



PROYECTOS  
DE APLICACIÓN  
PROFESIONAL



Universidad  
Casa Grande

FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA

TÍTULO DEL PROYECTO FINAL

Sistematización del proceso de creación e implementación de la estrategia para el levantamiento de fondos y ejecución del proyecto de gamificación “Precavidos”, en Guayaquil-Ecuador durante el 2018.

Para optar al grado de:

Licenciatura en Comunicación con mención en Relaciones Públicas y Comunicación  
Organizacional

Elaborado por:

Verónica Maldonado Baquero

Equipo de guías

Mg. Anyelina Veloz  
Mg. Denisse Álvarez

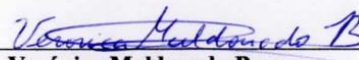
GUAYAQUIL, ECUADOR

7/11/2018



#### CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Verónica Maldonado Baquero, autora del trabajo de titulación *Sistematización del proceso de creación e implementación de la estrategia para el levantamiento de fondos y ejecución del Proyecto de Aplicación Profesional, Capacitación a través de la gamificación "Precavidos"*, en Guayaquil-Ecuador durante el 2018, certifico que el trabajo de titulación es una creación de mi autoría, por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas. Con lo cual, exoneró a la Universidad Casa Grande de reclamos o acciones legales.

  
Verónica Maldonado Baquero  
0502135023



#### CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Verónica Maldonado Baquero en calidad de autora y titular de del trabajo de titulación de la modalidad Proyecto de Aplicación Profesional, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.

A handwritten signature in blue ink, which appears to read 'Verónica Maldonado Baquero'.

**Verónica Maldonado Baquero**  
0502135023



PROYECTOS  
DE APLICACIÓN  
PROFESIONAL

### CARTA AVAL PARA LA ENTREGA DE LA SISTEMATIZACIÓN INDIVIDUAL DE EXPERIENCIA

TEMA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN:	Sistematización del proceso de creación e implementación de la estrategia para el levantamiento de fondos y ejecución del proyecto de semipresencialización en UoA - Ecu, durante el 2018.		
NOMBRE DEL ALUMNO:	Verónica Maldonado Baquero		
NOMBRE DE LOS DOCENTES QUE ACOMPAÑARON EL PROCESO:	Angélica Veloz Denisse Alvarez		
FECHA:	7/11/18		
El número de reuniones efectuadas con el alumno o la alumna, a mi criterio, ha sido:			
Suficiente:	<input checked="" type="checkbox"/>	Insuficiente:	<input type="checkbox"/>
		Excesivo:	<input type="checkbox"/>
El alumno o la alumna ha alcanzado a reflexionar y hacer comprensiones de los contenidos y hallazgos de su trabajo y se aprecia crecimiento académico:			
En buena medida:	<input checked="" type="checkbox"/>	En mediana medida:	<input type="checkbox"/>
		En poca medida:	<input type="checkbox"/>
La alumna o el alumno me dio a conocer los contenidos de la versión definitiva del documento			
Sí:	<input checked="" type="checkbox"/>	No:	<input type="checkbox"/>
		Parcialmente:	<input type="checkbox"/>
Por lo tanto, certifico haber revisado el documento y <b>SÍ</b> concedo el aval para la presentación			<input checked="" type="checkbox"/>
Por lo tanto, certifico haber revisado el documento y <b>NO</b> concedo el aval para su presentación			<input type="checkbox"/>

Firma de quien otorga el aval:

Angélica Veloz

c.c. 0915773787

## ÍNDICE

Índice .....	5
Índice de Tablas.....	7
RESUMEN.....	8
1.- Contexto de la experiencia.....	9
1.1.-Antecedentes .....	9
1.2.- Contexto.....	11
1.3.- Descripción del proyecto interdisciplinario.....	13
1.3.1.- Objetivos de Investigación. ....	14
1.6.-Límites y Alcances. ....	17
1.6.1-Límites.....	17
1.6.2.-Alcances .....	18
1.7.- Actores que intervinieron en el proyecto .....	19
1.8.-Conclusiones .....	21
1.9.- Objetivos del proyecto.....	22
1.9.1.-Objetivo General:.....	22
1.9.2.-Objetivos Específicos .....	22
2.- Objeto a ser sistematizado .....	22
2.1.- Descripción del objeto a sistematizarse.....	23
2.2.-Objetivos Específicos .....	23
2.3.- Reconstrucción histórica de la experiencia.....	24
2.3.1 Conceptualización de la estrategia del levantamiento de fondos del proyecto. ....	24
2.3.2.- Implementación y aplicación de la estrategia de levantamiento de fondos y financiamiento .....	25

2.3.2.5.-Quinta etapa: Utilización de los Fondos Recaudados para el Proyecto .....	32
2.3.3.- Socialización de la propuesta. ....	33
2.4.- Análisis e Interpretación Crítica de la Experiencia.....	35
2.4.1.- Percepción de los beneficiarios. ....	35
2.4.2.-Comentarios de Expertos .....	35
2.4.3.- Resultados y descubrimientos relevantes.....	36
2.5.- Aprendizaje Generados.....	37
2.5.1.- Aspectos a mejorar en el objeto a sistematizar.....	37
2.5.2.- Aspectos a potenciar y corregir en el proyecto macro. ....	39
2.6.- Autoevaluación.....	40
2.6.2.- De la contribución académica y profesional al equipo .....	42
3.- Referencias Bibliográficas .....	44
4.- Anexos .....	47
Anexo 1.- Cuadro de Unidades de Análisis Investigación Cualitativa.....	47
Anexo 2 Cotizaciones Varios Proveedores .....	47
Anexo 3.- Cotización Crowley.....	48
Anexo 4.- Monto del Contrato con Crowley.....	49
5.- Cronograma Gestión de Auspicios .....	50
Anexo 6.- Paquetes de Auspicio.....	51
Anexo 7.-Cronograma de Actividades para Recaudar Fondos para el proyecto .....	56
Anexo 8.- Venta de ropa en pulgueros .....	57
Anexo 9. Presupuesto Final Proyecto .....	58
Anexo 10.-Boletín de Prensa.....	59

Anexo 11.- Cronograma de Día de Lanzamiento .....	60
---------------------------------------------------	----

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.- Cuadro de Estudio Cualitativo .....	15
Tabla 2.- Actores Involucrados en el PAP “Precavidos” .....	19
Tabla 3.- Etapas de la estrategia del Levantamiento de Fondos y Financiamiento.....	24
Tabla 4.- Listado de las empresas visitadas en el proceso de levantamiento de fondos del proyecto .....	29
Tabla 5.- Detalle de uso de fondos recaudados del proyecto “Precavidos” .....	32

## RESUMEN

El presente documento presenta la Sistematización del proceso de creación e implementación de la estrategia para el levantamiento de fondos y ejecución del Proyecto de Aplicación Profesional, Capacitación a través de la gamificación “Precavidos”. Aquí se describe cada una de las etapas que conformaron dicho contenido como: la definición de presupuesto necesario para la ejecución de proyecto, la gestión de auspicios con empresas privadas y públicas, otras fuentes de financiamiento que se emplearon para levantar fondos, los resultados de la estrategia propuesta y por último cómo fue usado el dinero conseguido.

Esta sistematización se basa en el proyecto antes mencionado, el mismo que se dirigió a empresas de la ciudad y a sus trabajadores, y tuvo como propósito principal mostrar a la gamificación como una solución que potencializa el aprendizaje entre los colaboradores de las empresas, quienes se enfrentan a métodos tradicionales de enseñanza, que no logran los resultados esperados.

Aunque por este medio se muestra como resultado, que más del 50% del presupuesto del proyecto vino de las 5 empresas que decidieron colaborar con él, la realidad es que la mayoría no dio una respuesta positiva por lo que se implementaron otras actividades de financiación.

**Palabras Clave:** *Estrategia, levantamiento de fondos, empresas, gamificación, Guayaquil, capacitación.*



## 1.- CONTEXTO DE LA EXPERIENCIA

### 1.1.-Antecedentes

Las TIC'S o Tecnologías de la Información y la Comunicación, son recursos tecnológicos que ayudan a que el acceso a la información sea mucho más fácil, ya que permiten la gestión de una gran cantidad de datos logrando generar conocimiento (Portafolio, 2017). En el Ecuador como en el resto del mundo se las ha usado para conseguir un mayor impacto en el aprendizaje de la sociedad.

El desarrollo tecnológico de las TIC `S y la aparición de una en una nueva tendencia tecnológica llamada “Gamificación”, la cual según (González M. , 2016), consiste en escoger elementos que hacen atractivos a los juegos e insertarlos en ambientes ajenos a éstos para lograr que los jugadores puedan implicarse de una manera más efectiva a esos escenarios; fueron de gran influencia para el nacimiento a principios del 2018, del proyecto de Aplicación Profesional, Capacitación a través de la Gamificación “ Precavidos” en la ciudad de Guayaquil.

Ésta su primera edición, se creó como una iniciativa que buscó centrarse en mejorar el manejo de la gestión humana en procesos de Recursos Humanos, utilizando dinámicas de juegos en contextos no lúdicos por medio de una herramienta digital (videojuego) con el fin de lograr la pregnancia de conocimientos de los usuarios de la misma.

Para la elaboración de “Precavidos” se tuvo como referencias a distintos proyectos que tuvieron a las tecnologías de información y comunicación como recursos metodológicos en procesos de enseñanza y aprendizaje; entre los más significativos dos proyectos que se formaron en la Universidad Casa Grande: Gueyitas y PACHI. “Gueyitas”, en su primera edición se basó en la creación de una aplicación (juego) que tenía como fin concienciar a niños de 4 a 7 años de

sobre el cuidado que se debe tener con animales de familia (González, 2016) ; mientras que PACHI, (Padres-Chicos) también aplicación creada bajo el mismo nombre del Pap en el 2016 (Buele, 2016) , tuvo como objetivo realizar una aplicación tecnológica para beneficiar a niños de 5 a 8 años con Síndrome de Down para lograr el desarrollo de su autonomía.

