



**MARKETING DIGITAL ES OFRECER CONTENIDO  
ADECUADO, EN EL MOMENTO ADECUADO Y A LA  
PERSONA ADECUADA**

**REYES, C.**





# ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS

INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA



## **MARKETING DIGITAL PARA LA CARRERA DE EDUCACIÓN INICIAL DE LA UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS - ESPE**

AUTORES:

ESPINOSA CEVALLOS ANGEL LUCIANO  
LLUMIQUINGA ÑACATO JEAN PIERRE

TUTOR: ING. MARCO JARAMILLO  
MPDE; DGAU



# ÍNDICE



- Definición del problema
- Justificación del problema
- Objetivos
- Marco teórico
- Metodología
- Resultados de la encuesta
- Propuesta
- Conclusiones
- Recomendaciones



## DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

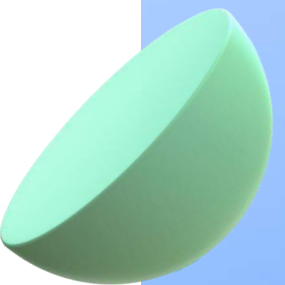
Inexistencia de marketing digital para la Carrera de Educación Inicial.

Falta de personal para realizar actividades de marketing de digital

- Sitios existentes se encuentran desactualizados.
- No existen herramientas ni elementos gráficos.

Falta de capacitación en Marketing Digital para el personal de la carrera.

- Desconocimiento y miedo por parte de las autoridades para la implementación de marketing digital.





# JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

La integración de las tecnologías digitales se ha extendido a casi todos los niveles de la sociedad, provocando cambios importantes en la forma en que nos comunicamos, aprendemos y enseñamos.

A medida que el mundo digital continúa evolucionando, esta investigación busca la implementación y desarrollo de Marketing digital para la carrera de Educación Inicial, encontrando los canales, medios y aspectos clave para desarrollarlo.

# OBJETIVOS



Desarrollar una estrategia integral de marketing digital para la carrera de Educación Inicial de la Universidad de las Fuerzas Armadas - ESPE mediante el uso de herramientas y medios digitales.

- Realizar un análisis del estado del marketing que se maneja en la carrera de Educación Inicial.
- Implementar la presencia en línea de la carrera de Educación Inicial a través de la actualización y optimización de sus redes sociales.
- Crear y diseñar contenido relevante y atractivo para la comunidad de la carrera.

# MARCO TEÓRICO

Teoría del aprendizaje social	Bandura	El entorno social es el catalizador del aprendizaje, los sujetos aprenden de sus semejantes.
Teoría del marketing digital	Kotler & Armstrong	Las nuevas tecnologías y herramientas digitales continúan generando impacto en la realidad global.
Teoría del comportamiento del consumidor	Kotler & Armstrong	Los consumidores son un mundo impredecible que avanza y se desarrolla al igual que la conectividad y la globalización.
Marketing Educativo	Manes - Tituaña	Estrategias que promueven el desarrollo profesional a través de la red mediante el uso de herramientas tecnológicas, digitales y otros agentes interactivos.
Herramientas de marketing digital	Fernández & Membiela Pollán	Inbound (Marketing de contenidos, landing pages, páginas web, SEO, marketing de influencia, lead magnet), Outbound (anuncios)
Buyer Persona	Beltrán	Cliente Ideal





# METODOLOGÍA

**CUALITATIVA**

**CUANTITATIVA**

**Nivel**

Descriptivo

**Diseño**

Transversal

**Instrumento**

Encuesta (encuesta piloto realizada a 20 estudiantes)







