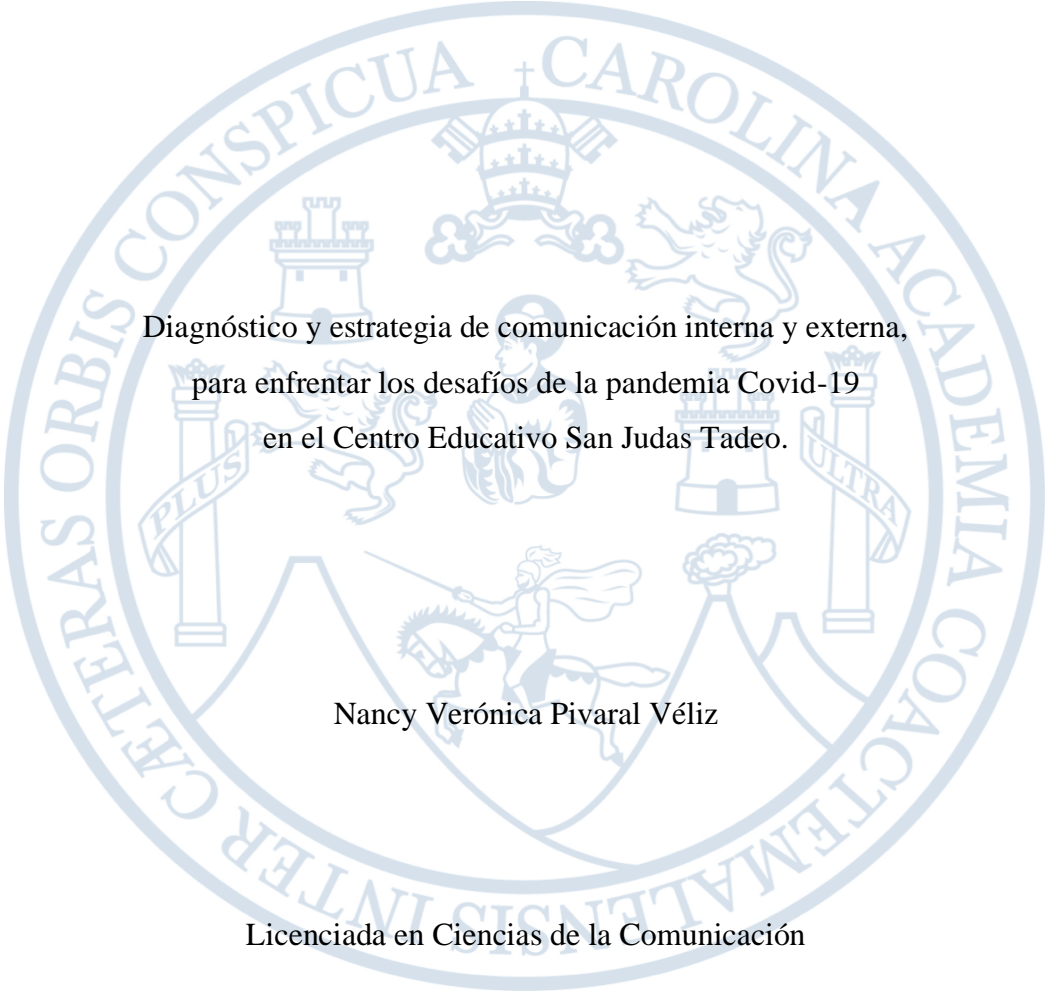


Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación



Diagnóstico y estrategia de comunicación interna y externa,
para enfrentar los desafíos de la pandemia Covid-19
en el Centro Educativo San Judas Tadeo.

Nancy Verónica Pivaral Véliz

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, octubre 2020



Comunicación
creando futuro

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

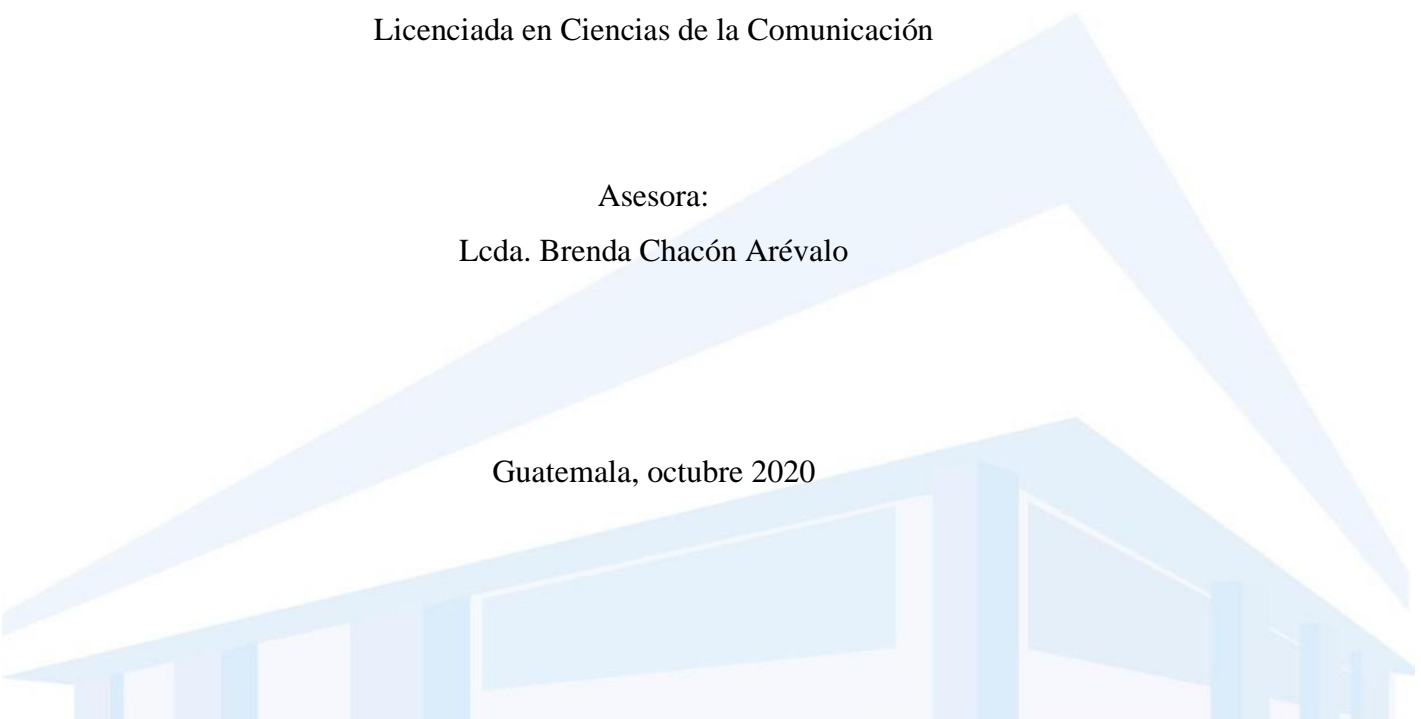
Diagnóstico y estrategia de comunicación interna y externa,
para enfrentar los desafíos de la pandemia Covid-19
en el Centro Educativo San Judas Tadeo.

Nancy Verónica Pivaral Véliz

Previo a optar al título de:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesora:
Lcda. Brenda Chacón Arévalo

Guatemala, octubre 2020





Guatemala, octubre 19 de 2020

Estudiante de EPS de Licenciatura
Nancy Verónica Pivaral Véliz
Carné no. 199914143
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 y externa, para enfrentar los desafíos de la pandemia Covid-19 en el Centro Educativo San Judas Tadeo”** 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.

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”


Leda. Brenda Yanira Chacón Arévalo
Supervisor


M.A. Evelyn Morazán Gaitán
Supervisora


Dr. José María Torres Carrera
Coordinador





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

Guatemala 12 de marzo de 2020
EPSL-C15-2020

Licenciada:
María Sandoval
Directora
Centro Educativo San Judas Tadeo.
Ciudad Guatemala.

Distinguida Licenciada Sandoval:

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 **Nancy Verónica Pivaral Veliz**, carné no. **9914143** quién manifestó su deseo de hacer Práctica Supervisada en su institución, para el efecto se requiere lo siguiente:

- Extenderle una carta de aceptación
- 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, 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.
- Que se autorice el informe final de resultados de dicha investigación.

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAR A TODOS”

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



cc. Archivo
MA. Evelin Morazán



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org

Guatemala, 16 de marzo de 2020.

Dr. José María Torres Carrera
Coordinador EPS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Distinguido Dr. Torres:

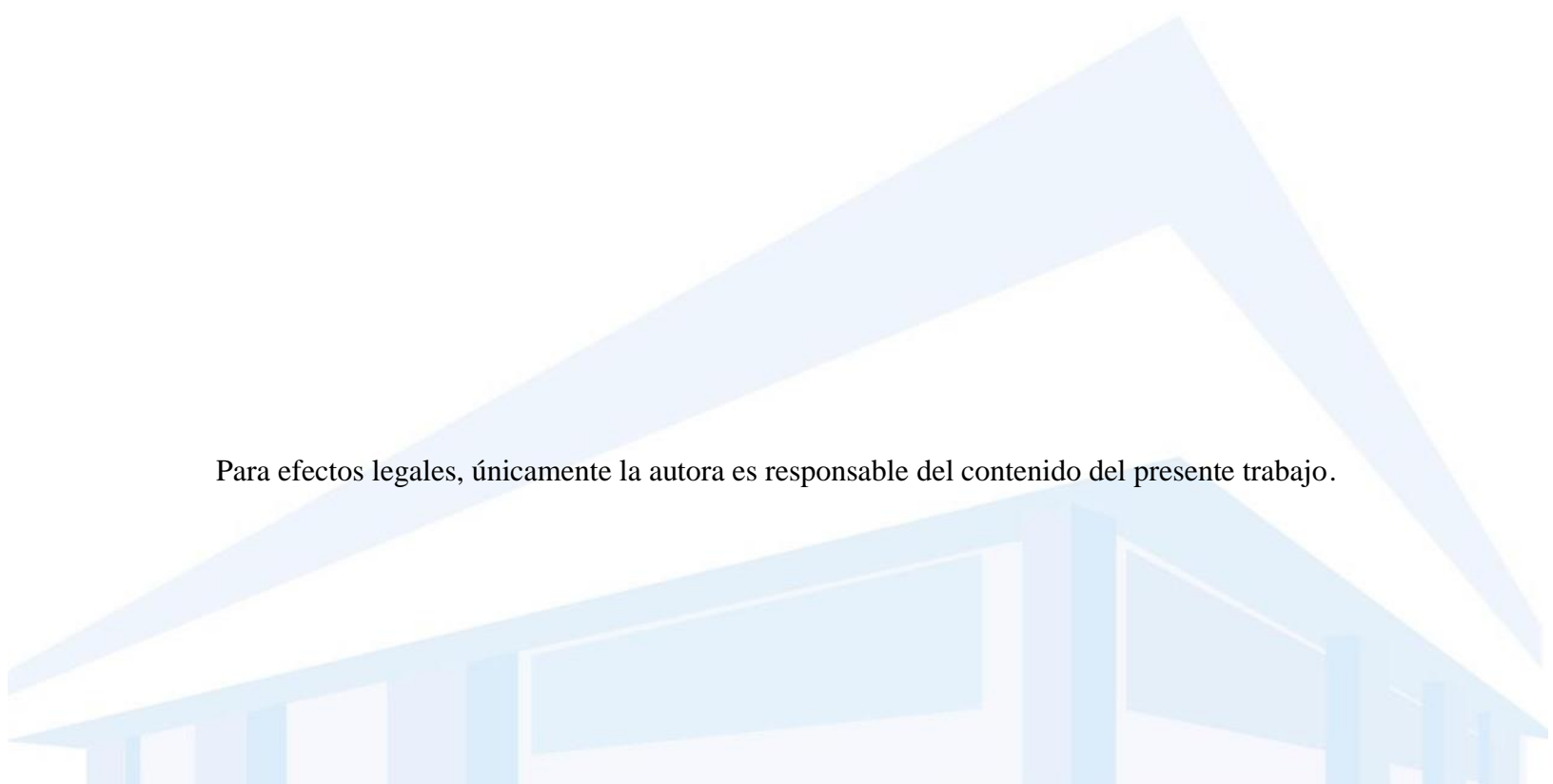
Por medio de la presente he recibido y aceptado la solicitud de prácticas de EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación a la estudiante **Nancy Verónica Pivaral Véliz**, carné **9914143** quien manifestó deseo de hacer práctica supervisada en nuestra institución con base al oficio EPSL-C5-2020 el cual requiere lo siguiente:

- Extender carta de aceptación presente.
- Facilitar los materiales para hacer práctica.
- Aceptar que dentro del plan y estrategia de comunicación 2020 del Centro Educativo San Judas Tadeo, la estudiante tenga la oportunidad de hacer diagnóstico, elaborar un plan y ejecutar su estrategia, que ayude al proceso de comunicación interna o externa.
- Autorizar que se supervise el Ejercicio Profesional -EPSL-
- Que se autorice el informe final de resultados de dicha investigación.

Atentamente,


Lic. María Sandoval

Directora Centro Educativo San Judas Tadeo.



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

AGRADECIMIENTOS ESPECIALES

A DIOS

Por estar a mi lado, guiándome y concediéndome sabiduría para terminar mis estudios.

A MI FAMILIA

Por todo su apoyo, en especial a mis abuelitos, sin su cariño y ejemplo no hubiese logrado culminar esta etapa tan importante en mi vida profesional.

A MI ESPOSO

Por su paciencia, disciplina, responsabilidad y muchas cualidades que fueron inspiración e impulso para alcanzar esta meta.

A MIS AMIGOS

Por su amistad y apoyo, porque siempre me han acompañado en momentos importantes.

A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

En especial a la Escuela de Ciencias de la Comunicación, por ser mi casa de estudios y proporcionarme herramientas durante mi formación profesional.

A MIS CATEDRÁTICOS Y ASESORES

Por ser piezas fundamentales para alcanzar este logro, por su dedicación y apoyo incondicional especialmente al Dr. José María Torres, M.A. Evelyn Morazán y Lcda. Brenda Chacón.

AL CENTRO EDUCATIVO SAN JUDAS TADEO

Por la oportunidad y confianza para realizar mis prácticas en el proyecto educativo, donde tuve una gran experiencia de aprendizaje.



Índice

Introducción.....	i
Antecedentes.....	ii
Justificación.....	iv
Capítulo 1.....	1
Diagnóstico de Comunicación.....	1
1. Institución.....	1
1.2 Perfil de la Institución.....	1
1.3 Ubicación Geográfica.....	1
1.4 Integración y alianzas estratégicas.....	2
1.5 Origen e Historia.....	3
1.6 Departamentos o dependencias de la institución.....	3
1.7 Organigrama centro educativo San Judas Tadeo.....	4
1.8 Misión.....	5
1.9 Visión.....	5
1.10 Objetivos institucionales.....	5
1.11 Público Objetivo.....	5
1.12 Diagnóstico.....	6
1.12.1 Objetivo General.....	7
1.12.2 Objetivos Específicos.....	8
1.13 Técnicas de recolección de datos.....	8
1.13.1 Observación.....	8



1.13.2	Documentación.....	9
1.13.3	Entrevista de profundidad.....	10
1.13.4	Grupos Focales	11
1.13.5	Encuestas	12
1.14	Interpretación de Resultados (Gráficas).....	15
1.15	FODA.....	25
1.16	Problemas detectados	26
1.17	Planteamiento del problema comunicacional.....	29
1.18	Indicadores de éxito	29
1.19	Proyecto a desarrollar.....	29
Capítulo 2		30
2.	Plan Estratégico de Comunicación	30
2.1	Descripción Técnica del Plan Estratégico de Comunicación	30
2.2	Objetivos de la Estrategia	31
2.2.1	Objetivo General.....	31
2.2.2	Objetivos Específicos	31
2.3	Misión	31
2.4	Visión.....	31
2.5	Elementos comunicacionales	32
2.6	Alances y límites de la Estrategia	33
2.7	Metodología para la aplicación de la Estrategia de Comunicación	35



2.8	Actividades de la Operatividad de la estrategia.....	36
2.8.1	Propuesta #1 Gestión de recursos tecnológicos.....	36
2.8.2	Propuesta #2 Rediseño de Página <i>Web</i> y redes sociales <i>Facebook</i> e <i>Instagram</i> 36	
2.8.3	Propuesta #3 Manual de marca.....	37
2.8.4	Propuesta #4 Manual de protocolo de prevención y plan de acción Covid-19 38	
2.8.5	Propuesta #5 Boletines Electrónicos	38
2.8.6	Propuesta #6 Producción de material audiovisual	38
2.8.7	Propuesta #7 Talleres y capacitaciones	39
2.8.8	Propuesta #8 Voluntariados Virtuales	39
2.9	Cronograma.....	40
2.10	Financiamiento	41
2.11	Presupuesto.....	41
2.12	Beneficiarios.....	42
2.13	Recurso Humano	42
2.14	Áreas Geográficas de Acción.....	43
2.15	Cuadro comparativo de Estrategias.....	44
Capítulo 3	45
3.	Informe de Ejecución.....	45
3.1	Estrategia No. 1 Gestión de recursos tecnológicos.....	45



3.2	Estrategia No. 2 Rediseño de Página <i>Web</i> y redes sociales <i>Facebook</i> e <i>Instagram</i>	48
3.3	Estrategia No. 3 Rediseño de Página <i>Web</i> y redes sociales <i>Facebook</i> e <i>Instagram</i>	50
3.4	Estrategia No. 4 Manual de protocolo de prevención y plan de acción Covid-19.	57
3.5	Estrategia No. 5 Boletines Electrónicos.....	60
3.6	Estrategia No. 6 Producción de Material Audiovisual.....	62
3.7	Estrategia No. 7 Capacitaciones sobre Tecnologías de Información y Comunicación (TICS).....	64
3.8	Estrategia No. 8 Voluntariado Virtual	66
3.9	Actividades y calendarización	68
4	Conclusiones.....	69
5	Recomendaciones	70
6	Referencias	71
7	ANEXOS	74
a.	Modelo de encuesta a padres de familia.....	74
b.	Guía de preguntas encuestas, entrevista y <i>focus group</i>	76
c.	Tabla modelo Z.....	79
d.	Fotografías.....	80
e.	Ejemplos de diversos materiales ejecutados.....	85
f.	Cotizaciones.....	87



Introducción

La siguiente investigación trata sobre los desafíos de la pandemia Covid-19 en la educación, identificando el impacto económico y social de la comunidad, maestros, padres de familia y estudiantes del Centro Educativo San Judas Tadeo.

Para analizar esta problemática es necesario mencionar algunas de las causas, como el contexto socio económico de las familias de esa comunidad que en su mayoría trabaja en la economía informal y no cuentan con dispositivos y conectividad a internet para que sus hijos reciban clases virtuales. El Centro Educativo no cuenta con departamento de comunicación, por lo que se plantean soluciones a corto plazo para la mejora e implementación de herramientas de comunicación virtual para así continuar con el ciclo escolar.

Se aplicó enfoque de investigación mixto, tanto cuantitativo como cualitativo, realizando técnicas de recolección de datos como observación sobre la interacción social de la comunidad educativa, *Focus Group* a directora y coordinadores académicos, entrevistas a las autoridades educativas, encuestas a padres de familia, tomando el universo de las 436 familias del Centro Educativo.

Los instrumentos fueron de utilidad para analizar el contexto social de la comunidad y el impacto que ha tenido el Covid-19 en la vida de los estudiantes y la aplicación del plan de comunicación a cada una de las necesidades de la organización para el éxito del ciclo escolar 2020.



Antecedentes

Derivado de la emergencia sanitaria por Covid-19 que inicio en diciembre 2019 originada en Wuhan, provincia de Hubei, China; la Organización Mundial de la Salud (OMS) notificó múltiples casos de neumonía en esa ciudad, que determinaron por medio de estudios que apuntan fueron causados por el nuevo coronavirus.

Para enero 2020 la OMS establece con apoyo de su equipo de gestión de incidentes ante las sedes regionales y los países, “decretando estado de emergencia para abordar el brote, alertando y haciendo pública la existencia de casos en Wuhan” (Prensa, 2020). El decreto gubernativo No. 5-2020 de fecha 5 de marzo de 2020, decretando estado de calamidad pública en el país. “Desde el pasado 13 de marzo, cuando se detectó el primer caso de Covid-19 en Guatemala, el gobierno tomó medidas de prevención entre ellas la suspensión de clases presenciales en los centros educativos en todos los niveles” (Redacción, 2020).

