

PADCV 2017-2

PROYECTO AVANZADO DE DISEÑO
DE COMUNICACIÓN VISUAL

Realizado por:
ESTEFANIA ZAMORANO RIOS

Énfasis/ O.C.:
EDITORIAL/MERCADEO

Asesor:
ANITA GUTIERREZ



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Cali



CRECIENDO
CON AMOR



Tema general del proyecto

PUERICULTURA CON AMOR:

La información como herramienta para la buena crianza.

Contenido

Tema	5
Introducción	8
Objetivo general	9
Objetivos específicos	9
Justificación	12
Contexto de la necesidad	14
Audiencia objetiva	15
Entrevistas	23
Benchmarking	24
Estado del Arte	33
Metodos, Técnicas y Herramientas	35
Metodología	36
Diseño de la Estrategia de Comunicación	42
Resultado	47
Conclusiones	63
Referencias y Fuentes	65

Puericultura

Con Amor





Introducción

El proyecto se centra principalmente en la construcción de una estrategia de comunicación digital la cual sirva como canal de información y brinde apoyo a las madres que hacen uso del Internet y las redes sociales para obtener información acerca de la crianza y los cuidados para sus hijos, toda la información y las asesorías son respaldadas por la pediatra Ivonne Aldana.

Este enfoque digital desempeña un papel muy importante en la calidad de vida de los bebés, ya que a medida que aumentan las funciones que desempeñan los padres, así mismo crecen las dudas, preguntas y expectativas a nivel de la crianza, la nutrición y los cuidados del bebé en general.

Objetivo general

Diseñar una estrategia de comunicación digital que sirva como canal de información entre la pediatra Ivonne Aldana y las madres que usan del Internet y las redes sociales para obtener información acerca de la crianza y los cuidados para sus hijos.

Objetivos específicos

- Determinar las principales necesidades que tienen las madres cuando acceden a Internet para obtener información sobre crianza, alimentación y puericultura.
- Identificar qué tipo de información especializada esperan encontrar las madres en las redes sociales.
- Generar el contenido apropiado para satisfacer las necesidades del público objetivo.





UN PACTO DE AMOR



Justificación



Según el origen etimológico de la palabra el término Puericultura procede del lat. Puer, pueros, pueri, que significa niño y Cultura, significa cultivo o cuidado, el cual comprende el conocimiento y toda práctica que promueva el desarrollo y crecimiento del niño. Esto quiere decir que “Es la disciplina encargada del acompañamiento inteligente y afectuoso del niño y el adolescente en su aventura de vivir; conjuntamente entre los cuidadores del niño y quienes tienen la responsabilidad de la salud del mismo: los profesionales de la salud.” (Velasco, 2012, p.134).

Esta disciplina se clasifica en dos, afirma el Centro de referencia Nacional de Puericultura (Dirección Materno Infantil. La Habana: UNICEF/ MINSAP. 2011), La puericultura prenatal y la postnatal, la primera se realiza durante todo el período gestacional, donde la madre se prepara en aspectos referentes al cuidado del niño, la lactancia materna exclusiva hasta los 6 meses y la complementaria hasta los dos años, entre otros. La etapa postnatal se divide según la edad del niño, por lo cual consta de 6 fases que van desde los 0 a los 19 años de edad: (p.6)

- Puericultura del recién nacido (0 a 28 días)
- Puericultura del lactante (1 a 11 meses)
- Puericultura a transicionales (1 año)
- Puericultura a niños preescolares (2-4 años)
- Puericultura a niños escolares (5-9 años)
- Puericultura del adolescente (10-19 años)

Lo anterior requiere de un acompañamiento, pues se desarrolla con base a un aprendizaje el cual está dado principalmente por la madre,

familia o cuidador del bebé. (Velasco, 2012).

Si se analiza en conjunto los tres términos anteriormente expresados: puericultura, crianza y alimentación, se puede encontrar que para una madre primeriza la responsabilidad de cuidar al recién nacido trae consigo mucho compromiso, interrogantes y demás situaciones nuevas que se van presentando, por lo tanto familiares y amigos querrán dar consejos sobre cómo cuidarlos en una enfermedad, como alimentarlos y en general como prestarles una atención adecuada para la situación del recién nacido. Estos factores desde el punto de vista psicológico y sociológico se ve influenciado por las creencias, mitos y en general por la historia colectiva de la comunidad, que no siempre son los más acertados.

Por tal motivo es que los pediatras y demás profesionales de la salud, tienen la tarea de “suministrar información veraz y contrastada a los padres acerca de las etapas del desarrollo de sus hijos y el significado que pueden tener determinadas sintomatologías como signos de alarma de las patologías más frecuentes de la infancia”. (Malaga, 2013, p.6) y a raíz de esto es que es necesaria una estrategia de comunicación digital que sirva como canal de información entre los pediatras y las madres que usan del Internet y las redes sociales para obtener información acerca de la crianza y los cuidados para sus hijos.



Contexto de la
necesidad



Es importante exponer información recopilada de la temática abordada con el fin entender cómo desde una estrategia de comunicación se puede resolver de manera efectiva este problema de investigación: En primer lugar se abarca el surgimiento de la puericultura en Colombia, el cual surge en la primera mitad del siglo XX época donde el principal problema para los especialistas era el de la mortalidad infantil, problema por el cual no se podría llevar la nación al progreso. En este momento el país atravesaba varios acontecimientos que empezaron a transformar la estructura económica, social y política. Entre estos cambios surgieron dos etapas del surgimiento de la puericultura en Colombia, la primera iniciativa privada donde especialistas como el Doctor Barberi, y Jorge Bejarano buscaban generar un ciudadano ideal a partir de la educación, la crianza, los cuidados de los niños y las madres antes durante y después del embarazo.

Esta primera aproximación pese a que fue lenta ya que el Estado la empezó a difundir en la quinta década del siglo XX, tuvo un proceso de apropiación en los dos sujetos involucrados, la madre y el niño, siendo la primera una fuente de responsabilidad para educar, cuidar y mantener al niño, y en segunda instancia el niño, quien representaría un ciudadano ideal ante la sociedad.

La segunda etapa se da entre los años 1920 y 1938 donde el estado legitima el trabajo de la puericultura y crea instituciones que afianzan este proceso del cuidado del niño.

Las Gotas de Leche por ejemplo, que se encargaban de educar a la madre en los cuidados del niño, y al mismo

tiempo ofrecían servicios de caridad a las más necesitadas, ofreciéndoles alimento y cuidado para sus hijos. Otras instituciones se preocuparon por apoyar la campaña de protección infantil, como el Ministerio del Trabajo y Previsión Social y la Sociedad Colombiana de Pediatría fundada en el año 1917 por José Ignacio Barberi, junto José María Montoya, Marco A. Iriarte, Calixto Torres Umaña y Jorge Bejarano, instituciones que no sólo se preocuparon preparar a los especialistas en la práctica de la puericultura, sino en difundir y crear decretos y leyes que protegerían a la madre y a los niños. Los higienistas le apostaron a la puericultura, difundieron el conocimiento y legitimaron la práctica a partir de su propio colectivo científico. La labor de los puericultores y pediatras permitió que se diera paulatinamente la transformación social del Estado, y junto a este trabajo, lucharon también por obtener las mejores condiciones para ejercer su labor. (Álvarez, 2015, p.118-119).

Años después, el primero de Octubre de 1950 nació el primer canal de comunicación gráfico (Revista) sobre eventos que realizaban los profesionales en el área de la Puericultura con el objetivo de socializar el conocimiento de las mismas, o en su defecto avances sobre tratamientos a enfermedades que atentaban contra el desarrollo del niño y la salud de la madre. (Álvarez, 2015, p.109-113). Esta publicación fue muy importante para los pediatras y especialistas que estaban vinculados en el tema puesto que lograron tener información sobre varias jornadas de pediatría en Colombia, donde trataron varias problemáticas como las

cardiopatías en el bebé, el constante problema de las infecciones, la parálisis infantil, higiene y “mortalidad infantil”, neuropsiquiatría y psicología, alergias y enfermedades pulmonares.

Esta Revista Colombiana de Pediatría y Puericultura, permitió que los pediatras, puericultores y los lectores como madres y padres en general, tuvieran una información básica (manuales y tesis médicas) respecto a temas que estaban alrededor de este campo. A partir de esta labor la evolución de la implementación de la puericultura fue un proceso exitoso de educación, donde la protección de la madre y el cuidado del niño que fueron reconocidos como el pilar de la población Colombiana.

Estos canales de información tradicional funcionaron muy bien en la época, pero a medida que la ciudad y el mundo emigraron al entorno digital siendo este un fenómeno vinculado estrechamente con la comunicación y que influye en gran medida sobre casi todos los ámbitos de la sociedad, los padres descubrieron que esta es una herramienta de gran apoyo para resolver ciertas dudas y comportamientos que día a día atraviesan los bebés y que para los padres pueden ser o no peligrosas para el desarrollo físico y social de sus hijos.

Según las encuestas realizadas al público objetivo el objetivo del Internet y las redes sociales para los padres “Milenial” es el de identificar de manera adecuada los síntomas de sus hijos y para que esto sea posible navegan por el Internet, a través de

cardiopatías en el bebé, el constante problema de las infecciones, la parálisis infantil, higiene y “mortalidad infantil”, neuropsiquiatría y psicología, alergias y enfermedades pulmonares.

Esta Revista Colombiana de Pediatría y Puericultura, permitió que los pediatras, puericultores y los lectores como madres y padres en general, tuvieran una información básica (manuales y tesis médicas) respecto a temas que estaban alrededor de este campo. A partir de esta labor la evolución de la implementación de la puericultura fue un proceso exitoso de educación, donde la protección de la madre y el cuidado del niño que fueron reconocidos como el pilar de la población Colombiana.

Estos canales de información tradicional funcionaron muy bien en la época, pero a medida que la ciudad y el mundo emigraron al entorno digital siendo este un fenómeno vinculado estrechamente con la comunicación y que influye en gran medida sobre casi todos los ámbitos de la sociedad, los padres descubrieron que esta es una herramienta de gran apoyo para resolver ciertas dudas y comportamientos que día a día atraviesan los bebés y que para los padres pueden ser o no peligrosas para el desarrollo físico y social de sus hijos.

Según las encuestas realizadas al público objetivo el objetivo del Internet y las redes sociales para los padres “Milenial” es el de identificar de manera adecuada los síntomas de sus hijos y para que esto sea posible navegan por el Internet, a través de buscadores



Audiencia
objetiva



UN AMOR DE
POR VIDA

Este proyecto va dirigido a mujeres jóvenes de la ciudad de Cali- Valle, principalmente a madres que hacen uso de Internet y de redes sociales para buscar información acerca de temas relacionados con la puericultura como la crianza, consejos de salud, lactancia y en general experiencias de esta hermosa labor: ser madre. Es en esta etapa en donde se establecen vínculos, se construyen conocimientos base para facilitar el proceso de crianza de los pequeños y hacer que esta demandante labor sea desempeñada de la mejor manera.

