

**Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación**

**“Diagnóstico y Estrategia de Comunicación Interna para el Fortalecimiento
del Proceso de Información y Clima Laboral de la Empresa TECNIKIDS
GUATEMALA, ante la Crisis Sanitaria COVID-19”**

Kimberly Tatiana Gómez Silva

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, octubre 2020



Universidad De San Carlos De Guatemala
Escuela De Ciencias de la Comunicación



**“Diagnóstico y Estrategia de Comunicación Interna para el Fortalecimiento
del Proceso de Información y Clima Laboral de la Empresa TECNIKIDS
GUATEMALA, ante la Crisis Sanitaria COVID-19”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura EPSL

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

Kimberly Tatiana Gómez Silva

Previo a optar el título de

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesor

Lcdo. Luis Fernando Lucero

Guatemala, octubre 2,020



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación



Director

Lcdo. César Augusto Paiz Fernández

Consejo Directivo

Representantes Docentes

M.A. Gustavo Alfonso Yela Fernández

M.A. Silvia Regina Miranda López

Representantes Estudiantiles

Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante de Egresados

M.Sc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretario

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

Comisión de EPS de Licenciatura

Coordinador

Dr. José María Torres Carrera

Supervisora

M.A. Evelin Morazán Gaitán

Supervisor

Lcdo. Luis Fernando Lucero

Supervisor

M.A. Marvin Sarmientos Yuman

Supervisora

M.A. Evelin Hernández

Supervisora

Lcda. Krista María Ramírez

Supervisora

Lcda. Brenda Yanira Chacón Arévalo

Supervisor

Lcdo. Mynor René Martínez y

M.A. Edgar Martínez García



Guatemala, octubre 19 de 2020

Estudiante de EPS de Licenciatura
Kimberly Tatiana Gómez Silva
Carné no. 200715470
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Luego de evaluado su trabajo académico impreso y de manera virtual titulado: **“Diagnóstico y Estrategia de Comunicación Interna para el fortalecimiento del Proceso de Información y Clima Laboral de la Empresa TECHIKIDS GUATEMALA, ante la Crisis Sanitaria COVID-19.”** y de haber sustentado el examen privado y defensa de su proyecto de EPS de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se aprueba por Unanimidad por parte del Tribunal Examinador.

Por lo tanto, se autoriza el trabajo final en el Acta de cierre respectiva e impresión de su trabajo final de EPSL en un número de (5) ejemplares impresos que deberá entregar a las instancias respectivas indicadas; así como (3) CD's con el documento incluido con el formato PDF los cuales deberá entregar a la Biblioteca Flavio Herrera, Biblioteca Central y a la Coordinación de EPSL de la E.C.C.

Sin más que hacer constar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Lcd. Fernando Lucero
Supervisor

M.A. Evelin Morazan
Supervisora

Dr. José María Torres Carrera
Coordinador





Guatemala 21 de mayo del 2020
EPSL-C07-2020

Licenciada:
Claudia Zuñiga
Gerente de Recursos Humanos
TecniKids
Ciudad Guatemala.

Distinguida Licenciada Zuñiga:

Por medio de la presente se solicita aceptar como practicante del programa de graduación del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, a la estudiante **Kimberly Tatiana Gómez Silva**, carné no. **200715470** quien manifestó su deseo de hacer Práctica Supervisada de forma *virtual, no presencial*, en su institución. Por disposiciones superiores en la Universidad de San Carlos de Guatemala, para el efecto se requiere lo siguiente:

- Extenderle, por favor una carta de aceptación y trabajar por *medios electrónicos y plataformas virtuales*.
- Facilitarle los materiales para hacer su práctica.
- Aceptar que dentro del Plan y Estrategia de Comunicación del 2020 de su institución, y que la estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico con *medios electrónicos o plataformas virtuales*, elaborar un plan y ejecutar una estrategia, que ayude al proceso de comunicación Interna o Externa de su institución.
- Autorizar que se supervise el Ejercicio Profesional –EPSL, cuando las condiciones sanitarias lo permitan por la emergencia Sanitaria actual por el COVID-19.
- Que se autorice el informe final de resultados de dicha investigación.

Atentamente,



"... Y ENSEÑAR A TODOS"

Dr. José María Torres Carrera
Coordinador EPS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

cc. Archivo
MA. Evelin Morazán

Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio M2, Ciudad Universitaria USAC
Zona 12, Ciudad de Guatemala, C.A.

www.comunicacion.usac.edu.gt

(502) 2418-8920



Guatemala, 1 de junio de 2020

Doctor José María Torres Carrera
Coordinador EPS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala
Su Despacho.

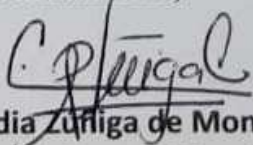
Estimado Doctor Torres:

Con un atento y cordial saludo me dirijo a usted en relación a su oficio identificado como EPSL-C07- 2020, de fecha 21 de mayo del presente año, relacionado con la solicitud para que la estudiante **KIMBERLY TATIANA GOMEZ SILVA** con carné número 200715470, sea aceptada como practicante del Programa de Graduación del EPS de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, quien manifestó su deseo de realizar su Practica Supervisada de forma virtual, no presencial en esta Institución, estableciendo en dicha solicitud una serie de compromisos y formalidades que debemos cumplir para que dicha práctica cumpla los requisitos establecidos por esa casa de Estudios.

Por lo que en nombre de esta Institución **autorizamos** de manera expresa para que la estudiante **KIMBERLY TATIANA GOMEZ SILVA** pueda realizar su práctica supervisada en esta Empresa y nos comprometemos consecuentemente a cumplir con los requerimientos formulados en la solicitud identificado en el párrafo precedente.

Sin otro particular, me suscribo del señor Coordinador con muestras de mi distinguida consideración, agradeciendo por la confianza brindada a esta Empresa para colaborar con esa Gloriosa Universidad de San Carlos de Guatemala

Atentamente;


Claudia Zúñiga de Montes
Directora General Teknikids



Para efectos legales, únicamente la autora es responsable del contenido del presente trabajo.

Dedicatoria

A mi Padre Celestial

Principalmente por darme la vida, acompañarme, iluminarme y darme las fuerzas suficientes para poder lograr una meta profesional. Gracias por tanto amor.

A mi Virgen María

Por tu amor, misericordia e intercesión.

A mis Padres

Enextón Gómez y María del Rosario de Gómez, gracias Papitos por todo, les dedico este triunfo como recompensa a todo su sacrificio y esfuerzo, por enseñarme con el ejemplo a no desmayar ni rendirme ante nada y siempre perseverar a través de sus sabios consejos. Gracias Mami por ser un ejemplo de mujer en mi vida y gracias papi por ser mi principal motivo para lograr este meta.

A mis Hijos

Montserrat y Fabián, gracias mis amores por ser el motor de mi vida, por acompañarme en mis noches de desvelo, por cada beso y abrazo de motivación. Los amo y les dedico este triunfo.

A mis Hermanos

Sindy, Wendy y Diego. En especial a Sindy, por su apoyo incondicional, por escucharme y motivarme a lograr mis metas.

Agradecimiento

A la Universidad de San Carlos de Guatemala

Por ser mi casa de estudios, por darme las herramientas para forjarme como profesional.

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación

En especial a todos los docentes que me formaron profesionalmente.

A Doctor José María Torres

Por el acompañamiento en este proceso, por su capacidad y profesionalismo.

A la Master Evelyn Morazán

Por su apoyo, motivación y ser una pieza fundamental para alcanzar este logro.

A Licenciado Fernando Lucero

Por su excelente asesoría, por acompañarme en este proceso académico y darme las herramientas para alcanzar esta meta. Que Dios lo bendiga.

A TecniKids

En especial a Claudia Zúñiga de Montes, por ser parte importante en mi desarrollo profesional, por darme la oportunidad de realizar mi Ejercicio Profesional Supervisado y realizar mi proyecto para culminar exitosamente este programa de estudios.

Índice

i. Introducción	I
ii. Antecedentes	II
iii. Justificación	III

CAPÍTULO I

1. Institución.....	1
1.2 Perfil institucional.....	1
1.3 Ubicación geográfica.....	1
1.4 Integración y alianzas Estratégicas.....	3
1.5 Origen e historia	4
1.6 Departamentos o dependencias de la institución.....	5
1.7 Organigrama de la empresa	6
1.8 Misión.....	7
1.9 Visión.....	7
1.10 Objetivos institucionales.....	7
1.11 Público Objetivo	8
1.12 Diagnóstico	8
1.13 Técnicas de Recolección	9
1.13.1 Observación	10
1.13.2 Documentación	12
1.13.3 Entrevistas de profundidad	12
1.13.4 Encuestas	14
1.13.5 Fórmula Aplicada a la Población.....	14
1.13.6 Descripción de la Fórmula.....	15
1.14 Interpretación de Resultados	16

1.15 FODA	21
1.16 Problemas detectados	22
1.17 Planteamiento del Problema comunicacional.....	23
1.18 Indicadores de éxito.....	23
1.19 proyecto a Desarrollar	23

CAPÍTULO II

2. Plan Estratégico de Comunicación	24
2.1 Descripción Técnica del Plan Estratégico de Comunicación	25
2.2 Objetivos de la Estrategia	26
2.2.1 Objetivo General	26
2.2.2 Objetivos Específicos	26
2.3 Misión del plan Estratégico	26
2.4 Visión del Plan Estratégico	26
2.5 Elementos Comunicacionales	26
2.6 Alcances y Limites de la Estrategia	28
2.6.1 Alcances	28
2.6.2 Límites	28
2.7 Metodología para la Aplicación de la Estrategia.....	28
2.8 Actividades para la operatividad de la estrategia	29
2.8.1 Manual Institucional de Crisis Covid-19.....	29
2.8.2 Bitácora de Comunicados y Protocolos.....	30
2.8.3 Guía Efectiva de Teletrabajo	30
2.9 Cronograma	31
2.10 Financiamiento	32
2.11 Presupuesto	32
2.12 Beneficiarios	33
2.13 Recursos Humanos	33
2.14 Áreas Geográficas de Acción	34
2.15 Cuadro Comparativo de las Estrategias	35

CAPÍTULO III

3. Informe de la Ejecución	36
3.1 Manual Institucional de Manejo de Crisis Covid-19.....	36
3.2 Bitácora de Comunicados, protocolos y afiches Covid-19	37
3.3 Guía Efectiva de Teletrabajo.....	39
3.4 Programación y Calendarización.....	41
Conclusiones	43
Recomendaciones.....	44
Referencias	45
iv. Anexos	47-62

i. Introducción

El Covid-19, pandemia que afecta globalmente a todas las instituciones, ha causado que las estructuras de comunicación social sean modificadas o reestructuradas de forma inmediata, descubriendo los errores desconocidos en los procesos de comunicación institucional.

La Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC), por medio de la Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC), se ha esmerado en formar profesionales de la comunicación que faciliten, guíen y brinden asesoría de comunicación a entidades que requieran fortalecer sus mecanismos, estrategias, canales y formas de comunicación, mediante técnicas, instrumentos y herramientas propios del quehacer comunicativo ante la crisis sanitaria derivada de la Pandemia COVID 19, que se vive en el mundo.

Tomando en cuenta la filosofía de la USAC, resumida en la siguiente frase “ID Y ENSEÑAD A TODOS”, ha inculcado a sus estudiantes poner en práctica todo lo aprendido retribuyéndole especialmente un aporte a la población guatemalteca.

En este informe se muestra el proceso de investigación en la empresa privada TecniKids ubicada en la ciudad de Guatemala, para contribuir con el fortalecimiento de la comunicación tanto en el contexto organizacional como en el interno en época de crisis.

