

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Departamento de Estudios Socio Políticos y Jurídicos

Justicia y Democracia

Programa Fortalecimiento Organizaciones de la Sociedad Civil



**ITESO, Universidad
Jesuita de Guadalajara**

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL PAP

5e03 Fortalecimiento OSC para el empoderamiento social externo

Estrategia de Comunicación AUSJAL

PRESENTAN

Lic. Administración De Empresas Y Emprendimiento. Miguel Aristeo Santillán Mejía

Lic. Diseño. Juan Carlos Ochoa Gárate

Lic. Comunicación Y Artes Audiovisuales. Galilea Macías Rodríguez

Lic. Comunicación Y Artes Audiovisuales. Marian Valdez Cazares

Lic. Comercio Y Negocios Globales. Renata Rubio Rábago

Lic. Comercio Y Negocios Globales. Paola Montserrat Gómez

Lic. Negocios Y Mercados Digitales. Gabriela Monserrat Tiznado Rodríguez

Lic. Publicidad Y Comunicación Estratégica. Regina Vázquez Arozqueta

Profesor PAP: Profesor Ricardo Germán Ruiz González

Tlaquepaque, Jalisco, Mayo 2024

Índice

Índice	2
Índice de Tablas	5
Índice de Ilustraciones	5
Reporte PAP.....	6
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional.....	6
Resumen.....	8
1 Ciclo participativo del Proyecto de Aplicación Profesional	9
1.1 Selección del escenario y proyecto	9
1.2 Entendimiento del ámbito y del contexto	9
1.2.1 Antecedentes históricos.....	10
1.3 Caracterización de la organización o de tu iniciativa	11
1.4 Mapa de actores.....	12
1.5 Identificación de las problemáticas.....	12
1.6 Planeación de alternativas	13
1.6.1 Objetivo general y específicos	14
1.6.2 Diagrama de Gantt del proyecto	15
1.6.3 Metodología.....	16
1.6.4 Marco teórico.....	17

1.7	Desarrollo e implementación de la propuesta de mejora.....	20
1.7.1	Diseño y creación de contenido gráfico para redes sociales	20
1.7.3	Creación de contenido audiovisual para redes sociales:	38
1.7.4	Creación de estrategias de comunicación.....	46
1.8	Valoración de productos, resultados e impactos	46
1.8.1	Impacto de tu proyecto en la comunidad de beneficiados.....	47
1.8.2	Impacto de tu proyecto PAP	47
1.9	Hoja de Ruta	48
1.10	Bibliografía y otros recursos	49
1.11	Anexos generales.....	50
1.11.1	Comala y AUSJAL contenido redes marzo y abril	50
1.11.2	Estrategias De Redes.....	50
1.11.3	Drive AUSJAL	50
1.11.4	Calendario publicaciones	50
1.11.5	Sondeo	51
1.11.6	Calendario de Ausjal.....	51
2	Productos.....	52
2.1	Insights de la cuenta	52
2.2	Insights de publicaciones.....	54
3	Comunicación	56

3.1	Presentación de Power Point	56
4	Reflexión crítica y ética de la experiencia	61
4.1	Sensibilización ante las realidades.....	61
	Miguel Aristeo Santillán Mejía.....	61
	Juan Carlos Ochoa Gárate.....	61
	Galilea Macías Rodríguez.....	62
	Marian Valdez Cazarez.....	62
	Renata Rubio Rábago	63
	Paola Montserrat Gómez.....	64
	Gabriela Monserrat Tiznado Rodríguez.....	64
	Regina Vázquez Arozqueta.....	64
4.2	Aprendizajes logrados	65
	Miguel Aristeo Santillán Mejía.....	65
	Juan Carlos Ochoa Gárate.....	65
	Galilea Macías Rodríguez.....	66
	Marian Valdez Cazarez.....	66
	Renata Rubio Rábago	67
	Paola Montserrat Gómez.....	67
	Gabriela Monserrat Tiznado Rodríguez.....	67
	Regina Vázquez Arozqueta.....	67

Índice de Tablas

Tabla 1. Mapa de actores	12
Tabla 1. Publicación 1: Entrevista con Aranza Marquez	39
Tabla 2. Publicación 2: Beca AUSJAL	40
Tabla 3. Publicación 3: CUI	41
Tabla 4. Publicación 4: Experiencia con AUSJAL	42
Tabla 5. Publicación 5: Jazmín Intro	43
Tabla 6. Publicación 6: Voluntariado	44
Tabla 7. Publicación 7: Oficinas AUSJAL.....	45

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1. Publicación 1: ¿Sabes qué es AUSJAL?	21
Ilustración 2. Publicación 1: ¿Sabes qué es AUSJAL?	22
Ilustración 3. Publicación 2: ¿Por qué hacer un intercambio con AUSJAL?.....	23
Ilustración 4. Publicación 2: ¿Por qué hacer un intercambio con AUSJAL?.....	24
Ilustración 5. Insights AUSJAL Fuente: Cuenta oficial de Instagram	52
Ilustración 6. Insights AUSJAL Fuente: Cuenta oficial de Instagram	54

Reporte PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los Proyectos de Aplicación Profesional (PAP) son experiencias socio-profesionales de los alumnos que desde el currículo de su formación universitaria- enfrentan retos, resuelven problemas o innovan una necesidad sociotécnica del entorno, en vinculación (colaboración) (coparticipación) con grupos, instituciones, organizaciones o comunidades, en escenarios reales donde comparten saberes.

El PAP, como espacio curricular de formación vinculada, ha logrado integrar el Servicio Social (acorde con las Orientaciones Fundamentales del ITESO), los requisitos de dar cuenta de los saberes y del saber aplicar los mismos al culminar la formación profesional (Opción Terminal), mediante la realización de proyectos profesionales de cara a las necesidades y retos del entorno (Aplicación Profesional).

El PAP es un proceso acotado en el tiempo en que los estudiantes, los beneficiarios externos y los profesores se asocian colaborativamente y en red, en un proyecto, e incursionan en un mundo social, como actores que enfrentan verdaderos problemas y desafíos traducibles en demandas pertinentes y socialmente relevantes. Frente a éstas transfieren experiencia de sus saberes profesionales y demuestran que saben hacer, innovar, cocrear o transformar en distintos campos sociales.

El PAP trata de sembrar en los estudiantes una disposición permanente de encargarse de la realidad con una actitud comprometida y ética frente a las disimetrías sociales. En otras palabras, se trata del reto de “saber y aprender a transformar”.

El Reporte PAP consta de tres componentes:

El primer componente refiere al ciclo participativo del PAP, en donde se documentan las diferentes fases del proyecto y las actividades que tuvieron lugar durante el desarrollo de este y la valoración de las incidencias en el entorno.

El segundo componente presenta los productos elaborados de acuerdo con su tipología.

El tercer componente es la reflexión crítica y ética de la experiencia, el reconocimiento de las competencias y los aprendizajes profesionales que el estudiante desarrolló en el transcurso de su labor.

Resumen

AUSJAL es la “Asociación de Universidades Confiadas a la Compañía de Jesús en América Latina”. Es una red integrada por 30 universidades confiadas a la Compañía de Jesús en América Latina. A través del diagnóstico de problemáticas realizado, se identificó que la problemática principal es la falta de comunicación y visibilidad de AUSJAL por parte de las comunidades universitarias que la conforman. El Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) nombrado Estrategia de Comunicación AUSJAL, tiene el objetivo de incrementar la visibilidad de AUSJAL a través de la optimización del uso de sus redes sociales, creando contenido digital que genere una interacción por parte de los estudiantes con la asociación, a fin de contribuir a que más estudiantes aprovechen los beneficios que ofrece la misma. Para ello, se desarrolló una estrategia digital de contenido que permitiera incrementar el alcance de la institución en redes sociales. Como resultados, se generó contenido digital que fue publicado a lo largo del semestre en las diferentes cuentas de redes sociales de AUSJAL, obteniendo mayor visibilidad e interacciones por parte del público objetivo.

Palabras: AUSJAL, Campaña de Comunicación.

1 Ciclo participativo del Proyecto de Aplicación Profesional

El PAP es una experiencia de aprendizaje y de contribución social integrada por estudiantes, profesores, actores sociales y responsables de las organizaciones, que de manera colaborativa construyen sus conocimientos para dar respuestas a problemáticas de un contexto específico y en un tiempo delimitado. Por tanto, la experiencia PAP supone un proceso en lógica de proyecto, así como de un estilo de trabajo participativo y recíproco entre los involucrados.

1.1 Selección del escenario y proyecto

La razón por la cual se seleccionó el escenario de AUSJAL fue porque desde la perspectiva personal estamos convencidos de que la colaboración interuniversitaria enriquece la experiencia académica y cultural de todos los estudiantes. Por otro lado, desde la perspectiva profesional este proyecto nos brinda la oportunidad de aplicar nuestros conocimientos para facilitar la creación de conexiones académicas y profesionales entre las diferentes universidades pertenecientes a la asociación. Trabajar en colaboración con una asociación como AUSJAL nos permitió desarrollar habilidades interpersonales, una comunicación asertiva a través de diferentes medios, y un liderazgo indirecto que fue clave para el desarrollo del proyecto.

1.2 Entendimiento del ámbito y del contexto

AUSJAL es la “Asociación de Universidades Confiadas a la Compañía de Jesús en América Latina”. Es una red integrada por 30 universidades confiadas a la Compañía de Jesús en América Latina. Fue fundada el 10 de noviembre de 1985 y su sede central se encuentra en la ciudad de México. (AUSJAL, s.f.)

El abordaje teórico del objeto de estudio de AUSJAL puede ser entendido desde una perspectiva de educación superior como una red de instituciones que comparten la misma visión y los mismos valores, donde destaca la excelencia académica, la formación integral de los estudiantes y la responsabilidad y compromiso que tienen en la sociedad.

1.2.1 Antecedentes históricos

AUSJAL es una institución constituida por los rectores de las universidades jesuitas de América Latina, con presencia del Padre General de la Compañía de Jesús, el 10 de noviembre de 1985, en Roma. La Asociación es un organismo internacional de carácter voluntario y no confesional que congrega a las Universidades y Facultades confiadas a la Compañía de Jesús en América Latina. En 1987, en Río de Janeiro, los rectores aprobaron los estatutos de la Asociación y, posteriormente, en Quito (1990), Guatemala (1997) y San Leopoldo (2003) los reformaron. (AUSJAL, s.f.)

AUSJAL se fundó bajo el liderazgo del P. Jorge Hoyos, quien ocupó el rol de Secretario Ejecutivo desde 1985 hasta 1999. Posteriormente, en 1999, se eligió al P. Luis Ugalde como Presidente de AUSJAL. Este mismo año, la asociación aprobó su primer Plan Estratégico, mismo que comprendía del 2001 al 2005, y hablaba principalmente sobre la identidad y misión de AUSJAL, mientras que también planteaba el reto de crear una red universitaria en América Latina. También en 1999, se creó el Centro de Apoyo AUSJAL, que fue clave para el funcionamiento de la organización y que en 2006 se disolvió después de cumplir con su objetivo. (AUSJAL, s.f.)

Un aspecto crucial en la historia de AUSJAL es el apoyo financiero recibido de la organización Acción por la Vida y la Naturaleza (AVINA). Desde 1999, este respaldo permitió el funcionamiento del Centro de Apoyo y el desarrollo de los primeros proyectos comunes. Específicamente, en Diciembre de 2000, con el apoyo de AVINA, se estableció el Centro Magis, dedicado al fomento de proyectos socioeducativos vinculados a la Compañía de Jesús en América Latina. Este respaldo financiero continuó hasta 2009 y fue crucial para fortalecer el trabajo en red de AUSJAL, facilitando el cofinanciamiento de proyectos y la adquisición de equipamiento físico y tecnológico para la Secretaría Ejecutiva y el Centro de Apoyo. (AUSJAL, s.f.)

