

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Carrera de Comunicación



TÍOS EN APUROS: UN BLOG EN INSTAGRAM SOBRE LA RELACIÓN DE TÍOS Y SOBRINOS PARA MILLENNIALS DE LIMA METROPOLITANA

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título Profesional de
Licenciado en Comunicación

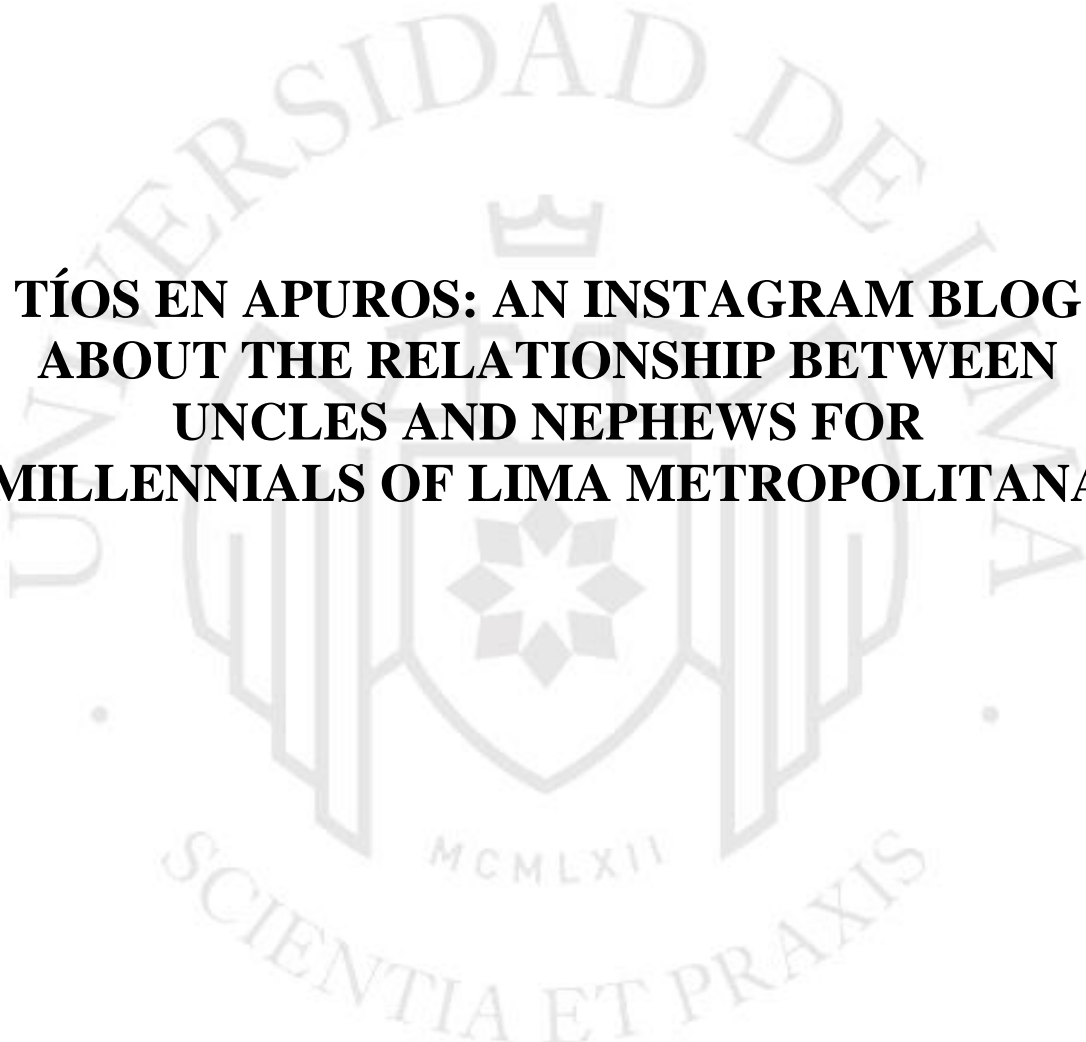
Yvonne Elisabel Leguia Oporto

Código 20150750

Asesor

Daniel Cárdenas Arroyo

Lima – Perú
Enero del 2021



**TÍOS EN APUROS: AN INSTAGRAM BLOG
ABOUT THE RELATIONSHIP BETWEEN
UNCLES AND NEPHEWS FOR
MILLENNIALS OF LIMA METROPOLITANA**



Este proyecto va dedicado a mi familia, en especial a mi sobrina Alessia, quien es la musa que me inspiró y motivó en este proceso.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
1.ANTECEDENTES	2
1.1 Justificación del proyecto	2
1.2 Descripción del público objetivo	2
1.3 Casos referenciales	6
1.4 Perfil del grupo objetivo	9
1.4.1 Perfil demográfico	9
1.4.2 Perfil Psicográfico.....	9
1.4.3 <i>Buyer</i> persona	10
1.5 Definición de conceptos básicos.....	10
1.5.1 Definición de Instagram.....	10
1.5.2 Definición de blog	11
1.5.3 Tipos de blog	11
1.5.4 <i>Millennials</i>	11
1.6 Objetivos del trabajo	12
2. REALIZACIÓN.....	13
2.1 Plan de acción	13
2.2 Sustentación	16
2.3 Resultados	16
3.LECCIONES APRENDIDAS	23
3.1 Lección personal	23
3.2 Lección profesional	23
CONCLUSIONES	25
RECOMENDACIONES.....	26
REFERENCIAS.....	27
ANEXOS	29

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1 Lima Metropolitana 2019: Hogares y población por sexo y segmento de edad según nivel socioeconómico.....	6
Tabla 1.2 Lima Metropolitana 2019: Población por segmento de edad y sexo.....	7



ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1.1: Data peruana para entender el uso de celulares y redes sociales	3
Cuadro 1.2: Resumen de la audiencia de Instagram.....	4
Cuadro 1.3: Tipo de hogares.....	4
Cuadro 1.4: Presencia de segmentos en hogares	5
Cuadro 1.5: <i>Benchmark</i> de la principal competencia de Tíos en Apuros	7
Cuadro 2.1: Resumen de seguidores e interacciones de los primeros 6 meses del blog	17
Cuadro 2.2: <i>Engagement rate</i> del blog en el primer semestre de lanzamiento	22



ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.1 Perú: Personas que usan internet según ámbito geográfico, 2012-2018	5
Gráfico 1.2 Millennials de Lima Metropolitana en Instagram	6



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2.1 Presentación de logotipos.....	15
Figura 2.2 Interacciones con la comunidad de Tíos en Apuros por DM	18
Figura 2.3 Publicación y desarrollo de taller junto a Proyecto Colibrí.....	18
Figura 2.4 Reto: ¿Qué es lo más difícil para ti?	19
Figura 2.5 Reto: Emoji	19
Figura 2.6 ¿Recuerdas cuál fue el programa infantil que le pusiste...?	20
Figura 2.7 Día de los Tíos	21
Figura 2.8 Comunicación con Tutti Tienda a través de DM	21
Figura 2.9 Interacción con Magnolia, Huggies y Oechsle por DM.....	22



ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Encuesta I.....	30
Anexo 2 Encuesta II.....	31
Anexo 3 Grupo focal.....	34
Anexo 4 Transcripción del grupo focal	36
Anexo 5 Encuesta III	41
Anexo 6 Formulario de Consentimiento Informado.....	42
Anexo 7 Consentimiento de Uso de Imagen	44
Anexo 8 Entrevista al docente Hernán Quintana.....	46
Anexo 9 Entrevista al docente Miguel Bernal	48



RESUMEN

El presente proyecto consiste en la creación de un blog en Instagram sobre la relación entre tíos y sobrinos para *millennials* de Lima Metropolitana.

El objetivo de este trabajo es lograr que Tíos en Apuros se encuentre en el Top 5 de los blogs más influyentes de cuidado y entretenimiento para sobrinos a junio del 2021.

Con esto, se propusieron distintas estrategias de difusión digital, obteniendo una producción de contenidos caseros, pero de calidad, los cuales respondían a los *insights* del público objetivo.

La herramienta virtual utilizada para este blog es la red social Instagram, debido a que el público objetivo con el que se trabaja son mujeres y hombres de la generación Y. Se determinó usar este medio debido al estudio realizado por We are Social y Hootsuite, del cual se puede inferir en el cuadro Instagram Audience Overview que, si bien las mujeres lideran dicha red, ahora son más varones los que se suman a este espacio virtual.

Palabras clave: Blog, Sobrinos, Tíos, Instagram, Millennials.

ABSTRACT

This project consists of creating an *Instagram* blog about the relationship between uncles and nephews for Millennials in Lima Metropolitana.

The objective of this work is to get Tíos en Apuros in the Top 5 of the most influential care and entertainment blogs for nephews by June 2021.

With this, different digital dissemination strategies were proposed, obtaining a production of homemade content, but of quality, which responded to the insights of the target audience.

The virtual tool used for this blog is the social network *Instagram*, because the target audience with which they work is millennial men and women. It was determined to use this medium due to the study carried out by We are Social and Hootsuite, where they detail in the box Instagram Audience Overview that although women lead this network, now more men are joining this virtual space.

Keywords: Blog, Nephews, Uncles, Instagram, Millennials.

INTRODUCCIÓN

Tíos en Apuros: un blog en Instagram sobre la relación entre tíos y sobrinos para Millennials de Lima Metropolitana muestra recomendaciones de cuidado y fuentes de entretenimiento para sobrinos de acuerdo a experiencias cotidianas personales, pues soy una joven adulta que cuida a su sobrina de tres años, quien me lleva al límite del sentimentalismo, sacándome de mi zona de confort. El blog, que muestra un cariño especial, único y diferente, brinda soluciones para diferentes ocasiones que podrían pasar los tíos cuando los padres de sus sobrinos les piden apoyarlos con el cuidado de los pequeños.

Este proyecto dio como resultado la creación y lanzamiento del blog en la red social Instagram, porque busca acercarse a su público objetivo con contenido visualmente atractivo y real, logrando una comunicación interactiva y cercana.

INSTAGRAM: Tíos en Apuros

UBICACIÓN: <https://www.instagram.com/tiosenapuros/>

1. ANTECEDENTES

1.1 Justificación del proyecto

La relación que se forja entre los niños y los tíos es distinta a la de los padres, pues existe una confianza diferente, en la cual el niño y el adulto se convierten en cómplices; por tal motivo, siempre estarán pendientes de su bienestar, tanto física como íntegramente, siendo así considerados como unos segundos padres para ellos ya que, quien tenga uno o más sobrinos, llega a querer a cada uno de ellos y a sentir un afecto especial por todos.

Por tal razón, este proyecto quiere contar experiencias cotidianas relacionadas con el cuidado y el entretenimiento de los sobrinos. Esto se justifica porque casi todos somos tíos o sobrinos de alguien.

A pesar de que existen algunos blogs que muestran información desde el punto de vista de una tía, estos no son muy dinámicos. Además, existe un interés personal, dado que me convertí en tía a los 18 años, lo cual me hizo aprender a mi corta edad cosas que no pensaba vivir, como sentir un cariño nuevo que no entiende de límites. Por esta razón, este blog complementará aquel vacío que existe en la red. Será un espacio en el cual los tíos, en general, podrán encontrar información útil cuando tengan que cuidar a sus sobrinos, evitando de esta manera preocupaciones innecesarias.

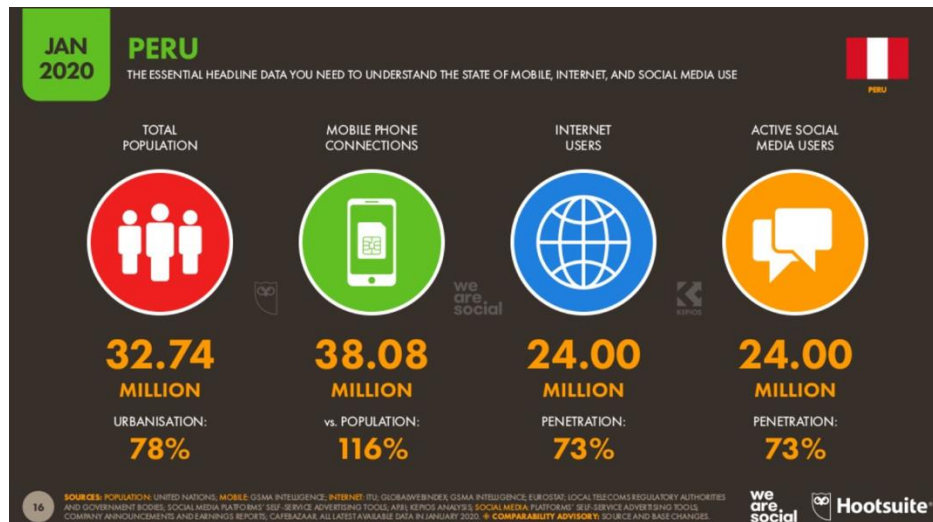
Finalmente, la propuesta es innovadora, ya que dará un enfoque más cercano, según el cual se podrán visualizar video-consejos y sorteos, entre otros. Permitirá que las preocupaciones que sienten al momento de cuidar a los sobrinos disminuyan, porque se encontrarán respuestas a situaciones cotidianas. En este sentido, la información será clara y precisa.