El gobierno de Guatemala y el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (MSPAS), prepararon el plan para prevención, contención y respuesta a casos de coronavirus Covid-19 en el país, con el objetivo de “estandarizar la respuesta de salud pública frente a la amenaza epidemiológica que representa una o más personas sospechosas o confirmadas con Covid-19 de manera pronta, eficiente y eficaz en cualquier ubicación del país” (MSPAS, 2020).

El Centro Educativo San Judas Tadeo, elaboró un protocolo de medidas de prevención al ingreso y salida de la institución para promover el a cuidado ante la infección como la distancia social mínima de 1.5 metros, ingreso de no más de 10 personas, uso de mascarilla obligatoria y uso de desinfectante.



Para continuar con la enseñanza-aprendizaje el Centro Educativo San Judas Tadeo inició las clases a distancia y surge la necesidad de una estrategia que permita la adecuada comunicación entre maestros, padres de familia y alumnos para la continuidad del proyecto educativo.

La investigación fue con el interés de conocer las causas por las cuales un porcentaje de estudiantes no estaban cumpliendo con las tareas, se realizaron encuestas a los padres de familia, lo que permitió identificar indicadores como cuánto tiempo dedican a las tareas con sus hijos, de qué forma se conectan para recibir y enviar tareas, número de dispositivos en casa, retroalimentación de las herramientas virtuales que están utilizando y así proponer soluciones a corto y mediano plazo que además quedarán de precedente para planes de acción en situaciones de emergencia como lo fue el Covid-19.

La motivación principal de la realización de este proyecto es beneficiar a la comunidad educativa de las áreas urbano marginales de zona 13, principalmente a los más de 570 estudiantes del Centro Educativo San Judas Tadeo y que puedan continuar con su educación de forma virtual para el éxito del ciclo escolar 2020.



Justificación

El presente informe consistirá en el diagnóstico y plan de comunicación interna y externa para enfrentar los retos del Covid-19 en el Centro Educativo San Judas Tadeo, ubicado en las comunidades urbano marginales de zona 13, la motivación principal fue en la necesidad que evidenciaba la comunidad sobre acceso limitado dispositivos, conectividad, utilización adecuada las tecnologías de la información y la comunicación (TICS), así como el impacto económico de la pandemia.

Debido al entorno vulnerable de la comunidad que rodea al Centro Educativo San Judas Tadeo, se incluirá en la estrategia de comunicación, campañas que beneficien a los más de 570 estudiantes, entre ellos niños, niñas y jóvenes para que puedan continuar con sus estudios y proporcionar apoyo a las 438 familias.

Se pretende involucrar a empresas socialmente responsables y personas individuales que buscan apoyar una causa. Se proponen soluciones viables a las necesidades de comunicación interna y externa planteando la actualización de manual de marca, rediseño de la página *web*, redes sociales y creación de canales virtuales que permitirán la adecuada comunicación entre la institución, los padres de familia y estudiantes, para culminar el ciclo escolar 2020.

Es ese sentido contribuirá a mejorar la comunicación interna y externa de la institución, fomentando la cultura de bienestar, cuidado y prevención de colaboradores, maestros, estudiantes y comunidad, mediante clases a distancia con la mejora y creación de herramientas virtuales que faciliten el proceso educativo ante los retos del Covid-19.



Capítulo 1

Diagnóstico de Comunicación

1. Institución

Centro Educativo San Judas Tadeo.

1.2 Perfil de la Institución

El Centro Educativo San Judas Tadeo es parte del proyecto social que beca a estudiantes de escasos recursos, operaba bajo la dirección de la parroquia San Judas Tadeo ubicada en zona 14 de la ciudad. Cuenta con 570 estudiantes de los niveles de preprimaria, primaria, y nivel medio (Tadeo, 2015). En la actualidad se implementaron programas de refuerzo en beneficio de los estudiantes para llegar a ser un centro educativo bilingüe, tecnológico, principios y valores que formen guatemaltecos que aporten a la sociedad.

El equipo humano que conforma el Centro Educativo es de 50 colaboradores incluyendo a maestros y personal administrativo. La dirección general tiene a su cargo tres coordinaciones educativas, preprimaria, primaria y nivel medio, cuenta con organización de padres de familia (OPF) que facilitan la comunicación ante la comunidad.

1.3 Ubicación Geográfica

El Centro Educativo San Judas Tadeo está ubicado en la 13 Avenida “B” 26-45, colonia La Libertad zona 13 de la ciudad de Guatemala, una comunidad vulnerable y con altos índices de criminalidad y presencia de maras o clicas (Pocasangre, 2016). El proyecto educativo impacta de manera directa a 436 familias cada año, conviven varias generaciones en el hogar, madres solteras y la mayoría trabaja en la economía informal. Se apoya a los tres centros educativos aledaño donando en especie, así como capacitando a maestros de dichas escuelas.



Guatemala tiene estructura social jerárquica con una reducida élite social y clase media ambas de carácter urbano, el estudio del doctor en sociología indica que “la clase trabajadora comprende un 85.9% de la población, conformada en su mayoría por trabajadores no calificados, lo que presenta escasas oportunidades” (Díaz, 2012).

De acuerdo con dicha investigación, en Guatemala la educación de los hijos está determinada en un alto porcentaje por la educación alcanzada por los padres, con menor porcentaje conformado por mujeres y grupo étnico indígena. El Centro Educativo es considerado como un oasis donde los padres de familia encuentran el lugar ideal para la educación de sus hijos e impacta de forma positivo a la comunidad de La Libertad y Santa Fe. Derivado de la emergencia sanitaria por Covid-19 iniciaron las clases desde sus hogares.

1.4 Integración y alianzas estratégicas

El Centro Educativo San Judas Tadeo es un proyecto educativo financiado por donaciones de padrinos individuales, fondos dirigidos a becas escolares, los padres de familia aportan una cuota mensual simbólica para garantizar el interés en la educación de sus hijos. Reciben donaciones en especie de alimentos nutricionales que proveen refacción durante el año. Otra de las alianzas recientes es con *Telus* Guatemala que capacita a maestros, con el objetivo de mejorar el nivel del idioma inglés en los estudiantes.

La Fundación Guatemalteca de Promoción Humana ha realizado campañas de recaudación de fondos por medio de eventos, mercadeo de causa, jornadas de apadrinamiento entre otros, en conjunto con una Organización no gubernamental (ONG) española dan un aporte monetario trimestral por medio del proyecto “Padrinos *Arcores*”. El impacto económico de la integración de alianzas estratégicas es de un 40% de los fondos que son utilizados para el fortalecimiento de la institución.



1.5 Origen e Historia

El Centro Educativo San Judas Tadeo fue fundado en el año 1995, inició como una guardería por la inquietud de un grupo de señoras miembros de la parroquia San Judas Tadeo entre ellas Wendy de Berger que gestionaron los donativos a España para la construcción del edificio y en la actualidad forma niños, niñas y jóvenes con educación académica de calidad, basada en valores Agustínianos. (Productora, 2019)

(Sandoval, 2020) indicó en la entrevista que “está conformado por Dirección del establecimiento, Junta Directiva y la Fundación Guatemalteca de Promoción Humana. Cuenta con Organización de Padres de Familia (OPF), apoyo de la Municipalidad de Guatemala, así como cobertura del Ministerio de Educación”.

1.6 Departamentos o dependencias de la institución

Dirección Académica: Encargado de dirigir el Centro Educativo, coordina con los diferentes equipos, organiza y supervisa docentes, evalúa se cumpla el plan de trabajo, representa a la institución en las actividades, sociales, administrativas y de vinculación con la comunidad.

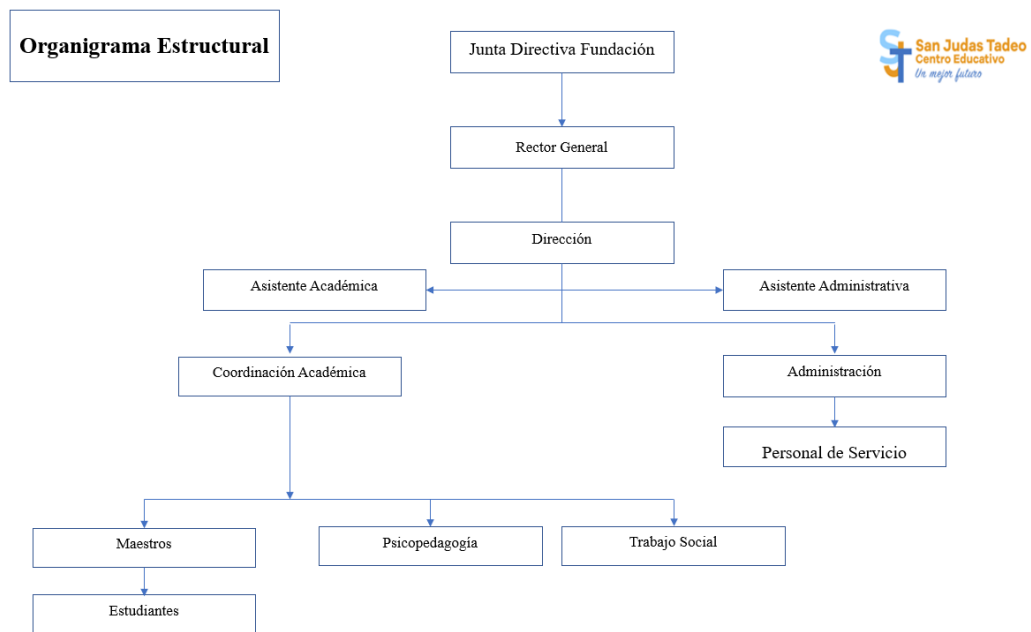
Maestros: Encargados de la enseñanza de estudiantes, planifica, ejecuta y evalúa el proceso de enseñanza-aprendizaje de su grado mediante el currículo nacional base del ministerio de educación, realiza análisis de contenido de las clases.

Administración: Vela por el buen funcionamiento administrativo del establecimiento, gestiona desembolsos, es el enlace entre padres de familia y dirección en temas administrativos.



Fundación Guatemalteca de Promoción Humana: Órgano descentralizado de gestión y participación directa en el centro educativo, crea los nexos entre comunidad, institución y sus actores. Fortalece las relaciones entre la institución educativa, comunidad y es el apoyo entre ambas. Vela por la calidad de la educación y la equidad en la prestación del servicio educativo. Diagnostica la situación del centro y plantea cambios, actualmente elabora esfuerzos de comunicación dirigidos a los *stakeholders*.

1.7 Organigrama centro educativo San Judas Tadeo



Fuente: Elaboración propia



1.8 Misión

Somos una comunidad educativa católica, solidaria, agustiniana y capacitada para formar personas con valores, comprometida con una educación integral y actualizada para alcanzar la excelencia académica e impactar positivamente a la sociedad.

1.9 Visión

Ser un centro educativo inclusivo, bilingüe y a la vanguardia que contribuya al desarrollo de los alumnos como personas cristianas católicas garantizando la atención a la diversidad, el acceso a la educación superior y a la mejora de la calidad de vida de su entorno social y familiar.

1.10 Objetivos institucionales

Formar en valores y alcanzar la excelencia académica.

1.11 Público Objetivo

Padres de familia: Hombres y mujeres, entre 18 y 42 años, nivel socioeconómico D, católicos, viven en áreas urbano marginales de zona 13 de la ciudad capital, baja escolaridad, la mayoría trabaja en economía informal para llevar manutención de sus hogares, utilizan transporte público, condiciones de vida sencillas, utilizan redes sociales con conectividad limitada y luchan por la educación de sus hijos.

Estudiantes Centro Educativo San Judas Tadeo: Niños y jóvenes entre las edades de 5 y 17 años, católicos, alegres, disfrutan el deporte y las actividades al aire libre, saben computación, viven cerca de su escuela, sueñan con ser profesionales, la mayoría vive con alguno de sus padres o abuelos.



Padrinos del proyecto educativo: Hombres y mujeres, entre 25 y +65 años, nivel socioeconómico C, C+, católicos, ejecutivos, gerentes de pequeñas y medianas empresas, profesionales, vivienda propia, automóvil, viajan, cuentan con artículos tecnológicos, poseen tarjetas de crédito, cuentas bancarias.

Los hábitos de los grupos objetivos principales han cambiado radicalmente después de la pandemia, tanto los padres como estudiantes tenían la dinámica de estar presencialmente en el Centro Educativo, ahora el seguimiento de las actividades es de forma virtual. Los padrinos que asistían a la parroquia San Judas Tadeo, ahora lo hacen de forma virtual y toda la comunicación por correo físico y materiales impresos, así como los voluntariados y donativos han pasado a ser electrónicos y virtuales.

1.12 Diagnóstico

El Centro Educativo San Judas Tadeo es una institución privada no lucrativa con más de 25 años de existencia que beneficia cada año a más de 570 estudiantes de áreas vulnerables de zona 13, funciona con donaciones locales y extranjeras. Dicha institución ha tenido comunicación de forma presencial con sus grupos objetivos, padres de familia, alumnos y donantes individuales, sin embargo, debido a la pandemia por Covid-19 evidenció desafíos en la comunicación.

El primer paso del diagnóstico fue estructurar el perfil de la institución e investigar los esfuerzos que se han realizado, la frecuencia con la que se comunican y el contenido que se ha generado, definir a qué grupos se ha conseguido enviar los mensajes, la forma de comunicación humana según su grado se observó es en su mayoría informal, indicó (Chacón B. , mayo 2020) “es uno de los mayores retos en las organizaciones, debido a que pueden surgir rumores o información dudosa”.



Partiendo de la comunicación organizacional interna se tomó como referencia la frase “El 60% de los problemas empresariales son consecuencia de una mala comunicación” (Duker, 2019) es necesario poner en marcha un plan para mejorar los procesos de comunicación y apoyar con el protocolo de prevención y plan de acción Covid-19 que permitan que la institución cuente con una guía para prepararse en el proceso de reapertura administrativa así como de clases presenciales y la “nueva normalidad” aplicando las lecciones aprendidas en la video conferencia ofrecida por *Agexport*.

El distanciamiento social ha llevado a la aplicación de los instrumentos comunicacionales de una manera muy diferente a lo acostumbrado, sin embargo (Martínez, mayo 2020) afirma “que es necesario como comunicadores integrales dominar distintas áreas como locución, diseño” con lo cual coincide con (Rinaldi, mayo 2020) que afirma la importancia de “reinventarse y aprender en todo momento”.

Los métodos y técnicas de investigación que se aplicaron en el diagnóstico de la situación comunicacional del Centro Educativo San Judas Tadeo son de enfoque mixto, tanto cuantitativo como cualitativo que fueron necesarios para recolectar datos y estudiar números, estadísticas, así como percepciones y comportamiento, observación, entrevistas y encuestas. Cabe mencionar que el enfoque que más se adaptó fue el cualitativo que “es un enfoque flexible, se especifica en términos generales en el desarrollo del estudio, puede haber o no intervención. Se pueden utilizar etnografías, estudios de caso o entrevistas” (Ramírez, mayo 2020)

1.12.1 Objetivo General

Evaluar las necesidades de comunicación interna y externa del Centro Educativo San Judas Tadeo, ante la pandemia Covid-19.



1.12.2 Objetivos Específicos

1. Determinar los canales de comunicación interna y externa para los grupos objetivos primarios.
2. Analizar el acceso a tecnología de familias y maestros del Centro Educativo San Judas Tadeo.

1.13 Técnicas de recolección de datos

(Tamayo, 2005) Define las técnicas de investigación como “la expresión operativa del diseño de investigación y que especifica concretamente como se hizo la investigación”. Existen métodos de recolección de datos primarios que pueden dividirse en cualitativos, cuantitativos y mixtos que buscan obtener información sobre el contexto, características, datos numéricos o combinar ambas.

En el diagnóstico comunicacional del Centro Educativo San Judas Tadeo se utilizaron diversas técnicas para analizar los problemas detectados, por medio de la aplicación de los diferentes instrumentos, como entrevistas, encuestas, *focus group* realizados a inicios de marzo 2020 hablando cara a cara con las personas líderes de sus departamentos y obtener mucha información cualitativa que solamente la observación puede captar. Por lo tanto, se aplicaron técnicas de recolección con enfoque mixto para tener un panorama amplio de la problemática y proponer estrategias de comunicación integral, que resuelva de forma prioritaria dichos desafíos.

1.13.1 Observación

La observación se puede realizar dependiendo de tan cerca estemos del grupo de estudio, en su mayoría es planificada, es una herramienta fundamental de recolección de datos cualitativa, existen varios tipos de observación, la simple, sistemática, participativa, no participativa, individual y grupal.



La observación aplicada fue participativa, involucrando a maestros, coordinadores y personal interno de la institución, que permitió captar tanto elementos objetivos como subjetivos, motivaciones y hábitos. La dinámica antes de la pandemia consistía en reuniones semanales y quincenales con dirección, coordinadores educativos y maestros que por diferentes horarios era difícil cumplir, escuela de padres, entrega de notas bimestrales de forma presencial.

Observación realizada de forma presencial en el Centro Educativo, se observó las redes social *Facebook* y canal de comunicación *YouTube*. Según una de las mejores firmas auditoras y como lo define la propia ISO:22301 la crisis es “una situación con un alto nivel de incertidumbre que afecta las actividades básicas y/o la credibilidad de la organización que requiere medidas urgentes” (Delloite, 2010). No siempre la crisis interrumpe las actividades de la institución, sin embargo, supone peligro a la reputación de la institución.

El cambio consiste en varias fases, (Lewin, 2009) indica que “un cambio exitoso requiere descongelar el *status quo* (equilibrio), moverse hacia un nuevo estado (cambiar) y congelar nuevamente este cambio para que sea permanente”.

Lo observado en el Centro Educativo respecto a la crisis por Covid-19, fue que se acataron las disposiciones presidenciales, así como instrucciones del Ministerio de Educación y se tomaron las medidas puntuales para resguardar la integridad de los colaboradores y familias de la comunidad. Se iniciaron esfuerzos para utilizar los canales disponibles de comunicación *YouTube*, *Facebook*, correo electrónico y página *web* mismos que era necesario rediseñar.

1.13.2 Documentación

Para la presentación de la información institucional del Centro Educativo San Judas Tadeo, se consultó la página *web*, aunque no está actualizada contiene información sobre la historia, así como datos de los proyectos que se han realizado durante los 25 años de existencia y testimonios de estudiantes que tienen una historia de éxito que contar.



Una alumna “que continuó sus estudios en Ciencias de la Comunicación Social y trabajó en Radio Disney, logros que celebra con alegría y agradece al centro educativo” (Pineda, 2010).

La memoria de labores es un documento donde se condensa mucha información sobre el proyecto educativo, hacía mención en palabras del Padre Axel de la parroquia San Judas Tadeo “no dejen de invertir en la educación de niños, jóvenes, que sin donantes no podrían estudiar con dignidad que les garantice que van por buen camino” (Humana, 2018) siendo el objetivo del proyecto y la necesidad de darse a conocer en Guatemala y otros países.

Es importante señalar la afirmación de (Llanos, 2005) “Antes de empezar a andar un nuevo camino, se trata de conocer de dónde partimos” es necesario conocer las técnicas que se utilizarán para el análisis como cuestionarios, FODA, grupos objetivos bien definidos, que ya se usa e importante cómo interpretar los datos que se recolectarán para ofrecer el mejor plan y soluciones a los desafíos que se descubran.

1.13.3 Entrevista de profundidad

Le entrevista de profundidad es flexible, no estructurada y dinámica incluso se puede cambiar en su realización, el objetivo es conseguir información acerca de experiencias, situaciones, conocimientos, interacción o relación sobre un tema específico visto desde su misma perspectiva y así construir el prediagnóstico identificando las necesidades comunicacionales del Centro Educativo. (Sierra, 1998) la define como “un tipo de entrevista cualitativa de carácter holístico, en la que el objeto de investigación está constituido de por vida, experiencias, ideas, valores, estructura simbólica del entrevistado aquí y ahora”.

La entrevista constó de 10 preguntas abiertas, fue realizada a la directora del del Centro Educativo San Judas Tadeo Licenciada María Sandoval en las instalaciones de la institución, fue de forma presencial en los primeros días del mes de marzo 2020 tomando en cuenta las medidas de sanitización y distanciamiento social, (Sandoval, 2020) comentó “que debido a



la pandemia no existe interacción presencial con las personas, por lo que es importante contar con canales de comunicación adecuados tanto internos como externos para que la información fluya de manera adecuada”.

Sin embargo, derivado de la emergencia el cambio de interacción de lo presencial a lo virtual enfocaba la necesidad de continuar con la educación a distancia, impartida por los maestros y la forma adecuada de informar a los padres de familia sobre las tareas escolares. Otro punto importante que mencionó la directora fue la necesidad de actualización de la página *web*, redes sociales que están sin mantenimiento desde hace meses, son poco amigables y es vital expreso (Sandoval, 2020) “necesitamos que las redes sociales estén actualizadas y realmente sirvan para informar e interactuar con nuestros padres de familia y donantes”.