Para lo anterior se seleccionó una muestra de 18 madres a las cuales se les aplicó una encuesta que constaba de 6 preguntas, la cual buscaba información sobre qué tipo de contenido buscaban en las redes sociales, en cuanto a temas relacionados con la puericultura y además recoger información que ayudó satisfactoriamente para crear una estrategia digital que brindará apoyo a las madres a través de diferentes medios de comunicación online.

A continuación se detalla el público objetivo.

Madres y mujeres embarazadas, que vivan en la ciudad de Cali o sus alrededores entre los 19 y 45 años, que sientan atraídas por el tema de la crianza y tengan dudas sobre esta. Amas de casa y profesionales de diferentes campos universitarios, que tiendan a buscar por Internet acerca de los hábitos o conductas que tienen

sus bebés a la hora de alimentarse o en su desarrollo social y emocional. Mujeres aplicadas y a la vanguardia de la información como también en el manejo de las redes sociales y plataformas digitales.

Algunos usuarios de las redes sociales de nuestro interés.

Alcance potencial: 500.000 o más personas.

Características del público:

Lugar - Viviendo en:

Colombia: Cali (+30 km) Jamundí (+40 km)

Edad: 19 - 45

Sexo: Mujeres

Personas que coinciden con:

Intereses: Maternidad, Cuidados del bebé, Salud de recién nacido, Higiene y lactancia, Puericultura, Madres primerizas, Alimentación y Nutrición, Desarrollo del bebé, ¿Cómo y cuándo debe dormir?, Crecimiento con amor, Seguridad alimentaria familiar y comunitaria, Higiene en la preparación y consumo de alimentos, Estimulación temprana, entre otros.

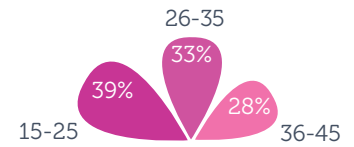
Campo de estudio: Todos.





Entrevistas

EDAD	No. Mamás	%
15-25	7	39
26-35	6	33
36-45	5	28
Total	18	100



1.	No. Mamás	%
Si	17	94
No	1	5
Total	18	100



2.	No. Mamás	%
Si	8	44
No	10	56
Total	18	100



4.	No. Mamás	%
Si	17	94
No	1	6
Total	18	100



5.	No. Mamás	%
Si	18	100
No	0	0
Total	18	100



6.	No. Mamás	%
Si	14	78
No	4	22
Total	18	100



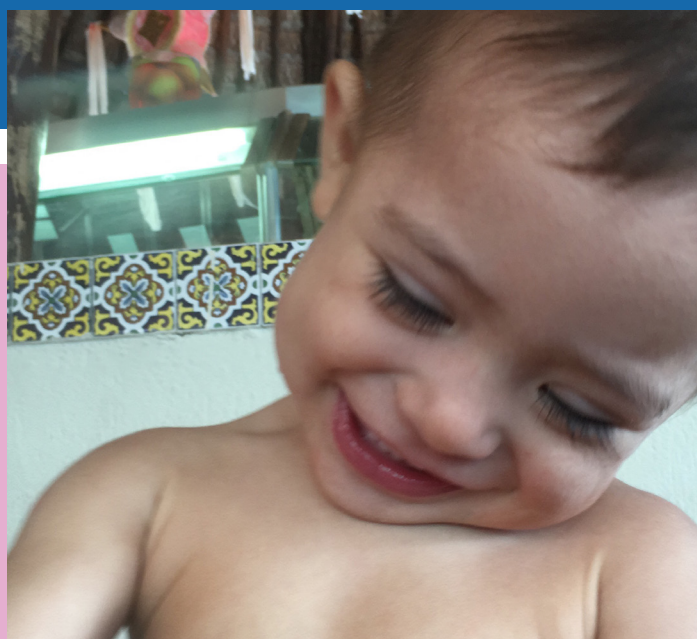
Con la aplicación de las encuestas también se buscaba encontrar la forma, los medios idóneos y el contenido que quisieran encontrar para llegarles a las madres a través de sus intereses.

Se les preguntó entonces por las redes sociales que usan con más frecuencia el 66% prefirió Instagram, 19% Facebook, el 9% Google y el 6% otros. También se les preguntó por la forma en como les gustaría recibir apoyo y en general información el 94% de las madres aseguró que les gustaría tener un pediatra que las asesore en línea, solo el 6% dijo que no harían uso de esta ayuda, sin embargo de las personas que si harían uso del servicio, en su mayoría aseguraron que debería ser alguien confiable.

UN PACTO
DE AMOR



Benchmarking



MAMICLIC.COM-REDES SOCIALES:
@VERDELICIUS

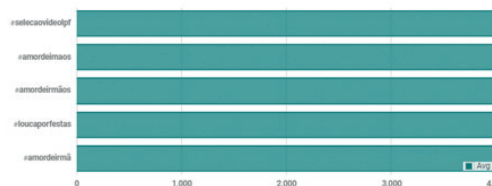
En primera instancia la página Web www.mamiclic.com se denomina como un asesor de embarazo, el cual informa y aconseja de la mano con profesionales durante el embarazo y la crianza de tu bebé. Encabezado por la Dra. Susej Fernandez especialista en Medicina y nutrición Lactancia Baby Led Weaning y Lactancia Materna, como también por diferentes los autores que participan y nutren de contenido de valor a la página. Cuenta con un amplio canal de comunicación entre ellos Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, correo electrónico, Pinterest entre otros. A continuación un análisis métrico de Instagram:



Y el post con más Engagements es este con 5,398 likes y 619 comentarios



El top de Hashtags según el Engagements desde el 13 DE JULIO AL 11 DE OCTUBRE, son:



¡CONOCE A NUESTROS AUTORES! •

ARTÍCULOS CONCURSOS CONSULTORIO TIENDA ALIMENTACIÓN TALLERES DIY / CIENCIA COMI

BIENESTAR Y SALUD

BLW

DIETAS Y MENÚS

RECETAS

Panes y Bollos

Postres

Primeros

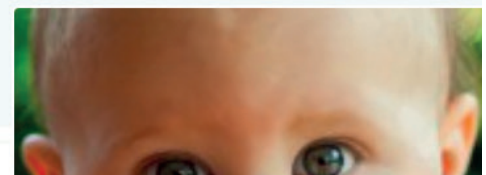
Purés. Salsas v Zumos



Susej Fernández

Dra. Susej Fernández. Medicina y Nutrición Integrativa. Consejera en Lactancia Materna

[Visitar web de Susej Fernández](#)





CUNAS CON AMOR/ FRUTO BENDITO

Camila Copper fundadora La Fundación Fruto Bendito, afirma que esta fundación nace de la necesidad de ver situaciones de vulnerabilidad de la sociedad y su primer proyecto es Cunas con amor, donde se busca dignificar la vida de los recién nacidos desde el amor y generar igualdad a través de este.

Se inspira en una tradición finlandesa de hace 80 años el cual consta de precisamente en que los niños recién nacidos duerman en un entorno seguro evitando el Síndrome de Muerte Súbita infantil, y el Síndrome de Muerte súbita del Lactante. Con estas cunas se promueve las prácticas de sueño seguro, se protegen a los bebés y se dignifica la vida de los mismos, todo esto va dirigido a familias de bajos recursos que necesitan una cuna para sus bebés después de salir de las instituciones de salud.

En diciembre de 2016 llegó la primera producción de cunas con amor y en alianzas con fundaciones e instituciones elaboraron una metodología para acompañar y

educar a las mamás que serían beneficiarias de esta iniciativa.

La Fundación Fruto Bendito entrega sus cunas con un colchón y una manta protectora lista para recibir a cada angelito

para que reciba el amor con que se elabora y entrega cada cuna.

Fruto bendito es partidaria de la lactancia materna y busca dignificar la vida desde el nacimiento e igualdad de crecimiento a través de este proyecto.



LA CASITA DE BELÉN

En la actualidad, Casita de Belén es una Institución de Protección a niños y niñas, sin ánimo de lucro, vinculada al Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, que como ente rector del Sistema Nacional de Bienestar Familiar, le otorga la Personería Jurídica y la Licencia de Funcionamiento, asesorándola en la prestación de los servicios.

Casita de Belén protege y apoya a niños, niñas y familias, en la construcción de proyectos de vida, que les permitan integrarse a la sociedad como seres humanos dignos y responsables. Por tanto, el propósito fundamental de su labor, es el de enriquecer las condiciones de socialización, como estrategia básica para propiciar el desarrollo armónico de los niños y niñas, y mejorar el entorno familiar, cualificando las prácticas de crianza y educación, para ir transformando progresivamente el significado de la infancia de la vida familiar y social.

Para el logro de estos propósitos se desarrollan acciones de salud, nutrición, psicosociales,

pedagógicas, recreativas, culturales y deportivas; existiendo para ello un equipo conformado por: Directora, Coordinadores, Médico, Psicólogas, Trabajadores Sociales, Nutricionistas, Jardineras, formadores de vida, Educadores, Personal Administrativo y de Servicios Generales.



DE CERO A SIEMPRE

De Cero a Siempre es la Estrategia Nacional de Atención Integral a la Primera Infancia creada en el gobierno del Presidente Juan Manuel Santos y cuya vocería está en cabeza de la Sra. María Clemencia Rodríguez de Santos, que busca aunar los esfuerzos de los sectores público y privado, de las organizaciones de la sociedad civil y de la cooperación internacional en favor de la Primera Infancia de Colombia.

La Consejería Presidencial para la Primera Infancia busca transformar la manera sectorizada en la que se han suministrado los servicios de atención a la Primera Infancia creando la Estrategia Nacional De Cero a Siempre, que reúne políticas, programas, proyectos, acciones y servicios dirigidos a la primera infancia, con el fin prestar una verdadera Atención Integral que haga efectivo el ejercicio de los derechos de los niños y las niñas entre cero y cinco años de edad.

Los derechos de las niñas y los niños en primera infancia son impostergables; la familia, la sociedad

y el estado están en la obligación de garantizar la protección, la salud, la nutrición y la educación inicial desde el momento de la gestación hasta los cinco años. La Estrategia De Cero a Siempre coordinará todas las instituciones, tanto públicas como privadas, para lograr garantizar, en el largo plazo, una atención integral a 2'875.000 niños y niñas del Sisbén 1, 2 y 3.