1.2 Descripción del público objetivo

Según We are Social y Hootsuite (Kemp, 2020), existen 32.74 millones de peruanos y 38 millones de líneas móviles, superando esto último a la población en un 16%. En total, los usuarios en internet suman 24 millones.

Cuadro 1.1

Data peruana para entender el uso de celulares, internet y redes sociales



Fuente: Kemp (2020)

Por ello, comentan que en el país la publicidad digital puede alcanzar a unos 5.7 millones de usuarios en Instagram, permitiéndole a las marcas y a los creadores de contenido a tener una mayor interacción entre usuarios y contenidos.

En este sentido, la publicidad digital puede llegar a 1,254,000 personas, entre las cuales aquellas entre los 18 y 24 años de edad representan el 27.5%, y aquellas entre los 25 y 34 años, el 30.5%.

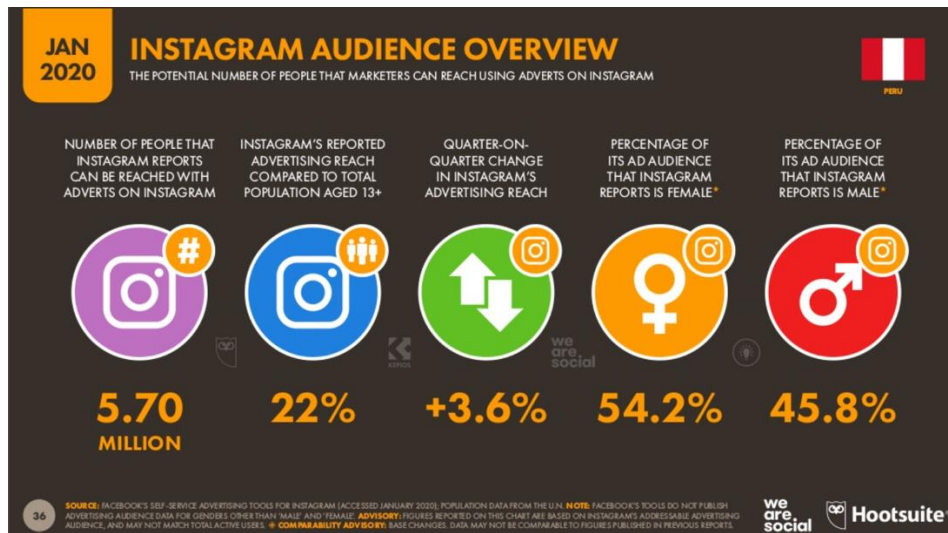
Además, Rafael Munte, presidente del Osiptel, declaró en El Comercio (2019), que el 73.4% de los hogares del Perú cuenta con un *smartphone*, alcanzándose el 97.2% en las zonas urbanas de Lima Metropolitana.

En consecuencia, la Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública SAC (CPI) comentó que, en Lima Metropolitana, los NSE A/B conforman el 27.9%, mientras que el NSE C, el 41.3%. Estadísticamente hablando, la generación Y cuenta con una presencia del 41.6% en Instagram; es decir, son 209,374 las personas que poseen una cuenta en dicha red social.

El 24% de casas albergan a familias extensas; en otras palabras, están compuestas por madres y padres de familia, hijos, tíos, sobrinos, abuelos, etc. Por esta razón, el 27% de hogares cuentan con niños menores, de hasta cinco años.

Cuadro 1.2

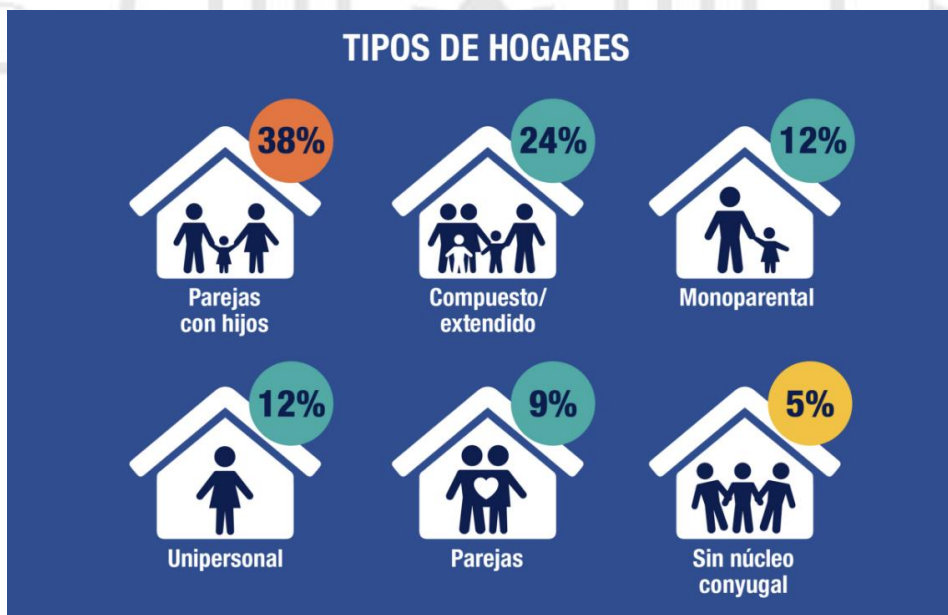
Resumen de la audiencia de Instagram



Fuente: We are Social y Hootsuite (2020)

Cuadro 1.3

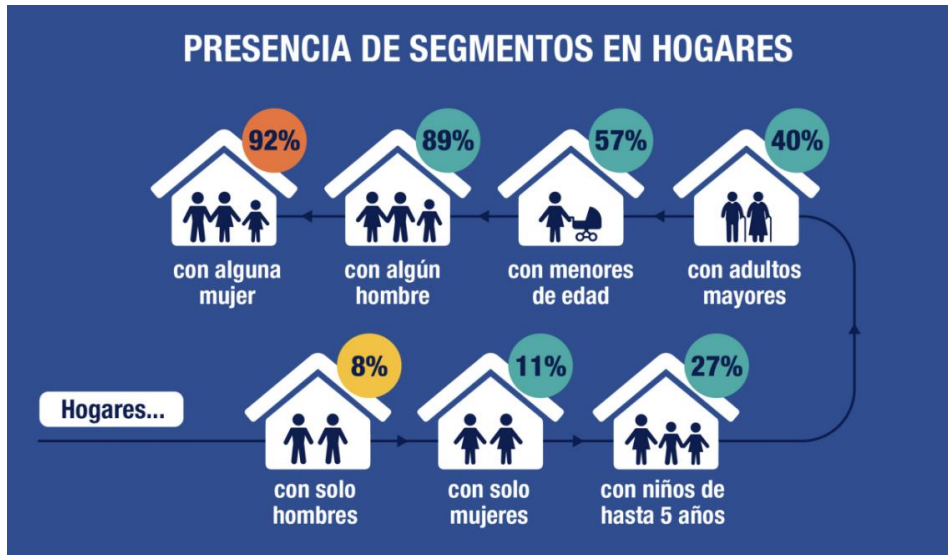
Tipos de hogares



Fuente: IPSOS (2020)

Cuadro 1.4

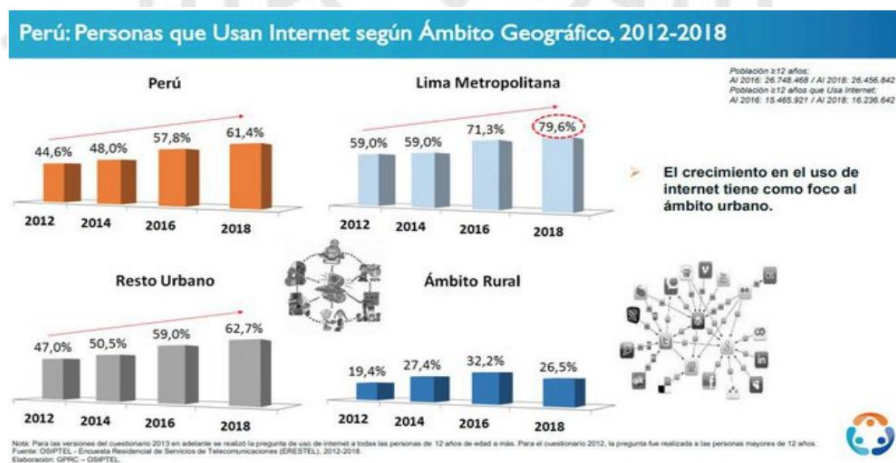
Presencia de segmentos en hogares.



Fuente: IPSOS (2020)

Gráfico 1.1

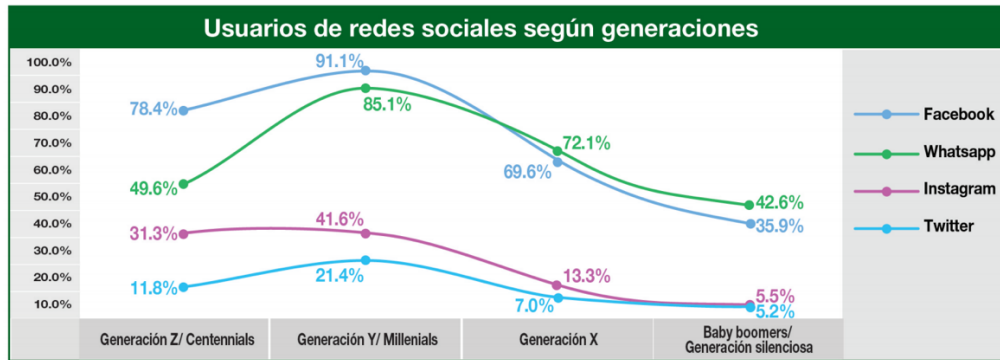
Perú: Personas que usan internet según ámbito geográfico, 2012-2018



Fuente: El Comercio (2019)

Gráfico 1.2

Millennials de Lima Metropolitana en Instagram



Fuente: CPI (2019)

Tabla 1.1

Lima Metropolitana 2019: Hogares y población por sexo y segmentos de edad según nivel socioeconómico

Cuadro N° 10
Lima metropolitana 2019: Hogares y población por sexo y segmentos de edad según nivel socioeconómico
(En miles de personas)

NSE	Hogares		Población		Población por segmentos de edad						
	Mls.	%	Mls.	%	00 - 05 años	06 - 12 años	13 - 17 años	18 - 24 años	25 - 39 años	40 - 55 años	56 - + años
A/B	759.1	27.9	2,922.8	27.7	228.9	272.2	212.8	355.9	722.0	604.6	526.4
C	1,123.7	41.3	4,507.1	42.6	408.9	478.8	358.1	585.5	1149.5	880.6	645.7
D	663.9	24.4	2,553.2	24.1	244.3	282.5	207.8	337.1	658.0	488.2	335.3
E	174.1	6.4	597.8	5.6	59.6	68.6	49.8	78.9	153.9	113.1	73.9
TOTAL LIMA METROPOLITANA	2,720.8	100.0	10,580.9	100.0	941.7	1,102.1	828.5	1,357.4	2,683.4	2,086.5	1,581.3

Fuente: CPI (2019)

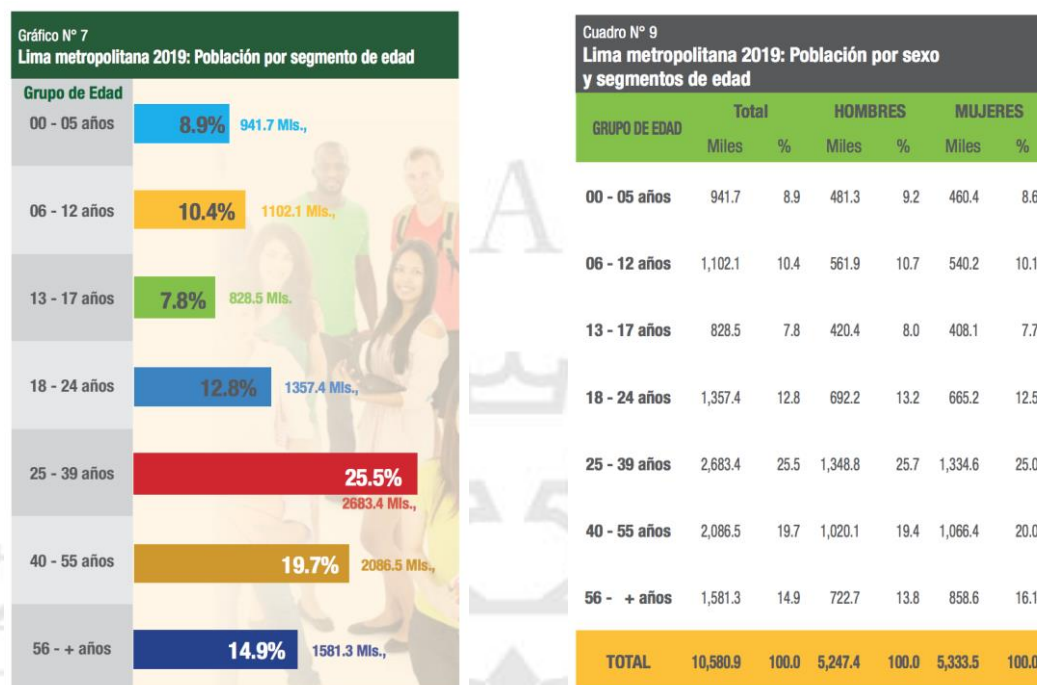
1.3 Casos referenciales

Para este proyecto, no solo se optó por analizar blogs en español de Instagram, peruanos y de otros países, sino también en otros idiomas, con el fin de conocer los distintos contextos y situaciones que pasan las tías y los tíos. Asimismo, se buscaron blogs de relaciones familiares y maternas para conocer la importancia que se les da a estos miembros de familia.

