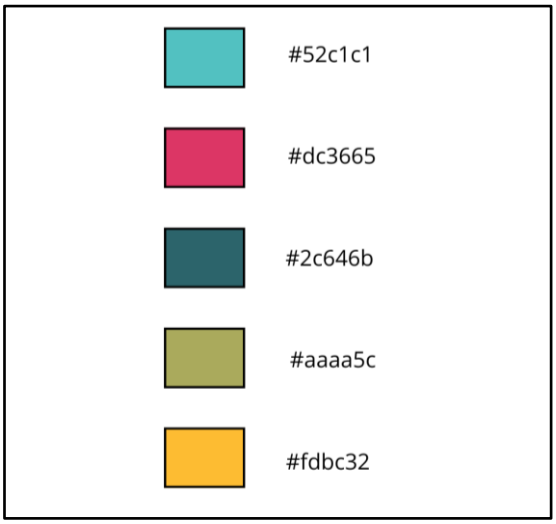
10. Tono y estilo de comunicación

Se propone usar un tono cercano, empático y positivo. La estrategia busca que Los Helechos puedan crear una conexión con los padres de familia, demostrando que comprende sus preocupaciones y entusiasmo por el futuro de sus hijos.

Se opta por mantener un estilo confiable y profesional que transmita experiencia, seriedad. De la misma forma un lenguaje claro y sencillo fácil de entender y amigable en tono de conversación respetuosa. Este estilo tiene el objetivo de proyectar una imagen adecuada para un servicio en el que los padres de familia son los agentes que toman la decisión sobre el cuidado y educación de sus hijos.

11. Identidad visual

La institución educativa actualmente cuenta con colores institucionales ya establecidos, y en sus publicaciones previas juega con elementos simbólicos referentes a la educación y figuras geométricas simples, por lo tanto, se mantendrá estas características. Se proponen cambios en algunos detalles como la orientación vertical para todos los formatos de contenido, también usar un tamaño y tipo de letra, junto con una combinación de colores que sea más legible en todas las publicaciones. Se propone usar las siguientes fuentes tipográficas: Archivo Black para títulos y encabezados, Poppins para el resto de los textos. Los colores institucionales se señalan en la figura a continuación.



Colores Institucionales Los Helechos

12. Valores de marca

- Enseñanza centrada en los estudiantes
- Colaborativa
- Interdisciplinaria
- Investigación y exploración
- Creatividad y expresión

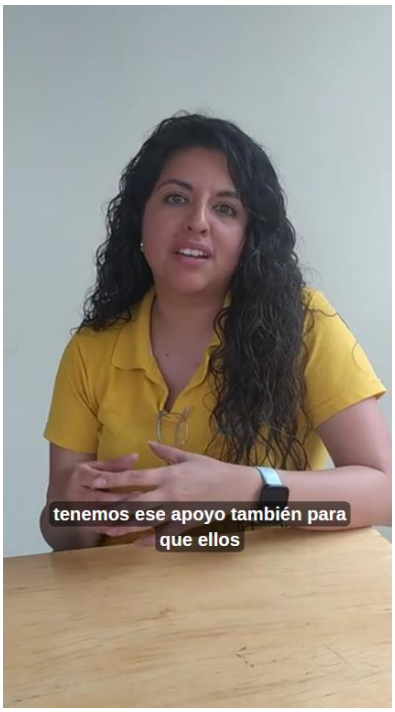
Estos valores son los que la institución ha establecido desde su fundación como claves centrales de su trabajo día a día. Además, forman parte de su identidad institucional y son la guía para poner en marcha las acciones establecidas en este proyecto.

13. Formatos de publicación

- **Reels**

Los reels serán de una duración entre 30 a 60 segundos, cabe recalcar que la duración puede variar según las tendencias, o si se observa que los resultados no son favorables. Los reels deben ser de 1080 x 1920 píxeles o tener una relación de aspecto de 9:16 en orientación vertical. Además, deben mostrar una colección de imágenes o vídeos alusivos al tema de la publicación. Tanto el diálogo de las personas en cámara, como la narración de video deben

estar subtituladas. En caso de que el video contenga a una persona hablando a la cámara deberá estar bien iluminada, en el centro del cuadro, puede ser en plano entero, plano medio, plano americano o primer plano.



Ejemplo de reel

- **Historias**

Las historias tendrán una duración de 15 segundos individualmente, siempre la orientación será vertical con un tamaño de 1080 px de ancho X 1920 px de alto, relación 9:16 vertical. Deben mostrar elementos visuales dinámicos como stickers, emojis, gifs para captar la atención, el tipo de contenido que se mostrará son noticias rápidas, encuestas, recordatorios de eventos, detrás de cámaras, testimonios breves. Los CTA deben ser sencillos como: “Desliza hacia arriba”, “Descubre más”, “Agenda tu visita”, “Contáctanos”. En cuanto a la música debe ser alegre, positiva y familiar o temas populares en tendencia, por otro lado, los colores y las tipografías serán los que están establecidos en la identidad visual de la institución.



Ejemplo de historia

- **Post**

Los posts cuentan una historia o enseñan algo práctico, esto hace que el usuario continúe deslizando, aumentando el tiempo de interacción. De acuerdo con las últimas tendencias de Instagram el contenido educativo presentado como storytelling, miniblogs y videos cortos en el feed mantienen al público interesado y genera una conexión emocional. Bajo este contexto para Los helechos se realizará post educativos, post interactivos manteniendo los colores institucionales con contenido alusivo a la educación personalizada, preguntas para padres, valores y metodologías educativas. En cuanto al tamaño y orientación de las publicaciones pueden ser cuadrado de 1080 x 1080 px o vertical de 1080 x 1350 px con una proporción de 4:5 para aprovechar el espacio de la pantalla.



Ejemplo de publicación

- **Carrusel**

La última actualización de Instagram permite que ahora los carruseles muestran no sólo imágenes sino videos o gifs en cada diapositiva, además se puede publicar con música de fondo. Este nuevo cambio ha llamado la atención de los usuarios permitiendo que quienes publiquen contenido pueda aprovechar este formato novedoso. Entonces, para la creación de carruseles, se debe mantener la coherencia en cuanto a los colores y estilo visual de la marca, se debe acompañar de música alegre y divertida que recuerde canciones infantiles. También debe mostrar videos o imágenes reales de los niños y las profesoras acorde al tema de la publicación. Las diapositivas serán cuadradas, idealmente de 1080 x 1080 píxeles.





Ejemplo de Carrusel

Se proponen todos los formatos indicados en este apartado con el objetivo de maximizar la probabilidad de captación de atención de la audiencia. Sin embargo, se enfatiza que todos estos lineamientos están sujetos a cambios de acuerdo con el análisis de los resultados de la implementación de la estrategia y la demanda en tendencias actuales.

14. Presupuesto

La estrategia que se propone es de tipo orgánico lo que no implica una inversión de tipo económica por parte de la institución educativa.

15. Planificación tentativa cronograma mensual

A continuación, se presenta una planificación en la que se alternan los formatos de contenido, los días de publicación y el pilar de contenido. Se ha usado los resultados de la encuesta sobre temas, formatos y días en los que el público objetivo usa Instagram con más frecuencia. Además, se ha tomado en cuenta las horas de mayor tráfico para cada día de acuerdo con la información proporcionada por el sitio Radaar (s.f.).

Planificación tentativa de publicación

Día/ hora	Formato	Pilar de contenido	Contenido	Copy y hashtags

Lunes De 11 am a 10pm	Carrusel	Educativo	Texto: “¿Conoces estas claves de la metodología Montessori?” Definición de cada clave (autonomía, aprendizaje práctico, ambiente preparado). Ejemplos de actividades Montessori en el aula.	En Los Helechos creemos en fomentar la autonomía, el aprendizaje práctico y crear un ambiente preparado que inspire a los niños a explorar y crecer. Conoce más sobre cómo aplicamos esta metodología en el día a día. Matrículas abiertas. Isla Pinta 1062 y Av. General Rumiñahui. Diagonal al San Luis #Montessori #Educación #valledeloschillos #AprendizajePráctico #Preescolar
Viernes De 11am a 10pm	Reel	Informativo	"Un día en Los Helechos". Música alegre de fondo. Imágenes de actividades y juegos. Narrador: voces en off de las profesoras respondiendo a la pregunta cómo es un día en los helechos	Cada día en el preescolar es una aventura llena de descubrimientos. Desde actividades de estimulación sensorial, hasta juegos creativos inspirados en Reggio Emilia, Waldorf y Montessori, cada momento está diseñado para nutrir su curiosidad y desarrollo. Mira cómo las profesoras nos cuentan sus experiencias. ¡Tus hijos aprenden y crecen con alegría! Matrículas abiertas. Isla Pinta 1062 y Av. General Rumiñahui. Diagonal al San Luis Shopping. #Waldorf #Montessori #PreescolarCreativo #Reggioemilia
Sábado De 10 am a 9pm	Post	Emocional	Cita inspiradora sobre la maternidad Texto: “El amor de una madre es el combustible que permite a un ser humano hacer lo imposible” - Marion C. Garretty Imagen alusiva simbólica.	Nos alegra ser uno de los pilares que te apoya en la crianza de tu peque. En Los Helechos enseñamos para la vida #Valledeloschillos #Maternidadreal
Lunes De 11 am a 10pm	Carrusel	Educativo	¿Eso es crianza respetuosa? Claves: Escucha activa. Establecer límites con amor. Fomentar la autonomía. Respetar los ritmos del niño. Crear un ambiente seguro y estimulante.	La crianza respetuosa pondrá a prueba tu amor y paciencia. Aquí te dejamos 5 consejos para ayudarte a lograrlo: Escucha activa, no desestimes sus emociones. Establece límites con amor, eres su guía. Fomenta su autonomía, permite que cometa errores bajo tu cuidado. Respeta sus ritmos, la vida no es una carrera. Crea un ambiente seguro y estimulante para que pueda seguir explorando sus sentidos. ¡Juntos les daremos el respeto y confianza que merecen! La comunidad de Los Helechos está para apoyarte. ¡Únete a nosotros!

				#CrianzaRespetuosa #EducaciónConsciente #MontessoriEnCasa #Waldorf #Reggioemlia
Miércoles De 1 pm a 10 pm	Reel	Informativo	Testimonio de maestras Pregunta: ¿Qué es lo que más te gusta de ser parte de la comunidad educativa Los Helechos?	Nos llena de alegría contar con excelentes profesionales. Nuestras maestras y su experiencia día a día en Los Helechos. ¿Quieres ser parte de nuestra comunidad? ¡Escríbenos! #Testimonios #Valledeloschillos #EducaciónRespetuosa #Preescolar
Domingo De 10am a 9pm	Post	Emocional	Cita inspiradora “Mi padre me dio el mejor regalo que alguien puede dar a otra persona, él creyó en mí”. -Jim Valvano	Como tú, creemos en nuestros helechitos y los impulsamos a alcanzar metas esenciales para su desarrollo integral. ¡Enseñando para la vida! #Paternidad #Valledeloschillos #Maternidadreal #Sanluisshopping
Martes De 2pm a 10pm	Carrusel	Educativo	Texto: “Cómo fomentamos la creatividad y la imaginación - Metodología Waldorf” Juego libre. Materiales naturales. Ritmos y rutinas.	La metodología Waldorf es una alternativa para impulsar la creatividad y la imaginación. En Los Helechos nos aseguramos de que los niños puedan jugar libremente. También de que tengan acceso a materiales naturales. Y nos proponemos acompañar a los chicos de acuerdo a sus ritmos. Si quieres saber más sobre este tema, déjanos tu comentario. #Waldorf #Creatividad #EducaciónAlternativa #valledeloschillos
Miércoles 9pm	Post	Promocional	Fotografía de la clase que muestre los trabajos realizados por los niños. Texto: “Protagonistas de su propio aprendizaje”	¿Sabías que en Reggio Emilia el espacio es fundamental para inspirar a los niños? En Los Helechos, diseñamos espacios que: Atraen a los niños a explorar: Materiales naturales con diferentes texturas. Fomentan el trabajo en equipo: Dinámicas grupales y espacios abiertos. Construyen su identidad: sus trabajos decoran cada espacio. Ven a visitarnos. ¡Te esperamos! #reggioemilia #Valledeloschillos #CrianzaConsciente
Sábado 6pm	Reel	Promocional	“No sólo enseñamos, sino que ofrecemos los servicios de estimulación acuática, terapia de lenguaje y tareas dirigidas.” Foto de niños en la piscina. Foto de niños haciendo ejercicios de lenguaje con una maestra.	En Los Helechos, cada día es una oportunidad para crecer y aprender. Descubre todo lo que hacemos: Estimulación Acuática. Nos divertimos y trabajamos el desarrollo físico en la piscina. Terapia de Lenguaje. Contamos con la experticia para ayudar a los pequeños a lograr una comunicación efectiva y confianza al hablar. Tareas Dirigidas. Acompañamos a los helechitos en su camino de aprendizaje. ¡Porque en Los Helechos, creemos en el potencial

			Infografía resumiendo los beneficios de las tres actividades.	ilimitado de cada niño! No te quedes sin tu cupo. Matrículas abiertas. #estimulaciónacuática #Terapiadelenguaje #Tareasdirigidas #Valledeloschillos
Lunes De 11 am a 10pm	Carrusel	Educativo	"5 ideas simples para aplicar en tu hogar al estilo Montessori:". Los muebles deben estar a su altura. Rincones ordenados y fáciles de acceder. Materiales funcionales y seguros. Fomentar la autonomía a la hora de cocinar. Incorporar un rincón de lectura acorde a su conocimiento	Cómo adecuar tu hogar al método Montessori… Aquí tienes 5 ideas simples para empezar: ● Los muebles deben estar a su altura. ● Rincones ordenados y fáciles de acceder. ● Materiales funcionales y seguros. ● Fomentar la autonomía a la hora de cocinar. ● Incorporar un rincón de lectura acorde a su conocimiento ¡Convierte tu hogar en un espacio seguro para aprender! #MontessoriEnCasa #CrianzaRespetuosa #HogarMontessori
Jueves De 11am a 9pm	Reel	Promocional	Video de niños durante la actividad de estimulación acuática.	¿Sabías que la estimulación sensorial es clave para el desarrollo integral de tu hijo? Ayuda a los niños a desarrollar coordinación, concentración y habilidades motoras. Por eso los viernes tenemos un día especial en la piscina. ¡Matrículas Abiertas! Isla Pinta 1062 y Av. General Rumiñahui. Diagonal al San Luis Shopping. #estimulaciónsensorial #ActividadesInfantiles #AprendizajePráctico #Preescolar
Domingo De 10am a 9pm	Post	Educativo	Texto: "La importancia de los ritmos" Imagen de un reloj de sol o una rutina diaria.	En Waldorf, los ritmos son esenciales. Las rutinas diarias y la estructura le brindan seguridad a tu hijo, ayudando a que se sienta tranquilo. Lo predecible y la repetición favorecen conexiones neuronales que facilitan el aprendizaje y contribuye a que puedan desarrollar sus habilidades de autorregulación emocional. ¿Y tú, cómo manejas los ritmos en casa? ¡Cuéntanos! #Waldorf #RitmosInfantiles #EducaciónRespetuosa #Preescolar #CrianzaConsciente

A continuación, se presenta una lista de ideas que servirán de guía e inspiración para la creación de historias. Con las ideas propuestas se busca incentivar la interacción con la audiencia, se incluyen llamados a la acción.