1.13.4 Grupos Focales

El grupo focal ayuda a indagar sobre las actitudes y reacciones de un grupo social específico frente a un tema de interés común (Ramírez, mayo 2020) expresa “se puede obtener información valiosa que surge de la interacción” basado en la técnica cualitativa con las opiniones de los coordinadores académicos que están a cargo de los maestros del Centro Educativo, fue interesante conocer la dinámica comunicacional entre maestros, dirección y padres de familia, se realizó en las instalaciones del Centro Educativo a inicios del mes de marzo de 2020.

En el *focus group* constó de tres fases, el análisis del FODA, una guía de 10 preguntas abiertas, y preguntas aplicando en escala de calificación donde participaron los tres coordinadores del área de preprimaria Karla Velázquez de primaria Lissette Rivas y Diego Gómez de nivel medio que tienen a cargo las áreas educativas, conocen los procesos de comunicación e interactúan con los maestros del Centro Educativo, así como de la retroalimentación con los padres de familia.



El principal reto comunicacional antes del Covid-19 fue el corto tiempo entre clases para poderse reunir de forma presencial con los maestros de cada coordinación, preprimaria, primaria y nivel medio como indica uno de los coordinadores (Gómez, 2020) “necesitamos que la comunicación fluya y todos estemos alineados, además del uso adecuado de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICS) con los maestros”.

La coordinadora de preprimaria (Velázquez, 2020) indicó que “Para la comunidad educativa la buena comunicación es muy importante para enfrentar los nuevos retos respecto a la pandemia”. Tomando en cuenta a Lissette Rivas de primaria, que coincide con los demás coordinadores sobre las necesidades para mejorar la comunicación con maestros a su cargo y con padres de familia.

1.13.5 Encuestas

Las encuestas se realizaron de manera digital, con 10 preguntas cerradas, dirigida al universo de 436 padres de familia y se obtuvo la muestra de 337 padres de familia encuestados, con el objetivo de determinar cuántos hogares cuentan con dispositivo e internet para continuar con clases virtuales y mantener adecuada comunicación con el Centro Educativo, principalmente para retroalimentación de las tareas de los estudiantes.

Los resultados permitieron obtener estadísticas sobre los canales de comunicación que se pretenden implementar. Dando como resultados que el 77% si contestó la encuesta, el 70% de familias cuenta con al menos un dispositivo, sin embargo, algunos tienen más de un estudiante en el núcleo familiar y el 75% de padres invierte más de 3 horas diarias para las tareas lo que significa una fuerte inversión en el servicio de internet, por lo que era necesario proponer otros medios de informar y potencializar los canales digitales con los que ya se cuenta.



Cruzado con la entrevista a la directora María Sandoval respecto a los avances de tareas, demostró que a menos del 50% de los estudiantes cumplía con todas las tareas asignadas. Esta información fue de utilidad para determinar las herramientas adecuadas para la comunicación digital con padres de familia y determinar las técnicas para mejorar la entrega de tareas que permitan cumplir con éxito el segundo semestre del ciclo escolar 2020.

Los instrumentos anteriormente descritos con cada grupo fueron de utilidad para conocer los retos de comunicación antes y después del Covid-19 y cuáles serán las futuras acciones para continuar con la comunicación a distancia. Para interpretación de resultados era necesario conocer el enfoque cuantitativo afirma (Ramírez, mayo 2020) “con base en la medición numérica y el análisis estadístico con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías”.

1.13.6 Fórmula aplicada a la población (universo finito)

La muestra es el conjunto de individuos de una población, la misma debe ser representativa, se puede calcular el tamaño de la muestra, como universo desconocido (infinita) y universo conocido (finita). El universo es de 436 padres de familia del Centro Educativo y la muestra de 337 padres de familia que respondieron la encuesta.

Z	1.66
p	70%
q	30%
N	436
e	2%
n	335

CONSIDERANDO EL UNIVERSO FINITO

FORMULA DE CALCULO

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

Fuente: Elaboración propia



Fue necesario identificar los valores de cada variable, en donde:

Z: nivel de confianza (ver tabla de valores Z inciso c. de anexos)

p: Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado.

q: Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado.

e: Error de estimación máximo aceptado.

n: Tamaño de la muestra.

Según la aplicación de la fórmula se obtuvieron los resultados siguientes:

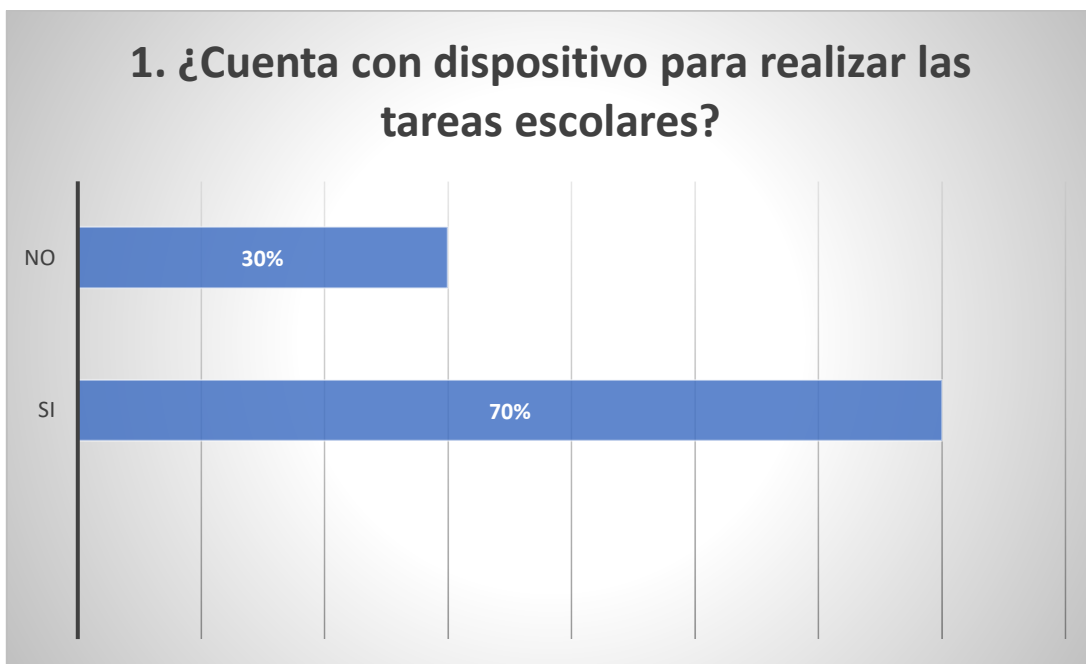
- a. El porcentaje de familias con acceso a dispositivos e internet fue de un 70%.
- b. El porcentaje de familias sin acceso a tecnologías fue de un 30%.
- c. El universo de familias del centro educativo asciende a 436.
- d. Se tomo un 2% de error permisible para su aplicación.
- e. El nivel de confianza de la muestra fue de un 95% tomando en cuenta que $n=335$ y los padres de familia que contestaron la encuesta fue 337, por lo que el número de encuestas aplicadas es representativo.



1.14 Interpretación de Resultados (Gráficas)

La encuesta fue realizada a la muestra de 337 padres de familia del Centro Educativo San Judas Tadeo, para determinar la cantidad de hogares que contaban con dispositivo y conectividad a internet para recibir clases virtuales, así como consultar herramientas de comunicación online.

Gráfica 1



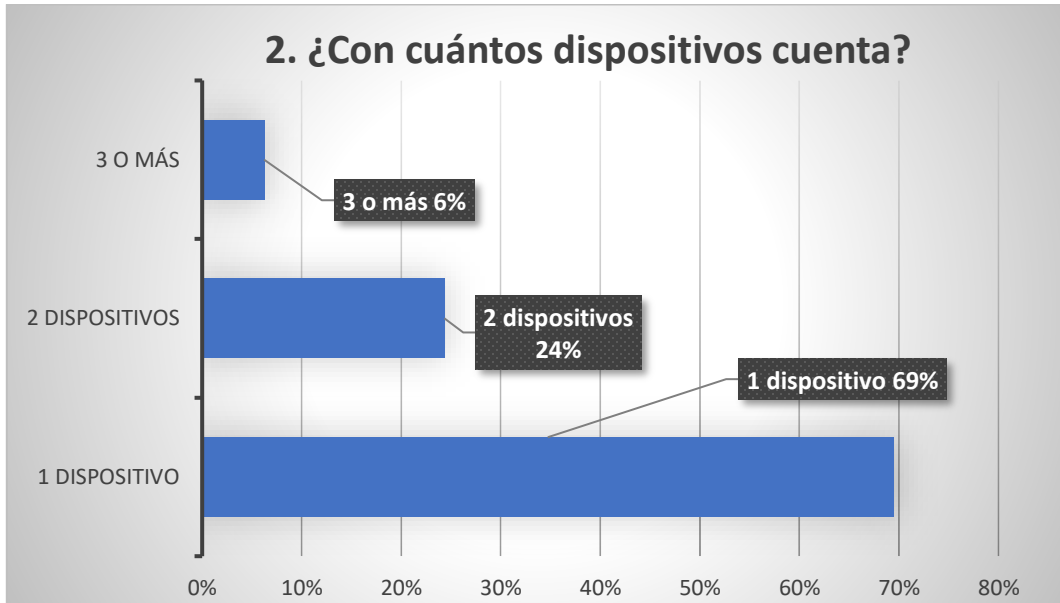
Fuente: Elaboración propia.

Universo familias	436	Representan el 100%
Muestra	337	Representa el 77%
Tienen dispositivo	236	Representa el 70%
No tienen dispositivo	101	Representa el 30 %

En el Centro Educativo San Judas Tadeo el 70% de las familias contaban con dispositivo para realizar las tareas escolares, por lo tanto, la mayoría podía consultar las guías de estudio.



Gráfica 2



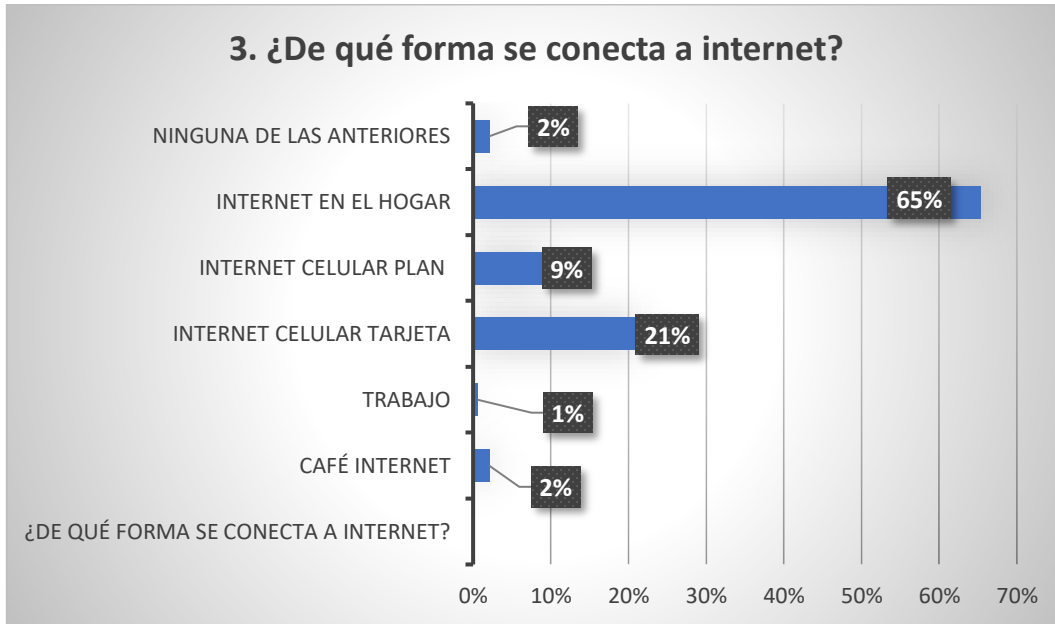
Fuente: Elaboración propia.

1 dispositivo	234	69%
2 dispositivos	82	24%
3 o más	21	6%

Solamente el 24% de las familias del Centro Educativo contaban con 2 dispositivos para la realización de tareas y consulta de guías de estudio, lo que dificultaba recibir clases 100% virtuales, tomando en cuenta que los padres tenían en promedio 3 hijos en edad escolar.



Gráfica 3



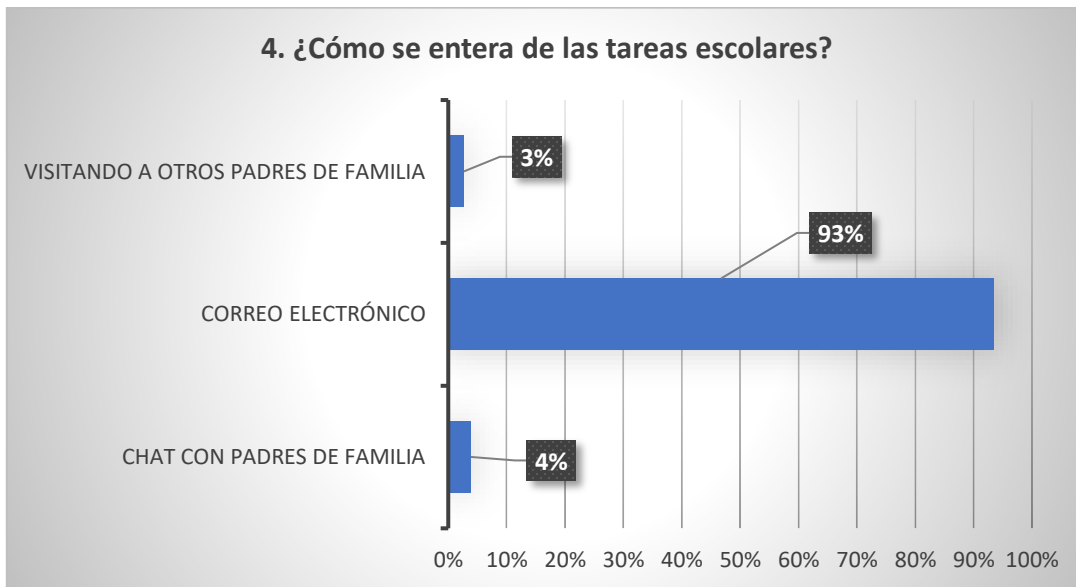
Fuente: Elaboración propia.

Café Internet	7	2%
Trabajo	2	1%
Internet celular tarjeta	79	21%
Internet celular plan	22	9%
Internet en el hogar	220	65%
Ninguna de las anteriores	7	2%

El 65% de las familias dentro de la muestra de 337, contaban con internet en el hogar, cabía mencionar la velocidad limitada debido al plan económico con menos megas disponibles, sin embargo, cumplía con el objetivo de consultar las guías escolares. Seguía siendo un resultado desalentador para el resto que tenía desafíos en la consulta, elaboración y envío de las tareas.



Gráfica 4



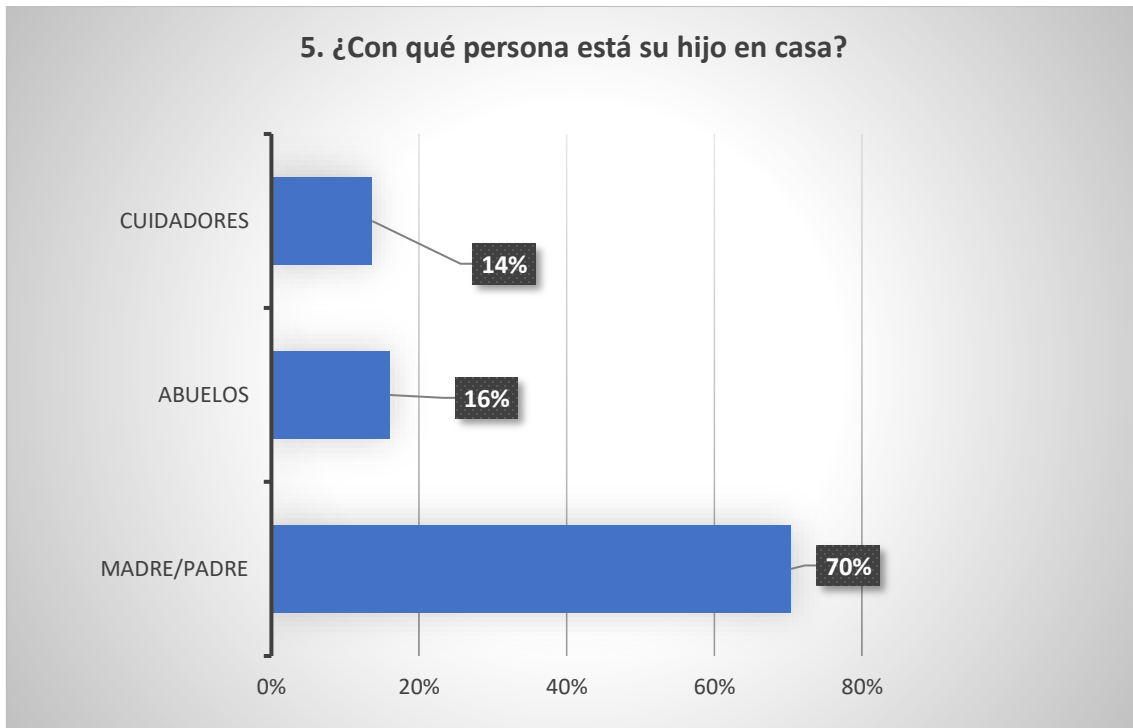
Fuente: Elaboración propia.

Chat con padres de Familia	13	4%
Correo electrónico	315	93%
Visitando a otros padres de familia	9	3%

El 93% de los padres de familia se enteraba de las tareas escolares por medio de correo electrónico. Tomando en cuenta que algunos tienen acceso a correo electrónico en sus lugares de trabajo, no necesariamente en sus hogares.



Gráfica 5



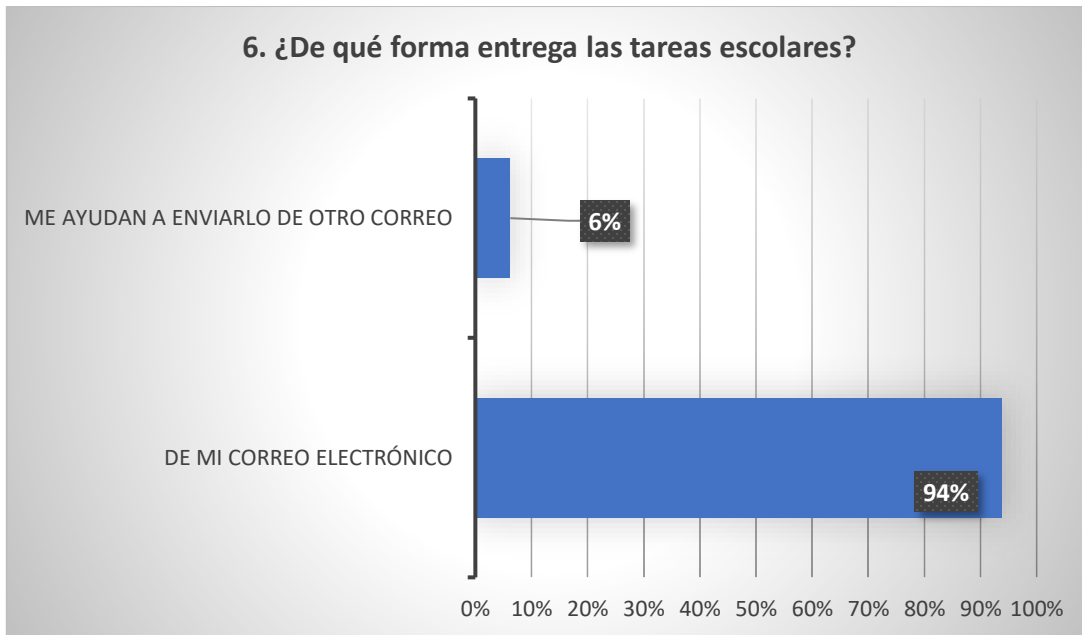
Fuente: Elaboración propia.

Madre/Padre	237	70%
Abuelos	54	16%
Cuidadores	46	14%

El 70% de los estudiantes estaban en casa con alguno de los padres, sin embargo, es evidente que, por pertenecer a una comunidad vulnerable los padres tienen baja escolaridad y conocimiento básico de la tecnología y aporte en la elaboración de tareas de sus hijos.