El cuadro 1.5 presenta una comparación de las principales diferencias entre la competencia directa del blog.

Tabla 1.2

Lima Metropolitana 2019: Población por segmento de edad y sexo



Fuente: CPI (2019)

Fuente: CPI (2019)

Cuadro 1.5

Benchmark de la principal competencia de Tíos en Apuros

	Tías Madrinas	Con mi madrina	Sobrinos y tíos
Calidad de imágenes	Bueno	Regular	Bajo
Calidad de contenido	Bueno	Regular	Bajo
Frecuencia de publicación	Semanalmente	2 a 3 veces por mes	1 vez al mes
Tamaño de comunidad	12.2 mil	933	593

Elaboración: Propia

a. Tías madrinas - <https://www.instagram.com/tiasmadrinas/>

Calidad de imágenes: Las fotos cuentan con buena resolución, ya que además de ser propias, utilizan filtros para darle personalidad al blog.

Calidad de contenido: Es bueno porque cuenta anécdotas. Además, muestran cómo es el crecimiento de sus sobrinos e hijos, brindando consejos para sobrellevar cada etapa.

Frecuencia de publicación: Publica todas las semanas, dándoles a sus usuarios contenido novedoso e interesante.

Tamaño de comunidad: Iniciaron en octubre del 2018 y, en la actualidad, tienen una comunidad de 12 mil 200 seguidores en Instagram. La frecuencia de publicaciones más las colaboraciones que tienen con distintas marcas son claves en su crecimiento.

b. Con mi madrina - <https://www.instagram.com/conmimadrina/>

Calidad de imágenes: Las fotos son regulares, debido a que algunas son tomadas de internet y no son muy nítidas.

Calidad de contenido: Regular; a pesar de que este blog informa a su comunidad que brindará planes y manualidades, les muestra muy poco contenido al respecto, teniendo una deficiente interacción con su público objetivo.

Frecuencia de publicación: Dos a tres veces por mes. Esto podría significar que la bloguera no cuenta con una parrilla de contenidos.

Tamaño de comunidad: Empezó en julio del 2016 y posee 933 seguidores.

c. Sobrinos y tíos - <https://www.instagram.com/p/B0Gc4SJgjh8/>

Calidad de imágenes: Las fotos tienen una baja calidad, debido a que la mayoría de las fotos son sacadas de internet y se ven borrosas o pixeladas.

Calidad de contenido: Bajo, pues pocas veces se muestra la relación entre tíos y sobrinos.

Frecuencia de publicación: Deficiente porque solo se publica una vez al mes.

Tamaño de comunidad: Comenzó en octubre del 2018 y cuenta con 593 seguidores.

Otros blogs que también pueden ser considerados son:

d. Blog mamás modernas - <https://www.instagram.com/blogmamasmodernas/>

En él, tres madres presentan semanalmente sus historias y brindan consejos sobre comunicación con los niños. Por otro lado, las imágenes presentan una buena calidad, ya que son editadas y muestran homogeneidad.

e. **Not so mommy** - <https://www.instagram.com/notsomommy/>

El blog cuenta con fotos propias; no obstante, predominan las imágenes de internet. Desde setiembre del 2017, brinda diferentes consejos sobre cómo ser tía, cómo ser una amante de los perros y cómo sobrellevar la infertilidad.

f. **Tías por primera vez** - <https://www.instagram.com/tiasporprimeravez/>

Este blog nació en noviembre del 2020 y, tras cinco publicaciones, cuenta con 361 seguidores, pero no por el contenido que exponen, sino por el sorteo que decidieron realizar en Navidad. Asimismo, usan una gráfica especial en sus publicaciones, para darle una personalidad propia a su perfil.

Por último, existen otros blogs relacionados con la complicidad entre tíos y sobrinos, pero no publican frecuentemente y tienen pocos seguidores. Estos son:

- Por siempre tía <https://www.instagram.com/porsiempretia/>
- El blog de las tías <https://www.instagram.com/elblogdelastias>
- Tía sin experiencia <https://www.instagram.com/tiasinexperiencia>
- Auntiehood <https://www.instagram.com/auntiehood/>

1.4 Perfil del grupo objetivo

1.4.1 Perfil demográfico

El público objetivo son mujeres y hombres entre 21 y 34 años, de Lima Metropolitana, sin excluir otras nacionalidades o interesados fuera de aquel rango etario.

1.4.2 Perfil Psicográfico

Pertencen al NSE A, B y C; les gusta ir al cine, realizar ejercicios, salir a comer e ir al parque.

Son amantes de la innovación y de la tecnología. Las aplicaciones que más utilizan para mantenerse en contacto son Facebook, WhatsApp, Instagram y Twitter.

Buscan cursos y/o diplomados para seguir creciendo profesionalmente y alcanzar el éxito. Parte de sus ingresos económicos los invierten en viajes con amigos, sean estos nacionales o internacionales.

1.4.3 Buyer persona

En este sentido, se presenta el siguiente *buyer* persona para Tíos en Apuros:

Camila Sánchez tiene 23 años. Es bachiller en Comunicación por la Universidad de Lima. Actualmente, vive con sus papás, su hermano, su cuñada y su sobrina de tres años en Pueblo Libre. Trabaja en una agencia creativa como asistente de marketing. Antes de la pandemia del nuevo coronavirus, iba al cine y de compras, pero ahora todo lo realiza vía *online*. Conversa con sus amigas por WhatsApp y disfruta jugar con su sobrina. Esto último, lo realiza con mayor frecuencia, ya que siempre la busca para entretenerse; pero, a veces el tiempo que pasan es corto, debido a las reuniones y trabajos programados que tiene por el trabajo remoto.

Por otro lado, es usuaria en WhatsApp, Facebook, LinkedIn e Instagram, siendo la última red la más usada por ella, ya que encuentra contenido visualmente llamativo y siente una mayor cercanía con personajes públicos e internacionales como cantantes de latin pop y de reguetón, *fashion bloggers*, comediantes e *influencers* peruanos. Le gusta participar en sorteos de marcas relacionadas con moda y niños; sin embargo, cuando no gana en los concursos, deja de seguirlas hasta el próximo sorteo. Por último, sube historias de algunas experiencias personales, entre ellas los momentos que pasa con su sobrina y las ocurrencias de esta.

1.5 Definición de conceptos básicos

1.5.1 Definición de Instagram

Según Clasen (2015), Instagram es una red social donde se suben fotos y videos, que favorece visualmente a las marcas.

Por su parte, Ignacio Santiago (2019) dice que Instagram se trata de una aplicación móvil que te permite tomar fotografías y compartirlas, donde los usuarios pueden tomar

una foto, aplicarle un filtro para darle una mejor estética y hacerla visible hacia una base de seguidores.

1.5.2 Definición de blog

Según la Real Academia Española (s/f), un blog es un diario web personal, en el cual el autor muestra contenidos de su interés, los cuales actualiza a menudo, y recibe comentarios por sus usuarios.

El Centro Europeo de Postgrado (s/f) comenta que un blog es un diario *online*, que su autor utiliza para escribir sobre su propia vida.

Por otro lado, Enric Bruguera Paya (s/f) indica que el blog es una página web que no necesita mucho conocimiento digital para generar contenido constante y rápido.

1.5.3 Tipos de blog

Rockcontent (2019) los clasifica en tres grandes grupos:

- *Blog personal*: caracterizados por contener relatos de una persona mediante consejos, rutinas estudiantiles o de alguna madre, desafíos, recetas o novedades del mundo *gamer* desde el punto de vista de un jugador.
- *Blog corporativo*: enfocados en los productos y servicios que ofrece una empresa; estos quieren mostrar los beneficios e interactuar con su público, pero no como un *e-commerce*, sino como un trabajador que guía al cliente de manera virtual en su compra.
- *Blog profesional*: este perfil sigue los pasos del corporativo, pero resaltando el lado profesional para crear una conexión con el usuario.

1.5.4 Millennials

Según BBVA (s/f), los *millennials* son personas digitales, quienes están conectados en todo momento, marcando así una gran diferencia con las otras generaciones.

Liam Stack (2018) informa que el Centro de Investigaciones Pew califica a los *millennials* como adultos y adultos jóvenes nacidos entre 1981 y 1996.

Jason Dorsey (2018) señala que la generación Y, otra forma de denominar a los *millennials*, son los adultos más conectados, con una alta educación formativa; sin embargo, muchos se sienten fracasados por no cumplir las metas que se han trazado.

Según la OBS Business School (s/f), los *millennials* o generación Y son el trampolín de “inmigrantes digitales”, pues son los pioneros en adopción tecnológica.

1.6 Objetivos del trabajo

Objetivo general:

- Lograr que Tíos en Apuros se ubique en el Top 5 de los blogs más influyentes de cuidado y entretenimiento para sobrinos a junio del 2021.

Objetivos específicos:

- Alcanzar el 1% del total del público objetivo para junio del 2021.
- Alcanzar un 5% de *engagement rate* (ER) en Instagram en el primer semestre de su lanzamiento.

2. REALIZACIÓN

2.1 Plan de acción

Para la ejecución del proyecto, se realizaron las siguientes acciones:

- *Primer paso:* Selección del nombre del blog.

Se realizó una encuesta con tres opciones de nombres para el blog. La idea era establecer en primera instancia el nombre del proyecto, para luego desglosar todo el plan estratégico de manera creativa (ver anexo 1).

- *Segundo paso:* Elaboración de encuesta para escoger la red social.

El objetivo de este método cuantitativo era identificar cuántas personas son tíos y a cuántos les pidieron cuidar a sus sobrinos. De esta forma, se confirmó que el proyecto era viable, ya que a todos les han pedido más de una vez cuidar a sus sobrinos. Asimismo, se describió creativamente en la encuesta para que el público objetivo escogiera la red social en la cual le gustaría encontrar y ver el contenido de Tíos en Apuros (ver anexo 2).

- *Tercer paso:* Grupo focal con el público objetivo.

Participaron diez personas entre los 21 y 34 años de edad. En él, se conocieron las opiniones, necesidades, intereses y motivaciones que tienen, y qué desean encontrar en el blog para que sus preocupaciones al cuidar a sus sobrinos disminuyan (ver anexos 3 y 4).

- *Cuarto paso:* Creación del logotipo.

Se desarrollaron dos propuestas, con paletas de colores y elementos diferentes (ver figura 2.1). El objetivo de crear un logotipo es generar una identidad y ser fácilmente identificables.

La primera opción presentó diferentes elementos relacionados con bebés, los cuales representan las horas de comer, bañar, dormir, jugar y vestir. Asimismo, los colores de la tipografía son de la tonalidad de los vectores. El amarillo y el celeste, según la psicología de los colores, muestran alegría, optimismo e inspiración, y honestidad, confianza, lealtad, respectivamente.

La segunda opción, fue más simple, puesto que se centró en el nombre con un perfil divertido y lúdico. Para ella, se optó por los colores azul, magenta y verde, debido a que juntos reflejan la sinceridad, la ayuda y el crecimiento, características propias que los niños tienen y necesitan (ver anexo 5).

- *Quinto paso:* Plan de difusión.

Con el objetivo de conocer las preocupaciones del público objetivo, se realizaron estrategias para captar *insights*, usando retos para IG *stories*, colaboraciones con marcas y consejos para regalos, ya que siempre hay celebraciones familiares. De este modo, se armó un plan de contenidos para cada mes con el fin de lograr mayor difusión y alcance.

- *Sexto paso:* Plan de contenidos.

De acuerdo a los *insights* encontrados, se decidieron las temáticas para cada mes, en que los usuarios serían aconsejados sobre cuidado y entretenimiento mediante historias, IGTV y fotos. Algunos de los temas expuestos fueron manualidades y desarrollo en casa, programas infantiles, Navidad, etc.

- *Séptimo paso:* Historias destacadas.

Después de la elección del logotipo, se decidieron las categorías de las historias destacadas, las cuales son cuidado, entretenimiento, noticias, juguetes y sorteos. Para esto, se usó la paleta de color del logotipo y los vectores que guarden relación con aquellos. Las historias ayudan a los usuarios y nuevos seguidores a encontrar las experiencias cotidianas de cuidado y de entretenimiento que yo vivo con mi sobrina.

- *Octavo paso:* Sesión de fotos.

Luego de tener en claro el plan de difusión y el de contenidos, se realizaron distintas sesiones de fotos relacionadas con las temáticas de las *stories* destacadas. Después, se decidió el filtro para las imágenes, dándole al perfil una personalidad alegre y juvenil.