El texto también menciona cambios en el liderazgo de la Secretaría Ejecutiva en años posteriores. En 2019, el Consejo Directivo de AUSJAL designó a Norma Patricia Guerrero

Zepeda como nueva Secretaria Ejecutiva, y en diciembre de 2020, nombraron al P. David Fernández Dávalos, S.J., como su sucesor, quien asumió el cargo a partir de febrero de 2021 y sigue operando desde Ciudad de México. Estos cambios en la Secretaría Ejecutiva reflejan la evolución continua de la gestión y liderazgo dentro de AUSJAL. (AUSJAL, s.f.)

1.3 Caracterización de la organización o de tu iniciativa

AUSJAL es una red de redes universitarias con iniciativas de alto impacto, que traspasan fronteras buscando una mayor y mejor contribución de las universidades a las sociedades latinoamericanas.

Este proyecto denominado “Estrategia de Comunicación AUSJAL” se desarrolla en colaboración con Juan Alberto Herrera Ramos, quien ocupa el rol de Coordinador de Comunicaciones dentro de AUSJAL. El equipo de trabajo principal de AUSJAL está conformado por un Secretario Ejecutivo, un Director de Proyectos, un Asistente Técnico, un Coordinador de Comunicaciones y un Coordinador de Tele colaboración Interuniversitaria. (AUSJAL, 2024)

Asimismo, AUSJAL cuenta con una Red de Enlaces, mismos que son designados en cada universidad por el Rector de la misma. Los enlaces tienen como objetivo apoyar al Rector en su vinculación con AUSJAL, así como promocionar y coordinar actividades en la respectiva universidad. (AUSJAL, 2024)

Por otro lado, AUSJAL también cuenta con una Red de Homólogos y Grupos de Trabajo. Esta red está conformada por comunidades de académicos, profesionales y autoridades de universidades que trabajan en el desarrollo de proyectos e iniciativas vinculados a los objetivos de AUSJAL, y que son implementadas a lo largo de 30 universidades jesuitas en América Latina. Actualmente, AUSJAL tiene 13 redes de homólogos y grupos de trabajo que desarrollan estos proyectos e iniciativas alineadas a las principales necesidades identificadas por la red, pero en coherencia con los temas prioritarios de la asociación y que forman parte de su plan estratégico. En este sentido, las universidades se adhieren voluntariamente a estas redes y sus actividades según sus posibilidades. (AUSJAL, 2024)

En los últimos años, AUSJAL ha logrado tener presencia en 30 universidades distribuidas en 14 países, contar con 13 redes de homólogos y grupos de trabajo, desarrollar más de 30 proyectos, impactar a más de 256,000 estudiantes, y contar con 13 programas académicos.

1.4 Mapa de actores

Tabla 1. Mapa de actores

Tabla 1. Mapa de actores

Actores involucrados	Actitudes en intereses	Importancia para el proyecto	Influencia sobre el proyecto
AUSJAL	Desarrollo de una campaña de comunicación para generar difusión de la interconexión entre las universidades jesuitas.	10	10
Universidades	30 universidades jesuitas en 14 países de Latinoamérica que forman parte de la asociación.	7	1
Redes de homólogos y grupos de trabajo	Comunidades de académicos, profesionales y autoridades de universidades que trabajan en el desarrollo de proyectos e iniciativas vinculados a los objetivos de AUSJAL.	8	4
Estudiantes	Beneficiarios finales de los proyectos e iniciativas desarrollados dentro de AUSJAL.	7	1

Tomado de Plataforma para el Tercer Sector GESTIONÁNDOTE, p. 37, <https://www.losandes.org.pe/libros/LIBRO-DISENO-DE-PROYECTOS-ALAC.pdf>

1.5 Identificación de las problemáticas

A través del diagnóstico de problemáticas realizado con Alberto Herrera, Coordinador de Comunicaciones de AUSJAL, se identificó que la problemática principal es la falta de comunicación y visibilidad de AUSJAL por parte de las comunidades universitarias que la conforman. Si bien hay una noción general de AUSJAL y algunos estudiantes conocen la asociación, hay una falta de visibilidad y claridad sobre las actividades, proyectos e iniciativas que se desarrollan en la misma.

En este sentido, consideramos que el potencial de AUSJAL al día de hoy está siendo desaprovechado desde una perspectiva de comunicación, misma que es esencial para incrementar su impacto y presencia a lo largo de las universidades que forman parte de la asociación. De igual forma, la gran mayoría de los estudiantes de las universidades jesuitas que forman parte de AUSJAL, no tienen conocimiento de las oportunidades de vinculación y potenciales intercambios que pudieran hacer a través de AUSJAL, generando que se desaproveche este beneficio que está incluido en las colegiaturas de dichos estudiantes.

El principal problema es la falta de conocimiento de AUSJAL ligada a la percepción estudiantil de la asociación, se ha identificado que el uso de los medios de comunicación y redes sociales de AUSJAL es poco o casi nulo, ya que ahora AUSJAL solo genera de media de 1 a 2 publicaciones mensuales. Considerando que los estudiantes de las universidades jesuitas tienen en promedio de 18 a 24 años de edad, es importante tomar en cuenta que, de acuerdo con estadísticas compartidas por parte del INEGI en 2022, “de los 35.3 millones de jóvenes que utilizan internet, 33.9 millones (96.1 %) interactuaron en las redes sociales”. Es decir, las redes sociales son el principal medio de comunicación de los estudiantes que pudieran aprovechar los beneficios que ofrece AUSJAL.

1.6 Planeación de alternativas

A partir de que se identificó como problemática principal la falta del uso de las redes sociales de AUSJAL – considerando que actualmente AUSJAL sólo realiza de 1 a 2 publicaciones mensuales en sus redes sociales, que le permitan tener visibilidad con los estudiantes de las universidades jesuitas que la conforman, se desarrollaron las siguientes alternativas de solución:

- Creación de contenido: creación de contenido multimedia para utilizar en redes sociales, tales como posts, historias, y videos para publicar como reels o en TikTok, que tengan una estructura específica y cuenten con un call to action para incentivar a los consumidores del contenido a interactuar con AUSJAL.

- Desarrollo de estrategia digital para redes sociales: desarrollo de una planeación estratégica estructurada que incluya el tipo de contenido a publicar, fecha de publicación, descripción del contenido visual a utilizar, y copy.
- Posicionamiento: seguimiento a las estadísticas y analíticos que proporcionan las redes sociales en las que se comparte el contenido generado, con el objetivo de tener claridad acerca de los datos demográficos de los seguidores, sus interacciones con el contenido, y el impacto de cada publicación. Esto con el objetivo de lograr un incremento en el posicionamiento que tiene AUSJAL en redes sociales con su público objetivo.
- Interacción con los estudiantes: creación de contenido que genere una interacción entre los estudiantes y las publicaciones realizadas a través de las redes sociales de AUSJAL, ya sea de manera informativa o a través de activaciones digitales que les permitan tener una interacción más cercana y humana con la asociación.

1.6.1 Objetivo general y específicos

Objetivo general

Incrementar la visibilidad de AUSJAL a través de la optimización del uso de sus redes sociales, creando contenido digital que genere una interacción por parte de los estudiantes con la asociación, a fin de contribuir a que más estudiantes aprovechen los beneficios que ofrece la misma.

Objetivos específicos

- Desarrollar la planeación estratégica a través de un formato que muestre de manera estructurada el tipo de contenido a publicar, fecha de publicación, descripción del contenido visual a utilizar, y copy.
- Crear un contenido atractivo, dirigido a estudiantes de 18 a 24 años de edad en promedio, que sea por un lado informativo sobre las iniciativas de AUSJAL, y por otro lado que incentive la interacción por parte de los estudiantes con la asociación.

1.6.2 Diagrama de Gantt del proyecto

N°	Actividades	Semanas															Responsable (Iniciales)	PRODUCTO/ INDICADOR DE ACTIVIDAD
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		
Objetivo: Incrementar la visibilidad de AUSJAL a través de la optimización del uso de sus redes sociales, creando contenido digital que genere una interacción por parte de los estudiantes con la asociación, a fin de contribuir a que más estudiantes aprovechen los beneficios que ofrece la misma.																		
1	1.1 Conocimiento del contexto y escenario	■	■														Todos	Síntesis de la información contenida en los apartados 1.1, 1.2, 1.3 y 1.4 del RPAP.
	1.2 Reunión inicial con contacto de AUSJAL			■													Aristeo	Documentos proporcionados por contacto de AUSJAL sobre análisis actual de sus redes sociales y estudios de mercado relacionados.
	1.3 Identificación de la problemática principal			■													Aristeo	Síntesis de la problemática y desarrollo de la misma contenida en el apartado 1.5 del RPAP.
	1.4 Definición de objetivos				■												Aristeo	Desarrollo de objetivo general y objetivos específicos contenidos en el apartado 1.6.1 del RPAP.
	1.5 Desarrollo de propuesta de solución				■	■											Todos	Reunión de equipo para definir la propuesta y distribución de las actividades y responsabilidades entre los miembros.
Desarrollo de una planeación estratégica a través de un formato que muestre de manera estructurada el tipo de contenido a publicar, fecha de publicación, descripción del contenido visual a utilizar, y copy.																		
2	2.1 Desarrollo de una estrategia de redes sociales					■	■										Juan Carlos, Galilea, Marian, Renata, Paola, Gabriela, Regina	Documento con estrategia detallada de redes sociales y contenido.
	2.2 Elaboración de un formato de planeación estratégica de contenido							■									Juan Carlos, Galilea, Marian, Renata, Paola, Gabriela, Regina	Formato de Excel con fechas y horarios de publicación, descripción del tipo de contenido, material visual necesario y copy.
	2.3 Acceso compartido a planeación estratégica								■								Juan Carlos, Galilea, Marian, Renata, Paola, Gabriela, Regina	Documento de planeación estratégica y descripción detallada de contenidos compartida con contacto de AUSJAL.
Creación de contenido atractivo, dirigido a estudiantes de 18 a 24 años de edad en promedio, que sea por un lado informativo sobre las iniciativas de AUSJAL, y por otro lado que incentive la interacción por parte de los estudiantes con la asociación.																		
3	3.1 Desarrollo de propuesta de parrilla de contenido							■	■								Juan Carlos, Galilea, Marian, Renata, Paola, Gabriela, Regina	Llenado de formato de Excel de planeación estratégica con propuesta inicial de parrilla de contenido.
	3.2 Presentación de propuesta de parrilla de contenido								■								Juan Carlos, Galilea, Marian, Renata, Paola, Gabriela, Regina	Reunión con contacto de AUSJAL para presentarle propuesta de contenido y resolver dudas.
	3.3 Ajustes de propuesta de parrilla de contenido									■							Juan Carlos, Galilea, Marian, Renata, Paola, Gabriela, Regina	Actualización de formato de Excel de planeación estratégica con ajustes solicitados por contacto de AUSJAL.
	3.4 Aprobación de parrilla de contenido										■						Juan Carlos, Galilea, Marian, Renata, Paola, Gabriela, Regina	Envío de propuesta final de parrilla de contenido y aprobación por parte de contacto de AUSJAL vía WhatsApp. Acceso con usuario y contraseña a redes sociales.
	3.5 Creación y publicación de contenido semanal											■	■	■	■	■	Juan Carlos, Galilea, Marian, Renata, Paola, Gabriela, Regina	Generación de contenido para uso en redes sociales de manera semanal. Se incluyen posts, historias, reels, entre otros.

1.6.3 Metodología

El primer paso para el desarrollo del proyecto fue conocer el escenario del mismo y entender el contexto en el que se desarrolla. Para ello, se realizó una investigación de AUSJAL como institución, su estructura organizacional, antecedentes, propósito y medios de acción. Asimismo, se realizó una caracterización de la organización que permitiera entender su funcionamiento tanto interno como externo, al igual que realizar un mapeo de los actores involucrados en el proyecto.