Las dos aplicaciones sirvieron como modelos para este proyecto no sólo por mostrar los beneficios que tiene el conjunto de tecnologías antes mencionadas sino que además comprobaron que en el ámbito educativo, el jugar, es reconocido como una herramienta que potencializa el desarrollo cognitivo de las personas; ya que, esa actividad no solo ayuda a aprender de una manera más fácil sino que además fomenta la creatividad, capacidad estratégica, la socialización entre otros aspectos (Ecoaula, 2018).

Ese concepto también se ha dado en el sector empresarial ya que los entes comerciales se han dado cuenta de los beneficios que trae esta técnica. Según Olivier (2016), mediante ella, no sólo se logra una mayor motivación y participación de los trabajadores sino que además se tiene un efecto de *engagement* o implicación por parte de esos colaboradores para con las organizaciones u empresas.

Un dato importante que respalda esto, es que la gamificación se basa en la Teoría del *flow*, propuesta en el año 1975 por el psicólogo Mihály Csíkszentmihályi. Según Cuicci (2016), esta define que una persona potencia al máximo sus habilidades mientras realiza una actividad hasta llegar a estar completamente inmersa en ella; y para lograr que el jugador llegue a ese estado deben haber elementos de motivación en el juego que causen ese efecto como: desafíos, metas, sistemas de recompensas y la paradoja de control. Basándose en lo expuesto, se decide aplicar también como referentes (aparte de Gueyitas y PACHI) a investigaciones pero sobre todo a casos de éxito de otras empresas tanto a nivel nacional como internacional que han

implementado esta técnica de entretenimiento el ámbito laboral. Algunas de las entidades que fueron tomadas como objeto de estudio fueron: Unilever, Veris, Quala, entre otras.

Entre la información que se encontró está que Veris utiliza como herramienta de gamificación a *Kahoot*, la cual tiene aspectos positivos como dar la posibilidad de crear o armar el juego por medio de preguntas según como se estime conveniente y, otra es que es una plataforma gratuita; como desventajas es que al ser una herramienta *online* depende de la conexión de internet para funcionar.

En el caso de Unilever, esta empresa utiliza Pymetrics en los procesos de reclutamiento y selección. Entre sus puntos positivos están que arroja resultados reales y lo hace con eficacia. Esos datos de los postulantes pueden quedar guardados y usarse para vacantes en ocasiones siguientes.

La mencionada información fue de gran utilidad para conocer más acerca del tema, y para conocer como esta nueva tendencia digital estaba siendo implementada en las empresas y las herramientas que ellas usaban para conocer en cuáles y qué cosas podíamos utilizar a favor del proyecto, así como qué cosas mejorar para que se pueda desarrollar la herramienta de una manera adecuada.

## **1.2.- Contexto**

El marco de desarrollo tecnológico del sector empresarial que se da en este PAP, se origina desde las aulas de la Universidad Casa Grande y desde un principio buscó trabajar con empresas a nivel local, usando la transformación digital como una vía para mejorar los procesos de recursos humanos que se dan en ellas.

La idea que se tuvo al comenzar el proyecto, fue aplicar la gamificación del talento humano al proceso de inducción de organizaciones, el mismo que según Córdoba (2016), consiste en orientar a los nuevos colaboradores internos que entrar a una empresa sobre las funciones que éstos van a desempeñar a en la organización. Sin embargo, a medida que se fue trabajando en él, el enfoque cambió y se determinó dirigirlo hacia las capacitaciones, ya que se consideró que eran procesos más estandarizados en relación a las inducciones.

Después de eso, se realizó un proceso investigativo que tuvo como unidades de análisis a profesionales de distintas ramas: Jefes y Gerentes de RR.HH, capacitadores, empleados de empresas, programadores y expertos en gamificación para conocer cuáles eran sus percepciones sobre la las capacitaciones y la gamificación. A partir de eso, se pudo establecer la problemática que consistía en que los colaboradores consideran a las capacitaciones tradicionales poco prácticas, largas y tediosas, por lo que se planteó como solución, el usar esta nueva tendencia digital, ya que al usarla se dinamiza el aprendizaje, consiguiendo que sean más efectivas y divertidas.

Para resolver la problemática presentada en las empresas de Guayaquil se estableció que la solución fuera el proceso de gamificación, dado mediante la creación de una herramienta que permitiera experimentar las capacitaciones mediante una nueva forma de aprendizaje que involucraba el jugar.

Tomando en cuenta que en el país existe la normativa legal de Salud y Seguridad Ocupacional en el Trabajo, la misma que debe ser aplicada por todas las empresas del país se decidió establecer que el videojuego “Precavidos” se centrará en este ámbito para que los colaboradores

de las empresas a nivel local pudieran aprender más sobre los tipos de riesgo que puede suceder en las oficinas de la empresa.

### **1.3.- Descripción del proyecto interdisciplinario.**

Este proyecto fue desarrollado por primera vez en el presente año, ejecutado por alumnos de la Universidad Casa Grande provenientes de distintas carreras. Los integrantes son: Rebecca Wiener (Comunicación Social con mención en Marketing y Gestión Empresarial), Santiago Jovani (Gestión de Recursos Humanos), Nathalie Játiva, (Gestión de Recursos Humanos), Lucía Daniela Macías (Gestión de Recursos Humanos) y Verónica Maldonado (Comunicación Social con mención en Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional) con el acompañamiento de las docentes Anyelina Veloz y Denisse Álvarez, en calidad de guía y asesor.

La herramienta digital “Precavidos”, tiene como grupo objetivo empresas a nivel local y a sus trabajadores, y busca demostrar al sector empresarial los beneficios de la gamificación ya que mediante el uso de este juego creado en plataforma 2D, se evidencia que las capacitaciones laborales pueden ser realizadas de manera efectiva a través de un método tecnológico que facilite el aprendizaje de los procesos de recursos humanos (en este caso enfocándose en el de capacitación).

El videojuego que se centra en la temática de seguridad laboral en las oficinas tiene como personajes principales a Juan y Juana, quienes son trabajadores de una empresa y tienen como misión a lo largo de los 4 niveles que lo conforman, identificar los diferentes tipos de riesgo que se presentan: físicos, ergonómicos y mecánicos; a lo largo del proceso del juego va acumulando medallas y colectibles con lo que se evalúa los conceptos de los riesgos antes mencionados. Así

el encargado de Recursos Humanos puede medir los errores, aciertos, tiempo de uso y los intentos; con lo que puede dar seguimiento al desempeño del trabajador. Al final del juego, quienes hayan superado todos los niveles podrán recibir un certificado digital. Con esto las empresas tendrán el respaldo de haber capacitado a sus colaboradores en la prevención de riesgos en el trabajo.

Para ejecutar el proyecto descrito, posterior a la búsqueda de antecedentes y contextualización del escenario, se definió una investigación bibliográfica y de campo que posteriormente permite tomar las decisiones en relación a la ejecución de “Precavidos”, y se detallan a continuación:

### **1.3.1.- Objetivos de Investigación.**

#### **1.3.1.1 Objetivo General:**

Indagar cómo el proceso de capacitación en una empresa puede mejorar a través de la herramienta de gamificación dentro de la misma en la ciudad de Guayaquil en el 2018.

#### **1.3.1.2 Objetivos Específicos:**

- Identificar cuáles son las herramientas necesarias para ejecutar el proceso de gamificación basándose en la premisa de instruir a los colaboradores dentro de una empresa.
- Indagar cómo ha sido el proceso de implementación de gamificación y los resultados obtenidos en empresas a nivel regional y local.
- Determinar si la audiencia conoce sobre gamificación y sus beneficios como parte del proceso empresarial.
- Identificar las tendencias en gamificación o juegos lúdicos que se manejan en Ecuador.

#### 1.4.- Metodología.

Como se mencionó antes, lo primero fue ejecutar investigación bibliográfica aplicando la técnica del *benchmarking*, recurso que se centra en obtener información de modelos o referentes de actividades exitosas con el propósito de aprender de ellos (Barragan, 2015).

Luego se aplicó un enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo) para continuar con el proceso de investigación. En la parte cualitativa, se realizaron 30 entrevistas a las unidades de análisis (Anexo 1), conformadas por:

- 5 Gerentes de RR.HH
- 5 Jefes de RR.HH
- 5 Capacitadores
- 5 Colaboradores o Trabajadores de Empresas
- 5 Expertos en Gamificación

*Tabla 1.- Cuadro de Estudio Cualitativo*

Unidades de Análisis	Objetivo que se cubrió	Técnica usada
Gerentes de RR.HH	Identificar cuáles son las herramientas necesarias para ejecutar el proceso de gamificación basándose en la premisa de instruir a los colaboradores dentro de una empresa.	Entrevista

---

Jefes de RR.HH	Identificar cuáles son las herramientas necesarias para ejecutar el proceso de gamificación basándose en la premisa de instruir a los colaboradores dentro de una empresa.	Entrevista
Capacitadores	Identificar cuáles son las herramientas necesarias para ejecutar el proceso de gamificación basándose en la premisa de instruir a los colaboradores	Entrevista
Colaboradores de las empresas	Indagar cómo ha sido el proceso de implementación de gamificación y los resultados obtenidos en empresas a nivel regional y local	Entrevista
Exp en Gamificación	Indagar si la audiencia conoce sobre gamificación y sus beneficios dentro del proceso empresarial.	Entrevista
Programadores	Identificar las tendencias en gamificación o juegos lúdicos que se maneja en Ecuador	Entrevista

---

Fuente: Elaboración propia (2018)

En lo que respecta al enfoque cuantitativo se aplican 200 encuestas a trabajadores de género masculino y femenino, entre 18 a 65 años, que trabajan en distintas empresas de la ciudad de Guayaquil.