- *Noveno paso:* Selección de posibles marcas aliadas.

Se realizó una lista de marcas para niños y niñas entre los cero y cinco años de edad, dedicadas a la venta de ropa, útiles y juguetes, así como de programas infantiles y/o musicales, con el propósito de etiquetarlas en el contenido e interactuar con ellas para alcanzar una alianza estratégica entre todos.

- *Décimo paso:* Creación de un correo corporativo.
Se creó tiosenapurosperu@gmail.com con el propósito de que las empresas, de manera formal, envíen sus propuestas de colaboración; es decir, su plan de trabajo para que ellos y Tíos en Apuros se vean beneficiados. Dicho correo puede ser encontrado en el perfil de la cuenta en Instagram.
- *Décimo primer paso:* Formulario de consentimiento informado.
Dicho documento describe el proyecto Tíos en Apuros como un blog que ayudará a los tíos a disminuir las preocupaciones que surgen al cuidar a sus sobrinos, de manera amigable y entretenida, mediante las experiencias cotidianas que yo paso con mi sobrina, Alessia Leguía Vidal. Está dirigido a sus padres, por ser quienes decidirán si están de acuerdo con que se trabaje con su menor hija (ver anexo 6).
- *Décimo segundo paso:* Consentimiento de uso de imagen.
En esta solicitud se describe el propósito del proyecto como los datos requeridos para que los padres de familia firmen el permiso de uso de imagen cuando sus menores hijos/as salgan en algún post junto a Alessia en el blog (ver anexo 7).
- *Décimo tercer paso:* Inicio del blog en Instagram.
Finalmente, al tener las validaciones respectivas tanto en las encuestas como en el grupo focal, así como el desarrollo estratégico del contenido, Tíos en Apuros inició sus actividades el 4 de junio del 2020.

Figura 2.1

Presentación de logotipos

Primera alternativa:



Segunda alternativa:



Elaboración: Propia

2.2 Sustentación

El presente proyecto al querer estar en el top 5 de los blogs más influyentes de cuidado y entretenimiento para sobrinos, se presenta como un trabajo diferente, enriquecedor y sostenible en el tiempo para los miembros del público objetivo, ya que muchos de ellos, de acuerdo al grupo focal, no saben qué hacer ante algunas situaciones que les generan preocupación cuando cuidan a sus familiares. Bajo esta premisa, se concluyó que el blog es un gran aliado para dicho público objetivo porque tiene una mirada distinta a la del blog tradicional, centrado en la mamá y/o el papá.

Así es como Hernán Quintana, docente del curso Taller de Proyectos Digitales en la Universidad de Lima, comentó que “es un trabajo interesante, pues hay buen material para explotar. Ser tío y que te pidan cuidar a tu sobrino trae un poco de preocupación, porque no sabes cómo atender al niño o qué hacer para que este no se aburra” (ver anexo 8).

Asimismo, Miguel Bernal, docente de Técnicas de Diseño, Diseño Gráfico Publicitario y Trabajo Profesional II, de la misma casa de estudios, consideró que “Tíos en Apuros suena a un espacio donde solucionarán rápido tus problemas” (ver anexo 9).

Por otro lado, las opiniones del público objetivo obtenidas en el grupo focal fueron muy relevantes, ya que se identificó cuáles eran sus mayores necesidades e intereses cuando debían cuidar a sus sobrinos. Al mismo tiempo, los participantes reconocieron que Tíos en Apuros sería un espacio cercano y real, ya que el contenido mostraría situaciones cotidianas, tras las cuales los consejos brindados serían más efectivos que aquellos de los padres, dado que los niños cambian de comportamiento de acuerdo a la situación y compañía que tengan; es decir, saben con quién podrían actuar de una cierta forma.

2.3 Resultados

Tíos en Apuros construyó, en los primeros seis meses desde su lanzamiento, una comunidad de 723 seguidores. El cuadro 2.1 muestra la comunidad lograda al cierre de cada mes, las interacciones alcanzadas y la tasa de crecimiento.

Cuadro 2.1

Resumen de seguidores e interacciones de los primeros 6 meses del blog

	Junio	Julio	Agosto	Setiembre
Seguidores	121	247	370	440
Interacciones	2837	957	1771	545
Tasa de crecimiento	-	104%	49%	18%

	Octubre	Noviembre	Diciembre
Seguidores	560	610	723
Interacciones	1155	858	1013
Tasa de crecimiento	27%	8%	18%

Elaboración: Propia

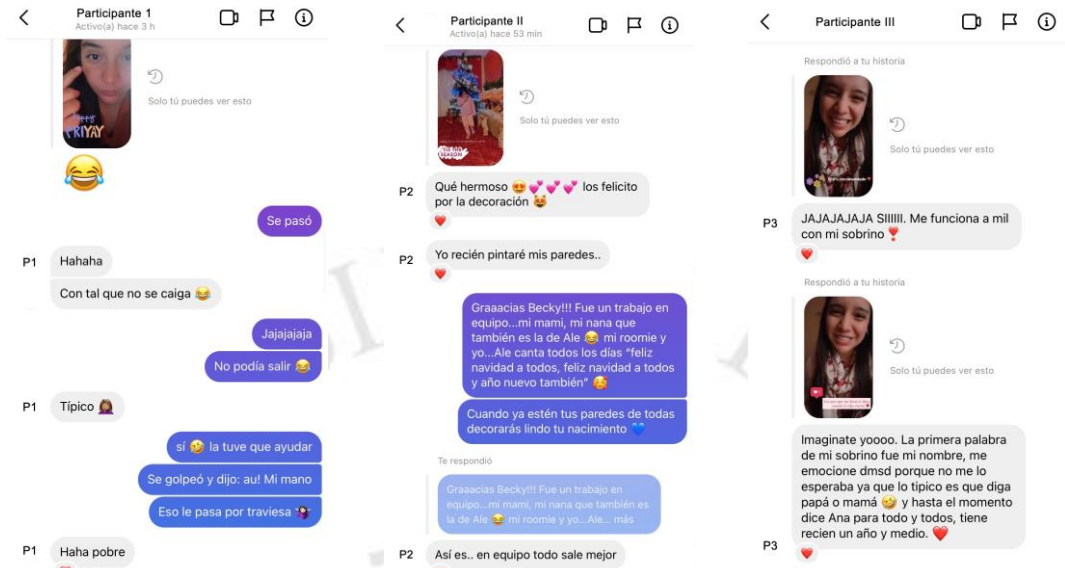
Como se puede apreciar, se tuvo mayor interacción en junio, agosto y octubre. Esto se debe a los sorteos realizados en el primer mes de lanzamiento, el Día del Niño y Halloween. No obstante, las temáticas que se establecieron en otros meses (berrinches, manualidades y experimentos en casa, programas infantiles y Navidad), también fueron de gran interés para el público, dado que además de hacer clic en “me gusta”, comentar las publicaciones y conversar por mensajes directos, etiquetaban a otras personas para que nos sigan y tengan en cuenta los consejos al cuidar a sus sobrinos.

A pesar de la baja tasa de crecimiento de noviembre, el blog pudo recuperarse debido al incremento de exposición que se obtuvo con el taller *online* junto al Proyecto Colibrí, auspiciado por Huggies, en el cual además de sortear una canasta con sus productos, se habló sobre la democracia y los derechos de los niños en casa.

Por otro lado, para que el blog tenga una relación más amigable y divertida con su público objetivo, se usaron las *stories* para lanzar retos, en los cuales el público objetivo debía completar las plantillas, etiquetar a otros “tíos en apuros” y compartir el juego en sus cuentas personales. Nuestro objetivo con la dinámica fue ser visibles ante personas que eran tíos y que aún desconocían el blog.

Figura 2.2

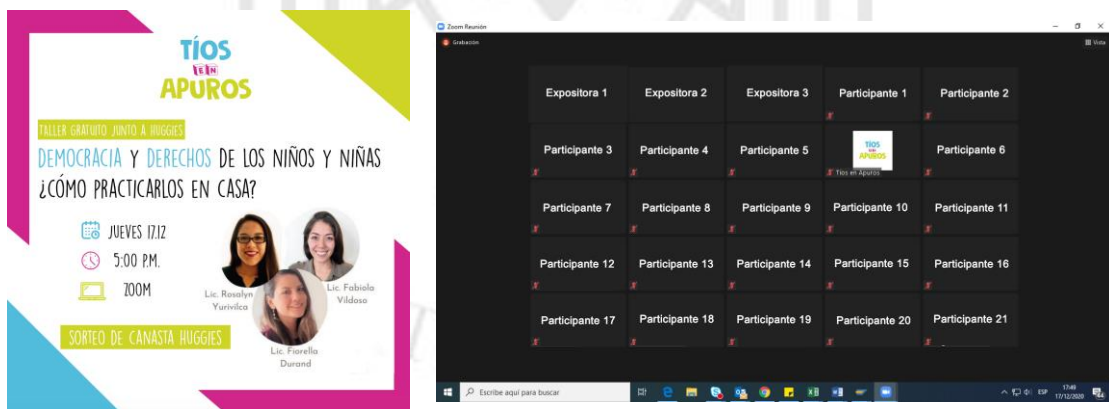
Interacciones con la comunidad de Tíos en Apuros por DM



Elaboración: Propia

Figura 2.3

Publicación y desarrollo de taller junto a Proyecto Colibrí



Elaboración: Propia

Figura 2.4

Reto: ¿Qué es lo más difícil para ti?



Elaboración: Propia

Figura 2.5

Reto: Emoji



Elaboración: Propia

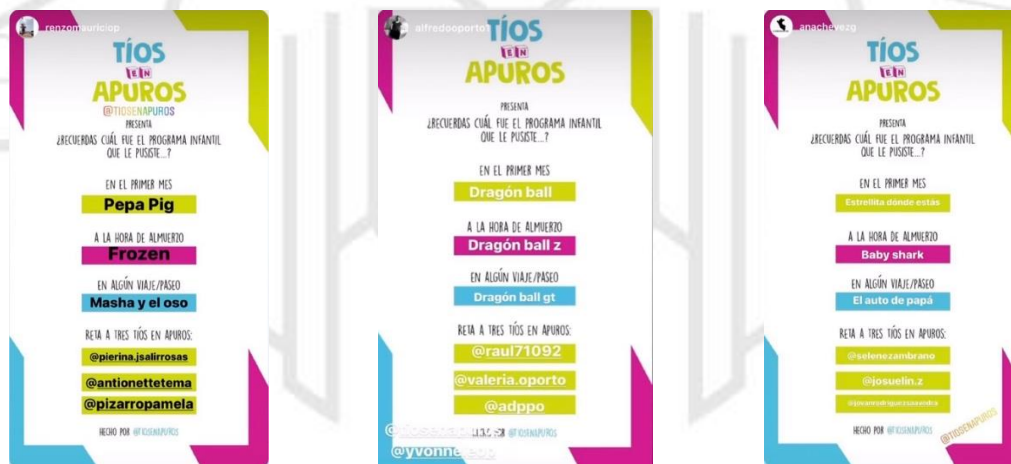
Asimismo, para lograr una relación más fuerte y cercana con el público meta, por el “Día de los Tíos” se realizó una dinámica según la cual debían compartir una foto con sus sobrinos usando la etiqueta #TíosEnApuros. La finalidad de esta estrategia fue compartir y recordar con la comunidad los momentos especiales que han pasado otros tíos con sus sobrinos.

Al mismo tiempo, se logró contactar con algunas marcas, entre ellas Magnolia, Huggies y Oechsle. Se aprovechó el mes de la Noche de Brujas y la semana del Black Friday de noviembre para comentarle al público objetivo sobre descuentos en productos para bebés y niños, así como actividades para el 31 de octubre en casa, ocasionando que las marcas entablen una conversación con el blog, y generando con una de ellas una alianza estratégica de la cual se obtendría descuentos, *reposts*, un *live* para abordar el vínculo que se tiene con los sobrinos (algo sobre lo cual no se encuentra material regularmente en redes sociales), soporte en piezas gráficas y sorteos según previo acuerdo.

Por último, para alcanzar el 5% de *engagement rate* (ER) en el primer semestre de lanzamiento, se realizaron 91 publicaciones en total, obteniendo como media en “me gusta” 65, y, en comentarios, 26, dando como resultado un ER de 12.5%.

Figura 2.6

¿Recuerdas cuál fue el programa infantil que le pusiste...?