Una vez que conocimos y entendimos la institución y su funcionamiento, se tuvo una primera llamada con el contacto de AUSJAL, Alberto Herrera, a fin de compartirle el propósito de un proyecto PAP por parte del ITESO, y a su vez escuchar sus principales necesidades y problemáticas. A partir de ello, se identificó como problemática principal la falta de comunicación y visibilidad de AUSJAL por parte de las comunidades universitarias que la conforman.

Posteriormente, se definieron y desarrollaron los objetivos tanto general como específicos, alineados a la problemática identificada y al potencial de desarrollo de los miembros del equipo conformado por estudiantes de diversas licenciaturas. Una vez teniendo definidos los objetivos del proyecto, se trabajó en equipo para desarrollar una propuesta de solución. Para ello, se tuvo una llamada de Zoom en donde se hizo una lluvia de ideas de posibles propuestas. Se realizó un análisis de dichas ideas para aterrizar las alcanzables durante las 16 semanas del semestre, y que generaran un impacto significativo que respondiera a la problemática identificada.

Ya que se desarrolló la propuesta de solución, el siguiente paso fue comenzar a crear los productos y entregables tangibles para la misma. Para ello, fue sumamente importante iniciar con el desarrollo de la estrategia digital y de redes sociales para AUSJAL, ya que esta es la base y fundamento de todas las acciones realizadas a continuación. A partir de la estrategia de comunicación desarrollada, y alineado a uno de los objetivos específicos del proyecto, se elaboró un formato de Excel que permitiera llevar una planeación estratégica del contenido

a publicar en redes sociales, buscando que fuera lo más completo posible y ofreciera visibilidad de todos los elementos involucrados en una publicación en redes sociales.

A continuación, y en función del objetivo específico relacionado a la creación de contenido, se trabajó en el desarrollo de una propuesta de parrilla de contenido alineado al público objetivo de importancia para AUSJAL, a sus necesidades, problemáticas y propósitos como institución. Dicha parrilla de contenido fue compartida con el contacto de AUSJAL, Alberto Herrera, con el objetivo de obtener sus comentarios y perspectiva de la propuesta. Alberto compartió estar satisfecho con la propuesta y le pareció muy interesante la propuesta. Sin embargo, el cambio que solicitó fue en relación a la estructura y diseño base del contenido, a fin de que estuviera completamente alineado al estándar de AUSJAL y del resto de universidades que conforman la institución.

Tras las modificaciones correspondientes en formato, Alberto obtuvo la aprobación para comenzar a publicar, y compartió los accesos necesarios a cada red social de AUSJAL. A partir de ello, el centro del proyecto se ha enfocado en la creación de contenido de manera constante, alineado a la parrilla desarrollada en un principio. Asimismo, ha sido necesario continuar desarrollando dicha parrilla para que el equipo cuente con una planeación estratégica a la cual apegarse semana con semana y que la misma se vea reflejada en el contenido compartido a través de las redes sociales de AUSJAL.

Desde que el contenido se aprobó y se empezó a publicar, se ha llevado un seguimiento semanal con Alberto para seguir alineando los objetivos de contenido y seguir recibiendo su aprobación para cada publicación realizada en las redes sociales.

1.6.4 Marco teórico

A continuación, se explica a detalle el fundamento teórico para cada uno de los objetivos realizados y los sustentos por los que el proyecto tiene gran relevancia y los objetivos establecidos hacen sentido como respuesta a la problemática identificada.

El objetivo general del proyecto es *“incrementar la visibilidad de AUSJAL a través de la optimización del uso de sus redes sociales, creando contenido digital que genere una interacción por parte de los estudiantes con la asociación, a fin de contribuir a que más estudiantes aprovechen los beneficios que ofrece la misma”*. Como fundamento para desarrollar este objetivo, se consideraron los siguientes elementos teóricos.

- En México, de los 35.3 millones de jóvenes que utilizan internet, 33.9 millones (96.1 %) interactuaron en las redes sociales. Las más populares fueron: WhatsApp (31.3 millones), Facebook (30.7 millones), Instagram (17.1 millones), Messenger (14.7 millones) y YouTube (12.2 millones). (INEGI, 2022)
- Según un estudio realizado por PWC, el 57% de los consumidores afirman que las redes sociales influyen en sus compras; y según Global WebIndex, el 54% las utilizan para investigar productos. (Practics Business Solutions, 2023)
- Harvard ha aprovechado el contenido relevante para estudiantes en redes sociales, para promover eventos, compartir logros académicos y mantenerse conectada con su comunidad global. La presencia en plataformas como Twitter, Facebook e Instagram ha permitido que la universidad alcance a una audiencia más amplia y comparta su experiencia educativa. (Paxzu, s.f.)
- Desde 2017, gracias a la implementación de esta estrategia de marketing, la Universidad Anáhuac Mayab incrementó en un 2000% las visitas a su sitio web. El incremento del tráfico ha aumentado su matrícula y su blog se ha posicionado como uno de los más visitados por los universitarios. (Instrumental, 2023)

Por otro lado, el *“desarrollo de una planeación estratégica a través de un formato que muestre de manera estructurada el tipo de contenido a publicar, fecha de publicación, descripción del contenido visual a utilizar, y copy”*; es sumamente importante dentro de una estrategia digital sustentado por los siguientes elementos.

- Una planeación de contenidos permite asociar acciones claras a los objetivos definidos; anticipar posibles dificultades que surjan en el camino; reconocer diferentes momentos en los que la estrategia puede variar; conocer a profundidad la buyer persona de tu producto o

servicio; establecer un proceso de compra que lleve los visitantes a convertirse en clientes; y verificar los recursos y el presupuesto disponibles. (Benfica, 2021)

- Según un estudio del Content Marketing Institute sobre presupuestos, tendencias y benchmarks en marketing online, el 96% de las empresas consideran que generan confianza hacia su negocio gracias a su estrategia de contenidos. (Laso, 2019)
- Las empresas con una estrategia de contenido documentada y estructurada previamente son más efectivas en el marketing de contenidos que sus competidores. Una estrategia de contenidos es esencial para producir contenido constante. (Roberto, 2021)

Por último, con relación al objetivo de *“creación de contenido atractivo, dirigido a estudiantes de 18 a 24 años de edad en promedio, que sea por un lado informativo sobre las iniciativas de AUSJAL, y por otro lado que incentive la interacción por parte de los estudiantes con la asociación”*; se sustenta con los siguientes elementos.

- Lideran el ranking de redes sociales más utilizadas Facebook (87%) y YouTube (68%), siendo esta última la que más seguidores jóvenes concentra (el 76% tiene entre 16 y 30 años). Instagram, en tercer lugar, es la que más seguidores ha ganado (de un 49% a un 54%). En cuarto y quinto lugar se mantiene Twitter con un 50% y LinkedIn con un 57%. (Fernández-Paniagua, 2022)
- “Las Redes Sociales Virtuales implican una oportunidad importante para generar puentes de comunicación más amigables entre estudiantes, profesores y otros actores relacionados con el ámbito educativo” (Cortés, Zapata, Menéndez y Canto, 2015)
- El estudio Digital de 2019 de Hootsuite (2019) señala que, de 7.676 millones de habitantes, 5.112 millones son usuarios de móvil (un 67 % de la población mundial) y un 57 % (4.338 millones) son usuarios de internet. (Hootsuite, 2019)
- Los estudiantes universitarios, destacan, junto con el grupo de edad de 25 a 34 años, como usuarios intensivos de contenidos en la Red. La propia ONTSI, en su estudio sobre el perfil sociodemográfico de los internautas. Análisis de datos del INE 2018 indica que el 98,8% de los estudiantes de educación superior universitaria utiliza internet en alguna ocasión. (Botas Leal, Garrido Pintado, & García Huertas, 2021)

1.7 Desarrollo e implementación de la propuesta de mejora

1.7.1 Diseño y creación de contenido gráfico para redes sociales

Creación de contenido gráfico para redes sociales: Para elaborar contenido para AUSJAL se consideraron identidades graficas previamente establecidas en sus redes. Se hizo una mezcla de lo establecido con lo moderno para atraer a nuestro público objetivo que son los alumnos buscando intercambios.

Las herramientas utilizadas para la creación de este contenido fueron Adobe Ilustrador para la elaboración de todos los gráficos en publicaciones e historias, también Adobe Lightroom y Adobe Photoshop para retocar o editar detalles estéticos de las fotografías utilizadas dando una mejor presentación para las redes. Para los reels se utilizó la aplicación capcut y la misma aplicación de Instagram. Para hacer estas publicaciones se utilizó una parrilla de contenido mensual en la cual se establece a qué hora, qué día, qué se publicará y qué dirá esta publicación. Esta parrilla de contenido se elaboró considerando todas las estrategias establecidas.

Se desarrollaron 7 publicaciones y tres historias a lo largo de dos meses. Tomando en cuenta las estrategias. Se comunicó a nuestro público información clave sobre la asociación. Se dieron datos sobre los valores de AUSJAL, su significado, beneficios de estar dentro de una institución que es parte del conjunto de universidades jesuitas. Todo esto para dar luz a AUSJAL y atraer a los alumnos interesados en intercambios internacionales por las universidades hermanas.

Ilustración 1. Publicación 1: ¿Sabes qué es AUSJAL?

Diseño: Juan Ochoa Créditos de imagen: UCA El Salvador

https://www.instagram.com/p/C4t-rADLRHJ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==



Ilustración 2. Publicación 1: ¿Sabes qué es AUSJAL?