Ideas para historias

Mensaje	Contenido visual
¿Sabías que en Los Helechos impulsamos la autonomía y la creatividad desde los primeros años? Nuestra metodología prepara a tus hijos para un futuro lleno de oportunidades. ¡Quieres descubrirlo! ¡Matrículas abiertas!	Imagen de una actividad en el preescolar
¡Hablemos de crianza! Como padres enfrentan desafíos en el día a día. Nos encantaría saber sus experiencias y compartir algunos tips de apoyo.	Imagen de un niño/a jugando
La crianza es un viaje largo. Hoy queremos recordarles que no están solos. ¿Qué les gustaría saber o compartir con otras familias? ¡Cuéntenos!	Encuesta sobre: "Crianza Consciente", "Actividades para realizar en casa", "Importancia de educarse para educar "
¿Buscas un ambiente seguro y amoroso donde tus hijos puedan crecer? Inscripciones abiertas.	Imagen con texto destacando "Cupos limitados" y un botón de "Agendar cita".
¡Nos encanta celebrar las pequeñas victorias! ¿Qué logro alcanzaron sus hijos esta semana? Nos encantaría felicitarlos.	Sticker de "¡Felicidades!" con un fondo alegre (ejemplo: niños sonriendo).
En Los Helechos, cada día es una aventura. ¿Quieres ver cómo tus hijos descubren el mundo por ellos mismo con nuestras metodologías? ¡Síguenos!	Collage con imágenes de actividades en el preescolar.
¡Feliz viernes! ¿Tienen planes para el fin de semana? Nosotros recomendamos un paseo familiar en la naturaleza.	Imágenes de la naturaleza.
¿Sabías que en Los Helechos trabajamos con un enfoque personalizado? Descubre cómo adaptamos varias metodologías para que tus hijos alcancen su máximo potencial.	Imagen de un niño realizando alguna actividad.
¡Buenos días! Hoy es un buen día para desconectar y disfrutar en familia. ¿Qué actividad especial harán hoy con sus peques?	Imagen de un parque infantil.
En Los Helechos, creemos que la educación es un maravilloso regalo para toda la vida. ¿Listo para darle a tu hijo una experiencia única? ¡Contáctanos!	Imagen con un botón de "Más información"
Hoy es un día perfecto para reflexionar y agradecer. ¿Qué momento especial viviste esta semana con tu hijo? Nos encantaría conocer sus historias.	Sticker de "Cuéntanos"
En Los Helechos, cada niño es único y especial. Nuestra misión es que tu hijo pueda brillar. ¡Síguenos y descúbrelo!	Imágenes de niños felices en el preescolar.

ANEXO B: GUÍA DE RECOMENDACIONES

Guía de recomendaciones para optimizar la cuenta de Instagram del C.E.I. Los Helechos

- **El Contenido**

Se recomienda dividir el contenido en 4 pilares o ejes de comunicación:

1. Educativo: En este se puede hablar de la metodología que usa Los Helechos, consejos de crianza y aprendizaje, beneficios de la educación bilingüe y de la estimulación acuática.
2. Informativo: Incluye publicar noticias, eventos escolares, eventos importantes, fechas de matrículas y reuniones con padres de familia. También puede incluir actividades extracurriculares y campamento de verano.
3. Promocional: Puede mencionar temas sobre casas abiertas, promociones o descuentos, testimonios de padres satisfechos y destacar lo que hace a la institución diferente de las demás.
4. Emocional: Aquí se puede incluir frases motivacionales sobre la educación, metodologías y el rol de los padres, imágenes emotivas de los niños.

- **Formato**

1. Mantener los colores institucionales ya establecidos.
2. Usar fotografías reales con buena iluminación de las actividades escolares.
3. Usar tipografías sencillas en colores que contrasten con el fondo.

- **Estilo y tono de comunicación**

1. Usar un lenguaje claro y respetuoso
2. Incluir llamados a la acción que inviten a las personas a interactuar
3. No dejar pasar mucho tiempo sin responder a los mensajes o comentarios.

4. En caso de recibir un mensaje o comentario negativo, responder de manera respetuosa, ser conciso, y centrarse en la solución del problema.

- **Frecuencia y calendario de publicaciones**

1. Planificar el contenido a publicar, lo que incluye el formato, tema, día, hora y mensaje.
2. Publicar 3 a 4 veces a la semana y una historia diaria
3. Publicar en diferentes días y horas para identificar el mejor momento.

- **Recomendaciones para el perfil de Instagram**

1. Optimizar la biografía de la cuenta de Instagram. Incluye un enlace a Whatsapp y un llamado a la acción corto y claro.
2. Actualizar o eliminar las historias destacadas que ya no son relevantes.
3. Usar una descripción y hashtags en todas las publicaciones.
4. Seguir tendencias que sean adaptables a los valores de la institución.

- **Buenas prácticas al grabar contenido**

1. Usar formato vertical siempre.
2. Que la duración de las historias sea máximo de 15 segundos y los reels de 30 a 60 segundos.
3. Usar música autorizada acorde al contenido.
4. Tomar en cuenta la luz natural. Evita lugares oscuros o grabar a contraluz.
5. Mostrar maestras activas, niños felices y espacios preparados.

- **Recomendaciones de análisis de métricas**

1. Usar Meta Business Suite para monitorizar el rendimiento de las publicaciones, programar la publicación de contenido y crear campañas.
2. Tomar en cuenta las siguientes métricas: número de visitas, aumento de seguidores, engagement (interacciones como “me gusta”, compartir, comentarios y guardados),

clics en el enlace de la biografía, número de reproducciones y tiempo de retención en reels e historias.

3. Evaluar qué formatos tuvieron el mejor desempeño y reforzar aquellos que tuvieron mayor interacción.

- **Recomendaciones Adicionales**

1. Crear campañas de pago en momentos clave como inicio de matrículas o periodo de verano.
2. Contar con un banco de imágenes y videos para usar en el futuro.
3. Realizar colaboraciones con especialistas en educación y desarrollo.

ANEXO C: ENTREGABLES PARA LA INSTITUCIÓN

Propuesta de estrategia de contenido para Instagram

LOS HELECHOS
CENTRO DE EDUCACION INICIAL

Índice

1 Objetivos de la estrategia

2 Valores de Los Helechos

3 Público Objetivo

4 Buyer persona

5 Pilares de contenido

6 Frecuencia de publicación

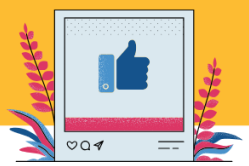
7 Tono y estilo de comuncación

8 Formatos de publicación

9 Cronograma tentativo

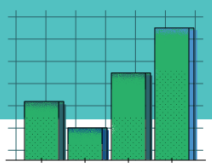
Objetivos de la campaña

1



Aumentar el alcance de la cuenta de Instagram de la institución en un 30%, aumentando la visibilidad a través de la publicación de contenido atractivo con una frecuencia consistente.

2



Obtener un 20% más de interacciones (lo que incluye likes, comentarios, mensajes, y respuestas en historias) en la cuenta de instagram en el periodo establecido para mejorar el engagement incentivando la participación con llamados a la acción, preguntas, encuestas y contenido interactivo.

Valores de Los Helechos



Colaborativa



Enseñanza centrada en los estudiantes



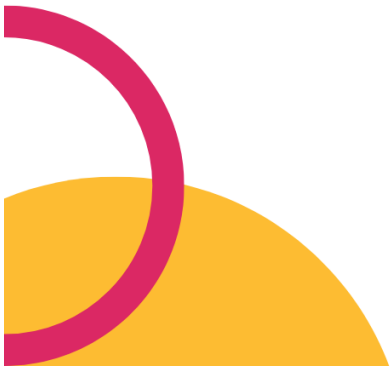
Interdisciplinaria



Creatividad y expresión

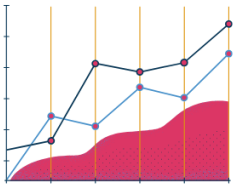


Investigación y exploración





Publico Objetivo



Datos demográficos

Edad: 30 a 40 años
Nivel educativo: Profesionales
Ubicación: Valle de los Chillos
Nivel socioeconómico: Medio-alto

Características conductuales

Intereses: Se consideraron claves valores como, educación bilingüe, personalizada, innovadora, segura y de calidad porque son los valores más importantes para padres que buscan la mejor educación para sus hijos desde sus primeros años.



Hábitos de consumo: Se considera que los padres de familia usan las redes sociales para obtener información y entretenimiento ya que actualmente la búsqueda de servicios educativos empieza en plataformas digitales, principalmente Instagram y Facebook

Buyer Persona

Un buyer persona se entiende como un perfil de tipo ficticio que contiene ciertas características reales, que se construye con el objetivo de facilitar la comprensión de lo que desea un cliente y cómo la empresa puede aliviar ese deseo.

Carolina



Edad: 33 años
Estado civil: Casada
Ocupación: Administradora en una empresa privada
Nivel socioeconómico: Medio- alto
Ubicación: Sangolquí

Comportamiento en linea:
Usa redes sociales: Instagram, Facebook, WhatsApp
Navega en Instagram de 1-2 horas al día
Se conecta frecuentemente, lunes, viernes y sábado.

Puntos de dolor
Dificultad para encontrar información sobre metodologías modernas de enseñanza en su sector.
Miedo de que la seguridad de su hijo no sea prioridad para la institución
No recibir suficiente retroalimentación sobre los avances de su hijo por falta de comunicación con los docentes

Toma de decisión
El factor más importante para ella son las recomendaciones de familiares, amigos o conocidos
Revisa las redes sociales de las instituciones para encontrar información sobre los métodos de enseñanza y las instalaciones.
Visita presencialmente las instalaciones antes de tomar una decisión.

Intereses
Le interesa la educación de calidad para su hijo, personalizada y preferentemente bilingüe.
Prefiere los métodos de enseñanza modernos y la educación basada en valores familiares
Es importante para ella la seguridad física y emocional de su hijo
Participa activamente en las actividades escolares
Recibe abiertamente los consejos de crianza, estimulación temprana y educación inicial.

Motivaciones
Ofrecer a su hijo la mejor educación desde sus primeros años
Sentir la seguridad de que su hijo está en buenas manos
Estar siempre informada de las actividades escolares, avances de su hijo
Encontrar una institución que proyecte confianza, profesionalismo y buenos valores.

Buyer Persona

Jesús



Edad: 40 años
Estado civil: Casado
Ocupación: Desarrollador de Software en empresa privada
Nivel socioeconómico: Medio- alto
Ubicación: Valle de los Chillos

Comportamiento en linea:
Usa redes sociales: Instagram, LinkedIn, WhatsApp
Navega en Instagram de 1-2 horas al día principalmente en la noche después del trabajo
Se conecta frecuentemente viernes, sábado y domingo
Le gusta ver publicaciones de actividades escolares, avances de su hijo y logros de la institución.

Motivaciones
Que su hijo reciba educación de calidad que fomente el desarrollo integral
Sentir que su hijo está en buenas manos en una institución que inspire confianza.

Puntos de dolor
Instituciones con comunicación deficiente
Preocupación porque su hijo reciba una educación integral y desarrolle habilidades para ser independiente
Miedo de que la seguridad de su hijo no sea prioridad para la institución
Que la educación que reciba su hijo no justifique el valor económico

Intereses
Le interesa un ambiente seguro y confiable para su hijo
Valora instituciones que implementen tecnología en los métodos de enseñanza
Prefiere los métodos de enseñanza modernos y la educación basada en valores familiares
Es muy importante para él la comunicación con los docentes para recibir retroalimentación sobre los avances de su hijo.

Toma de decisión
Revisa las redes sociales de las instituciones para encontrar información sobre los métodos de enseñanza y las tecnologías que aplican
Visita presencialmente las instalaciones antes de tomar una decisión.
Toma en cuenta las información que le proporcionan amigos, familiares o conocidos.

Pilares de contenido

- Educativo

El objetivo de este pilar es posicionar a Los Helechos como un centro educativo que enfatiza el desarrollo académico y personal de los niños. En este pilar se desarrollarán temas como la estimulación temprana, consejos de aprendizaje, metodologías usadas en el aula como Reggio Emilia, Montessori y Waldorf.

- Informativo

El objetivo de este pilar es mantener a la comunidad educativa informada sobre actividades, eventos y noticias. Se tratarán temas sobre, eventos escolares, ferias, celebraciones, fechas de matrículas, reuniones y actividades extracurriculares.

- Promocional

El objetivo de este pilar es atraer nuevos padres de familia y fidelizar a quienes ya forman parte de la comunidad educativa. Los temas que corresponde a este pilar serán invitaciones a casas abiertas, promociones de matrículas y descuentos, testimonios de padres satisfechos y beneficios diferenciadores.

- Emocional

El objetivo de este pilar es crear una conexión emocional y reforzar valores familiares. En este pilar se tocarán temas como mensajes motivacionales sobre la educación y el rol de los padres, momentos felices de la vida escolar.



Frecuencia de publicación

Las publicaciones de reels, post, y carruseles serán tres veces por semana y una historia diaria.

Tono y estilo de comunicación

Se propone usar un tono cercano, empático y positivo. La estrategia busca que Los Helechos puedan crear una conexión con los padres de familia, demostrando que comprende sus preocupaciones y entusiasmo por el futuro de sus hijos.

Mantener un estilo confiable y profesional que transmita experiencia, seriedad. De la misma forma un lenguaje claro y sencillo fácil de entender y amigable en tono de conversación respetuosa. Este estilo tiene el objetivo de proyectar una imagen adecuada para un servicio en el que los padres de familia son los agentes que toman la decisión sobre el cuidado y educación de sus hijos.