A continuación, se presenta en forma estructurada y detallada, los procedimientos, técnicas y mecanismos empleados durante la fase de investigación, para lograr que se constituyera un “Diagnóstico de Comunicación de la institución TecniKids Guatemala”. En el recorrido hecho en la organización, se analizaron cada uno de los problemas, las debilidades y las necesidades existentes, de manera que, a partir de estos resultados, se elabore un proyecto de comunicación que coadyuve a solucionar la problemática que pudieran ocurrir en esa entidad.

ii. **Antecedentes**

TecniKids es una empresa que provee servicios tecnológicos educativos en Guatemala, Honduras, El Salvador y Costa Rica, asegurando la calidad de servicios y promoviendo el desarrollo tecnológico en el área de educación tanto en el ámbito nacional como internacional.

La empresa cuenta con varios departamentos que gestionan acciones necesarias para que el servicio brindado cumpla con los parámetros necesarios para ser una empresa altamente competitiva.

A partir del 17 de marzo de 2020, aproximadamente el 80% de los colaboradores iniciaron a laborar desde sus hogares, debido a la crisis que causó la Pandemia del Covid-19. Por ser una empresa altamente tecnológica, la mayoría del personal cuenta con computadora portátil y teléfonos inteligentes, es por ello que se tomaron las medidas necesarias de seguridad y se asignó el trabajo desde sus viviendas, exceptuando las áreas, contable y de logística.

Con estas acciones se incrementó el tráfico de información en los correos electrónicos, mensajes por plataformas sociales como *WhatsApp*, *Facebook* y llamadas entre los colaboradores.

Se observó que las herramientas de comunicación que se utilizaban antes de la crisis sanitaria del COVID 19, son las mismas que se siguen utilizando en la actualidad, ya que han sido efectivas, entre ellas se hace mención de: correos electrónicos, este es la primera herramienta de comunicación para enviar y recibir todo tipo de información, como informes de desempeño laboral, cronogramas de atribuciones, felicitaciones por logros alcanzados.

La segunda herramienta de comunicación interna son las reuniones grupales o individuales, con el objetivo de informar, organizar o capacitar a los colaboradores.

La tercera herramienta que implementan son medios impresos, se utiliza únicamente para dar a conocer normas, llamadas de atención, u horarios, estos se entregan de forma personal.

Es por ello que debido a la crisis sanitaria han tenido que suspender la implementación de algunas herramientas de comunicación interna y se ha tenido que limitar a reuniones por *Zoom*, llamadas telefónicas, mensajería instantánea y correos electrónicos.

iii. **Justificación**

Toda organización e institución, necesita una replantación drástica del manejo de acciones de comunicación ante una crisis como la que estamos viviendo actualmente por el COVID 19. TecniKids es una empresa guatemalteca que surgió de la necesidad de integrar educación y tecnología en todos los niveles de educación en 1,995.

Valiéndose de sus propias formas de administración y comunicación, fue evolucionando hasta consolidarse como una empresa reconocida en el contexto departamental. Posteriormente iniciaron a expandir sus servicios tecnológicos a otras instituciones educativas del interior del país; no obstante, la calidad del servicio permitió expandir la marca internacionalmente a cuatro países centroamericanos.

Sin embargo, ha requerido de la implementación de un sistema de estrategias de comunicación que coadyuven a establecer acciones asertivas para sobrellevar la empresa, sus empleados y sus clientes ante la crisis que atraviesa por el COVID 19.

Es importante realizar un diagnóstico de comunicación en la institución para obtener un acercamiento inmediato sobre la realidad de los procesos comunicativos e identificar las principales debilidades en materia de gestión comunicativa.

La información entorno a las acciones que realiza TecniKids en una situación de riesgo es escasa, ya que en los veinticinco años de prestar servicio no se había presentado la oportunidad de analizar qué acciones tomar ante una crisis sanitaria, que afecta los departamentos de dicha institución.

Anteriormente se mencionó, que cuentan con un canal efectivo de comunicación interna, no son acciones suficientes para resguardar la marca en tiempos difíciles, por lo cual es necesario trabajar en la comunicación e imagen corporativa de la empresa.

De esa cuenta se considera que la implementación del diagnóstico, puede contribuir a la organización de la empresa y la comunicación interna con sus empleados y sus clientes, para que pueda con todos sus recursos y herramientas salir de la situación en la cual se encuentran.

Capítulo I

Diagnóstico de Comunicación

1. Institución

TecniKids Sociedad Anónima, Ciudad de Guatemala.

1.2 Perfil Institucional

TecniKids es una institución de tipo autónoma y de servicios educativos tecnológicos.

Son aliados estratégicos para colegios y centros educativos en la enseñanza de materias tecnológicas, para niños y adolescentes, utilizando métodos, herramientas y plataformas innovadoras de alto impacto y efectividad, preparándolos para la industria 4.0.

Los programas que ofrecen a las instituciones educativas son, robótica pedagógica, informática educativa, programa de valores, laboratorios y capacitaciones. Estos programas son brindados por el personal de TecniKids que es capacitado constantemente, para brindar a sus clientes un servicio de alta calidad.

1.3 Ubicación Geográfica

Las oficinas centrales de TecniKids se encuentran ubicadas la cuarta calle 32-79, zona 11, Jardines de Utatlán II, ciudad de Guatemala CA.

TecniKids se ha expandido a nivel regional, impactando en la región metropolitana, en el departamento de Guatemala, se encuentra localizada en el área centro-sur de Guatemala, y cuenta con una gran cantidad de áreas verdes. De acuerdo con el último censo realizado en esa ciudad, en ella habitan 2.450.212 personas, pero considerando su área metropolitana de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística, alcanza un estimado de 5.103.685 habitantes para el 2018, lo que la convierte en la aglomeración urbana más poblada y extensa de América Central. la ciudad más grande y cosmopolita de Centroamérica suroccidente.

También tiene impacto en la región II Norte en el departamento de Alta Verapaz ubicado al Norte de Guatemala, a unos 200 km de la Ciudad de Guatemala. Limita al Norte con Petén; al Este con Izabal; al Sur con Zacapa, El Progreso y Baja Verapaz; y al Oeste con El Quiché.

Su cabecera es Cobán. Es el segundo departamento más poblado de Guatemala con sus 1.819.781 habitantes aproximadamente y en el departamento de Baja Verapaz, situado en la región Norte de Guatemala, limita al Norte con el departamento de Alta Verapaz; al Sur con el departamento de Guatemala; al Este con el departamento de El Progreso; y al Oeste con el departamento de El Quiché. Está prácticamente al centro de Guatemala.

En la región III Nororiente, en el departamento de El Progreso está situado en la región Nororiental de República de Guatemala, su cabecera departamental es Guastatoya, limita al Norte con el departamento de Alta Verapaz y Baja Verapaz; al Sur con Guatemala y Jalapa; al Este con Zacapa y Jalapa; y al Oeste con Baja Verapaz y Guatemala. La cabecera departamental de El Progreso está a una distancia de 74 kilómetros de la Ciudad Capital de Guatemala.

En el departamento de Izabal que está en la región Nor-Oriental de Guatemala. Limita al Norte con el departamento de Petén y el mar Caribe; al Sur con el departamento de Zacapa; al Este con la República de Honduras; y al Oeste con el departamento de Alta Verapaz. La cabecera departamental, Puerto Barrios, se encuentra a una distancia de 308 km. de la capital de la república.

En el centro del departamento se localiza el lago de Izabal, el más grande de Guatemala. El departamento posee una superficie de 9,038km que en términos comparativos es similar a la de Chipre y a su vez lo convierte en el segundo departamento más grande de la república de Guatemala.

En la región IV Suroccidente en el departamento de Quetzaltenango que está a 206 km al Noroeste de la Ciudad de Guatemala. La ciudad se encuentra ubicada en un valle montañoso en el altiplano occidental del país con una altitud media de 2.333 msnm. Cuenta con una población de 225.000 habitantes, pero considerando su área metropolitana alcanza un total de 565.034 lo que la convierte en la segunda aglomeración urbana más poblada del país

solamente superada por el Área metropolitana de Guatemala, además la ciudad se ubica dentro de las 20 ciudades más importantes de Guatemala.

1.4 Integración y Alianzas Estratégicas

TecniKids ha sido conformado para prestar servicios educativos en las áreas tecnológicas de informática y robótica pedagógica.

Convirtiéndose en aliados estratégicos para colegios y centros educativos en la enseñanza de materias tecnológicas para niños y adolescentes, cumpliendo la función de un *outsourcing*.

En el entorno comercial de TecniKids, hay marcas que han proporcionado beneficios para la empresa, facilitando así, la adquisición de materiales, el manejo de relaciones personales, entre otros, por estas razones en TecniKids han manejado el concepto de “marcas amigas”, creando alianzas o acuerdos comerciales para lograr un objetivo particular y común, como adquirir nuevos clientes por parte de la empresa, aumentar las fortalezas y disminuir las debilidades, acceder a nuevos mercados.

A continuación, se enlistan las marcas amigas de la institución

Photon

Makeblock

Asociación Americana de Robótica y Tecnología A. C.

EGB4 technologies

Bee-Bot

K´nex Education

RoboTeando

Dash and Dot

XYZ Printing

Parallax

Arduino

Robot

Vex Robotics

Carnegie Mellon University

Abilix

NASA

Por otro lado, se hace mención que, al iniciar las restricciones dictadas por el gobierno debido a la Pandemia del COVID 19, TecniKids buscó una alianza muy fuerte con *TOMi*, marca internacionalmente reconocida. Para fortalecer la imagen de la institución y con el servicio que ofrece la empresa mencionada, fortalecer y facilitar la gestión de los clientes para impartir clases en línea a los estudiantes de las instituciones educativas que TecniKids les brinda el servicio, entidades que actualmente están suspendidas para evitar la propagación del COVID 19.

1.5 Origen e Historia

TecniKids es una empresa guatemalteca que inició con la necesidad de integrar educación y tecnología en 1,995 por su fundador Giovannie Arfie Montes Gamboa. Innovando constantemente en el desarrollo e implementación de programas de integración curricular, en el área de informática, robótica pedagógica y valores, para instituciones educativas en los sectores públicos y privados. Los servicios de TecniKids cuentan con el aval de instituciones internacionales de renombre, personal altamente calificado y equipo de vanguardia, con el fin de introducirlos a la educación 4.0.

Cronología de TecniKids

En 1995: nacen con el objetivo de llevar tecnología al alcance de todos. Iniciaron con cursos de informática educativa a niveles de preprimaria y primaria.

En 2002: ampliaron los servicios y llevaron sus programas de tecnología al interior de la república trabajando en el departamento de Quetzaltenango.

En 2005: siguieron creciendo con tecnología en el interior de la república, logrando estar presentes en siete departamentos de Guatemala, llevando clases de informática educativa

En 2010: implementaron el programa de robótica pedagógica para Guatemala y Centro América, apoyando así las ciencias exactas.

En 2012: expandieron sus servicios a nivel regional e internacional; Honduras, El Salvador y México.

En 2020: actualmente prestan sus servicios de informática, robótica pedagógica, aulas interactivas y *makerlab* a más de 165 Centros Educativos a Nivel Nacional y 56 a nivel Centroamericano. Iniciando TecniKids Costa Rica para cubrir la región de Centro América.