Diseño: Juan Ochoa Créditos de imagen: UCA El Salvador

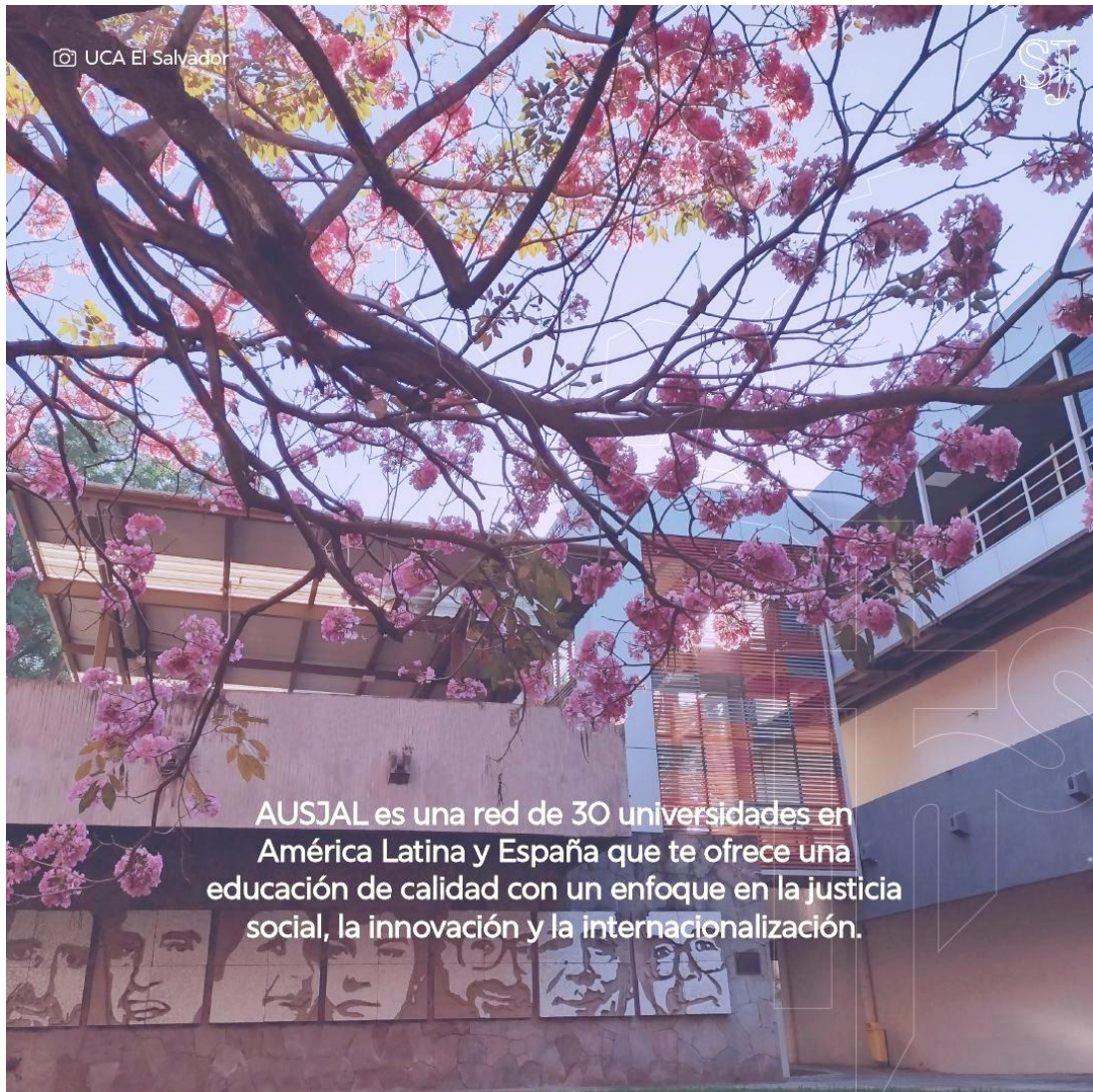


Ilustración 3. Publicación 2: ¿Por qué hacer un intercambio con AUSJAL?

Diseño: Juan Ochoa Créditos de imagen: UCA El Salvador

https://www.instagram.com/p/C5UYk5supgj/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==



Ilustración 4. Publicación 2: ¿Por qué hacer un intercambio con AUSJAL?

Diseño: Juan Ochoa Créditos de imagen: UCA El Salvador



Los intercambios AUSJAL te permiten:

- Acceder a una amplia variedad de programas de estudio.
- Recibir apoyo académico y personal durante todo el proceso.
- Beneficiarte de becas y ayudas económicas.

¿Te animas a dar el paso?
[contáctanos](#)

Ilustración 1. Publicación 3: 3 Ventajas de estudiar en una universidad jesuita

Diseño: Juan Ochoa Créditos de imagen: TUVCH

https://www.instagram.com/p/C5eA7WlucrU/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==



Ilustración 2. Publicación 3: 3 Ventajas de estudiar en una universidad jesuita

Diseño: Juan Ochoa Créditos de imagen: Canva

SJ

- Tendrás la oportunidad de estudiar en el extranjero y realizar intercambios académicos.
- Formarás parte de una comunidad diversa y acogedora que te acompañará en tu camino hacia el futuro.
- Desarrollarás tus conocimientos, habilidades y valores para convertirte en un profesional completo y comprometido con el mundo.

¡Conoce más sobre AUSJAL y descubre por qué es la mejor opción para tu futuro profesional!

Ilustración 1. Publicación 4: Universidad de la semana

Diseño: Juan Ochoa Créditos de imagen: IBERO Tijuana

https://www.instagram.com/p/C6G9bJHuNNE/utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==



Ilustración 2. Publicación 4: Universidad de la semana
Diseño: Juan Ochoa Créditos de imagen: IBERO Tijuana



Ilustración 3. Publicación 4: Universidad de la semana
Diseño: Juan Ochoa Créditos de imagen: IBERO Tijuana

IBERO

- Su visión global: Promueve la internacionalización con intercambios académicos y programas de estudio en el extranjero.

- Su compromiso social: Forma profesionales íntegros y éticamente comprometidos con la transformación social a través de diversos programas y proyectos.

- Su excelencia académica: Profesores de alto nivel imparten una amplia gama de carreras innovadoras y pertinentes a las necesidades actuales.

¿Te interesa conocer más sobre la Ibero Tijuana?

¡Visita su página web!
<https://tijuana.ibero.mx/>

Ilustración 1. Publicación 5: Consejo AUSJAL

Diseño: Juan Ochoa Créditos de imagen: ITESO

https://www.instagram.com/p/C6G9pd_uSq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

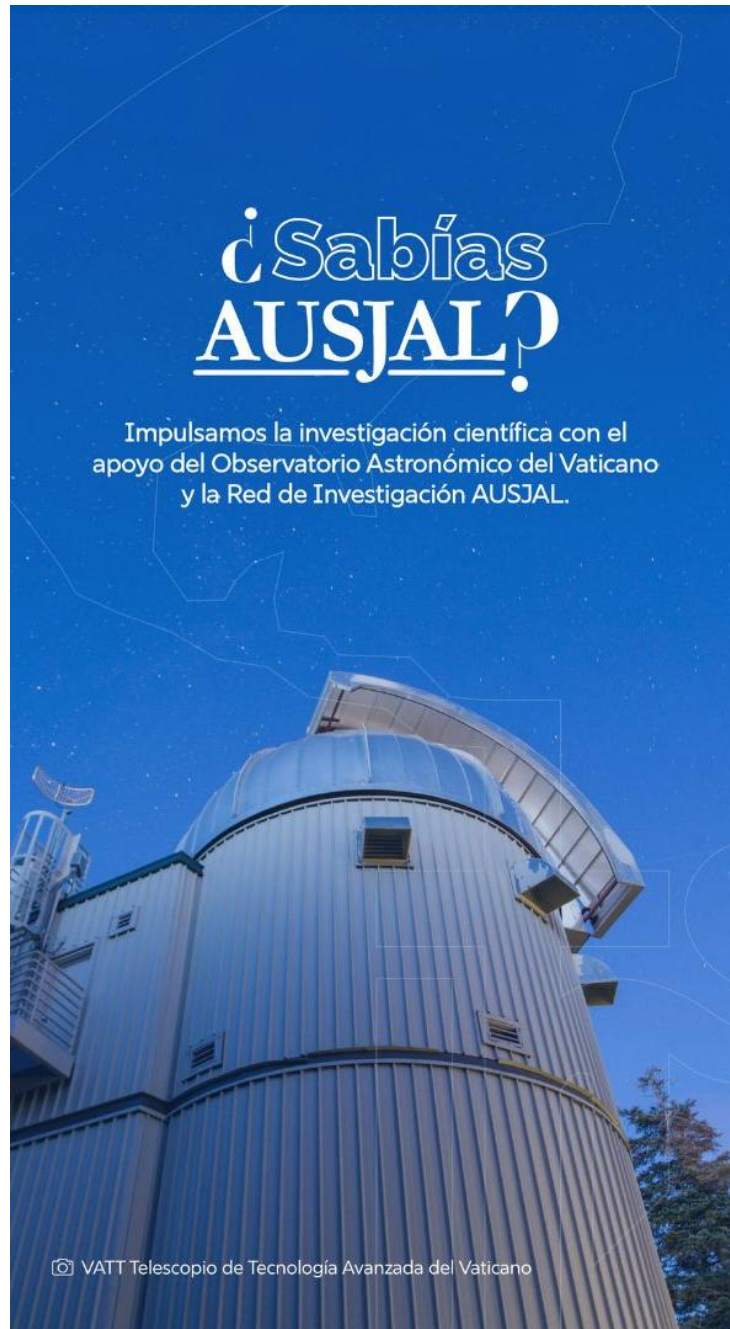


Ilustración 2. Publicación 5: Consejo AUSJAL

Diseño: Juan Ochoa Créditos de imagen: ITESO



Historia 1: ¿Sabías AUSJAL?




Diseño: Juan Ochoa Créditos de imagen: VATT Telescopio de Tecnología Avanzada del Vaticano

Ilustración 1. Publicación 6: Universidad de la semana

Diseño: Juan Ochoa Créditos de imagen: ITESO

https://www.instagram.com/p/C6MIhySu675/?img_index=1

A photograph of a university campus. In the foreground, a large, leafy tree with a thick trunk dominates the left side. Sunlight filters through the leaves, creating a starburst effect. In the middle ground, a paved walkway leads towards a building. Several people are walking or sitting on benches. A large, dark, rectangular structure is on the right. In the background, a multi-story building with many windows is visible. A body of water in the foreground reflects the trees and sky. The text 'UNIVERSIDAD de la SEMANA' is overlaid on the bottom part of the image.

UNIVERSIDAD
de la SEMANA

Ilustración 2. Publicación 6: Universidad de la semana

Diseño: Juan Ochoa Créditos de imagen: ITESO



© ITESO Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente

SJ

En esta ocasión, destacamos al ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara, una de las 30 universidades que conforman la red AUSJAL en Latinoamérica y España.

El ITESO destaca por:
1) Su formación integral: Fomenta el desarrollo intelectual, humano y social de sus estudiantes, con un enfoque en la justicia social y la responsabilidad ambiental.

Ilustración 3. Publicación 6: Universidad de la semana

Diseño: Juan Ochoa Créditos de imagen: ITESO



© ITESO Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente

SJ

Su excelencia académica: Cuenta con un claustro docente de alto nivel y una amplia gama de programas de estudio, incluyendo licenciaturas, ingenierías, maestrías y doctorados.

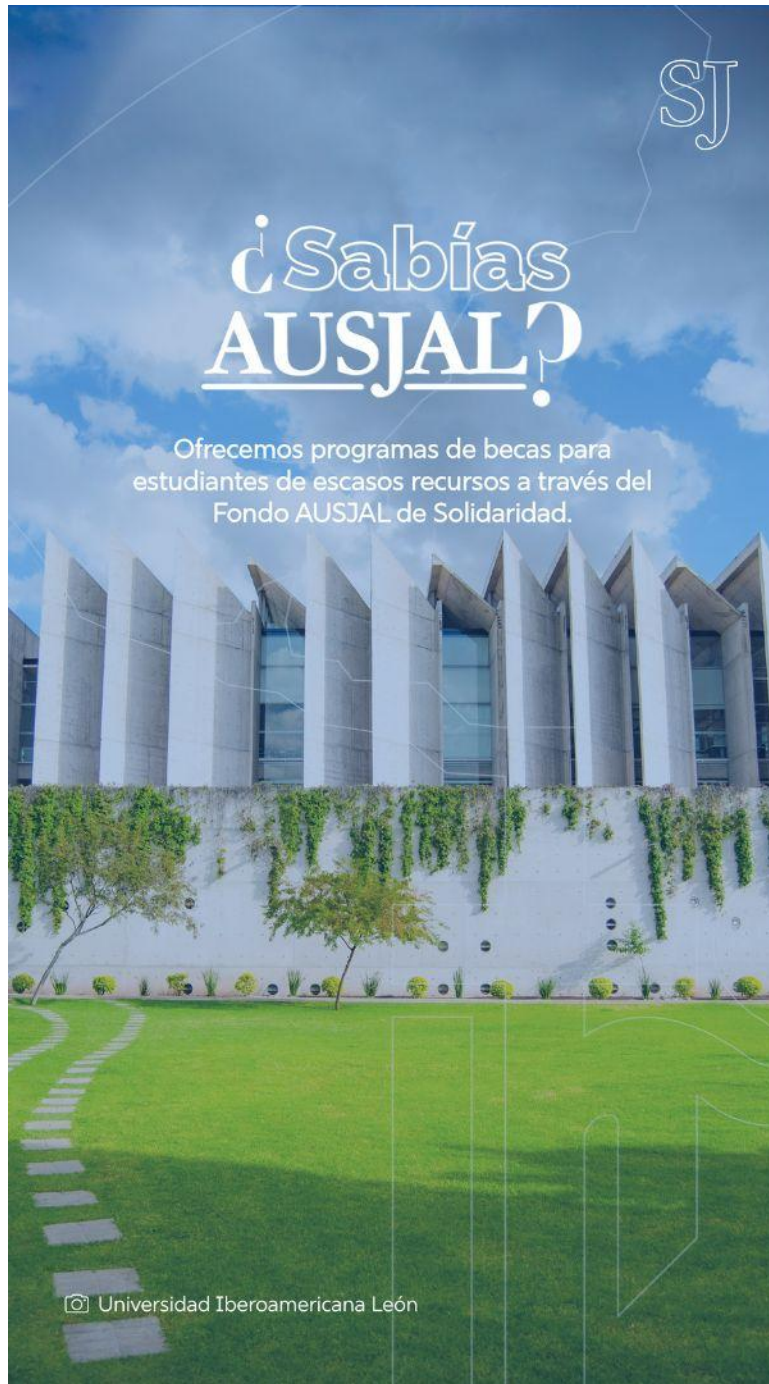
Su compromiso social: Promueve la participación activa de sus estudiantes en proyectos de servicio social y transformación social.