## **1.5.-Beneficiarios**

Beneficiarios principales: Este proyecto fue dirigido principalmente a dos grupos, en la primera categoría están las compañías grandes y PYMES (pequeñas y medianas empresas) que estén implementando o quieran implementar la digitalización en procesos de recursos humanos. Este factor de desarrollo en procesos y tecnología, junto con un buen manejo de la gestión de talento humano y un desarrollo de planificación estratégica son claves para el crecimiento de este tipo de empresas (Milán, 2015).

Las organizaciones con las que se trabajó el proyecto fueron: La Universidad Casa Grande, El Instituto de Neurociencias, Indusur, Ecuador Triunfa y De Prati.

En la segunda categoría se encuentran los trabajadores de empresas (18 a 65 años), que reciben capacitaciones de manera tradicional (método que consideran tedioso y aburrido) y que mediante el uso de esta herramienta, implica el aprender jugando y potencializar el conocimiento.

Beneficiarios secundarios: En este segundo grupo se encuentran estudiantes de la carrera de Gestión de Recursos Humanos y cualquier otro, que quieran conocer acerca de cómo se aplica la gamificación en proyectos y se levantan fondos para ello.

## **1.6.-Límites y Alcances.**

### **1.6.1-Límites**

El presupuesto fue uno de los principales límites del videojuego, ya que no se contaba con el dinero necesario para desarrollar la herramienta. Además desde el inicio se supo que de conseguir auspiciantes sólo servirían los auspicios en dinero para poder costearlo.

Este proyecto no es un videojuego comercial que pueda adquirir cualquier persona; solamente lo tendrán las empresas que se vieron involucradas en el financiamiento del mismo. Precavidos, no es una aplicación. No está disponible para los sistemas IOS o Android. Es una plataforma 2D para Windows que solamente puede ser usada si es instalada en computadoras.

El tiempo para el desarrollo del video juego fue uno de los límites del proyecto. Éste estaba previsto para ser realizado en 3 meses; sin embargo, debido a negociaciones realizadas con una empresa, el tiempo planificado disminuyó causando retraso en el desarrollo del mismo.

Otro de los límites que se encontró a lo largo del proceso de elaboración de “Precavidos”, fue no contar con la ayuda de estudiantes de multimedia y de diseño gráfico como parte del equipo multidisciplinario de estudiantes, que pudieran ayudar en aspectos importantes del desarrollo del mismo como por ejemplo, el diseño de personajes o la elaboración de demos demostrativos de la idea del juego para empresas, para así facilitar el proceso de levantamiento de fondos del proyecto. Debido a esto se tuvo que contratar a diseñadores y programadores externos, aumentando costos al presupuesto del PAP.

### **1.6.2.-Alcances**

A través del uso del videojuego, los trabajadores pueden medir su propio alcance (a nivel de juego y de conocimientos adquiridos) y notar lo que se les ha dificultado en el proceso.

Con la primera edición de este proyecto sólo se pudo llegar a 5 empresas, a pesar de que la intención era llegar a muchas más, lo cual se vio dificultado por el poco tiempo con el que se contó después de que una empresa indicara su negativa. Finalmente las empresas que participan el proyecto son: Universidad Casa Grande, De Prati, Ecuador Triunfa, Indusur y el Instituto de Neurociencias.

El juego permite la evaluación de un número ilimitado de trabajadores de manera simultánea. Esto depende del número de computadoras que la empresa destine para la instalación del mismo; es decir, que sin importar si ella lo coloca en 10 o 100 ordenadores, al final se podrán evaluar a todos estos colaboradores internos de la empresa al mismo tiempo. Lo destacable aquí es que se puede medir el rendimiento de cada trabajador de manera individual.

### 1.7.- Actores que intervinieron en el proyecto

*Tabla 2.- Actores Involucrados en el PAP "Precavidos"*

Actores	Quiénes fueron y su modo de intervención en el proyecto
Integrantes del Proyecto "Gamificación en Talento Humano".	Alumnos en proceso de titulación de las carreras de Marketing, Recursos Humanos y Relaciones Públicas: Nathalie Játiva, Santiago Jovaní, Lucía Macías, Rebecca Wiener y Verónica Maldonado
Empresas	Quiénes fueron los responsables de llevar el proyecto a cabo. Empresas grandes, medianas y pequeñas para las cuales fue dirigido el proyecto y que en la fase de acercamiento abrieron sus puertas para conocerlo.

---

Guía y Asesores	Anyelina Veloz, Denisse Álvarez, Andrés Nader se encargaron de mostrar las directrices que el proyecto debía seguir y se asegurando de que se de los resultados esperados.
Inversionistas y Auspiciantes	Ayudaron con el aporte financiero para que el proyecto se pueda realizar: Universidad Casa Grande Instituto de Neurociencias, De Prati, Indusur y Ecuador Triunfa y Café de Tere.
Proveedores	Crowley Corp, empresa que se encargó del diseño y programación del videojuego.
Medios	Se encargaron de la difusión del evento de lanzamiento de videojuego “Precavidos” Organización que otorga el aval proyecto de Capacitación a través de la Gamificación “Precavidos”
Asociación de Gestión Humana (ADGHE)	Ingreadada por Zailyn Bito, José Miguel Campi e Iona Vallarino, la evaluación de los Proyectos de Aplicación Profesional, realizados por los alumnos que escogen esta modalidad como una opción para Titulación. Este departamento también ayudó con el contacto de asesoría legal para el proyecto.
Dirección y Coordinación de PAP´S	Empresa especializada en capacitación y consultoría que ayudó con contactos de clientes a los cuales les podía interesar el proyecto.
Glia	Gerentes de Recursos Humanos, Jefes de Recursos Humanos, Capacitadores, Colaboradores de empresas, Programadores y Expertos en Gamificación. Participaron en el proceso de investigación del proyecto.

---

## 1.8.-Conclusiones

Entre las principales conclusiones que se obtuvieron, se destaca la apertura por parte de las empresas para implementar la Gamificación como proceso. La consideran una herramienta útil ya que entrega datos a tiempo real, lo que facilita el aprendizaje de los colaboradores. Además se pudo comprobar que algunas de las empresas con las que se contactó, estaban dispuestas a invertir en capacitaciones y en tecnología que permita innovar los procesos de gestión del talento humano.

Adriana Gutiérrez, Coordinadora de Recursos Humanos de la Universidad Casa Grande comentó que participaría en el proyecto con parte del presupuesto asignado para el rubro de capacitación. A su vez, existieron organizaciones que señalaron que su asignación presupuestaria dependería del número de niveles que se lograra completar en la primera edición del videojuego, y otras que aportarían pero eligiendo paquetes de máximo \$500 en su mayoría, debido a que ya tenían asignaciones en distintos rubros en su presupuesto aprobado en el año 2018 con excepción de la Universidad Casa Grande la cual fue el mayor aportador con un monto de \$1500.

Por último, otras empresas que a pesar de mostrar interés en la idea, dijeron finalmente que el presupuesto que manejan por lo general se destina desde un año antes y que por tanto no podían realizar una inversión en ese momento.

## **1.9.- Objetivos del proyecto**

### **1.9.1.-Objetivo General:**

Lograr que las empresas cambien su mirada sobre las capacitaciones a través de la Gamificación, para mejorar el proceso de aprendizaje entre los colaboradores de las mismas organizaciones.

### **1.9.2.-Objetivos Específicos**

- Desarrollar una herramienta atractiva para los trabajadores que cumpla con los objetivos empresariales.
- Desarrollar una herramienta que divierta a los trabajadores y permita el aprendizaje a través del juego.
- Actualizar la mirada que se tiene sobre las capacitaciones empresariales.

## **2.- OBJETO A SER SISTEMATIZADO**

Creación e implementación de la estrategia para el levantamiento de fondos y ejecución del Proyecto de Aplicación Profesional, capacitación a través de la gamificación “Precavidos”.

## **2.1.- Descripción del objeto a sistematizarse**

Este documento, se basa en el Proyecto de Aplicación Profesional, capacitación a través de la gamificación “Precavidos”, tiene como fin el detallar la estrategia empleada para ejecutar el levantamiento de fondos y la ejecución del mismo. En esta memoria se especifican los pasos que se siguieron para conseguir el financiamiento del proyecto.

## **2.2.-Objetivos Específicos**

- Describir el proceso de conceptualización de la estrategia aplicada para el levantamiento de fondos y ejecución del Proyecto de Aplicación Profesional, capacitación a través de gamificación “Precavidos”
- Detallar el listado de marcas/ empresas contactadas y su respuesta, durante el proceso de levantamiento de fondos del Proyecto de Aplicación Profesional, capacitación a través de gamificación “Precavidos”.
- Explicar la propuesta de beneficios en los paquetes de auspicios ofertados a las empresas, y los criterios de selección de éstas.
- Especificar a detalle, el uso de los fondos recaudados para la ejecución del Proyecto de Aplicación Profesional, Capacitación a través de gamificación “Precavidos”

## 2.3.- Reconstrucción histórica de la experiencia

### 2.3.1 Conceptualización de la estrategia del levantamiento de fondos del proyecto.

La parte de levantamiento de fondos fue primordial para poder llevar a cabo la ejecución del proyecto de Aplicación Profesional, Capacitación a través de la Gamificación “

Precavidos”, ya que solamente al recabar los fondos necesarios, éste se pudo ejecutar.