Formatos de publicación

Reels

Los reels serán de una duración entre 30 a 60 segundos, cabe recalcar que la duración puede variar si se observa que la tendencia cambia o que los resultados no son favorables. Los reels deben ser de 1080 x 1920 píxeles o tener una relación de aspecto de 9:16 vertical. Tanto el diálogo de las personas en cámara, como la narración de video deben estar subtituladas.



Post

En cuanto al tamaño y orientación de las publicaciones pueden ser cuadrado de 1080 x 1080 px o vertical de 1080 x 1350 px. De acuerdo con las últimas tendencias de Instagram el contenido educativo presentado como storytelling o mini blogs en el feed mantienen al público interesado y genera una conexión emocional.



Carrusel

La última actualización de Instagram permite que ahora los carruseles muestran no sólo imágenes sino videos o gifs en cada diapositiva, además se puede publicar con música de fondo. Las diapositivas serán cuadradas, idealmente de 1080 x 1080 píxeles.



Formatos de publicación

Historias

Las historias tendrán una duración de 15 segundos individualmente, siempre la orientación será vertical con un tamaño de 1080 px de ancho X 1920 px de alto, relación 9:16 vertical. Deben mostrar elementos visuales dinámicos como stickers, emojis, gifs para captar la atención, el tipo de contenido que se mostrará son noticias rápidas, encuestas, recordatorios de eventos, detrás de cámaras, testimonios breves. Los CTA deben ser sencillos como: “Desliza hacia arriba”, “Descubre más”, “ Agenda tu visita”, “Contactanos”. En cuanto a la música debe ser alegre, positiva y familiar o temas populares en tendencia, por otro lado, los colores y las tipografías serán los que están establecidos en la identidad visual de la institución.



Cronograma tentativo

Día/ hora	Formato	Pilar de contenido	Contenido	Copy y hashtags
Lunes de 11 am a 10pm	Carrusel	Educativo	Texto: "¿Conoces estas claves de la metodología Montessori?" Definición de cada clave (autonomía, aprendizaje práctico, ambiente preparado). Ejemplos de actividades Montessori en el aula.	En Los Helechos creemos en fomentar la autonomía, el aprendizaje práctico y crear un ambiente preparado que inspire a los niños a explorar y crecer. Conoce más sobre cómo aplicamos esta metodología en el día a día. Matrículas abiertas. Isla Pinta 1062 y Av. General Rumiñahui. Diagonal al San Luis #Montessori #Educación #valledeloschillos #AprendizajePráctico #Preescolar
Viernes 11am a 10pm	Reel	Informativo	"Un día en Los Helechos". Música alegre de fondo. Imágenes de actividades y juegos. Narrador: voces en off de las profesoras respondiendo a la pregunta cómo es un día en Los Helechos	Cada día en el preescolar es una aventura llena de descubrimientos. Desde actividades de estimulación sensorial, hasta juegos creativos inspirados en Reggio Emilia, Waldorf y Montessori, cada momento está diseñado para nutrir su curiosidad y desarrollo. Mira cómo las profesoras nos cuentan sus experiencias. ¡Tus hijos aprenden y crecen con alegría! Matrículas abiertas. Isla Pinta 1062 y Av. General Rumiñahui. Diagonal al San Luis Shopping. #Waldorf #Montessori #PreescolarCreativo #CrianzaConsciente
Sábado 10 am a 9pm	Post	Emocional	Cita inspiradora sobre la maternidad Texto: "El amor de una madre es el combustible que permite a un ser humano hacer lo imposible" - Marion C. Garretty Imagen alusiva simbólica.	Nos alegra ser uno de los pilares que te apoya en la crianza de tu peque. En Los Helechos enseñamos para la vida #Valledeloschillos #Maternidadreal

Día/ hora	Formato	Pilar de contenido	Contenido	Copy y hashtags
Lunes de 11 am a 10pm	Carrusel	Educativo	¿Eso es crianza respetuosa? Claves: Escucha activa. Establecer límites con amor. Fomentar la autonomía. Respetar los ritmos del niño. Crear un ambiente seguro y estimulante.	La crianza respetuosa pondrá a prueba tu amor y paciencia. Aquí te dejamos 5 consejos para ayudarte a lograrlo: Escucha activa, no desestimes sus emociones. Establece límites con amor, eres su guía. Fomenta su autonomía, permite que cometa errores bajo tu cuidado. Respeta sus ritmos, la vida no es una carrera. Crea un ambiente seguro y estimulante para que pueda seguir explorando sus sentidos. ¡Juntos les daremos el respeto y confianza que mercen! La comunidad de Los Helechos está para apoyarte. ¡Únete a nosotros! #CrianzaRespetuosa #EducaciónConsciente #Montessori #Waldorf #Reggioemilia
Miércoles de 1 pm a 10 pm	Reel	Informativo	Testimonio de maestras Pregunta: ¿Qué es lo que más te gusta de ser parte de la comunidad educativa Los Helechos?	Nos llena de alegría contar con excelentes profesionales. Nuestras maestras y su experiencia día a día en Los Helechos. ¿Quieres ser parte de nuestra comunidad? ¡Escríbenos! #Testimonios #Valledeloschillos #EducaciónRespetuosa #Preescolar
Domingo 10am a 9pm	Post	Emocional	Cita inspiradora “Mi padre me dio el mejor regalo que alguien puede dar a otra persona, él creyó en mí”. -Jim Valvano	Como tú, creemos en nuestros helechitos y los impulsamos a alcanzar metas esenciales para su desarrollo integral. ¡Enseñando para la vida! #Paternidad #Valledeloschillos #Maternidadreal #Sanluisshopping

Día/ hora	Formato	Pilar de contenido	Contenido	Copy y hashtags
Martes 2pm a 10pm	Carrusel	Educativo	Texto: "Cómo fomentamos la creatividad y la imaginación - Metodología Waldorf" Juego libre. Materiales naturales. Ritmos y rutinas.	La metodología Waldorf es una alternativa para impulsar la creatividad y la imaginación. En Los Helechos nos aseguramos de que los niños puedan jugar libremente. También de que tengan acceso a materiales naturales. Y nos proponemos acompañar a los chicos de acuerdo a sus ritmos. Si quieres saber más sobre este tema, déjanos tu comentario. #Waldorf #Creatividad #EducaciónAlternativa #valledeloschillos
Miércoles de 1 pm a 10 pm	Post	Promocional	Fotografía de la clase que muestre los trabajos realizados por los niños. Texto: "Protagonistas de su propio aprendizaje"	¿Sabías que en Reggio Emilia el espacio es fundamental para inspirar a los niños? En Los Helechos, diseñamos espacios que: Atraen a los niños a explorar: Materiales naturales con diferentes texturas. Fomentan el trabajo en equipo: Dinámicas grupales y espacios abiertos. Construyen su identidad: sus trabajos decoran cada espacio. Ven a visitarnos. ¡Te esperamos! #reggioemilia #Valledeloschillos #CrianzaConsciente
Sábado 10 am a 9pm	Reel	Promocional	No sólo enseñamos sino que ofrecemos los servicios de estimulación acuática, terapia de lenguaje y tareas dirigidas. Foto de niños en la piscina. Foto de niños haciendo ejercicios de lenguaje con una maestra. Infografía resumiendo los beneficios de las tres actividades.	En Los Helechos, cada día es una oportunidad para crecer y aprender. Descubre todo lo que hacemos: Estimulación Acuática. Nos divertimos y trabajamos el desarrollo físico en la piscina. Terapia de Lenguaje. Contamos con la experticia para ayudar a los pequeños a lograr una comunicación efectiva y confianza al hablar. Tareas Dirigidas. Acompañamos a los helechitos en su camino de aprendizaje. ¡Porque en Los Helechos, creemos en el potencial ilimitado de cada niño! No te quedes sin tu cupo. Matrículas abiertas. #estimulaciónacuática #Terapiadelenguaje #Tareasdirigidas #Valledeloschillos

Día/ hora	Formato	Pilar de contenido	Contenido	Copy y hashtags
Lunes de 11 am a 10pm	Carrusel	Educativo	"5 ideas simples para aplicar en tu hogar al estilo Montessori:". Los muebles deben estar a su altura. Rincones ordenados y fáciles de acceder. Materiales funcionales y seguros. Fomentar la autonomía a la hora de cocinar. Incorporar un rincón de lectura acorde a su conocimiento	Cómo adecuar tu hogar al método Montessori... Aquí tienes 5 ideas simples para empezar: • Los muebles deben estar a su altura. • Rincones ordenados y fáciles de acceder. • Materiales funcionales y seguros. • Fomentar la autonomía a la hora de cocinar. • Incorporar un rincón de lectura acorde a su conocimiento ¡Convierte tu hogar en un espacio seguro para aprender! #MontessoriEnCasa #CrianzaRespetuosa #HogarMontessori
Jueves 11am a 9pm	Reel	Promocional	Actividad de estimulación acuática.	¿Sabías que la estimulación sensorial es clave para el desarrollo integral de tu hijo? Ayuda a los niños a desarrollar coordinación, concentración y habilidades motoras. Por eso los viernes tenemos un día especial en la piscina. ¡Matrículas Abiertas! Isla Pinta 1062 y Av. General Rumiñahui. Diagonal al San Luis Shopping. #estimulaciónsensorial #ActividadesInfantiles #AprendizajePráctico #Preescolar
Domingo 10am a 9pm	Post	Educativo	Texto: "La importancia de los ritmos" Imagen de un reloj de sol o una rutina diaria.	En Waldorf, los ritmos son esenciales. Las rutinas diarias y la estructura le brinda seguridad a tu hijo, ayudando a que se sienta tranquilo. Lo predecible y la repetición favorecen conexiones neuronales que facilitan el aprendizaje y contribuye a que puedan desarrollar sus habilidades de autorregulación emocional. ¿Y tú, cómo manejas los ritmos en casa? ¡Cuéntanos! #Waldorf #RitmosInfantiles #EducaciónRespetuosa #Preescolar #CrianzaConsciente

Ideas para historias

Mensaje	**Contenido Visual**
¿Sabías que en Los Helechos impulsamos la autonomía y la creatividad desde los primeros años? Nuestra metodología prepara a tus hijos para un futuro lleno de oportunidades. ¡Quieres descubrirlo! ¡Matrículas abiertas!	Imagen del preescolar
¡Hablemos de crianza! ¿Como padres enfrentan desafíos en el día a día? Nos encantaría saber sus experiencias y compartir algunos tips de apoyo.	Imagen de un niño/a jugando
La crianza es un viaje largo. Hoy queremos recordarles que no están solos. ¿Qué les gustaría saber o compartir con otras familias? ¡Cuéntenos!	Encuesta sobre: " Crianza Conciente", "Actividades para realizar en casa", "Importancia de educarse para educar "
¿Buscas un espacio un ambiente seguro y amoroso donde tus hijos puedan crecer? Inscripciones abiertas.	Imagen con texto destacando "Cupos limitados" y un botón de "Agendar cita".
¡Nos encanta celebrar las pequeñas victorias! ¿Qué Logro alcanzaron sus hijos esta semana? Nos encantaría felicitarlos.	Sticker de "¡Felicidades!" con un fondo alegre (ejemplo: niños sonriendo).
En Los Helechos, cada día es una aventura.. ¿Quieres observar cómo tus hijos pueden descubrir el mundo por ellos mismo con nuestras metodologías? ¡Síguenos!	Collage con imágenes de actividades en el preescolar.
¡Feliz viernes! ¿ Tienen planes para el fin de semana? Nosotros recomendamos un paseo familiar en la naturaleza.	Imágenes de la naturaleza
¿Sabías que en Los Helechos trabajamos con un enfoque personalizado? Descubre cómo adaptamos varias metodologías para que tus hijos alcancen su máximo potencial.	Imagen de un niño realizando alguna actividad.
¡Buenos días! Hoy es un buen día para desconectar y disfrutar en familia. ¿Qué actividad especial harán hoy con sus peques?	Imagen de un parque infantil.

Ideas para historias

Mensaje	**Contenido Visual**
En Los Helechos, creemos que la educación es un maravilloso regalo para toda la vida. ¿Listo para darle a tu hijo una experiencia única? ¡Contáctanos!	Imagen con un botón de "Más información"
Hoy es un día perfecto para reflexionar y agradecer. ¿Qué momento especial viviste esta semana con tu hijo? Nos encantaría conocer sus historias.	Sticker de "Cuéntanos"
En Los Helechos, cada niño es único y especial. Nuestra misión es que tu hijo pueda brillar. ¡Síguenos y descúbrelo!	Imágenes de niños felices en el preescolar.

Guía de recomendaciones

LOS HELECHOS
CENTRO DE EDUCACION INICIAL

El contenido

Se recomienda dividir el contenido en 4 pilares o ejes de comunicación:

1. Educativo: En este se puede hablar de la metodología que usa Los Helechos, consejos de crianza y aprendizaje, beneficios de la educación bilingüe y de la estimulación acuática.
2. Informativo: Incluye publicar noticias, eventos escolares, eventos importantes, fechas de matrículas y reuniones con padres de familia. También puede incluir actividades extracurriculares y campamento de verano.
3. Promocional: Puede mencionar temas sobre casas abiertas, promociones o descuentos, testimonios de padres satisfechos y destacar lo que hace a la institución diferente de las demás.

Formato

1. Mantener los colores institucionales ya establecidos.
2. Usar fotografías reales con buena iluminación de las actividades escolares.
3. Usar tipografías sencillas en colores que contrasten con el fondo.

Estilo y tono de comunicación

1. Usar un lenguaje claro y respetuoso
2. Incluir llamados a la acción que inviten a la personas a interactuar
3. No dejar pasar mucho tiempo sin responder a los mensajes o comentarios.
4. En caso de recibir un mensaje o comentario negativo, responder de manera respetuosa, ser conciso, y centrarse en la solución del problema.

Frecuencia y calendario de publicaciones

1. Planificar el contenido a publicar, lo que incluye el formato, tema, día, hora y mensaje.
2. Publicar 3 a 4 veces a la semana y una historia diaria
3. Publicar en diferentes días y horas para identificar el mejor momento.

Recomendaciones para el perfil de Instagram

1. Optimizar la biografía de la cuenta de Instagram. Incluye un enlace a Whatsapp y un llamado a la acción corto y claro.
2. Actualizar o eliminar las historias destacadas que ya no son relevantes.
3. Usar una descripción y hashtags en todas las publicaciones.
4. Seguir tendencias que sean adaptables a los valores de la institución.