IVONNE LABORDA

Ivonne Laborda es madre, esposa, terapeuta humanista-holística y autora del libro "Dar Voz al Niño". Ha creado un curso online de indagación personal: Sanar la Herida Primaria y ofrece una formación online en Crianza Consciente y Educación Emocional. Imparte conferencias, charlas, talleres y cursos sobre Crianza Consciente, Unschooling (aprendizaje autónomo). Educación Emocional y Crecimiento Personal por toda España. Su especialidad es dar voz a los niños y ver la influencia que nuestra propia infancia tiene en la madre y padre (adulto) que devenimos. Su trabajo se centra en qué nos imposibilita llegar a ser el padre o madre que nuestros hijos necesitan que seamos.z

← → | yvonnelaborda.com

f t G+ AGENDA TESTIMONIOS MEDIOS VIDEOS BLOG CONTACTO ACCESO CUR

Yvonne Laborda INICIO FORMACIÓN CCEE CURSO SHP ARTÍCULOS SERVICIO
MI LIBRO SOBRE MI



Los niños nos hacen de espejo. Viendo cómo actúan ellos sabremos qué necesitamos cambiar o mejorar nosotros.

BERNA ISKANDAR

@conocemimundo: Autora de Conoce Mi Mundo, periodista de la Universidad Católica Andrés Bello de Caracas, madre blogger, conferencista internacional, divulgadora de temas de crianza alternativa, paternidad, maternidad y derechos de infancia y adolescencia enmarcados en la prevención y el desarrollo humano sustentable (más de 250 talleres, conferencias, seminarios presenciales/online). Influencer digital.

Conductora y productora del programa Conoce Mi Mundo en la Emisora Cultral de Caracas, pionero y único en los medios venezolanos completamente dedicado a promover crianza en cultura de paz, desde el 2006 a el 2014. Líder de terapias de meditación activa y autoconocimiento por Osho Multiversity. Miembro de la red #PazAdentro.

Primer premio concurso Bloggers 2013 sobre Desarrollo Infantil otorgado por el Banco Interamericano de Desarrollo BID.



CONCLUSIONES

Instagram es una red social que funciona a través de una aplicación móvil y una página web en la que los usuarios pueden aplicar efectos a sus fotografías y compartirlas, no solo en esta red, sino que también permite hacerlo en Facebook, Tumblr, Flickr y Twitter. creada en 2010 por Kevin Systrom y Mike Krieger.

Lo más interesante es que a través de esta aplicación las marcas se pueden acercar a los usuarios para interactuar y mostrar su lado humano, logrando que se vinculen a tal punto que se sienten parte de ella.

Por esto Instagram, Facebook y un blog son las redes más importantes por las cuales inicialmente inició la difusión de información para lograr interactuar con los usuarios objetivos.





Estado
del arte



UN AMOR DE
POR VIDA

IVONNE ALDANA VALLEJO

Quien soy: Soy una Pediatra de Cali, Colombia, que ejerce su profesión con pasión, responsabilidad y respeto. Egresada de la Universidad del Cauca, con más de 20 años de experiencia en el cuidado de los recién nacidos, seres tan maravillosos y a la vez tan frágiles y vulnerables.

He laborado en muchas unidades de cuidado intensivo neonatal y a lo largo de estos años he interactuado con cientos de madres y padres que comparten las mismas inquietudes en el cuidado de sus hijos en esos primeros días y meses de vida. Me he sentido plenamente realizada y feliz al poder contribuir a solucionar dudas, resolver sus inquietudes y orientar el cuidado de sus hijos(as).

Además de trabajar en una Unidad de Cuidado Intensivo Neonatal, he tenido el privilegio de realizar el seguimiento de los bebés prematuros y/o de bajo peso. Actividad que desempeño con inmensa alegría y me colma de innumerables satisfacciones el poder llegar a las madres, a los padres, a los abuelos, abuelas, en fin, a los cuidadores de esos niños y niñas y poder orientar y apoyar su cuidado.

Son las Madres y padres de estos niños y niñas que me continúan animando a realizar este trabajo con la pasión necesaria en el día a día y me han inspirado para sacar adelante este proyecto en el cual pretendo ayudar y orientar a las madres y a las familias a través de un acompañamiento respetuoso en el cuidado de la salud de sus hijos e hijas, tarea que no sustituye la consulta del pediatra de su hijo(a) quien es la persona quien mejor le conoce.

La información proporcionada tiene como objetivo apoyar, no reemplazar

la relación que existe entre el pediatra, el niño(a) sus padres y familia. No se ofrece consultas, diagnósticos ni tratamientos on-line.

NUTRICIÓN.

En primer lugar hay que reconocer que la nutrición es un derecho establecido en Convención de los derechos de la niñez de 1989, por 191 países, entre ellos Colombia, el cual se compromete a "tomar medidas apropiadas para reducir la mortalidad infantil, combatir las enfermedades y la desnutrición a través del uso de la tecnología disponible, el suministro de alimentos nutritivos y adecuados y agua potable" (art. 24 CDN).

En Colombia y en el mundo el problema de la malnutrición ocurre por diversas causas, donde el resultado es un niño o niña con menos resistencia a enfermedades y con problemas en su crecimiento. En el siguiente gráfico se evidencian estas causas inmediatas y subyacentes a la malnutrición, las cuales sirven para hacer un diagnóstico y para entender más como se puede contrarrestar esta problemática.

lo cual indica que hay ciertos factores negativos en el desarrollo del mismo; esto se refleja con el bajo peso al nacer, la falta de lactancia materna, las pautas erróneas de alimentación infantil, enfermedades frecuentes, ingesta nutricional deficiente y el bajo nivel de conocimiento de las madres en cuanto al tema de la nutrición infantil. Es de resaltar que un bebé en sus primeros años de vida debe de crear un desarrollo de capacidades motoras, cognitivas y socioemocionales que durarán toda la vida y van de la mano con una



Según el gráfico anterior es perceptiblemente que la buena nutrición se puede lograr con mejoras en diversos sectores sociales, económicos y de salud. Una entidad que vela por este objetivo es la Organización Mundial de la Salud, la cual argumenta y defiende, que alimentación complementaria resulta ser un proceso complejo y gradual, entre la alimentación líquida (leche materna o fórmula infantil) y la alimentación principalmente sólida, la cual debe empezar a los 6 meses.

En este periodo de transición es importante que los hospitales y demás entidades de salud ofrezcan directrices sobre la alimentación del niño, pues en sus primeros años de vida deben crear un desarrollo de capacidades motoras, cognitivas y socioemocionales que durarán toda la vida y van de la mano con una nutrición complementaria adecuada.

Estudios han revelado que la importancia de la lactancia materna y la nutrición complementaria, es una estrategia de atención primaria útil para mejorar la salud de los bebés, como también de las madres, esto ayuda de manera significativa a disminuir la tasa de enfermedades crónicas en los niños.

Todos los niños y las niñas tienen el mismo derecho a una lactancia prolongada, a una alimentación suficiente y adecuada para crecer sanos y fuertes y a los cuidados especiales que el padre, la madre y la familia les deben brindar, para desarrollar al máximo todos sus potenciales y tener una vida adulta plena”.

(Convención de los Derechos de los Niños, CDN. Art. 24)

En Colombia, el 20,2% de los niños menores de 5 años sufren dos tipos de desnutrición: crónica la cual se evidencia con la baja estatura con relación a la edad, y la global, que se demuestra cuando un niño tiene bajo peso con relación a la edad. Lo anterior se hace más notorio en los primeros dos años de vida de un bebé. En Colombia, el 20,2% de los niños menores de 5 años sufren dos tipos de desnutrición: crónica la cual se evidencia con la baja estatura con relación a la edad, y la global, que se demuestra cuando un niño tiene bajo peso con relación a la edad. Lo anterior se hace más notorio en los primeros dos años de vida de un bebé lo cual indica que hay ciertos factores negativos en el desarrollo del mismo; esto se refleja con el bajo peso al nacer, la falta de lactancia materna, las

pautas erróneas de alimentación infantil, enfermedades frecuentes, ingesta nutricional deficiente y el bajo nivel de conocimiento de las madres en cuanto al tema de la nutrición infantil. Es de resaltar que un bebé en sus primeros años de vida debe de crear un desarrollo de capacidades motoras, cognitivas y socioemocionales que durarán toda la vida y van de la mano con una nutrición complementaria adecuada.

Por lo anterior es muy importante que a las madres y sus familias se les brinde información sobre la alimentación, la cual resulta ser un proceso complejo y gradual, entre la alimentación líquida (leche materna o fórmula infantil) y la alimentación principalmente sólida, la cual debe empezar a los 6 meses.

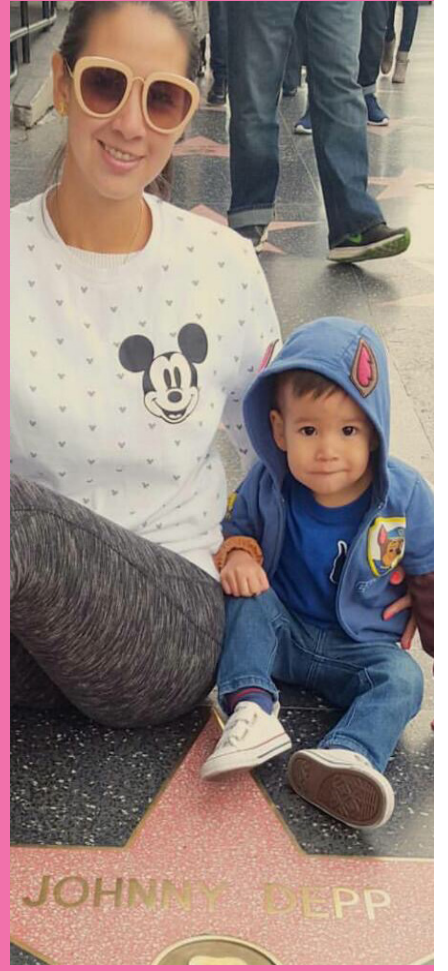
cuando el bebé encuentra que lo cuidan y protegen con cariño, que lo entienden y que siempre que necesita a sus cuidadores, ellos están ahí.



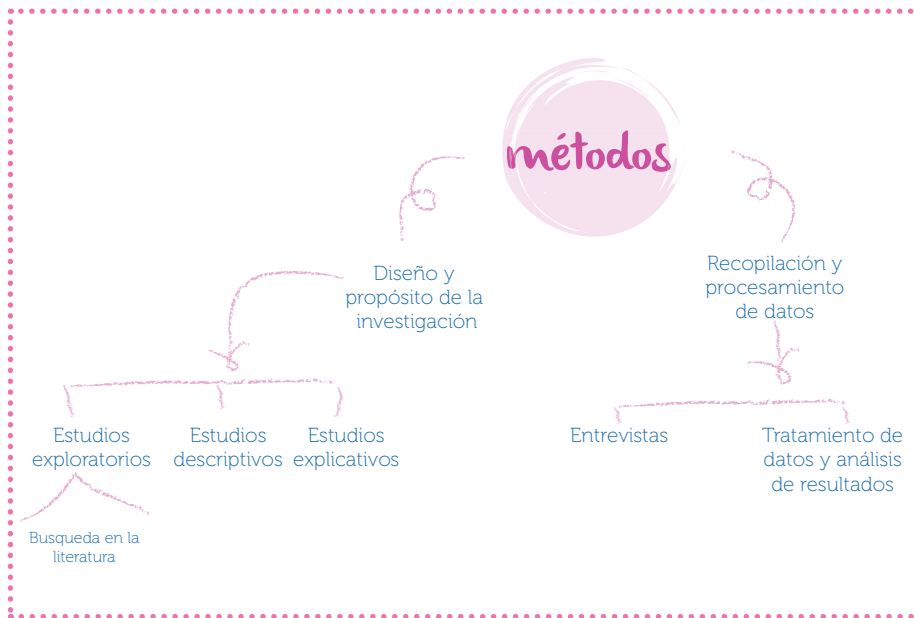
EL APEGO

Según la guía sobre pautas de crianza para niños y niñas de 0 a 5 años de la UNICEF el apego "Es el lazo afectivo fuerte, perdurable y recíproco que une al niño con las personas significativas en su vida. Por ejemplo, el afecto profundo de la mamá por su bebé y de este por ella. No hay apego sin correspondencia afectiva."