1.6 Departamentos o dependencias de la Institución

Desglose de los departamentos de TecniKids

CEO

Presidente Ejecutivo o Gerente General de TecniKids, encargado directo del área comercial de la empresa

- Asesores de venta
- Gestores de proyectos

Dirección General

Directora General de TecniKids, encargada de la asesoría legal, contrataciones, comunicación e imagen institucional y procesos académicos

- Director de asesorías
- Diseñadores
- Contabilidad

Dirección IT

Encargado de velar por que se cumpla la calidad del servicio a los clientes nacionales e internacionales

- Asesores IT
- Instructores IT

Contabilidad

Encargados de organizar y ejecutar el sistema de contabilidad de acuerdo a las normas y procedimientos contables establecidos de la institución.

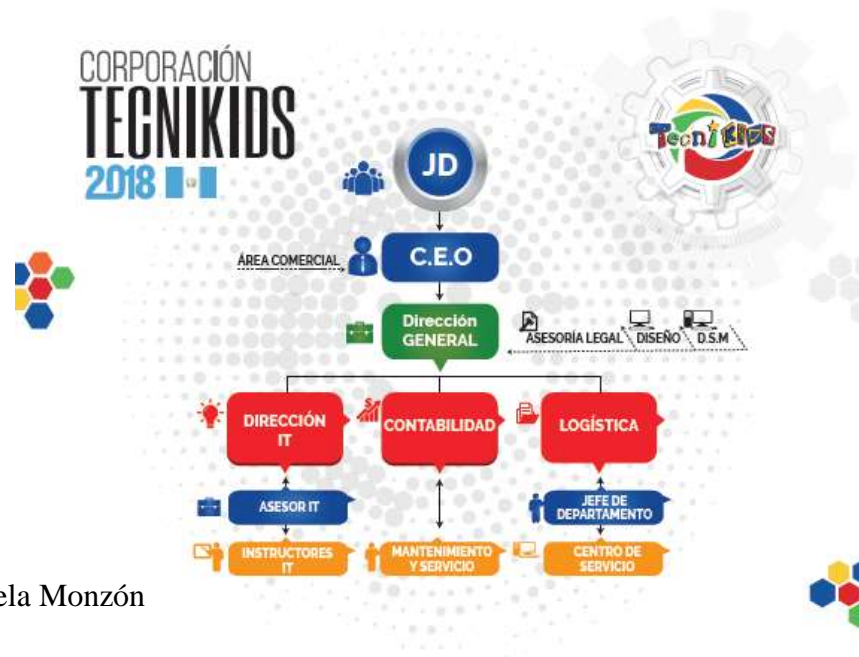
- Personal de mantenimiento y servicio

Logística

El Gerente de logística se encarga de llevar el inventario del *stock* y coordinar el grupo de técnicos de laboratorio

- Equipo técnico
- Centro de servicio

1.7 Organigrama de la Empresa



Fuente: Ana Gabriela Monzón

1.8 Misión

Brindar soluciones en materia de tecnología educativa a través de asesoría y servicio personalizado con talento humano de excelencia

1.9 Visión

Ser la empresa líder que brinde asesorías y soluciones integradas de educación y tecnología a nuestros Clientes en Guatemala, Honduras, El Salvador y Costa Rica.

1.10 Objetivos Institucionales

General

Innovar constantemente en el desarrollo e implementación de programas de integración curricular en niños y adolescentes en la educación a nivel centroamericano.

Específicos

- Brindar al estudiante una educación integral que abarque los aspectos de tecnología y valores.
- Lograr que los estudiantes adapten los procesos productivos actuales, tales como, la Automatización de la Tecnología relacionada con el empleo de sistemas mecánicos, electrónicos y basados en computadoras, a sus competencias escolares.
- Enseñar de forma innovadora las materias de ciencia, tecnología y matemáticas.
- Facilitar a las instituciones educativas la labor de capacitar a los instructores de áreas tecnológicas.

TecniKids es una empresa sólida posicionada actualmente a nivel nacional, sin embargo, no tienen un departamento de comunicación que les brinde asesorías para crear estrategias en tiempos de crisis; por lo mencionado anteriormente no hay planificación de modificar los objetivos institucionales.

1.11 Público Objetivo

TecniKids posee una cobertura a nivel regional e internacional para la prestación de servicios tecnológicos a instituciones educativas.

El grupo objetivo al cuál se dirigen directamente siendo conscientes que representan una parte intermediaria en la prestación de servicios, son las autoridades y direcciones de los establecimientos educativos privados de los departamentos de Guatemala.

La población beneficiaria con los servicios de TecniKids, son los padres de familia de niños estudiantes de 2 a 18 años de edad, al obtener facilitadores y formadores para encaminar la educación 4.0.

Ante la pandemia generada por el COVID 19, el comportamiento de los consumidores ha cambiado, debido al bache económico que atraviesa el país. Por consiguiente, ha transformado los deseos, las necesidades, los anhelos y la personalidad de los consumidores.

El grupo objetivo y la población beneficiaria de TecniKids dejaron de interesarse en la educación extracurricular de sus hijos, especialmente en las materias tecnológicas, demostrando interés únicamente en obtener las necesidades básicas para vivir. A consecuencia de ello han cancelado el servicio más del 50% por ciento de los clientes.

1.12 Diagnóstico

Un diagnóstico de comunicación es un estudio que se realiza en las instituciones, con el objetivo de determinar algún problema y las áreas de oportunidad y en base estos poder trabajar en estrategias que mejoren los procesos de comunicación y todos sus elementos. (SILVA, 2020)

Los objetivos planteados para el cumplimiento del estudio son los siguientes:

General

Identificar el proceso de comunicación interna y las medidas de contingencia tomadas, ante la emergencia sanitaria causada por la Pandemia COVID 19 en la empresa TecniKids Guatemala.

Específicos

1. Conocer la percepción de los colaboradores, en cuanto información precisa para evitar la propagación del COVID 19 en TecniKids Guatemala.
2. Analizar las barreras de comunicación, para buscar medios alternos que permitan cumplir con el objetivo de comunicar efectivamente.
3. Determinar si los canales de comunicación utilizados actualmente son los correctos para trasladar la información necesaria en la emergencia sanitaria causada por la Pandemia del COVID 19.

1.13 Técnicas de Recolección de Datos

La técnica de recolección de datos se refiere al uso de una diversidad de técnicas y herramientas que pueden ser utilizados por el analista, para recopilar datos pertinentes con la finalidad de desarrollar los sistemas de información, los cuales pueden ser la entrevista, la encuesta, el cuestionario, el diagrama de flujo. (García, 2011)

- Técnicas Cuantitativas

La investigación cuantitativa es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables. (España, 2020)

La recolección de datos cuantitativos implica el uso de números para evaluar la información. (García, 2011)

- Técnicas Cualitativas

Uno de los rasgos característicos de las técnicas cualitativas es que permiten penetrar “en el interior” del pensamiento, haciendo emerger el discurso social. (IS, 2018)

El enfoque metodológico aplicado en el proyecto de investigación es Mixto. Se utilizó técnicas cuantitativas y cualitativas, para obtener información que permita la triangulación para encontrar diferentes opciones que permitan comprender y e interpretar el estudio.

Para la realización del Diagnóstico de Comunicación, se definieron técnicas de recolección cualitativas como observación, entrevistas vía telefónica y FODA; y cuantitativas tales como encuestas a nivel interno de la institución. Todas estas aplicadas con el fin de recabar

información, estudiarla y analizarla, para detectar problemas y necesidades de comunicación interna.

1.13.1 Observación

La observación consiste en saber seleccionar aquello que queremos analizar. Se suele decir que "Saber observar es saber seleccionar". (Noval, 2005)

Tipos de Observación

la observación constituye el primer peldaño de todas las metodologías de investigación, en las que necesariamente se inicia recopilando información sobre aquello que se desea estudiar. Dicho proceso de recolección de datos variará dependiendo del tipo de investigación a la que pertenezcan:

En la investigación cuantitativa. La observación se centra en la obtención de datos que describan de manera objetiva el fenómeno observado, generalmente expresándolo en cifras y relaciones lógico-formales. Para ello emplea métodos de análisis numéricos, estadísticos o métodos de medición sistemáticos.

En la investigación cualitativa. En cambio, la observación se lleva a cabo a través de métodos más propensos a la subjetividad del investigador, cuando no a la experiencia sensible, ya que la naturaleza del análisis aspira a descubrir tendencias, sentidos y significados, más que realidades expresables numéricamente. (ETECE, 2015)

Lo observado en TecniKids

En el proceso de observación del entorno comunicacional de la institución en la crisis generada por el COVID 19 y los cambios que presentaron ante la emergencia, se obtuvieron diversos hallazgos de tipo generales y específicos de comunicación, de esa cuenta se desglosa en el listado de acuerdo a como fueron detectados en el proceso de adaptación ante las nuevas medidas generadas por la crisis y la actitud que asumió la institución.

- Actitud activa: ante los cambios en los procesos generales que causó la crisis sanitaria en la institución, las autoridades de departamento de asesoría IT actuaron de forma activa, tomando acciones inmediatas de comunicación con los clientes y personal bajo

su cargo jerárquico. Sin embargo, no se obtuvieron resultados positivos porque desertaron varios clientes por falta de acciones efectivas para garantizar el servicio.

- Actitud pasiva: si bien un departamento de asesoría tomo acciones inmediatas, se puede mencionar que la dirección general presentó una actitud pasiva, no generando soluciones, o creando un plan de seguimiento de programa para no perder clientes y tampoco se manifestaron en el tiempo idóneo para girar instrucciones a sus colaboradores, creando así juicios de valor y comunicación informal entre los empleados de la institución.

Aspectos Generales

- Se observó que tienen solo un canal de comunicación descendente por medio de grupo privado de *Facebook*.
- No cuentan con una *intranet* para gestionar la comunicación con los empleados.

Aspectos Específicos

- Durante la crisis del COVID 19 han utilizado la comunicación formal por medio de dos herramientas, un comunicado con membrete de la institución y correos institucionales de seguimiento.
- Los tipos de comunicación que emplean son comunicación ascendente, comunicación descendente y comunicación horizontal.
- Para la comunicación diaria utilizan correos electrónicos, *chats* corporativos y llamadas telefónicas.
- Para reuniones de seguimiento o desempeño laboral reuniones virtuales por *Zoom*.
- Algunos empleados no respetan la jerarquía establecida para comunicarse, excusarse o buscar soluciones para los inconvenientes que se presentan.
- La dirección IT carece de comunicación asertiva, no respondiendo llamadas para solucionar conflictos internos o girar directrices de administración.

1.13.2 Documentación

Mediante la técnica de la documentación se recolectan datos de fuentes secundarias, libros, revistas, folletos, boletines, se utilizan como fuentes para recolectar datos sobre las variables de interés. (Tamayo, 2015)

La obtención de información documental en este proceso de investigación tiene como finalidades, identificar nuevos problemas, conocer el estado de TecniKids, conocer el alcance y relevancia del problema, obtener información para el desarrollo de la investigación.

Para la revisión, la consulta y la recopilación de información documentada, se consultaron fuentes documentales propias de TecniKids. Se efectuaron consultas a documentos físicos e información directa de la página web de la institución que sirviera como soporte para el diagnóstico de comunicación, utilizando.

- ✓ Reglamento de convivencia (TecniKids Guatemala , 2015)
- ✓ Agenda institucional elaborada por el departamento de diseño y autorizada por el CEO de la institución (Zuñiga, 2020)
- ✓ Sitio web (TECNIKIDS, 2020)
- ✓ Periódico digital Prensa Libre (2017)

A continuación, se hace un análisis del entorno a las fuentes consultadas, de manera que se vea reflejados los vacíos, problemas y necesidades de comunicación.

Actualmente la página o sitio *web* de la institución ha tenido cambios por la crisis del COVID 19. Carece de información sobre valores, objetivos o información para sus empleados. Los cambios que presenta, es la creación de material para apoyar que sus clientes o su población beneficiaria obtengan recursos para la educación a distancia.