A continuación, se detallará cada una de las etapas que conformaron la estrategia que se empleó para el financiamiento del proyecto.

El concepto que se usó para poder comercializar el Proyecto, fue de inversión en capacitación, a través de los beneficios de la Gamificación y la implementación tecnológica. Esto permite que los ejecutivos de RRHH cuenten con una herramienta permanente de capacitación, con usuarios identificados a quienes se les entrega un certificado que avala sus conocimientos y así la empresa se suma al cambio tecnológico que se está gestando a nivel hoy en día.

*Tabla 3.- Etapas de la estrategia del Levantamiento de Fondos y Financiamiento*

Etapas
1.- Estimación del Presupuesto
2.- Gestión de Auspicio
3.- Establecimiento de otras fuentes de financiamiento
4.- Recaudación de Fondos
5.- Uso de los fondos recaudados para ejecución del proyecto

Fuente: Elaboración propia (2018)



### **2.3.2.- Implementación y aplicación de la estrategia de levantamiento de fondos y financiamiento**

Para cumplir con el levantamiento de fondos, primero se establece el costo total de la herramienta para tener claro cuál es la cantidad de dinero a recaudar. Como siguiente etapa se establece la estrategia de auspicios, la cual tenía como objetivo lograr que mediante el acercamiento a distintas empresas se logre que éstas se interesen por el proyecto y así lograr que lo financien. Como tercer paso se establecen en otras fuentes de financiamiento para el proyecto. Luego de eso se procede a la recaudación de fondos o del dinero obtenido y por último a su distribución de pagos en relación al mismo.

#### ***2.3.2.1 Primera etapa: estimación del presupuesto del proyecto***

El presupuesto es una herramienta, que sirve para llevar un el control financiero de un proyecto. Su enfoque debe centrarse en determinar y analizar los costos (Actualicese, 2015). Para llevar cabo esta parte de la estrategia se realizaron las siguientes actividades:

- Contactar a distintos proveedores y diseñadores
- Pedido de cotizaciones
- Comparar precios de cotizaciones
- Reunión con proveedores elegidos para definir el presupuesto del videojuego

Como se muestra en la lista antes mencionada, lo primero que se hizo fue contactar a distintos proveedores, a quienes se les enseñó la aplicación “Gueyitas”, la cual se tomó como referencia para obtener un estimado del trabajo en cuanto a diseño y programación (considerando las variables tiempo y precio (Anexo 2 y 3).

Luego de revisar las distintas cotizaciones se eligió al proveedor con quien se trabajaría el resto del proyecto. La empresa elegida fue Crowley, para ello se consideraron dos factores: La primera fue que esta empresa tenía al personal (diseñador y programador) que se necesitaba en un mismo lugar, y que podían trabajar a la par mostrando al grupo los avances del videojuego al mismo tiempo. La segunda razón fue que al entrevistarnos con Crowley, la empresa estuvo dispuesta negociar sobre el costo del desarrollo de personajes y programación y se llegó a un acuerdo mucho más favorable para la realización de la herramienta siendo la cantidad acordada de \$3360. (Anexos 4)

#### ***2.3.2.2.-Segunda etapa: gestión de auspicios***

La gestión de auspicios tiene como objetivo lograr que mediante el acercamiento a las marcas o empresas se pueda obtener el financiamiento de un proyecto; se la puede considerar como la etapa más importantes para levantar fondos u obtener los recursos necesarios que se precisan para la ejecución del mismo. Para poder realizarla se hizo lo siguiente:

- Desarrollo de base de datos de empresas para auspicios
- Elaboración de propuestas personalizadas de auspicios para empresas
- Desarrollo de paquetes de auspicios.
- Acercamiento a empresas para presentación del propuesta del proyecto (Anexo 5)

- Listado de empresas contactadas y seguimiento

En la primera parte de esta etapa se concibió la idea de que la herramienta fuera financiada en su totalidad por una sola empresa. Se decidió realizar presentaciones del proyecto personalizadas para causar un mayor efecto en los entes comerciales. Estas propuestas se las hizo bajo la supervisión de la guía del proyecto Anyelina Veloz y de la asesora del mismo Denisse Álvarez.

Con el material aprobado, se continuó con el acercamiento a las empresas. Casi al inicio del mismo, se tuvo un encuentro con Interagua, organización que mostró su interés hacia el proyecto. El acercamiento empezó con la reunión de los integrantes del PAP con Directivos, Jefes y Gerentes de distintas áreas de la empresa a quienes les interesó el tema de seguridad laboral. Se llegó al acuerdo de que la herramienta se la iba a realizar para un recertificación sobre seguridad; sin embargo, el tema específico quedó pendiente de confirmar.

Después de eso se comenzó a hablar con la Universidad Casa Grande solicitando un soporte para la realización de un convenio macro, se solicitó la información específica a la empresa sin una respuesta inmediata. Luego de obtener la información requerida se volvió a retrasar el proceso de negociación por motivos internos de la empresa contactada. Dado a este hecho los integrantes del PAP llegaron al consenso de desistir con la participación entre el proyecto y la empresa. Al final la respuesta de la organización, fue que si existió un interés por parte de ella pero debido a la partida presupuestaria no se cerró la negociación.

Debido a la pérdida de tiempo por esa situación, se pasó entonces a poner en marcha la creación de paquetes de auspicios, por medio de los cuales se permitiera financiar el proyecto; esta vez, mediante la participación de varias empresas auspiciantes.

Esto no implicó que se descartara la primera posibilidad que se tomó en cuenta desde el inicio, sino que se combinen las dos técnicas: financiamiento en su totalidad por una empresa o el financiamiento mediante la participación de muchas de ellas.

Habiendo pasado mucho tiempo en la mencionada negociación, se procedió a la creación de paquetes de auspicios con diferentes montos (Anexo 6), para poder comercializar la propuesta. Los mismos se crearon detallando diferentes beneficios que pudieran resultar atractivos para las marcas o empresas. Una vez armados los paquetes se procedió nuevamente al acercamiento con éstas para que los conozcan.

En las reuniones que se tuvo con las distintas entidades comerciales, asistieron miembros designados del PAP junto a asesor o guía dependiendo el caso; esto se dio para darle un mayor peso a los encuentros que se tuvieron con altos mandos o cargos gerenciales de dichas compañías.

En estos encuentros se vio como un aspecto de gran importancia que las organizaciones comprendieran la categorización de los auspicios y la relación costo- beneficio de los paquetes, es decir, que quedara claro para ellas que mientras mayor fuera la inversión mayor sería la utilidad o provecho que podrían obtener (Rodríguez, 2015)

Después de realizar la actividad antes mencionada lo que se hizo fue hacer el seguimiento a las empresas contactadas durante varias semanas, en algunos casos se pudo conseguir las respuestas mediante mails y en otras por vía telefónica o en persona. La mayoría de esos acercamientos no otorgaron la respuesta deseada.

En el siguiente cuadro se detalla las respuestas que se obtuvieron de parte de ellas:

*Tabla 4.- Listado de las empresas visitadas en el proceso de levantamiento de fondos del proyecto*

Nombre de empresa	Respuesta Obtenida
Mafre	Se presentó la propuesta pero dijeron que no.
Interagua	En conversaciones con esta empresa durante un mes. Por cuestiones de presupuesto no se cerró la negociación.
Veris	Se le presentó la respuesta pero por presupuesto dijeron que no.
Papelesa	Se presentó la propuesta, no hubo respuesta
Café de Tere	Se presentó la propuesta y decidieron ayudar como donación de \$500.
Kellogs	Le interesó la propuesta, pero no se llegó a concretar la negociación.
Difare	Le interesó la propuesta, pero no se llegó a concretar la negociación por tema de presupuesto. Apertura para conversaciones el próximo año
Hogar Corazón de Jesús	Se mostraron interesados pero solicitaron que para participar como auspiciantes se agregara al juego un nivel con el tema de servicio al cliente, que por cuestiones de tiempo no se lo puedo hacer. Finalmente no se llegó a concretar la negociación.
Nobis	Le interesó la propuesta, se inclinó por el paquete de \$2000, pero no dieron respuesta. Además les interesó al Mall del Sol y a Azucarera Valdez pero no se concretaron las negociaciones
De Prati	Le interesó el juego y auspició con el paquete de \$300
Banco Bolivariano	Les interesó la propuesta pero no aceptaron
Glia	Le pareció una propuesta interesante. No pudo participar de los auspicios por cuestión de presupuesto
Indusur	Le interesó el juego y auspició con el paquete de \$550
Universidad Casa Grande	Le interesó el juego y auspició con el paquete de \$1500

---

Instituto de Neurociencias	Le interesó el juego y auspicia con \$200
Cervecería Nacional	Se envió propuesta y no recibimos respuesta
Real Casa de Valores	Se envió propuesta y no recibimos respuesta

---

Fuente: Elaboración propia (2018)

### ***2.3.2.3.-Tercera etapa: Establecimiento de otras fuentes de financiamiento***

El conseguir otros métodos de financiamiento fue necesario para poder cumplir con el presupuesto que se había establecido en la primera etapa. Se recurrió a fuentes de financiamiento interno que es cuando los recursos económicos que se necesitan son conseguidos de manera autónoma o lo que también se puede llamar como financiación propia (Interasesoria, 2018). Esta medida se tomó después de llevar acabo acercamiento a empresas (gestión de auspicios) y ver que no se obtenía el resultado esperado. Para poder llevar una mejor organización se realizó un cronograma de trabajo de las actividades que se hizo:

- Cuota a integrantes del grupo
- Venta de alimentos
- Pulguero

La primera opción fue establecer una cuota con la que todos los integrantes tuvieron que cumplir. Se determinó que se hiciera 1 pagos de \$50 dólares por cada uno de ellos, lo que dio un total de \$250. Luego, con la autorización de la Universidad desde la tercera semana de agosto como lo señala el cronograma (Anexo 7) se decidió realizar dentro de las instalaciones de la institución educativa la venta de alimentos como: negritos, pizza, donuts, etc, esto con el

fin de sumar ingresos al presupuesto determinado desde el inicio. En paralelo se realizó la última de las acciones empleadas: la venta de ropa usada. Se consiguió durante semanas gran cantidad de este tipo de prendas para hacer pulgueros en lugares como Chongón y Miraflores. Con esta actividad se logró recaudar \$351.15.