# METODOLOGÍA

## CALCULO DE LA MUESTRA

### Población

2639 estudiantes de la carrera de Educación Inicial

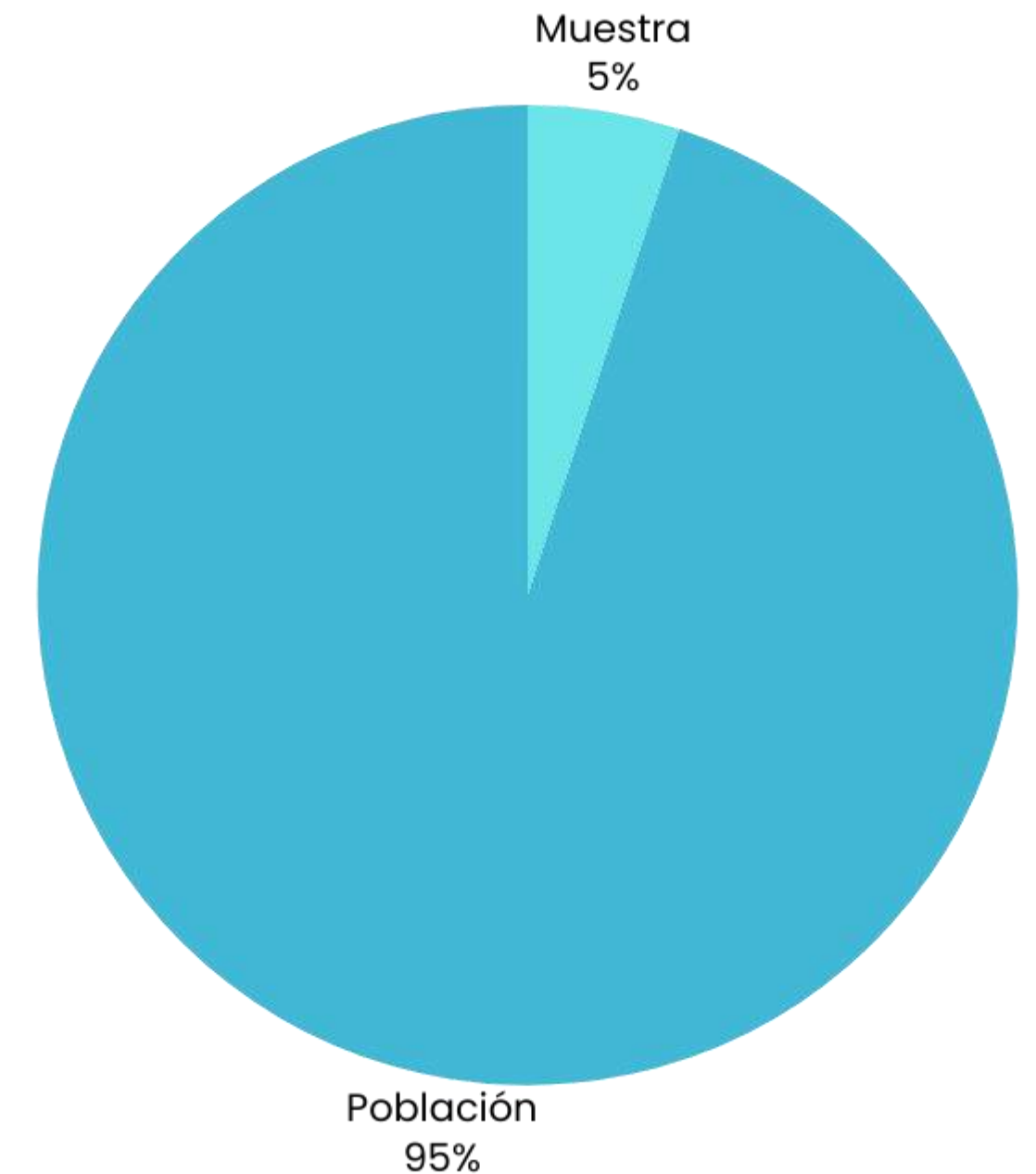
### Muestra

132 estudiantes

$$n = \frac{(2639) (1.96)^2 (0.9)(0.1)}{0.05^2 (2639 - 1) + (1.96)^2 (0.9)(0.1)}$$