- El crecimiento sano del recién nacido se apoya en el establecimiento del vínculo de apego seguro, confiable y estable con los adultos más cercanos que lo cuidan.
 - Es un vínculo que se hace fuerte cuando el bebé encuentra que lo cuidan y protegen con cariño, que lo entienden y que siempre que necesita a sus cuidadores, ellos están ahí.
 - El apego es primordial para su desarrollo sano, y los buenos resultados seguirán en pie de por vida.
 - Algunos padres y sus hijos se enamoran a primera vista. El objetivo es transformar ese enamoramiento en un verdadero vínculo estable y saludable.
 - A otros les lleva más tiempo encontrarse realmente, pero el trabajo para lograrlo tendrá su recompensa.
- Como toda relación, requiere para florecer la participación de ambos integrantes, el bebé y el adulto; también requiere tiempo para fortalecerse.
 - No se logra solo atendiendo sus necesidades físicas. Es imprescindible atender también sus necesidades emocionales.



Métodos, técnicas
y herramientas



En esta parte de proyecto es importante mencionar a Cibangu (2012, p. 97). El cual dice que el método, se entiende como una estrategia seleccionada o una técnica con la que abordar las cuestiones planteadas en el proceso y que para efectos de la investigación, serán abordados en dos partes: diseño de la investigación y recopilación de datos, según el enfoque de Saunders, Lewis & Thomhill (2007). Trabaja para lograrlo tendrá su recompensa.

- Como toda relación, requiere para florecer la participación de ambos integrantes, el bebé y el adulto; también requiere tiempo para fortalecerse.
- No se logra solo atendiendo sus necesidades físicas. Es imprescindible atender también sus necesidades emocionales.

En el diseño y propósito de la investigación, se puede definir en un momento de tipo descriptivo, pues por medio de entrevistas se logró acceder de manera general a la información que las madres buscan en sus medios digitales en cuanto a temas de crianza y puericultura. En la recopilación y procesamiento de los datos, este proyecto se divide en dos periodos, en primera instancia se logró

identificar y tabular la información que definen las entrevistas, lo anterior se categorizó con ayuda de la Pediatra Ivonne Aldana y se logró dar forma al contenido de valor que las madres esperan en sus redes sociales. El segundo momento se centra en generar este contenido de las redes, teniendo como objetivo de comunicación el de alcanzar un posicionamiento integral frente a otras redes sociales orientadas a temas parecidos. Y finalmente se aplica el diseño de comunicación digital a la estrategia ya mencionada anteriormente.

De la misma manera este trabajo de investigación, cumple de manera satisfactoria con los enfoques y métodos de caracterizan un estudio a profundidad del tema escogido, así mismo las fuentes primarias y las técnicas que se utilizaron cumplieron con el objetivo principal puesto que se logró realizar una estrategia de comunicación que a largo plazo podrá perdurar y tendrá un Engagement en cada una de sus redes sociales.

METODOLOGÍA DISEÑO BASADO EN LOS USUARIOS



Determinar las principales necesidades que tienen las madres cuando acceden a Internet para obtener información sobre crianza, alimentación y puericultura.

FASE ANALÍTICA-EXPLORATORIA

- Entrevistas:
- ♥ Conocer el Usuario
 - ♥ Determinar las necesidades
 - ♥ Conocer acerca del uso que le dan a las redes sociales

FASE CREATIVA-DESCRIPCIÓN

- Entrevistas:
- ♥ Interpretar los datos
 - ♥ Concretar Ideas
 - ♥ Creación de Identidad
 - ♥ Generar Redes y Estrategia

Identificar qué tipo de información especializada esperan encontrar las madres en las redes sociales.



Generar el contenido apropiado para satisfacer las necesidades del público objetivo.

- Aplicar la Estrategia
- ♥ Generar Contenido
 - ♥ Estructurar plan mensual dividido por temáticas semanales