Su innovación educativa: Implementa metodologías de aprendizaje activas y experiencias prácticas que preparan a los estudiantes para los desafíos del mundo actual.

¿Quieres saber más sobre el ITESO?
Visita su página web:
<https://www.iteso.mx/>

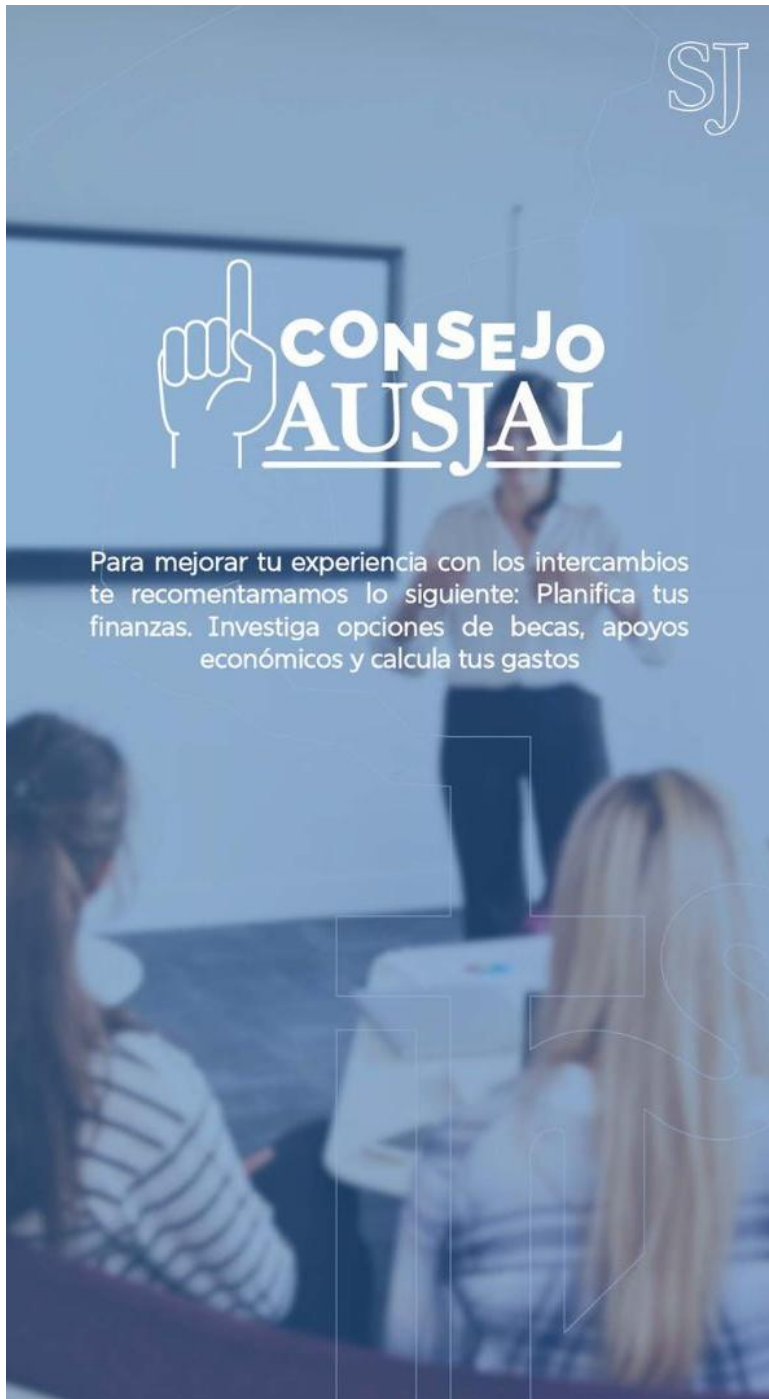
Historia 2: ¿Sabías AUSJAL?

Diseño: Juan Ochoa Créditos de imagen: IBERO León



Historia 1: Consejo AUSJAL

Diseño: Juan Ochoa Créditos de imagen: Canva



Para mejorar tu experiencia con los intercambios te recomendamos lo siguiente: Planifica tus finanzas. Investiga opciones de becas, apoyos económicos y calcula tus gastos

1.7.3 Creación de contenido audiovisual para redes sociales:

Los reels de entrevistas se realizaron de la siguiente forma; primeramente, los encargados de Ausjal nos proporcionaron contactos de alumnos que habían tenido experiencias relacionadas con la asociación y nos pusimos en contacto con ellos estableciendo un lugar y hora para entrevistarlos. Después se realizaron las entrevistas con preguntas que previamente habíamos curado y elegido. Finalmente, con el contenido de video que solía ser de entre 30 minutos a una hora, se realizó la edición con ayuda de programas como Adobe Premiere y CapCut, poniendo subtítulos, cortando los videos y estableciendo una estructura coherente, muchas veces la edición estuvo hecha para que fuera acorde a los audios *trending* de Instagram que buscamos y seleccionamos creando un montaje rítmico. Finalmente se exportaron los videos y se subieron a la carpeta de contenido para redes con instrucciones de cómo subirlos, de la cual las encargadas de subir posts descargaban los archivos.



Tabla 2. Publicación 1: Entrevista con Aranza Marquez

Video	Descripción
Entrevista con Aranza Marquez	<p>Duración: 0:32 segundos</p> <p>Propósito: Explicar que es Magis Exchange</p> <p>Descripción: Entrevista en línea con la coordinadora de Magis Exchange</p> <p>Uso: Instagram, TikTok</p> <p>Herramienta: Video, audio y tipografía</p> <p>Links: Reel Entrevista Aranza.mov</p>



Tabla 3. Publicación 2: Beca AUSJAL

Video	Descripción
Beca AUSJAL	<p>Duración: 0:35 segundos</p> <p>Propósito: Explicar en qué consiste la beca AUSJAL</p> <p>Descripción: Fragmento de entrevista con Ricardo Corona donde explica en que consiste la beca AUSJAL</p> <p>Uso: Instagram, TikTok</p> <p>Herramienta: Video, audio y tipografía</p> <p>Links: Reel beca ausjal.mov</p>



Tabla 4. Publicación 3: CUI

Video	Descripción
CUI	<p>Duración: 0:08 segundos</p> <p>Propósito: Enseñar un recorrido para encontrar el CUI en el ITESO</p> <p>Descripción: Clips de recorrido por el ITESO para poder llegar a las oficinas del CUI</p> <p>Uso: Instagram, TikTok</p> <p>Herramienta: Video, audio y tipografía</p> <p>Links: REEL CUI.MP</p>



Tabla 5. Publicación 4: Experiencia con AUSJAL

Video	Descripción
Experiencia con AUSJAL	<p>Duración: 0:24 segundos</p> <p>Propósito: Demostrar cómo ha sido la experiencia de una estudiante del ITESO con AUSJAL</p> <p>Descripción: Jasmín cuenta como conectó con AUSJAL y como ha sido su experiencia</p> <p>Uso: Instagram, TikTok</p> <p>Herramienta: Video, audio y tipografía</p> <p>Links: Reel Experiencia con Ausjal.mov</p>



Tabla 6. Publicación 5: Jazmín Intro

Video	Descripción
Jazmín Intro	<p>Duración: 0:28 segundos</p> <p>Propósito: Enseñar la conexión que tiene el CUI con AUSJAI</p> <p>Descripción: Jazmín cuenta lo que es el CUI y el PLIU y como están conectado con AUSJAL</p> <p>Uso: Instagram, TikTok</p> <p>Herramienta: Video, audio y tipografía</p> <p>Links: Reel Jazmín, intro.mov</p>



Tabla 7. Publicación 6: Voluntariado

Video	Descripción
Voluntariado	<p>Duración: 0:25 segundos</p> <p>Propósito: Explicar que es el voluntariado AUSJAL</p> <p>Descripción: Ricardo cuenta que es el voluntariado AUSJAL</p> <p>Uso: Instagram, TikTok</p> <p>Herramienta: Video, audio y tipografía</p> <p>Links: reel voluntariado.mov</p>



Tabla 8. Publicación 7: Oficinas AUSJAL

Video	Descripción
Oficinas AUSJAL	<p>Duración: 0:13 segundos</p> <p>Propósito: Enseñar en donde se encuentran las oficinas de ASUJAL en ITESO</p> <p>Descripción: Se muestran diferentes clips del recorrido para llegar a las oficinas de AUSJAL en ITESO</p> <p>Uso: Instagram, TikTok</p> <p>Herramienta: Video, audio y tipografía</p> <p>Links: REEL OFICINAS AUSJAL.MOV</p>

1.7.4 Creación de estrategias de comunicación

1. Asegurarnos de tener una meta clara (en este caso posicionar a AUSJAL entre los estudiantes de ITESO)
2. Identificar el público meta de a quien estamos abordando (estudiantes del ITESO)
3. Desarrollar contenido de valor: crear contenido que sea relevante para la audiencia
4. Interactuar con la audiencia: una vez que se crea el esquema de contenido, se establecen los propósitos del contenido, se crea el contenido y se empieza a publicar; se busca conectar con el público meta, contestando sus dudas y dándoles contenido relevante acerca del tema.
5. Usar Hashtags: estos ayudaran a crear visibilidad y aumentar la visibilidad en redes.
6. Analizar estrategias: Monitorear el alcance semana con semana de las publicaciones para saber que eta funcionando y que se debe de modificar.
7. Se realizo un calendario mensual en el cual se basaron anteriormente los compañeros que crearon el contenido de redes sociales y audiovisual en el cual se puede ver en el punto 1.7.1 y 1.7.3. *Liga para ver el calendario de la creación de contenido se encuentra en 1.11.2 Anexo 2*

1.8 Valoración de productos, resultados e impactos

El desarrollo de este proyecto marca el inicio de una presencia constante por parte de AUSJAL en redes sociales. Hoy en día, AUSJAL ya cuenta con una identidad definida para su contenido en redes sociales y conoce cómo planear dicho contenido. En este sentido, el proyecto genera que AUSJAL empiece a tener un posicionamiento en redes sociales con los estudiantes y miembros de la comunidad universitaria que está dentro del alcance de la institución. Si bien los resultados de una estrategia digital requieren tiempo y constancia, ya es visible un cambio en la identidad gráfica de sus redes sociales y se ha generado contenido interactivo y dinámico que tiene mayor impacto en la audiencia.

Como siguientes pasos, es importante dar seguimiento a dicho contenido bajo los estándares gráficos que se han definido, así como mantener la práctica de basarse en la planeación de contenido para llevar una estructura ordenada de cada cuenta. De igual manera, a fin de complementar el contenido de AUSJAL, se podría considerar aplicar encuestas a los estudiantes y hacer un benchmarking de la presencia en redes sociales de instituciones similares.

