

Categoría 2.3 / Sustentabilidad en educación

Título / daleProfe: mejorar la educación colaborando entre much@s

Institución / daleProfe de Fundación LarrainVial

Desarrollo del plan / Reactor

Responsables / Felipe Cádiz, Javiera Etcheverry, Pablo de Iruarrizaga, Erik Montalba, Francisca Medeiros, María de la Luz Covarrubias

El caso de daleProfe trata de la estrategia de posicionamiento, difusión y crecimiento de esta plataforma digital, primer y único crowdfunding para la educación en Chile.



daleProfe

**mejorar la educación
colaborando entre much@s**

reactor | daleProfe 

Introducción y diagnóstico



daleProfe es la primera y única plataforma de crowdfunding para la educación en Chile. En esta iniciativa de la Fundación LarrainVial, profesores de todo el país de colegios vulnerables suben proyectos que mejoran la experiencia educativa de sus estudiantes, para que después cualquier persona los ayude a concretarlos con una donación.

En esta plataforma no existe monto mínimo de aporte, por lo que pueden ser muchos los donantes que ayuden a concretar un proyecto. Cuando estos logran su meta, daleProfe se encarga de comprar todos los materiales solicitados y enviarlos al establecimiento para que el profesor pueda ejecutar su idea. Al mismo tiempo, los donantes reciben un mensaje de agradecimiento del profesor, fotos y cartas de sus alumnos, y evidencia de la implementación del proyecto en que donaron.

En un comienzo, daleProfe funcionó muy de la mano de otras organizaciones vinculadas a la educación. La mayoría de los profesores eran contactados internamente y recibían un apoyo directo en la subida de sus proyectos a la plataforma.

Asimismo, los donantes estaban fuertemente vinculados al público de LarrainVial. Las ideas lograban financiarse gracias a campañas internas dirigidas a sus colaboradores en que incluso se hacían descuentos por planilla.



El desafío era importante: daleProfe tenía que salir a buscar profesores que confiaran en esta iniciativa; y donantes que entendieran y se sumaran a una nueva forma de donar a través del crowdfunding, diferente a la manera tradicional en que las fundaciones buscan captar aportes a través de socios recurrentes con donaciones mensuales,

El escenario perfecto para lograr ambos objetivos era el mundo digital.

Propuesta de campaña: La estrategia

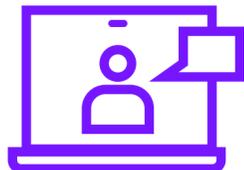


Construimos una estrategia de comunicación para daleProfe basada en tres ejes fundamentales:

Diseñar e implementar un estilo y lógica de comunicación que permitiera dar reconocimiento a la plataforma que hasta ese momento no reunía mas de 200 seguidores en todos sus canales digitales.



Validar la plataforma entre el público de profesores para motivarlos a subir sus ideas e involucrarse en la difusión de su propia iniciativa a través del envío de material audiovisual que luego sería compartido en los canales digitales de daleProfe para captar donantes.



Educar a posibles donantes sobre una nueva forma de involucrarse en la educación a través de la donación a proyectos específicos, y mostrarles el impacto real que esos aportes pueden generar en la educación de miles de estudiantes.

Desarrollo y ejecución del plan



El éxito de una estrategia de comunicación digital se basa en el trabajo conjunto entre los equipos internos y los especialistas externos. Por eso desde marzo del 2019, y hasta el día de hoy, nos reunimos semanalmente en una mesa de trabajo. El objetivo es conversar sobre cada aspecto de la estrategia de comunicación, definir pasos a seguir y evaluar los avances.

El lanzamiento

El 29 de marzo del 2019 lanzamos la campaña digital. El primer paso fue posicionar a daleProfe entre profesores, para invitarlos a subir proyectos a la plataforma. El contenido que compartimos fue un video ya publicado en Youtube, pero esta vez optimizado para los canales digitales con subtítulos, ajustes de tamaño y un llamado a la acción. Las audiencias a las que apuntamos fueron profesores de educación básica y media, y educadores de párvulo.

Esta primera publicación fue vista 36.686 veces, alcanzó a 26.894 personas en total y logró 7.730 interacciones, muy por sobre lo logrado hasta ese momento en los canales digitales de daleProfe que, en conjunto, no sumaban más de 200 personas.

El involucramiento de los profesores: el gran desafío

En Reactor sabemos que hoy en día la confianza en las organizaciones se basa en las personas, y que la legitimidad de daleProfe iba a depender no sólo de la aparición en redes de quienes están detrás de la iniciativa, sino también del involucramiento de los profesores.

