

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Escuela de ciencias de la comunicación

The seal of the University of San Carlos of Guatemala is a circular emblem. It features a central shield with a figure on horseback, a crown above, and various heraldic symbols. The Latin motto "CETERAS URIBUS CONSPICUA CAROLINA ACADEMIA COACTEMALTENSIS INTER" is inscribed around the perimeter of the seal.

Diagnóstico y estrategia de comunicación en manejo de crisis en tiempos de covid-19 para el centro de estudios tecnológicos de computación e inglés -CETEC-, Villa Nueva, Guatemala.

Allan Noé Ramírez Pérez

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, Octubre de 2,020



Comunicación

creando futuro

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Escuela de ciencias de la comunicación

**Diagnóstico y estrategia de comunicación en manejo de crisis en tiempos de covid-19
para el centro de estudios tecnológicos de computación e inglés -CETEC-, Villa
Nueva, Guatemala.**

**Informe final del Ejercicio Profesional Supervisado de licenciatura EPSL
Presentado al Honorable Consejo Directivo por:**

Allan Noé Ramírez Pérez

**Previo a optar al título de
Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

Asesor:

**Lic. Luis Fernando Lucero
Guatemala, Octubre de 2,020**

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

Director

Lcdo. César Augusto Paiz Fernández

Consejo Directivo

Representantes Docentes

M.A. Gustavo Alfonso Yela Fernández

M.A. Silvia Regina Miranda López

Representantes Estudiantiles

Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante de Egresados

M.Sc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretario

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

Comisión de EPS de Licenciatura

Coordinador

Dr. José María Torres Carrera

Supervisora

M.A. Evelin Morazán Gaitán

Supervisor

Lcdo. Luis Fernando Lucero

Supervisor

M.A. Marvin Sarmientos Yuman

Supervisora

M.A. Evelin Hernández

Supervisora

Lcda. Krista María Ramírez

Supervisora

Lcda. Brenda Yanira Chacón Arévalo

Supervisores

Lcdo. Mynor René Martínez y

M.A. Edgar Martínez García

Para efectos legales,

Únicamente el autor es responsable del contenido de este trabajo.



Guatemala, octubre 19 de 2020

Estudiante de EPS de Licenciatura
Allan Noé Ramírez Pérez
Carné no. 201513473
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 externa en manejo de crisis en tiempos de COVID-19, para el Centro de Estudios Tecnológicos de Computación e Inglés -CETEC-, Villa Nueva, Guatemala”** y de haber sustentado el examen privado y defensa de su proyecto de EPS de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se aprueba por Unanimidad por parte del Tribunal Examinador.

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

Sin más que hacer constar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Lcd. Fernando Lucero
Supervisor

M.A. Evelin Morazán
Supervisora

Dr. José María Torres Carrera
Coordinador





Guatemala 1 de Junio del 2020
EPSL-C67-2020

Licenciado:
Stanley Gómez
Recursos Humanos
Centro de Estudios Técnicos en Computación - CETEC
Ciudad Guatemala.

Distinguido Licenciado Gómez:

Por medio de la presente se solicita aceptar como practicante del programa de graduación del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, al estudiante **Allan Noé Ramírez Pérez**, carné no. **201513473** quién manifestó su deseo de hacer Práctica Supervisada en su institución, para el efecto se requiere lo siguiente:

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

Atentamente,



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

cc. Archivo
MA. Evelin Morazán

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

www.comunicacion.usac.edu.gt

(502) 2418-8920





Guatemala 25 de julio del 2,020

A quien interese:

Por este medio hago constar que recibí la carta de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos, sobre el proceso del Examen Profesional Supervisado del estudiante Allan Noé Ramírez Pérez con el proyecto de graduación de sus estudios universitarios a nivel licenciatura.

CETEC, ha trabajado de forma virtual con el señor Ramírez y a la vez se le ha proporcionado documentos necesarios para que pueda continuar con su proyecto, a la vez ha aportado asesoría de comunicación de crisis y contenido digital para la empresa en nuestra página de facebook en temas de imagen institucional.

Esperando sea de buen uso éste documento, me despido y quedo a las órdenes por cualquier duda o consulta.

Atentamente:
Stanley Gómez



DEDICATORIA

- A DIOS:** Por darme los talentos y los dones que juntos hemos pulido para llegar a ser, el hombre que hoy soy.
- A MIS PADRES:** Noé Ramírez e Ilcy Pérez por ser mi inspiración de superación diaria, y por creer en mí ante toda decisión.
- A MIS HERMANOS:** Kimberlin y Marcos Ramírez, por estar junto a mí en cada etapa de mi vida.
- A MIS ABUELOS:** Marco Aurelio Ramírez (Q.E.P.D), Yolanda Contreras, y Pura Elisa Sandoval (Q.E.P.D), por su sabiduría, oraciones y bendiciones.
- A MIS AMIGOS:** Por brindarme su amistad incondicional y apoyarme en cada momento, en especial a Werner Román, por estar siempre para mí.
- A MI EQUIPO DE TRABAJO:** A Julio Guzmán, por ser un asesor de vida.
A José de la Cruz, Abraham Mendoza, Julio Set y Allan Domínguez, por creer en mí y ser la mano derecha en todos mis proyectos. Estoy consciente que ellos han sido piezas fundamentales de mi éxito personal y profesional.