$$n = \frac{912,4184}{6,9407}$$

$$n = 131,4583 \cong 132 \text{ personas}$$



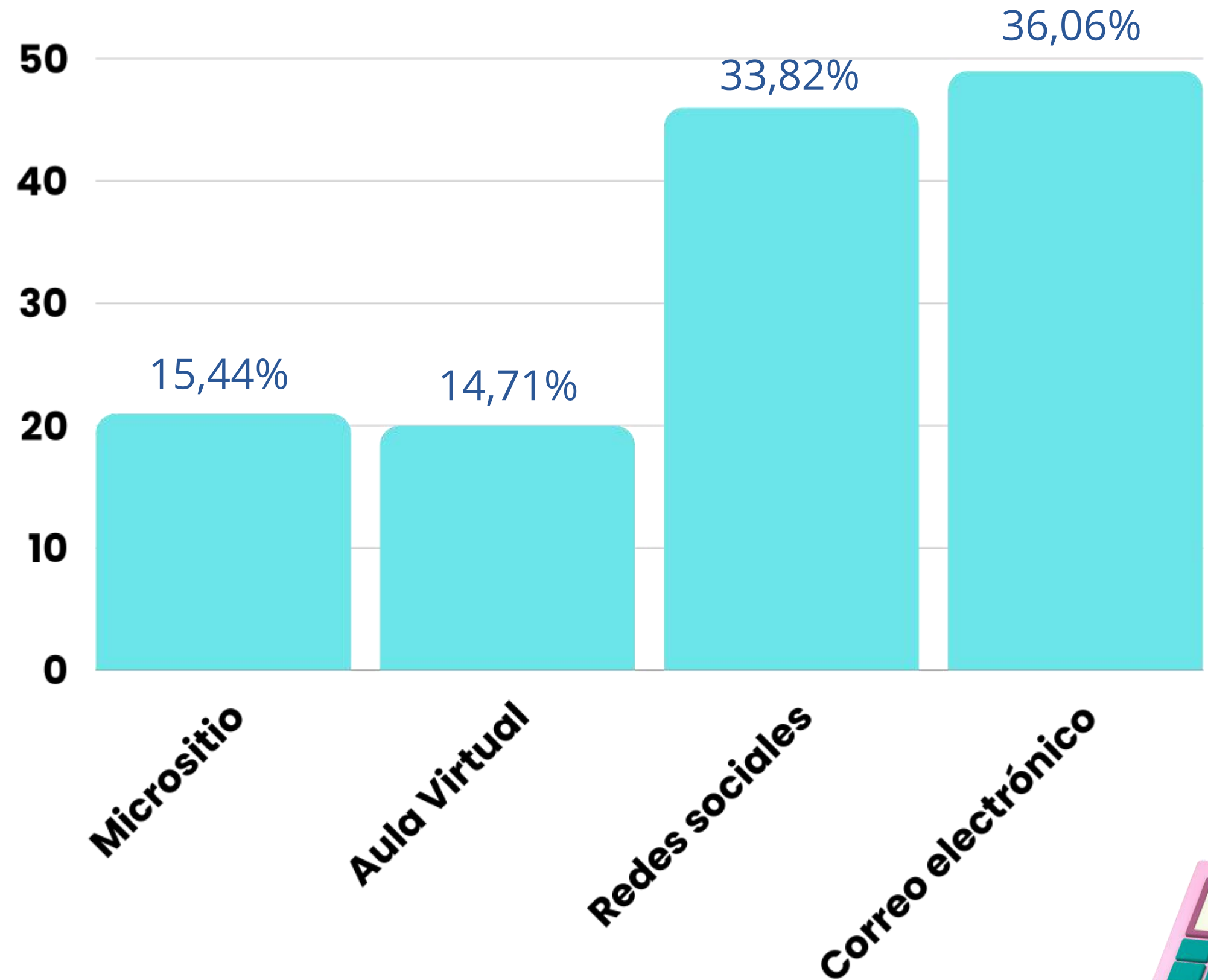
# RESULTADOS



## Análisis Univariado

¿A través de que medio preferiría recibir información importante acerca de la carrera de Educación Inicial?

El 36,03% de los encuestados preferirían recibir información de la carrera de Educación Inicial mediante correo electrónico.