En ese sentido, desde un comienzo les pedimos que nos enviaran material audiovisual para compartir en los canales digitales, videos tanto de agradecimiento

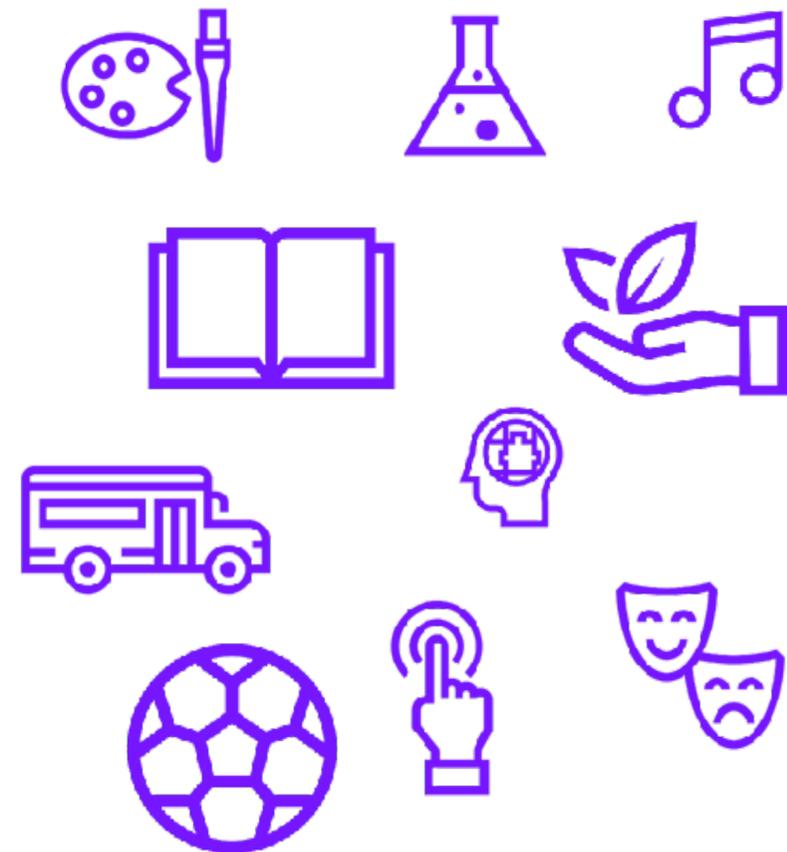
por proyectos concretados como de llamado a donar a una idea activa en la plataforma. El compromiso con ellos fue que luego ese material sería difundido especialmente a donantes que podrían ayudar a concretar el proyecto. Sin embargo, la importancia no sólo radicaba en eso: en Reactor sabíamos que la aparición de profesores reales validaría la plataforma entre sus pares y les serviría de inspiración para inscribirse y subir sus ideas.

Desde fines de 2021 el equipo de daleProfe empezó a organizar talleres online para enseñarle a los profesores a inscribirse en la plataforma y subir un proyecto. Desde Reactor los apoyamos en la difusión de esos encuentros y en la inscripción vía RRSS, llegando así a públicos más allá de la base de datos interna a la que se difundía este tipo de iniciativas.

Y para ayudar en esa misma materia, trabajamos en la planificación, producción y realización de tutoriales para el canal de Youtube de daleProfe que tienen como objetivo enseñarle a los profesores cómo inscribirse en la plataforma, cómo subir un proyecto, cómo crear material para difundirlo, cómo promocionarlo en sus canales digitales y cómo subir evidencia (ver anexo).

Como otra manera de involucrarlos más, en marzo del 2022 se creó un grupo de WhatsApp en el que se les informa constantemente de noticias relacionadas con daleProfe o campañas especiales en que se duplican o triplican los aportes.

Desarrollo y ejecución del plan



La captación de donantes

La humanización de daleProfe a través de la aparición de su equipo, profesores o estudiantes beneficiados también juega un rol fundamental en la captación de nuevos donantes. Pero en este caso además nos permite educar sobre la diferencia de esta plataforma con las donaciones que pueden hacerse a otras fundaciones: en daleProfe el aporte se hace directamente a una idea o profesor que te inspira. En ese sentido, conocer su historia y escuchar su voz se hacen más relevantes.

Pero en Reactor sabíamos que eso no bastaría para captar la atención de nuevos donantes. En un mundo en que cada vez son más las organizaciones e instituciones que buscan financiarse a través del aporte de personas naturales -si pensamos en el caso chileno de Ciper o el internacional de The Guardian por ejemplo- se hace cada vez más importante conectar con las audiencias y darles un sentido a su compromiso. Por eso, en la planificación de los canales digitales de daleProfe incluimos la difusión de contenidos como cifras, estudios o noticias que dan cuenta de la realidad de la educación en Chile, para que los posibles donantes entiendan cuál es el contexto desde el cual les hablamos y cuál sería su aporte si hacen una donación a alguno de los proyectos de la plataforma.

Desarrollo y ejecución del plan

Campañas especiales: cyberProfe

Cada cierto tiempo, como una forma de movilizar tanto a profesores como donantes, implementamos campañas por fechas especiales: Día del Alumno, Día del Profesor, Día de la Educación Rural, Día de la Música, Día de los Pueblos Originarios, entre otras. En estos casos, hacemos llamados a profesores a subir ideas vinculadas a esas fechas especiales con una o dos semanas de anticipación, y luego en la semana de la celebración dirigimos toda la comunicación a donantes para que hagan sus aportes a los proyectos con el incentivo de duplicar o triplicar sus donaciones.