Buenas prácticas al grabar contenido

1. Usar formato vertical siempre.
2. Que la duración de las historias sea máximo de 15 segundos y los reels de 30 a 60 segundos.
3. Usar música autorizada acorde al contenido.
4. Tomar en cuenta la luz natural. Evita lugares oscuros o grabar a contraluz.
5. Mostrar maestras activas, niños felices y espacios preparados.

Recomendaciones de análisis de métricas

1. Usar Meta Business Suite para monitorizar el rendimiento de las publicaciones, programar la publicación de contenido y crear campañas.
2. Tomar en cuenta las siguientes métricas: número de visitas, aumento de seguidores, engagement (interacciones como “me gusta”, compartir, comentarios y guardados), clicks en el enlace de la biografía, número de reproducciones y tiempo de retención en reels e historias.
3. Evaluar qué formatos tuvieron el mejor desempeño y reforzar aquellos que tuvieron mayor interacción.

Recomendaciones Adicionales

1. Crear campañas de pago en momentos clave como inicio de matrículas o periodo de verano.
2. Contar con un banco de imágenes y videos para usar en el futuro.
3. Realizar colaboraciones con especialistas en educación y desarrollo.

ANEXO D: RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Encuesta N°1

¿Cuál es tu edad?

35 a44 años

Antes de elegir un preescolar, ¿Qué medios consultas para obtener información? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [ ] Redes sociales
- [ ] Página web oficial
- [ ] Recomendaciones de conocidos
- [ ] Visitas presenciales a las instalaciones
- [ ] Publicidad en medios tradicionales (radio, folletos, prensa)
- [ ] Otro

¿Qué aspectos valoras más al elegir un preescolar? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [ ] Seguridad y bienestar de los niños
- [ ] Calidad educativa y metodología de enseñanza
- [ ] Atención y comunicación con los padres
- [ ] Infraestructura y materiales educativos
- [ ] Actividades extracurriculares
- [ ] Costo y facilidades de pago
- [ ] Recomendaciones de familiares o amigos
- [ ] Otro

¿Cuál es tu relación con la institución?

- (•) Padre/madre de familia
- ( ) Personal Administrativo
- ( ) Docente
- ( ) Residente cercano a la institución
- ( ) Otros:

¿Cuánto tiempo dedicas a Instagram en promedio al día?

- ( ) Menos de 1 hora
- ( ) 1 a 2 horas
- (•) 2 a 3 horas
- ( ) Más de 3 horas

¿Con qué frecuencia interactúas con la cuenta de Instagram de la institución?

- (•) Siempre
- ( ) A veces
- ( ) Rara vez
- ( ) Nunca
- ( ) No aplica

¿Cómo interactúas con el contenido?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [x] Doy "me gusta"
- [ ] Comparto el contenido
- [ ] Comento las publicaciones
- [ ] Guardo las publicaciones
- [ ] Respondo a las historias
- [ ] No interactúo

¿Qué características consideras más importantes que la institución proyecte en su cuenta de Instagram?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [x] Profesionalismo
- [x] Seguridad
- [x] Calidad Educativa
- [x] Cercanía y calidez
- [x] Valores y formación integral
- [x] Comunidad unida
- [x] Innovación y creatividad

¿Qué días usas Instagram con mayor frecuencia?

- [x] Lunes
- [ ] Martes
- [x] Miércoles
- [ ] Jueves
- [x] Viernes
- [x] Sábado
- [x] Domingo

¿Sigues la cuenta de Instagram de la institución?

- (•) Si
- ( ) No

¿Qué tipo de contenido te interesaría ver más en la cuenta de Instagram de la institución?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Noticias y anuncios importantes
- [x] Actividades escolares y eventos
- [ ] Concejos educativos y tips para padres
- [ ] Información sobre matrículas, inscripciones y requisitos
- [ ] Otros

¿Cómo calificarías el contenido publicado en la cuenta de Instagram del C.E.I. Los Helechos.

- ( ) Excelente
- ( ) Bueno
- (•) Regular
- ( ) Malo
- ( ) No aplica

¿Qué imagen crees que proyecta la institución a través de sus publicaciones en Instagram? (puedes elegir mas de una opción)

- [ ] Innovadora y moderna
- [ ] Cercana y accesible
- [ ] Sería y tradicional
- [x] Lejana o poco conectada con la comunidad
- [ ] No aplica

Encuesta N° 2

¿Cuál es tu edad?

54

Antes de elegir un preescolar, ¿Qué medios consultas para obtener información? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [ ] Redes sociales
- [ ] Página web oficial
- [ ] Recomendaciones de conocidos
- [ ] Visitas presenciales a las instalaciones
- [ ] Publicidad en medios tradicionales (radio, folletos, prensa)
- [ ] Otro

¿Qué aspectos valoras más al elegir un preescolar? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [ ] Seguridad y bienestar de los niños
- [ ] Calidad educativa y metodología de enseñanza
- [ ] Atención y comunicación con los padres
- [ ] Infraestructura y materiales educativos
- [ ] Actividades extracurriculares
- [ ] Costo y facilidades de pago
- [ ] Recomendaciones de familiares o amigos
- [ ] Otro

¿Cuál es tu relación con la institución?

- ○ Padre/madre de familia
- ○ Personal Administrativo
- ○ Docente
- ○ Residente cercano a la institución
- ◉ Otros: Hermano de la dueña

¿Sigues la cuenta de Instagram de la institución?

- ○ Si
- ◉ No

¿Cuánto tiempo dedicas a Instagram en promedio al día?

- ○ Menos de 1 hora
- ◉ 1 a 2 horas
- ○ 2 a 3 horas
- ○ Más de 3 horas

¿Qué días usas Instagram con mayor frecuencia?

- [x] Lunes
- [ ] Martes
- [ ] Miércoles
- [ ] Jueves
- [ ] Viernes
- [ ] Sábado
- [ ] Domingo

¿Cómo interactúas con el contenido?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Doy "me gusta"
- [x] Comparto el contenido
- [ ] Comento las publicaciones
- [ ] Guardo las publicaciones
- [ ] Respondo a las historias
- [ ] No interactúo

¿Qué características consideras más importantes que la institución proyecte en su cuenta de Instagram?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [x] Profesionalismo
- [x] Seguridad
- [x] Calidad Educativa
- [x] Cercanía y calidez
- [x] Valores y formación integral
- [x] Comunidad unida
- [x] Innovación y creatividad

¿Qué tipo de contenido te interesaría ver más en la cuenta de Instagram de la institución?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Noticias y anuncios importantes
- [x] Actividades escolares y eventos
- [ ] Concejos educativos y tips para padres
- [ ] Información sobre matrículas, inscripciones y requisitos
- [ ] Otros

¿Qué tipo de contenido te interesaría ver más en la cuenta de Instagram de la institución?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Noticias y anuncios importantes
- [x] Actividades escolares y eventos
- [ ] Concejos educativos y tips para padres
- [ ] Información sobre matrículas, inscripciones y requisitos
- [ ] Otros

¿Qué imagen crees que proyecta la institución a través de sus publicaciones en Instagram? (puedes elegir mas de una opción)

- [x] Innovadora y moderna
- [ ] Cercana y accesible
- [x] Seria y tradicional
- [ ] Lejana o poco conectada con la comunidad
- [ ] No aplica

Encuesta N° 3

¿Cuál es tu edad?

30

Antes de elegir un preescolar, ¿Qué medios consultas para obtener información? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [x] Redes sociales
- [ ] Página web oficial
- [ ] Recomendaciones de conocidos
- [ ] Visitas presenciales a las instalaciones
- [ ] Publicidad en medios tradicionales (radio, folletos, prensa)
- [ ] Otro

¿Qué aspectos valoras más al elegir un preescolar? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [ ] Seguridad y bienestar de los niños
- [ ] Calidad educativa y metodología de enseñanza
- [ ] Atención y comunicación con los padres
- [ ] Infraestructura y materiales educativos
- [ ] Actividades extracurriculares
- [ ] Costo y facilidades de pago
- [ ] Recomendaciones de familiares o amigos
- [ ] Otro

¿Conoces la institución CEI Los Helechos?(Si respondiste NO, no debes continuar con la encuesta)

- (•) Si
- ( ) No

¿Cuál es tu relación con la institución?

- ( ) Padre/madre de familia
- ( ) Personal Administrativo
- ( ) Docente
- ( ) Residente cercano a la institución
- (•) Otros:

¿Cuánto tiempo dedicas a Instagram en promedio al día?

- ( ) Menos de 1 hora
- (•) 1 a 2 horas
- ( ) 2 a 3 horas
- ( ) Más de 3 horas

¿Qué días usas Instagram con mayor frecuencia?

- [x] Lunes
- [x] Martes
- [x] Miércoles
- [x] Jueves
- [x] Viernes
- [x] Sábado
- [x] Domingo

¿Sigues la cuenta de Instagram de la institución?

- ( ) Si
- (•) No

¿Con qué frecuencia interactúas con la cuenta de Instagram de la institución?

- ( ) Siempre
- ( ) A veces
- ( ) Rara vez
- (•) Nunca
- ( ) No aplica

¿Cómo interactúas con el contenido?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [x] Doy "me gusta"
- [ ] Comparto el contenido
- [ ] Comento las publicaciones
- [ ] Guardo las publicaciones
- [ ] Respondo a las historias
- [ ] No interactúo

¿Qué características consideras más importantes que la institución proyecte en su cuenta de Instagram?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Profesionalismo
- [x] Seguridad
- [x] Calidad Educativa
- [ ] Cercanía y calidez
- [x] Valores y formación integral
- [x] Comunidad unida
- [x] Innovación y creatividad

¿Qué tipo de contenido te interesaría ver más en la cuenta de Instagram de la institución?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Noticias y anuncios importantes
- [x] Actividades escolares y eventos
- [ ] Concejos educativos y tips para padres
- [ ] Información sobre matrículas, inscripciones y requisitos
- [ ] Otros

¿Cómo calificarías el contenido publicado en la cuenta de Instagram del C.E.I. Los Helechos.

- (•) Excelente
- ( ) Bueno
- ( ) Regular
- ( ) Malo
- ( ) No aplica

¿Qué imagen crees que proyecta la institución a través de sus publicaciones en Instagram? (puedes elegir mas de una opción)

- [x] Innovadora y moderna
- [ ] Cercana y accesible
- [ ] Sería y tradicional
- [ ] Lejana o poco conectada con la comunidad
- [ ] No aplica

Encuesta N° 4

¿Cuál es tu edad?

50

Antes de elegir un preescolar, ¿Qué medios consultas para obtener información? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [x] Redes sociales
- [ ] Página web oficial
- [ ] Recomendaciones de conocidos
- [ ] Visitas presenciales a las instalaciones
- [ ] Publicidad en medios tradicionales (radio, folletos, prensa)
- [ ] Otro

¿Qué aspectos valoras más al elegir un preescolar? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [x] Seguridad y bienestar de los niños
- [x] Calidad educativa y metodología de enseñanza
- [ ] Atención y comunicación con los padres
- [x] Infraestructura y materiales educativos
- [x] Actividades extracurriculares
- [ ] Costo y facilidades de pago
- [x] Recomendaciones de familiares o amigos
- [ ] Otro

¿Conoces la institución CEI Los Helechos?(Si respondiste NO, no debes continuar con la encuesta)

- (•) Si
- ( ) No

¿Cuál es tu relación con la institución?

- ( ) Padre/madre de familia
- ( ) Personal Administrativo
- ( ) Docente
- (•) Residente cercano a la institución
- ( ) Otros:

¿Cuánto tiempo dedicas a Instagram en promedio al día?

- (•) Menos de 1 hora
- ( ) 1 a 2 horas
- ( ) 2 a 3 horas
- ( ) Más de 3 horas

¿Qué días usas Instagram con mayor frecuencia?

- [x] Lunes
- [x] Martes
- [x] Miércoles
- [x] Jueves
- [x] Viernes
- [x] Sábado
- [x] Domingo

¿Sigues la cuenta de Instagram de la institución?

- (•) Si
- ( ) No

¿Con qué frecuencia interactúas con la cuenta de Instagram de la institución?

- (•) Siempre
- ( ) A veces
- ( ) Rara vez
- ( ) Nunca
- ( ) No aplica

¿Cómo interactúas con el contenido?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Doy "me gusta"
- [x] Comparto el contenido
- [ ] Comento las publicaciones
- [ ] Guardo las publicaciones
- [ ] Respondo a las historias
- [ ] No interactúo

¿Qué características consideras más importantes que la institución proyecte en su cuenta de Instagram?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Profesionalismo
- [ ] Seguridad
- [x] Calidad Educativa
- [x] Cercanía y calidez
- [ ] Valores y formación integral
- [ ] Comunidad unida
- [x] Innovación y creatividad

¿Qué tipo de contenido te interesaría ver más en la cuenta de Instagram de la institución?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Noticias y anuncios importantes
- [x] Actividades escolares y eventos
- [ ] Concejos educativos y tips para padres
- [ ] Información sobre matrículas, inscripciones y requisitos
- [ ] Otros

¿Cómo calificarías el contenido publicado en la cuenta de Instagram del C.E.I. Los Helechos.

- (•) Excelente
- ( ) Bueno
- ( ) Regular
- ( ) Malo
- ( ) No aplica

¿Qué imagen crees que proyecta la institución a través de sus publicaciones en Instagram? (puedes elegir mas de una opción)

- [x] Innovadora y moderna
- [ ] Cercana y accesible
- [ ] Seria y tradicional
- [ ] Lejana o poco conectada con la comunidad
- [ ] No aplica

Encuesta N° 5

¿Cuál es tu edad?

40

Antes de elegir un preescolar, ¿Qué medios consultas para obtener información? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [ ] Redes sociales
- [ ] Página web oficial
- [x] Recomendaciones de conocidos
- [ ] Visitas presenciales a las instalaciones
- [ ] Publicidad en medios tradicionales (radio, folletos, prensa)
- [ ] Otro

¿Qué aspectos valoras más al elegir un preescolar? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [ ] Seguridad y bienestar de los niños
- [x] Calidad educativa y metodología de enseñanza
- [ ] Atención y comunicación con los padres
- [ ] Infraestructura y materiales educativos
- [ ] Actividades extracurriculares
- [x] Costo y facilidades de pago
- [ ] Recomendaciones de familiares o amigos
- [ ] Otro

¿Conoces la institución CEI Los Helechos?(Si respondiste NO, no debes continuar con la encuesta)

- (•) Si
- ( ) No

¿Cuál es tu relación con la institución?