#### **2.3.2.4 Cuarta etapa: resultados**

##### **2.3.2.4.1 Auspicios**

La Universidad Casa Grande fue el primer auspicio que se obtuvo. Ésta escogió el paquete de \$1500 y pagó el dinero a finales del mes de agosto lo que sirvió para cubrir casi el 50% del desarrollo del videojuego. Luego se suma al proyecto otra empresa: Indusur. Esta organización optó por el paquete de \$500 e hizo el pago en septiembre del presente año. El tercer auspicio que se logró fue con la empresa De Prati de \$300, ésta hizo el pago del mismo a finales de octubre. El auspicio final que se consiguió fue el del Instituto de Neurociencias por un valor de \$200.

##### **2.3.2.4.2. Donaciones**

Dos de las empresas contactadas en la fase de acercamiento: Café de Tere y Ecuador Triunfa; decidieron ayudar económicamente al PAP mediante donaciones. La cantidad dada por estas organizaciones fue de \$500 el primero y de \$100 la segunda empresa. Este es un ejemplo de mecenazgo. De acuerdo con (Díaz & Sánchez, 2016) esto se da cuando una empresa o marca decide ayudar con el financiamiento de un actividad sin pedir una retribución.

### 2.3.2.4.2 Fondos Propios

En cuanto a los fondos por las distintas actividades: pulgueros (Anexo 8), venta de ropa usada y cuotas de integrantes del grupo, se hizo para autofinanciar el proyecto se obtuvo como resultado a cantidad del \$.801, 15. (Anexo 9)

### 2.3.2.5.-Quinta etapa: Utilización de los Fondos Recaudados para el Proyecto

A continuación en el siguiente cuadro se detalla el uso de los fondos recaudados para la ejecución del Proyecto de Aplicación Profesional, Capacitación a través de gamificación “Precavidos”

*Tabla 5.- Detalle de uso de fondos recaudados del proyecto “Precavidos”*

Concepto	Ingreso	Egreso	Saldo
Universidad Casa Grande	1.500,00		
Donación 1 (Café de Tere)	500,00		
Indusur	500,00		
De Prati	300,00		
Ecuador Triunfa (Donación)	100,00		
Fondos por Actividades	801,15		
Ingreso del 2.5% por descuento al subtotal de videojuego	75,00		
Costo videojuego Crowley		3.360,00	
Licencia de Unity Pro		125,00	
Diseño del Logo proyecto		60,00	
Roll Up evento de lanzamiento		45,00	
Bocaditos para el evento		35,00	
Totales	3.776,15	3.710,00	66,15

Nota: Por Cobrar \$200,00 dólares de Auspicio del Instituto de Neurociencias



Fuente: Elaboración Propia(2018)

### **2.3.3.- Socialización de la propuesta.**

La manera como se socializó la propuesta de financiamiento del proyecto fue mediante el acercamiento a las empresas para realizar la venta de los paquetes de auspicios. La capacidad de negociación jugó como un factor clave para poder obtener una respuesta positiva de parte de las empresas que decidieron apoyar en el proyecto. Se trató de establecer acuerdos o estrategias que pudieran ser satisfactorios tanto para ellas como para el proyecto; es decir algo que permita ganar a ambas partes (Gillbert, 2017).

En las reuniones que se tuvo con las empresas, después de explicar el proyecto y sustentar cómo favorecería la herramienta a su organización, se explicó de manera detallada cómo estaban formados los paquetes de auspicios y los beneficios que iban a obtener en cada uno de ellos. Se los llamó con nombres relacionados al tema principal del proyecto, la gamificación, y que a la vez sean llamativos para las compañías.

El primer paquete fue el de \$5000 denominó “Gamificación”, planteó como beneficio principal la exclusividad de la marca dentro del video juego, es decir, que la empresa que decidiera escogerlo no compartiría crédito con empresa o marca. Al final ninguna empresa eligió este paquete por falta de dinero en el momento de las negociaciones, ya que las organizaciones arman su presupuesto un año antes, en el cual contemplan cuánto van a destinar al rubro de publicidad y esa era una gran cantidad que no estaba contemplada.

El siguiente paquete de \$3000 “Capacitación Divertida”, planteaba tener como primer beneficio una técnica publicitaria llamada *product placement*, que en este caso consistía en la

inserción de la marca de la empresa en la narrativa del videojuego “Precavidos”. Otros de los beneficios que se contempló en este paquete fue que los personajes dentro del mismo videojuego hicieran recomendaciones de los productos o servicios que ellas ofrecen; también, se incluyó uso del logo de la empresas auspiciantes al final de juego, y la entrega de la data generada al momento que los colaboradores jugaran el mismo además de otros ítems más.

Fueron los beneficios en el paquete antes expuesto que le resultaron atractivos al primer auspiciante que tuvo el PAP, la Universidad Casa Grande, en especial el de la entrega de data. Se llegó a un acuerdo con ella, el cual consistió en otorgarle los beneficios de este paquete por una cantidad menor a la establecida es decir de \$3000 a \$1500. La institución mostró interés desde el momento que se expuso el proyecto, sin embargo, su primera respuesta fue que el rubro que tenían asignado para recursos humanos era inferior al del valor de ese paquete. Realizó el ofrecimiento de \$1500 y ese fue aceptado.

El siguiente paquete con el que también se pretendió financiar el proyecto fue el de \$500. Entre algunos de los beneficios que éste tenía estaban; el logo de la empresa como auspiciante del proyecto, la posibilidad de recibir capacitaciones sobre seguridad laboral en las oficinas y también, *product placement* y recepción de dato. Este paquete lo eligieron dos empresas: la primera razón fue que era más asequible, ya que como se mencionó antes, muchas de ellas ya habían cerrado el presupuesto para el presente año y no contaban con dinero para financiar algo que sea muy costo y otra razón fue que este paquete ofrecía propuestas que resultaron interesantes y de utilidad para las empresas.

El último paquete con el que se buscó costear el proyecto fue con el paquete de auspicios de \$300 y entre los beneficios que ofrecía estaban: el logo marca al final del videojuego y capacitación para 5 personas de la empresa. Este fue el paquete que eligió la empresa De Prati

debido a sí entraba dentro del presupuesto que tenía y podría a la vez promocionar su marca y capacitar a su personal en riesgos laborales.

## **2.4.- Análisis e Interpretación Crítica de la Experiencia**

### **2.4.1.- Percepción de los beneficiarios.**

#### ***2.4.1.1 Las empresas y sus empleados***

Los beneficiarios del proyecto que fueron las empresas y sus trabajadores tuvieron una percepción positiva de la experiencia. Mostraron interés desde el inicio del evento de lanzamiento de la herramienta donde se explicó en proceso investigativo que se realizó para poder conseguir el producto final. También estuvieron atentos a la charla que dio un representante del Instituto de Neurociencias.

Se generó por parte de ellos comentarios muy positivos. Ángel del Salto, representante de La Junta de Beneficencia, comentó que “Precavidos” le pareció magnífico ya que creía que éste ayudaba en su formación a los trabajadores de las empresas que para que así puedan evitar los accidentes. Por otro lado, Andreas Wiener, representante de Indusur, comentó que le parecía una herramienta innovadora.

En sí, los asistentes se involucraron en el juego, entendieron las reglas del mismo y se mostraron predispuesto a usar la herramienta y a conocer más acerca de la gamificación.

### **2.4.2.-Comentarios de Expertos**

Entre los comentarios de expertos están los de dos profesionales especializados en el área de capacitación de empresas:

María Andrea Serrano, Directora del Glía, (Centro de Capacitaciones), experta en el tema, acudió al lanzamiento de “Precavidos”. Fue una de las asistentes que pudo jugarlo y después de su experiencia con herramienta nos comentó que la aceptación que había tenido el proyecto por parte de los asistentes comprobaba la importancia de la gamificación, ya según ella es en la actualidad una de las técnicas más usadas por las empresas. Sobre el videojuego comentó que consideraba al producto como algo que definitivamente se lo iba a usar, y que se debía adaptarlo a las necesidades de las diferentes empresas con las que la este centro trabaja.

La segunda experta que compartió su percepción acerca de videojuego fue Johana Yanez, Jefa de Capacitación de la empresa De Prati, ella señaló que el videojuego da a posibilidad de convertir un tema como el del Salud y Seguridad Ocupacional, que tiene un contenido que puede resultar tedioso, en algo divertido y más fácil de entender; también comentó que le resultó positiva la manera en que se implementó el uso de elementos visuales (parte gráfica) dentro del herramienta.

#### **2.4.3.- Resultados y descubrimientos relevantes**

Mediante el lanzamiento de esta herramienta de capacitación “Precavidos” se pudo comprobar que a las empresas y a los trabajadores verdaderamente les interesa el tema de la gamificación. Estos beneficiarios manifestaron que comprendieron cómo jugar ayudaba a que pueda se pueda aprender de una mejor manera.