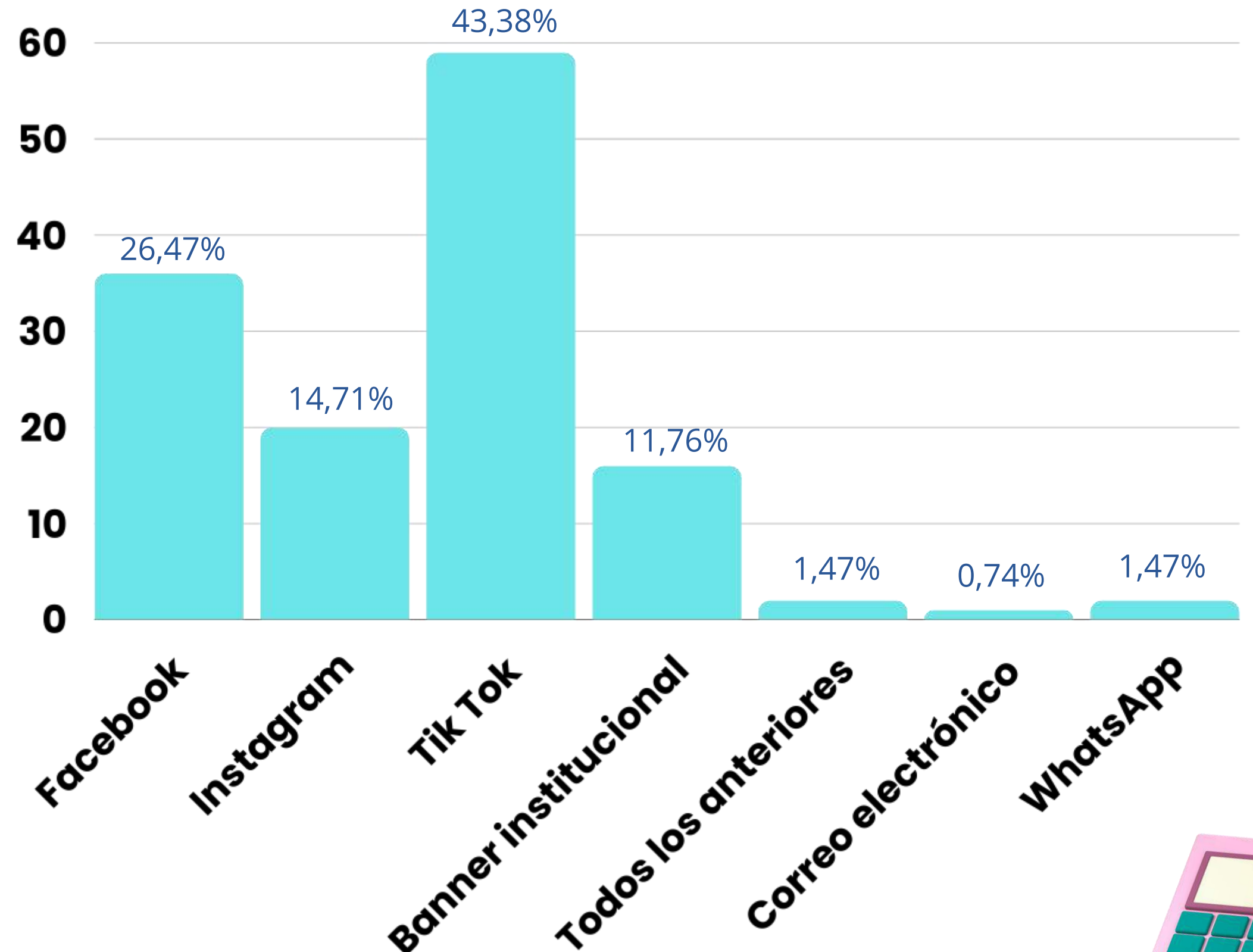
# RESULTADOS



## Análisis Univariado

¿Qué plataforma digital o red social utiliza con mayor frecuencia?

El 43,38% de los estudiantes utiliza Tik Tok con mayor frecuencia, seguido de Facebook e Instagram con el 26,47% y 14,71% respectivamente.