Dentro de esas fechas especiales está el cyberProfe, instancia en que todos los aportes que se hacen a los proyectos de la plataforma son triplicados por la Fundación LarrainVial. La idea es aprovechar el ambiente de cyber que se vive en el comercio para activar esta campaña una semana antes de la fecha oficial. La invitación es a hacer una compra que no es para uno, son para otros. Hacer una compra con sentido y un aporte a la educación.

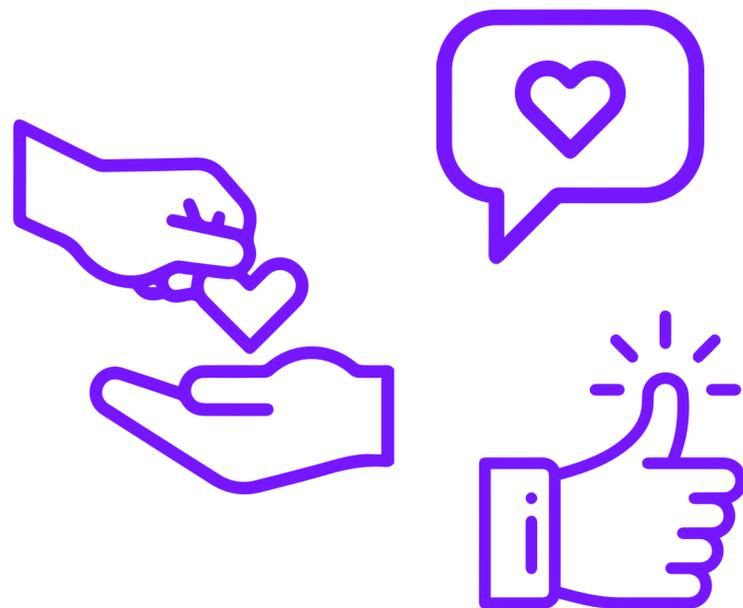
Para esta campaña desde Reactor apoyamos en la creatividad, producción y difusión de los diferentes contenidos que se promocionan en los canales digitales: redes sociales, sitio web, google ads. Además, trabajamos una estrategia de difusión a través de influencers, a quienes les pedimos difundir la campaña para llegar a sus audiencias y así amplificar el mensaje. En el caso especial de esta campaña la mesa de trabajo se extiende al equipo de comunicaciones de LarrainVial, quienes difunden el cyberProfe entre sus colaboradores y clientes.

Nueva línea gráfica

En septiembre del 2021 lanzamos una nueva línea gráfica, con iconografía, colores y diagramación flexible que nos permitió establecer un sistema gráfico elástico y adaptable a distintos formatos y soportes.



Resultados y evaluación



El plan de comunicación digital ha permitido aumentar el conocimiento de la plataforma en esos profesores creativos e innovadores que tenían ideas para entregar nuevas y mejores experiencias educativas a sus estudiantes, pero que no contaban con los recursos para concretarlas. Asimismo, la estrategia ha permitido salir de las oficinas de LarrainVial y conectar con públicos afines a donar en proyectos educativos.

Los resultados en los canales digitales han sido notables: desde el comienzo de la campaña hasta el día de hoy, hemos publicado cerca de 500 contenidos, que han sido visualizadas 18.549.518 veces, alcanzando a un total de 2.950.646 personas. Desde el comienzo hasta la fecha, hemos sumado 14.878 nuevos seguidores a nuestros canales de Facebook e Instagram.

Este impacto en la comunicación digital ha tenido eco en las donaciones: en abril del 2019, cuando recién empezaba la campaña, daleProfe contaba con 43 proyectos exitosos, 39 profesores con proyectos financiados, 6.278 estudiantes beneficiados, y \$11.124.206 en donaciones. A la fecha, esos números han aumentado a 552 proyectos financiados, 422 profesores con proyectos completados, 51.012 estudiantes beneficiados, y \$228.139.456 en donaciones.

Resultados y evaluación



Éxito de cyberProfe 2022

En mayo del 2022, en la última versión del cyberProfe, la campaña logró captar \$6.201.955 en donaciones de 205 donantes, de los cuales 123 eran nuevos. Con la colaboración de la Fundación LarrainVial que triplicó los aportes, el cómputo final de la campaña fue de \$18.605.865

Premio Mejores Iniciativas Sustentables

Debido al impacto que la plataforma ha generado en la experiencia educativa de miles de estudiantes, el 2021 daleProfe ganó el premio Educación Inclusiva de la novena versión de los Premios Mejores Iniciativas Sustentables, organizado por Hub de Sustentabilidad de El Pulso.

El impacto en cifras

500 contenidos digitales en total.

18.549.518 visualizaciones de nuestras piezas.

2.950.646 personas únicas alcanzadas.

14.878 nuevos seguidores en Facebook e Instagram.

552 proyectos financiados

422 profesores con proyectos completados

51.012 estudiantes beneficiados

\$228.139.456 en donaciones.

A este documento se añade un anexo con ejemplos de piezas que han formado parte de la estrategia comunicación digital de daleProfe.