1.13.3 Entrevista de Profundidad

Este método de recolección de datos cualitativos permiten recopilar una gran cantidad de información sobre el comportamiento, actitud y percepción de los entrevistados para explorar puntos adicionales y cambiar los procesos si es necesario, por ser una herramienta flexible y

bien estructurada permite cubrir áreas apropiadas para los entrevistados de la institución. (QP, 2018)

Estas se realizaron con el objetivo de comprender a profundidad las necesidades de comunicación interna en la institución provocadas por la crisis del COVID 19.

Se aplicó por vía telefónica, implementando una guía de preguntas abiertas a cada personaje, de las cuáles se toma nota escrita.

El proceso de investigación nos permitió confirmar y hacer relación con lo observado e investigado documentalmente, llegando a coincidir los principales problemas.

No obstante, los participantes en este proceso aportaron posibles soluciones a los problemas detectados.

Los personajes entrevistados son: Licenciada Celeste Cabrera, asesora IT jefe inmediato de instructoras IT y señorita Dulce Batres instructora IT de TecniKids.

A continuación, el análisis de las entrevistas realizadas por área temática planteada.

En cuanto al tema de la comunicación interna en medio de la crisis y las medidas que implementaron por el COVID 19 (procesos, canales, formas de comunicación y cambios en los procesos a partir de la crisis), no son efectivas. Sin embargo, las entrevistas han demostrado que los empleados requieren de medios formales de comunicación, ya que los canales utilizados y la comunicación verbal no llena las expectativas mínimas para considerarse que haya comunicación asertiva institucional.

Desde la perspectiva de los empleados manifestaron que hace falta más información y apoyo sobre el tema del COVID 19.

Por otra parte, se detectó que no hay un plan de acciones ante una emergencia, o un manual de crisis, en el cual se conduzca con base en estrategias de comunicación.

La comunicación ascendente es efectiva, esto causa satisfacción en los empleados.

1.13.4 Encuestas

La encuesta es una técnica de investigación y recopilación de datos que se lleva a cabo mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de personas. Las encuestas proporcionan información sobre las opiniones, actitudes y comportamientos de nuestro grupo objetivo.

La encuesta se aplica ante la necesidad de probar una hipótesis o descubrir una solución a un problema, identificar e interpretar de la manera más metódica posible, un conjunto de testimonios que puedan cumplir con el propósito establecido.

La encuesta es uno de los métodos más utilizados en la investigación, porque permite obtener información real directamente de las personas que forman parte de un universo. (Erick Koto, 2015).

Teniendo en cuenta que el principal objetivo de esta investigación es identificar las necesidades de comunicación interna del Diagnóstico de Comunicación en TecniKids, se realizó la encuesta a un porcentaje de colaboradores con el fin de obtener información sobre las acciones y medidas que se han implementado ante la crisis sanitaria, para elaborar el diagnóstico comunicacional.

La encuesta contiene 5 preguntas cerradas, las cuales fueron enviadas vía *WhatsApp*, por medio de un formulario de *Google*.

Se diseñaron preguntas orientadas bajo objetivos fundamentales, el cual fue conocer un panorama general de cómo se está dando la comunicación y el flujo de la información brindada; se tuvo en cuenta la variable de la investigación que consiste en comunicación interna.

1.13.5 Fórmula aplicada a la población (poblaciones finitas)

La fórmula para calcular el tamaño de la muestra cuando se conoce el tamaño de la población:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{E^2 (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Total de la población

$Z^2 = 1.96$ al cuadrado (si la seguridad es del 95%), nivel de confianza (determinado por el investigador)

p = Probabilidad de éxito o proporción esperada*, en este caso 5% = 0.95

q = Probabilidad en contra 1 – p (en este caso 1- 0.95 = 0.05)

E = Margen de error permitido (aquí 5%) * Cuando no se conoce la probabilidad de éxito, se utiliza 0.5 (50%), la probabilidad de fracaso es 1-p.

1.13.6 Descripción de la Fórmula

Se tomó la población de 24 colaboradores activos.

Por lo tanto, a continuación, se desglosa la fórmula utilizada:

n = ¿?

N = 24

$Z^2 = 1.96$

E = 5%

p = 0.95

q = 0.05

$$\underline{n = 24 * 1.96^2 * 0.95 * 0.5}$$

$$0.05^2 * (24 - 1) + 1.96^2 * 0.95 * 0.05$$

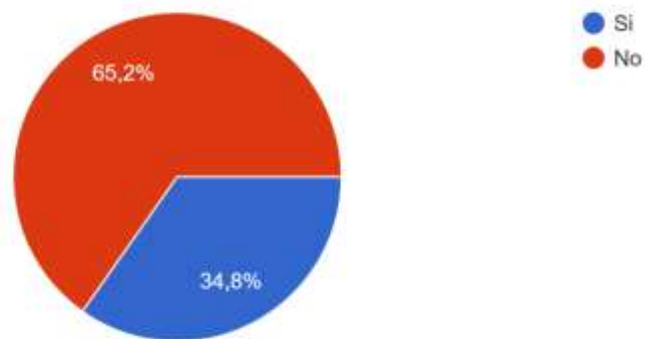
n=23 encuestas a realizar

1.14 Interpretación de Resultados

Gráfica número 1

¿Has recibido información por parte de tu empresa sobre las medidas de prevención en el tema del COVID-19?

23 respuestas



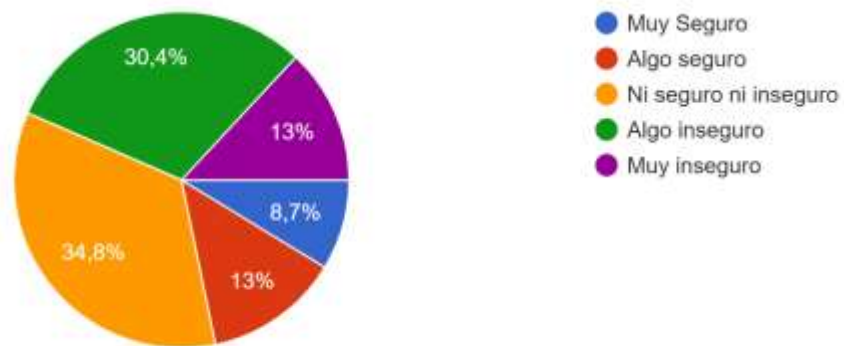
Fuente: Kimberly Tatiana Gómez Silva

En esta pregunta el 65.2% de los encuestados respondió que no ha recibido información mientras que el 34.8 respondió que sí. Lo que se puede observar que la comunicación es informal para algunos colaboradores.

Gráfica número 2

¿Qué tan seguro o inseguro sientes que es para ti regresar a la oficina después de la crisis del COVID-19?

23 respuestas



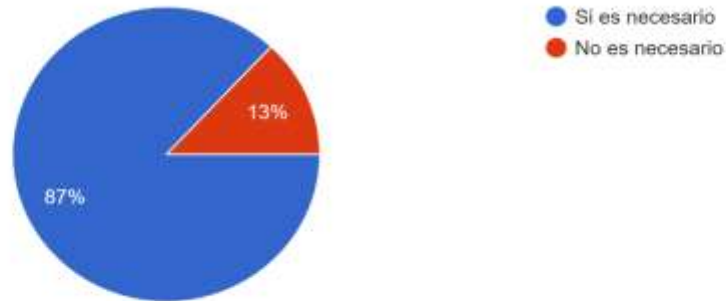
Fuente: Kimberly Tatiana Gómez Silva

Los resultados fueron: muy seguros 8.7%, algo seguro 13%, ni seguro ni inseguro 34.8, algo inseguro 30.4%, muy inseguro 13%. El porcentaje mayor fue ni seguro ni inseguro lo que se puede analizar que los colaboradores si han recibido en algún momento muestra de seguridad de parte de la empresa.

Gráfica número 3

¿Consideras necesario recibir un protocolo de higiene y seguridad por parte de la empresa para evitar la propagación del COVID-19?

23 respuestas



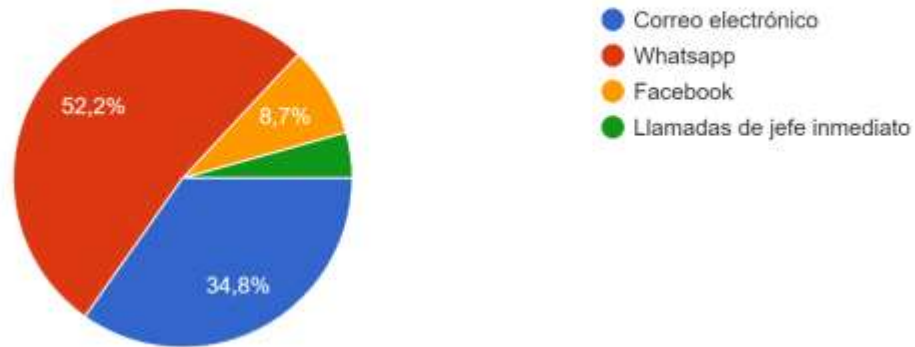
Fuente: Kimberly Tatiana Gómez Silva.

Los resultados son: si, es necesario el 87% y no es necesario el 13%, se observa que la mayoría de los empleados necesitan el apoyo informativo sobre un protocolo de higiene y seguridad por el COVID 19.

Gráfica número 4

¿Por qué canal de comunicación recibes más información por parte de la empresa?

23 respuestas



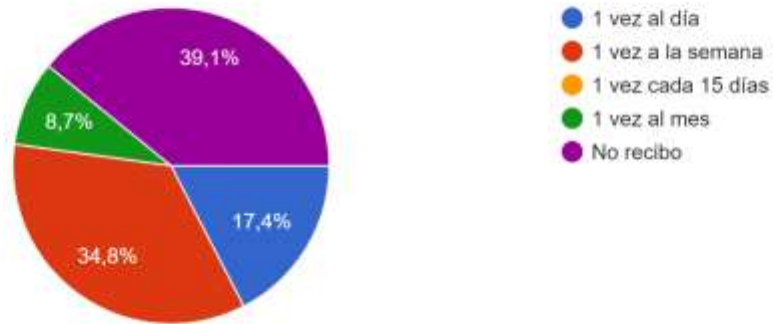
Fuente: Kimberly Tatiana Gómez Silva.

El 43.8% de los colaboradores respondieron que, por correo electrónico, el 25% respondieron que por *WhatsApp* y el 31.3% llamadas de jefe inmediato. Se puede observar que los medios más frecuentes el correo electrónico que es un canal formal de comunicación institucional y *WhatsApp* que es informal.

Gráfica numero 5

¿ Con qué frecuencia recibes comunicados informativos por parte de la empresa?

23 respuestas



Fuente: Kimberly Tatiana Gómez Silva.

El 39.1% indico que no reciben comunicados, el 34.8% indica que una vez a la semana, el 17.4% una vez al día y el 8.7% 1 vez al mes. Las respuestas fueron variadas y se puede observar que cada departamento de TecniKids maneja diferentes estrategias y tiempos de comunicación.

1.15 FODA

La matriz de análisis dafo o foda, es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de una empresa. El principal objetivo de aplicar la matriz foda en una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para tomar decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro.

Su nombre deriva del acrónimo formado por las iniciales de los términos: fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. La matriz de análisis foda permite identificar tanto las oportunidades como las amenazas que presenta nuestro mercado y las fortalezas y debilidades que muestra nuestra empresa. (Roberto Espinosa, 2019)

Como herramienta básica para el análisis de fortalezas y debilidades, así como la detección de amenazas y posibles oportunidades, se incluyó la utilización de la herramienta de análisis estratégico FODA, para conocer a profundidad el tema de la comunicación a nivel interno de TecniKids.