Gráfica 6



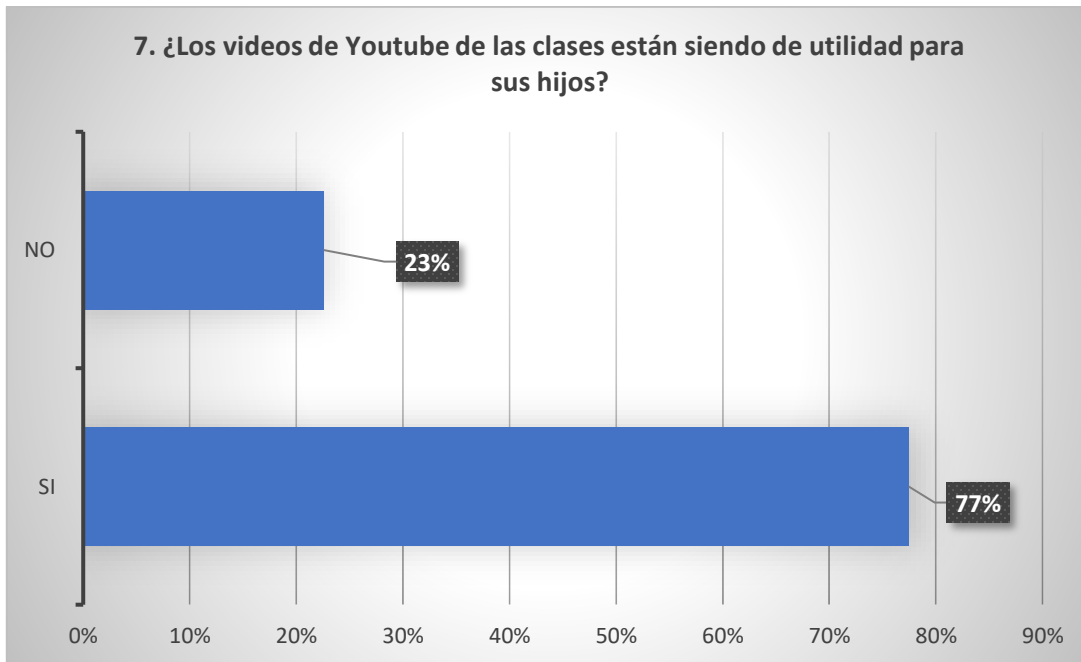
Fuente: Elaboración propia.

De mi correo electrónico	316	94%
Me ayudan a enviarlo de otro correo	21	6%

El 94% de los padres de familia enviaba las tareas escolares por medio del correo electrónico.



Gráfica 7



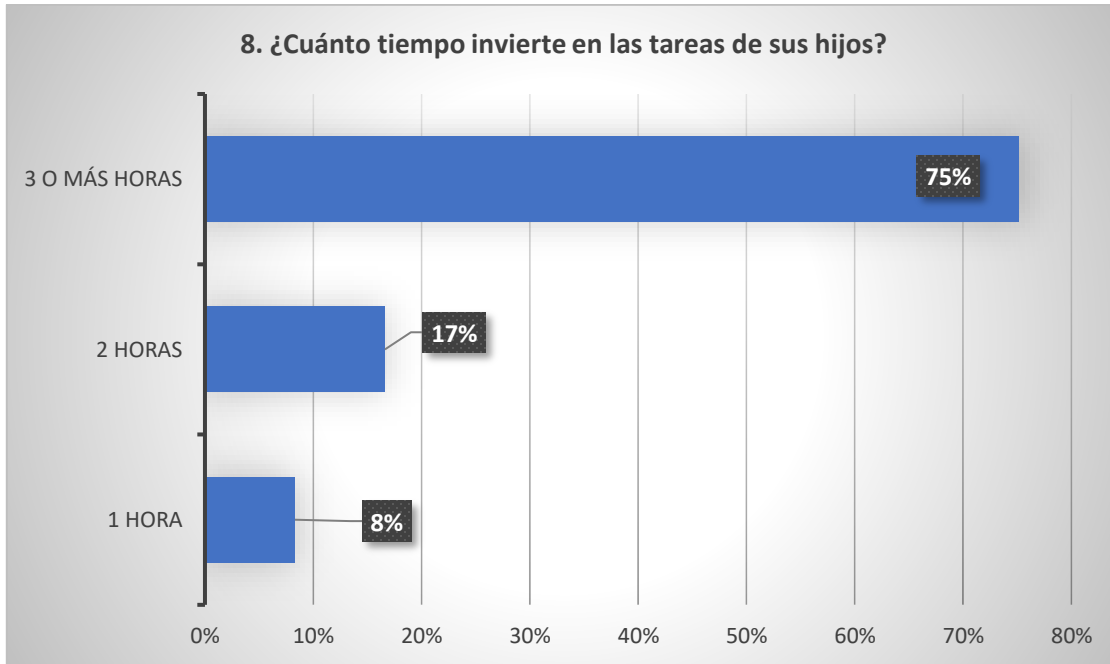
Fuente: Elaboración propia.

Si	261	77%
No	76	23%

El 77% de los padres de familia, expresaron que los videos de *Youtube* de las clases, estaban siendo de utilidad para sus hijos.



Gráfica 8



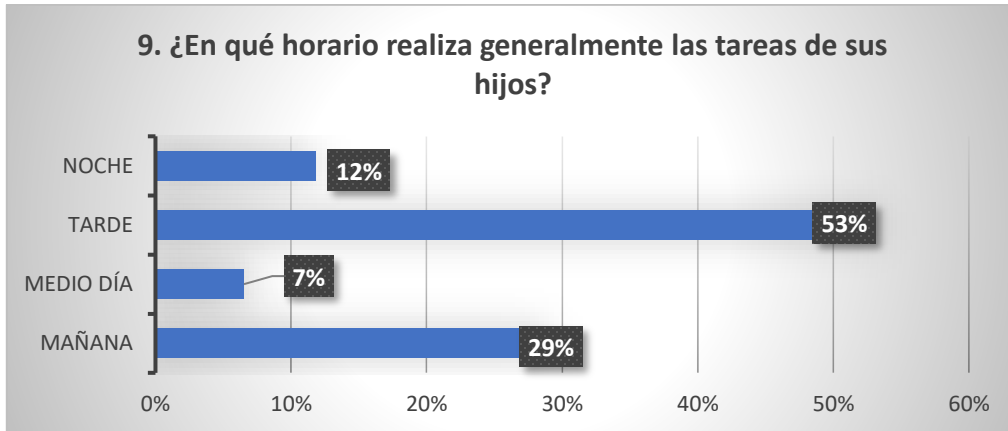
Fuente: Elaboración propia.

1 hora	28	8%
2 horas	56	17%
3 o más horas	253	75%

El 75% de los padres de familia comentó utilizar tres horas o más para realizar las tareas de sus hijos. Este dato evidenció que necesitaban mayor consumo de megas de internet para realizar las tareas, tomando en cuenta que tienen varios hijos en edad escolar.



Gráfica 9



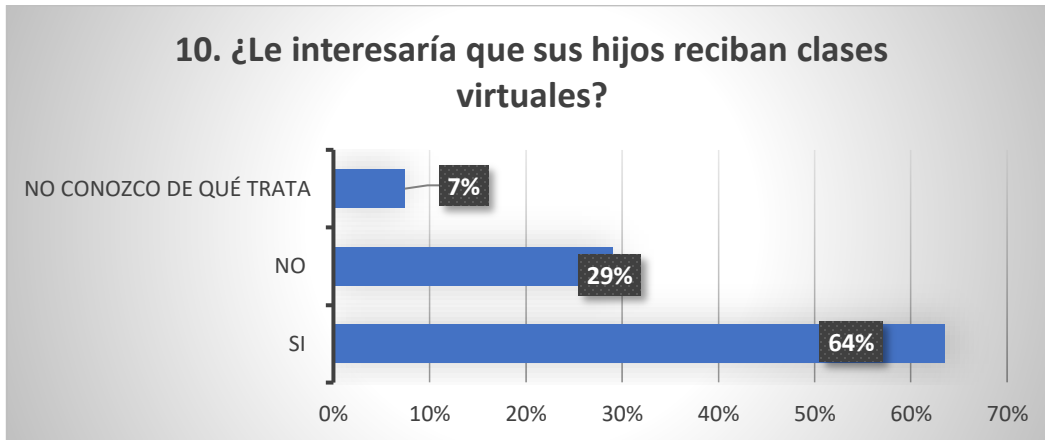
Fuente: Elaboración propia.

Mañana	97	29%
Medio día	22	7%
Tarde	178	53%
Noche	40	12%

Solamente el 29% de los padres de familia indicaron que utilizan el horario de la mañana para realizar las tareas junto con sus hijos, pese a que el 70% indicó que los hijos están con algún padre durante el día, evidencia que en su mayoría el padre que resuelve tareas con ellos, sale a trabajar.



Gráfica 10



Fuente: Elaboración propia.

Si	214	64%
No	98	29%
No conozco de qué trata	25	7%

El 64% de los padres, expresaron estar interesados en que sus hijos reciban clases virtuales, sin embargo, el alto porcentaje de familias tenían la dinámica de resolución de tareas por la tarde-noche, invierten tres o más horas de internet en tareas, lo que evidencia que clases totalmente virtuales son un reto para el Centro Educativo. Concluyendo que se necesita apoyar a las familias con el acceso a dispositivos, conectividad y otras plataformas para comunicarse.



1.15 FODA

Para que la propuesta de comunicación tenga éxito, (Corzo, mayo 2020) comenta que se necesita realizar una radiografía de la situación dentro y fuera de la institución, para identificar los retos que puedan parar el desarrollo del proyecto, así como dar potencial a las herramientas con las que se cuentan”.

Se debe tomar en cuenta que es necesario construir el FODA pensando en el pasado, presente y proyectar hacia los futuros escenarios para las estrategias alternativas que puedan surgir, como es el caso de estrategias de manejo de crisis con las situaciones inesperadas. Para iniciar un análisis FODA “se debe hacer una distinción crucial entre las cuatro variables por separado y determinar qué elementos corresponden a cada una” (Matriz FODA, 2020)

Fortalezas

Son todos aquellos puntos fuertes con los que la empresa cuenta y que permite estar a nivel de la competencia, recursos, habilidades.

Oportunidades

Factores que se destacan, que se pueden potencializar, llamadas también ventajas competitivas.

Debilidades

Son los recursos de los que se carece, falta de habilidades y actividades que no se están realizando que colocan a la empresa en un lugar desfavorable frente a la competencia.

Amenazas

Situaciones involuntarias que vienen directamente del entorno que pueden llegar a afectar la solidez de la organización



A continuación, en conjunto con la dirección María Sandoval y coordinadores de los tres niveles educativos se realizó el análisis FODA para enlistar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para priorizar y generar acciones respecto al diagnóstico:

	Positivo	COMUNICACIONAL	Negativo
I n t e r n o	FORTALEZAS		DEBILIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> Cuentan con canales básicos de comunicación como página <i>web</i> y redes sociales <i>Facebook</i> e <i>Instagram</i>. Capacitación constante a maestros Maestros comprometidos con su trabajo Cuentan con herramientas virtuales para la enseñanza de los estudiantes Base de datos de padrinos donantes de becas escolares 		<ul style="list-style-type: none"> Conocimiento básico de TICS en maestros Algunos maestros no cuentan con ordenador y conexión limitada a internet. No existe departamento de comunicación. No se cuenta con fondos para comunicación. Reuniones presenciales no son permitidas Poca motivación de estudiantes de nivel medio para la entrega de tareas en algunas materias.
E x t e r n o	OPORTUNIDADES		AMENAZAS
	<ul style="list-style-type: none"> La capacitación en uso de TICS es posible Los canales de comunicación institucional se pueden mejorar (<i>Web, Facebook, Instagram</i>) Las herramientas educativas virtuales se pueden mejorar (Videos, boletines) La comunicación con los padrinos puede ser más interactiva (<i>Story telling</i>) (<i>Zoom</i>) (<i>Lives</i>) Voluntariados con empresas donantes con temas de interés (Herramientas virtuales, psicología) 		<ul style="list-style-type: none"> Algunos padres de familia no cuentan con ordenador y conexión a internet Que las clases no se reactiven durante el resto del año 2020 por el Covid-19 La economía de las familias se vea afectada por la falta de empleo por el Covid-19 Que los estudiantes no cumplan con sus tareas Falta de interés de algunos estudiantes La mayoría de hogares cuenta con 1 sólo ordenador y varios estudiantes

Fuente: Elaboración propia.

1.16 Problemas detectados

En el diagnóstico se identificaron problemas que han afectado el desarrollo normal de las actividades del Centro Educativo San Judas Tadeo a raíz de la llegada del Covid-19 a Guatemala y las disposiciones presidenciales de realizar las clases de forma virtual. Las reuniones y clases presenciales fueron suspendidas de forma indefinida, afectando la comunicación en la institución, padres de familia y estudiantes.



1. El 30% Padres de familia no contaba con ordenador y acceso a conectividad y el 40% de estudiantes se ven afectados para la entrega de tareas.
2. Los canales de comunicación *YouTube*, *Facebook* y página *web* estaban desactualizados y no cuentan con mantenimiento adecuado.
3. Los Conocimientos de Las Tecnologías de Información y Comunicación (TICS) por parte de maestros, padres de familia y personal administrativo era básico y necesitaba refuerzo.
4. No se contaba con un departamento de comunicación para unificar los mensajes a sus *stakeholders*.
5. No contaban con manual de marca para unificación de imagen institucional.
6. No contaban con manual de protocolos post Covid-19.

Los desafíos de la educación ante la crisis del Covid-19 es marcada principalmente en las escuelas ubicadas en comunidades urbano marginales del Guatemala, la directora de empresarios juveniles indica “La insuficiente incorporación de tecnologías de la información y la comunicación (TICS) para potenciar el aprendizaje, la realidad es que no se contaba con ningún plan para una situación como la que se vive” (Spross, 2020).

Por otra parte, otro de los retos era ampliar la disponibilidad de conexión a internet, “según el último censo solamente el 10% de los hogares cuenta con este servicio, aunado a la falta de dispositivos tecnológicos que permitan acceder a las plataformas virtuales y continuar con la educación de forma adecuada desde casa” (Spross, 2020) .



Tanto estudiantes y como maestros necesitaban apoyo con la tecnología y capacitación para la efectiva formación a distancia, la adecuada comunicación con padres de familia con guías e instrucciones para que sean apoyo de sus hijos en la realización de tareas en casa y ellos mismos estar capacitados con los conocimientos básicos para la retroalimentación del maestro. Los docentes se ingeniaban cómo elaborar sus contenidos habituales y presentaban gran dificultad.

El Tiempo, medio colombiano entrevistó a varios maestros, mismos que aseguran que ha sido un reto enorme en las circunstancias en las que se encuentran, comentan que “El colegio no estaba totalmente preparado para atender esta emergencia, teníamos canales virtuales para subir contenido, pero nada más, toca reinventarse y montar una estrategia para seguir la enseñanza de los estudiantes” (Chacón M. , 2020).



1.17 Planteamiento del problema comunicacional

1.18 Indicadores de éxito

Para el desarrollo del proyecto se contó con presupuesto autorizado por la Fundación Guatemalteca de Promoción Humana para el rediseño de la página *web* y redes sociales, *Facebook* e *Instagram*.

Se realizaron alianzas estratégicas con Fundación Guatemalteca de Promoción Humana para que el diseñador de esa institución elabore el manual de marca y el manual de protocolo y de prevención por Covid-19, así como los diseños necesarios para apoyar la imagen institucional del Centro Educativo.

Se logró alianza estratégica con Café *Gitane* para la campaña de recaudación de dispositivos electrónicos que permitirá proveer *Tablets*, *smartphones* y computadoras a las familias del Centro Educativo para contribuir a la entrega de tareas.

Se contó con apoyo por parte del personal administrativo, dirección del Centro Educativo San Judas Tadeo y Junta Directiva de Fundación Guatemalteca de Promoción Humana, proporcionando los espacios y la documentación necesaria para la realización del diagnóstico.

1.19 Proyecto a desarrollar

Diagnóstico y estrategia de comunicación interna y externa, para enfrentar los desafíos de la pandemia Covid-19 en el Centro Educativo San Judas Tadeo.



Capítulo 2

2. Plan Estratégico de Comunicación

2.1 Descripción Técnica del Plan Estratégico de Comunicación

La estrategia de comunicación abarcará la comunicación interna y externa, se considera importante para mantener el adecuado relacionamiento con los *stakeholders* del Centro Educativo San Judas Tadeo y lograr los objetivos planteados. El enfoque central será visibilizar los canales de comunicación virtual existentes, garantizando la generación y divulgación de información dirigida a padres de familia y maestros, promover los programas y proyectos de la entidad con donantes, así como facilitar la interacción de las clases en línea para los estudiantes, buscando alternativas viables.

Se quiere dar respuesta a las necesidades de los actores internos y externos a través de los múltiples herramientas y canales de comunicación como página *web*, *Newsletter*, *emailing*, videos de *YouTube*, capacitaciones por medio de video conferencia y *webinarios*, audios motivacionales, eventos virtuales de recaudación, *flyers* digitales y redes sociales, así como relacionamiento con medios de comunicación.

Otro punto importante de la estrategia será la gestión de recursos tecnológicos para la adecuada implementación de los canales de comunicación virtuales propuestos, mediante las alianzas estratégicas con empresas socialmente responsables y otras instituciones del tercer sector, con el objetivo de lograr un proyecto sostenible en el tiempo que persista la pandemia Covid-19 en el país.



2.2 Objetivos de la Estrategia

2.2.1 Objetivo General

Fortalecer el proceso de comunicación de comunicación interna y externa del Centro Educativo San Judas Tadeo que ayude a enfrentar los desafíos de la pandemia Covid-19.

2.2.2 Objetivos Específicos

1. Visibilizar la imagen institucional del centro educativo San Judas Tadeo.
2. Rediseñar canales y herramientas de comunicación existentes con el fin de llegar de forma efectiva a los grupos objetivos de la institución.
3. Gestionar recursos tecnológicos y conectividad para los estudiantes del Centro Educativo, por medio de alianzas estratégicas.

2.3 Misión

Gestionar la imagen y comunicación del Centro Educativo San Judas Tadeo, mediante estrategias de comunicación externa, para el fortalecimiento de la institución ante la pandemia del Covid-19.

2.4 Visión

Implementar el plan de comunicación interna y externa para el Centro Educativo San Judas Tadeo, desarrollando herramientas sostenibles a mediano y largo plazo que ayuden al posicionamiento de la institución.



2.5 Elementos comunicacionales

La palabra comunicación definida de la forma más simple y básica como “acción y efecto de comunicarse” (Real Academia Española, s.f.). De forma universal el proceso de comunicación ha existido desde el principio de la humanidad, es la interacción entre emisor, receptor, por medio de un canal donde el mensaje es enviado y surge la retroalimentación. También se puede desarrollar una actividad de aprendizaje por medio de la comunicación.

Existen dos niveles de comunicación, afirma “la comunicación interpersonal, ha tratado por mucho tiempo, la cuestión situacional como la que determina el lenguaje y las actitudes de las personas” (Fernandez, 2001, pág. 24). G.R. Miller. La más importante en el plan de comunicación, a raíz de la pandemia del Covid-19 se ha dado una diferenciación en la comunicación interpersonal como se había venido desarrollando las charlas cara a cara, comunicación no verbal, presentaciones y se han sustituido por reuniones virtuales.

Aunque no se profundizó en la comunicación organizacional en el Centro Educativo, es importante su concepto, para (Fernández, 2005, pág. 13) “el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio”, la interpreta como “El conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes entre los miembros de la organización y su medio; o bien influir en las opiniones y conductas de las públicos internos y externos de la organización”.

La comunicación externa tiene como objetivo mejorar la percepción de la marca o institución y está vinculada a las relaciones de la empresa con los *stakeholders*. Existen varios tipos, estratégica, operativa y de notoriedad aplicables según el perfil de la institución.



Según, (Fernández, 2005, págs. 12,13) la comunicación externa es “conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos (proveedores, clientes, beneficiarios, distribuidores, medios de comunicación, entre otros) encaminados a mantener sus relaciones con ellos, proyectar una imagen favorable o a promover sus productos o servicios”. Los canales de comunicación externa más comunes son *Emailing*, ruedas de prensa, redes sociales, *news letters*, sitios *web*, comunicados.

Según (López, 2018) define la estrategia como “herramienta que permite planificarnos en el tiempo de una forma organizada. Expresa “que 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”. Para el Centro Educativo San Judas Tadeo, se focalizará una estrategia de comunicación externa, destinada a los *stakeholders* y adicionalmente tácticas de comunicación interna que fortalezcan la imagen institucional.