Elaboración: Propia

Figura 2.7

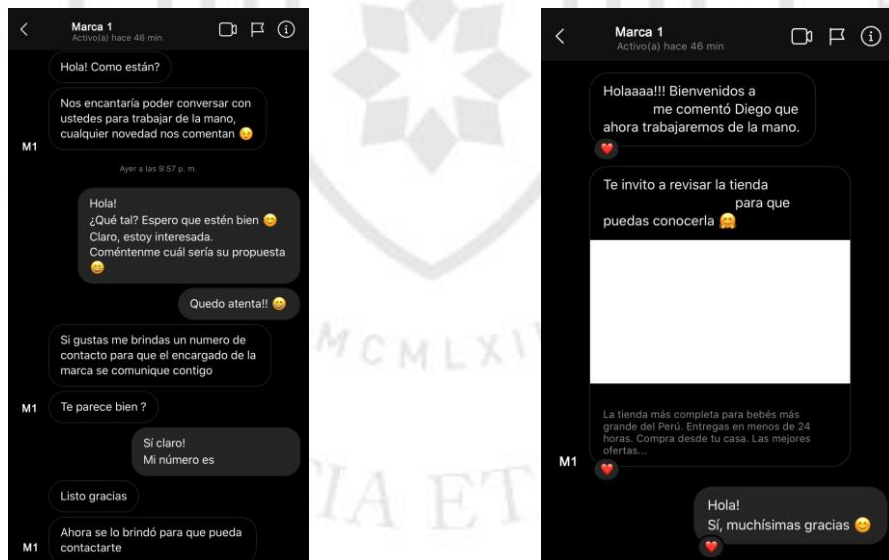
Día de los Tíos



Elaboración: Propia

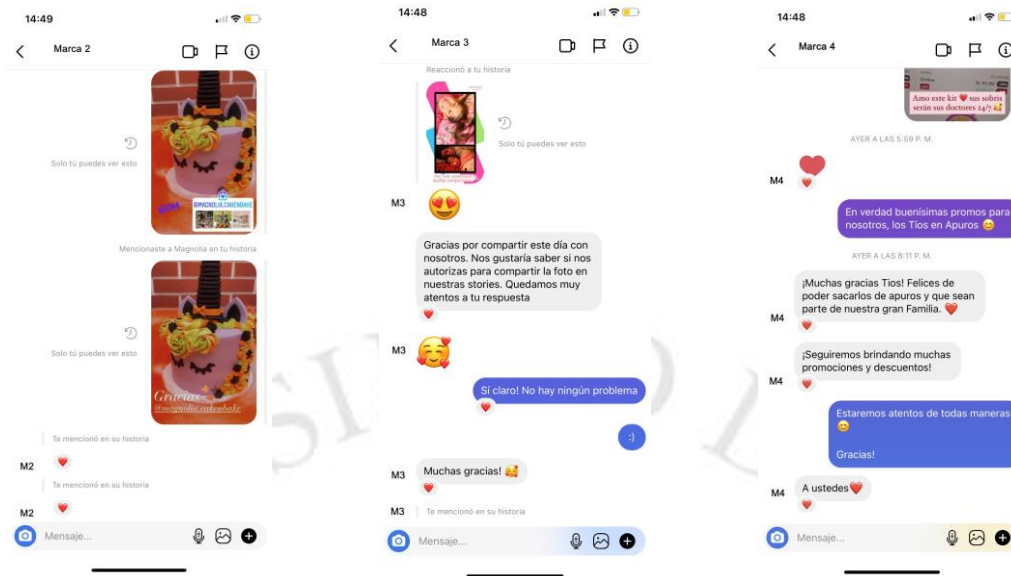
Figura 2.8

Comunicación con Tutti Tienda a través de DM



Elaboración: Propia

Figura 2.9
Interacción con Magnolia, Huggies y Oechsle por DM



Elaboración: Propia

Cuadro 2.2
Engagement rate del blog en el primer semestre de lanzamiento

	Seguidores	Publicaciones	Me gusta
Media	723	91	5935
	-	-	65
	Seguidores	Publicaciones	Comentarios
Media	723	91	2343
	-	-	26

$$\left(\frac{65 + 26}{723}\right) * 100 = 12.5\%$$

Elaboración: Propia

3. LECCIONES APRENDIDAS

3.1 Lección personal

Realizar este blog me permitió encontrar a muchos tíos que se identifican con las experiencias expuestas, debido a que ellos etiquetaron a otros, aconsejándoles que sigan y/o intenten dicha recomendación.

En este sentido, existe un público interesado en seguir los consejos de una tía que cuenta sus experiencias cercanas con su sobrina. Por tanto, al crear y construir una comunidad que pueda encontrar distintas soluciones relacionadas con el cuidado y el entretenimiento para los sobrinos, cuando ellos tengan que cuidar a los suyos, hará que la audiencia se sienta atendida y satisfecha.

3.2 Lección profesional

Este proyecto hizo que ponga en práctica muchos conceptos que he aprendido en la universidad. Pude construir y gestionar una marca en redes sociales; en este caso, en Instagram, dado que tuve que decidir en cada fase qué era lo mejor para el blog. Por ejemplo, tuve que realizar un *benchmark*, pues al comparar a otros que están en el mismo rubro, tuve que conocer cuáles eran las ventajas y desventajas de cada uno, así como saber cuál era su tono y personalidad.

Por ello, tanto diseñar y ejecutar las campañas de los retos como usar las *stories* para contar las anécdotas que pasaban en tiempo real, me hizo identificar varios problemas como hallazgos claves; es decir, me permitió conocer varios *insights* del público, con los cuales se afinó y estructuró mejor la parrilla de contenidos de cada mes, generando conversaciones en las publicaciones, historias, IGTV y por mensajes directos, brindando información entretenida y curiosa mediante gráficos creativos y videos caseros, pero de calidad, incrementando el tráfico del blog.

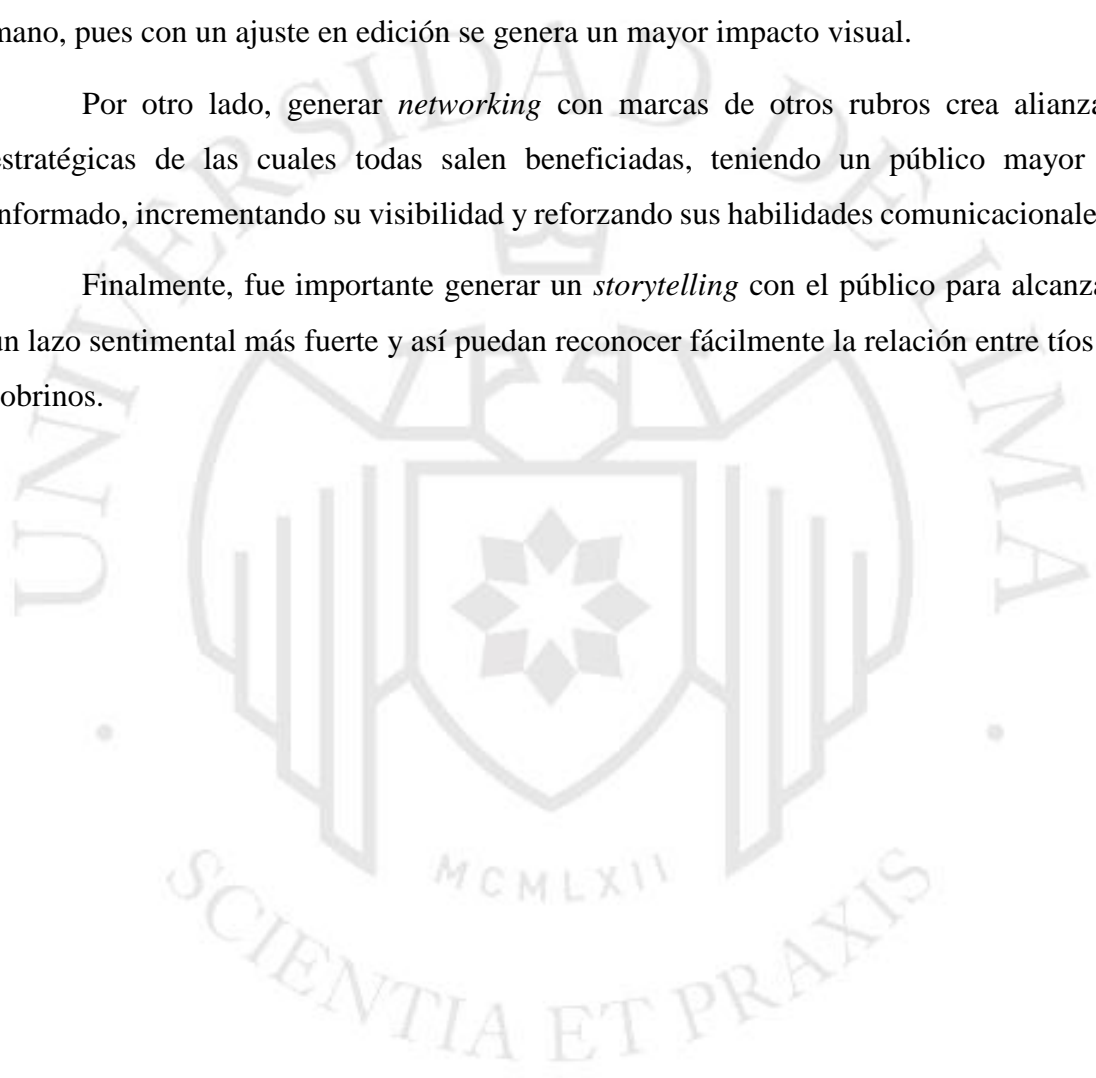
Al mismo tiempo, se conoció el estadio del *consumer journey* de Tíos en Apuros, el cual está en la etapa de descubrimiento, dado que es una marca nueva en el mercado, en proceso de consolidar su posicionamiento en los medios digitales. En consecuencia,

utilizar herramientas digitales y de desarrollo permitieron generar contenido mediante fotos, videos o lives, teniendo como *key performance indicators* (KPI) a las interacciones y visitas.

Asimismo, identificar las distintas tonalidades en las diferentes locaciones de la casa y crear e implementar un filtro para el perfil, fueron claves para el proyecto porque, de esta manera, el público objetivo podía ver cómo es Tíos en Apuros: un espacio amigable, curioso y juvenil. Para ello, la fotografía y los programas de diseño van de la mano, pues con un ajuste en edición se genera un mayor impacto visual.

Por otro lado, generar *networking* con marcas de otros rubros crea alianzas estratégicas de las cuales todas salen beneficiadas, teniendo un público mayor e informado, incrementando su visibilidad y reforzando sus habilidades comunicacionales.

Finalmente, fue importante generar un *storytelling* con el público para alcanzar un lazo sentimental más fuerte y así puedan reconocer fácilmente la relación entre tíos y sobrinos.



CONCLUSIONES

Al ser Tíos en Apuros un blog en Instagram sobre la relación de tíos y sobrinos, dirigido a *millennials* de Lima Metropolitana, se concluye que:

- De acuerdo con el objetivo general: lograr que Tíos en Apuros esté en el Top 5 de los blogs más influyentes de cuidado y entretenimiento para sobrinos para junio del 2021. El blog crece mensualmente, en promedio, en 37% según la tasa de seguidores, ya que las estrategias que se han implementado han llamado la atención de la comunidad y del público potencial, ocasionando interacciones por mensajes directos, historias o comentarios en las publicaciones, etiquetando a otras personas para que sigan y/o intenten lo que el blog propone.
- Según el objetivo específico: alcanzar el 1% del total del público objetivo para junio del 2021. Este objetivo está cerca de cumplirse gracias a los sorteos, *lives*, talleres y charlas que se han realizado desde el lanzamiento del blog, los cuales han despertado el interés y generado el incremento de seguidores.
- El objetivo específico: alcanzar un 5% de *engagement rate* (ER) en Instagram para el primer semestre de lanzamiento. Se cumplió esta meta dado que, al calcular el promedio de “me gusta” y de los comentarios entre el número total de seguidores por cien, se comprobó que el blog obtuvo 7% más del ER esperado, demostrando que el público está comprometido e interesado con el contenido de Tíos en Apuros.

RECOMENDACIONES

A continuación, se detallarán las recomendaciones:

- Para seguir incrementando el *engagement rate* (ER) se debe continuar con la utilización de etiquetas relacionadas con la temática expuesta en el contenido y aprovechar los IG *stories*. De este modo, el público objetivo participará e interactuará más, incrementando el ER, volviendo al blog más cercano y preciso.
- Continuar realizando encuestas mediante *stories* para conocer nuevos *insights* del público objetivo y plasmarlos en estrategias nuevas, que respondan a dichas necesidades y/o preocupaciones mediante contenido visualmente atractivo e interactivo.
- Incorporar inversión en publicidad, con un mínimo de S/.10 por dos días, con el fin de obtener mayor alcance e impresiones.
- Seguir generando conversaciones con marcas enfocadas en niños para alcanzar y desarrollar colaboraciones, a fin de exponer sus contenidos en ambas cuentas; por ejemplo: mediante sorteos. Esto es beneficioso para ambas partes.