Fortalezas

- ✓ Agradable clima laboral.
- ✓ El personal se siente identificado con la empresa.
- ✓ Utilizan la comunicación ascendente.
- ✓ Utilizan la comunicación horizontal.
- ✓ Instalaciones aptas para el desarrollo de excelentes relaciones personales.
- ✓ Cuenta con plan de teléfonos corporativos para facilitar la comunicación con sus colaboradores.
- ✓ Los puestos jerárquicamente altos cuentan con correos institucionales.
- ✓ Proporcionaron computadoras portátiles a los colaboradores que necesitarán.
- ✓ Tiene cuentas en las redes sociales más utilizadas en la actualidad.
- ✓ Cuentan con un CRM.

Oportunidades

- ✓ Empleados eficientes.
- ✓ Posicionados a nivel nacional.
- ✓ Expandir servicios tecnológicos ante la pandemia del COVID19.

- ✓ Crear nuevos servicios en línea, para las personas que se encuentran en confinamiento.
- ✓ Capacitar a su personal por medios virtuales.
- ✓ Ampliar el mercado.
- ✓ Organización del trabajo y supervisión virtual.

Debilidades

- ✓ Falta de personal por suspensión ante la crisis del COVID 19.
- ✓ Poca comunicación interna entre jefaturas.
- ✓ Falta de estrategias comunicacionales internas.
- ✓ Falta de un medio formal de comunicación como intranet.
- ✓ Falta de implementación de comunicados y protocolos de higiene y seguridad.

Amenazas

- ✓ Deserción de empleados por carga excesiva de trabajo, debido a la suspensión de colaboradores por crisis.
- ✓ Empleados desleales.
- ✓ Desorganización de atribuciones e incumplimiento de tareas.
- ✓ Desinformación de acciones ante la crisis.
- ✓ Contagios posibles por falta de información.
- ✓ Comunicación informal.

1.16 Problemas Detectados

En la elaboración del diagnóstico de comunicación se detectaron problemas de comunicación que afecta a nivel interno la institución TecniKids, la cual se intentará solucionar mediante la intervención de un proyecto comunicacional.

- ✓ Ausencia de protocolos y material informativo sobre COVID 19.
- ✓ Ausencia de manual de crisis.
- ✓ Ausencia de conocimientos sobre comunicación interna.

- ✓ Poco interés por informar a los colaboradores sobre tema COVID 19.
- ✓ Falta de conocimiento en las herramientas para realizar un trabajo exitoso desde casa, provocando retrasos en los procesos internos de la institución.

1.17 Planteamiento del Problema Comunicacional

TecniKids no cuenta con un departamento de comunicación o una asesoría en la materia; desconocen de canales y herramientas para establecer una comunicación efectiva con sus colaboradores ante la emergencia sanitaria del COVID 19, creando en ellos comunicación informal.

1.18 Indicadores de éxito

- Todos los colaboradores de TecniKids Guatemala, recibirán capacitaciones para utilizar herramientas necesarias para trabajar exitosamente desde casa.
- Las autoridades de la institución tendrán productos comunicacionales que podrán utilizar a largo plazo.
- Fortalecer la comunicación interna entre colaboradores.
- Crear un mejor clima laboral.
- La institución cuenta con el financiamiento necesario para implementar las estrategias propuestas.

1.19 Proyecto a desarrollar

“Diagnóstico y Estrategia de Comunicación Interna para el Fortalecimiento del Proceso de información y Clima Laboral de la Empresa TECNIKIDS GUATEMALA, ante la Crisis Sanitaria COVID-19”

Capítulo II

2. Plan Estratégico de Comunicación

Posteriormente a la fase diagnóstica e investigada de la situación de comunicación interna de la institución TecniKids ante la crisis del COVID 19, en la cual se encontraron hallazgos tales como la falta de canales y herramientas institucionales para establecer una comunicación efectiva sobre los aspectos que resguardan la salud de los empleados, y donde el 65% de las personas encuestadas indican que no han recibido información sobre COVID19 y 87% del personal encuestado indica que considera necesario establecer un protocolo de higiene y prevención para dicha pandemia.

Además, no se ha tomado en cuenta que el personal de dos departamentos de la institución, están laborando en oficinas centrales y es necesario colocar afiches informativos de los procesos de prevención ante el COVID 19, así como también crear material digital para el personal que no se presentan a las oficinas.

Con el objetivo de fortalecer la responsabilidad social empresarial, se les mantendrá informados sobre las medidas a tomar ante esta crisis sanitaria. Asimismo, se considera necesario fortalecer la parte humana y se implementará un comunicado de solidaridad para los miembros de la familia TecniKids que den positivo al COVID 19.

Con la recolección de información, el ordenamiento y la creación de material para brindar las soluciones propuestas a las autoridades de TecniKids, se planifican varias iniciativas que promuevan una mejor comunicación e información necesaria sobre la comunicación interna de la entidad por el COVID 19.

De esa cuenta, se redactó sobre la base de la guía metodológica de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, el planteamiento a la estrategia de comunicación de acuerdo a los resultados y análisis obtenidos del proceso diagnóstico implementado en febrero y mayo de 2020, con el cual se diseñó una estrategia que buscará el fortalecimiento de la comunicación interna en la institución ante el COVID 19.

2.1 Descripción Técnica del Plan Estratégico de Comunicación

La comunicación para toda la organización es de vital importancia para el encaminamiento y logro de objetivos organizacionales, su visión y misión que son la razón de ser. (Tunay, 2010)

La claridad conceptual de la estrategia indica que es una serie de conjunto de reglas que definen las acciones para el logro de un proyecto de comunicación. De manera que antes de permitir que se siga debilitando el proceso de comunicación e información y perturbe el logro de los objetivos de la institución, busca anticiparse a los desafíos y oportunidades que se produzcan a nivel interno.

El propósito de la estrategia es implementar herramientas que permitan una comunicación efectiva a los colaboradores de TecniKids, para que, durante el tiempo de crisis sanitaria, puedan seguir los procesos internos para seguir cumpliendo con la misión y visión.

Finalmente, la estrategia busca fortalecer la comunicación interna entre los colaboradores de la institución e informar a los empleados sobre las medidas, sanitarias por el COVID 19. Para ello, se crearán afiches informativos, protocolo de higiene y seguridad y una serie de comunicados que mantendrán informados a las y los colaboradores.

Los lineamientos de la estrategia de comunicación se definen con base en la plataforma de comunicación y coordinación, los cuales se describen a continuación:

- ✓ Informar a los empleados de las nuevas disposiciones que se ejecutan en la institución por la crisis del COVID19 por medio de comunicados.
- ✓ Fortalecer el proceso de información de medidas sanitarias por medio de un protocolo de higiene y seguridad.
- ✓ Promover procesos de comunicación formal utilizando herramientas y canales efectivos dedicados únicamente a informar a los empleados de las nuevas formas de trabajo ante la pandemia.
- ✓ Enriquecer la comunicación interpersonal, solidarizándose con los colaboradores que dan positivo al COVID 19 o algún miembro de su familia.

Aunado a ello se establecen alcances para la consecución de los logros según lo requiere la estrategia, planteados en tiempo, espacio y calidad de los medios materiales y humanos.

2.2 Objetivos de la Estrategia

2.2.1 Objetivo General

- Fortalecer los procesos de comunicación interna, creando herramientas para informar a los colaboradores sobre disposiciones y prevenciones por la Pandemia del COVID 19.

2.2.2 Objetivos Específicos

- Establecer herramientas y canales de comunicación efectivas para informar a los colaboradores aspectos relacionados con el COVID 19.
- Crear material digital y capacitar a los colaboradores para establecer los lineamientos del teletrabajo por el COVID 19.
- Instituir una metodología que brinde indicaciones necesarias y procedimientos recomendados a seguir en el momento de enfrentarse a situaciones problemáticas o alguna crisis.

2.3 Misión del Plan Estratégico

Lograr que los procesos de comunicación interna en TecniKids ante la crisis sanitaria COVID 19 en Guatemala, sean efectivos y cumplir con los objetivos de la empresa.

2.4 Visión del Plan Estratégico

Hacer de Tecnikids una institución altamente responsable en el contexto nacional ante la crisis COVID 19.

2.5 Elementos Comunicacionales

Comunicación

Es el intercambio de sentimientos, opiniones, pensamientos o cualquier tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de códigos. Todas las formas de comunicación requieren

un emisor, un mensaje y un receptor destinado, pero el receptor no necesita estar presente ni consciente del intento comunicativo por parte del emisor para que el acto de comunicación se realice. (Data, 2012)

Comunicación Interna

Es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir al trabajador. Nace como respuesta a las nueve necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido.

Para aumentar la eficacia del equipo humano, verdadero artífice de los resultados, debe sentirse a gusto e integrado en su organización o institución, y esto es posible si los colaboradores están informados, conocen los diferentes entramados de la compañía, su misión, su filosofía, sus valores, su estrategia, se sienten parte de ella, y, por consiguiente, están dispuestos a todo de sí mismos. (PI, 2015)

Estrategia

La estrategia de comunicación es la herramienta que nos permite planificarnos en el tiempo de una forma organizada, la sistematización o metodología empleada para este ejercicio de comunicación es variable y cambiante, cada organización puede crear su propia metodología y sistematizarla siempre y cuando le permita de una forma integral y coherente comunicar sus objetivos en un plazo determinado. (Fuentes, 2012)

Plan Estratégico de Comunicación interna

Es una ruta donde se plasma la forma en la que la institución se dirige a los empleados. Es la puesta en marcha de un conjunto de acciones para favorecer el traspaso de información conocimiento entre los trabajadores de una empresa. El objetivo es generar un buen clima laboral y mejorar la relación empresa empleado. (2017)

Es un documento de trabajo que recopila y concreta los objetivos que se desean alcanzar durante un periodo de tiempo, generalmente un año.

En él se concretan los programas de comunicación que se van a implantarse. Y en cada uno de estos programas, se especifican: responsables de su ejecución, las audiencias a las que se

dirige, los objetivos, los mensajes claves, los canales de comunicación recomendables, los medios de evaluación y el seguimiento. (STUDIO, 2012)

2.6 Alcances y Límites de la Estrategia

2.6.1 Alcances

Para la implementación y ejecución de la estrategia de comunicación se cuenta con el apoyo humano necesario para la realización de las actividades establecidas.

- ✓ La disposición de las autoridades de la institución para llevar a cabo la operatividad de la estrategia.
- ✓ Se cuenta con los medios tecnológicos necesarios para crear el material digital.
- ✓ Disponibilidad de hora para realizar reuniones virtuales.
- ✓ Se cuenta con el apoyo de colaboradores de la institución para participar en diferentes actividades necesarias.
- ✓ El presupuesto para la estrategia es de bajo costo.

2.6.2 Límites

- ✓ El principal aspecto que podría limitar la ejecución efectiva de la estrategia, es el cierre inesperado de la institución debido a la crisis económica causada por el COVID 19.
- ✓ Otra limitación es que, debido a la crisis sanitaria, la empresa ha prescindido de los servicios de un porcentaje de empleados, por consiguiente, el colaborador tiene alta carga laboral y tienen poco tiempo e interés en participar en capacitaciones.
- ✓ La implementación de estrategias a distancia.

2.7 Metodología para la Aplicación de la Estrategia de Comunicación

La metodología para la aplicación de la estrategia de comunicación consta de una serie de pasos sistematizados que conllevan un conjunto de acciones, en los cuáles se proporcionará a cada necesidad presentada una solución.