El Plan estratégico “es un documento integrado en el plan de negocio que recoge la planificación económico-financiera, estratégica y organizativa con la que una empresa u organización cuenta para abordar sus objetivos y alcanzar su misión a futuro” (Galán, 2016).

Un plan estratégico debe incluir:

1. Misión y Visión de la institución.
2. Análisis del presente de la institución y su entorno.
3. Plan de acción operativo con el que lleva a cabo sus estrategias definidas.

2.6 Alcances y límites de la Estrategia

Para el desarrollo de un Plan Estratégico, es necesario conocer los alcances y limitaciones para avanzar en la dirección correcta.



Alcances

1. Se definirá un plan estratégico para que la implementación del proyecto de comunicación se realice en tiempo y forma planteada.
2. Las estrategias de comunicación externa, estarán desarrolladas para aplicarlas al universo de actores.
3. El proyecto no solamente se limitará en elaborar una propuesta para sitio *web* y redes sociales, se propondrán otros canales para fomentar la interacción de los actores.
4. Se propondrá realizar una estrategia que se puede replicar fácilmente, dependiendo las necesidades comunicacionales internas o externas del Centro Educativo, sea institucional o promocional.
5. La estrategia de gestión de recursos tecnológicos por medio de alianza estratégica con *Café Gitane* y el servicio de internet del Centro Educativo, permitirá dotar de ordenadores y conectividad a un porcentaje de estudiantes para continuar con las clases virtuales.

Limitaciones

1. La pandemia del Covid-19, ha limitado fluidez de la comunicación con grupos de interés y la producción de material audiovisual, debido a las disposiciones presidenciales de distanciamiento social y demás medidas sanitarias.
2. El tiempo disponible para el desarrollo de Ejercicio de Prácticas Supervisadas, debido a la duración del ciclo escolar del Centro Educativo San Judas Tadeo.
3. El 100% de la ejecución de las estrategias planteadas, se llevarán a cabo solamente si Junta Directiva del Centro Educativo lo considera pertinente.



2.7 Metodología para la aplicación de la Estrategia de Comunicación

Con base al diagnóstico el tipo de investigación aplicada fue descriptiva, según (Tamayo, 2006) “Comprende descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos. Fue documental según (Illis, 1995) “La investigación documental es un procedimiento científico, sistemático de indagación, recolección, organización, análisis e interpretación de información o datos en torno a un determinado tema”, las fuentes consultadas fueron la Memoria de Labores, página *Web* y reportes institucionales.

El enfoque aplicado fue Mixto, ya que utiliza ambos enfoques, cualitativo y cuantitativo. El enfoque cualitativo según (Tamayo, 2006) “es descriptivo orientado a estructuras teóricas, se caracteriza por ser flexible y utilizar modalidades como historias de vida y estudios de caso. El enfoque cuantitativo según (Sampieri, 2010) “Utiliza recolección de datos para probar una hipótesis, con base a la medición numérica y análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento.

Las técnicas de recolección de datos con enfoque mixto que se utilizaron fueron la observación del área educativa área administrativa y educativa, así como de sus redes sociales Facebook, *Instagram* y *Youtube*.

Una entrevista de profundidad a la directora del Centro Educativo la Licda María Sandoval, ya que dicho instrumento debe ser aplicado a las personas con mayor conocimiento del tema. Se realizó también un Focus Group a los coordinadores de los tres niveles educativos y a la directora aplicando tres instrumentos FODA, Entrevistas semiestructuradas y entrevistas calificativas, así como encuestas a padres de familia.



2.8 Actividades de la Operatividad de la estrategia

2.8.1 Propuesta #1 Gestión de recursos tecnológicos

Los recursos tecnológicos y la conectividad son necesarios para el éxito de un proyecto donde se ve involucrada una estrategia de educación a distancia, siempre y cuando el área geográfica lo permita “sin conectividad es muy difícil llegar a muchas personas” afirma (Martínez, mayo 2020) por lo que se buscó la gestión de dichos recursos.

Se realizará alianza estratégica con *Café Gitane*, lanzando una campaña de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para la dotación de dispositivos y utilizar el Centro Educativo como punto de conectividad mediante *Wifi* para que los padres de familia que no tenían acceso a recursos tecnológicos puedan ayudar a sus hijos a cumplir las tareas y logren terminar el ciclo escolar 2020 con éxito.

2.8.2 Propuesta #2 Rediseño de Página Web y redes sociales *Facebook e Instagram*

El rediseño de la página *web* se realizará a partir del mes de agosto 2020, la función de la página será contar con un canal de comunicación informativo, pero a su vez permita la interacción entre usuarios con la institución, permita condensar noticias, donaciones, foros, consultas en un mismo sitio.

Existen varios tipos de páginas *web*, se propone un diseño dinámico, a diferencia de otras esta genera usuarios, que sea amigable para que la persona encargada de comunicación alimente los contenidos, la imagen y diseños estarán alineados con la campaña que esté vigente en los demás medios y materiales digitales.



Facebook es la principal red social que existe en el mundo, permite ampliar las posibilidades de interacción, siendo un canal de marketing ideal para los segmentos a los que se quiera llegar. Tiene más de 2.2 millones de usuarios divididos en grupos de interés. Se realizará el rediseño incluyendo secciones como donaciones, encuestas de opinión para visibilizar y fortalecer la comunicación externa.

Instagram es una plataforma social que *Facebook* adquirió en 2012, permite a los usuarios editar y subir fotografías y videos cortos principalmente para aplicación móvil, se utilizan etiquetas, *hashtags*. Según (Armetrics Madrid, s.f.) “*Instagram* empresas se ha convertido en una gran fuente de rentabilidad, un lugar donde interaccionar con sus usuarios y publicar productos”. Además de publicar en *Instagram* se puede contar con promoción a través de *influencers* que tienen gran número de seguidores, funciona como patrocinios.

La función principal será realizar publicaciones enlazadas con *Facebook*, aumentando la visibilidad, mejorar la imagen de marca, redireccionar tráfico hacia los otros sitios *web*. Se programará contenido informativo y de campañas promocionales para el Centro Educativo San Judas Tadeo, mismo que se incluirá en el manual de marca.

2.8.3 Propuesta #3 Manual de marca

Se realizará el rediseño del manual de marca, para unificar la línea gráfica de los materiales del Centro Educativo San Judas Tadeo. La función del manual de marca, será reforzar la imagen institucional y tener claros los lineamientos de aplicación de logotipo, colores, tipografías e incluirá las plantillas institucionales y promocionales para las campañas. Se recomienda versión impresa y versión digital para la agencia de diseño, como alianzas estratégicas con otras marcas.



2.8.4 Propuesta #4 Manual de protocolo de prevención y plan de acción Covid-19

El manual de protocolo de prevención y plan de acción Covid-19 será el documento para plasmar las acciones que se llevarán a cabo para contar con una guía de prevención y el regreso paulatino administrativo y a clases. La función principal será la de prepararse para las normas sanitarias que serán necesarias dentro del establecimiento, así como definir los canales de comunicación que se deben seguir hasta que todo regrese a la normalidad.

Además, contar con un documento para las inscripciones 2021, asegurando que los padres de familia de nuevo ingreso se sientan seguros respecto a sus hijos dentro de la institución cuando llegue el momento de regresar a las clases presenciales.

2.8.5 Propuesta #5 Boletines Electrónicos

Se realizará una plantilla para boletines electrónicos que se adapten a las necesidades de comunicación, su función principal es mantener informados a los actores, estas son formas efectivas de mantener el contacto y de manera visual, atraer a más donantes con el contenido adecuado. Se recomiendan los boletines porque no se necesitan recursos adicionales para la producción, serán diseñados en de forma trimestral.

2.8.6 Propuesta #6 Producción de material audiovisual

Las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TICS) abarcan distintas herramientas que se pueden aplicar a la enseñanza aprendizaje y su implementación en organizaciones tiene gran impacto a la hora de comunicar ya que abren posibilidades de interacción entre las personas y la aplicación será tanto informativa como pedagógica en el seguimiento de las clases virtuales en la institución.



(Sánchez, 2011) (como se citó en Álvarez Roger, 2002) piensa que la educación virtual enmarca la utilización de nuevas tecnologías hacia el desarrollo de metodologías alternativas para el aprendizaje del alumno, en poblaciones especialmente limitadas por su ubicación geográfica, la calidad de la docencia y el tiempo disponible.

Se propone la producción de material audiovisual debido, se capacitará por medio virtual a maestros y padres de familia para que realicen pequeños videos sobre vivencias de las clases virtuales desde sus casas para luego editarlos y contar historias que serán de impacto para publicar en las distintas redes sociales.

2.8.7 Propuesta #7 Talleres y capacitaciones

Talleres de capacitación sobre las Tecnologías de Información y Comunicación (TICS)

La capacitación es de suma importancia para mejorar el clima organizacional, motivar a los colaboradores. Se recomienda realizarlos como mínimo tres veces al año, con temas de valores, relaciones humanas. Se realizará en el trimestre tres del año el taller de capacitación sobre Tecnologías de la Información y Comunicación (TICS) buscando alianzas con expertos que donen su tiempo y conocimiento para que los maestros aprendan sobre la importancia e implementación de (TICS) en el proceso de enseñanza aprendizaje de las clases virtuales de la institución.

2.8.8 Propuesta #8 Voluntariados Virtuales

El voluntariado es “el conjunto de actividades de interés general, desarrolladas por personas físicas, siempre que las mismas no se realicen en virtud de una relación laboral, debe tener carácter altruista, solidario, sin pretensión económica”. (Voluntariado, 1996) El voluntariado activa el nivel de pertenencia del colaborador y es utilizado también como actividad de *Team Building* y además ayuda a la productividad.



Debido a la pandemia Covid-19, será necesario reinventar la interacción presencial de los voluntariados al contexto virtual, proponiendo actividades empresariales virtuales, mediante zoom y otras herramientas digitales, como cuenta cuentos, talleres interactivos de matemáticas y otras materias, se sugerirán cuatro actividades en el año.

2.9 Cronograma

Actividad	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Productos Impresos										
Manual de marca										
Manual protocolo Post Covid-19										
Productos Multimedia										
Página Web										
Facebook										
Post Facebook										
Instagram										
Guía y producción de videos										
Material audiovisual										
Boletín electrónico										
Talleres y Capacitaciones										
Talleres sobre TICS										
Actividades comunitarias virtuales										
Campaña RSE -Gestión de recursos tecnológicos y conectividad-										
Voluntariado Virtual										

Fuente: Elaboración propia.



2.10 Financiamiento

Los fondos para el desarrollo del plan de comunicación serán gestionados en un 80% por la Fundación Guatemalteca de Promoción Humana, quien apoya la ejecución administrativa del Centro Educativo San Judas Tadeo. El programa de Ejercicio de Práctica Supervisada (EPS) coordinará alianzas estratégicas para apoyar el financiamiento del proyecto.

2.11 Presupuesto

Actividad	Implementación	Precio	Inversión Real
Diseño de manual de marca	Alineación de imagen corporativa y producción de materiales	Q 2,500.00	Fundación
Manual protocolo Post Covid-19	Reunión de cierre actividades 2020 y plan retorno Ciclo escolar 2021	Q 2,500.00	Fundación
Página Web	Rediseño de mapa Página Web y elementos interactivos	Q 3,000.00	Q 3,000.00
Facebook	Motores de fanpage y formularios, botón de donaciones	Q 1,600.00	Fundación
Instagram	Rediseño	Q 800.00	Fundación
Boletín electrónico	Producción de plantillas para emailing	Q 550.00	Fundación
Talleres sobre TICS	Coordinación alianzas estratégicas con expertos en el tema (USAC)	Q 1,500.00	Donación
Voluntariado Virtual	Coordinación donantes empresariales e individuales	Q -	Voluntariado
TOTAL PLAN		Q	12,450.00

Fuente: Elaboración propia



2.12 Beneficiarios

El alcance de la implementación de las estrategias de comunicación impactará a los más de 570 estudiantes y a las 436 familias del Centro Educativo que se verán beneficiadas con la capacitación y herramientas que se les brindarán para que puedan continuar adecuadamente con clases virtuales para culminar con éxito el ciclo escolar 2020. Según el Registro Nacional de las Personas (RENAP) en el último censo de natalidad realizado en 2018 se determinó que el promedio de hijos por familia en el área metropolitana es de 3, por lo que se estima impactar a 1,308 personas aproximadamente.

2.13 Recurso Humano

En el Centro Educativo no existe un departamento formal de Comunicación, sin embargo, Fundación Guatemalteca de Promoción Humana, realizará acciones para apoyar la ejecución de los esfuerzos operativos de la institución.

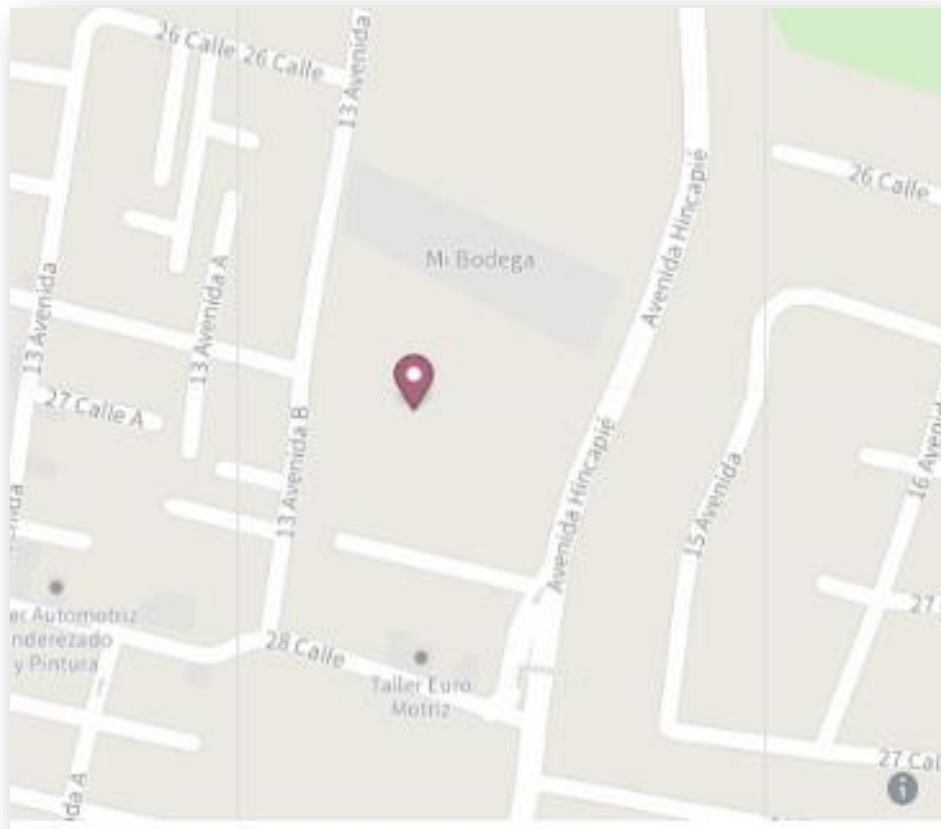
Puesto	Actividades	Asignación
Escuela de Ciencias de la Comunicación	Asignación de practicante de Comunicación	Universidad de San Carlos de Guatemala
Supervisores	Gestión administrativa y académica para el desarrollo del proyecto	Escuela de Ciencias de la Comunicación
Fundación Guatemalteca de Promoción Humana	Provee el presupuesto para el desarrollo del proyecto	Presupuesto
Agencia Diseño	Desarrolla materiales de estrategias 360	Fundación Guatemalteca de Promoción Humana
Comunicador Social	Desarrollo e implementación de estrategias de comunicación y alianzas estratégicas	Ejercicio de Práctica Supervisada Licenciatura

Fuente: Elaboración propia.



2.14 Áreas Geográficas de Acción

El área de impacto de este proyecto, se enmarca dentro de la ciudad Capital, zona urbano marginales de zona 13, Colonia La Libertad y Santa Fe. El número de familias a las que se alcanzará es de 436 en total, viven a los alrededores del Centro Educativo San Judas Tadeo.



Fuente: Ubicación Página de Facebook



2.15 Cuadro comparativo de Estrategias

Actividad o Producto Comunicacional	Objetivos Específicos	Presupuesto	Recurso Humano	Area de Impacto	Beneficiarios	Fecha de Ejecución
-Rediseña la página web. -Rediseñar Fanpage de Facebook. -Rediseño de Instagram. -Boletín electrónico. -Voluntariado Virtual. -Capacitaciones sobre (TICS)	Rediseñar canales y herramientas de comunicación existentes con el fin de llegar de forma efectiva a los grupos objetivos de la institución.	Q 5,950.00	Epesista, Proveedor, Fundación	Zona 13, La Libertad y Santa Fe	Maestros, usuarios de redes sociales, padres de familia.	Septiembre a Noviembre 2020
-Diseño de manual de marca. -Diseño de manual post Covid-19	Visibilizar la imagen institucional del Centro Educativo San Judas Tadeo.	Q 6,500.00	Epesista, Fundación	Zona 13, La Libertad y Santa Fe	Voluntarios, colaboradores del Centro Educativo, padres de familia, proveedores.	Septiembre a Noviembre 2020
-Campaña gestión de dispositivos. -Implementación de zona de Wifi en el Centro Educativo.	Gestionar recursos tecnológicos y conectividad para los estudiantes del Centro Educativo, por medio de alianzas estratégicas.	Q -	Epesista, Centro Educativo	Zona 13, La Libertad y Santa Fe	Estudiantes del Centro Educativo, padres de familia.	Junio a Octubre 2020

Fuente: Elaboración propia.



Capítulo 3

3. Informe de Ejecución

3.1 Estrategia No. 1 Gestión de recursos tecnológicos

Objetivo de la actividad

El objetivo de la gestión de recursos es apoyar las acciones de recaudación de fondos. Se realizó la estratégica con la cadena de cafeterías *Café Gitane* con el lanzamiento de campaña de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para la dotación de dispositivos a las familias que no contaban con uno, así como a las familias con un solo dispositivo y varios niños en edad escolar.

Se sensibilizó a los colaboradores de *Gitane* sobre el proyecto social y se colocó material POP, así como pauta en redes sociales. Como apoyo se utilizó el Centro Educativo como punto de conectividad mediante *Wifi* para que los padres de familia que no tenían acceso a conectividad de internet pudiesen ayudar a sus hijos a cumplir las tareas y logren terminar el ciclo escolar 2020 con éxito. Se ejecutó a partir del mes de junio 2020 en tres Puntos de Venta de *Gitane* y seguirá hasta noviembre 2020.

Público objetivo

Padres de familia y estudiantes del Centro Educativo San Judas Tadeo.

Medio utilizado

Internet, *Zoom*, Puntos de Venta de *Café Gitane*.

Área geográfica de impacto

Ciudad Guatemala, zona 13 Colonias La Libertad y Santa Fe.

Presupuesto invertido

Q. 0.00

¡APOYA A UN NIÑO A CONTINUAR SUS CLASES DESDE CASA!

Dona dispositivos en buen estado
para los estudiantes del Centro Educativo San Judas Tadeo.

“SmartPhone, Tablet o Computadora con su cargador”

Puedes llevar tu dispositivo a **CAFÉ GITANE**, Parque Las Américas, Plaza Maderos Roosevelt o Peri Roosevelt de 8:00 AM a 3:00PM

3069-0057 fundacion@sanjudastadeo.edu.gt ¡Síguenos!

The screenshot shows the Facebook page interface for 'Fundación guatemalteca de promoción humana'. The page features a navigation menu on the left with options like 'Inicio', 'Bandeja de entrada', 'Eventos', and 'Administrar empleos'. The main content area displays the campaign advertisement, including the headline '¡APOYA A UN NIÑO A CONTINUAR SUS CLASES DESDE CASA!', a statistics box with 1,351 likes and 122 interactions, and a map showing the location of 'CAFÉ GITANE' in Guatemala. The page also includes a 'Promoción' button and social media sharing options.

Campaña Facebook:

<https://www.facebook.com/fundacionguatemaltecadepromocionhumana>



Colocación Material POP y adecuación de área de *Wifi* en el Centro Educativo.



3.2 Estrategia No. 2 Rediseño de Página Web y redes sociales Facebook e Instagram

Objetivo de la actividad

El rediseño de la página *web*, contará con un canal de comunicación informativo, que permita a su vez la interacción entre usuarios de la institución, cuenta con área de noticias, donaciones, foros. La red social *Facebook* contará con una sección de donaciones y encuestas para interactuar con el público objetivo. Así mismo la función de *Instagram* será reforzar las publicaciones hechas en *Facebook*.