- (•) Padre/madre de familia
- ( ) Personal Administrativo
- ( ) Docente
- ( ) Residente cercano a la institución
- ( ) Otros:

¿Cuánto tiempo dedicas a Instagram en promedio al día?

- ( ) Menos de 1 hora
- (•) 1 a 2 horas
- ( ) 2 a 3 horas
- ( ) Más de 3 horas

¿Qué días usas Instagram con mayor frecuencia?

- [ ] Lunes
- [ ] Martes
- [ ] Miércoles
- [ ] Jueves
- [x] Viernes
- [ ] Sábado
- [ ] Domingo

¿Sigues la cuenta de Instagram de la institución?

- (•) Si
- ( ) No

¿Con qué frecuencia interactúas con la cuenta de Instagram de la institución?

- ( ) Siempre
- (•) A veces
- ( ) Rara vez
- ( ) Nunca
- ( ) No aplica

¿Cómo interactúas con el contenido?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Doy "me gusta"
- [ ] Comparto el contenido
- [ ] Comento las publicaciones
- [ ] Guardo las publicaciones
- [x] Respondo a las historias
- [ ] No interactúo

¿Qué características consideras más importantes que la institución proyecte en su cuenta de Instagram?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Profesionalismo
- [ ] Seguridad
- [x] Calidad Educativa
- [ ] Cercanía y calidez
- [ ] Valores y formación integral
- [ ] Comunidad unida
- [ ] Innovación y creatividad

¿Qué tipo de contenido te interesaría ver más en la cuenta de Instagram de la institución?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Noticias y anuncios importantes
- [x] Actividades escolares y eventos
- [ ] Concejos educativos y tips para padres
- [ ] Información sobre matrículas, inscripciones y requisitos
- [ ] Otros

¿Cómo calificarías el contenido publicado en la cuenta de Instagram del C.E.I. Los Helechos.

- ( ) Excelente
- (•) Bueno
- ( ) Regular
- ( ) Malo
- ( ) No aplica

¿Qué imagen crees que proyecta la institución a través de sus publicaciones en Instagram? (puedes elegir mas de una opción)

- [ ] Innovadora y moderna
- [ ] Cercana y accesible
- [ ] Sería y tradicional
- [ ] Lejana o poco conectada con la comunidad
- [ ] No aplica

Encuesta N° 6

¿Cuál es tu edad?

41

Antes de elegir un preescolar, ¿Qué medios consultas para obtener información? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [x] Redes sociales
- [ ] Página web oficial
- [x] Recomendaciones de conocidos
- [ ] Visitas presenciales a las instalaciones
- [ ] Publicidad en medios tradicionales (radio, folletos, prensa)
- [ ] Otro

¿Qué aspectos valoras más al elegir un preescolar? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [x] Seguridad y bienestar de los niños
- [x] Calidad educativa y metodología de enseñanza
- [ ] Atención y comunicación con los padres
- [x] Infraestructura y materiales educativos
- [ ] Actividades extracurriculares
- [ ] Costo y facilidades de pago
- [x] Recomendaciones de familiares o amigos
- [ ] Otro

¿Conoces la institución CEI Los Helechos?(Si respondiste NO, no debes continuar con la encuesta)

- (•) Si
- ( ) No

¿Cuál es tu relación con la institución?

- (•) Padre/madre de familia
- ( ) Personal Administrativo
- ( ) Docente
- ( ) Residente cercano a la institución
- ( ) Otros:

¿Cuánto tiempo dedicas a Instagram en promedio al día?

- ( ) Menos de 1 hora
- ( ) 1 a 2 horas
- (•) 2 a 3 horas
- ( ) Más de 3 horas

¿Qué días usas Instagram con mayor frecuencia?

- [x] Lunes
- [x] Martes
- [x] Miércoles
- [x] Jueves
- [x] Viernes
- [x] Sábado
- [x] Domingo

¿Sigues la cuenta de Instagram de la institución?

- (•) Si
- ( ) No

¿Con qué frecuencia interactúas con la cuenta de Instagram de la institución?

- ( ) Siempre
- ( ) A veces
- (•) Rara vez
- ( ) Nunca
- ( ) No aplica

¿Cómo interactúas con el contenido?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [x] Doy "me gusta"
- [ ] Comparto el contenido
- [ ] Comento las publicaciones
- [ ] Guardo las publicaciones
- [ ] Respondo a las historias
- [ ] No interactúo

¿Qué características consideras más importantes que la institución proyecte en su cuenta de Instagram?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [x] Profesionalismo
- [x] Seguridad
- [x] Calidad Educativa
- [x] Cercanía y calidez
- [x] Valores y formación integral
- [ ] Comunidad unida
- [ ] Innovación y creatividad

¿Qué tipo de contenido te interesaría ver más en la cuenta de Instagram de la institución?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Noticias y anuncios importantes
- [x] Actividades escolares y eventos
- [x] Concejos educativos y tips para padres
- [x] Información sobre matrículas, inscripciones y requisitos
- [ ] Otros

¿Cómo calificarías el contenido publicado en la cuenta de Instagram del C.E.I. Los Helechos.

- ( ) Excelente
- ( ) Bueno
- (•) Regular
- ( ) Malo
- ( ) No aplica

¿Qué imagen crees que proyecta la institución a través de sus publicaciones en Instagram? (puedes elegir mas de una opción)

- [ ] Innovadora y moderna
- [ ] Cercana y accesible
- [ ] Seria y tradicional
- [ ] Lejana o poco conectada con la comunidad
- [ ] No aplica

Encuesta N°7

¿Cuál es tu edad?

34

Antes de elegir un preescolar, ¿Qué medios consultas para obtener información? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [x] Redes sociales
- [x] Página web oficial
- [x] Recomendaciones de conocidos
- [x] Visitas presenciales a las instalaciones
- [ ] Publicidad en medios tradicionales (radio, folletos, prensa)
- [ ] Otro

¿Qué aspectos valoras más al elegir un preescolar? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [x] Seguridad y bienestar de los niños
- [x] Calidad educativa y metodología de enseñanza
- [x] Atención y comunicación con los padres
- [x] Infraestructura y materiales educativos
- [x] Actividades extracurriculares
- [x] Costo y facilidades de pago
- [ ] Recomendaciones de familiares o amigos
- [ ] Otro

¿Conoces la institución CEI Los Helechos?(Si respondiste NO, no debes continuar con la encuesta)

- (•) Si
- ( ) No

¿Cuál es tu relación con la institución?

- (•) Padre/madre de familia
- ( ) Personal Administrativo
- ( ) Docente
- ( ) Residente cercano a la institución
- ( ) Otros:

¿Cuánto tiempo dedicas a Instagram en promedio al día?

- (•) Menos de 1 hora
- ( ) 1 a 2 horas
- ( ) 2 a 3 horas
- ( ) Más de 3 horas

¿Qué días usas Instagram con mayor frecuencia?

- [x] Lunes
- [x] Martes
- [x] Miércoles
- [x] Jueves
- [x] Viernes
- [x] Sábado
- [x] Domingo

¿Sigues la cuenta de Instagram de la institución?

- (•) Si
- ( ) No

¿Con qué frecuencia interactúas con la cuenta de Instagram de la institución?

- ( ) Siempre
- ( ) A veces
- (•) Rara vez
- ( ) Nunca
- ( ) No aplica

¿Cómo interactúas con el contenido?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [x] Doy "me gusta"
- [x] Comparto el contenido
- [ ] Comento las publicaciones
- [ ] Guardo las publicaciones
- [ ] Respondo a las historias
- [ ] No interactúo

¿Qué características consideras más importantes que la institución proyecte en su cuenta de Instagram?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [x] Profesionalismo
- [x] Seguridad
- [x] Calidad Educativa
- [x] Cercanía y calidez
- [x] Valores y formación integral
- [x] Comunidad unida
- [x] Innovación y creatividad

¿Qué tipo de contenido te interesaría ver más en la cuenta de Instagram de la institución?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [x] Noticias y anuncios importantes
- [x] Actividades escolares y eventos
- [x] Concejos educativos y tips para padres
- [x] Información sobre matrículas, inscripciones y requisitos
- [ ] Otros

¿Cómo calificarías el contenido publicado en la cuenta de Instagram del C.E.I. Los Helechos.

- ( ) Excelente
- (•) Bueno
- ( ) Regular
- ( ) Malo
- ( ) No aplica

¿Qué imagen crees que proyecta la institución a través de sus publicaciones en Instagram? (puedes elegir mas de una opción)

- [x] Innovadora y moderna
- [ ] Cercana y accesible
- [ ] Seria y tradicional
- [ ] Lejana o poco conectada con la comunidad
- [ ] No aplica

Encuesta N°8

¿Cuál es tu edad?

30

Antes de elegir un preescolar, ¿Qué medios consultas para obtener información? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [x] Redes sociales
- [x] Página web oficial
- [x] Recomendaciones de conocidos
- [x] Visitas presenciales a las instalaciones
- [ ] Publicidad en medios tradicionales (radio, folletos, prensa)
- [ ] Otro

¿Qué aspectos valoras más al elegir un preescolar? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [x] Seguridad y bienestar de los niños
- [ ] Calidad educativa y metodología de enseñanza
- [x] Atención y comunicación con los padres
- [x] Infraestructura y materiales educativos
- [ ] Actividades extracurriculares
- [ ] Costo y facilidades de pago
- [ ] Recomendaciones de familiares o amigos
- [ ] Otro

¿Conoces la institución CEI Los Helechos?(Si respondiste NO, no debes continuar con la encuesta)

- (•) Si
- ( ) No

¿Cuál es tu relación con la institución?

- (•) Padre/madre de familia
- ( ) Personal Administrativo
- ( ) Docente
- ( ) Residente cercano a la institución
- ( ) Otros:

¿Cuánto tiempo dedicas a Instagram en promedio al día?

- ( ) Menos de 1 hora
- (•) 1 a 2 horas
- ( ) 2 a 3 horas
- ( ) Más de 3 horas

¿Qué días usas Instagram con mayor frecuencia?

- [x] Lunes
- [ ] Martes
- [ ] Miércoles
- [ ] Jueves
- [x] Viernes
- [ ] Sábado
- [ ] Domingo

¿Sigues la cuenta de Instagram de la institución?

- ( ) Si
- (•) No

¿Con qué frecuencia interactúas con la cuenta de Instagram de la institución?

- ( ) Siempre
- ( ) A veces
- ( ) Rara vez
- ( ) Nunca
- (•) No aplica

¿Cómo interactúas con el contenido?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [x] Doy "me gusta"
- [ ] Comparto el contenido
- [ ] Comento las publicaciones
- [x] Guardo las publicaciones
- [ ] Respondo a las historias
- [ ] No interactúo

¿Qué características consideras más importantes que la institución proyecte en su cuenta de Instagram?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Profesionalismo
- [x] Seguridad
- [ ] Calidad Educativa
- [x] Cercanía y calidez
- [x] Valores y formación integral
- [ ] Comunidad unida
- [ ] Innovación y creatividad

¿Qué tipo de contenido te interesaría ver más en la cuenta de Instagram de la institución?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [x] Noticias y anuncios importantes
- [x] Actividades escolares y eventos
- [ ] Concejos educativos y tips para padres
- [x] Información sobre matrículas, inscripciones y requisitos
- [ ] Otros

¿Cómo calificarías el contenido publicado en la cuenta de Instagram del C.E.I. Los Helechos.

- ( ) Excelente
- ( ) Bueno
- ( ) Regular
- ( ) Malo
- (•) No aplica

¿Qué imagen crees que proyecta la institución a través de sus publicaciones en Instagram? (puedes elegir mas de una opción)

- [ ] Innovadora y moderna
- [ ] Cercana y accesible
- [ ] Seria y tradicional
- [x] Lejana o poco conectada con la comunidad
- [ ] No aplica

Encuesta N°9

¿Cuál es tu edad?

33

Antes de elegir un preescolar, ¿Qué medios consultas para obtener información? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [x] Redes sociales
- [ ] Página web oficial
- [x] Recomendaciones de conocidos
- [x] Visitas presenciales a las instalaciones
- [ ] Publicidad en medios tradicionales (radio, folletos, prensa)
- [ ] Otro

¿Qué aspectos valoras más al elegir un preescolar? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [x] Seguridad y bienestar de los niños
- [x] Calidad educativa y metodología de enseñanza
- [ ] Atención y comunicación con los padres
- [x] Infraestructura y materiales educativos
- [ ] Actividades extracurriculares
- [ ] Costo y facilidades de pago
- [ ] Recomendaciones de familiares o amigos
- [ ] Otro

¿Conoces la institución CEI Los Helechos?(Si respondiste NO, no debes continuar con la encuesta)

- (•) Si
- ( ) No

¿Cuál es tu relación con la institución?

- (•) Padre/madre de familia
- ( ) Personal Administrativo
- ( ) Docente
- ( ) Residente cercano a la institución
- ( ) Otros:

¿Cuánto tiempo dedicas a Instagram en promedio al día?

- ( ) Menos de 1 hora
- ( ) 1 a 2 horas
- (•) 2 a 3 horas
- ( ) Más de 3 horas

¿Qué días usas Instagram con mayor frecuencia?

- [x] Lunes
- [ ] Martes
- [ ] Miércoles
- [ ] Jueves
- [ ] Viernes
- [ ] Sábado
- [ ] Domingo

¿Sigues la cuenta de Instagram de la institución?

- (•) Si
- ( ) No

¿Con qué frecuencia interactúas con la cuenta de Instagram de la institución?

- ( ) Siempre
- (•) A veces
- ( ) Rara vez
- ( ) Nunca
- ( ) No aplica

¿Cómo interactúas con el contenido?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [x] Doy "me gusta"
- [ ] Comparto el contenido
- [ ] Comento las publicaciones
- [ ] Guardo las publicaciones
- [ ] Respondo a las historias
- [ ] No interactúo

¿Qué características consideras más importantes que la institución proyecte en su cuenta de Instagram?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Profesionalismo
- [x] Seguridad
- [x] Calidad Educativa
- [ ] Cercanía y calidez
- [ ] Valores y formación integral
- [ ] Comunidad unida
- [ ] Innovación y creatividad

¿Qué tipo de contenido te interesaría ver más en la cuenta de Instagram de la institución?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [x] Noticias y anuncios importantes
- [x] Actividades escolares y eventos
- [ ] Concejos educativos y tips para padres
- [ ] Información sobre matrículas, inscripciones y requisitos
- [ ] Otros

¿Cómo calificarías el contenido publicado en la cuenta de Instagram del C.E.I. Los Helechos.