Con base en el tipo de investigación descriptiva que se realiza en el presente informe y el enfoque Mixto en el cuál se utilizaron técnicas cualitativas como la observación, y cuantitativas como la encuesta se concretó lo siguiente.

Derivado de la necesidad de que los colaboradores cuenten con un protocolo de Prevención y de herramientas para realizar un trabajo exitoso desde sus hogares, se planteó la guía efectiva de teletrabajo y en la bitácora de comunicados digitales, se integrará un protocolo de higiene y prevención ante el COVID 19.

Además, la institución tampoco cuenta con lineamientos de acciones a tomar en caso que los colaboradores den positivo al COVID 19, quien lo sustituye, cuantos días estará suspendido, a quién se le debe informar. Se creará el manual de manejo de crisis COVID 19.

2.8 Actividades para la Operatividad de la Estrategia

Para fortalecer la comunicación interna en TecniKids, se incorporará una serie de productos y actividades comunicacionales, para el logro de los objetivos planteados, por lo que se describen uno a uno según la producción a realizar.

Como resultado de las encuestas y de las entrevistas que se efectuaron a los colaboradores de TecniKids se estableció que es necesario crear las siguientes estrategias.

2.8.1 Manual Institucional de Crisis COVID 19

Diseñar un manual de manejo de crisis sanitaria COVID 19, contemplando el plan de acción que debe ejecutar la institución ante la crisis económica y sanitaria, en el cual debe incluirse un comité de crisis que delimite las acciones a seguir en caso que los trabajadores den positivo al coronavirus.

2.8.2 Productos Digitales

Bitácora de Comunicados COVID 19

Elaborar una bitácora de productos digitales con el objetivo de mantener informados a los colaboradores respecto a las disposiciones que se implementan cada semana o que surjan como emergencia del COVID 19.

Parte de la bitácora de los comunicados COVID 19, se incluirá protocolos de higiene y prevención, un afiche del lavado correcto de manos, otro del uso correcto de la mascarilla, carta de solidaridad para los empleados que den positivo al COVID 19, protocolo de desinfección de herramientas de trabajo y proceso de desinfección al llegar a la oficina. Para compartir la comunicación se estableció utilizar la plataforma social *Facebook*, la cual ya tiene un grupo con los colaboradores.

2.8.3 Guía Efectiva de Teletrabajo

Realizar una guía efectiva para trabajar desde casa por medio de un audiovisual, el cual incluye, *tips*, horarios, calendarización, propuestas de aplicaciones para organizar y planificar su día, con alarmas, avisos y recordatorios. Parte de la guía efectiva, se realizará una capacitación de las Herramientas de *Zoom*, que es la plataforma por videoconferencias que se estableció para realizar el teletrabajo.

2.9 Cronograma

Actividades	Mayo				Junio					Julio					Agosto					Septiembre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4
Semanas para trabajar																							
Creación de cuenta para programar reuniones en <i>Zoom</i>																							
Diseño de primera propuesta de invitación para herramientas de <i>Zoom</i>																							
Diseño y entrega de segunda propuesta de invitación en <i>Zoom</i>																							
Capacitación herramientas de <i>Zoom</i>																							
Diseño de primera propuesta de afiche digital del lavado correcto de manos																							
Entrega de afiche digital del lavado correcto de manos																							
Revisar el grupo de <i>Facebook</i> de TecniKids																							
Investigación de los elementos que debe llevar un manual de manejo de crisis																							
Diseño de primera propuesta de afiche digital del uso correcto de la mascarilla																							
Reunión Vía <i>Zoom</i> con autoridades para concretar propuestas																							
Entrega de Protocolo a TecniKids																							
Examen Privado																							

Fuente: Kimberly Tatiana Gómez Silva

2.10. Financiamiento

El desarrollo de la Estrategia de Comunicación está respaldado por la empresa TecniKids. La institución cuenta con el financiamiento necesario para implementar el plan estratégico de comunicación.

Tecnikids garantiza el equipo tecnológico necesario para crear la estrategia, proporciona los recursos necesarios para investigar y crear este tipo de proyectos.

2.11. Presupuesto

Cantidad	Producto	Costo unitario	Costo total
1	Computadora portátil hp	Q. 3,000.00	Q. 3,000.00
1	Teléfono móvil con internet	Q. 365.00 mensual x 7	Q. 2,555.00
1	Licencia de <i>Zoom</i>	Q. 120.00	Q. 120.00
1	Termómetro infrarrojo	Q. 700.00	Q. 700.00
10	Afiches enmicados <i>full color</i>	Q. 8.20.00	Q. 82.00
12	Mascarillas	Q. 20.00	Q. 240.00
1	Galón de Amonio Cuaternario	Q. 200.00	Q. 200.00
1	Atomizadores	Q. 40.00	Q. 40.00
1	Consulta con Fisioterapeuta para consejos de posturas en Teletrabajo	Q. 150.00	Q. 150.00
10	Entrega a domicilio de sillas de oficinas para colaboradores de TecniKids	Q50.00	Q. 500.00
	Costo total del proyecto		Q. 7,587.00

Fuente: Kimberly Tatiana Gómez Silva

2.12. Beneficiarios

- ✓ Primarios: Las máximas autoridades de la institución
- ✓ Secundarios: Los beneficiarios del proyecto, son los colaboradores de TecniKids.

2.13. Recursos Humanos

Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación

Doctor José María Torres, Coordinador Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura EPSL.

M.A. Evelin Morazán Gaitán, Supervisora General Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura EPSL.

M.A. Evelin Hernández, Supervisora Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura EPSL.

Lic. Luis Fernando Lucero, Supervisor Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura EPSL.

Dirección General de Recursos Humanos:

Claudia Zúñiga de Montes, es la persona encargada de supervisar y observar el proceso que se llevó a cabo en la realización del proyecto, así como autorizar los elementos propuestos en el presupuesto para realizar las estrategias.

Departamento de Diseño Gráfico

Ana Gabriela Monzón, encargada de proporcionar bordes, logos, imágenes institucionales para la elaboración de afiches Informativos, comunicados, y audiovisuales.

Edición

Kimberly Tatiana Gómez Silva, EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación 2020. Encargada de crear material para la guía efectiva de Teletrabajo.

2.14. Áreas Geográficas de Acción

El área de cobertura para ejecutar la estrategia de comunicación de forma no presencial y cada una de las actividades que la integran, se concentran con los colaboradores de la Ciudad de Guatemala, Departamento de Quetzaltenango y Cobán Cabecera departamental de Alta Verapaz.

2.15. Cuadro Comparativo Estrategias

Actividad o producto Comunicacional	Objetivos Específicos	Presupuesto	Recurso Humano	Área Geográfica de impacto	Beneficiarios	Fecha de Ejecución
Bitácora de Comunicados y Afiches Informativos	Informar y concienzar a todos los colaboradores de la institución utilizando herramientas efectivas de comunicación	Q.465.00	Epesista de Ciencias de la Comunicación	TecniKids Guatemala, Quetzaltenango y Cobán, Alta Verapaz	Todos los colaboradores de TecniKids Guatemala	De mayo a septiembre de 2020.
Guía Efectiva de Teletrabajo	Proporcionar a los colaboradores de TecniKids una guía efectiva para establecer rutinas laborales que beneficien a la empresa en el factor de productividad.	Q. 270.00	Epesista de Ciencias de la Comunicación Fisioterapeuta	TecniKids Guatemala, Quetzaltenango y Cobán, Alta Verapaz	Todos los colaboradores de TecniKids Guatemala, Quetzaltenango y Cobán, Alta Verapaz	De julio a septiembre de 2020.
Manual de Manejo de Crisis Covid-19	Establecer una ruta de acción para anticiparse a hipótesis de riesgos y minimizar posibles daños institucionales	1,500	Epesista de Ciencias de la Comunicación Colaboradores de TecniKids que formen parte del comité de crisis.	TecniKids Guatemala, Quetzaltenango y Cobán, Alta Verapaz	Máximas Autoridades de la institución	Septiembre de 2020.

Fuente: Kimberly Tatiana Gómez Silva

Capítulo III

Ejecución de La Estrategia

3. Informe de Ejecución

3.1 Manual Institucional de Manejo de Crisis Covid-19

Objetivo

Brindar una herramienta que le permita a TecniKids comunicarse efectivamente con sus colaboradores en la situación de crisis por el COVID 19, de tal manera que los mensajes emitidos contribuyan a mitigar los efectos negativos que puedan derivarse de la situación.

Medio Utilizado

- Correo electrónico
- Impreso por la institución

Área Geográfica de Impacto

- Las áreas geográficas de ejecución se concentran con las máximas autoridades de TecniKids en la Ciudad de Guatemala.

Presupuesto

- 1,500.00

Validación

Manual de crisis COVID 19 TecniKids



Fuente: Kimberly Tatiana Gómez Silva

3.2 Bitácora de Comunicados, Protocolos y Afiches COVID19

Objetivo

- Fortalecer la comunicación interna, con herramientas efectivas que propicien la cultura organizacional y debiliten la posibilidad de contagio COVID 19 con el personal activo.

Medio Utilizado

- Grupo privado de *Facebook*
- Grupos de *WhatsApp*
- Correo Electrónico
- Afiches en las oficinas

Área Geográfica de Impacto

- Las áreas geográficas de ejecución se concentran con los colaboradores de la Ciudad de Guatemala, Departamento de Quetzaltenango y Cobán Cabecera departamental de Alta Verapaz.

Presupuesto

- Q. 465.00

Validación





Fuente: Kimberly Tatiana Gómez Silva

3.3 Guía Efectiva de Teletrabajo

Objetivos

- Proporcionar una guía efectiva para que los colaboradores organicen sus atribuciones y realzarlas de forma eficiente.
- Gestionar acciones que fortalezcan el clima laboral.

Medio Utilizado

- Invitación por grupos de redes sociales.
- Correo electrónico.
- Video conferencias.

Área Geográfica de Impacto

- Las áreas geográficas de ejecución se concentran con los colaboradores de la Ciudad de Guatemala, Departamento de Quetzaltenango y Cobán Cabecera departamental de Alta Verapaz teniendo alcance por plataformas virtuales.

Presupuesto

- Q. 620.00

Validación



3.4 Programación y Calendarización

No.	Actividades	Meses																								
		Marzo					Abril					Mayo					Junio				Julio					
	Meses	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S5	
	Semanas																									
1	Elaboración y entrega de informes de Fase Propedéutica, más investigación de campo inicial	■	■																							
2	Proceso de entrega papelería para completar inscripción EPS- Licenciatura	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
3	revisión semanal de grupos en redes sociales para solventar dudas											■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
4	Creación de cuenta en Zoom para realizar, reuniones y conferencias.											■	■	■	■	■										
5	diseños y aprobación de invitación a conferencia de Zoom sobre uso de las herramientas											■	■	■	■	■										
6	Elaboración, revisión y entrega de la Evaluación 1. Diagnóstico de Comunicación											■	■	■	■	■	■	■	■	■						
7	Investigación sobre la elaboración de manuales de Crisis																				■	■	■			
8	Elaboración y entrega - 2. Plan de Comunicación																				■	■	■	■	■	
9	Primer videoconferencia del uso de las Herramientas Zoom.																								■	■

No.	Actividad	Meses														
		Agosto					Septiembre				Octubre					
	Meses	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S5		
	Semanas															
10	Reunión con directora de TecniKids para presentar las estrategias															
11	Capacitaciones para fortalecer la etapa de ejecución															
12	Entrega del informe de los 3 capítulos para revisión															
13	Recepción y revisión final de informe final															
14	Ejecución de propuesta de Teletrabajo															
15	Ejecución de Bitácora de Comunicados															
16	Reunión con directora de TecniKids para concretar entrega de Manual de Crisis															
17	entrega de Manual de Crisis COVID 19															
18	Evaluaciones de los informes-presentaciones individuales															
19	Impresión final de informe empastado con cd's															
20	Finalización del EPS de Licenciatura-Entrega de notas a Control Académico															

Fuente: Kimberly Tatiana Gómez Silva

Conclusiones

1. La ausencia de un diagnóstico de comunicación impedía a la institución TecniKids Guatemala, contar con una herramienta útil, que a partir de un proceso científico determinara la estrategia idónea, para establecer un proyecto comunicacional realizable, el cual se llevó a cabo en el lapso de seis meses de desarrollo del Ejercicio Profesional Supervisado.
2. La Crisis sanitaria del COVID 19, no fue impedimento para el desarrollo de los procesos de comunicación en este proyecto planteado.
3. La nueva modalidad de medidas virtuales y estrategias digitales para evitar la propagación del COVID 19, permitió diseñar los productos comunicacionales adecuados.
4. La elaboración de este proyecto comunicacional, fortaleció el clima laboral y la cultura organizacional de la institución.
5. La existencia de factores negativos tales como: despidos, suspensión de colaboradores de la empresa, entre otros, pueden obstaculizar el desarrollo de procesos de comunicación y afectar el clima laboral. Por ello, es importante prever formas de gestión y coordinación en el plan que se elabore, como alternativas que permitan solventar las necesidades más urgentes por atender.