Las redes sociales serán utilizadas para contar historias de éxito de estudiantes del Centro Educativo, socializar eventos de recaudación de fondos, campañas informativas que ayuden a visibilizar la imagen institucional. La actualización de la página web se realizó a partir de julio de 2020 y la reactivación del mantenimiento de las redes sociales se realizó a partir de marzo de 2020, apoyando la gestión de crisis de la pandemia Covid-19.

Público objetivo

Personal administrativo, maestros, padres de familia, estudiantes, donantes actuales y potenciales que cuentan con redes sociales.

Medio utilizado

Internet. Sitio web, página de Facebook e Instagram.

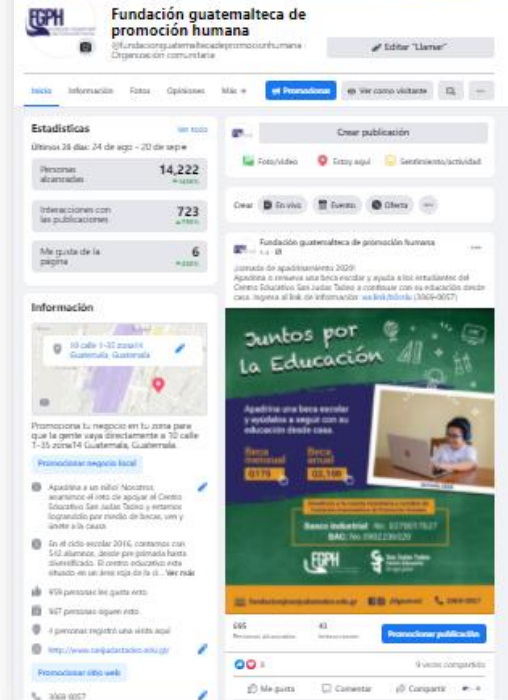
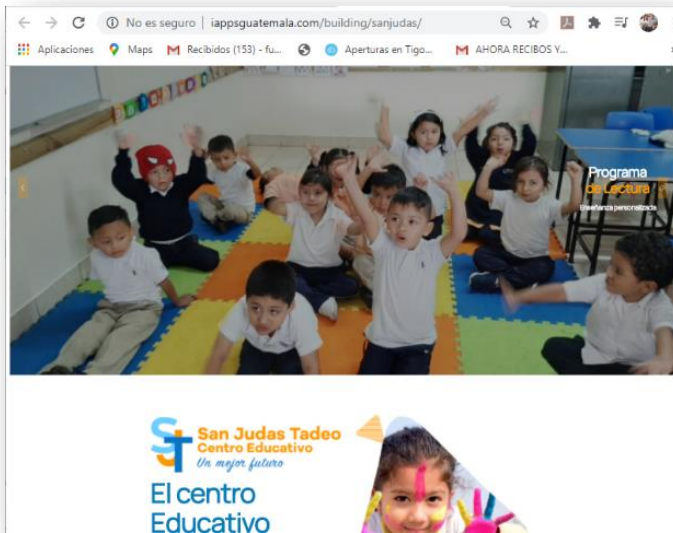
Links:

Área geográfica de impacto

Ciudad de Guatemala.

Presupuesto invertido

Q. 5,400.00



Link para Página Web: <http://iappsguatemala.com/building/sanjudas/>

Link para Facebook: <https://www.facebook.com/fundacionguatemaltecadepromocionhumana/>

Link para Instagram: <http://iappsguatemala.com/building/sanjudas/>



3.3 Estrategia No. 3 Rediseño de manual de marca

Unificar la línea gráfica de los materiales del Centro Educativo San Judas Tadeo, para visibilizar la imagen institucional y tener claros los lineamientos de aplicación de la marca.

El manual permitirá reforzar la imagen institucional para el uso adecuado del logotipo, aplicación de colores, tipografías e incluirá las plantillas institucionales. Se entregará al Centro Educativo una versión impresa y una digital. La entrega del manual de marca se realizó en el mes de septiembre de 2020 a la directora del Centro Educativo Licenciada María Sandoval.

Público objetivo

Persona encargada de comunicación del Centro Educativo San Judas Tadeo, agencias de publicidad, marcas con las que se implementan alianzas estratégicas.

Medio utilizado

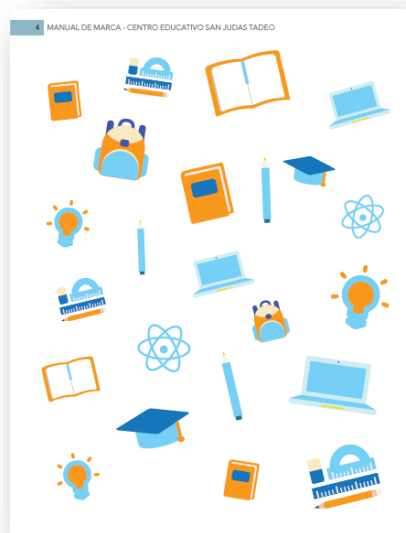
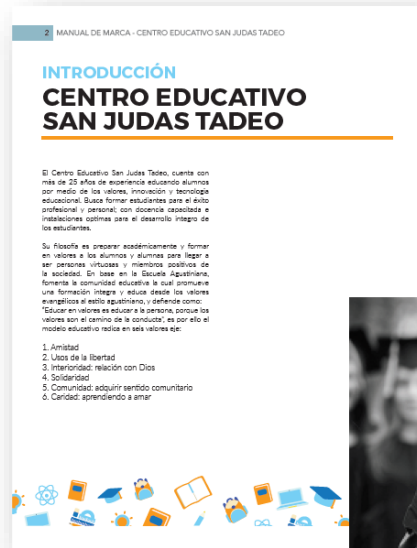
Internet

Área geográfica de impacto

Ciudad de Guatemala.

Presupuesto invertido

Q. 2,500.00





ÍNDICE

LOGOTIPO DE MARCA	6
ESPACIO DE RESERVA	8
APLICACIONES	9
TIPOGRAFÍA DEL LOGOTIPO	10
TIPOGRAFÍA CORPORATIVA	11
TIPOGRAFÍA SECUNDARIA	12
COLORES CORPORATIVOS	13
PAPELERÍA MEMBRETADA	15
RETÍCULA CORPORATIVA	18
ICONOGRAFÍA	22
UNIFORMES	23

LOGOTIPO DE MARCA

Nuestro logotipo es la clave para fundar nuestra identidad. Es el elemento visual más importante para identificarnos. Es una abreviación del nuestro nombre combinado con la educación.



LOGO COMPLETO



LOGO INDIVIDUAL



Símbolo del logo



Título del logo

VERSIONES



Versión 1 color



Escala de grises

ESPACIO DE RESERVA

Es importante aplicar el espacio de reserva para que el logotipo sea entendible y claro a pesar que tenga elementos a su alrededor.



Tomar la T del símbolo, luego dividirla al centro y obtener la medida X, la cual se utiliza para el espacio de reserva, y para los espacios internos que debe tener el logotipo como está indicado abajo.





APLICACIONES



Fondo blanco 1 color Fondo oscuro



Fondo blanco / escala de grises

TAMAÑO MÍNIMO



TIPOGRAFÍA DE LOGOTIPO

GALANO

TIPOGRAFÍA DISEÑADA POR RENE BIEDER

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0 1 2 3
4 5 6 7
8 9

NÚMEROS

! ? " \$
& / () +
€ @ *
" "

CARACTERES

TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

MONTSERRAT

TIPOGRAFÍA DISEÑADA POR JULIET ULANDI/SKY

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz LIGHT
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz REGULAR
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz SEMI BOLD
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz BOLD
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0 1 2 3
4 5 6 7
8 9

NÚMEROS

! ? " \$
% & /
() = + #
€ @ < > ^
* ÷ " "

CARACTERES

TIPOGRAFÍA SECUNDARIA

LATO

TIPOGRAFÍA DISEÑADA POR Łukasz Dziedzic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz THIN
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz LIGHT
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz REGULAR
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz BOLD
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0 1 2 3 4
5 6 7 8 9

NÚMEROS

! ? " \$ % & /
() = + # € @
< > ^ * + " "

CARACTERES



COLORES CORPORATIVOS

PRIMARIOS



RGB 248 | 152 | 29
CMYK 0 | 47 | 100 | 0
PANTONE F891C

RGB 119 | 203 | 242
CMYK 48 | 2 | 0 | 0
PANTONE 77CBF2

RGB 35 | 117 | 183
CMYK 84 | 50 | 0 | 0
PANTONE 2875BB

SECUNDARIOS



RGB 249 | 222 | 0
CMYK 4 | 7 | 100 | 0
PANTONE FPDE00



RGB 42 | 181 | 115
CMYK 75 | 0 | 75 | 0
PANTONE 2A8579

“La educación no cambia al mundo, cambia a las personas que van a cambiar el mundo.” Paulo Freire



PAPELERÍA MEMBRETADA

Aquí se encuentra la muestra del diseño de las hojas membretadas, aprobada por el Centro Educativo San Judas Tadeo.

HOJA MEMBRETADA

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Material: Bond
Peso: 90 g
Dimensiones: 216 x 279 mm
Color: CMYK

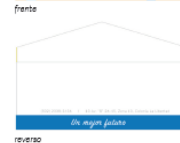


Aquí se encuentra la muestra del diseño de los sobres membretados, aprobada por el Centro Educativo San Judas Tadeo.

SOBRE MEMBRETADO

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Material: Bond
Peso: 90 g
Dimensiones: 110 x 220 mm
Color: CMYK
Impresión tiro y retiro



ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Material: Bond
Peso: 90 g
Dimensiones: 110 x 220 mm
Color: Escala de grises
Impresión tiro y retiro





Aquí se encuentra la muestra del diseño de las tarjetas de presentación, aprobada por el Centro Educativo San Judas Tadeo.

TARJETAS DE PRESENTACIÓN

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Material: Husky
Peso: 90 g
Dimensiones: 50,8 x 88,9 mm
Color: CMYK
Impresión: tira y retiro



RETÍCULA CORPORATIVA

Aquí se encuentra la muestra del diseño de la retícula para los diferentes artes corporativos de redes sociales, noticias web y avisos del centro educativo.

NOTICIAS WEB



FACEBOOK



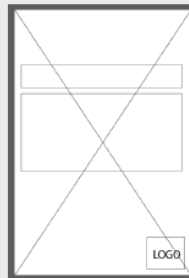
Dimensiones: 900 x 900 píxeles

AVISOS



Dimensiones: 105 x 148 mm

ARCHES



Dimensiones: 12 x 18 pulgadas

FACEBOOK

Ejemplo de imagen con texto



Ejemplo de imagen sin texto



Plantilla de imagen con texto



Plantilla de imagen sin texto





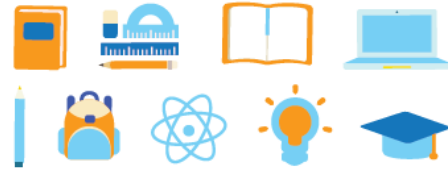
"Da siempre lo mejor de ti y lo mejor vendrá..."

Madre Teresa de Calcuta



ICONOGRAFÍA

Un icono es una pequeña imagen que se asocia con herramientas. Los siguientes iconos fueron creados para utilizar en las diferentes áreas académicas así como materiales e instrumentos importantes para los estudiantes del Centro Educativo San Judas Tadeo.



UNIFORMES

Aquí se encuentra la muestra del diseño del uniforme de los estudiantes, aprobada por el Centro Educativo San Judas Tadeo.



ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Materia: Algodón
Color de camiseta: Blanco
Color de bordado: PANTONE 2375BB

Estilo para hombres y mujeres, con pantalón khaki o jeans.



ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Materia: Algodón
Color de camiseta: Azul marino
Color de bordado: PANTONE 6555C

Estilo para hombres y mujeres, con pantalón khaki.



ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Materia: Algodón
Color de camiseta: Blanco
Color de bordado: PANTONE F9991C, 77C6F2, 2375BB

Uniforme de educación física para hombres y mujeres, con pantalón de deporte.

SJ San Judas Tadeo
Centro Educativo
Un mejor futuro





3.4 Estrategia No. 4 Manual de protocolo de prevención y plan de acción Covid-19

Objetivo de la actividad

Plasmear las acciones de normas sanitarias que se llevarán a cabo para el regreso paulatino de actividades administrativas y educativas del Centro Educativo San Judas Tadeo y definir los canales de comunicación a seguir. Con el objetivo de asegurar que los padres de familia de nuevo ingreso y reingreso se sientan seguros del regreso a clases de sus hijos.

Otro de los objetivos es el resguardo de la salud de los colaboradores y visitantes del Centro Educativo, con el fin de evitar contagios, así como informar sobre el uso adecuado del equipo de protección personal en sus puestos de trabajo y aulas. Establecer un plan de acción en caso de un contagio detectado. La entrega del manual de marca se realizó en el mes de septiembre de 2020 a la administradora del Centro Educativo Lisbeth de Rosales, para que sea compartido a las distintas coordinaciones académicas, visitantes y padres de familia.

Público objetivo

Personal administrativo, visitantes, maestros, estudiantes y padres de familia de Centro Educativo San Judas Tadeo.

Medio utilizado

Internet, correo electrónico y carteleras.

Área geográfica de impacto

Centro Educativo San Judas Tadeo está ubicado en la 13 Avenida “B” 26-45, colonia La Libertad zona 13 de la ciudad de Guatemala.

Presupuesto invertido

Q. 2,500.00



EGPH **San Judas Tadeo Centro Educativo de agua dulce**

CENTRO EDUCATIVO SAN JUDAS TADEO

PROTOCOLO DE PREVENCIÓN Y PLAN DE ACCIÓN COVID-19

ADMINISTRACIÓN
GUATEMALA SEPTIEMBRE DE 2020.

PROTOCOLO DE PREVENCIÓN Y PLAN DE ACCIÓN COVID-19

EGPH **San Judas Tadeo Centro Educativo de agua dulce**

PROTOCOLO DE PREVENCIÓN Y PLAN DE ACCIÓN COVID-19
Centro Educativo San Judas Tadeo

OBJETIVO GENERAL
Asegurar los protocolos de higiene en prevención del COVID-19. Lo principal para el Centro Educativo es la salud y el bienestar de sus colaboradores y estudiantes.

ALCANCE
Colaboradores, visitantes y estudiantes del Centro Educativo San Judas Tadeo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Garantizar el resguardo de la salud de nuestros colaboradores, visitantes y estudiantes dentro del Centro Educativo, con el fin de evitar contagios minimizando los riesgos.
- Mantener ambientes seguros de trabajo y estudio, con base a los lineamientos e información que se brinda por medio de los canales oficiales de gobierno.
- Comunicar de forma efectiva y oportuna por medio de nuestros distintos canales, los protocolos de prevención COVID-19.
- Capacitación a personal, visitantes y estudiantes sobre la implementación del protocolo autorizado y su uso adecuado.
- Garantizar el uso adecuado de Equipo de Protección Personal (EPP) de acuerdo a las actividades, lugares, puestos de trabajo y en las aulas con los estudiantes.
- Saber cómo actuar y a qué entidad llamar si algún trabajador presenta síntomas de la enfermedad.
- Establecer un plan de acción en caso de contagio detectado.

PROTOCOLO DE PREVENCIÓN Y PLAN DE ACCIÓN COVID-19

EGPH **San Judas Tadeo Centro Educativo de agua dulce**

PROTOCOLO DE SANITIZACIÓN AL INGRESAR AL CENTRO EDUCATIVO

Toda persona que ingrese al Centro Educativo debe:

- Pasar por el área específica de desinfección de calzado.
- Aplicarse gel desinfectante.
- Toma de temperatura al ingresar por medio de termómetros electrónicos. La temperatura debe estar por debajo de 37.5° C. De no ser así, no se permite el ingreso al Centro Educativo, si es un alumno se avisará a los padres de inmediato.
- El uso de mascarillas dentro de las instalaciones es obligatorio para toda persona que permanezca dentro del Centro Educativo.
- Si alguna persona presenta síntomas de: fiebre, tos, dolor de garganta o dificultad respiratoria, no podrá ingresar al Centro Educativo.

AL SALIR DEL CENTRO EDUCATIVO

- Se recomendará a los colaboradores, previo a retirarse de los centros de trabajo, el lavado de manos con agua y jabón o bien hacer uso de GEL desinfectante de manos.

RECOMENDACIONES GENERALES DENTRO DE LAS INSTALACIONES DEL CENTRO EDUCATIVO.

- Mantener el distanciamiento indicado en todas las áreas del Centro Educativo (baños, aulas, patios, ambientes y oficinas) es decir una distancia mínima de 1.5 metros como mínimo entre personas.
- Limitar el contacto directo entre personas dentro de la institución.
- Evitar las reuniones presenciales, a menos de que sean indispensables. En este caso, se debe mantener la distancia social entre las personas (mínimo de 1.3 metros). Durante las reuniones no se deberá compartir comida.

PROTOCOLO DE PREVENCIÓN Y PLAN DE ACCIÓN COVID-19

EGPH **San Judas Tadeo Centro Educativo de agua dulce**

- No se deben colocar alimentos en recipientes para evitar manipulación de alimentos.
- Evitar el contacto con objetos o superficies de forma innecesaria.
- Lavado frecuente de manos con agua y jabón o con gel desinfectante, siguiendo las recomendaciones del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (MSPAS).
- Lavado y desinfección de objetos o superficies de manera frecuente. La desinfección debe realizarse con productos químicos que sean fabricados para ese fin (virucidas). Los desinfectantes se deben usar según las instrucciones recomendadas en la etiqueta o en la ficha técnica del producto.
- Indicar la forma adecuada de saludar, estornudar, toser, lavado de manos y manipulación de EPP.
- Colocar dispensadores de gel desinfectante en las instalaciones, para que en todo momento esté disponible.
- Evitar visitas que no sean de proveedores esenciales a las instalaciones, quienes deben cumplir con las medidas de prevención establecidas por la institución.

INSTALACIONES SANITARIAS Y DE SERVICIO

- La cantidad máxima de personas que pueden estar en los servicios sanitarios es de 4. Las demás personas que deseen ingresar deberán esperar afuera haciendo una fila donde se señalizará la distancia mínima de 1.3 metros con los elementos de protección puestos.
- En el área de lavamanos se colocarán las indicaciones de la forma correcta de realizar el lavado de manos.

PROTOCOLO DE PREVENCIÓN Y PLAN DE ACCIÓN COVID-19




EGPH **San Juan Pablo Torres Alarcón**

QUÉ HACER EN CASO UN COLABORADOR PRESENTE SÍNTOMAS

Primero identificar quién representa un caso sospechoso según las especificaciones que dan las autoridades:

- Persona con infección respiratoria aguda de cualquier nivel de gravedad que incluya al menos uno de los siguientes signos/síntomas: fiebre, tos, dolor de garganta o dificultad respiratoria y con alguno de los siguientes:
 - Antecedente de viaje o residencia en los 14 días previos al inicio de los síntomas a países que reportan transmisión local* a la OMS.
 - Contacto con casos confirmados por COVID-19 en los 14 días previos al inicio de los síntomas
- Persona con infección respiratoria aguda grave que incluya al menos uno de los siguientes signos/síntomas: fiebre, tos o dificultad respiratoria y que requiere hospitalización; sin otra etiología que explique completamente la presentación clínica.



- Si un colaborador reporta síntomas como temperatura (mayor a 37.5°C), tos o dificultad para respirar, debe cumplir con lo siguiente:
 - Quedarse en casa e informar a su jefe inmediato
 - El jefe inmediato notifica inmediatamente a la administración al Tel. 2333-7708.
 - Administración notifica a las autoridades del Ministerio de Salud Pública quienes le indicarán de qué manera proceder.

PROTOCOLO DE PREVENCIÓN Y PLAN DE ACCIÓN COVID-19

EGPH **San Juan Pablo Torres Alarcón**

- Si siguen cercano de su familia presenta estos mismos síntomas debe proceder de la misma manera.
- Si el colaborador es diagnosticado positivo de COVID-19:
 - Informar a la Administración del Centro Educativo.
 - Permanecer en cuarentena y se presentará a sus actividades laborales únicamente si descartar un diagnóstico positivo.
- Dentro de la institución se debe contar con un área de aislamiento para los casos sospechosos de COVID-19 y con mobiliario adecuado para la cómoda espera del colaborador a las autoridades de salud. Adicional debe haber un equipo de protección personal completo para personal de primeros auxilios de la institución, quien dará acompañamiento de manera segura sin poner en riesgo su salud, al colaborador con sospecha de COVID-19. Al retirarse el colaborador del área de aislamiento, está deberá ser sanitizado con vinillos adecuados y profesionales de limpieza.
- El traslado del colaborador no debe ser por ningún motivo realizado por la institución.
- En el caso que un colaborador de positivo a COVID-19 se suspenderá la operación por el tiempo necesario que dure la sanitización de las instalaciones que deberá estar en manos de expertos, y se pondrá a disposición de las autoridades el listado de colaboradores y visitantes de las instalaciones según las autoridades lo requieran.