- (•) Excelente
- ( ) Bueno
- ( ) Regular
- ( ) Malo
- ( ) No aplica

¿Qué imagen crees que proyecta la institución a través de sus publicaciones en Instagram? (puedes elegir mas de una opción)

- [x] Innovadora y moderna
- [ ] Cercana y accesible
- [ ] Seria y tradicional
- [ ] Lejana o poco conectada con la comunidad
- [ ] No aplica

Encuesta N°10

¿Cuál es tu edad?

38

Antes de elegir un preescolar, ¿Qué medios consultas para obtener información? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [x] Redes sociales
- [ ] Página web oficial
- [ ] Recomendaciones de conocidos
- [ ] Visitas presenciales a las instalaciones
- [ ] Publicidad en medios tradicionales (radio, folletos, prensa)
- [ ] Otro

¿Qué aspectos valoras más al elegir un preescolar? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [x] Seguridad y bienestar de los niños
- [x] Calidad educativa y metodología de enseñanza
- [ ] Atención y comunicación con los padres
- [ ] Infraestructura y materiales educativos
- [ ] Actividades extracurriculares
- [x] Costo y facilidades de pago
- [ ] Recomendaciones de familiares o amigos
- [ ] Otro

¿Conoces la institución CEI Los Helechos?(Si respondiste NO, no debes continuar con la encuesta)

- (•) Si
- ( ) No

¿Cuál es tu relación con la institución?

- (•) Padre/madre de familia
- ( ) Personal Administrativo
- ( ) Docente
- ( ) Residente cercano a la institución
- ( ) Otros:

¿Cuánto tiempo dedicas a Instagram en promedio al día?

- (•) Menos de 1 hora
- ( ) 1 a 2 horas
- ( ) 2 a 3 horas
- ( ) Más de 3 horas

¿Qué días usas Instagram con mayor frecuencia?

- [x] Lunes
- [x] Martes
- [x] Miércoles
- [x] Jueves
- [x] Viernes
- [x] Sábado
- [x] Domingo

¿Sigues la cuenta de Instagram de la institución?

- ( ) Si
- (•) No

¿Con qué frecuencia interactúas con la cuenta de Instagram de la institución?

- ( ) Siempre
- ( ) A veces
- (•) Rara vez
- ( ) Nunca
- ( ) No aplica

¿Cómo interactúas con el contenido?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [x] Doy "me gusta"
- [ ] Comparto el contenido
- [ ] Comento las publicaciones
- [ ] Guardo las publicaciones
- [ ] Respondo a las historias
- [ ] No interactúo

¿Qué características consideras más importantes que la institución proyecte en su cuenta de Instagram?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [x] Profesionalismo
- [x] Seguridad
- [ ] Calidad Educativa
- [x] Cercanía y calidez
- [x] Valores y formación integral
- [ ] Comunidad unida
- [ ] Innovación y creatividad

¿Qué tipo de contenido te interesaría ver más en la cuenta de Instagram de la institución?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [x] Noticias y anuncios importantes
- [ ] Actividades escolares y eventos
- [ ] Concejos educativos y tips para padres
- [ ] Información sobre matrículas, inscripciones y requisitos
- [ ] Otros

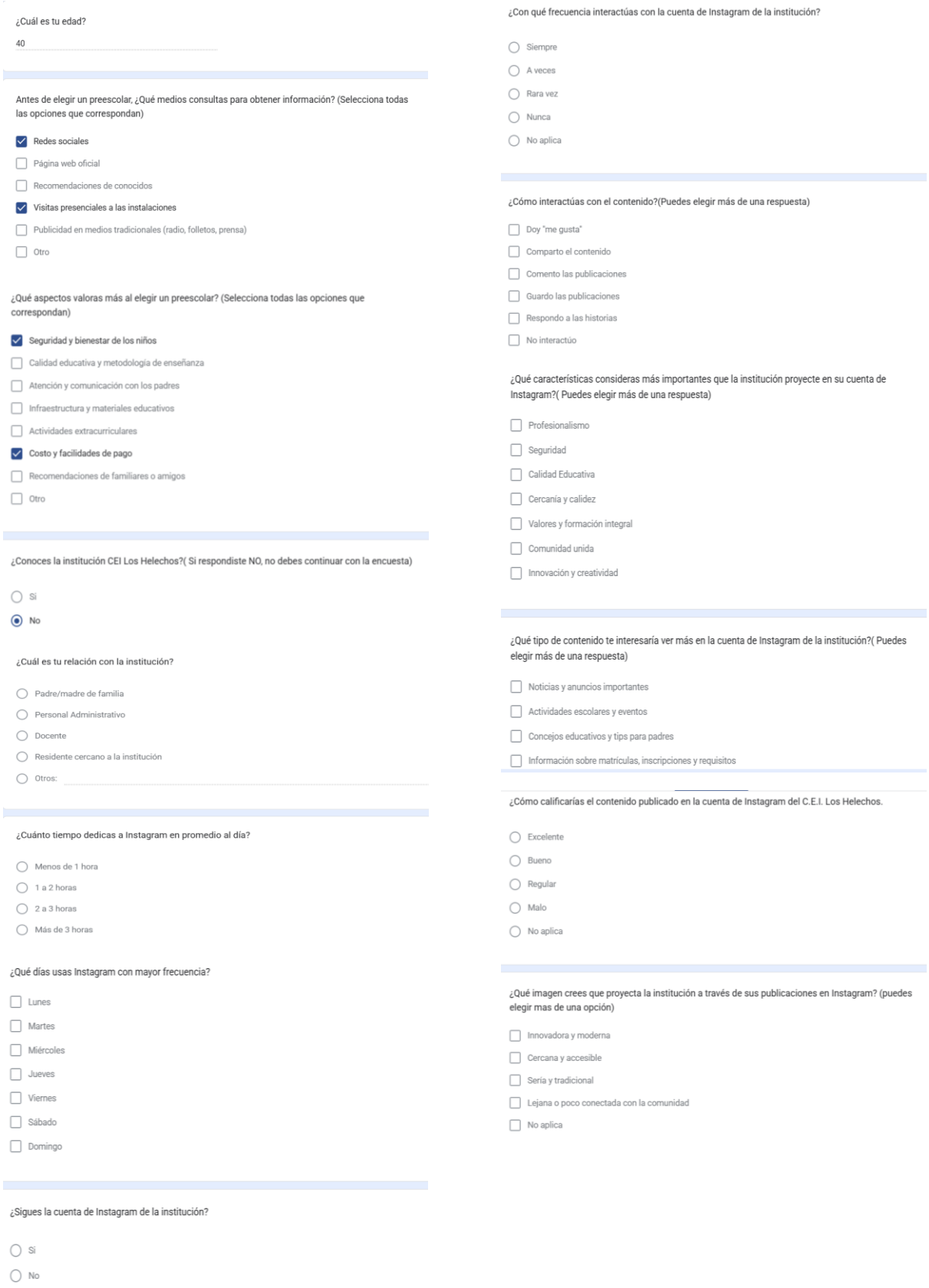
¿Cómo calificarías el contenido publicado en la cuenta de Instagram del C.E.I. Los Helechos.

- ( ) Excelente
- (•) Bueno
- ( ) Regular
- ( ) Malo
- ( ) No aplica

¿Qué imagen crees que proyecta la institución a través de sus publicaciones en Instagram? (puedes elegir mas de una opción)

- [ ] Innovadora y moderna
- [ ] Cercana y accesible
- [ ] Seria y tradicional
- [ ] Lejana o poco conectada con la comunidad
- [ ] No aplica

Encuesta N° 11



¿Cuál es tu edad?

40

Antes de elegir un preescolar, ¿Qué medios consultas para obtener información? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [x] Redes sociales
- [ ] Página web oficial
- [ ] Recomendaciones de conocidos
- [x] Visitas presenciales a las instalaciones
- [ ] Publicidad en medios tradicionales (radio, folletos, prensa)
- [ ] Otro

¿Qué aspectos valoras más al elegir un preescolar? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [x] Seguridad y bienestar de los niños
- [ ] Calidad educativa y metodología de enseñanza
- [ ] Atención y comunicación con los padres
- [ ] Infraestructura y materiales educativos
- [ ] Actividades extracurriculares
- [x] Costo y facilidades de pago
- [ ] Recomendaciones de familiares o amigos
- [ ] Otro

¿Conoces la institución CEI Los Helechos?(Si respondiste NO, no debes continuar con la encuesta)

- ( ) Si
- (•) No

¿Cuál es tu relación con la institución?

- ( ) Padre/madre de familia
- ( ) Personal Administrativo
- ( ) Docente
- ( ) Residente cercano a la institución
- ( ) Otros:

¿Cuánto tiempo dedicas a Instagram en promedio al día?

- ( ) Menos de 1 hora
- ( ) 1 a 2 horas
- ( ) 2 a 3 horas
- ( ) Más de 3 horas

¿Qué días usas Instagram con mayor frecuencia?

- [ ] Lunes
- [ ] Martes
- [ ] Miércoles
- [ ] Jueves
- [ ] Viernes
- [ ] Sábado
- [ ] Domingo

¿Sigues la cuenta de Instagram de la institución?

- ( ) Si
- ( ) No

¿Con qué frecuencia interactúas con la cuenta de Instagram de la institución?

- ( ) Siempre
- ( ) A veces
- ( ) Rara vez
- ( ) Nunca
- ( ) No aplica

¿Cómo interactúas con el contenido?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Doy "me gusta"
- [ ] Comparto el contenido
- [ ] Comento las publicaciones
- [ ] Guardo las publicaciones
- [ ] Respondo a las historias
- [ ] No interactúo

¿Qué características consideras más importantes que la institución proyecte en su cuenta de Instagram?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Profesionalismo
- [ ] Seguridad
- [ ] Calidad Educativa
- [ ] Cercanía y calidez
- [ ] Valores y formación integral
- [ ] Comunidad unida
- [ ] Innovación y creatividad

¿Qué tipo de contenido te interesaría ver más en la cuenta de Instagram de la institución?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Noticias y anuncios importantes
- [ ] Actividades escolares y eventos
- [ ] Concejos educativos y tips para padres
- [ ] Información sobre matrículas, inscripciones y requisitos

¿Cómo calificarías el contenido publicado en la cuenta de Instagram del C.E.I. Los Helechos.

- ( ) Excelente
- ( ) Bueno
- ( ) Regular
- ( ) Malo
- ( ) No aplica

¿Qué imagen crees que proyecta la institución a través de sus publicaciones en Instagram? (puedes elegir mas de una opción)

- [ ] Innovadora y moderna
- [ ] Cercana y accesible
- [ ] Seria y tradicional
- [ ] Lejana o poco conectada con la comunidad
- [ ] No aplica

Encuesta N°12

¿Cuál es tu edad?

44

Antes de elegir un preescolar, ¿Qué medios consultas para obtener información? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [ ] Redes sociales
- [x] Página web oficial
- [x] Recomendaciones de conocidos
- [x] Visitas presenciales a las instalaciones
- [ ] Publicidad en medios tradicionales (radio, folletos, prensa)
- [ ] Otro

¿Qué aspectos valoras más al elegir un preescolar? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [x] Seguridad y bienestar de los niños
- [x] Calidad educativa y metodología de enseñanza
- [x] Atención y comunicación con los padres
- [x] Infraestructura y materiales educativos
- [ ] Actividades extracurriculares
- [ ] Costo y facilidades de pago
- [ ] Recomendaciones de familiares o amigos
- [ ] Otro

¿Conoces la institución CEI Los Helechos?(Si respondiste NO, no debes continuar con la encuesta)

- (•) Si
- ( ) No

¿Cuál es tu relación con la institución?

- (•) Padre/madre de familia
- ( ) Personal Administrativo
- ( ) Docente
- ( ) Residente cercano a la institución
- ( ) Otros:

¿Cuánto tiempo dedicas a Instagram en promedio al día?

- (•) Menos de 1 hora
- ( ) 1 a 2 horas
- ( ) 2 a 3 horas
- ( ) Más de 3 horas

¿Qué días usas Instagram con mayor frecuencia?

- [x] Lunes
- [ ] Martes
- [ ] Miércoles
- [ ] Jueves
- [ ] Viernes
- [ ] Sábado
- [ ] Domingo

¿Sigues la cuenta de Instagram de la institución?

- ( ) Si
- (•) No

¿Con qué frecuencia interactúas con la cuenta de Instagram de la institución?

- ( ) Siempre
- ( ) A veces
- ( ) Rara vez
- ( ) Nunca
- (•) No aplica

¿Cómo interactúas con el contenido?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Doy "me gusta"
- [ ] Comparto el contenido
- [ ] Comento las publicaciones
- [ ] Guardo las publicaciones
- [ ] Respondo a las historias
- [x] No interactúo

¿Qué características consideras más importantes que la institución proyecte en su cuenta de Instagram?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Profesionalismo
- [x] Seguridad
- [ ] Calidad Educativa
- [ ] Cercanía y calidez
- [x] Valores y formación integral
- [ ] Comunidad unida
- [x] Innovación y creatividad

¿Qué tipo de contenido te interesaría ver más en la cuenta de Instagram de la institución?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Noticias y anuncios importantes
- [ ] Actividades escolares y eventos
- [x] Concejos educativos y tips para padres
- [ ] Información sobre matrículas, inscripciones y requisitos
- [ ] Otros

¿Cómo calificarías el contenido publicado en la cuenta de Instagram del C.E.I. Los Helechos.

- (•) Excelente
- ( ) Bueno
- ( ) Regular
- ( ) Malo
- ( ) No aplica

¿Qué imagen crees que proyecta la institución a través de sus publicaciones en Instagram? (puedes elegir mas de una opción)

- [x] Innovadora y moderna
- [ ] Cercana y accesible
- [ ] Sería y tradicional
- [ ] Lejana o poco conectada con la comunidad
- [ ] No aplica

Encuesta N°13

¿Cuál es tu edad?