REFERENCIAS

- Blasco, L. (19 de enero del 2018). ¿Qué significa realmente ser un “millennial” y cuáles son los mitos y las verdades sobre esta “generación perdida”? *BBC Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-42722807>
- Bruguera Payà, E. (s/f). ¿Qué es un blog? *Universitat Oberta de Catalunya*. http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/17821/5/XX08_93006_01331-3.pdf
- Clasen, A. (12 de enero del 2015). Instagram 2015 Study – Unleash the Power of Instagram. *Iconosquare*. Recuperado el 07 de julio del 2020, de <http://blog.iconosquare.com/instagram-2015-study-unleash-power-instagram/>
- Centro Europeo de Postgrado. (s/f). *Definición de blog*. Recuperado el 07 de julio de 2020, de <https://www.ceupe.com/blog/definicion-de-blog.html>
- CPI (enero del 2019). Lima digital: “Ocho de cada diez personas en Lima tienen por lo menos una cuenta en alguna red social”. *Market Report N.º2*. https://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/MR_Limadigital2018.pdf
- CPI (abril del 2019). Perú: Población 2019. *Market Report N.º4*. http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_poblacional_peru_201905.pdf
- Diccionario de la lengua española. (s/f). *Real Academia Española*. Recuperado el 07 de julio de 2020, de <https://dle.rae.es/blog>
- El 85% de los millennials son digitales, pero solo el 15% compra por Internet. (1 de agosto del 2018). *Gestión*. https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2018-08/el_85_de_millennials_son_digitales_pero_solo_el_15_compra_por_internet.pdf
- Escobar, C. (21 de enero del 2020). *Estadísticas de Instagram que debes conocer*. Sprout Social. <https://sproutsocial.com/insights/estadisticas-de-instagram-para-marketers/>
- Informe OBS: En 2020 Millennials y Centennials representarán el 59% de la población del planeta. (s/f). *OBS Business School*. <https://obsbusiness.school/es/informe-obs/informe-obs-en-2020-millennials-y-centennials-representaran-el-59-de-la-poblacion-del-planeta>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2018). *Perú: Perfil Sociodemográfico, 2017*. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1539/cap06.pdf

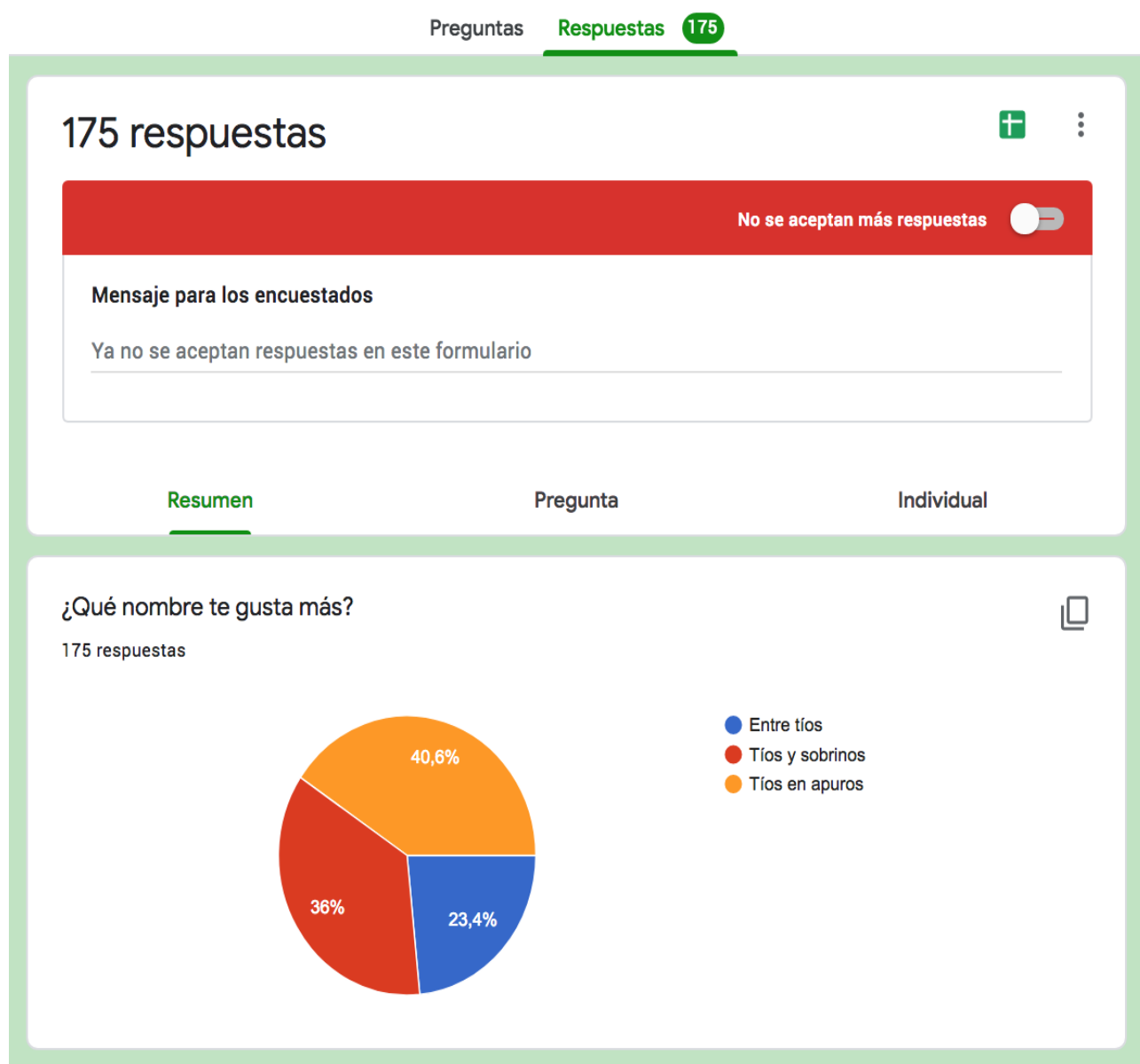
- IPSOS. (13 de febrero del 2020). *Hogar peruano*. <https://www.ipsos.com/es-pe/hogar-peruano>
- IPSOS. (14 de febrero del 2019). *Generaciones en el Perú*. <https://www.ipsos.com/es-pe/generaciones-en-el-peru>
- IPSOS. (15 de abril del 2020). *Perfiles zonales de Lima Metropolitana 2020*. <https://www.ipsos.com/es-pe/perfiles-zonales-de-lima-metropolitana-2020>
- IPSOS, (10 de junio del 2020). *Perfil del joven adulto en el Perú Urbano 2020*. <https://www.ipsos.com/es-pe/perfil-del-adulto-joven-en-el-peru-urbano-2020>
- Kemp, S. (18 de febrero del 2020). Digital 2020: Perú. *DataReportal*. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-peru>
- Mendoza, M. (06 de octubre del 2019). Osiptel: El 73,4% de los hogares cuenta con un smartphone. *El Comercio*. <https://elcomercio.pe/economia/dia-1/osiptel-73-4-hogares-cuenta-smartphone-tv-paga-streaming-netflix-noticia-672915-noticia/?ref=ecr>
- ¿Quiénes son los «millennials» y por qué son una generación única? (s/f). *BBVA*. <https://www.bbva.com/es/quienes-millennials-generacion-unica/>
- Santiago, I. (26 de diciembre del 2019). Qué es Instagram, para qué sirve y cómo funciona. *ignaciosantiago.com*. <https://ignaciosantiago.com/instagram-que-es-como-funciona/>
- Stack, L. (5 de marzo del 2018). ¿Quién es realmente un milénial? *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/es/2018/03/05/espanol/quien-es-milenial-generacion.html>
- Shum Xic, Y. M. (15 de marzo del 2020). Situación digital, Internet y redes sociales Perú 2020. *Yiminshum.com* <https://yiminshum.com/redes-sociales-peru-2020/>
- Tipos de blog: conoce los principales y comienza tu estrategia de Marketing de Contenidos. (29 de marzo del 2019). *Rockcontent*. Recuperado el 12 de julio del 2020. <https://rockcontent.com/es/blog/tipos-de-blog/>



ANEXOS

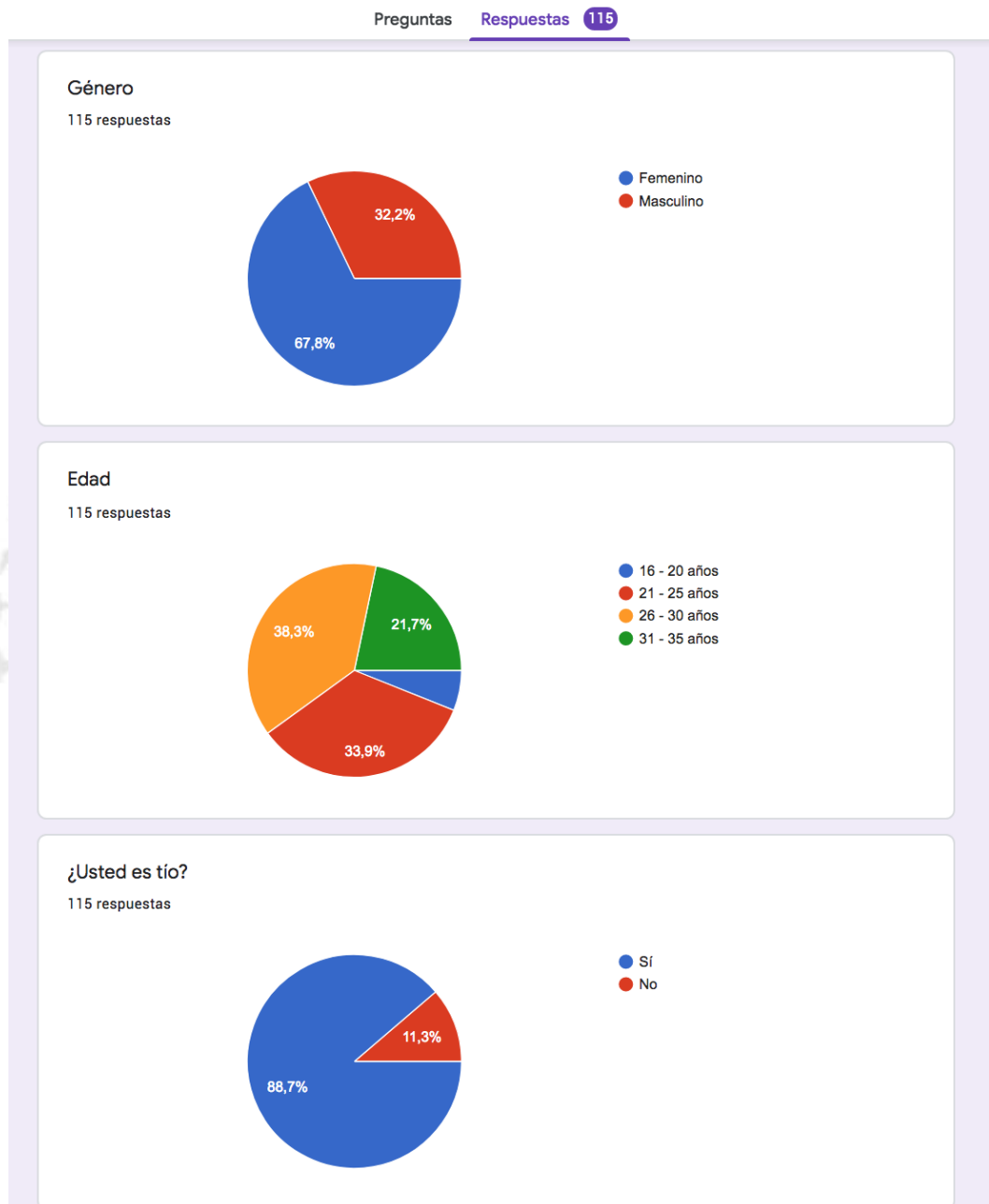
ANEXO 1: Encuesta I

Presentación de nombres para el blog



ANEXO 2: Encuesta II

Encuesta para saber si son tíos y conocer la red social de su preferencia



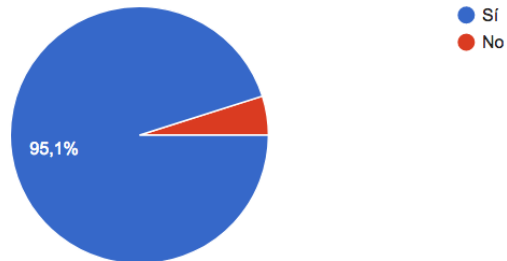
Continúa

Continuación

Preguntas Respuestas 115

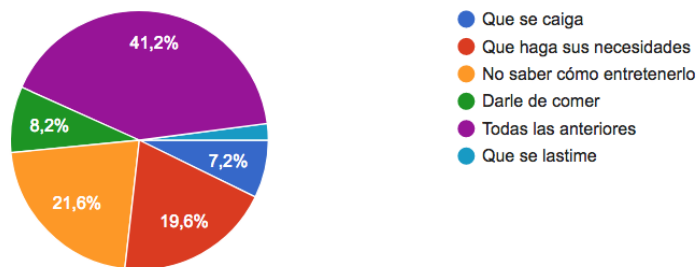
Si la pregunta anterior fue sí, ¿alguna vez cuidó a su sobrino?

102 respuestas



Si la respuesta anterior fue sí, ¿qué fue lo que más le preocupó?

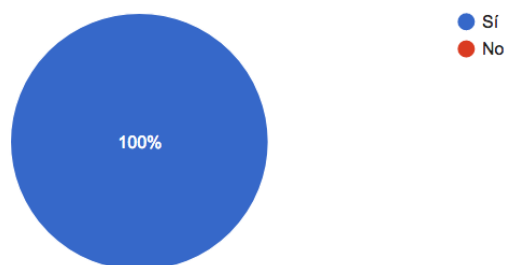
97 respuestas



Tíos en Apuros: un blog sobre la relación de tíos y sobrinos

¿Es usted usuario de alguna red social?