RESPONSABILIDADES DE DIRECCIÓN Y COORDINADORES

- Notificar a Administración inmediatamente si existe algún colaborador con síntomas o caso positivo inclusive si es algún familiar cercano al colaborador.
- Monitorear semanalmente la salud de su equipo y reportarle a Recursos Humanos con el fin de estar alertas en todo momento.
- Promover el teletrabajo y vigilar que se encuentren grupos reducidos de personas en los campus o sedes.
- Cumplir con el protocolo de ingreso y salidas a las instalaciones.
- Fomentar una cultura de prevención y distanciamiento para resguardar nuestra salud.
- Recomendar a nuestros equipos no salir de casa sobre todo en semanas que sean picos de contagios.

PROTOCOLO DE PREVENCIÓN Y PLAN DE ACCIÓN COVID-19

EGPH **San Juan Pablo Torres Alarcón**

PROCEDIMIENTOS DE SUSPENSIÓN DE IGSS POR COVID-19

SUSPENSIÓN PARA AFILIADO IGSS

- Colaboradores que están contagiados por COVID-19 no pueden salir del lugar en donde está ya sea trabajo o casa.
- Las unidades asistenciales del IGSS se presentan hacer los pruebas a todos los que tuvieron contacto con el colaborador con COVID-19 y entran en cuarentena durante 15 días para su observación.

SUSPENSIÓN DEL COLABORADOR

- Se suspende al colaborador por enfermedad común.

PROCESO DISCIPLINARIO

- El incumplimiento de los protocolos de prevención e higiene presentados por COVID-19 generará sanciones de nivel moderado a graves por el incumplimiento, ya que debemos salvaguardar nuestra integridad como empresa y la de nuestros colaboradores y alumnos.
- Cada coordinador es responsable de salvaguardar la salud de su equipo y cada maestro de los alumnos a su cargo.

OTROS

- El departamento de administración realizará auditorías constantes para verificar el cumplimiento del protocolo.
- Administración velará porque se cuente con todo el material y equipo necesario para poder llevar a cabo el protocolo de manera eficiente (termómetro, gel, alfombra, sanitización de espacios, lista de visitantes, números de emergencia y contactos de entidades del MSP).

PROTOCOLO DE PREVENCIÓN Y PLAN DE ACCIÓN COVID-19



3.5 Estrategia No. 5 Boletines Electrónicos

Objetivo de la actividad

El objetivo principal de los boletines es mantener informados a los grupos objetivos de forma efectiva, atraer a más donantes utilizando los mensajes adecuados siguiendo la línea gráfica institucional, serán generados de forma periódica dependiendo al flujo de información del Centro Educativo.

Serán de utilidad para la generación de contenidos en la página *Web* en una de las secciones destinadas a boletines a partir del mes de septiembre 2020, se inició con el diseño a partir de marzo 2020.

Público objetivo

Personal administrativo, padres de familia, donantes actuales.

Medio utilizado

Internet, *emailing*, redes sociales *Facebook e Instagram*.

Área geográfica de impacto

Ciudad de Guatemala.

Presupuesto invertido

Q. 550.00



JUNTOS CONTRA EL COVID-19

Esperamos de corazón estén resguardados con sus familias para vencer juntos el Covid-19 en Guatemala.

Deseamos compartir que nosotros y cada uno de sus allegados trabajamos de buena manera para cumplir con el programa escolar 2020.

Miembros: Dan seguimiento a tareas con resultados y reciben cursos virtuales de terapia.

Saludables: Trabajando tareas y actividades de forma segura en sus hogares.

Esperamos contar su apoyo y seguir brindando educación de calidad a los niños, niñas y jóvenes del Centro Educativo San Judas Tadeo.

Le invitamos donar una despensa valorada en Q.75.00 para las familias afectadas económicamente por Covid 19.

DONAR AHORA

Banco Industrial No. 0270017627
Fundación Guatemalteca de Promoción Humana

EGPH San Judas Tadeo Centro Educativo de mejor calidad

3069-0057 fundacion@sanjudastadeo.edu.gt ¡Síguenos!

SIGAMOS APOYANDO A MÁS FAMILIAS

Gracias a tu donación hemos logrado beneficiar a 450 familias. Te invitamos a seguir apoyando a más familias.

Dona una o más despensas desde Q75.00

Realiza tu donación a las cuentas monetarias:

Banco Industrial: No. 0270017627
BAC: No.0902236520

A nombre de **Fundación Guatemalteca de Promoción Humana**

DONAR AHORA

EGPH Fundación Guatemalteca de Promoción Humana
San Judas Tadeo Centro Educativo De mejor calidad

3069-0057 fundacion@sanjudastadeo.edu.gt ¡Síguenos!

mail.google.com/mail/u/1/#search/450+familias/KtbxLxGSstvmQZLSLJclHnfSbQGS

Aplicaciones Maps Recibidos (153) - fu... Aperturas en Tigo... AHORA RECIBIDOS Y...

Gmail 450 familias

Redactar

Recibidos 360 Destacados Pospuestos Enviados Borradores 193 Más

Meet Nueva reunión Mis reuniones Nuevo

Hangouts Fundación Gua + María Sandoval Tu: hola P. Rolivar Sosa

¡Gracias! -450 familias beneficiadas, sigamos apoyando!

Fundación Guatemalteca de Promoción Humana -fundacion@sanjudastadeo.edu.gt- para mí, bcc: Daniela, bcc: licmanogron, bcc: Lulu, bcc: algodoy, bcc: norygob041, bcc: Jorge, bcc: ...

Estimados Padrinos,
Nuestro deseo es que se encuentren bien al lado de sus seres queridos.

Fundación Guatemalteca de Promoción Humana agradece su apoyo y solidaridad en nombre de **más familias.**

Realiza donativos a las cuentas monetarias:
Banco Industrial No. 0270017627
BAC No. 0902236520
Fundación Guatemalteca de Promoción Humana
Link donación con Tarjeta: <https://bit.ly/2Ww49DD>

Veán el video de la entrega: <https://bit.ly/2ydfPqsU>

#JuntosSaldremosAdelante

SIGAMOS APOYANDO A MÁS FAMILIAS

Gracias a tu donación hemos logrado beneficiar a 450 familias. Te invitamos a seguir apoyando a más familias.

Diseño y envío de Boletines virtuales “Campaña apoyo familias Covid-19”.



3.6 Estrategia No. 6 Producción de Material Audiovisual

Objetivo de la actividad

Se realizaron diversos materiales audiovisuales para campañas informativas y promocionales para recaudación de fondos en beneficio del Centro Educativo San Judas Tadeo.

Se incluyó a los maestros y padres de familia en la grabación de videos sobre vivencias de los estudiantes en sus clases virtuales y actividades donde interactuaron en temas educativos y recreativos específicos desde sus hogares.

El objetivo de los materiales audiovisuales contribuye a la visibilidad del Centro Educativo con los públicos externos como futuros donantes, dicho material se publicó en el canal de *YouTube*, se compartió en la página *web*, redes sociales *Facebook* e *Instagram* a partir de marzo 2020. La tendencia de producción es contar historias de éxito para sensibilizar a los públicos a los que se desea llegar.

Público objetivo

Maestros, padres de familia, estudiantes y personal administrativo del Centro Educativo. Padrinos y potenciales donantes, así como los *fans* de las distintas redes sociales.

Medio utilizado

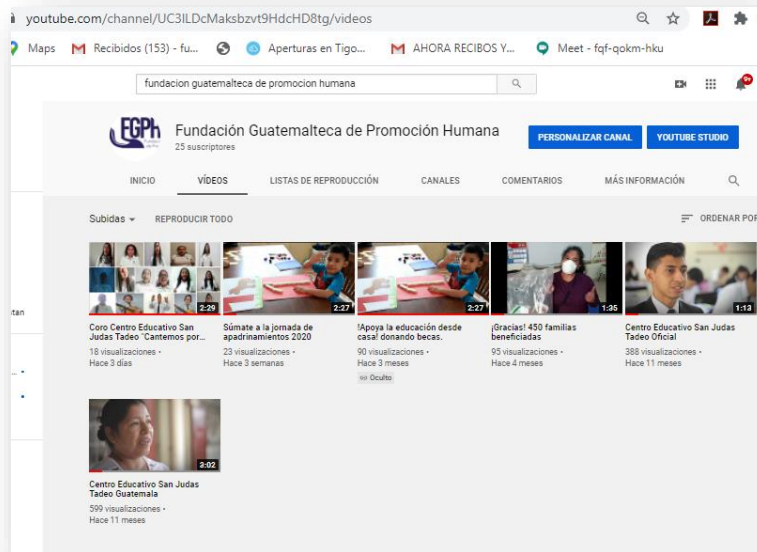
You Tube, *emailing*, redes sociales *Facebook*, *Instagram* y *WhatsApp*.

Área geográfica de impacto

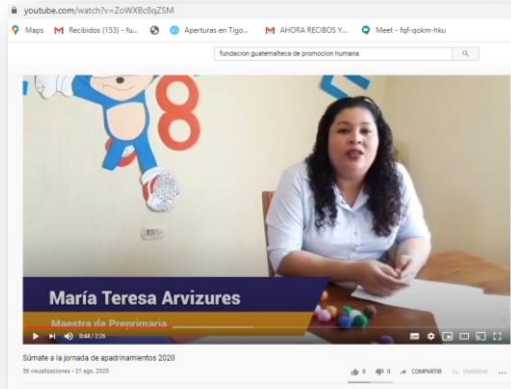
Ciudad de Guatemala.

Presupuesto invertido

Q. 500.00

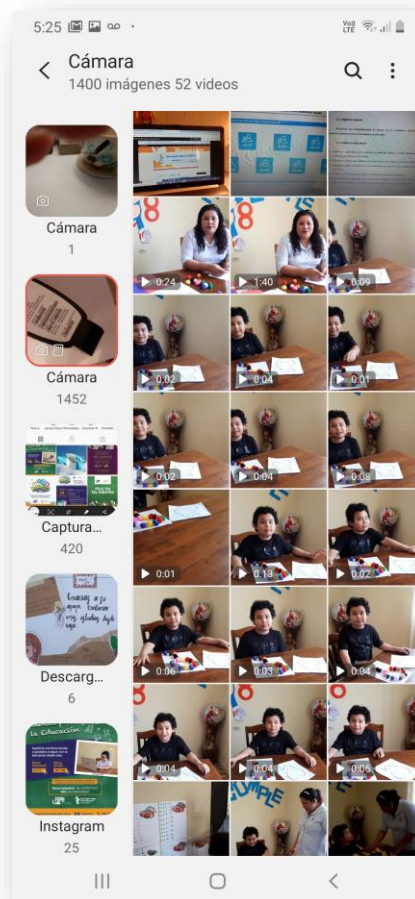


Producción de Material Audiovisual.



Canal de *YouTube*:

<https://www.youtube.com/channel/UC3ILDcMaksbztv9HdcHD8tg>





3.7 Estrategia No. 7 Capacitaciones sobre Tecnologías de Información y Comunicación (TICS)

Objetivo de la actividad

Mejorar el clima laboral, motivar a los colaboradores del Centro Educativo, obtener obtengan nuevos conocimientos en herramientas que les ayudarán en sus labores debido a el desarrollo de las clases virtuales.

Se solicitó una alianza estratégica con la Universidad de San Carlos de Guatemala a la facultad de Humanidades, se buscó el apoyo de una profesional del área de Trabajo Social con estudios especializados en niñez y con bases sólidas en educación virtual.

Se ejecutará en el mes de noviembre 2020 en la etapa de planificación del personal del Centro Educativo en una sesión de 1.5 horas por medio de plataforma virtual, se entregará un diploma de participación a cada maestro.

Público objetivo

Maestros y padres de familia del Centro Educativo San Judas Tadeo.

Medio utilizado

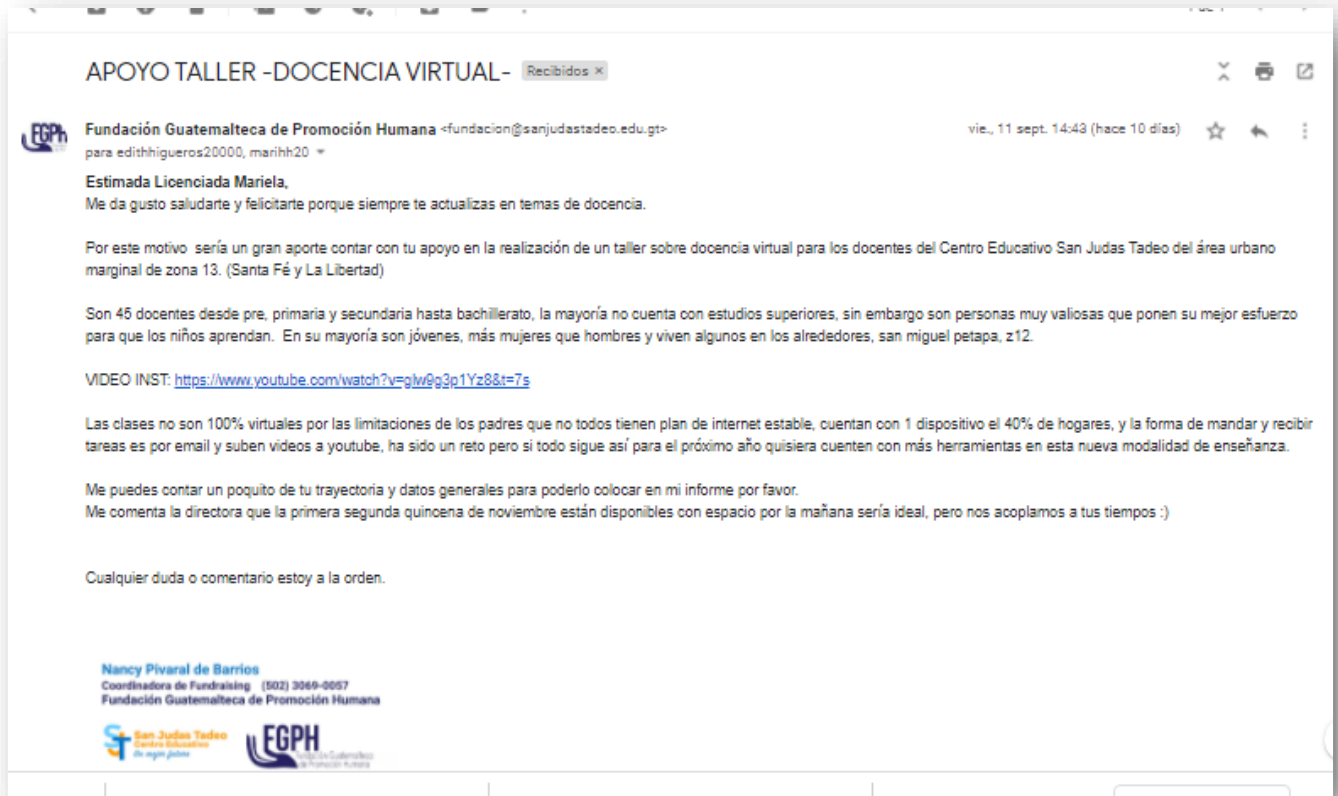
Internet, *Zoom*.

Área geográfica de impacto

Ciudad de Guatemala.

Presupuesto invertido

Q. 1,500.00



Gestión y compromiso de la capacitadora sobre taller de Educación Virtual.



3.8 Estrategia No. 8 Voluntariado Virtual

Objetivo de la actividad

El objetivo principal es reinventar la temática de voluntariados presenciales hacia las actividades virtuales para donantes y empresas mediante zoom y otras herramientas, interactuando con los estudiantes del Centro Educativo San Judas Tadeo, beneficiarios directos del proyecto que trabaja dicha institución.

Se buscó realizar alianzas estratégicas con empresas que trabajan campañas de Responsabilidad Social Empresarial, buscando acercar a los colaboradores al proyecto al mismo tiempo que se generaron herramientas de capacitación para los maestros.

Se realizó en el mes de junio 2020 y se recomendaron 3 actividades al año haciendo invitación abierta a todas las personas que estén interesadas en apoyar la causa.

Público objetivo

Maestros y estudiantes del Centro Educativo San Judas Tadeo.

Medio utilizado

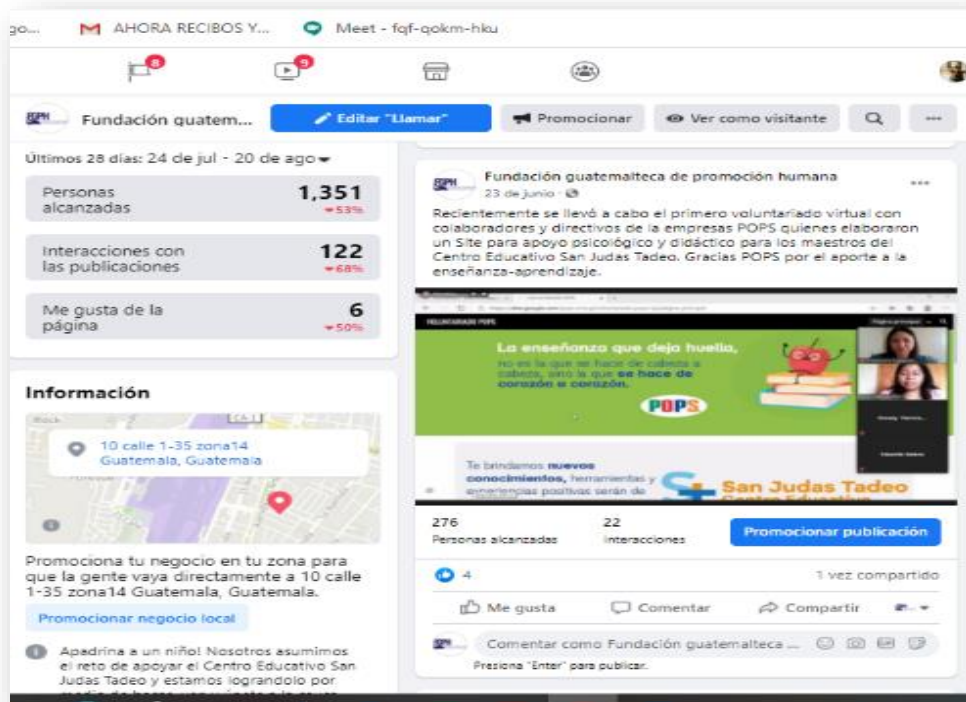
Internet, *Zoom*.

Área geográfica de impacto

Ciudad de Guatemala y empresas del sector de zona 13 que es el área de impacto de la institución.

Presupuesto invertido

Q. 0.00



Blog de Voluntarios POPS:

<https://www.facebook.com/fundacionguatemaltecadepromocionhumana>



4 Conclusiones

- Se diseñó el manual de marca del Centro Educativo, así como la página *web* y las redes sociales *Facebook* e *Instagram* gestionando la comunicación de forma adecuada, con el fin visibilizar la imagen institucional y promoción del Centro Educativo.
- Se logró gestionar recursos tecnológicos, así como conectividad de internet para los estudiantes y familias del Centro Educativo San Judas Tadeo, por medio de alianzas estratégicas.
- Los resultados obtenidos fueron satisfactorios, ya que se cumplió con los objetivos planteados, logrando la elaboración de los productos comunicacionales dirigidos a los grupos objetivos del Centro Educativo, dejando el calendario de seguimiento de la estrategia para su implementación.
- Se concluye que la estrategia de comunicación desarrollada fue un aporte positivo para el fortalecimiento de la comunicación interna y externa del Centro Educativo San Judas Tadeo ante los desafíos de la pandemia Covid-19, para que puedan continuar con éxito con la educación virtual de sus estudiantes, durante y luego de la emergencia sanitaria.



5 Recomendaciones

- Se recomienda mantener actualizados los canales de comunicación existentes para visibilizar las actividades del Centro Educativo.
- Es recomendable continuar con la planificación de actividades calendarizadas, en especial con la campaña de gestión de recursos tecnológicos y conectividad hasta que sea posible regresar a las clases presenciales.
- Se recomienda continuar el programa de capacitación a padres de familia y maestros para mejorar sus conocimientos y mantenerse actualizados.
- Es necesario crear un departamento de comunicación que apoye a fortalecer la imagen institucional, trabaje estrategias puntuales de comunicación interna para el cumplimiento de la misión y visión del Centro Educativo, que genere alianzas estratégicas para atraer donantes hacia el proyecto de becas escolares.