57

Antes de elegir un preescolar, ¿Qué medios consultas para obtener información? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [x] Redes sociales
- [ ] Página web oficial
- [x] Recomendaciones de conocidos
- [ ] Visitas presenciales a las instalaciones
- [ ] Publicidad en medios tradicionales (radio, folletos, prensa)
- [ ] Otro

¿Qué aspectos valoras más al elegir un preescolar? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [x] Seguridad y bienestar de los niños
- [x] Calidad educativa y metodología de enseñanza
- [ ] Atención y comunicación con los padres
- [ ] Infraestructura y materiales educativos
- [ ] Actividades extracurriculares
- [ ] Costo y facilidades de pago
- [ ] Recomendaciones de familiares o amigos
- [ ] Otro

¿Conoces la institución CEI Los Helechos?(Si respondiste NO, no debes continuar con la encuesta)

- ( ) Si
- (•) No

¿Cuál es tu relación con la institución?

- ( ) Padre/madre de familia
- ( ) Personal Administrativo
- ( ) Docente
- ( ) Residente cercano a la institución
- ( ) Otros:

¿Cuánto tiempo dedicas a Instagram en promedio al día?

- (•) Menos de 1 hora
- ( ) 1 a 2 horas
- ( ) 2 a 3 horas
- ( ) Más de 3 horas

¿Qué días usas Instagram con mayor frecuencia?

- [ ] Lunes
- [ ] Martes
- [ ] Miércoles
- [ ] Jueves
- [ ] Viernes
- [x] Sábado
- [ ] Domingo

¿Sigues la cuenta de Instagram de la institución?

- ( ) Si
- (•) No

¿Con qué frecuencia interactúas con la cuenta de Instagram de la institución?

- ( ) Siempre
- ( ) A veces
- ( ) Rara vez
- (•) Nunca
- ( ) No aplica

¿Cómo interactúas con el contenido?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Doy "me gusta"
- [ ] Comparto el contenido
- [ ] Comento las publicaciones
- [ ] Guardo las publicaciones
- [ ] Respondo a las historias
- [x] No interactúo

¿Qué características consideras más importantes que la institución proyecte en su cuenta de Instagram?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [x] Profesionalismo
- [ ] Seguridad
- [x] Calidad Educativa
- [ ] Cercanía y calidez
- [ ] Valores y formación integral
- [ ] Comunidad unida
- [ ] Innovación y creatividad

¿Qué tipo de contenido te interesaría ver más en la cuenta de Instagram de la institución?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Noticias y anuncios importantes
- [ ] Actividades escolares y eventos
- [ ] Concejos educativos y tips para padres
- [ ] Información sobre matrículas, inscripciones y requisitos
- [x] Otros

¿Cómo calificarías el contenido publicado en la cuenta de Instagram del C.E.I. Los Helechos.

- ( ) Excelente
- ( ) Bueno
- ( ) Regular
- ( ) Malo
- (•) No aplica

¿Qué imagen crees que proyecta la institución a través de sus publicaciones en Instagram? (puedes elegir mas de una opción)

- [ ] Innovadora y moderna
- [ ] Cercana y accesible
- [ ] Sería y tradicional
- [x] Lejana o poco conectada con la comunidad
- [ ] No aplica

Encuesta N° 14

¿Cuál es tu edad?

37 años

Antes de elegir un preescolar, ¿Qué medios consultas para obtener información? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [x] Redes sociales
- [ ] Página web oficial
- [ ] Recomendaciones de conocidos
- [ ] Visitas presenciales a las instalaciones
- [ ] Publicidad en medios tradicionales (radio, folletos, prensa)
- [ ] Otro

¿Qué aspectos valoras más al elegir un preescolar? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [x] Seguridad y bienestar de los niños
- [x] Calidad educativa y metodología de enseñanza
- [x] Atención y comunicación con los padres
- [x] Infraestructura y materiales educativos
- [ ] Actividades extracurriculares
- [x] Costo y facilidades de pago
- [ ] Recomendaciones de familiares o amigos
- [ ] Otro

¿Conoces la institución CEI Los Helechos?(Si respondiste NO, no debes continuar con la encuesta)

- (•) Si
- ( ) No

¿Cuál es tu relación con la institución?

- (•) Padre/madre de familia
- ( ) Personal Administrativo
- ( ) Docente
- ( ) Residente cercano a la institución
- ( ) Otros:

¿Cuánto tiempo dedicas a Instagram en promedio al día?

- (•) Menos de 1 hora
- ( ) 1 a 2 horas
- ( ) 2 a 3 horas
- ( ) Más de 3 horas

¿Qué días usas Instagram con mayor frecuencia?

- [ ] Lunes
- [ ] Martes
- [ ] Miércoles
- [ ] Jueves
- [ ] Viernes
- [x] Sábado
- [x] Domingo

¿Sigues la cuenta de Instagram de la institución?

- (•) Si
- ( ) No

¿Con qué frecuencia interactúas con la cuenta de Instagram de la institución?

- ( ) Siempre
- ( ) A veces
- (•) Rara vez
- ( ) Nunca
- ( ) No aplica

¿Cómo interactúas con el contenido?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [x] Doy "me gusta"
- [ ] Comparto el contenido
- [ ] Comento las publicaciones
- [ ] Guardo las publicaciones
- [ ] Respondo a las historias
- [ ] No interactúo

¿Qué características consideras más importantes que la institución proyecte en su cuenta de Instagram?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Profesionalismo
- [x] Seguridad
- [x] Calidad Educativa
- [ ] Cercanía y calidez
- [x] Valores y formación integral
- [ ] Comunidad unida
- [x] Innovación y creatividad

¿Qué tipo de contenido te interesaría ver más en la cuenta de Instagram de la institución?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [x] Noticias y anuncios importantes
- [x] Actividades escolares y eventos
- [ ] Concejos educativos y tips para padres
- [ ] Información sobre matrículas, inscripciones y requisitos
- [ ] Otros

¿Cómo calificarías el contenido publicado en la cuenta de Instagram del C.E.I. Los Helechos.

- ( ) Excelente
- (•) Bueno
- ( ) Regular
- ( ) Malo
- ( ) No aplica

¿Qué imagen crees que proyecta la institución a través de sus publicaciones en Instagram? (puedes elegir mas de una opción)

- [x] Innovadora y moderna
- [ ] Cercana y accesible
- [ ] Sería y tradicional
- [ ] Lejana o poco conectada con la comunidad
- [ ] No aplica

Encuesta N°15

¿Cuál es tu edad?

31

Antes de elegir un preescolar, ¿Qué medios consultas para obtener información? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [ ] Redes sociales
- [ ] Página web oficial
- [x] Recomendaciones de conocidos
- [x] Visitas presenciales a las instalaciones
- [ ] Publicidad en medios tradicionales (radio, folletos, prensa)
- [ ] Otro

¿Qué aspectos valoras más al elegir un preescolar? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [x] Seguridad y bienestar de los niños
- [x] Calidad educativa y metodología de enseñanza
- [ ] Atención y comunicación con los padres
- [ ] Infraestructura y materiales educativos
- [ ] Actividades extracurriculares
- [ ] Costo y facilidades de pago
- [x] Recomendaciones de familiares o amigos
- [ ] Otro

¿Conoces la institución CEI Los Helechos?(Si respondiste NO, no debes continuar con la encuesta)

- (•) Si
- ( ) No

¿Cuál es tu relación con la institución?

- ( ) Padre/madre de familia
- ( ) Personal Administrativo
- ( ) Docente
- (•) Residente cercano a la institución
- ( ) Otros: _____

¿Cuánto tiempo dedicas a Instagram en promedio al día?

- ( ) Menos de 1 hora
- (•) 1 a 2 horas
- ( ) 2 a 3 horas
- ( ) Más de 3 horas

¿Qué días usas Instagram con mayor frecuencia?

- [x] Lunes
- [x] Martes
- [x] Miércoles
- [ ] Jueves
- [ ] Viernes
- [ ] Sábado
- [ ] Domingo

¿Sigues la cuenta de Instagram de la institución?

- ( ) Si
- (•) No

¿Con qué frecuencia interactúas con la cuenta de Instagram de la institución?

- ( ) Siempre
- ( ) A veces
- ( ) Rara vez
- ( ) Nunca
- (•) No aplica

¿Cómo interactúas con el contenido?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Doy "me gusta"
- [ ] Comparto el contenido
- [ ] Comento las publicaciones
- [ ] Guardo las publicaciones
- [ ] Respondo a las historias
- [x] No interactúo

¿Qué características consideras más importantes que la institución proyecte en su cuenta de Instagram?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [x] Profesionalismo
- [x] Seguridad
- [ ] Calidad Educativa
- [ ] Cercanía y calidez
- [x] Valores y formación integral
- [ ] Comunidad unida
- [ ] Innovación y creatividad

¿Qué tipo de contenido te interesaría ver más en la cuenta de Instagram de la institución?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [x] Noticias y anuncios importantes
- [ ] Actividades escolares y eventos
- [ ] Concejos educativos y tips para padres
- [ ] Información sobre matrículas, inscripciones y requisitos
- [ ] Otros

¿Cómo calificarías el contenido publicado en la cuenta de Instagram del C.E.I. Los Helechos.

- ( ) Excelente
- ( ) Bueno
- ( ) Regular
- ( ) Malo
- (•) No aplica

¿Qué imagen crees que proyecta la institución a través de sus publicaciones en Instagram? (puedes elegir mas de una opción)

- [ ] Innovadora y moderna
- [ ] Cercana y accesible
- [ ] Seria y tradicional
- [x] Lejana o poco conectada con la comunidad
- [ ] No aplica

Encuesta N°16

¿Cuál es tu edad?

20

Antes de elegir un preescolar, ¿Qué medios consultas para obtener información? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [ ] Redes sociales
- [ ] Página web oficial
- [x] Recomendaciones de conocidos
- [x] Visitas presenciales a las instalaciones
- [ ] Publicidad en medios tradicionales (radio, folletos, prensa)
- [ ] Otro

¿Qué aspectos valoras más al elegir un preescolar? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [x] Seguridad y bienestar de los niños
- [x] Calidad educativa y metodología de enseñanza
- [ ] Atención y comunicación con los padres
- [ ] Infraestructura y materiales educativos
- [ ] Actividades extracurriculares
- [x] Costo y facilidades de pago
- [ ] Recomendaciones de familiares o amigos
- [ ] Otro

¿Conoces la institución CEI Los Helechos?(Si respondiste NO, no debes continuar con la encuesta)

- ( ) Si
- (•) No

¿Cuál es tu relación con la institución?

- ( ) Padre/madre de familia
- ( ) Personal Administrativo
- ( ) Docente
- (•) Residente cercano a la institución
- ( ) Otros:

¿Cuánto tiempo dedicas a Instagram en promedio al día?

- ( ) Menos de 1 hora
- ( ) 1 a 2 horas
- (•) 2 a 3 horas
- ( ) Más de 3 horas

¿Qué días usas Instagram con mayor frecuencia?

- [ ] Lunes
- [ ] Martes
- [ ] Miércoles
- [ ] Jueves
- [ ] Viernes
- [x] Sábado
- [ ] Domingo

¿Sigues la cuenta de Instagram de la institución?

- ( ) Si
- (•) No

¿Con qué frecuencia interactúas con la cuenta de Instagram de la institución?

- ( ) Siempre
- ( ) A veces
- (•) Rara vez
- ( ) Nunca
- ( ) No aplica

¿Cómo interactúas con el contenido?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [x] Doy "me gusta"
- [ ] Comparto el contenido
- [ ] Comento las publicaciones
- [ ] Guardo las publicaciones
- [ ] Respondo a las historias
- [ ] No interactúo

¿Qué características consideras más importantes que la institución proyecte en su cuenta de Instagram?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Profesionalismo
- [ ] Seguridad
- [x] Calidad Educativa
- [ ] Cercanía y calidez
- [ ] Valores y formación integral
- [x] Comunidad unida
- [ ] Innovación y creatividad

¿Qué tipo de contenido te interesaría ver más en la cuenta de Instagram de la institución?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Noticias y anuncios importantes
- [x] Actividades escolares y eventos
- [ ] Concejos educativos y tips para padres
- [x] Información sobre matrículas, inscripciones y requisitos
- [ ] Otros

¿Cómo calificarías el contenido publicado en la cuenta de Instagram del C.E.I. Los Helechos.

- ( ) Excelente
- (•) Bueno
- ( ) Regular
- ( ) Malo
- ( ) No aplica

¿Qué imagen crees que proyecta la institución a través de sus publicaciones en Instagram? (puedes elegir mas de una opción)

- [x] Innovadora y moderna
- [ ] Cercana y accesible
- [ ] Sería y tradicional
- [ ] Lejana o poco conectada con la comunidad
- [ ] No aplica

Encuesta N°17

¿Cuál es tu edad?

63 años

Antes de elegir un preescolar, ¿Qué medios consultas para obtener información? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [ ] Redes sociales
- [ ] Página web oficial
- [ ] Recomendaciones de conocidos
- [x] Visitas presenciales a las instalaciones
- [ ] Publicidad en medios tradicionales (radio, folletos, prensa)
- [ ] Otro

¿Qué aspectos valoras más al elegir un preescolar? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [ ] Seguridad y bienestar de los niños
- [x] Calidad educativa y metodología de enseñanza
- [ ] Atención y comunicación con los padres
- [ ] Infraestructura y materiales educativos
- [ ] Actividades extracurriculares
- [ ] Costo y facilidades de pago
- [ ] Recomendaciones de familiares o amigos
- [ ] Otro

¿Conoces la institución CEI Los Helechos?(Si respondiste NO, no debes continuar con la encuesta)

- (•) Si
- ( ) No

¿Cuál es tu relación con la institución?

- ( ) Padre/madre de familia
- ( ) Personal Administrativo
- ( ) Docente
- ( ) Residente cercano a la institución
- ( ) Otros:

¿Cuánto tiempo dedicas a Instagram en promedio al día?

- (•) Menos de 1 hora
- ( ) 1 a 2 horas
- ( ) 2 a 3 horas
- ( ) Más de 3 horas

¿Qué días usas Instagram con mayor frecuencia?

- [ ] Lunes
- [ ] Martes
- [ ] Miércoles
- [ ] Jueves
- [ ] Viernes
- [ ] Sábado
- [x] Domingo

¿Sigues la cuenta de Instagram de la institución?

- ( ) Si
- (•) No

¿Con qué frecuencia interactúas con la cuenta de Instagram de la institución?