FASE APERTIVA

FASE ANALÍTICA

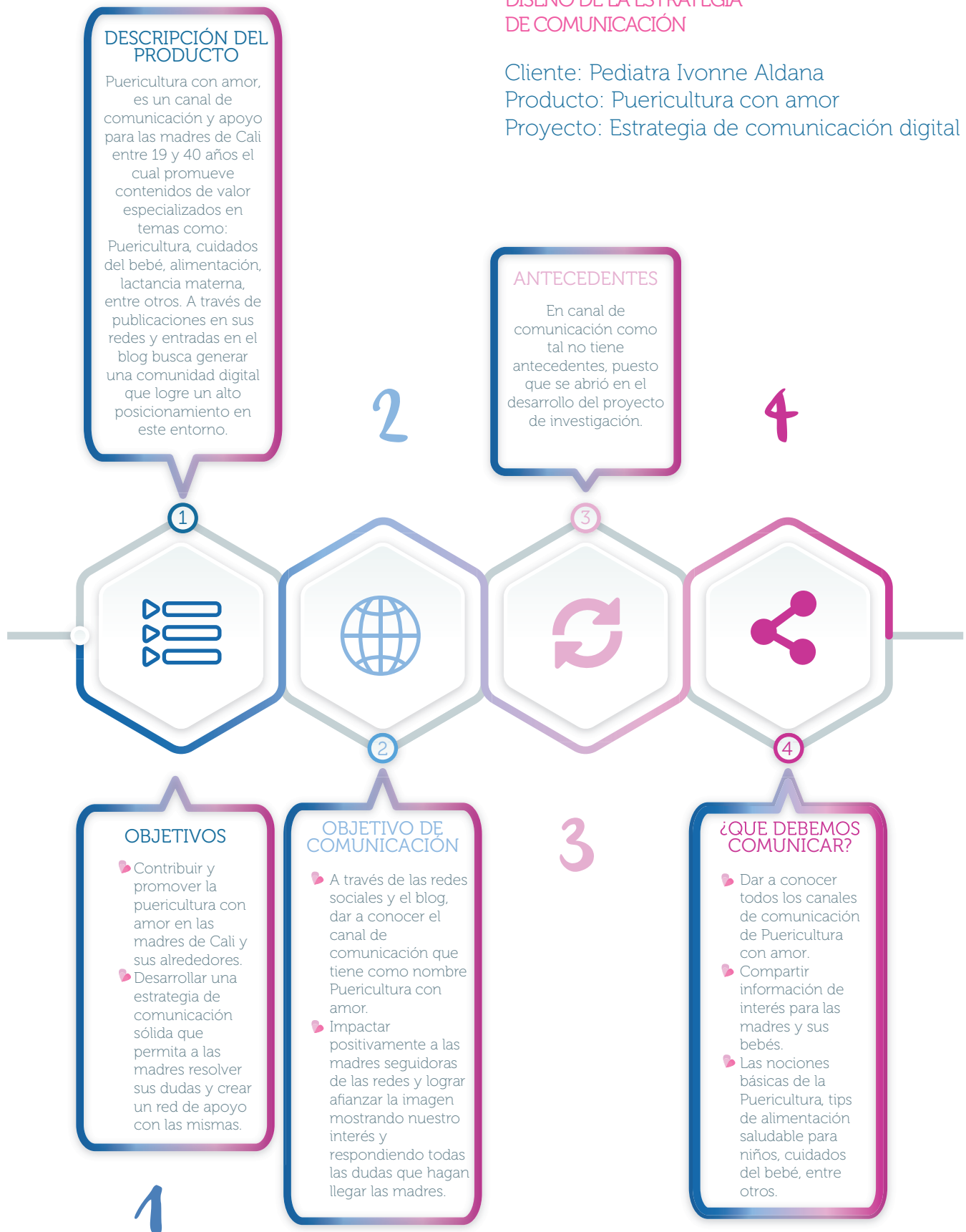
Aplicar Mejoras en la Estrategia

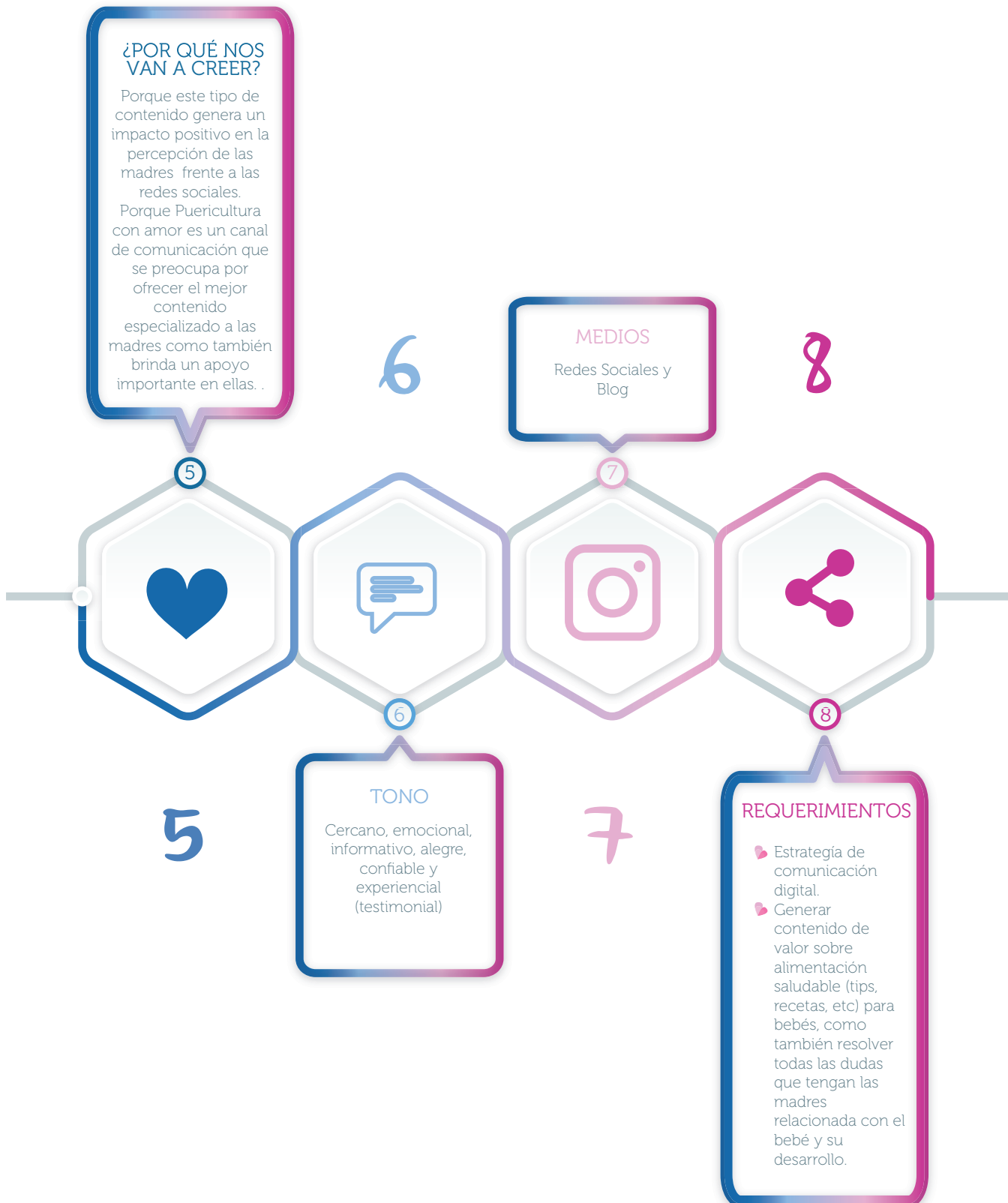
♥ Análisis de resultados



DISEÑO DE LA ESTRATEGÍA DE COMUNICACIÓN

Cliente: Peditra Ivonne Aldana
 Producto: Puericultura con amor
 Proyecto: Estrategia de comunicación digital





ELEMENTOS DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

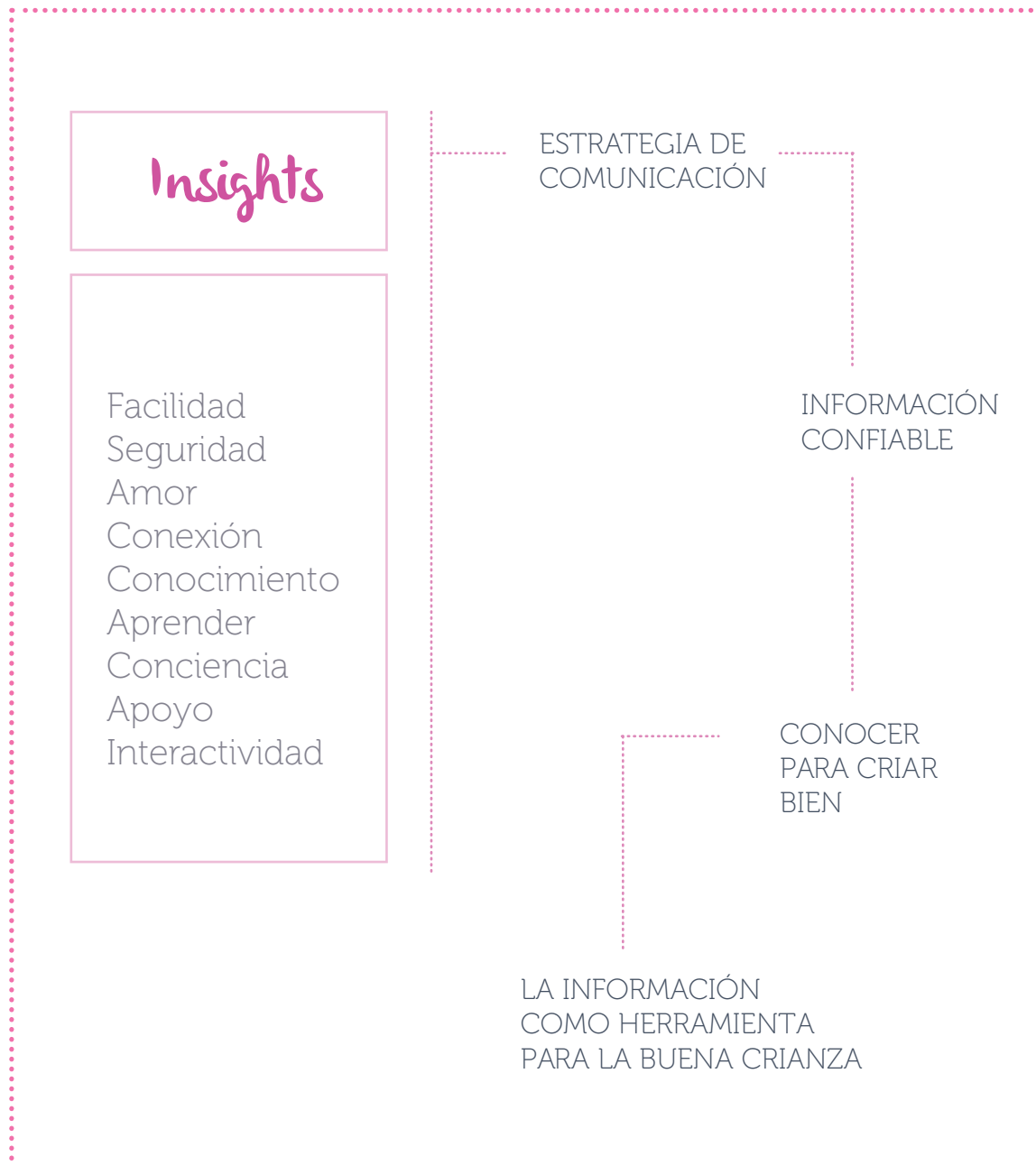
En esta parte de proyecto es importante mencionar a Cibangu (2012, p. 97). El cual dice que el método, se entiende como una estrategia seleccionada o una técnica con la que abordar las cuestiones planteadas en el proceso y que para efectos de la investigación, serán abordados en dos partes: diseño de la investigación y recopilación de datos, según el enfoque de Saunders, Lewis & Thornhill (2007). Trabaja para lograrlo tendrá su recompensa.

- Como toda relación, requiere para florecer la participación de ambos integrantes, el bebé y el adulto; también requiere tiempo para fortalecerse.

- No se logra solo atendiendo sus necesidades físicas. Es imprescindible atender también sus necesidades emocionales.

En el diseño y propósito de la investigación, se puede definir en un momento de tipo descriptivo, pues por medio de entrevistas se logró acceder de manera general a la información que las madres buscan en sus medios digitales en cuanto a temas de crianza y puericultura. En la recopilación y procesamiento de los datos, este proyecto se divide en dos periodos, en primera instancia se logró

- Información
- Confiabilidad
- Facilidad
- Seguridad
- Amor
- Conexión
- Conocimiento
- Aprender
- Conciencia
- Apoyo
- Interactividad



UN PACTO
DE AMOR



Requerimientos
de diseño



ESTRATEGÍA DE MARCA

Para crear el canal de comunicación se ha decidido desarrollar una marca que sirva como imagen y refleje el contenido que este va a proporcionar a los usuarios potenciales

PUERICULTURA

Crianza y cuidado del niño durante los primeros años de la infancia.

CON AMOR

Es a través del Amor que logramos conectamos con el otro, por esto es necesario generar un vínculo afectivo fuerte entre los padres y sus hijos para de esta manera asegurar una mejor crianza para los pequeños, y que los padres desde la conciencia, la tolerancia y el respeto puedan ejercer su labor con satisfacción obteniendo como resultado niños felices que se sienten amados, respetados, valorados y atendidos.

Puericultura

Con Amor

LOGO

Elemento principal de representación de la marca.

LOGOTIPO

Formado por letras.

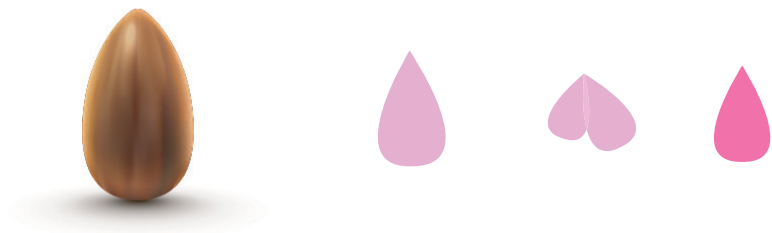
ISOTIPO

Símbolo o ícono.

CONSTRUCCIÓN DEL SÍMBOLO

Dos semillas que se logran conectar pueden crecer en AMOR.

Se utiliza transparencia para que al unirse la semilla grande con la pequeña, se oscurezca levemente esa unión, que representa fortaleza del VÍNCULO



GAMA CROMÁTICA

Se han elegido colores rosados, debido a que es un tono femenino, suave, sutil evoca el amor, tranquiliza y cuando es oscuro (magenta) representa juventud y energía, es por eso que la semilla mas pequeña lleva el color mas oscuro.

El color azul es un tono que da seguridad, calma, fuerza, cuidado y confianza. Las características anteriormente mencionadas estan alineadas con el objetivo del canal de comunicación.



C: 7% R: 233
M: 36% G: 184
Y: 0% B: 215
K: 0%

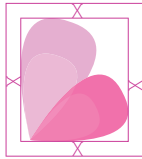


C: 0% R: 233
M: 70% G: 106
Y: 0% B: 165
K: 0%



C: 44% R: 153
M: 18% G: 188
Y: 0% B: 228
K: 0%

PROPORCIÓN Y ÁREA



El espacio de reserva mantiene el logo limpio y armonioso.

■ = X



TIPOGRAFÍA

Manksa

A B C D E F G H I

a b c d e f g h i

J K L M N Ñ O P Q

j k l m n o p q

R S T U V W X Y Z

r s t u v w x y z

APLICACIONES

Blanco y negro



Fondo negro



Variaciones



USO PROHIBIDO





Resultados



UN AMOR DE
POR VIDA



ECOMERCE EN LA PUERICULTURA

Y todo porque aún el consumidor sigue prefiriendo acercarse al comercio tradicional, donde encuentra una atención al cliente que valora mejor que en las opciones online. De hecho, la escasa o mala comunicación con algunos negocios de la red hace que esta situación tenga intención de evolucionar.

Siendo Facebook la red social más utilizada por los detallistas especializados del sector de la puericultura, cada vez son más los puntos de venta que incorporan YouTube, Instagram, Twitter, blogs o el uso de Newsletters en sus estrategias de marketing. Y es que las redes sociales consiguen, según la opinión de los detallistas consultados, entrar en contacto directo con el cliente potencial, haciendo a su vez que el negocio obtenga visibilidad de una manera económica, posibilitando herramientas de publicidad accesibles para cualquier establecimiento.