Se constató que no es necesario que el videojuego posea un gran nivel de diseño o programación para que pueda resultar atractivo para los usuarios. Lo importante es que la

narrativa sea simple para que los colaboradores puedan entenderla. El que las reglas se presenten de manera clara también es un algo que suma para tener resultados positivos.

La elección de temática de seguridad laboral del videojuego, resultó interesante para las empresas y para los trabajadores por lo que se puede concluir que resultó ser una decisión acertada por parte del equipo de trabajo del PAP.

El que la herramienta fuera realizada para la plataforma *Windows* e instalada en laptops fue un tema favorable a la hora de la prueba del mismo. Al ser las computadoras uno de los medios más usados por los trabajadores se le hizo mucho más familiar el manejo de “controles” del videojuego.

## **2.5.- Aprendizaje Generados.**

### **2.5.1.- Aspectos a mejorar en el objeto a sistematizar**

Los aspectos a mejorar en la implementación y creación de la estrategia de levantamiento de fondos son los siguientes:

Lo primero es tomar en cuenta el hacer una buena planificación, la cual es un proceso de suma importancia ya que por ella se puede determinar de manera acertada los recursos y fondos que se van a requerir para llevar a cabo un proyecto (Conexión ESAN, 2013)

En el caso de este proyecto, esta actividad no se la hizo de manera adecuada, ya que no hubo una planificación para la gestión de costos lo que desencadenó en que no existiera una estimación adecuada de los mismos. Cuando se armó el presupuesto sólo se tomó en consideración el costo del desarrollo del video juego y no se tomó en cuenta otros costos como

los del evento de lanzamiento de herramienta o los de la licencia de la plataforma *Unity Pro* en donde se ensambló el juego.

El no proceder de manera adecuada influyó en que no se hagan bien los cálculos de los recursos necesarios y por eso se tuvo que recurrir más adelante a costear con cuotas de parte de los integrantes las cantidades que no estuvieron contempladas en un inicio y que debieron estarlo.

Otro aspecto que se debe asignar una cantidad determinada a la cobertura de riesgos en el proyecto, por lo que se debe tener reservas económicas para afrontarlos. El PMBOK, señala que éstas se pueden clasificar en dos: La reserva de contingencia y la reserva de gestión.

Según (HMD PROJECT MANAGERS, 2017), la reserva de contingencia es aquella que está directamente relacionada con la planificación del proyecto, en ella entran los riesgos que sí han sido contemplados y forman parte de lo que se llama línea base de costos del proyecto. Es decir por ejemplo, en caso de el videojuego ya terminado se necesite de ciertas modificaciones o cambios, esa cantidad debería salir de esa reserva. Por otro lado, la reserva de gestión es aquella que tiene en cuenta los riesgos que no están previstos o que puedan ir apareciendo mientras se realiza el proyecto y a diferencia de la anterior no ésta aparece en la línea base de costes del mismo (Unidad de Innovación UMU, 2016).

Para finalizar otro punto a tener en consideración, las fuentes de financiamiento que muchas veces se desconoce o no se contempla. Una de las claves para las próximas ediciones de este proyecto es que podría facilitar este arista del proyecto sería el recurrir a los llamados inversionistas ángeles, aquellos que dan su capital a proyectos o ideas que a su criterio tienen potencial para que puedan surgir (López, 2013).

### **2.5.2.- Aspectos a potenciar y corregir en el proyecto macro.**

En esta parte del documento se presentará algunos puntos a mejorar podrán tener en cuenta las siguientes ediciones del proyecto:

El primer aspecto que se debería potenciar en las siguientes ediciones es el alcance que se tuvo con el proyecto. En esta primera edición sólo se pudo llegar a 5 empresas: Universidad Casa Grande, Ecuador Triunfa, Indusur, Insituto de Neurociencias y De Prati. En las futuras ediciones se debería plantear superar este número de empresas contactadas para que el proyecto siga creciendo.

La falta de talento humano fue uno de los principales problemas que se enfrentó en esta primera edición. Al ser un proyecto que implicaba la realización de un videojuego, el no tener dentro del equipo a un personal que tenga conocimientos en las áreas gráfica y audiovisual dificultó el proceso de ejecución del PAP. Se hubiese logrado mejores resultados (tanto en tiempo como económicos) de haber contado con personas de las carreras antes mencionadas.

Otro aspecto que se debería mejorar en futuras ediciones de este PAP es el manejo de la parte legal del proyecto. Se debería poner especial interés en tener un asesoramiento en esta área antes de llegar a cualquier acuerdo riesgos legales, como sucedió en nuestro caso, ya que al conocer término bien las diferencias entre “propiedad intelectual” y “derechos de autoría” redactamos un contrato que para no perjudicarnos se tuvo que cambiar después.

El último punto sería superar la gestión de medios que se hizo en este PAP, ya que sólo se logró difusión en 5 radios: Café Latinoamérica, Radio La Prensa, Radio Morena, Radio Estudiantes 2000, y Radio Sucre. Las personas que continúen con el proyecto deberán tratar de

llegar a más medios (prensa y radio) para que así la sociedad pueda llevar a conocer más acerca del proyecto.

## **2.6.- Autoevaluación.**

### **2.6.1.-De la experiencia en el trabajo individual.**

Mi involucramiento con este proyecto se dio desde el inicio del mismo. Hubo aspectos en los que trabajé o me desempeñe mejor que en otros; sin embargo, algo que siempre tuve presente fue que mi desempeño no sólo me afectaba de manera personal sino también al trabajo grupal en el que estaba comprometida.

Una de las partes en dónde puse más empeño fue en la etapa de investigación que inició con la idea de implementar la gamificación al talento humano de las empresas, un tema que está en relación a Recursos Humanos, campo desconocido para mí hasta ese entonces, debido a que mi carrera es Relaciones Públicas. Esto me obligó buscar términos relacionados con la rama antes mencionada, como lo son: gamificación, digitalización, procesos de: inducción, selección y capacitación entre otros. Gracias a los conceptos aprendidos mediante la lectura de tesis, proyectos, videos, entrevistas a jefes, gerentes, capacitadores de Recursos Humanos y demás unidades de análisis, pude conocer más acerca de esta área y se me hizo más fácil poder llevar a cabo el proyecto.

Como otra parte de mi experiencia durante este proyecto tuve que participar ejerciendo mis conocimientos en diseño y multimedia debido a la falta de talento humano en las áreas; junto con mi compañera Rebecca Wiener nos encargamos de la parte visual del contenido de presentaciones que sirvieron para dar a conocer mejor el proyecto a las empresas. Tuvimos que



aplicar el uso de logos y líneas gráficas de las organizaciones con las cuales se tenía acercamiento. También nos encargamos de realizar videos que fueron utilizados en diferentes instancias.

Contribuí en la creación del contenido y narrativa del videojuego. Realicé junto a mis compañeros el *storyboard* y guión del mismo, los cuáles una vez corregidos y aprobados por nuestra guía sirvieron para que los programadores dieran comienzo al desarrollo del mismo, dando paso a su trabajo de diseño y programación.

Una de las partes en las que fallé involucradas con este proceso fue el dar seguimiento del trabajo de los programadores para conocer cuáles eran los avances del videojuego y de ese modo poder ejercer presión para evitar el incumplimiento de tiempos entrega eventualmente sucedió

Trabajé también junto a mis compañeros fue el realizar diferentes actividades para el levantamiento de fondos del proyecto como venta de comida, venta de ropa de pulgueros. Esto fue a mi perspectiva, nos unió como grupo y que nos hizo reforzar lagos, ya que fue aquí que comprobamos que todos queríamos que salga el proyecto adelante.

Realicé de la creación de paquetes de auspicio con los que después se llevó a cabo el acercamiento a empresas; y aunque no me involucré en su a ésta última actividad totalidad (solo me reuní con Universidad Casa Grande, Glia, Interagua) aprendí de las visitas a las empresas que me faltaba desarrollar habilidades para negociar de manera efectiva las propuestas con las organizaciones y lograr hacerlas más vendibles.

En definitiva mi experiencia individual fue bastante positiva, el convivir con diferentes personas por muchos meses me enseñó a ser más empática y en muchos casos tomar una posición conciliadora para tratar de resolver los problemas que se presentaron en el camino este este proceso; a ser más recursiva para cumplir con la meta establecida. En este PAP me vi

obligada a enfrentarme a nuevos retos que con la ayuda de mi guía y asesores no se me hicieron tan difíciles de superarlos.

### **2.6.2.- De la contribución académica y profesional al equipo**

La contribución académica y profesional al proyecto la hice desde el área de Relaciones Públicas. Pude aplicar lo aprendido en mi carrera en diferentes instancias. Una de ellas se presentó cuando se empezó con la gestión de auspicios, la cual formó parte de la estrategia de levantamientos de fondos. En esta parte se tuvo que crear los paquetes de auspicios, los cuales se usaron como herramientas de comercialización en el acercamiento a las empresas para poder conseguir el financiamiento del proyecto.

Durante esta gestión la mayoría de mis compañeros ignoraban lo que ésta implicaba, desconocían que eran los paquetes auspicio, cómo se los podían armar, entre otras cosas, por lo que me tocó explicarles el porqué de las diferentes categorizaciones de los paquetes y de la relación costo-beneficio que existía en cada uno de ellos, tanto para nuestro proyecto como para las empresas que decidieran participar como auspiciantes del mismo.

Cuando se cerraban alguna negociación con una empresa era yo la encargada de revisar si el dinero que provenía de ellas por parte de la gestión auspicios ya estaba depositado en la cuenta en la que decidimos guardar el dinero obtenido para el PAP, además de realizar los pagos a los proveedores para que continúen con el trabajado acordado.