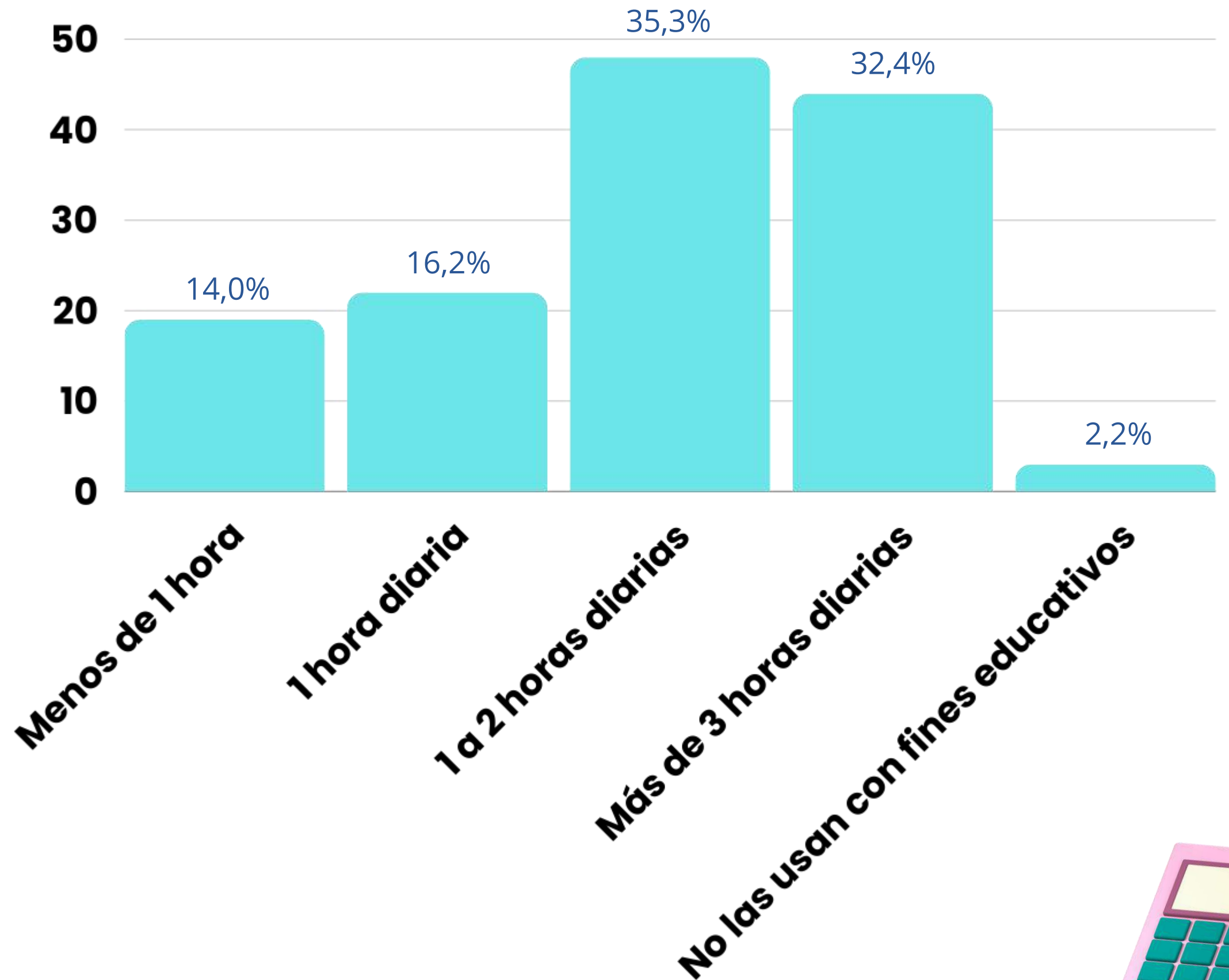


# RESULTADOS

## Análisis Univariado

**¿Cuánto tiempo al día utiliza las redes sociales como medio de comunicación con fines educativos?**

El 35% de los estudiantes pasa de 1 a 2 horas diarias en plataformas digitales para uso educativo.