El negocio, desde el punto de vista humano Según los detallistas consultados por PUERICULTURA Market, las redes sociales permiten contar aspectos que tienen que ver con el negocio, pero desde un punto de vista humano. De esta manera, posibilitan la idea de que el cliente sienta cercanía. Por ello, también

son muchos los detallistas que las utilizan para informar de novedades y noticias curiosas relacionadas con el embarazo y el mundo de los bebés y la infancia, así como consejos para el cuidado de sus hijos.

MEJOR CONOCIMIENTO DEL CLIENTE

Otro de los principales beneficios que dan las redes sociales se produce cuando se da, entre cliente y detallista, una comunicación bidireccional. Las redes sociales son una herramienta para escuchar a los clientes, lo que permite establecer un canal de comunicación más directo entre ambos, tanto de los clientes del presente como los que ya lo han sido. De esta manera, también ayudan a mantenerse en contacto con las tendencias y hábitos de consumo del usuario potencial

SE POTENCIA EL CANAL DE VENTA

Ya sea online, como offline. Muchos de los detallistas consultados por el medio especializado ven las redes sociales como una herramienta con la que poder enseñar, desde novedades o artículos olvidados que hace tiempo que no se venden, hasta aquella gama de productos que no siempre es posible tener físicamente en un punto de venta.

Por ello, la promoción por Internet es una herramienta que puede llegar a potenciar las ventas del negocio.

AMPLIACIÓN DEL ÁREA GEOGRÁFICA DE INFLUENCIA

La internacionalización del negocio también es un hecho relevante a la hora de utilizar las redes sociales por los detallistas. De hecho, según aseguran los profesionales consultados, las redes sociales pueden ayudar a ampliar el negocio hacia otras zonas geográficas, bajo un coste muy reducido, o incluso de manera gratuita, haciendo que se llegue mucho más lejos que tan solo con la tienda física.



IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES EN LA PUERICULTURA

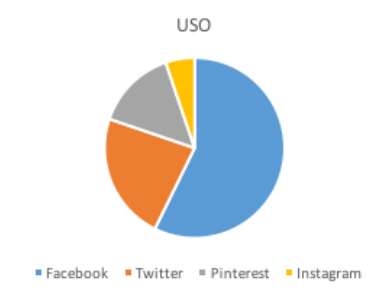
Las redes sociales están aportando beneficios a muchas compañías, sobre todo en estas áreas y a pesar de sus limitaciones, que comentábamos ayer:

1. Ayudan a las marcas a generar confianza. Un 79% de los consumidores han comprado un producto de una empresa después de seguirla por alguna red social, según la consultora Initec. El contacto y las interacciones con una empresa la hacen más accesible. De hecho y según Oracle, el 85% de los profesionales del marketing asegura que las redes sociales han mejorado sus relaciones con los clientes y el 81% cita como razón la posibilidad de escuchar las opiniones de sus consumidores. Además, el 84% asegura que ha crecido la afinidad con sus clientes y el 84% apunta a que las redes potencian la fidelidad a las marcas.

2. Son una herramienta de atención al cliente. En este caso, el medio favorito es Twitter (58%), por delante de Facebook (39%), también según Initec. El 65% de los consumidores que ha recibido atención en estos medios asegura haber mejorado su percepción de la marca y muestra predisposición a volver a comprar.

3. Son un canal de comunicación. No sólo por los mensajes que pueda publicar la empresa, sino también porque el 55% de los consumidores comparte sus compras en una red social, según datos de la consultora Fedelta. Estas experiencias se publican sobre todo en Facebook (55%), Twitter (22%), Pinterest (14%), Instagram (5%) y también en LinkedIn (3%). Además, las redes sociales llevan tráfico a las webs de las empresas. En especial Facebook, aunque este origen ha caído un 20% en 2013, según un estudio de Adobe Marketing Cloud, mientras que han crecido Twitter

(258%) y Pinterest (84%).



4. Dan visibilidad, tal y como asegura el 89% de los profesionales del marketing encuestados por la consultora Social Media Marketing. Esta visibilidad también ha supuesto un incremento en el tráfico online para el 75% de los encuestados. Y no se trata sólo de reconocimiento, sino también de posicionar la marca dentro del sector.

5. Incrementan las ventas. Eso sí, a largo plazo. De nuevo según Social Media Marketing, más de la mitad de las empresas explica que tras al menos tres años en redes sociales han logrado incrementar sus ingresos. De estos profesionales, el 62% ha firmado nuevos acuerdos. De acuerdo con Adobe Marketing Cloud, Twitter es la red que más crece en cuanto a ingresos por visitante (300%), seguida de Pinterest (150%). Facebook también sigue creciendo: un 39% más que hace un año.

Las redes sociales son fundamentales para cualquier empresa, con o sin una posición en el mercado. Estos medios comunicativos y visuales significan, hoy en día, la ventana más importante para el mercadeo de productos o servicios de una compañía.

El sector salud ha aprovechado el fenómeno de las redes sociales para captar mejor a los pacientes, quienes en la actualidad están muy bien adaptados al entorno digital.

Según estudios, más de 50% de la información buscada en Internet relacionada con la salud es sobre dolencias o enfermedades, por encima de hábitos saludables o medicamentos. Alrededor de 80% de los pacientes consultan en Internet antes de acudir al médico.

Esta visibilidad también ha supuesto un incremento en el tráfico online para el 75% de los encuestados. Y no se trata sólo de reconocimiento, sino también de posicionar la marca dentro del sector.

5. Incrementan las ventas. Eso sí, a largo plazo. De nuevo según Social Media Marketing, más de la mitad de las empresas explica que tras al menos tres años en redes sociales han logrado incrementar sus ingresos. De estos profesionales, el 62% ha firmado nuevos acuerdos. De acuerdo con Adobe Marketing Cloud, Twitter es la red que más crece en cuanto a ingresos por visitante (300%), seguida de Pinterest (150%). Facebook también sigue creciendo: un 39% más que hace un año.

Las redes sociales son fundamentales para cualquier empresa, con o sin una posición en el mercado. Estos medios comunicativos y visuales significan, hoy en día, la ventana más importante para el mercadeo de productos o servicios de una compañía.

El sector salud ha aprovechado el fenómeno de las redes sociales para captar mejor a los pacientes, quienes en la actualidad están muy bien adaptados al entorno digital.

Esta misma cantidad de pacientes utilizan redes sociales para explorar posibilidades concretas (consultorios, clínicas, doctores), leer sobre experiencias de pacientes anteriores y, por sobre todo lo demás, tener la posibilidad de comunicarse con la compañía de salud; ahí es donde entra el Community Manager.

Según estudios, más de 50% de la información buscada en Internet relacionada con la salud es sobre dolencias o enfermedades, por encima de hábitos saludables o medicamentos. Alrededor de 80% de los pacientes consultan en Internet antes de acudir al médico.

EN LATINOAMÉRICA

Venezuela, México, Chile y Colombia son los países latinoamericanos de habla hispana en donde las compañías del sector salud han obtenido mayores resultados mediante el uso de redes sociales dentro de su estrategia de mercadeo. El comercio online de artículos de puericultura ha experimentado un crecimiento espectacular y es que los bebés y las mamás son los reyes de la red. Si hay un sector que se mueve como pez en el agua por las redes sociales es el de los que se acaban de estrenar como papás. Internet les ofrece un mundo accesible desde cualquier lado y en cualquier momento. Sabemos que los recién nacidos requieren 24 horas de atención, así que los nuevos papás tienen que organizarse como pueden y en la red encuentran la información, el soporte y todos los artilugios que les hacen falta para cuidar de sus pequeños. Os damos unas cuantas pistas sobre cómo y hacia dónde se mueve el sector.

¿Qué debe tener nuestra web para ser efectiva en un sector tan concurrido?

La velocidad de una web en dispositivos móviles es una de las características más relevantes para los motores de búsqueda. La herramienta Google Pagespeed nos mostrará la puntuación y aspectos más relevantes a optimizar. Es posible mejorar optimización y velocidad, hasta unos valores cercanos al 100, en el marco de la tendencia actual de navegación web, que sitúa al móvil como primer dispositivo.

La optimización web para su visualización y usabilidad en ordenador de sobremesa combina varias estrategias para conseguir llegar hasta la excelencia, referenciada con un valor de 100.

LA WEB EN EL MÓVIL

En estrecha relación con la optimización web para dispositivos móviles, está el hecho de que la web sea, no solo responsive, sino también "mobile friendly". Un paso más allá en la optimización web para móviles, donde además de la velocidad se mide que todo el contenido de la web se cargue de forma correcta y accesible para el usuario.

Llegar a la web a través de enlaces Los backlinks son todos aquellos links que enlazan a nuestra web desde una web externa. Una buena estrategia de backlinks debe estar definida por parámetros de cantidad y sobre todo, por calidad. La estrategia de backlinks de una página web es unas de las tres variables más importantes de posicionamiento. Es necesario configurar una estrategia backlinks que analice la calidad de los backlinks de la web. Que se establezcan parámetros de actuación en base a característica del backlink (de marca, de palabra clave), tipo de anchor text, tipología, etc... Puede convertirse en un factor diferencial con la competencia.

Los motores y las palabras clave Hasta el momento los motores no han encontrado otro método de activar todo su potencial sino es a partir de la palabra o frase con la que busca el usuario. La primera variable que debemos tener en cuenta es la palabra clave, y por extensión, el contenido web. Existe la posibilidad de aumentar nuestra presencia en posiciones más altas en nichos que superan las 500 búsquedas mensuales.

TENDENCIAS EN SOCIAL MEDIA Y CONTENIDO

De acuerdo con una encuesta de Ipsos y Google, el 83% de las madres busca información sobre la crianza de forma online.

YouTube es la plataforma más importante a la hora de explicar funcionalidades de algunos productos y compartir videos promocionales.

El 43% de los usuarios de Twitter son mujeres, y de ese porcentaje, el 46% son madres. El 71% de ellas trabaja y el 30% posee algún cargo directivo. El 59% de ellas ha retuiteado a alguna marca en Twitter.

El 53% de las mujeres siguen a influencers que publican información sobre temas o categorías específicas y el 62% afirmó buscar en los influencers inspiración y nuevas ideas para llevarlas después a su vida real.

La necesidad de compartir lo aprendido es el principal motivo para que un 69% de los padres y madres encuestados comiencen su aventura abriendo sus canales digitales.

TENDENCIAS DEL SECTOR

Internet supera la televisión incluso en el segmento de los más pequeños (de 3 y 4 años), quienes pasan más de ocho horas a la semana online, los comprendidas entre los 5 y los 15 años pasan online una media de 15 horas a la semana.

Un 73% de los niños de 5 a 15 años utiliza YouTube para consumir contenidos online, y afirma preferirlo antes que la televisión. Children and Parents: Media Use and Attitudes, elaborado por OfCom.

CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DEL SECTOR EN LA WEB

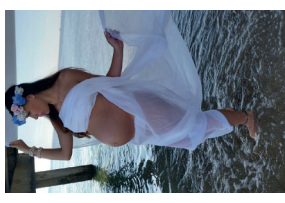
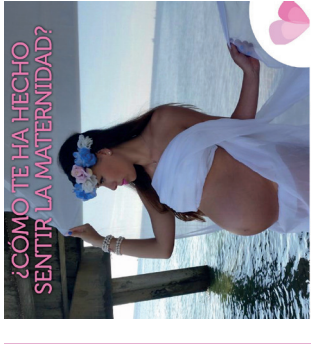

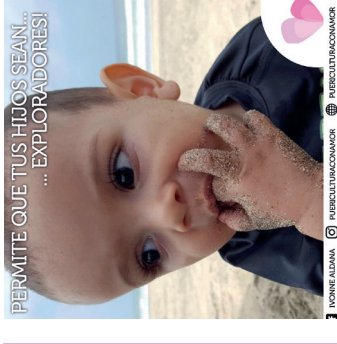
El comercio online de artículos de puericultura experimentó un crecimiento del 35%. La mayoría de tiendas online del sector ofrecen un apartado de productos outlet rebajados, en algunos casos hasta el 75%.


Un buen posicionamiento en los motores de búsqueda es sinónimo de éxito, pues a la hora de recopilar información sobre un producto, el 71,1% lo hace a través de buscadores. Fuente: Puro Marketing.


El 45,1% afirma que siempre investiga críticas de otros usuarios, mientras que el 51,4% indica que lo hace en ocasiones. Sólo tres de cada cien asegura no hacerlo nunca. Fuente: Informe de Trusted Shops D.





Planeador

FECHA	HORA	TEMA	CONTENIDO DE LA IMAGEN	IMÁGEN	PIE DE FOTO	RESULTADO
JUEVES, 9 NOV 7	:30 AM	MATERNIDAD	¿COMO TE HA HECHO SENTIR LA MATERNIDAD?		Hola mamá, me gustaría que me contaran un poco acerca de su experiencia como mamitas	
JUEVES, 9 NOV	11 AM	EXPLORADORES	PERMITE QUE TUS HIJOS SEAN... ...EXPLORADORES		Buen dia!!! Es importante permitir que los niños conozcan y exploren el mundo, siempre bajo supervisión de los cuidadores guiando y explicando con mucho amor mencionando los colores, las texturas y el funcionamiento del elemento explorado para que el niño empiece a familiarizarse... Feliz resto de mañana.	

FECHA	HORA	TEMA	CONTENIDO DE LA IMAGEN	IMAGEN	PIE DE FOTO	RESULTADO
JUEVES, 9 NOV 6	:30 PM	PUERICULTURA	¿Y TÚ, QUÉ SABES SOBRE LA PUERICULTURA DEL RECIÉN NACIDO?	FONDO ROSA + TTEXTO	Hola mamitas, es importante que sepamos que es la puericultura, en especial para bebitos recién nacidos ... Si tienen alguna duda es el momento de aclararla	¿Y TÚ, QUÉ SABES SOBRE LA PUERICULTURA DEL RECIÉN NACIDO? ¿TE GUSTARÍA SABER MÁS? SÍ, CIERTOS.
VIERNES, 10 NOV	8 AM	PUERICULTURA	¿PUERICULTURA? PUER, NIÑO, Y CULTURA SIGNIFICA "CIENCIA QUE SE ENCARGA DEL SANO DESARROLLO DEL NIÑO EN LO FÍSICO, DURANTE LOS PRIMEROS AÑOS DE VIDA"		Habías escuchado anteriormente el término puericultura?	PUER, NIÑO, Y CULTURA SIGNIFICA CIENCIA QUE SE ENCARGA DEL SANO DESARROLLO DEL NIÑO EN LO FÍSICO DURANTE LOS PRIMEROS AÑOS DE VIDA. SÍ, CIERTOS.
SABADO, 11 NOV	7:30 AM	CUIDADOS DEL RECIÉN NACIDO	CUIDADOS DEL RECIÉN NACIDO	FONDO ROSA + TTEXTO	Estas recomendaciones tienen como objetivo resolver inquietudes, aclarar dudas y evitar prácticas inseguras en cuanto al cuidado de sus hijos recién nacidos: Mamá, conoces cuales son los cuidados del recién nacido?	CUIDADOS DEL RECIÉN NACIDO

FECHA	HORA	TEMA	CONTENIDO DE LA IMAGEN	IMAGEN	PIE DE FOTO	RESULTADO
SABADO, 11 NOV	11:30 AM	ALIMENTACIÓN	CUIDADOS DEL RECIÉN NACIDO 1. ALIMENTACIÓN	FONDO BLANCO +TEXTO (AZUL+ROSA)	<p>Que debe comer un bebé?</p> <p>Leche materna La lactancia materna a libre demanda y de forma exclusiva los primeros 6 meses de vida es fundamental para el desarrollo óptimo de los recién nacidos .</p> <ul style="list-style-type: none"> •Es fundamental comenzar a amamantar dentro de la primera hora de vida del bebé •Dar pecho cuando el bebé lo reclame, de día o de noche (es decir a libre demanda, pues de esto depende la producción) •No dar otros alimentos o bebidas, ni siquiera agua: La leche materna lo tiene todo <p>#tipsdeivonne</p>	<p>CUIDADOS DEL RECIÉN NACIDO 1. ALIMENTACIÓN</p> <p></p> <p>FUNDACIÓN PUEBLO ALMA PUEBLO CULTURA NAVARRA PUEBLO CULTURA NAVARRA</p>

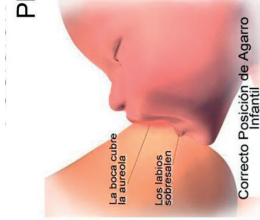
FECHA	HORA	TEMA	CONTENIDO DE LA IMAGEN	IMÁGEN	PIE DE FOTO	RESULTADO
SABADO, 11 NOV	2:30 PM	LACTANCIA	<p>LECHE MATERNA Es muy importante que el bebé reciba leche materna en la primera hora de vida y continúe con leche materna exclusiva los primeros 6 meses de vida</p>		<ul style="list-style-type: none"> • La leche materna tiene TODOS los nutrientes que tu bebé necesita para crecer sano • La leche materna reduce el riesgo de otitis aguda, gastroenteritis e infecciones respiratorias • Los niños que reciben leche materna tienen un mejor desempeño, son más inteligentes • Reduce a la mitad el riesgo de muerte súbita en niños hasta de un año de edad • Ayuda a la economía familiar al ahorrar en formulas artificiales • Las madres tienen menor riesgo de contraer cáncer de mamas y de ovario • Ayuda a perder el peso ganando en el embarazo <p>#tipsdeivonne #lactanciamaterna</p>	 <p>LECHE MATERNA Es muy importante que el bebé reciba leche materna en la primera hora de vida y continúe con leche materna exclusiva los primeros 6 meses de vida</p> <p>MONTE ALIANA PEDIATRIAYMAMAS PEDIATRIAYMAMAS</p>

FECHA	HORA	TEMA	CONTENIDO DE LA IMAGEN	IMÁGEN	PIE DE FOTO	RESULTADO
-------	------	------	------------------------	--------	-------------	-----------

SABADO,
11 NOV

6:30 PM

POSICIÓN DE LACTANCIA



PECHO.

Posición correcta del bebé al pecho.	Signos de buen agarre.
Cabeza y cuerpo en línea recta.	El mentón toca al pecho.
La cara mira hacia el pecho, la nariz frente al pezón.	La boca esta muy abierta.
Madre y bebé muy juntos.	Labios evertidos. (Hacia afuera)

Bibliografía
Pediatría, Asociación Española de. 2009. *Manual De Lactancia Materna. De La Teoría a La Práctica.* 2009.

- El agarre al pecho y la posición del bebé al mamar son dos aspectos fundamentales en la lactancia materna. Se consideraran aspectos clave para el éxito de la misma
- Es importante que cuando en bebé succione no duela, si duele es por que no se esta haciendo de la mejor manera #tipsdeivonne

SIGNOS DE BUENA POSICIÓN Y AGARRE DEL PECHO.

El mentón toca al pecho.	La boca esta muy abierta.
La cara mira hacia el pecho.	Los labios sobresalen.
Madre y bebé muy juntos.	Labios evertidos.

Correcto Posición de Agarre Infantil

Bibliografía
Pediatría, Asociación Española de. 2009. *Manual De Lactancia Materna. De La Teoría a La Práctica.* 2009.

IVONNE ALDANA @PIBERCULTURACIONAMOR #PIBERCULTURACIONAMOR

DOMINGO,
12 NOV

8 AM

PACTO

Un pacto de AMOR



La conexión es la parte más importante de la lactancia que los lazos entre madre e hijo se mas fuertes pues cuando lactas fortaleces el vínculo #tipsdeivonne

Un pacto de AMOR

IVONNE ALDANA @PIBERCULTURACIONAMOR #PIBERCULTURACIONAMOR

FECHA	HORA	TEMA	CONTENIDO DE LA IMAGEN	IMAGEN	PIE DE FOTO	RESULTADO
DOMINGO 12 NOV	2 PM	MITOS DE LACTANCIA	<p>Mi bebe es prematuro, por eso no puedo amamantar</p> <p>Mi bebe prefiere biberón a mi no me sale suficiente leche</p> <p>Mis pechos son muy grandes/pequeños como para amamantar</p>		<p>Que nada te impida conectarte con tu hijo, ofrecerle el mejor alimento para asegurar un sano desarrollo</p>	<p>MITOS DE LACTANCIA</p> <p>Mi bebe es prematuro, por eso no puedo amamantar</p> <p>Mi bebe prefiere biberón</p> <p>A mi no me sale suficiente leche</p> <p>Mis pechos son muy grandes/pequeños como para amamantar</p> <p>Mi bebe rechazó el pecho</p> <p><small>INFORMACIÓN PARTICIPACIÓN RESULTADOS</small></p>
LUNES, 13 NOV	7:30 AM	LACTANCIA	CUMENTANOS TU EXPERIENCIA CON LA LACTANCIA	<p>FONDO AZUL +TEXTO BLANCO</p>	<p>Buenos dias mamitas!!! Me gustaría que compartieran como ha sido o como fue su experiencia con la lactancia</p>	<p>CUMENTANOS TU EXPERIENCIA CON LA LACTANCIA</p> <p><small>INFORMACIÓN PARTICIPACIÓN RESULTADOS</small></p>



Resultados en
redes Sociales



UN AMOR DE
POR VIDA

Puericultura

Con Amor

RESULTADOS EN INSTAGRAM

Tal como se planeo en el planner post, se publicaron todos los post propuestos en cada mes, día y hora exacta a la propuesta en el mismo.



16 Likes

Muchos de los post pretenden retroalimentar a las madres sobre muchos temas de interés en ella, siendo estos de gran apoyo para ellas mismas.



36 Likes - 7 Comentarios

El post que abarca como te ha hecho sentir la maternidad fué el que mas movimiento tuvo en esta plataforma contando con bastantes likes y comentarios que confirman que a las madres les gusta compartir sus experiencias y aprender de otras.