115 respuestas

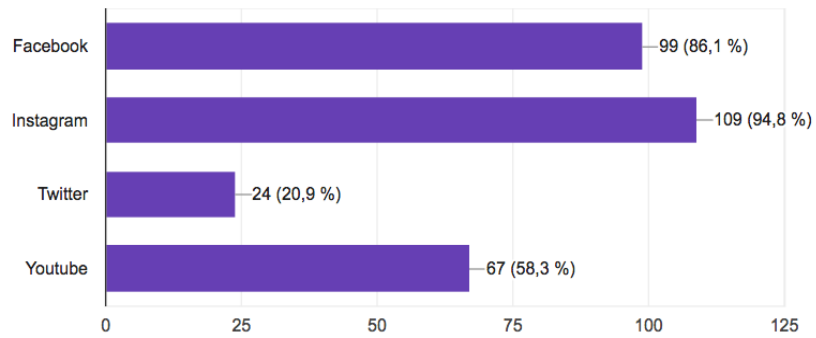


Continúa

Continuación

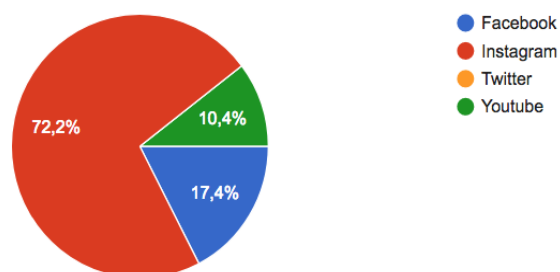
Si respondió sí a la pregunta anterior, ¿en qué red/es es usted usuario?

115 respuestas



Si quisiera conocer los tips y experiencias que podría pasar con su sobrino, ¿en qué red social le gustaría encontrar el contenido?

115 respuestas



ANEXO 3: Grupo focal

Grupo focal: Tíos en Apuros

Buenos días, mi nombre es Yvonne Elisabel Leguía Oporto, estudiante de la carrera de Comunicaciones en la Universidad de Lima. Quisiera agradecerles por acceder a este grupo focal, el cual será fundamental para mi proyecto de suficiencia profesional para optar el Título Profesional de Licenciado en Comunicación.

Antes de empezar, muchas gracias por su participación, ya que tendré el apoyo y opinión de diez tíos. Les comento que todas las respuestas son válidas; es decir, ninguna es errónea. Por consiguiente, les pido que brinden sus opiniones de la manera más sincera posible. Al mismo tiempo, la información recopilada es confidencial; es decir, sus declaraciones no serán compartidas con alguna otra persona y/o institución.

Para iniciar, quisiera saber sobre ustedes. Cuéntenme:

- ¿De dónde son? ¿Con quiénes viven?
- ¿Tienen sobrinos? ¿Cada cuánto los ven?
- ¿Alguna vez los papás de sus sobrinos les han pedido que lo cuiden? ¿Por cuánto tiempo?

Con respecto al mundo digital, veo que todos ustedes son *millennials*, por lo que me gustaría saber:

- ¿Son usuarios de alguna red social? ¿Cuál/es son dichas redes?
- ¿Cuántas veces a la semana usa/n dicha/s red/es?
- ¿Cuántas horas al día aproximadamente están conectados en esa/s red/es?

Les comento que Tíos en Apuros será un blog sobre la relación de tíos y sobrinos, en el que encontrarán tips sobre situaciones cotidianas que podrían pasar al momento de cuidar a sus sobrinos. Además, verán video tutoriales, recomendaciones de series y/o programas infantiles, etc.

- ¿Les gusta la idea? ¿Por qué?
- ¿En qué red social les gustaría encontrar todo este contenido? ¿Por qué?

- ¿Con qué frecuencia les gustaría ver un nuevo contenido?
- ¿Cuál sería la segunda red social con la que blog también podría posicionarse?

El grupo focal está cerca de terminar; sin embargo, me gustaría saber:

- ¿Qué es lo que siempre quisieran encontrar en el blog y qué no? ¿Por qué?

Eso es todo estimados participantes. Muchísimas gracias por su tiempo. Espero que les ayude el proyecto que pronto lo podrán ver.



ANEXO 4: Transcripción del grupo focal

Grupo focal: Tíos en Apuros

Para iniciar, quisiera saber sobre ustedes. Cuéntenme:

- ¿De dónde son? ¿Con quiénes viven?
 - **Raisa Oporto:** Tengo 29 años y vivo en Villa María del Triunfo con mis hermanas, cuñados, sobrinos y abuelita.
 - **Nathaly Vergaray:** Vivo en Jesús María con mis amigas y tengo 28 años.
 - **Alisson Vidal:** Tengo 28 años y vivo con mis hermanos y mi mamá en San Borja.
 - **Ana del Carmen Chevez:** Tengo 27 años y vivo con mis sobrinos y primas en San Luis.
 - **Pamela Pizarro:** Tengo 30 años. Vivo en San Miguel con mi prima y su hijo.
 - **Alfredo Gómez:** Tengo 31 años. Vivo con mi abuelita, mi tía, mis primas y mis sobrinos en Villa María del Triunfo.
 - **José Andrés Bouroncle:** Tengo 22 años. Vivo en San Isidro con mis padres, hermanos y mi sobrino.
 - **Daniel Zapata:** Tengo 25 años. Vivo con mis padres y mi hermano en Jesús María.
 - **Miguel Noriega:** Vivo en Magdalena del Mar con mi mamá y tengo 26 años.
 - **Renzo Mauricio:** Tengo 27 años y vivo en Miraflores con mis padres y hermana.
- ¿Tienen sobrinos? ¿Cada cuánto los ven?
 - **R:** Sí, 6. A cuatro todos los días porque vivo con ellos y a una, una vez a la semana mas o menos y a la otra aún no la conozco porque vive en el extranjero.
 - **N:** Sí, 1 nada más. Los fines de semana.
 - **A:** Sí, tengo 5. Siempre, vivo con ellos.
 - **P:** Sí, 3. A uno siempre y los otros dos cada vez que voy a Piura.
 - **AG:** Sí, 6. Siempre

- **D:** Sí, 3 pero no viven conmigo. Son de mis primos y ellos tienen sus casas.
- **M:** Una nada más. Depende. A veces la veo una o dos veces al menos, otras solo una.
- **R:** Ocho, 3 todas las semanas y a los otros 5 una vez al mes.
- **A:** Tengo unos 5, pero no vivo con ellos. Una vez al mes, viven muy lejos.
- **J:** Sí, 1. Vive conmigo, así que lo veo siempre.
- ¿Alguna vez los papás de sus sobrinos les han pedido que lo cuiden? ¿Por cuánto tiempo?
 - **R:** Sí, por una noche.
 - **N:** Sí, por unas horas.
 - **A:** Horas también. Depende de cuánto se demoren sus papis puede variar entre 1 hora o un poco más.
 - **P:** Sí, como por 3 horas.
 - **AG:** Sí, pero por un rato. Máximo 1 hora.
 - **J:** Sí, un par de horas.
 - **R:** Varias veces, pero 1 hora.
 - **M:** Pocas veces, y el máximo que la habré cuidado habrá sido 45 minutos.

Con respecto al mundo digital, veo que todos ustedes son Millennials, por lo que me gustaría saber:

- ¿Son usuarios de alguna red social? ¿Cuál/es son dichas redes?
 - **P:** Facebook e Instagram.
 - **AG:** Esas y youtube.
 - **M:** Las mismas que Alfredo.
 - **D:** Igual.
 - **R:** Facebook e Instagram.
 - **A:** Las mismas que ella.
 - **A:** Igualito que ellas.
 - **R:** Sí. Instagram y Facebook.
 - **N:** Igual que Raisa.
 - **J:** Las mismas que las chicas.
- ¿Cuántas veces a la semana usa/n dicha/s red/es?
 - Todos: todos los días

- ¿Cuántas horas al día aproximadamente están conectados en esa/s red/es?
 - J: 5 horas
 - D: Creo que 4 horas
 - M: Igual que José Andrés. 5.
 - AG: 4 horas aproximadamente.
 - N: 4 horas.
 - A: 5 horas.
 - R: 4 horas.
 - P: Igual que Raisa. 4.
 - R: 3 horas.
 - A: 3 también.

Les comento que Tíos en Apuros será un blog sobre la relación de tíos y sobrinos, en el que encontrarán tips sobre situaciones cotidianas que podrían pasar al momento de cuidar a sus sobrinos. Además, verán video tutoriales, recomendaciones de series y/o programas infantiles, etc.

- ¿Les gusta la idea? ¿Por qué?
 - P: Sí, ¡qué buena! Muchas veces no sé qué hacer cuando mi prima me pide cuidar a su hijo. El blog será súper diferente a los que ya existen de todas maneras. Por ejemplo, no sé cómo calmarlo cuando llora.
 - R: ¿En serio? Buena idea. Usualmente me preocupo cuando visito a mis primos que tienen hijos pequeños porque me buscan y lo único que se me ocurre es cargarlos un rato.
 - M: ¡De todas maneras! En particular nunca había escuchado ese tipo de blog y que quieras hacer uno me parece 100 puntos. Muchas veces no sé qué hacer para entretenerla y eso medio me preocupa porque no sé si llorará o gritará y eso haga que me estrese.
 - A: ¡Obvio! Me ayudaría un montón. Tener 5 sobrinos y convivir con ellos es un reto tremendo, pues cada uno de ellos tiene una personalidad diferente, pero única. A los tíos que son primerizos les ayudará muchísimo tu blog.
 - AG: Sí. A veces una de mis sobrinas me busca y me pide jugar con ella.
 - N: Sí. No existe un blog creo con ese enfoque y que lo hagas en verdad me parece increíble.

- **A:** Sí, así no estaría tan preocupada al cuidar a mis sobrinos.
- **R:** Sí, creo que nos ayudaría muchísimo.
- **J:** Sí, buena idea y original.
- **D:** Buenísimo. Será de gran ayuda para varios tíos como nosotros.
- ¿En qué red social les gustaría encontrar todo este contenido? ¿Por qué?
 - **R:** Instagram, más amigable.
 - **N:** Instagram, las historias llegan más que en Facebook creo.
 - **A:** IG, más dinámico.
 - **A:** Pienso lo mismo que ellas.
 - **P:** Igual.
 - **AG:** Opino igual.
 - **J:** Instagram y Facebook creo. Ambas son las más potentes.
 - **D:** Creo que va más para Instagram. Soy de los que le hace más caso a lo que me dice IG que FB.
 - **M:** ¡Exacto! Instagram de todas maneras.
 - **R:** Instagram.
- ¿Con qué frecuencia les gustaría ver un nuevo contenido?
 - **D:** 3 veces.
 - **A:** 3 post. Historias creo que casi siempre.
 - **A:** 3 también.
 - **R:** Igual.
 - **R:** Entre 2 a 3 veces está bien.
 - **N:** Todas las semanas, pero no todos los días.
 - **P:** 3 veces, pero intercalado. Que no sea siempre post, sino también en historias.
 - **AG:** También 3 me parece bien. Coincido con ella, usa historias. Creo que te ayudará más.
 - **J:** Te diría entre 3 para que veas como te va y también para que nos des varias alternativas.
 - **M:** Todas las semanas. Así podré ver varios tips cuando deba cuidar a mi sobrina.
- ¿Cuál sería la segunda red social con la que blog también podría posicionarse?
 - Todos: Facebook.