6 Referencias

Referencias

- Arimetrics Madrid*. (s.f.). Obtenido de <https://www.arimetrics.com/glosario-digital/instagram>
- Chacón, B. (6 de mayo de mayo 2020). La Comunicación Organizacional. *Conferencia virtual presentada para el Ejercicio de Práctica Supervisada (EPS) Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala*. Guatemala.
- Chacón, M. (19 de abril de 2020). *EL TIEMPO* . Obtenido de <https://www.eltiempo.com/vida/educacion/profesores-hablan-sobre-como-dictan-sus-clases-virtuales-485706>
- Corzo, S. (mayo 2020). Árbol de problemas y FODA. *Conferencia virtual presentada en el Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) de la Escuela de Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala*. Guatemala.
- Delloite. (2010). *Deolloite*. Obtenido de <https://www2.deloitte.com/es/es/pages/governance-risk-and-compliance/articles/que-es-una-crisis.html>
- Díaz, G. (Agosto de 2012). *Revista Cepal*. Obtenido de https://www.cepal.org/prensa/noticias/comunicados/4/47654/Hoja_Guatemala__REVISTACEPAL_107-FINAL.pdf
- Duker, P. (2019). *Formanchuk.com*. Obtenido de <https://formanchuk.com/todosignifica/mala-comunicacion/>
- Fernández, C. (2005). *La Comunicación en las Organizaciones*. México.
- Fernandez, C. C. (2001). *La Comunicación Humana en el mundo contemporáneo*. México.
- Galán, J. S. (junio de 2016). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/plan-estrategico.html>
- Gómez, D. (4 de marzo de 2020). Necesidades comunicacion. (N. P. Epecista, Entrevistador)



Humana, F. G. (2018). *Memoria de Labores*. Guatemala.

Illis, A. (1995). *Técnicas de Investigación Bibliográfica*.

Lewin, K. (2009). *Biblioteca Virtual de Ciencias Sociales*. Obtenido de

<https://www.eumed.net/libros-gratis/2010e/840/Teoria%20del%20Cambio%20Kurt%20Lewin.htm>

Llanos, A. A. (2005). *El Plan de Comunciación en las ONG*.

López, J. (10 de junio de 2018). *Medium.com*. Obtenido de

<https://medium.com/@julianlopez/que-es-una-estrategia-de-comunicaci%C3%B3n-210bf83c9e48#:~:text=La%20estrategia%20de%20comunicaci%C3%B3n%20es,tie mpo%20de%20una%20forma%20organizada>.

Martínez, M. (26 de Mayo de mayo 2020). Herramientas digitales para la nueva

comunicación. *Videoconferencia presentada en el ejercicio de práctica supervisada (EPS) de la escuela de ciencias de la comunicaión. Universidad de San Carlos de Guatemala*. Guatemala.

Matriz FODA. (2020). Obtenido de <https://www.matrizfoda.com/dafo/#>

MSPAS. (01 de marzo de 2020). *mspas.gob.gt*. Obtenido de

https://www.mspas.gob.gt/index.php/component/jdownloads/send/486-plan/3074-coronavirus-covid-19?option=com_jdownloads

Pineda, V. Q. (2010). *Centro Educativo San Judas Tadeo*. Obtenido de

<http://sanjudastadeo.edu.gt/index.php/para-padrinos/testimonios>

Pocasangre, H. (16 de noviembre de 2016). *Prensa Libre*. Obtenido de

<https://www.prensalibre.com/guatemala/comunitario/al-menos-59-clicas-operan-en-la-capital/>

Prensa. (Abril de 2020). *Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de

<https://www.who.int>

Productora. (Octubre de 2019). El Centro Educativo San Judas Tadeo. Guatemala.




- Ramírez, K. (mayo 2020). Enfoque Cualitativo y Cuantitativo. *Videoconferencia presentada en el Ejercicio de Práctica Supervisada (EPS) de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala.*
- Real Academia Española.* (s.f.). Obtenido de <https://dle.rae.es/comunicaci%C3%B3n>
- Redacción. (16 de Marzo de 2020). *El Periódico.* Obtenido de <https://elperiodico.com.gt/coronavirus/>
- Rinaldi, S. (12 de mayo de mayo 2020). Los grandes retos de nuestra profesión ante la crisis mundial y las nuevas tecnologías. *Conferencia virtual presentada por el Ejercicio de Práctica Supervisada (EPS) Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala.*
- Sampieri, R. H. (2010). *Métodos de la investigación.*
- Sánchez, N. (Febrero de 2011). Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos88/medios-audiovisuales/medios-audiovisuales.shtml>
- Sandoval, L. M. (6 de marzo de 2020). Datos generales del proyecto. (N. Pivaral, Entrevistador)
- Sierra, F. (1998). *Técnicas de investigación social, cultura y comunicación.* Argentina.
- Spross, V. (30 de abril de 2020). *Prensa Libre.* Obtenido de <https://www.prensalibre.com/guatemala/comunitario/desafios-de-la-educacion-ante-la-crisis-del-covid-19/>
- Tadeo, C. E. (2015). *Centro Educativo San Judas Tadeo.* Obtenido de <http://sanjudastadeo.edu.gt/>
- Tamayo, M. (2006). El proceso de la Investigación Científica
- Velázquez, K. (4 de marzo de 2020). Necesidades de Comunicación. (N. P. Epecista, Entrevistador)
- Voluntariado, L. d. (1996). Ley de Voluntariado .



7 ANEXOS

a. Modelo de encuesta a padres de familia



San Judas Tadeo
Centro Educativo
Un mejor futuro

Encuesta Acceso a Tecnología y conectividad

Padres de familia, favor apoyarnos con llenar la encuesta a continuación.

¿Cuenta con dispositivo para realizar las tareas escolares?

SI

NO

¿Con cuántos dispositivos cuenta?

1

2

3 o más

¿De qué forma se conecta a internet?

Café Internet

Trabajo

Internet de tarjeta

Internet celular plan

Internet en el hogar

Ninguna de las anteriores

¿Cómo se entera de las tareas escolares?

Chat con padres de familia

Correo Electrónico

Visitando a otros padres de familia



¿Con qué persona está su hijo en casa?

- Madre/Padre
- Abuelos
- Cuidador

¿De qué forma entrega las tareas escolares?

- De mi correo electrónico
- Me ayudan a enviarlo de otro correo

¿Los videos de YouTube de las clases están siendo de utilidad para sus hijos?

- SI
- NO
- Otro: _____

¿Cuánto tiempo invierte en las tareas de sus hijos?

- 1 hora
- 2 horas
- 3 o más

¿En qué horario realiza generalmente las tareas de sus hijos?

- Mañana
- Medio día
- Tarde
- Noche

¿Le interesa que sus hijos reciban clases virtuales?

- SI
- NO
- No conozco de qué trata

Enviar

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Este formulario se creó fuera de tu dominio. [Notificar uso inadecuado](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de](#)



b. Guía de preguntas encuestas, entrevista y *focus group*

Fase 1

ANÁLISIS FODA
Nombre de la empresa: _____

<p>Fortalezas:</p> <ul style="list-style-type: none">••••	<p>Debilidades:</p> <ul style="list-style-type: none">••••
<p>Oportunidades:</p> <ul style="list-style-type: none">••••	<p>Amenazas:</p> <ul style="list-style-type: none">••••



Fase 2



ENTREVISTA EDUCATIVA
DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA
CENTRO EDUCATIVO SAN JUDAS TADEO.

1. ¿Cuál es su nombre completo, su formación académica y cuántos años lleva laborando como directora del Centro Educativo?
2. ¿Cómo nace el proyecto educativo San Judas Tadeo?
3. ¿Cuántos estudiantes atiende el Centro Educativo y de qué áreas son?
4. ¿Cuál es el perfil de los padres de familia del Centro Educativo?
5. ¿Cuál es el proceso de comunicación interna del Centro Educativo?
6. ¿Quiénes son los líderes en temas de comunicación en el Centro Educativo?
7. ¿Cuáles son los canales de comunicación interna y externa que utilizan en el Centro Educativo?
8. ¿Cómo calificaría la comunicación interna y externa del Centro Educativo?
9. ¿Qué aspectos de la comunicación interna y externa le gustaría mejorar?
10. ¿Qué desafíos enfrenta la comunicación interna y externa derivado de la Pandemia Covid-19?



Entrevistador: Nancy Pivaral Véliz

Estudiante de Ejercicio de Práctica Supervisada (EPS) 2020

Universidad de San Carlos de Guatemala



Fase 3



GUÍA DE PREGUNTAS *FOCUS GROUP*
DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA
CENTRO EDUCATIVO SAN JUDAS TADEO.

Herramientas aplicadas a los participantes en la sesión de 1 hora:

- Fase 1 Análisis de FODA
- Fase 2 Hoja de entrevista de percepciones
- Fase 2 Banco de preguntas escala de calificación

Fase 2

Escala de calificación: Donde 5 es la mayor puntuación.

1. ¿Cómo califica el proyecto educativo San Judas Tadeo?
1 2 3 4 5

2. ¿Cómo califica los procesos de comunicación interna de la institución?
1 2 3 4 5

3. ¿Cómo califica los procesos de comunicación externa de la institución?
1 2 3 4 5

4. ¿Cómo califica la comunicación interna de la institución?
1 2 3 4 5

5. ¿Cómo califica la comunicación externa de la institución?
1 2 3 4 5

Moderador: Nancy Pivaral Véliz
Estudiante de Ejercicio de Práctica Supervisada (EPS) 2020
Universidad de San Carlos de Guatemala



c. Tabla modelo Z

$1-\alpha$ \ v	30	40	50	60	70	80	90	100	200	300
0.8	0.854	0.851	0.849	0.848	0.847	0.846	0.846	0.845	0.843	0.843
0.841	1.017	1.013	1.010	1.008	1.007	1.006	1.006	1.005	1.003	1.002
0.9	1.310	1.303	1.299	1.296	1.294	1.292	1.291	1.290	1.286	1.284
0.95	1.697	1.684	1.676	1.671	1.667	1.664	1.662	1.660	1.653	1.650
0.975	2.042	2.021	2.009	2.000	1.994	1.990	1.987	1.984	1.972	1.968
0.977	2.087	2.064	2.051	2.043	2.036	2.032	2.028	2.025	2.013	2.008
0.99	2.457	2.423	2.403	2.390	2.381	2.374	2.368	2.364	2.345	2.339
0.995	2.750	2.704	2.678	2.660	2.648	2.639	2.632	2.626	2.601	2.592
0.999	3.385	3.307	3.261	3.232	3.211	3.195	3.183	3.174	3.131	3.118

Fuente: Google. <https://studylib.es/doc/5336706/tabla-4.-comparaci%C3%B3n-de-los-valores-z-de-la>

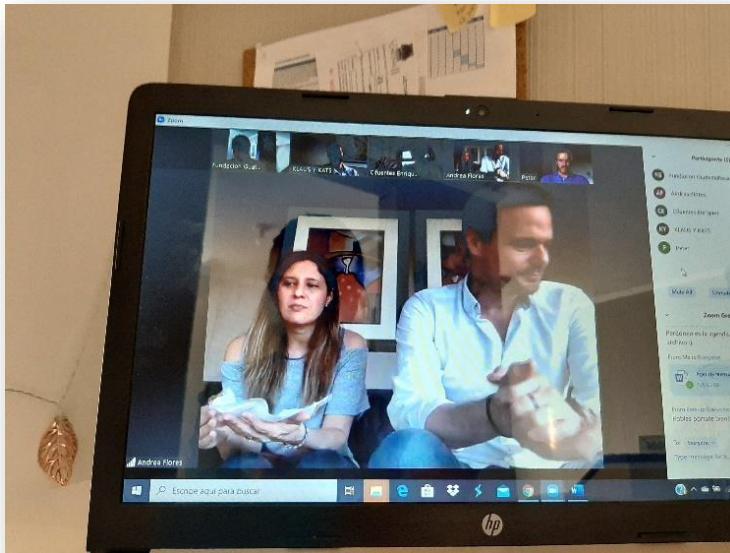
d. Fotografías



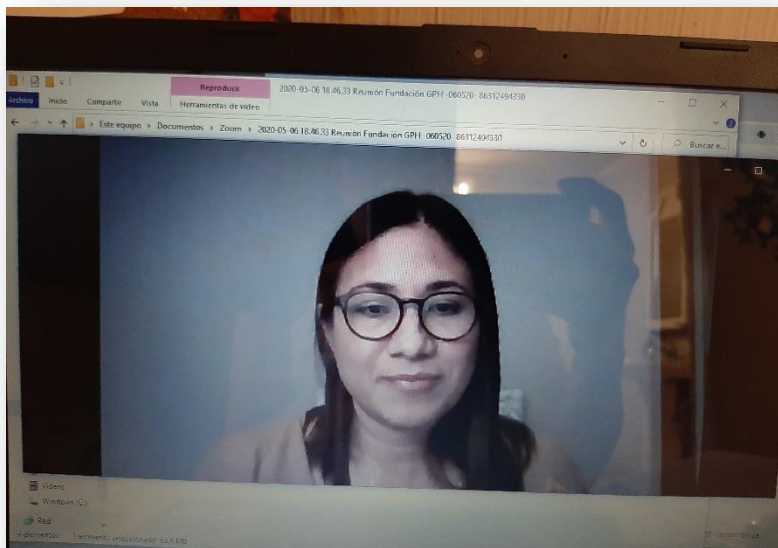
Focus Group. Directora y coordinadores educativos. Marzo 2020.



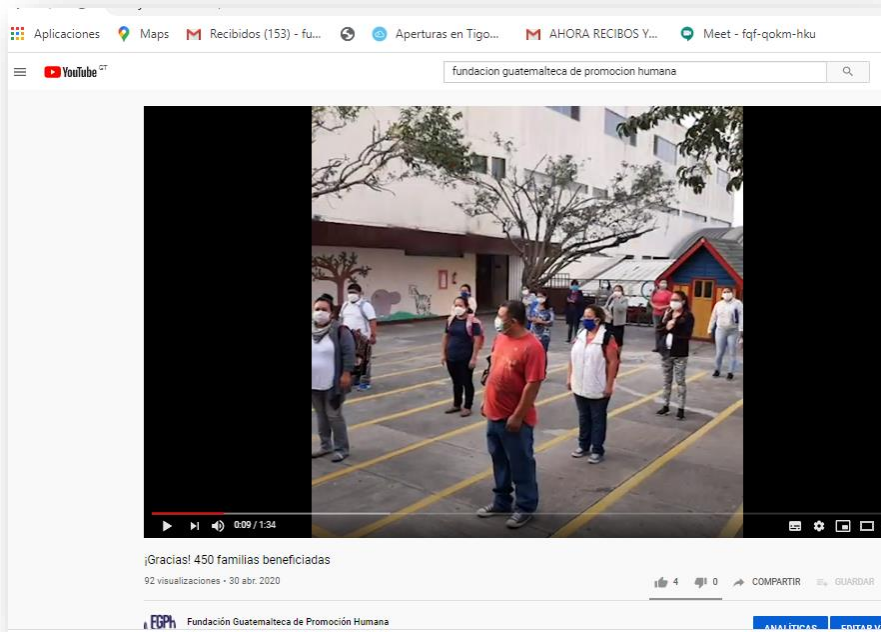
Entrevista con directora sobre necesidades de comunicacionales. Marzo 2020



Entrevistas virtuales junta directiva para seguimiento. Abril 2020.

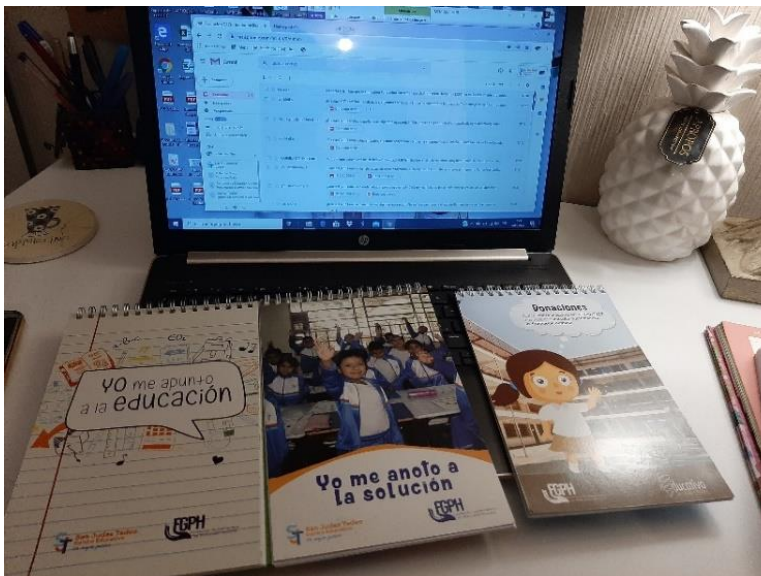


Reuniones de seguimiento con Junta Directiva del Centro Educativo. Abril 2020.

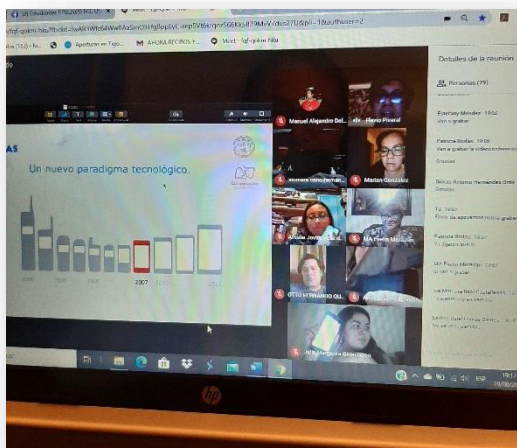


Producción de video, rendición de cuentas campaña gestión de donativos para entrega de despensas a familias afectadas por Covid-19 del Centro Educativo. Abril, 2020.

<https://www.youtube.com/watch?v=IRuzM4bIBLw&t=6s>



Revisión de manual de marca, material impreso, memorias. Mayo 2020.



Participación en diversas conferencias virtuales con expertos en Comunicación. ECC.



Colocación de material POP en PDV Café *Gitane*. Junio 2020.



Entrega de Manual de Marca y Protocolos Covid-19. Septiembre 2020.

e. Ejemplos de diversos materiales ejecutados



Diseño comunicado sobre suspensión de clases, Marzo 2020



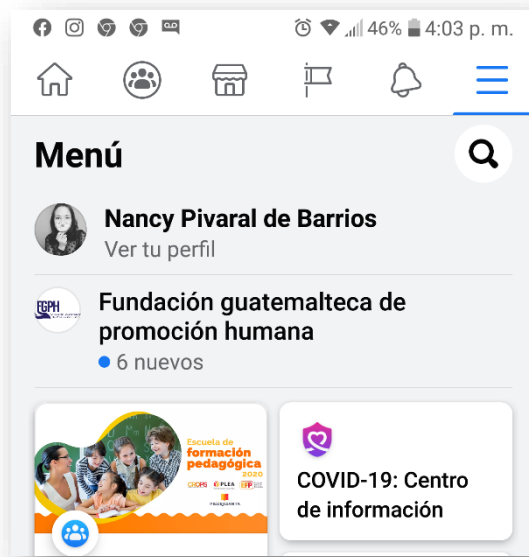
Campaña Prevención Covid-19. Marzo y Junio 2020.

<https://www.facebook.com/soySJT>



Post institucionales. Julio 2020

<https://www.facebook.com/soySJT>



Rol de editora y administradora de redes sociales. Marzo 2020



f. Cotizaciones



Sitio web productos o servicios	Inversión
Sitio web principal para para publicar links para marcas Micro sitios por marca con subdominio. <ul style="list-style-type: none">• Diseño• Programación de la web,• Formularios de contacto.• Implementación banners – videos o fotografías• Animaciones para la web.• Chat Whatsapp a numero elegido• Chat Facebook numero elegido• Capacitación para editar la web y publicar información• Chat para resolver duda o comentarios a los padres de familia.• Menú de acuerdo a las necesidades del colegio	Q4,000.00
SSL (Certificado de Seguridad para web candado seguro) Período 2020 – 2021 (renovación anual)	Q400.00
Total	Q4,400.00
Nota: Incluye un donativo aplicado Q1000.00 del costo total del proyecto y SSL con valor de Q400.00 sin costo.	- Q1,400.00
Inversión con total: Forma de pago: El pago se realizara 50% inicial y el otro 50% al final del proyecto.	Q3,000.00

PBX: + 502 2218 - 3149
Móvil: + 502 5614 - 2961
Soporte: + 502 4768 - 5415
Email: ventas@3w.com.gt, sac@3w.com.gt, ginformatica@3w.com.gt
Dirección: Vía 1 1-30 Zona 4 Edificio Campus TEC Oficina 102,
Guatemala Centro América.





Comunicación
creando futuro