- ( ) Siempre
- ( ) A veces
- ( ) Rara vez
- (•) Nunca
- ( ) No aplica

¿Cómo interactúas con el contenido?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Doy "me gusta"
- [ ] Comparto el contenido
- [ ] Comento las publicaciones
- [ ] Guardo las publicaciones
- [ ] Respondo a las historias
- [x] No interactúo

¿Qué características consideras más importantes que la institución proyecte en su cuenta de Instagram?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [x] Profesionalismo
- [x] Seguridad
- [x] Calidad Educativa
- [ ] Cercanía y calidez
- [ ] Valores y formación integral
- [ ] Comunidad unida
- [ ] Innovación y creatividad

¿Qué tipo de contenido te interesaría ver más en la cuenta de Instagram de la institución?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [x] Noticias y anuncios importantes
- [ ] Actividades escolares y eventos
- [ ] Concejos educativos y tips para padres
- [ ] Información sobre matrículas, inscripciones y requisitos
- [ ] Otros

¿Cómo calificarías el contenido publicado en la cuenta de Instagram del C.E.I. Los Helechos.

- ( ) Excelente
- (•) Bueno
- ( ) Regular
- ( ) Malo
- ( ) No aplica

¿Qué imagen crees que proyecta la institución a través de sus publicaciones en Instagram? (puedes elegir mas de una opción)

- [ ] Innovadora y moderna
- [ ] Cercana y accesible
- [ ] Sería y tradicional
- [ ] Lejana o poco conectada con la comunidad
- [ ] No aplica

Encuesta N°18

¿Cuál es tu edad?

58

Antes de elegir un preescolar, ¿Qué medios consultas para obtener información? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [ ] Redes sociales
- [ ] Página web oficial
- [x] Recomendaciones de conocidos
- [ ] Visitas presenciales a las instalaciones
- [ ] Publicidad en medios tradicionales (radio, folletos, prensa)
- [ ] Otro

¿Qué aspectos valoras más al elegir un preescolar? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [x] Seguridad y bienestar de los niños
- [x] Calidad educativa y metodología de enseñanza
- [x] Atención y comunicación con los padres
- [x] Infraestructura y materiales educativos
- [ ] Actividades extracurriculares
- [x] Costo y facilidades de pago
- [x] Recomendaciones de familiares o amigos
- [ ] Otro

¿Conoces la institución CEI Los Helechos?(Si respondiste NO, no debes continuar con la encuesta)

- ( ) Si
- (•) No

¿Cuál es tu relación con la institución?

- ( ) Padre/madre de familia
- ( ) Personal Administrativo
- ( ) Docente
- ( ) Residente cercano a la institución
- ( ) Otros:

¿Cuánto tiempo dedicas a Instagram en promedio al día?

- ( ) Menos de 1 hora
- ( ) 1 a 2 horas
- ( ) 2 a 3 horas
- ( ) Más de 3 horas

¿Qué días usas Instagram con mayor frecuencia?

- [ ] Lunes
- [ ] Martes
- [ ] Miércoles
- [ ] Jueves
- [ ] Viernes
- [ ] Sábado
- [ ] Domingo

¿Qué días usas Instagram con mayor frecuencia?

- [ ] Lunes
- [ ] Martes
- [ ] Miércoles
- [ ] Jueves
- [ ] Viernes
- [ ] Sábado
- [ ] Domingo

¿Con qué frecuencia interactuas con la cuenta de Instagram de la institución?

- ( ) Siempre
- ( ) A veces
- ( ) Rara vez
- ( ) Nunca
- ( ) No aplica

¿Cómo interactúas con el contenido?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Doy "me gusta"
- [ ] Comparto el contenido
- [ ] Comento las publicaciones
- [ ] Guardo las publicaciones
- [ ] Respondo a las historias
- [ ] No interactúo

¿Qué características consideras más importantes que la institución proyecte en su cuenta de Instagram?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Profesionalismo
- [ ] Seguridad
- [ ] Calidad Educativa
- [ ] Cercanía y calidez
- [ ] Valores y formación integral
- [ ] Comunidad unida
- [ ] Innovación y creatividad

¿Qué tipo de contenido te interesaría ver más en la cuenta de Instagram de la institución?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Noticias y anuncios importantes
- [ ] Actividades escolares y eventos
- [ ] Concejos educativos y tips para padres
- [ ] Información sobre matrículas, inscripciones y requisitos
- [ ] Otros

¿Cómo calificarías el contenido publicado en la cuenta de Instagram del C.E.I. Los Helechos.

- ( ) Excelente
- ( ) Bueno
- ( ) Regular
- ( ) Malo
- ( ) No aplica

Encuesta N°19

¿Cuál es tu edad?

28

Antes de elegir un preescolar, ¿Qué medios consultas para obtener información? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [x] Redes sociales
- [x] Página web oficial
- [x] Recomendaciones de conocidos
- [ ] Visitas presenciales a las instalaciones
- [ ] Publicidad en medios tradicionales (radio, folletos, prensa)
- [ ] Otro

¿Qué aspectos valoras más al elegir un preescolar? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [x] Seguridad y bienestar de los niños
- [x] Calidad educativa y metodología de enseñanza
- [ ] Atención y comunicación con los padres
- [ ] Infraestructura y materiales educativos
- [ ] Actividades extracurriculares
- [x] Costo y facilidades de pago
- [ ] Recomendaciones de familiares o amigos
- [ ] Otro

¿Conoces la institución CEI Los Helechos?(Si respondiste NO, no debes continuar con la encuesta)

- (●) Si
- ( ) No

¿Cuál es tu relación con la institución?

- ( ) Padre/madre de familia
- ( ) Personal Administrativo
- ( ) Docente
- (●) Residente cercano a la institución
- ( ) Otros:

¿Cuánto tiempo dedicas a Instagram en promedio al día?

- ( ) Menos de 1 hora
- (●) 1 a 2 horas
- ( ) 2 a 3 horas
- ( ) Más de 3 horas

¿Qué días usas Instagram con mayor frecuencia?

- [ ] Lunes
- [ ] Martes
- [ ] Miércoles
- [ ] Jueves
- [x] Viernes
- [x] Sábado
- [x] Domingo

¿Sigues la cuenta de Instagram de la institución?

- ( ) Si
- (●) No

¿Con qué frecuencia interactúas con la cuenta de Instagram de la institución?

- ( ) Siempre
- ( ) A veces
- ( ) Rara vez
- ( ) Nunca
- (●) No aplica

¿Cómo interactúas con el contenido?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Doy "me gusta"
- [ ] Comparto el contenido
- [ ] Comento las publicaciones
- [ ] Guardo las publicaciones
- [ ] Respondo a las historias
- [x] No interactúo

¿Qué características consideras más importantes que la institución proyecte en su cuenta de Instagram?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Profesionalismo
- [ ] Seguridad
- [ ] Calidad Educativa
- [ ] Cercanía y calidez
- [x] Valores y formación integral
- [x] Comunidad unida
- [ ] Innovación y creatividad

¿Qué tipo de contenido te interesaría ver más en la cuenta de Instagram de la institución?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Noticias y anuncios importantes
- [ ] Actividades escolares y eventos
- [x] Concejos educativos y tips para padres
- [ ] Información sobre matrículas, inscripciones y requisitos
- [ ] Otros

¿Qué tipo de contenido te interesaría ver más en la cuenta de Instagram de la institución?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Noticias y anuncios importantes
- [ ] Actividades escolares y eventos
- [x] Concejos educativos y tips para padres
- [ ] Información sobre matrículas, inscripciones y requisitos
- [ ] Otros

¿Qué imagen crees que proyecta la institución a través de sus publicaciones en Instagram? (puedes elegir mas de una opción)

- [ ] Innovadora y moderna
- [ ] Cercana y accesible
- [ ] Seria y tradicional
- [ ] Lejana o poco conectada con la comunidad
- [ ] No aplica

Encuesta N°20

¿Cuál es tu edad?

32

Antes de elegir un preescolar, ¿Qué medios consultas para obtener información? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [ ] Redes sociales
- [ ] Página web oficial
- [x] Recomendaciones de conocidos
- [ ] Visitas presenciales a las instalaciones
- [ ] Publicidad en medios tradicionales (radio, folletos, prensa)
- [ ] Otro

¿Qué aspectos valoras más al elegir un preescolar? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [ ] Seguridad y bienestar de los niños
- [x] Calidad educativa y metodología de enseñanza
- [x] Atención y comunicación con los padres
- [ ] Infraestructura y materiales educativos
- [ ] Actividades extracurriculares
- [ ] Costo y facilidades de pago
- [ ] Recomendaciones de familiares o amigos
- [ ] Otro

¿Conoces la institución CEI Los Helechos?(Si respondiste NO, no debes continuar con la encuesta)

- ( ) Si
- (•) No

¿Cuál es tu relación con la institución?

- ( ) Padre/madre de familia
- ( ) Personal Administrativo
- ( ) Docente
- ( ) Residente cercano a la institución
- (•) Otros: No aplica

¿Cuánto tiempo dedicas a Instagram en promedio al día?

- ( ) Menos de 1 hora
- ( ) 1 a 2 horas
- (•) 2 a 3 horas
- ( ) Más de 3 horas

¿Sigues la cuenta de Instagram de la institución?

- ( ) Si
- (•) No

¿Con qué frecuencia interactúas con la cuenta de Instagram de la institución?

- ( ) Siempre
- ( ) A veces
- ( ) Rara vez
- ( ) Nunca
- (•) No aplica

¿Cómo interactúas con el contenido?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Doy "me gusta"
- [ ] Comparto el contenido
- [ ] Comento las publicaciones
- [ ] Guardo las publicaciones
- [ ] Respondo a las historias
- [x] No interactúo

¿Qué características consideras más importantes que la institución proyecte en su cuenta de Instagram?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [x] Profesionalismo
- [ ] Seguridad
- [ ] Calidad Educativa
- [ ] Cercanía y calidez
- [x] Valores y formación integral
- [ ] Comunidad unida
- [x] Innovación y creatividad

¿Qué tipo de contenido te interesaría ver más en la cuenta de Instagram de la institución?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [x] Noticias y anuncios importantes
- [x] Actividades escolares y eventos
- [ ] Concejos educativos y tips para padres
- [x] Información sobre matrículas, inscripciones y requisitos
- [ ] Otros

¿Cómo calificarías el contenido publicado en la cuenta de Instagram del C.E.I. Los Helechos.

- ( ) Excelente
- ( ) Bueno
- ( ) Regular
- ( ) Malo
- (•) No aplica

¿Qué imagen crees que proyecta la institución a través de sus publicaciones en Instagram? (puedes elegir mas de una opción)

- [ ] Innovadora y moderna
- [ ] Cercana y accesible
- [ ] Seria y tradicional
- [ ] Lejana o poco conectada con la comunidad
- [x] No aplica

Encuesta N°21

¿Cuál es tu edad?

28

Antes de elegir un preescolar, ¿Qué medios consultas para obtener información? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [ ] Redes sociales
- [x] Página web oficial
- [x] Recomendaciones de conocidos
- [x] Visitas presenciales a las instalaciones
- [ ] Publicidad en medios tradicionales (radio, folletos, prensa)
- [ ] Otro

¿Qué aspectos valoras más al elegir un preescolar? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- [ ] Seguridad y bienestar de los niños
- [x] Calidad educativa y metodología de enseñanza
- [ ] Atención y comunicación con los padres
- [x] Infraestructura y materiales educativos
- [ ] Actividades extracurriculares
- [ ] Costo y facilidades de pago
- [x] Recomendaciones de familiares o amigos
- [ ] Otro

¿Conoces la institución CEI Los Helechos?(Si respondiste NO, no debes continuar con la encuesta)

- (•) Si
- ( ) No

¿Cuál es tu relación con la institución?

- (•) Padre/madre de familia
- ( ) Personal Administrativo
- ( ) Docente
- ( ) Residente cercano a la institución
- ( ) Otros:

¿Cuánto tiempo dedicas a Instagram en promedio al día?

- ( ) Menos de 1 hora
- (•) 1 a 2 horas
- ( ) 2 a 3 horas
- ( ) Más de 3 horas

¿Qué días usas Instagram con mayor frecuencia?

- [x] Lunes
- [x] Martes
- [x] Miércoles
- [x] Jueves
- [x] Viernes
- [ ] Sábado
- [ ] Domingo

¿Sigues la cuenta de Instagram de la institución?

- (•) Si
- ( ) No

¿Cómo interactúas con el contenido?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [x] Doy "me gusta"
- [ ] Comparto el contenido
- [ ] Comento las publicaciones
- [ ] Guardo las publicaciones
- [ ] Respondo a las historias
- [ ] No interactúo

¿Con qué frecuencia interactúas con la cuenta de Instagram de la institución?

- ( ) Siempre
- ( ) A veces
- (•) Rara vez
- ( ) Nunca
- ( ) No aplica

¿Qué características consideras más importantes que la institución proyecte en su cuenta de Instagram?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Profesionalismo
- [ ] Seguridad
- [x] Calidad Educativa
- [ ] Cercanía y calidez
- [x] Valores y formación integral
- [ ] Comunidad unida
- [ ] Innovación y creatividad

¿Qué tipo de contenido te interesaría ver más en la cuenta de Instagram de la institución?(Puedes elegir más de una respuesta)

- [ ] Noticias y anuncios importantes
- [x] Actividades escolares y eventos
- [x] Concejos educativos y tips para padres
- [ ] Información sobre matrículas, inscripciones y requisitos
- [ ] Otros

¿Cómo calificarías el contenido publicado en la cuenta de Instagram del C.E.I. Los Helechos.

- ( ) Excelente
- ( ) Bueno
- (•) Regular
- ( ) Malo
- ( ) No aplica

¿Qué imagen crees que proyecta la institución a través de sus publicaciones en Instagram? (puedes elegir mas de una opción)

- [ ] Innovadora y moderna
- [x] Cercana y accesible
- [ ] Seria y tradicional
- [ ] Lejana o poco conectada con la comunidad
- [ ] No aplica

CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD

TESA

La Dirección de Titulación, certifica que el trabajo final presentado por **VIANA SARANGO JESSICA MAGALY**, ha sido sometido a un análisis de similitud mediante la herramienta Turnitin.

El resultado obtenido refleja un **3%** 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,03 de junio del 2025

DIRECCIÓN TITULACIÓN

Pablo Heredia

CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD

TESA

La Dirección de Titulación, certifica que el trabajo final presentado por **MORALES BASTIDAS ANA MISHELL**, ha sido sometido a un análisis de similitud mediante la herramienta Turnitin.

El resultado obtenido refleja un **3%** 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,03 de junio del 2025

DIRECCIÓN TITULACIÓN

Pablo Heredia