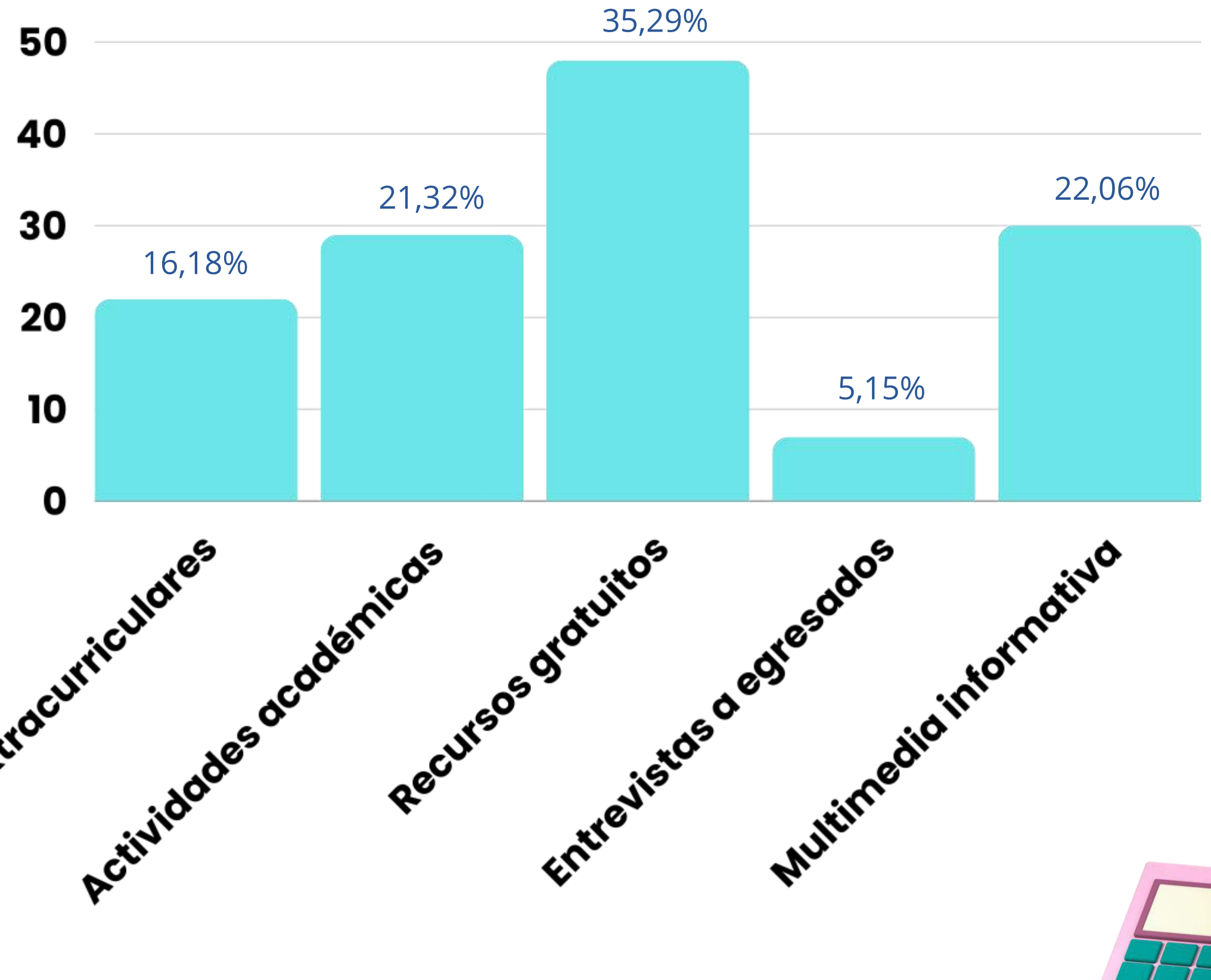
# RESULTADOS



## Análisis Univariado

¿Qué tipo de contenidos le gustaría encontrar en las redes sociales de la carrera de Educación Inicial?

El 35% de los estudiantes prefiere encontrar recursos gratuitos como libros electrónicos o guías de estudio



# ANÁLISIS CHI CUADRADO



## Variables

Modalidad de estudio – Medio por el que actualmente obtiene información

Tabla cruzada Modalidad de estudio \* Medio por el que actualmente obtiene

información		Indique su modalidad de estudio		Total
		En Línea	Presencial	
¿Actualmente, mediante qué medio obtiene información importante sobre la carrera de Educación Inicial?	Páginas oficiales de la ESPE (sitios web y redes sociales)	60	15	75
	Director/a de carrera	9	10	19
	Profesores	3	1	4
	Compañeros de clase	11	8	19
	Aula Virtual (Moodle)	17	0	17
	Ninguno	1	1	2
Total		101	35	136

## Definición de hipótesis

H0: La modalidad de estudio no se relaciona con el medio que obtiene información importante sobre la carrera de Educación Inicial.

H1: La modalidad de estudio si se relaciona con el medio que obtiene información importante sobre la carrera de Educación Inicial.

## Calcular el estadístico de prueba

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	17,655 <sup>a</sup>	5	,003
Razón de verosimilitud	20,631	5	,001
Asociación lineal por lineal	,007	1	,931
N de casos válidos	136		

# ANÁLISIS CHI CUADRADO



## Criterio de decisión

### Para el nivel de significancia

Si la significancia es menor a 0,05 rechazo H0, por lo tanto, si existe relación entre las variables.

Si la significancia es mayor a 0,05 acepto H0, por lo tanto, no hay relación entre las variables.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significació n asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	17,655 <sup>a</sup>	5	,003
Razón de verosimilitud	20,631	5	,001
Asociación lineal por lineal	,007	1	,931
N de casos válidos	136		

El valor de significancia **0.003**, es menor a **0,05** por lo que da lugar a rechazar la Ho por lo tanto si existe relación entre las variables.