1.8.1 Impacto de tu proyecto en la comunidad de beneficiados

Por un lado, para AUSJAL este proyecto dará mayor visibilidad de sus objetivos como institución, así como sus medios de acción y alcance de sus iniciativas. Con el tiempo y manteniendo un contenido constante, la comunidad universitaria que conoce AUSJAL y que usa sus beneficios irá creciendo, así que podrá medirse mediante las analíticas de redes sociales (interacciones, seguidores, etc.), y el número de estudiantes que se acercan a AUSJAL para utilizar sus beneficios.

Por otro lado, para los estudiantes y miembros de la comunidad universitaria dentro de cada una de las universidades que son parte de AUSJAL, este proyecto les servirá para conocer más sobre la institución y aprender sobre todas las iniciativas que se tienen y en las que pueden involucrarse. De igual manera, habrá un conocimiento más amplio de los beneficios que tiene AUSJAL, generando que los estudiantes estén más informados sobre los mismos y puedan aprovecharlos dentro de su ciclo universitario.

Por último, es un proyecto que genera interacción universitaria y que fomenta la colaboración multidisciplinaria y multicultural. Dar visibilidad a una institución como AUSJAL permite que dichas interacciones puedan ser más significativas y agregar valor de manera integral.

1.8.2 Impacto de tu proyecto PAP

El proyecto Estrategia de Comunicación AUSJAL tiene múltiples impactos positivos, dirigidos hacia diferentes beneficiarios. A continuación, se describen los principales puntos de impacto que tiene el proyecto.

CON PROYECTO	SIN PROYECTO
1 Mayor visibilidad de AUSJAL en redes sociales	1 Poca o nula presencia de AUSJAL en redes sociales
2 Interacción de estudiantes y comunidad universitaria con AUSJAL vía redes sociales	2 Desconocimiento de AUSJAL por parte de los estudiantes y comunidad universitaria
3 Mayor uso de los beneficios de AUSJAL por parte de los estudiantes	3 Poco o nulo uso de los beneficios de AUSJAL por parte de los estudiantes
4 Creación de contenido constante que mantiene las redes sociales de AUSJAL activas y dinámicas	4 Publicación de contenido genérico que no genera interacciones ni aporta valor a la audiencia
5 Planeación de contenido digital estructurado y ordenado	5 Falta de estructura de contenido que resulta en publicaciones poco constantes

1.9 Hoja de Ruta

A fin de dar seguimiento al proyecto realizado durante este semestre, se recomienda considerar los siguientes puntos.

- Mantener el uso del formato de planeación estratégica de contenido.
- Seguir generando contenido que sea dinámico y atractivo para la audiencia, no sólo hacer publicaciones informativas de eventos.
- Garantizar que el contenido se alinee a los estándares gráficos y de diseño establecidos y acordados con AUSJAL, para mantener una identidad gráfica constante.
- Hacer un benchmarking de otras instituciones similares y su contenido en redes sociales, para alimentar de ideas de contenido la planeación y tener un punto de referencia sobre el impacto de las publicaciones de AUSJAL.
- Conservar la presencia en redes sociales diversas y generando contenido específico para cada tipo de red social, de forma que haya una consistencia a nivel general pero que no se utilice el mismo contenido en todas las redes sociales.

1.10 Bibliografía y otros recursos

(s.f.). Obtenido de <https://www.ausjal.org/>

AUSJAL. (2024). *AUSJAL*. Obtenido de <https://www.ausjal.org/organizacion/>

AUSJAL. (s.f.). *AUSJAL*. Obtenido de <https://www.ausjal.org/>

AUSJAL. (s.f.). *AUSJAL*. Obtenido de <https://www.ausjal.org/resena-historica/>

Benfica, G. (12 de Febrero de 2021). *Rockcontent*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/plan-de-contenidos/#:~:text=Tener%20un%20plan%20de%20contenidos,estrategia%20de%20Marketing%20de%20Contenidos>.

Botas Leal, D., Garrido Pintado, P., & García Huertas, J. (4 de Febrero de 2021). *Universidad Francisco de Vitoria*. Obtenido de <https://comunicacionyhombre.com/article/universitarios-y-redes-sociales-estudio-sobre-la-percepcion-de-la-privacidad-y-su-gestion/>

Fernández-Paniagua, A. M. (26 de Octubre de 2022). *IEBS*. Obtenido de <https://www.iebschool.com/blog/medios-sociales-mas-utilizadas-redes-sociales/>

INEGI. (10 de Agosto de 2022). *INEGI*. Obtenido de [https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2022/EAP_Juventud22.docx#:~:text=De%20los%2035.3%20millones%20de,y%20YouTube%20\(12.2%20millones\)](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2022/EAP_Juventud22.docx#:~:text=De%20los%2035.3%20millones%20de,y%20YouTube%20(12.2%20millones))

Instrumental. (22 de Septiembre de 2023). Obtenido de <https://www.instrumental.net/es/blog/inbound-marketing-educativo-conoce-los-casos-de-exito>

Laso, M. (27 de Junio de 2019). *Súmate*. Obtenido de <https://www.sumate.eu/blog/por-que-necesitas-planificar-estrategia-contenidos/>

Paxzu. (s.f.). *Paxzu*. Obtenido de <https://www.paxzu.com/blog/harvard-caso-de-exito-marketing-digital>

Practics Business Solutions. (6 de Noviembre de 2023). Obtenido de <https://www.practicsbs.com/la-influencia-de-las-redes-sociales/>

Roberto. (22 de Febrero de 2021). Obtenido de <https://adspromarketing.com/blog/6-razones-necesitas-estrategia-contenidos/>

1.11 Anexos generales

1.11.1 Comala y AUSJAL contenido redes marzo y abril

Contenidos de redes de MARZO y ABRIL en redes.

<https://docs.google.com/spreadsheets/u/0/d/144ZuDfXkOfMK2CsrypynlAgYgAKChYwz9ZgxeocLTg/htmlview#gid=0>

1.11.2 Estrategias De Redes

Estrategias seguida en Redes

https://www.canva.com/design/DAF9PzY9TQE/up4ct-S1YpK_5oGJYUMarQ/edit

1.11.3 Drive AUSJAL

Insumos usados para redes en AUSJAL

https://iteso01-my.sharepoint.com/personal/dn727051_iteso_mx/_layouts/15/onedrive.aspx?id=%2Fpersonal%2Fdn727051%5Fiteso%5Fmx%2FDocuments%2FPAP%2FAUSJAL&ga=1

1.11.4 Calendario publicaciones

Calendario de publicaciones.

https://www.canva.com/design/DAF_c6aDiAg/LW0FqyOsgThQNHZyC1KhNq/edit

1.11.5 Sondeo

Se hizo un Sondeo donde se realizó una pequeña entrevista a 10 alumnos de ITESO para que dieran su opinión dándoles un poco más de contexto, nosotros compartiendo el propósito que se tenía con el proyecto y a través de esto nos compartieran su percepción sobre AUSJAL.

<https://docs.google.com/document/d/1VD6na4IhMqiunxKgHMP4yFeVJVxdFhhM4DtamNKIYA8/edit>

1.11.6 Calendario de Ausjal

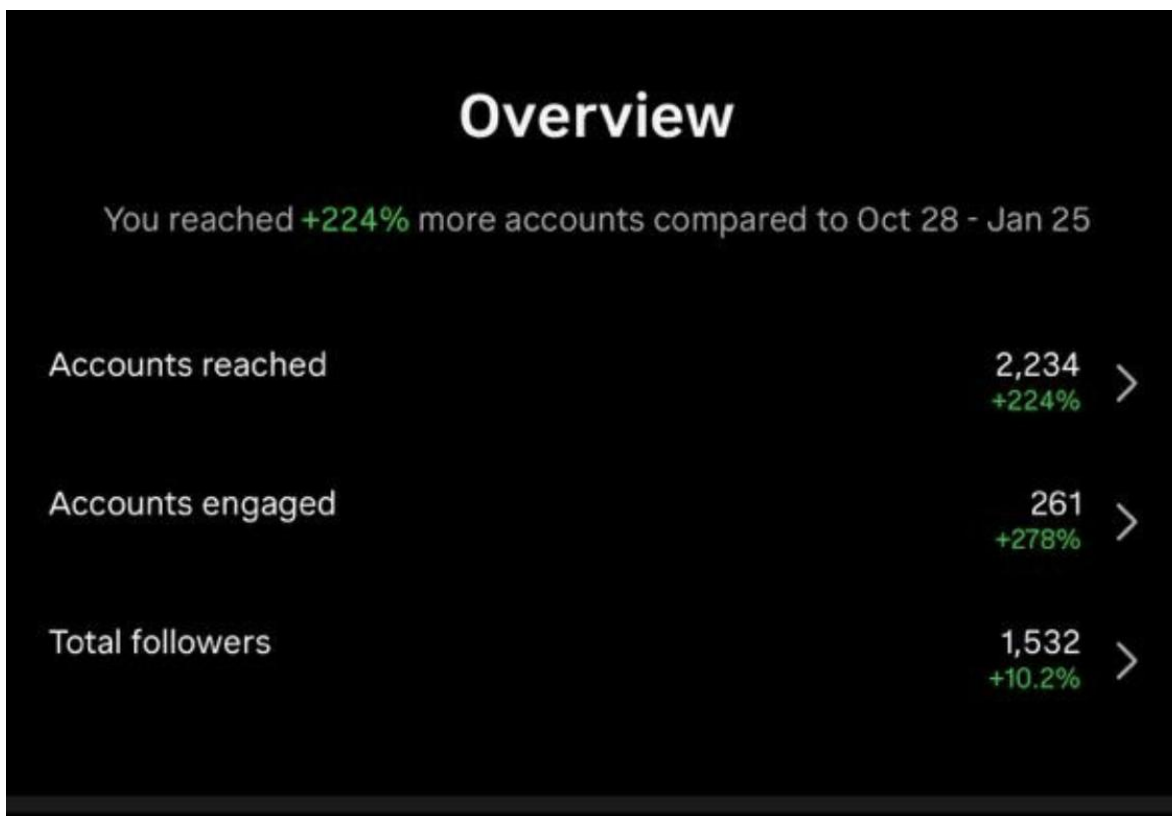
Liga para ver el calendario de AUSJAL con los contenidos

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1mhZrzsqrRHAGIpSeXdlw8BXy1Veoc57yhsfD8NDuToY/edit#gid=966327689>

2 Productos

2.1 Insights de la cuenta

Ilustración 5. Insights AUSJAL Fuente: Cuenta oficial de Instagram



Al realizar un análisis de los insights de Instagram pudimos obtener el resultado de los alcances que llegaron a tener las publicaciones, historias y reels que se hicieron en el perfil de Ausjal.