Luego de la gestión de auspicios siguió la gestión de medios en donde me encargué de la elaboración del boletín (Anexo 10) de prensa para el evento de lanzamiento del video juego además del realizar el contacto en medios para entrevistas realizadas.

Finalmente en lo que respecta al evento me involucré en la organización del mismo en aspectos como: la realización del minuto a minuto del evento (Anexo 11), ponerme en contacto la persona que nos ayudó como presentador de mismo, realizar el video que explicaba la parte de investigación del proyecto y encargarme de conseguir cobertura fotográfica para que quede registro del mismo; y así como mis compañeros de Recursos Humanos me enseñaron acerca de las cosas que implicaba su carrera yo pude también hacer lo mismo con ellos y pudieron tener un poco más de acercamiento al mundo de la comunicación y de las relaciones públicas.

### 3.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Actualicese*. (17 de Diciembre de 2015). Obtenido de <https://actualicese.com/actualidad/2015/12/17/la-importancia-de-los-presupuestos-en-la-organizacion-y-en-la-ejecucion-de-proyectos/>
- Barragan,A*. (20 de Agosto de 2015). Obtenido de Merca20: <https://www.merca20.com/3-definiciones-entender-benchmarking-puede-hacer-marca/>
- Buele, G. (2016 de Enero de 2016). *Repositorio Digital Universidad Casa Grande*. Obtenido de <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/handle/ucasagrande/643>
- Conexión ESAN*. (30 de Mayo de 2013). Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2013/05/30/importancia-planificacion-proyectos/>
- Cuicci, L. (Octubre de 2016). *Sedici*. (U. N. Plata, Ed.) Obtenido de [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/57476/Documento\\_completo.6.3.pdf-PDFA1b.pdf?sequence=3](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/57476/Documento_completo.6.3.pdf-PDFA1b.pdf?sequence=3)
- Córdoba, S. (2016). (C. U. Lasallista, Ed.) Obtenido de [http://repository.lasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/1899/1/Manual\\_induccion\\_rein-duccion\\_talento\\_humano.pdf](http://repository.lasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/1899/1/Manual_induccion_rein-duccion_talento_humano.pdf)
- Díaz, G., & Sánchez, S. (27 de Junio de 2016). Obtenido de Repositorio digital de tesis PUCP: <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/7032>
- Ecoaula. (21 de Febrero de 2018). *Eleconomista.es*. Obtenido de <https://www.eleconomista.es/ecoaula/noticias/8953264/02/18/Gamificacion-cuando-jugar-es-aprender-a-aprender.html>

Gillbert, A. (24 de Abril de 2017). *Mundo Coaching Magazine*.

González, A. (Noviembre de 2016). *Repositorio Digital Universidad Casa Grande*. Recuperado el 28 de Octubre de 2018, de

<http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/handle/ucasagrande/965>

González, M. (24 de Junio de 2016). *Academica-e*. Recuperado el 28 de Octubre de 2018, de

<http://academica-e.unavarra.es/bitstream/handle/2454/21328/TFM15-MPES-%20EGE-GONZALEZ-68030.pdf?sequence=1>

HMD PROJECT MANAGERS. (19 de Marzo de 2017). *uv-mdap*. Obtenido de <https://uv-mdap.com/blog/reserva-contingencia-reserva-gestion/>

*Interasesoria*. (8 de Mayo de 2018). Obtenido de <http://www.interasesoria.net/conceptos-basicos-de-financiacion-de-proyectos/>

López, J. (13 de Junio de 2013). *Forbes México*. Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/sabes-que-son-los-inversionistas-angeles/>

Milán, M. (19 de Marzo de 2015). Obtenido de Ecuador Universitario:

<http://ecuadoruniversitario.com/ciencia-y-tecnologia/el-talento-es-la-clave-del-crecimiento-de-las-pymes/>

Navarro, F. (14 de Diciembre de 2016). *Revista digital INESEM*. Obtenido de

<https://revistadigital.inesem.es/gestion-integrada/rsc-los-stakeholders-clasificacion/>

Oliver, R. (25 de Marzo de 2016). Obtenido de elpais.com:

[https://elpais.com/economia/2016/03/22/actualidad/1458647221\\_875786.html](https://elpais.com/economia/2016/03/22/actualidad/1458647221_875786.html)

*Portafolio*. (07 de octubre de 2017). Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/el-rol-de-las-tic-en-la-ciencia-y-la-tecnologia-510409>

Rodríguez, P. (Abril de 2015). *Repositorio Digital USFQ*. Obtenido de

<http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/484>

Unidad de Innovación UMU (15 de Septiembre del 2016). *Reservas de contingencia y reservas*

*de gestión*. [Archivo de video]. Recuperado de

<https://www.youtube.com/watch?v=rBNGDT0HqAcv>



### Cotizaciones de diseñadores

PROGRAMADOR 1(MOTION GRAPHIC)			PROGRAMADOR 2 (PARALLAX)			PROGRAMADOR 3 (MULTIPLATAFORMAS)		
ACCION	TIEMPO	VALOR	ACCION	TIEMPO	VALOR	ACCION	TIEMPO	VALOR
Animación	12 semanas	\$400	Animación	16 semanas	\$800 - \$1400	Aplicación	12 semanas	\$3000 - \$5000
Videojuego		\$1.300	Videojuego					

### Anexo 3.- Cotización Crowley



099280589001  
 Guayaquil - Ecuador  
 hola@crowley.ec  
 0993168906 - 0968539900

Guayaquil, Viernes 7 de Agosto de 2018

Propuesta Proyecto:  
 "Desarrollo de Videojuego"

Srta. Nathalie Játiva  
 Guayaquil – Ecuador

La siguiente descripción se realiza con el objetivo de atender el requerimiento de la Srta. Nathalie Játiva.

Descripción	ANDROID \$3.700 +IVA	FULL \$16.000 +IVA	FUENTE \$35.000 +IVA
PLATAFORMA Acceso iOS - Windows - web	✓ Android (Lock)	✓ Todos	✓ Todos
SERVIDOR CLOUD Pasaporte de nube, correo electrónico y otros servicios de administración de juego.	✗	✓ Valor asumiendo por cliente	✓ Valor asumiendo por cliente
DASHBOARD Aplicación web para administración de las métricas y reportes generados por el juego.	✗	✓	✓
REPORTES Información recopilada de cada usuario por empresa.	✗	✓	✓
STORE Funcionamiento por un sitio de juegos y plataformas (App Store).	✗	✓ Plataforma Crowley	✓ Sin fin.
PROYECTO FUENTE Código fuente para el proyecto y archivos de gráficos.	✗	✗	✓
SOPORTE Asesorar en cualquier caso al cliente sobre el proyecto.	✓	✓	✓
DOCUMENTACIÓN Manuales y descripciones generales sobre el proyecto.	✓	✓	✓



#### Anexo 4.- Monto del Contrato con Crowley

##### **TERCERA.- MONTO DEL CONTRATO.-**

El costo del trabajo señalado en la cláusula segunda del presente contrato será de **TRES MIL DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMÉRICA (USD \$ 3,360.00)**, más el I.V.A. , mismos que se pagarán de la siguiente manera:

A la firma del presente contrato la cantidad de **DOSCIENTOS DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMÉRICA (USD \$ 200.00)** que equivale al 6% del total y la diferencia se cancelará en tres cuotas más.

El siguiente pago del 19% equivalente a **SEISCIENTOS CUARENTA DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMÉRICA (USD \$640.00)** el día veinticuatro de Agosto de 2018.

El tercer pago del 25% siguiente, se efectuará por **OCHOCIENTOS CUARENTA DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMÉRICA (USD \$ 840.00)** el diez de septiembre de 2018.

El último pago del 50% restante será de **MIL SEISCIENTOS OCHENTA DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMÉRICA (USD \$ 1,680.00)** al momento de la entrega de la aplicación consistente en un video juego de cuatro niveles, materia del presente contrato.

Si los CONTRATANTES no abonan el precio acordado en el plazo establecido o no comunican en tiempo y forma los contenidos a publicar, se cobrará un porcentaje del **5% adicional** al finalizar el proyecto.


En caso de que el contratista no entregue los avances acordados en las fechas establecidas, los contratantes no efectuaran los pagos detallados con anterioridad.

##### **CUARTA.- PLAZO.-**

## 5.- Cronograma Gestión de Auspicios

Nombre de Empresa	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Mapfre					
Papelesa					
Veris					
Kelloggs					
Interagua					
Difare					
Glía					
Cervecería nacional					
Café de Tere					
Hogar Corazón de Jesús					
Nobis					
De Prati					
Banco Bolivariano					
Indusur					
Universidad Casa Grande					
Instituto de Neurociencias					
Real Casa de Valores					
Fuente: Elaboración propia (2018)					

## Anexo 6.- Paquetes de Auspicio




**PAQUETES DE COMERCIALIZACIÓN**

**GAMIFICACIÓN**

★ ★ ★ ★ ★

- EXCLUSIVIDAD DE LA MARCA DENTRO DEL VIDEOJUEGO: PRESENCIA DEL LOGOTIPO DE LA MARCA AL INICIO Y AL FINAL DEL JUEGO.
- PRODUCT PLACEMENT: APARICIÓN DE PRODUCTOS DE LA MARCA, EN DISTINTOS ESCENARIOS DEL VIDEOJUEGO.
- RECOMENDACIONES: LOS PERSONAJES MENCIONAN EXPLÍCITAMENTE DE MANERA POSITIVA EL USO DE HASTA 3 PRODUCTOS EN DISTINTAS ETAPAS Y ESCENARIOS DEL VIDEOJUEGO.
- LANZAMIENTO Y EXCLUSIVIDAD DEL JUEGO PARA SER USADO COMO CAPACITACIÓN PARA EL PERSONAL DE LA EMPRESA, DENTRO O FUERA DE LA MISMA.
- ENTREGA DE DOMINIO PARA ACTUALIZACIONES FUTURAS QUE SE REQUIERAN.
- BASE O LINK PARA QUE UN MIEMBRO DE LA EMPRESA ENTREGUE USUARIOS Y CONTRASEÑAS PARA EL TRABAJADOR
- RECEPCIÓN DE DATA QUE MIDE CADA JUGADOR EN INTENTOS/ AVANCES/ TIEMPO DE COMPLETAR EL JUEGO
- 1 DÍA DE ACTIVACIÓN EN LA UNIVERSIDAD CASA GRANDE, CON DERECHO A LEVANTAR BASE DE DATOS
- PRESENCIA DE LA MARCA CON STAND O PRODUCT PLACEMENT EN LANZAMIENTO DENTRO DE LA UNIVERSIDAD Y CHARLA CON CAPACITACIÓN DE RIESGOS LABORALES

**\$5000**



## PAQUETES DE COMERCIALIZACIÓN

### CAPACITACIÓN DIVERTIDA



- PRODUCT PLACEMENT: APARICIÓN DE HASTA 3 PRODUCTOS DE LA MARCA, EN DISTINTOS ESCENARIOS DEL VIDEOJUEGO.