### Para el valor de factor crítico

Si el resultado del valor de Chi-cuadrado es mayor que el valor crítico se rechaza la hipótesis nula.

Si el resultado del valor de Chi-cuadrado es menor que el valor crítico se acepta la hipótesis nula.

gl	Valor-p				
	0.5	0.25	0.1	0.05	0.025
1	0.45	1.32	2.71	3.84	5.02
2	1.39	2.77	4.61	5.99	7.38
3	2.37	4.11	6.25	7.81	9.35
4	3.36	5.39	7.78	9.49	11.14
5	4.35	6.83	9.24	11.07	12.83
6	5.35	7.84	10.64	12.59	14.45
7	6.35	8.84	12.02	14.07	16.01

$\chi^2=11,07$  es menor que **FC = 17,655** por lo tanto se rechaza la Ho demostrando que la relación entre las variables si existe.



# PROPUESTA

## Objetivo

Implementar una estrategia de comunicación en redes sociales de la carrera de Educación Inicial, creando y planificando contenido de valor para la comunidad.

## Estrategias

- Establecimiento del perfil del buyer persona y los canales que estos utilizan, así como una estructura de identidad gráfica.
- Elaborando un cronopost de publicaciones quincenal y sus artes.
- Haciendo un seguimiento del rendimiento de las publicaciones y resultados obtenidos.



# BUYER PERSONA



## ABIGAIL PUENTE



**EDAD** 19  
**GÉNERO** FEMENINO  
**SECTOR** SUR DE  
QUITO

### INTERESES

Abigail tiene una profunda pasión por trabajar con niños pequeños. Disfruta aprendiendo sobre cómo los niños crecen, aprenden y se desarrollan, y está emocionada por contribuir a su desarrollo integral. Le encanta explorar su creatividad a través de diferentes formas de arte, como la pintura, la música y la danza. Cree firmemente en la importancia de fomentar la expresión artística en los niños como parte de su desarrollo integral.

### MOTIVACIONES

Abigail está comprometida con su crecimiento personal y profesional. Busca oportunidades para aprender, crecer y desarrollarse como futura educadora. Busca acceder a una amplia gama de recursos educativos, incluidos libros, artículos, materiales didácticos y herramientas tecnológicas, para enriquecer su aprendizaje y prepararse para su futura carrera como educadora.

### MEDIOS

Utiliza activamente las redes sociales, como Instagram, Facebook y Tik Tok para seguir a profesionales de la educación y comunidades en línea dedicadas a la enseñanza y el cuidado de niños pequeños, donde encuentra inspiración, comparte ideas y se conecta con otros educadores. Además, explora blogs y sitios web educativos especializados en el campo de la educación inicial, donde descubre artículos, recursos didácticos y consejos prácticos que enriquecen su aprendizaje y la preparan para su futura carrera como educadora.

### MIEDOS

Como estudiante en el campo de la educación inicial, Abigail enfrenta desafíos emocionales al interactuar con niños en situaciones difíciles o al lidiar con expectativas y presiones académicas. Busca un entorno de apoyo donde pueda recibir orientación y asesoramiento tanto académico como emocional para superar estos desafíos.

# MANUAL DE MARCA



## Manual de Marca



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA PRESENCIA

< 1 / 10 >



# CRONOPOST



Semana	Tema	Hashtags	Plataforma
Semana 1	Contenido de bienestar estudiantil y motivacional (imágenes o videos)	#EducaciónInicialESPE #BienestarEstiduantil	Instagram, Facebook
	Testimonios de estudiantes y egresados de la carrera de Educación Inicial	#YoSoyESPE #YoSoyEducacionInicialESPE #EducacionInicialESPE #GraduadosESPE	Facebook, Instagram
Semana 2	Contenido académico (imágenes o videos)	#EducacionInicialESPE #InnovacionEducativa	Facebook, Instagram
Semana 2	Contenido académico de aprendizaje (imágenes o videos)	#EducacionInicialESPE #EstimulaciondelAprendizaje	Instagram, TikTok
	Contenido (imágenes o videos) o información académica (webinars, textos y artículos académicos de libre uso, oportunidades de PPP).	#YoSoyESPE #YoSoyEducacionInicialESPE #EducacionInicialESPE	Facebook, Instagram