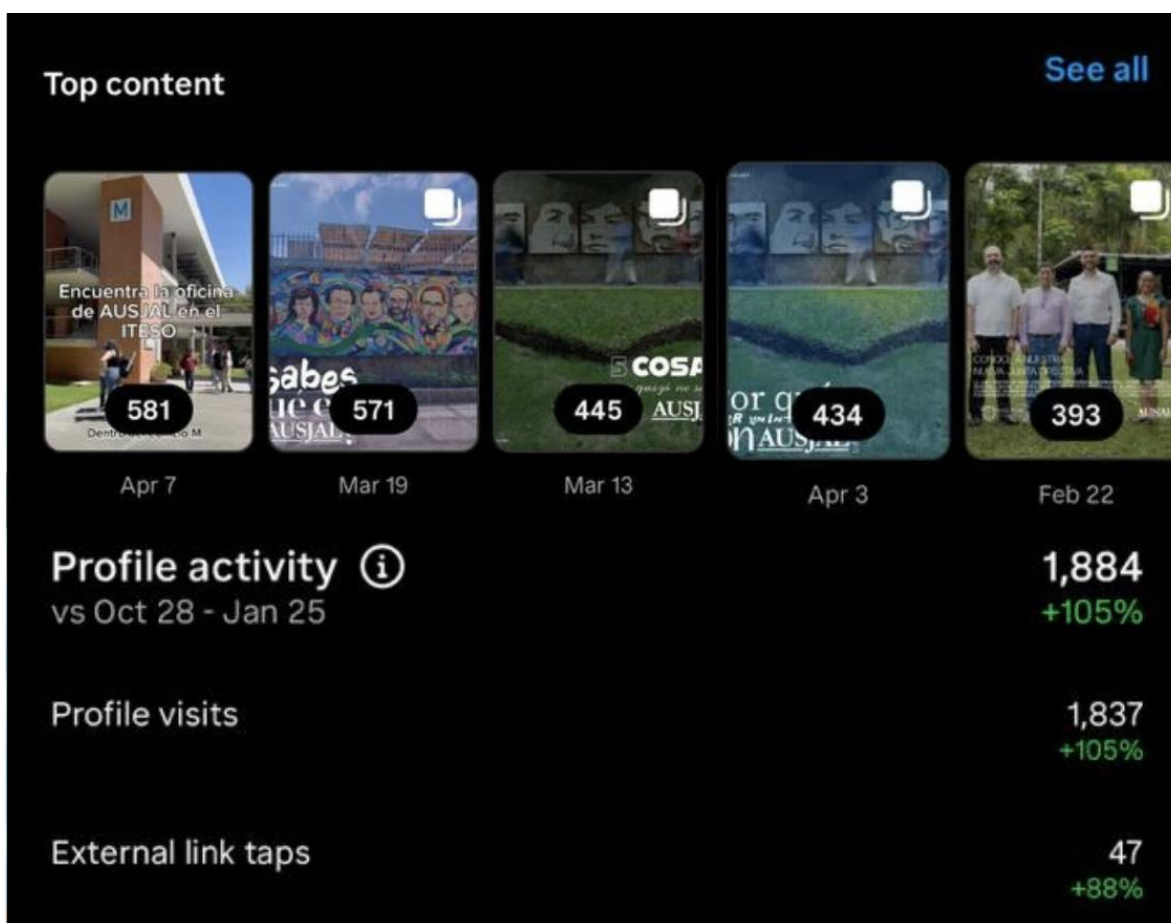
Para comenzar podemos observar que desde que comenzamos a postear nuestro contenido logramos llegar a 2,234 cuentas de Instagram. Con esto nos referimos a que nuestro contenido fue visualizado y se interactuó con 2,234 cuentas.

Después podemos observar que 261 cuentas interactuaron por medio de guardar o enviar los posts. Esto se refiere a que a 261 personas les interesó bastante el contenido que lo compartieron con más usuarios o lo guardaron para tener la información al alcance sobre los posts.

Por último, en esta captura podemos observar que logramos que 153 personas nuevas comenzaran a seguir el Instagram de AUSJAL. El resultado fue que, por medio de las personas que enviaron las historias o perfiles que interactúan con contenido similar y les apareció el perfil, les gustaba las publicaciones que estuvimos realizando al seguir la página principal para seguir viendo este contenido.

2.2 Insights de publicaciones

Ilustración 6. Insights AUSJAL Fuente: Cuenta oficial de Instagram



En esta imagen podemos apreciar varias cosas. La primera es que podemos observar los posts que más interacciones tuvieron y recibieron más likes por parte del público. En primer lugar, tenemos el reel que explica de manera visual donde se pueden encontrar las oficinas de información sobre AUSJAL dentro del ITESO.

El segundo que más les gusto fue el post donde explicamos por medio de imágenes visuales atractivas donde se explica que es AUSJAL. Este post conto con solo 10 likes menos que el primer reel.

Los siguientes posts que captaron la atención del público son las de 5 cosas que no sabias sobre AUSJAL y la de porque se recomienda hacer un intercambio con AUSJAL. Con esto podemos entender que al público le gustan el tipo de post donde de manera llamativa visualmente les ofrecemos información sobre que es AUSJAL, donde puedes comunicarte con ellos presencialmente y que tiene AUSJAL para ofrecer.

Por último, en la captura podemos observar que, comparado con el contenido que se posteaba antes de que comenzáramos a subir fotos, 1,837 personas quisieran abrir la página de insta de AUSJAL para averiguar más sobre lo que vieron y les gustaron. Lo último que podemos observar es que de las historias que subimos que contaban con un link 47 personas le dieron click al link para entrar a él y ver la información que se estaba publicando.

3 Comunicación

Para realizar la presentación final del proyecto, se desarrolló una presentación de Power Point que incluyera los elementos más relevantes del mismo, tales como el contexto general, problemática principal, objetivo general y específicos, propuesta de solución, metodología, resultados, entre otros.

3.1 Presentación de Power Point

[Si solo presentarás tus láminas de Power Point debes incluir cada una de las láminas con una breve descripción de cada una.]

1. Presentación del proyecto: integrantes del equipo y sus carreras




2. Contexto general del proyecto, significado y que se buscaba

CONTEXTO

- 30 universidades en AL
- Sondeo: 8/10
- AUSJAL: Ignoran significado

Potencial Perdido



¿sabes
qué es
AUSJAL?

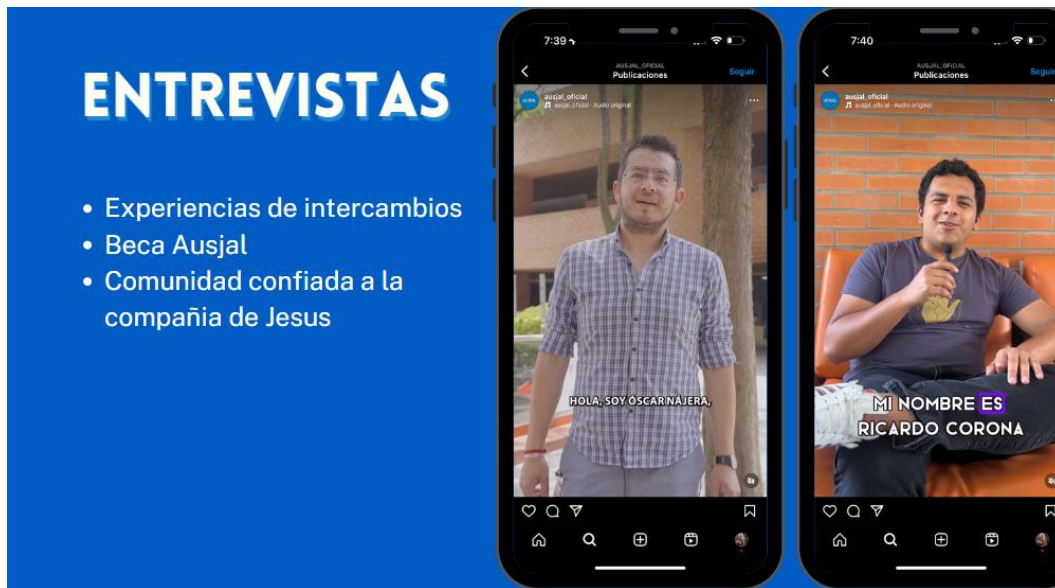
3. Soluciones: métodos que se implementaron para llevar a cabo las estrategias

SOLUCIONES

1. Creación de contenido
2. Estrategias en redes
3. Interacción con estudiantes



4. Entrevistas: Explicamos el contenido de las entrevistas realizadas y quiénes se le realizó



5. Sondeo: Hablamos sobre las opiniones de 10 alumnos de ITESO sobre el contenido, AUSJAL y su percepción



6. Resultados de Instagram: En esta lámina explicamos el impacto de nuestras publicaciones mostrando estadísticas, datos duros, engagement e incrementos en la audiencia antes y después de nuestro proyecto



7. Reels: De la página 7 a 14 mostramos todos los reels realizados a lo largo del semestre, la captura es de la página 14, donde adjuntamos todos los vínculos para poder ver cada video por separado

REELS

- BECA AUSJAL:
https://www.instagram.com/reel/C5d_3gbOqmN/?igsh=NGJmM2VkeTEwM2d1
- VOLUNTARIADO AUSJAL:
<https://shorturl.at/mtKPI>
- OFICINAS ITESO:
<https://www.instagram.com/reel/C6MiqBTuvDr/?igsh=MXV6eXQ4cmdlMDJ4bQ==>
- ENTREVISTA JAZMIN:
<https://shorturl.at/vxAM6>
- TESTIMONIO ESTUDIANTE ITESO:
https://www.instagram.com/reel/C6euNLYOslie/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBINWFIZA==
- CUI:
<https://shorturl.at/vDKM8>
- ENTREVISTA ARANZA:
<https://shorturl.at/dIOPX>

ausjal_oficial Original audio

ausjal_oficial Giulio Cercato · Echoes Of Us (Instrumental)

ME FUI DE INTERCAMBIO CON LA BECA AUSJAL

Encuentra la oficina de AUSJAL en el ITESO
Dentro del edificio M

8. Agradecimientos: Agradecemos al público por su atención y adjuntamos un código QR que al escanearlo lleva directamente al Instagram de AUSJAL



MUCHAS GRACIAS
¡ESCANÉAME!



4 Reflexión crítica y ética de la experiencia

El objetivo del RPAP es documentar la reflexión sobre los aprendizajes en sus múltiples dimensiones, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto para compartir una comprensión crítica y amplia de las problemáticas en las que se intervino.

4.1 Sensibilización ante las realidades

Miguel Aristeo Santillán Mejía

Este proyecto me ayudó a conocer esta red universitaria tan importante para el desarrollo profesional como estudiante, ya que posee grandes ventajas al poder generar una red de intercambios entre las universidades pertenecientes a AUSJAL. Además, el querer transmitir este uso de la red universitaria a toda la comunidad jesuita para que los alumnos tengan conocimiento de ello y puedan optar por tomar ese intercambio para cambiar de universidad y poder conocer una institución jesuita diferente a la suya que le pueda brindar más conocimientos y experiencias positivas para su formación como estudiante.

Juan Carlos Ochoa Gárate

Gracias a este proyecto pude desarrollar múltiples habilidades a parte del diseño. Me hizo aprender mucho sobre cómo se manejan las grandes empresas que cuentan con presencia en varios países. Se debe de tomar en cuenta los fundamentos principales de la empresa y sus valores a la que se pretende atender para garantizar que se cumpla la función del producto. Pude desarrollar también mis habilidades de diseño gráfico a la hora de elaborar las publicaciones y ajustar a las correcciones solicitadas. Creo que, si se cumplió con el objetivo de dar a conocer AUSJAL, siento que sembramos un precedente en sus redes sociales para que futuros proyectos puedan continuar a seguir apoyando a esta asociación. Teniendo en cuenta lo grande que es AUSJAL y todas las funciones que tiene y sus múltiples enfoques, se entiende que no hayan encontrado la manera de poder darle foco a los alumnos para hacer valer su derecho de participar en un intercambio por estar estudiando en una universidad jesuita.

Galilea Macías Rodríguez

Mi acercamiento a las realidades que viví en el PAP se divide en los dos bloques que tuvo nuestro proyecto, Comala y AUSJAL. En el proyecto de Comala fue un escenario que yo ya conocía, al haber llevado este PAP el semestre pasado ya estaba familiarizaba con los actores principales como Beto o las asambleas de ejidatarios. Lo que sí me tocó vivir que no había experimentado con anterioridad, fue la discusión (no tan amigable) que se llevó a cabo en una de las asambleas a las que asistí. Los ejidatarios estaban divididos e incluso llegaron a culpar a Ricardo de cosas que parecían solo ser una excusa para pelear. Me quede pensando en que en cualquier proyecto es súper importante el aspecto humano, el saber que no importa si tu vienes con las mejores intenciones y el plan mejor estructurado, siempre se tendrá que dialogar con las personas que rodean el proyecto puesto que solo no se puede llegar muy lejos. Incluso si esto lleva a discusiones no tan amenas. Ahora, en AUSJAL viví una realidad más relajada, pude entrevistar a estudiantes de mi edad, con carreras similares a la mía y con quienes pude mantener una conversación directa bastante entretenida e informativa. En adición, tuve mucha más libertad y responsabilidad de la que tenía como individuo en el proyecto de Comala. Creo que yo me siento más cómoda con personas de mi edad y con rumbos parecidos al mío, disfrute mucho la creación de contenido de AUSJAL y me entristeció no haber aprovechado yo en mi carrera. Creo que tanto los jóvenes como los adultos tienen mucho que decir y con las redes sociales se tiene el escenario ideal para comunicarlo.