Recomendaciones

1. Proponer que el manual de crisis elaborado para TecniKids, sea actualizado anualmente, para garantizar que la información incluida sea de utilidad, y se convierta en una herramienta de apoyo para la pronta solución de cualquier crisis que se presente.
2. Incorporar un departamento de Comunicación en TecniKids, encargado de gestionar la comunicación interna y externa de la institución.
3. Que el presente Diagnóstico de Comunicación en TecniKids Guatemala, sea una base que impulse a la dirección a tomar acciones para crear un departamento de comunicación o incluir entre sus colaboradores un asesor en esa materia.
4. Que los nuevos estudiantes de EPSL de Ciencias de la Comunicación, asignados por la Coordinación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, les den seguimiento a los proyectos iniciados por los estudiantes anteriores, para lograr un mayor impacto a mediano y largo plazo en las instituciones.
5. Implementar el uso de comunicados, afiches, circulares y otras herramientas de comunicación, que permitan tener una comunicación interna altamente efectiva.

Referencias

- **CONCEPTO PERSONAL** / aut. SILVA KIMBERLY TATIANA GÓMEZ. - GUATEMALA : NINGUNA, 2020. - Vol. 1.
- **CONCEPTO.DE** [En línea] / aut. ETECE. - JUNIO de 2015. - SÁBADO de OCTUBRE de 2020. - <https://concepto.de/observacion/>.
- **Data 21** [En línea] / aut. Data. - 2012. - julio de 2020. - <https://sites.google.com/site/data2103f2/que-es-la-comunicacion>.
- **Entorno virtual** [En línea] / aut. García Benilde. - Benilde García, octubre de 2011. - jueves de mayo de 2020. - <http://entornovirtualparaeldesarrollode.weebly.com/41tecnicas-cuantitativas.html>.
- **Entorno Virtual** [En línea] / aut. García Benilde. - Benilde García, octubre de 2011. - junio de 2020. - <http://entornovirtualparaeldesarrollode.weebly.com/4teacutecnicas-de-recoleccion-acuten-de-datos.html>.
- **Fisterra.com** [En línea] / aut. España Elsevier. - Elsevier España, 2020. - junio de 2020. - <https://www.fisterra.com/formacion/metodologia-investigacion/investigacion-cuantitativa-cualitativa/>.
- **Fortalecimiento de procesos de comunicación entre las autoridades y COCODES de la Municipalidad de Panajachel** [Informe] / aut. Tunay Nancy. - 2010.
- **Fortalecimiento de los procesos de comunicación entre las autoridades Municipales y los COCODES de La Municipalidad de Panajachel** [Informe] / aut. Tunay Nancy. - 2010.
- **Fundación para la investigación Social Avanzada** [En línea] / aut. IS Fundación. - Fundación IS, 2018. - mayo de 2020. - <https://isdfundacion.org/2018/09/19/tecnicas-cualitativas-investigacion/>.
- <https://sites.google.com/site/data2103f2/que-es-la-comunicacion> [Informe].
- **IEBS** [En línea] / aut. Soler, IEBS. - Soler, IEBS, 2017. - agosto de 2020. - <https://www.iebschool.com/blog/elaborar-plan-comunicacion-9-pasos-comunicacion-digital/>.
- **Marketing** [En línea] / aut. PI SAC. - SAC PI, 2015. - junio de 2020. - <https://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-interna-119.htm>.
- **Medio.com** [En línea] / aut. Fuentes. - Fuentes , 2012. - julio de 2020. - <https://medium.com/@julianlopez/que-es-una-estrategia-de-comunicacion-C3%B3n-210bf83c9e48>.

- **PLATAFORMA TK** [En línea] / aut. **TECNIKIDS**. - TK, 2020. - MAYO de 2020. - <http://www.tecnikids.com/tk/>.
- **Postgrado une** [En línea] / aut. Tamayo Karla. - Karla Tamayo, 2015. - lunes de julio de 2020. - <http://www.postgradoune.edu.pe/pdf/documentos-academicos/ciencias-de-la-educacion/23.pdf>.
- **Practicum** [En línea] / aut. Noval SIEN. - SIEN, 2005. - junio de 2020. - https://www.ugr.es/~rescate/practicum/el_m_todo_de_observaci_n.htm#:~:text=2.1.,observaci%C3%B3n%20como%20instrumento%20de%20an%C3%A1lisis.&text=La%20observaci%C3%B3n%20cient%C3%ADfica%20%22tiene%20la,insertas%20en%20un%20contexto%20te%C3%B3rico..
- **Prensa Libre** [En línea]. - agosto de 2017. - viernes de julio de 2020. - <https://www.prensalibre.com/PrensaLibreTV/promueven-desarrollo-tecnologico-en-guatemala/>.
- **QP** [En línea] / aut. QP Software. - Software, 2018. - mayo de 2020. - <https://www.questionpro.com/blog/es/metodos-de-recoleccion-de-datos-cualitativos/>.
- **Qué es la comunicación** / aut. Google.
- **Question Pro** [En línea] / aut. Erick Koto. - Erik Koto, 2015. - domingo de agosto de 2020. - <https://www.questionpro.com/es/una-encuesta.html>.
- **Reglamento de convivencia** [Informe] / aut. TecniKids Guatemala . - 2015.
- **Roberto Espinosa** [En línea]. - Espinosa Consultores, 2019. - sábado de agosto de 2020. - <https://robertoepinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda#:~:text=La%20matriz%20de%20an%C3%A1lisis%20dafo%20o%20foda%2C%20es%20una%20conocida,y%20mejorar%20en%20el%20futuro..>
- **Roberto Espinosa** [En línea] / aut. Roberto Espinosa // Roberto Espinosa . - Espinosa Consultores, 2019. - sabádo de agosto de 2020. - <https://robertoepinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda#:~:text=La%20matriz%20de%20an%C3%A1lisis%20dafo%20o%20foda%2C%20es%20una%20conocida,y%20mejorar%20en%20el%20futuro..>
- **TALENTOS REUNIDOS** [En línea] / aut. STUDIO FLAT 26. - FLAT 26 STUDIOS, JULIO de 2012. - SÁBADO de OCTUBRE de 2020. - <https://talentosreunidos.com/2012/07/23/el-plan-de-comunicacion-interna-que-es-y-para-que/>.
- **TK agenda 2020** / aut. Zuñiga Claudia // Interna . - Guatemala : anónimo , 2020.

iv. Anexos

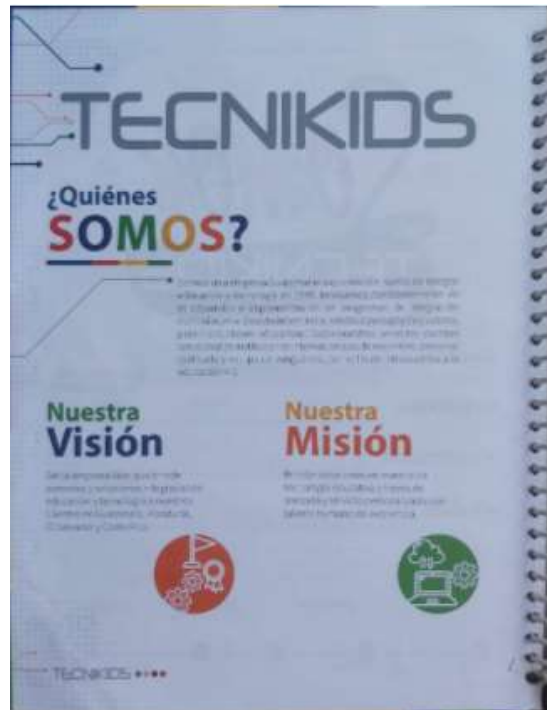
Logos institucionales



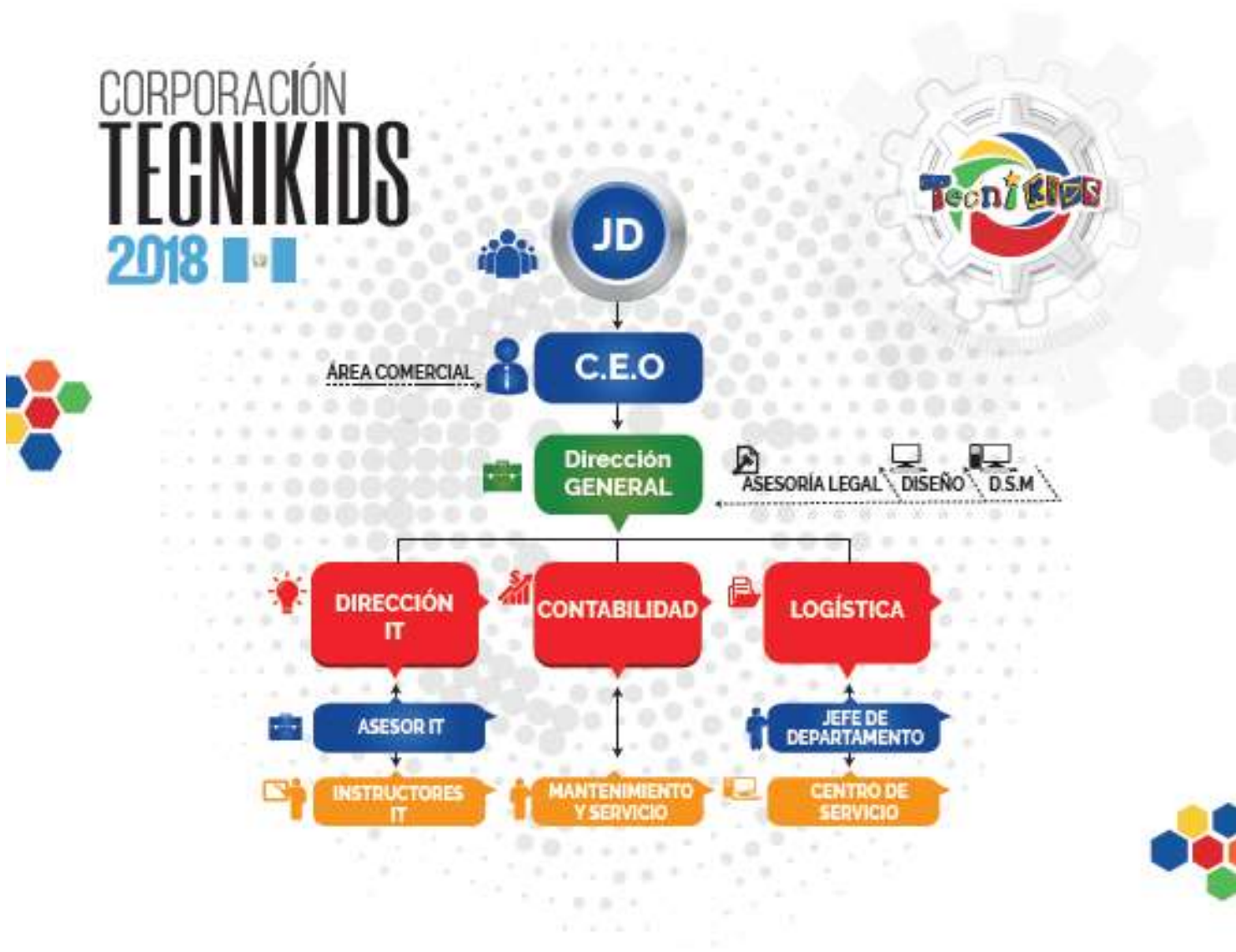
Página web



Agenda informativa



Organigrama de Teknikids



Fuente: Ana Gabriela Monzón, departamento de Diseño

Cuestionario en línea

COMUNICACIÓN INTERNA ANTE COVID-19 TECNIKIDS

Descripción del formulario

Título de la imagen



¿Has recibido información por parte de tu empresa sobre las medidas de prevención en el tema *
del COVID-19?