-RECOMENDACIONES:

LOS PERSONAJES MENCIONAN EXPLÍCITAMENTE POSITIVAMENTE EL USO DE HASTA 2 PRODUCTOS DE LA MARCA EN DISTINTAS ETAPAS Y ESCENARIOS DEL VIDEOJUEGO.

-LOGO DE LA MARCA AL FINAL COMO AUSPICIANTE

-ACTIVACIÓN EN LA UNIVERSIDAD CASA GRANDE

-ENTREGA DE DOMINIO

-BASE CON INFORMACIÓN DE TRABAJADORES

# \$3000



## PAQUETES DE COMERCIALIZACIÓN

### APRENDER JUGANDO



- PRODUCT PLACEMENT: APARICIÓN DE 1 PRODUCTO DE LA MARCA, EN DISTINTOS ESCENARIOS DEL VIDEOJUEGO.

- RECOMENDACIONES:

LOS PERSONAJES MENCIONAN EXPLÍCITAMENTE POSITIVAMENTE EL USO DE 1 PRODUCTO DE LA MARCA EN DISTINTAS ETAPAS Y ESCENARIOS DEL VIDEOJUEGO.

-LOGO DE LA MARCA AL FINAL COMO AUSPICIANTE

-BANNER EN EL LANZAMIENTO DEL VIDEOJUEGO DENTRO DE LA UNIVERSIDAD CASA GRANDE.

-CAPACITACIÓN PARA 10 PERSONAS A SU ELECCIÓN SOBRE SEGURIDAD EN SU OFICINA.

-ACTIVACIÓN EN LA UNIVERSIDAD CASA GRANDE

-RECEPCIÓN DE DATA

# \$1000



## PAQUETES DE COMERCIALIZACIÓN

### ¡A JUGAR!

- PRODUCT PLACEMENT: APARICIÓN DE 1 PRODUCTO DE LA MARCA, EN DISTINTOS ESCENARIOS DEL VIDEO-JUEGO.
- 1 DÍA DE ACTIVACIÓN EN LA UNIVERSIDAD CASA GRANDE CON SU MARCA.
- LOGO DE LA MARCA AL FINAL COMO AUSPICIANTE.
- CAPACITACIÓN PARA 5 PERSONAS A SU ELECCIÓN SOBRE SEGURIDAD EN LA OFICINA.
- RECEPCIÓN DE DATA

# \$500



 **PAQUETES DE COMERCIALIZACIÓN****JUEGOS  
QUE ENSEÑAN**

- LOGO DE LA MARCA AL FINAL COMO AUSPICIANTE.
- CAPACITACIÓN PARA 5 PERSONAS A SU ELECCIÓN SOBRE SEGURIDAD EN LA OFICINA.

**\$300**

### Anexo 7.-Cronograma de Actividades para Recaudar Fondos para el proyecto

Actividades a Realizar	Agosto											Septiembre																						
	M 22	J 23	V 24	S 25	D 26	L 27	M 28	M 29	J 30	V 31	S 1	D 02	L 03	M 04	M 05	J 06	V 07	S 08	D 09	L 10	M 11	M 12	J 13	V 14	S 15	D 16	L 17	M 18	M 19	J 20	V 21	S 22		
Reunión: Borrador de la gráfica visual (Raúl)																																		
Venta de Brownies/Dulces en la Universidad																																		
Pulguero en Chongon																																		
Entrega de permisos para Unity, y otros programas/licencias necesarias																																		
Reunión: Revisión avances																																		
Reunión: Revisión avances																																		
Pulguero en Chongon																																		
Reunión: Revisión avances																																		
Reunión: Revisión avances																																		
Venta de Brownies/Dulces en la Universidad																																		
Pulguero en Chongon																																		
Reunión: Revisión avances																																		
Reunión: Revisión avances																																		
Venta de Brownies/Dulces en la Universidad																																		
Reunión: Revisión avances																																		
Venta de Brownies/Dulces en la Universidad																																		
Reunión: Revisión avances																																		

Recaudación de Dinero  
 Reuniones con el Diseñador/Programador.



Anexo 8.- Venta de ropa en pulgueros



## Anexo 9. Presupuesto Final Proyecto

<b>Gastos del Juego (-)</b>	<b>Valor</b>
Subtotal del Juego	\$ 3.000,00
Iva	\$ 360,00
Costo Unity Pro	\$ 125,00
<b>Total del juego</b>	<b>\$ 3.485,00</b>
<b>Otros Gastos</b>	<b>Valor</b>
Roll Up para lanzamiento	\$ 45,00
Bocaditos para el lanzamiento	\$ 35,00
Diseño del Logo	\$ 60,00
Gastos de Retención (Factura UCG)	\$ 85,00
<b>Total de gastos adicionales</b>	<b>\$ 225,00</b>
<b>Total de gastos</b>	<b>\$ 3.710,00</b>
<b>Ingresos (+)</b>	<b>Valor</b>
<b>Auspiciantes</b>	
Universidad Casa Grande	\$ 1.500,00
Anónimo*	\$ 500,00
Indusur	\$ 500,00
De Prati	\$ 300,00
Ecuador Triunfa	\$ 100,00
2.5% de Descuento al Subtotal del Juego	\$ 75,00
Actividades de Recaudación	\$ 801,15
<b>Total de Ingresos</b>	<b>\$ 3.776,15</b>
<b>Total de Ingresos- Egresos</b>	<b>\$ 66,15</b>

## Anexo 10.-Boletín de Prensa

Organizado por



Guayaquil, 24 de septiembre de 2018  
 CONTACTO: Santiago Jovani  
 veronica.maldonado@casagrande.edu.ec  
 Celular: 0993686059

### Estudiantes crean videojuego para capacitaciones laborales

Los estudiantes en proceso de titulación de la Universidad Casa Grande, lanzan este jueves 27 de septiembre a las 11h00, el primer videojuego en el país orientado al aprendizaje sobre seguridad laboral dentro de las oficinas, llamado **PRECAVIDOS**. El evento se desarrollará en el Auditorio de la institución (frente a la puerta 6 del c.c. Albán Borja).

**PRECAVIDOS** consta de 4 niveles, en los cuales los personales principales (trabajadores) Juan y Juana, tienen como misión identificar y prever los diferentes tipos de riesgo que se presentan a lo largo del juego digital. **PRECAVIDOS** estará disponible para el sistema operativo Windows, y para ser instalado y usado en PC's de escritorio o laptops. Entre los auspiciantes que contribuyeron para su desarrollo constan: Universidad Casa Grande, De Prati, Instituto de Neurociencias y Ecuador Triunfa.

El videojuego se crea como una herramienta con el fin de demostrar al sector empresarial los beneficios de la gamificación (Aprender Jugando). El juego digital demuestra que las capacitaciones laborales pueden ser realizadas de manera efectiva a través de un método tecnológico que facilite el aprendizaje de los procesos de recursos humanos; independientemente de la edad todos pueden aprender de un juego.

**PRECAVIDOS** es un juego programado y diseñado en 2D que permite a los trabajadores estar más atentos frente a los peligros que se puedan presentar en el área laboral. Los estudiantes que participan en el proyecto son: Nathalie Játiva, Rebecca Wiener, Lucía Macías, Santiago Jovani y Verónica Maldonado, con el acompañamiento de las docentes Denisse Alvarez y Anyelina Veloz.

### Anexo 11.- Cronograma de Día de Lanzamiento

CRONOGRAMA DÍA DE LANZAMIENTO PRECAVIDOS		
HORA	DETALLE	RESPONSABLE/ENCARGADO
11H00 - 11H30	Llegada y registro de los invitados	Protocolo
11H30 - 11H35	Bievenida General	Enzo
11H35 - 11H45	Introducción a los miembros de PAP, UCG y Contextualización del Problema	Rebecca
11H45 - 12H00	Beneficios e importancia de la seguridad y salud laboral enfocado en oficinas, y tipos de riesgos	Ángel Del Salto
12H00 - 12H10	Beneficios e importancia de la gamificación	Nathalie
12H10 - 12H15	Vídeo introductorio	Verónica
12H15 - 12H35	Introducción al Juego	Santiago
12H35 - 12H45	Desarrollo del Juego	Joffre Bustos
12H45 - 13H00	Juego - Moverse hacia sala laptop	TODOS
13H0 - 13H20	Invitados juegan PRECAVIDOS	TODOS
13H20 - 13H30	Agradecimiento y despedida	Rebecca