Día	Tema	Hashtags	Plataforma
24 enero	Día internacional de la educación	#DialInternacionalDeLaEduacion #EducacionInicialESPE	Facebook, Instagram
02 abril	Día internacional del libro infantil y juvenil	#DiadelLibroInfantilyJuvenil #EducacionInicialESPE	Facebook, Instagram
13 abril	Día del maestro ecuatoriano	#MaestroEcuatoriano #DiadelMaestro #EducacionInicialESPE	Facebook, Instagram
25 mayo	Día de la educación Inicial	#DiadelaEducacionInicial #EducacionInicialESPE	Instagram, Facebook
01 junio	Día del niño	#DiadelNiño #EducacionInicialESPE	Instagram, TikTok
25 diciembre	Navidad	#NavidadESPE #EducacionInicialESPE	Instagram, TikTok

# EDUCAR



  **ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

¿Cómo aprenden los niños?



< 1 / 5 > ... ↗

  **ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

3 Consejos para la integración de niños y niñas con necesidades especiales en el aula



< 1 / 5 > ... ↗

# EDUCAR



 Educación Inicial

 **ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

# 6

## Técnicas de Estimulación Temprana

< 1/7 > ... ↗

# INFORMAR



Modalidad  
en línea

## Cronograma para exámenes modalidad en línea

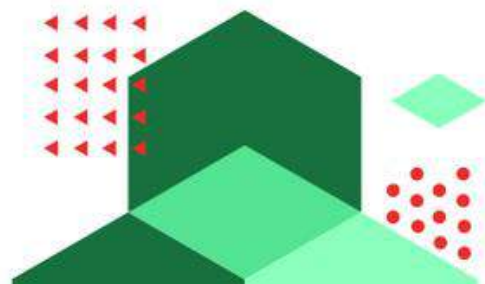


**Segundo Parcial:** 26 de febrero - 1 de marzo, 2024



**Examen Final:** 2 al 10 de marzo, 2024

**Nota:** Los dos exámenes serán en línea a través de la plataforma LMS MOODLE, en los mismos horarios sincrónicos de sus asignaturas.



1 Espacio para niños de bajos recursos

# INSPIRAR



UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA



Educación  
Inicial

“Los libros son como espejos:  
mirándonos en ellos descubrimos  
quiénes somos.” *José Luis Villalonga*



UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA



Educación  
Inicial

13 abril 2024

“Hoy honramos a  
esos héroes  
anónimos que, con  
pasión y  
compromiso,  
hacen florecer el  
potencial humano”



# INSPIRAR



Educación  
Inicial



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA



*“Por un mundo donde cada niño pueda reír, jugar y soñar sin límites. ¡Feliz Día del Niño!”*



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA



Educación  
Inicial



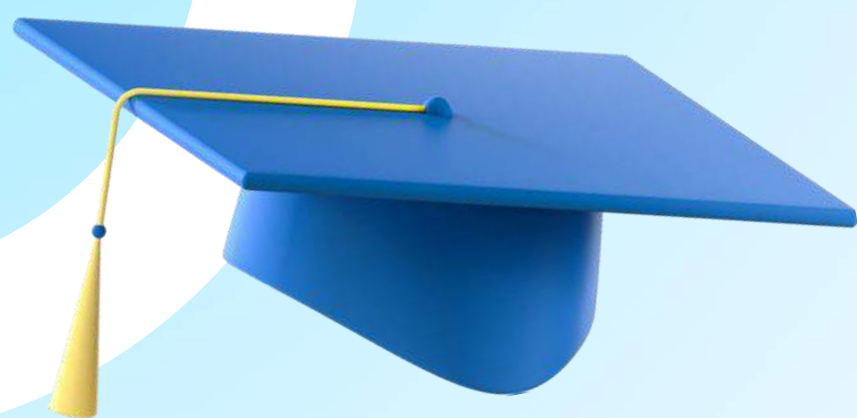




# CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Se ha podido evidenciar que no se cuentan con los espacios y recursos necesarios para ejecutar las acciones de marketing que se desean. Además, las directoras de carrera no cuentan con la capacitación y tiempo para dar manejo y seguimiento constante a las redes sociales.

Es imprescindible contar con el respaldo del departamento de vinculación con la sociedad o pasantías dentro de la universidad para poder asignar estudiantes de marketing que pueda brindar su apoyo a la carrera de Educación Inicial en la generación y gestión de marketing digital.



# GRACIAS

POR SU ATENCIÓN