- Si
- No

Fuente: Kimberly Tatiana Gómez Silva.

¿Qué tan seguro o inseguro sientes que es para ti regresar a la oficina después de la crisis del COVID-19? *

- Muy Seguro
- Algo seguro
- Ni seguro ni inseguro
- Algo inseguro
- Muy inseguro

¿Consideras necesario recibir un protocolo de higiene y seguridad por parte de la empresa para evitar la propagación del COVID-19? *

- Si es necesario
- No es necesario

¿Por qué canal de comunicación recibes más información por parte de la empresa? *

- Correo electrónico
- Whatsapp
- Facebook
- Llamadas de jefe inmediato

¿ Con qué frecuencia recibes comunicados informativos por parte de la empresa? *

- 1 vez al día
- 1 vez a la semana
- 1 vez cada 15 días
- 1 vez al mes
- No recibo

Fuente: Kimberly Tatiana Gómez Silva.

Ficha de Entrevista Telefónica

Apellidos y Nombres: Celeste Noemí Cabrera

Institución: TecniKids, Guatemala

Departamento o Dependencia: Coordinación Académica



Cargo en la Institución: Asesora IT

1. ¿Qué medidas tomaron las autoridades de la institución cuándo se notificó en los medios establecidos formalmente en el país que había el primer caso de covid-19?
 - ✓ Se notificó que se tenía que realizar acciones más que todo con los colegios a la cual prestamos el servicio, se informó que teníamos que regirnos a las disposiciones de cada colegio al cual trabajamos. No hubo ningún plan a implementar
2. ¿Qué medidas esperabas como colaboradora de TecniKids que se emplearán ante la emergencia del Covid-19?
 - ✓ Medidas para mantenernos informados, ya que había mucha incertidumbre
3. ¿Qué canales están utilizando actualmente para comunicarse con todos los colaboradores?
 - ✓ Estamos utilizando varios, como *WhatsApp*, *Facebook*, realmente no hay ningún oficial. Cuando fue lo de semana santa, en *Facebook* se publicó. Puede ser por redes sociales.
4. ¿Qué medios y canales de comunicación nuevos han implementado para facilitar la comunicación interna en la institución?
 - ✓ Ninguno, seguimos con los mismos
5. ¿Consideras que hay que implementar un nuevo canal de comunicación para conocer más acerca del covid-19?

Considero que sí, y más porque hay empleados que llegan a las oficinas, podrían poner como un manual de pasos a seguir para no contagiarse.

Fuente: Kimberly Tatiana Gómez Silva.

Estrategia número #1 Manual de Crisis Covid-19



Afiche de Lavado Correcto de Manos



Afiche de Uso Correcto de la mascarilla



Afiche de desinfección de zapatos



Protocolo de Desinfección de Útiles de Oficina

A poster titled 'PROTOCOLO DE DESINFECCIÓN DE ÚTILES' in bold blue letters. The top right corner features a logo with the word 'Tecnología' and 'desde 1995'. The poster includes a list of office items to be disinfected, each preceded by a small green and blue icon. The items are: Computadora, Mouse, Engrapadora, Tapera, Lapiceros, lápices o marcadores, Calculadora, Teléfono, and Impresora. Below the list, there are three numbered instructions: 1. Debes desinfectar tus herramientas de trabajo antes y después de utilizarlas; 2. Evitar prestarse las herramientas o materiales de oficina; 3. Desinfectarse las manos después de hacer uso de los mismos. At the bottom, it says 'Gracias por tu colaboración'. The poster is decorated with colorful geometric patterns and a horizontal bar at the bottom with red, yellow, green, and blue segments.

PROTOCOLO DE DESINFECCIÓN DE ÚTILES

1. Debes desinfectar tus herramientas de trabajo antes y después de utilizarlas
 - Computadora
 - Mouse
 - Engrapadora
 - Tapera
 - Lapiceros, lápices o marcadores
 - Calculadora
 - Teléfono
 - Impresora
2. Evitar prestarse las herramientas o materiales de oficina.
3. Desinfectarse las manos después de hacer uso de los mismos.

Gracias por tu colaboración

Protocolo de Desinfección Áreas de Trabajo

PROTOCOLO DE DESINFECCIÓN
ÁREAS DE TRABAJO

Estimados Tk Colaboradores

En cumplimiento a los protocolos establecidos para la sanitización y desinfección de los lugares de trabajo, queremos informarles lo siguiente:

- En las mesas de cada ambiente de trabajo fueron colocados dispensadores de alcohol en gel para que puedas desinfectarte las manos las veces que sean necesarias.
- Los atomizadores con sanitizante los puedes encontrar en la sala de asesores o sala de espera.
- En la cocina también se colocaron dispensadores y atomizadores que pueden ser utilizados para limpiar el microondas o el dispensador de agua, antes y después que lo utilices.
- El líquido desinfectante también se puede utilizar para limpiar las impresoras, ya que no dañan el equipo.

NOTA: Está totalmente prohibido moverlos de su lugar.

Agradecemos tu colaboración

Protocolo de Visitas a Oficinas TechniKids Guatemala

PROTOCOLO DE VISITAS
A OFICINAS TECHIKIDS

En cumplimiento a los protocolos establecidos para evitar la propagación del Covid-19 queremos informarles lo siguiente:

- Puedes ingresar únicamente con mascarillas o cubre boca. No está permitido retirártela mientras permanezcas en las instalaciones.
- Al ingresar, un tk colaborador encargado tomará tu temperatura con termómetro infrarrojo.
- Cuida el distanciamiento social
- Si vas a firmar un documento o hacer anotaciones, lleva tu lapicero.
- Desinfecta tus manos con los productos que se encuentran en la mesa de sala de visitas.

Pronto volveremos a estrecharnos las manos
Por ahora cuidémonos

Comunicado al tener un caso positivo

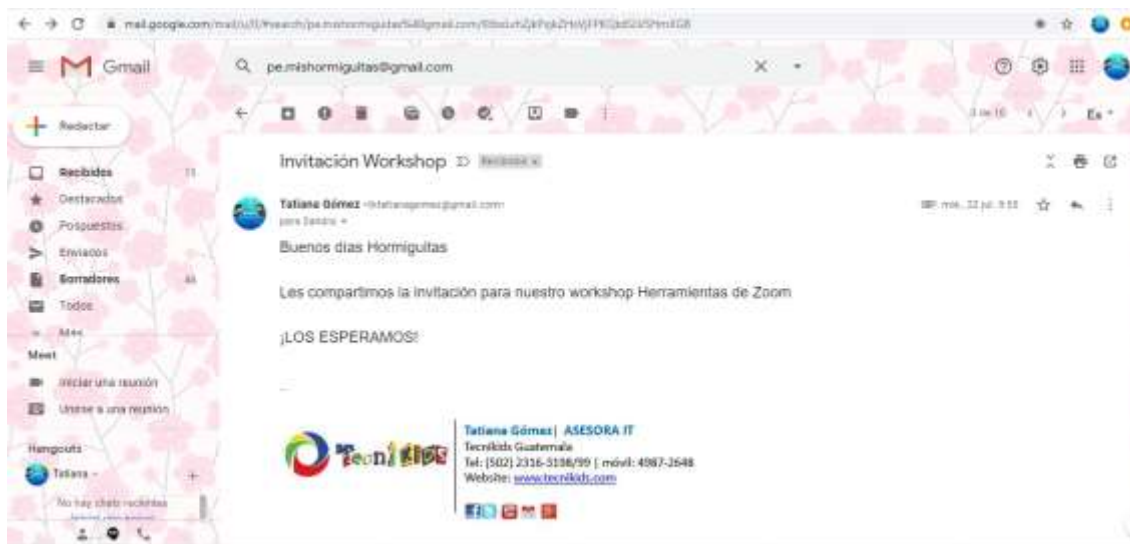


Estrategia #3 Guía Efectiva de Teletrabajo

Invitación para primer taller de uso de las herramientas de Zoom



Correo de Invitación



Correo programado a Dirección de TecniKids para entrega de Sillas Empresariales



Invitación a segunda conferencia de Guía Efectiva de Teletrabajo



**TALLER GUÍA EFECTIVA DE
TELETRABAJO**

Fecha: Viernes 18 septiembre 2,020
Hora: 16:00 horas. Guatemala

ID: 838 6627 6575

No requiere contraseña

iTe esperamos!





Kym Silva

2 d • 🗨️



¡Hola Equipo TK! 🤗

Te deseamos un excelente fin de semana 🥳

Si necesitas salir, recuerda guardar
distanciamiento social y utilizar correctamente tu
mascarilla 😊

Cuidar de ti es cuidar de todos. #ActitudTK

#Quedateencasa2020 #ProntoEstaremosJuntos



👍🥳 Tú, Celeste Cabrera López y 10 personas más

👍 Me gusta

💬 Comentar



Kym Silva

21 sep. a las 8:50 p. m. • 👤

¡Buenas Noches TK Equipo! 🌙⭐
En prevención al COVID-19, en TecniKids hemos implementado medidas y protocolos de bioseguridad, para ello les solicitamos su apoyo para tomar las medidas necesarias de prevención y seguir el protocolo de visitas a TK oficinas. Desde ya Agradecemos tu apoyo y colaboración.



PROTOKOLO DE VISITAS A OFICINAS TECHIKIDS



En cumplimiento a los protocolos establecidos para evitar la propagación del Covid-19 queremos informarles lo siguiente:

- 🕒 Puedes ingresar únicamente con mascarillas o cubre boca. No está permitido retirártela mientras permanezcas en las instalaciones.
- 🕒 Al ingresar, un TK colaborador encargado tomará tu temperatura con termómetro infrarrojo.
- 🕒 Cuida el distanciamiento social.
- 🕒 Si vas a firmar un documento o hacer anotaciones, lleva tu lapicero.
- 🕒 Desinfecta tus manos con los productos que se encuentran en la entrada principal a oficinas.



Pronto volveremos a estrechamos las manos

Por ahora cuidémonos



👍❤️👤 Tú, Celeste Cabrera López y 6 personas más

👍 Me gusta

💬 Comentar



Comunicación
creando futuro