Marian Valdez Cazarez

Comenzando con el escenario de Comala, me sumergí en el funcionamiento de su sociedad de ejidatarios y los desafíos que enfrentaban ante la creciente popularidad de las cascadas. Esta experiencia me llevó a reflexionar sobre cómo podríamos contribuir a mejorar su situación a través de nuestra participación en redes sociales. Así nació mi proyecto personal de entablar conversaciones con don Camilo, convirtiéndose en el fundamento del contenido que podríamos generar. No solo explorar las maravillas naturales de las cascadas, sino también las historias y experiencias de las personas que las cuidan. Comprender sus vivencias

que nos permitan conectar con el lugar y empatizar con las situaciones que enfrentan. Fue una experiencia distinta en cuanto a AUSJAL. Descubrir qué era esta organización fue todo un viaje, y comprender el desafío evidente al que se enfrentaban: la necesidad de mayor visibilidad. Nos propusimos llevar esta causa principalmente a los estudiantes del ITESO para que pudieran aprovechar al máximo lo que AUSJAL ofrece. Aunque no estaba familiarizada con esta organización, junto con mi equipo ideamos conceptos de contenido que podrían beneficiar a todos los estudiantes, no solo del ITESO, sino también de otras universidades. Intenté aprovechar al máximo las entrevistas que realicé mediante la aplicación de edición inteligente y la división de temas relevantes en AUSJAL, como becas, intercambios, organizaciones, etc.

Renata Rubio Rábago

Este proyecto ha sido una experiencia diferente que me ha permitido aprender de la complejidad y diversidad de las instituciones jesuitas, tanto a nivel local como internacional. Desde la profundización en las realidades de Comala hasta el descubrimiento de la red AUSJAL, he comprendido la importancia de la conexión humana y la comunicación efectiva en cualquier iniciativa. Las experiencias vividas, desde las discusiones en las asambleas hasta las conversaciones con estudiantes universitarios, me han enseñado la relevancia de escuchar y comprender las diversas perspectivas presentes en cualquier contexto. El análisis de las redes sociales fue una parte fundamental de mi labor, ya que me permitió evaluar la efectividad de nuestras estrategias y realizar ajustes en tiempo real. Al examinar métricas como la participación del usuario, el alcance de las publicaciones y la retroalimentación recibida, obtuvimos información valiosa que nos ayudó a optimizar nuestras acciones y mejorar continuamente nuestro enfoque.

Estoy convencido de que las lecciones aprendidas durante este proyecto seguirán guiando mi desarrollo personal y profesional en el futuro. La experiencia adquirida no solo enriquece mi currículum, sino que también contribuye a mi crecimiento como individuo comprometido con el servicio a la comunidad y la promoción del bien común.

Paola Montserrat Gómez

Mi participación en este proyecto estuvo marcada por mi dedicación al análisis y la gestión de las redes sociales, así como por mi involucramiento en el proyecto de Comala. En Comala pude sumergirme en una realidad diferente, donde pude presenciar los desafíos únicos de esta comunidad. Además, a través del manejo de las redes sociales, pude contribuir a la difusión de nuestro mensaje y al fortalecimiento de nuestra presencia en línea. La creación de contenido atractivo y relevante nos permitió conectar con nuestra audiencia de manera significativa y promover la visibilidad de nuestro proyecto de manera efectiva.

Esta experiencia me ha enseñado la importancia de abordar los problemas desde diferentes perspectivas y de utilizar herramientas variadas para lograr nuestros objetivos. Estoy agradecido por la oportunidad de participar en este proyecto, que me ha permitido crecer personal y profesional, y estoy emocionado por seguir explorando cómo contribuir al cambio positivo en el futuro.

Gabriela Monserrat Tiznado Rodríguez

Durante este semestre he tenido un crecimiento notable en mis habilidades para innovar y evaluar impactos sociales, donde mi contribución para las organizaciones con las que colabore fue más allá de mis expectativas, con el trabajo en equipo que se tuvo con mis demás compañeros, donde busco seguir comprometida a buscar oportunidades de mejoras en crear un cambio positivo en el entorno social que operamos. Además de que buscamos que se tenga un seguimiento continuo de este proyecto y el impacto cultural que tiene porque es esencial para garantizar que sus beneficios se puedan llegar a conocer para más personas y esta asociación perdure y se expanda al mismo tiempo.

Regina Vázquez Arozqueta

trabajando en este PAP aprendí a adaptarme a los cambios, ya que al principio del semestre teníamos dos proyectos asignados y por falta de comunicación y de tiempo al final tuvimos

que enfocarnos solo en uno, cuando el otro ya estaba bastante avanzado. Es indispensable en estos proyectos en donde se juntan personas de tantas carreras saber detectar las habilidades de cada persona para poderlas explotar al máximo y todos aprender uno del otro. El tema del proyecto es muy interesante pero tristemente es muy poco conocido por los estudiantes de ITESO (al menos con los que tuvimos contacto). Falta mucho trabajo de otras áreas para lograr posicionar al proyecto como lo que es. Como equipo creo que tuvimos buenas aportaciones y realmente nos involucramos en una investigación profunda del conocimiento del proyecto por parte de los estudiantes, pero la respuesta de ellos ante el tema fue lo que nos llevó a tener que improvisar y buscar varias alternativas para llevar a cabo el proyecto.

4.2 Aprendizajes logrados

Miguel Aristeo Santillán Mejía

El proyecto me ayudó a identificar la importancia que deben tener aspectos tan importantes como lo es AUSJAL, ya que es una red universitaria que desde el día uno que un estudiante entra a una universidad jesuita conformada por AUSJAL debería de conocer todo lo que te brinda para poder tener una mejor formación profesional en tu carrera. Considero que este proyecto ha llegado a más estudiantes gracias a un mayor contenido por redes sociales, lo que me resulta gratificante el saber que a partir de este proyecto haremos que a futuro otros compañeros del ITESO trabajen más en este proyecto y puedan lograr mayores aportaciones para llegar a todas las comunidades universitarias conformadas por la red AUSJAL y cada estudiante pueda conocer al cien por ciento los beneficios que genera y el aporte que puede tener para la formación académico-profesional de los estudiantes jesuitas.

Juan Carlos Ochoa Gárate

Cuando empezó el proyecto si noté un gran desafío, ya que inicialmente íbamos a hacer contenido para AUSJAL y Cómala, lo cual implicaba el doble de carga de trabajo para nosotros. Siento que fue una gran decisión enfocarnos en la asociación, es una causa honesta, es un gusto para nosotros poder ayudarlos. Durante la elaboración de los productos

audiovisuales me gustó mucho la relación que creamos entre nosotros y Alberto Herrera, el encargado de AUSJAL del contenido de redes, estuvimos reuniéndonos con él y cumpliendo con cualquier ajuste que se nos pidiese sobre lo que se fuera a publicar. Me llevo muchos aprendizajes con respecto a la comunicación, debemos de darle la importancia que se merece a ser claros con lo que se pretende dar a entender a los demás, respecto a las publicaciones y respecto a las interacciones con mis compañeros.

Galilea Macías Rodríguez

Este proyecto desafió mis habilidades de creatividad comunicativa ya que cayó por completo en nosotros el idear contenido nuevo y atractivo para la estrategia de Ausjal. Me llevó a experimentar con las opciones temáticas que rodean a Ausjal y de esta manera a también contactar con personas nuevas y yo aprender información desconocida para mí hasta entonces. El cambio a medio semestre de mantener la cuenta de Comala como prioridad y la de Ausjal de manera secundaria a ya solamente priorizar Ausjal, hizo que el PAP se volviera mucho más retador y dinámico. Tuve que cambiar mi chip de cómo había estado pensando y trabajando hasta entonces. Me gustó conocer acerca de Ausjal y contactar con personas como Jazmín y Aranza, me di cuenta de que el ITESO brinda muchas posibilidades de intercambios y voluntariados y lo único que se necesita es darles más exposición. Es una institución que está para apoyar a sus alumnos si ellos se interesan por aprovecharlo.

Marian Valdez Cazarez

Durante este proceso, adquirí un profundo entendimiento de diversas organizaciones, desde AUSJAL hasta las Cascadas de Comala, explorando sus contextos y situaciones. Esta comprensión me llevó a idear estrategias para crear contenido que revelara la esencia de estos entornos y cómo podrían ser protegidos y promovidos para la comunidad de Comala y como se pueden dar a conocer por parte de AUSJAL. Además, aprendí a colaborar eficazmente en equipo, aprovechando las contribuciones individuales para desarrollar una campaña en redes sociales que pudiera generar un impacto significativo. La sinergia entre todos los miembros nos permitió crear un producto final cohesivo que resonara con nuestras audiencias. A lo

largo del camino, fui entendiendo cómo medir el impacto de nuestro contenido, lo cual nos brinda una valiosa referencia para futuras campañas.

Renata Rubio Rábago

Este proyecto me ha enseñado la importancia vital de instituciones como AUSJAL en la formación universitaria jesuita. Colaborar en él ha ampliado mi comprensión de los beneficios que AUSJAL ofrece a los estudiantes y ha fortalecido mis habilidades de comunicación y colaboración. A través de este proyecto, he podido explorar nuevas temáticas, establecer contactos significativos y experimentar con la creatividad comunicativa. En resumen, ha sido una experiencia enriquecedora que ha contribuido al crecimiento tanto personal como profesional, mientras trabajamos para promover y fortalecer nuestra comunidad universitaria.

Paola Montserrat Gómez

Este proyecto ha sido una experiencia enriquecedora, dando lecciones tanto profesional como personal. La aplicación de mis conocimientos en un entorno real, como el trabajo con AUSJAL, ha sentado una sólida base para enfrentar futuros desafíos y trazar un camino significativo en mi carrera y desarrollo personal. En resumen, esta experiencia ha sido una oportunidad para crecer, aprender y adaptarse, influyendo positivamente en mi futuro profesional y personal.

Gabriela Monserrat Tiznado Rodríguez

El PAP para mí no solo fue algo académico, si no una experiencia personal que me hizo hacer comprenderme a mí misma y a la sociedad para proporcionar lecciones valiosas para mi futuro profesional y a mi proyecto de vida, porque tener la oportunidad de aplicar los conocimientos que he tenido a lo largo de mi carrera en un entorno real me dejó con una base para poder enfrentar desafíos futuros y construir un camino significativo en mi carrera y desarrollo personal. Fue un reto poder trabajar un tipo de proyecto de forma en línea, tener que asistir y organizarse para las reuniones donde tengas que mantener la disposición en todo momento.

Regina Vázquez Arozqueta

Al presentarme ante este proyecto desde el principio no me terminaba de quedar claro que es lo que teníamos que dar como entregable ya que como estudiante del ITESO yo aún no conocía lo que era AUSJAL tuve que hacer la investigación por mi cuenta para involucrarme en el tema y así poder trabajar con mi equipo para lograr los objetivos deseados. Es muy complicado trabajar con un

proyecto que es tan poco visible en una comunidad tan grande, porque por más buen proyecto que sea es complicado informar a todas las personas de la misma manera.