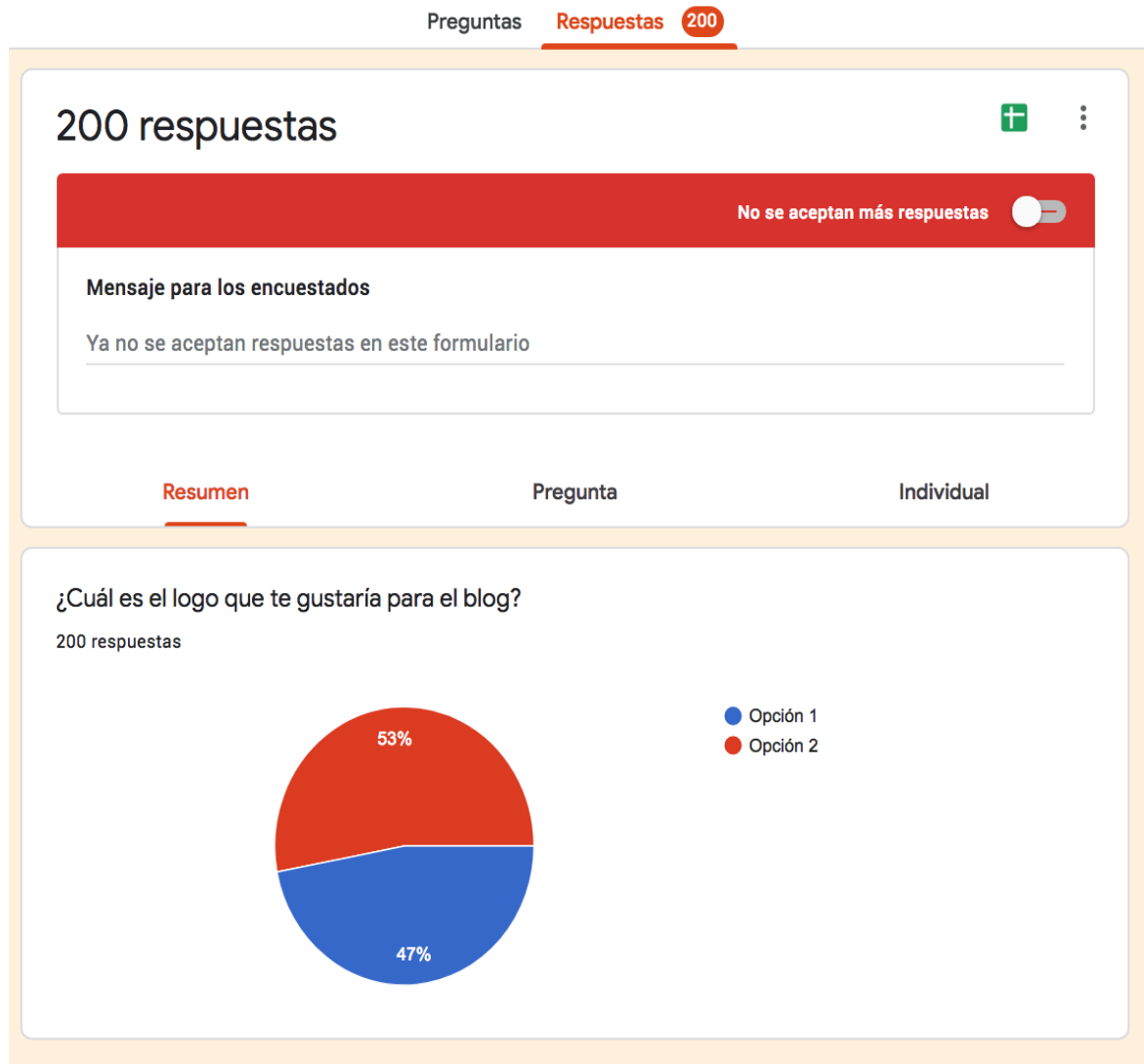
El grupo focal está cerca de terminar; sin embargo, me gustaría saber:

- ¿Qué es lo que siempre quisieran encontrar en el blog y qué no? ¿Por qué?
 - **R:** Recomendaciones de regalos por edad. Es muy complicado saber qué regalar. A veces pienso que tal juguete será el mejor, pero igual dudo.
 - **N:** Anécdotas que te pasan en el momento y cuáles son las reflexiones que te dejaron. Así varios tíos sabrán qué les podría pasar o cómo actuar.
 - **A:** Bolsos de equipaje, o sea cuando te vas de paseo con tus sobrinos, qué cosas deberías llevar.
 - **A:** Tips en general para cuidar a nuestros sobrinos y sorteos.
 - **P:** Tu día a día con Ale. Como es y cómo lo sobrellevas.
 - **AG:** Además de los sorteos, cuidados en casa y fuera.
 - **J:** Recomendaciones de series o programas infantiles.
 - **D:** Igual que él. De todas maneras. Siempre les pongo Disney, pero ni caso le hacen.
 - **M:** Situaciones que odias, pero cómo las sobrellevas.
 - **R:** Actividades recreativas.

Eso es todo estimados participantes. Muchísimas gracias por su tiempo.

Anexo 5: Encuesta III

Elección del logo para Tíos en Apuros



ANEXO 6: Formulario de Consentimiento Informado

Formulario de Consentimiento Informado

Tíos en Apuros

Parte I: Información

Este Formulario de Consentimiento Informado se dirige a padres de familia que tienen hijos/as entre los 3 y 10 años de edad, para aceptar el uso de imagen de sus menores hijos/as en el proyecto de especialidad **Tíos en Apuros**.

Yo soy **Yvonne Elisabel Leguía Oporto**, con documento de identidad N^a **70041896**, con domicilio en **Renoir 161 – San Borja, Lima Metropolitana** y estudiante del último ciclo de la carrera de Ciencias de la Comunicación en la Universidad de Lima. Me encuentro realizando un blog para mi proyecto de especialidad llamado **Tíos en Apuros**.

Tíos en Apuros es un blog en Instagram sobre la relación de tíos con sus sobrinos. Está dirigida a una audiencia tanto para hombres como a mujeres, entre 21 y 34 años, primordialmente del territorio peruano, sin excluir otras nacionalidades u interesados fuera del rango de edad.

Este blog ayudará a los tíos a disminuir las preocupaciones que sienten al cuidar a sus sobrinos de manera amigable y entretenida. En consecuencia, se generará contenido real con la finalidad de lograr mayor cercanía con el público meta.

Este blog incluirá fotos y videos familiares. Por tanto, invito a los padres de familia, que forman parte de la familia de la estudiante antes mencionada, a aceptar la publicación de fotos y/o videos de sus menores hijos/as.

Parte II: Consentimiento

He sido contactado para que mi menor hijo/a participe en el proyecto de especialidad llamado Tíos en Apuros.

Entiendo que se me notificará cada vez que se desea realizar alguna publicación con la imagen de mi menor hijo/hija en el blog Tíos en Apuros en Instagram.

Se me ha proporcionado el nombre de la creadora del blog que puede ser fácilmente contactada, usando el nombre y la dirección que se me ha dado de esa persona.

He leído la información proporcionada o me ha sido leída. He tenido la oportunidad de preguntar sobre ella y se me ha contestado satisfactoriamente las preguntas que he realizado. Consiento voluntariamente a que la imagen de mi menor hijo/a sea parte del proyecto de especialidad llamado Tíos en Apuros realizado por la estudiante Yvonne Elisabel Leguía Oporto.

Nombre del padre de familia _____

Firma del padre de familia _____

Fecha _____

____/____/____

Nombre de la madre de familia _____

Firma de la madre de familia _____

Fecha _____

____/____/____

ANEXO 7: Consentimiento de Uso de Imagen

CONSENTIMIENTO PARA USO DE IMAGEN

TÍOS EN APUROS

Yo, _____ con documento de identidad N^a _____, con domicilio en _____, _____ padre del/la _____ menor _____ y yo, _____ mayor con documento de identidad N^a _____, con domicilio en _____, madre del/la citado/a menor MANIFIESTAN que consienten el uso de imagen de su hijo/hija _____ de _____ años de edad en el blog **Tíos en Apuros**, llevado a cabo por Yvonne Elisabel Leguía Oporto, estudiante del último ciclo de la carrera de Ciencias de la Comunicación en la Universidad de Lima.

Asimismo, hemos sido informados de que el blog es sobre la relación de tíos con sus sobrinos, el cual está dirigido a una audiencia tanto para hombres como a mujeres, entre 21 y 34 años, primordialmente del territorio peruano, sin excluir otras nacionalidades u interesados fuera del rango de edad.

Al mismo tiempo, de que este blog ayudará a los tíos a disminuir las preocupaciones que sienten al cuidar a sus sobrinos de manera amigable y entretenida. En consecuencia, se generará contenido real con la finalidad de generar mayor cercanía con el público meta, ya que la idea central es que sea un espacio donde los tíos puedan saber de manera rápida cómo actuar ante una situación de cuidado; es decir, encontrar distintos tips. También, saber qué ofrecer a sus familiares más pequeños; además, un rincón netamente de ellos, recomendando series o zonas de ocio, fotos y videoblogs.

Que aceptamos que como padres seremos informados de todos los posts que aparezca la imagen de nuestro menor hijo/hija en el blog.

Lima, _____ de _____ del _____.

Nombre:

Nombre:

DNI:

DNI:



ANEXO 8: Entrevista al docente Hernán Quintana

La entrevista se realizó de manera presencial el día miércoles 19 de setiembre del 2018 en la Universidad de Lima. Esta fue la información recopilada:

Entrevistador: Buenos días profesor, le comento que estoy realizando mi proyecto de suficiencia profesional. Mi proyecto se llama Tíos en Apuros, un blog sobre la relación de tíos y sobrinos. En este blog pienso mostrar distintas experiencias que paso con mi sobrina cuando la cuido, y generar tips para mi público objetivo, pues en mi caso, muchas veces no sé qué hacer y tener un espacio que te pueda brindar soluciones me parece una buena idea. Por eso, quisiera saber ¿qué opina al respecto? ¿considera que es un proyecto interesante?

Hernán Quintana – Docente de Taller de Proyectos Digitales: Me parece una idea interesante. Tienes buen material para explotar lo que quieres mostrar. Es verdad que el ser tío y que te manden a cuidarlo a veces trae un poco de preocupación porque no sabes cómo atender al niño o qué hacer para que este no se aburra. ¿Quién será tu público?

Entrevistador: Había pensado en mujeres millennials. Sin caer en estereotipos, usualmente son las mujeres las que cuidan a los niños, pero todavía lo estoy definiendo.

Hernán Quintana – Docente de Taller de Proyectos Digitales: Te recomiendo que también sea para hombres. A nosotros nos empieza a interesar ese mundo cuando tenemos sobrinos, ya que muchas veces no sabemos qué regalarles o qué debemos saber y hacer, desde nuestra posición, ante alguna situación.

Entrevistador: Está bien profesor. ¿Sabe en qué redes sociales puedo lanzar mi blog? También pensé en una página web.

Hernán Quintana – Docente de Taller de Proyectos Digitales: Para el blog, podrías empezar en Wix si te parece más cómodo, aunque me parece que para lo que quieres trabajar te acomodaría más Wordpress. La red social dependerá de tu público objetivo. Te recomiendo hacer una encuesta.

Entrevistador: Está bien profesor. Muchísimas gracias por su tiempo y sus consejos.

Hernán Quintana – Docente de Taller de Proyectos Digitales: No te preocupes. Muchos éxitos. Es un proyecto muy interesante.



ANEXO 9: Entrevista al docente Miguel Bernal

La entrevista se realizó de manera presencial el día jueves 18 de octubre del 2018 en la Universidad de Lima. Esta fue la información recopilada:

Entrevistador: Buenos días profesor, le comento que estoy realizando mi proyecto de suficiencia profesional. Mi proyecto se llama Tíos en Apuros, un blog sobre la relación de tíos y sobrinos. En este blog pienso mostrar distintas experiencias que paso con mi sobrina cuando la cuido, y generar tips para mi público objetivo, pues en mi caso, muchas veces no sé qué hacer y tener un espacio que te pueda brindar soluciones me parece una buena idea. Por eso, quisiera saber ¿qué opina con respecto a mis objetivos? ¿están bien?

Miguel Bernal – Técnicas de Diseño, Diseño Gráfico Publicitario y Proyecto de Especialidad: Con respecto a tus objetivos, los veo bien marketeros. Quizás piensa en objetivos comunicacionales. Posicionarse es una palabra importante. Debes hacer una campaña para posicionar tu marca en la mente del consumidor y para que puedas lograrlo, debes pensar en un beneficio o personalidad que te diferencie. En sí cambiaría el objetivo principal.

Entrevistador: Está bien profesor. Por otro lado, quería consultarle ¿qué colores me recomienda para el logo?

Miguel Bernal – Técnicas de Diseño, Diseño Gráfico Publicitario y Proyecto de Especialidad: Tendrás que hacer un Manual de Identidad porque el blog es el lugar donde usted pondrá la marca. Podría escribir un libro o una revista virtual.

Entrevistador: OK. Si quisiera hacer una página web, ¿cuál usaría, wordpress o wix?

Miguel Bernal – Técnicas de Diseño, Diseño Gráfico Publicitario y Proyecto de Especialidad: Te recomiendo Wordpress es más profesional. Wix puede hacerlo cualquiera.

Entrevistador: A parte de esto, quiero comentarle que hice una encuesta sobre el

nombre que tendrá mi blog, ¿qué opina al respecto? (se le muestran los resultados)

Miguel Bernal – Técnicas de Diseño, Diseño Gráfico Publicitario y Proyecto de Especialidad: Me sorprende que haya ganado Tíos en Apuros es más simpático, porque en particular me gustaba Entre Tíos, ya que era más corto. Tíos en Apuros suena a un espacio donde te solucionan rápido tus problemas.

Entrevistador: Otra consulta profesor. He realizado unos conceptos para el posible logo, ¿qué opina? (se muestran bocetos)

Miguel Bernal – Técnicas de Diseño, Diseño Gráfico Publicitario y Proyecto de Especialidad: Tu segundo logo es más legible, pero veo el mismo concepto en ambos diseños. Lo importante es plantear un concepto. El diseño muestra el juego y educación. Lo que haría primero sería que agarras una hoja, separes en tres columnas y en la primera colocar tíos. Ahí pones distintos íconos de tu agrado. Al centro, problemas y en otra algo Lúdico. Es una forma simpática de hacer conceptos

Entrevistador: Listo profesor. Muchísimas gracias por su tiempo.

Miguel Bernal – Técnicas de Diseño, Diseño Gráfico Publicitario y Proyecto de Especialidad: No se preocupe. Tenga usted un buen día.

Entrevistador: Gracias profesor. Igualmente.