24 Likes - 2 Comentarios

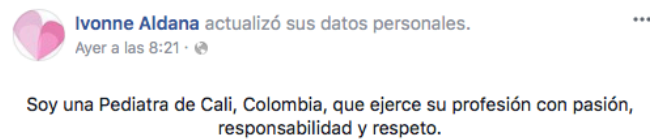
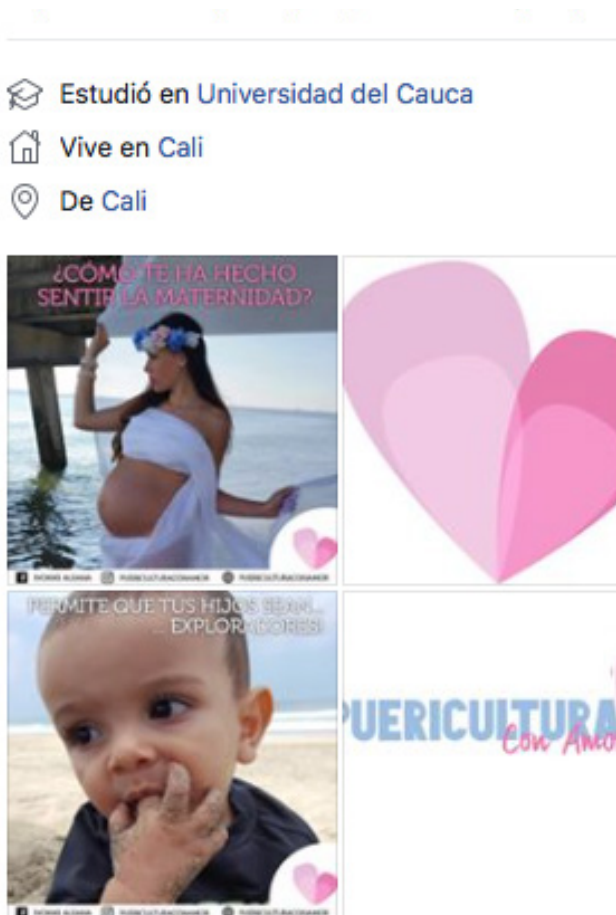
Los posts que intercambian conocimientos acerca de diferentes tips para mamás de igual manera mostraron ser de gran empatía con el público.

Puericultura

Con Amor

RESULTADOS EN FACEBOOK

En esta plataforma se llevo a cabo una relación más directa con el público, por ser a su vez un tono más cercana, debido a que cualquier madre puede contactarse por medio del chat y obtener una respuesta dentro de un lapso de dos horas.



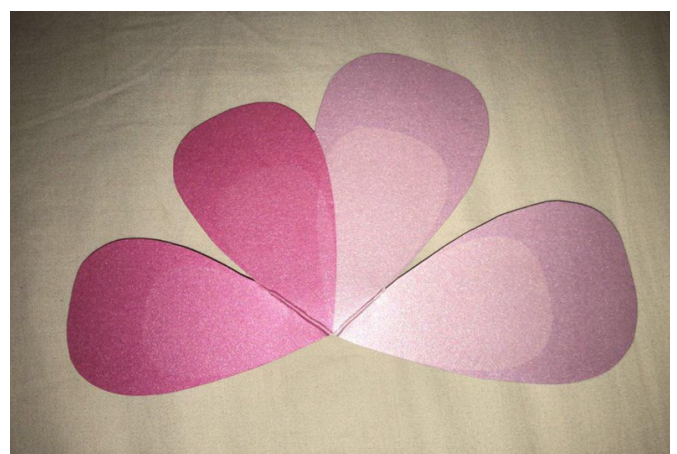
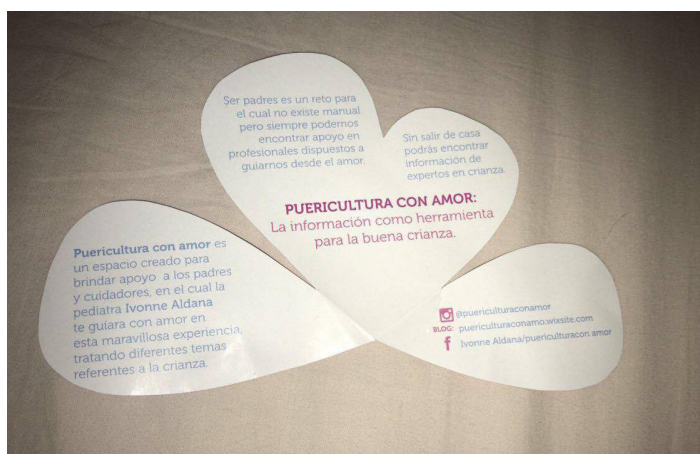
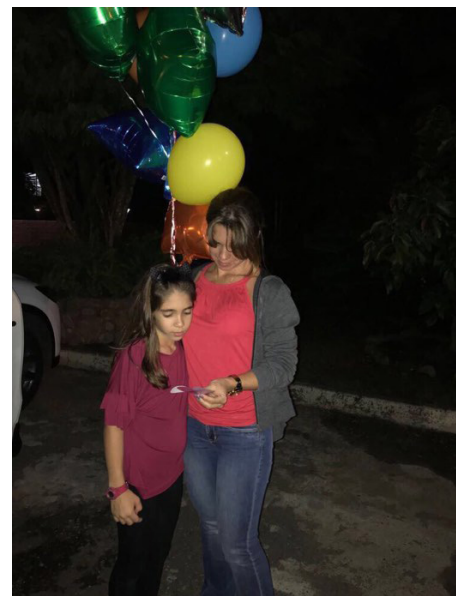
Compartir

Puericultura

Con Amor

Socialización del lanzamiento de la Página Web

El lanzamiento de la página web se llevó a cabo, logrando gran acogida por todas las madres, los resultados obtenidos se muestran a continuación.



UN PACTO DE AMOR



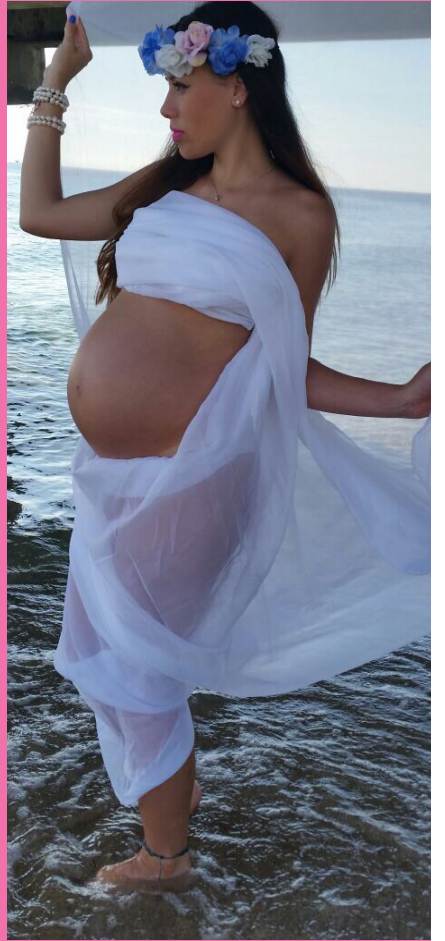
Conclusiones



En conclusión, el proyecto aportó conocimientos no solo desde el ámbito investigativo, es decir sobre significados o teorías de algunos elementos o metodologías usadas en diseño, sino también desde un enfoque participativo comunitario, ya que este proyecto se centra principalmente en la construcción de una estrategia de comunicación digital la cual sirva como canal de información y brinde apoyo a las madres que hacen uso del Internet y las redes sociales para obtener información acerca de la crianza y los cuidados para sus hijos, toda la información y las asesorías son respaldadas por la pediatra Ivonne Aldana. donde se aprende a compartir con personas diferentes, se tiene una visión más amplia de percepciones y sentidos de pertenencia colectivos y se entrelazan sentimientos desde las experiencias y lo emocional.

Así mismo, se abarcó el problema diciendo que hoy en día el enfoque digital desempeña un papel muy importante en la calidad de vida de los bebés, ya que a medida que aumentan las funciones que desempeñan los padres, crecen las dudas, preguntas y expectativas a nivel de la crianza, la nutrición y los cuidados del bebé en general. Estas inquietudes son el motivo por el cual los "padres milenio" acuden a la Web. Lugar que carece de información.

Es por ello que se creó un gran contenido que fue pensado y desarrollado no solamente como un contenido educativo si no que a su vez maneja un carácter emocional, que vincula a la madre a compartir sus vivencias y aprender de otras.



Referentes

- Pardo Soto, Jorge. «La expresión de la biopolítica en dos momentos en la historia contemporánea; La puericultura de fines del Siglo XIX» Revista Enfoques., 2008: 263-274.
- <https://www.batiburrillo.net/modelo-social-ecommerce-llega-al-mundo-la-puericultura/>
- <http://www.juguetesb2b.com/tendencias/20140522/5-ventajas-redes-sociales.aspx>
- <http://blog.axiomaco.com/puericultura-un-sector-en-la-red>
- Miranda, Nestor, Emilio Quevedo y Mario Hernandez. Historia Social de la Ciencia en Colombia. Medicina. Tomo VIII. Institucionalización de la medicina en Colombia. Bogotá: Tercer Mundo Editores, 1993.
- Muñoz Rojas, Catalina. "Los problemas de la raza en Colombia. Mas allá del problema racial: el determinismo geográfico y las "dolencias sociales." Bogotá: Universidad del Rosario, 2011.
- Muñoz, Cecilia. «Gotas de leche.» Credencial Historia, 1999: No. 118. Noguera, Carlos Ernesto. «Los manuales higiene: instrucciones para civilizar al pueblo»
- Revista de Educación y pedagogía, 2002: 277-288.
- Noguera, Carlos Ernesto. Medicina y política. Discurso médico y prácticas higienistas durante la primera mitad del siglo XX en Colombia. Medellín.: Fondo Editorial Universidad EAFIT, 2003.
- Arboleda, R. Actividad física en la gestación. En: rev.Kínesis. Santa fe de Bogotá, 1993.
- Benson, R. Diagnóstico y tratamiento ginecoobstetricos. México, El manual moderno, 1979..
- Brazelton, TB. Su hijo. Santafé de Bogotá, Norma, 1994..
- Ludington, S. Estimulación sensorial y perinatología. Colombia: E.M.E.F.A.O., 1987.
- CENTRO DE REFERENCIA NACIONAL DE PUERICULTURA DIRECCION MATERNO INFANTIL MINSAP 2010
- SCP. Sociedad Colombiana de Pediatría. s.f. <http://scp.com.co/historia/>.
- Villegas, Alvaro. «Nación, intelectuales de elite y representaciones de degeneración y regeneración, Colombia 1906-1937» Revista Iberoamericana. 28-01, 2011: 7-24.