AGRADECIMIENTOS

A la **Universidad San Carlos de Guatemala**, mi alma Mater, la casa de estudios que me abrió las puertas a la sabiduría y al aprendizaje.

A la **Escuela de Ciencias de la Comunicación** por la oportunidad de crecer profesionalmente, y a todos mis Docentes por compartir sus conocimientos con mí persona.

A Licda. Evelin Morazán por su calidad humana su entrega, dedicación y apoyo en todo momento en esta etapa. Mi admiración y respeto.

A mi asesor de EPSL, Lic. Luis Lucero, por dedicar su tiempo en mi proyecto de graduación y al centro de estudios de computación e inglés CETEC, por abrirme las puertas de su empresa para realizar investigación.

ÍNDICE

I. Introducción:	1
II. Antecedentes	2
III. Justificación	3
Capítulo 1	4
1. La Institución:	4
1.2. Perfil Institucional:	4
1.3. Ubicación geográfica:	4
1.4 Integración y Alianzas Estratégicas:	4
1.5 Origen e historia:	4
1.6 Departamentos o dependencias de la institución:	6
1.7 Organigrama de la Empresa	6
1.8 Misión:	6
1.9 Visión:	7
a) Docencia:	7
b) Cómo se quiere que sean los estudiantes:	7
1.10 Objetivos institucionales:	8
1.11 Público Objetivo:	8
1.12.1 Objetivo General	10
1.12.2 Objetivos específicos	11
1.13. Técnicas de Recolección de datos:	11
1.13.1 Observación:	11
1.13.3 Entrevistas	13
1.13.4 Llamadas telefónicas	13
a) Actitud pasiva	13
b) Actitud Activa	14
1.13.6. Estudio estadístico	14
1.14 Interpretación de Resultados (Gráficas)	16
1.15 FODA:	23
1.16 Problemas Detectados:	25
1.17 Planteamiento del problema comunicacional:	25
1.18 Indicadores de Éxito:	28
1.19 Proyecto a desarrollar:	29
Capítulo 2	30
2. Plan estratégico de comunicación	30

2.1 Descripción Técnica del Plan Estratégico de Comunicación	32
2.2 Objetivos de la Estrategia	32
2.2.1 Objetivo General.....	33
2.2.2 Objetivos Específicos del plan de estrategia de comunicación	33
2.3. Misión	33
2.4. Visión	33
2.5 Elementos de comunicación del plan estratégico	33
2.6 Alcances y límites de la Estrategia.....	38
2.7. Metodología para la aplicación de la Estrategia Comunicación.....	40
2.8. Actividades para la Operatividad de la Estrategia	41
2.8.1 Propuesta 1: Logotipo para CETEC	41
2.8.2 Propuesta 2: Guía de uso de imagen corporativa	41
2.8.3 Propuesta 3: Post para redes sociales informativos y prevención ante el Covid-19.....	41
2.8.4 Propuesta 4: Guía para uso de las Redes Social	42
2.8.5 Propuesta 5: Página <i>Web</i> para CETEC.....	42
2.9 Cronograma.....	43
2.10. Financiamiento	44
2.11. Presupuesto.....	45
2.12. Beneficiarios.....	46
2.13. Recursos Humanos	47
2.14. Áreas Geográficas de Acción	48
2.15. Cuadro Comparativo de Estrategias.	49
Capítulo 3.....	53
3.1 Creación de un nuevo logotipo y una línea gráfica a la empresa CETEC	53
3.2 Mantenimiento de su red social facebook y manual de publicaciones.....	58
3.3 Contenido gráfico sobre prevención ante la Pandemia Covid-19	62
3.4 Creación de la plataforma web de clases en línea para CETEC Villa Nueva.....	63
3.5 Programación y calendarización:.....	69
3.6 Conclusiones.....	70
3.7 Recomendaciones.....	72
IV. Referencias.....	73
IV.I Links consultados.....	73
IV.II Libros consultados:	74
V. ANEXOS:	78

I. Introducción:

La academia de computación e inglés CETEC, se ubica en el centro del municipio de Villa Nueva, esta organización académica tiene como fin capacitar a los estudiantes como complemento de sus estudios normales con diplomados avalados por el Ministerio de Educación (MINEDUC), como fin de formar a jóvenes y señoritas competentes en el área laboral.

En este informe se aprecian los detalles de su función y a la vez un estudio de diagnóstico que analiza las deficiencias comunicacionales en la academia y la forma de interacción entre las autoridades, maestros y redes sociales que son la forma de cómo se ha trabajado temas de publicidad para llegar a nuevos clientes.

CETEC, acepta la propuesta de realizar un diagnóstico para mejorar la comunicación interna y externa de la empresa. Aprobar encuestas digitales y conocer estadísticas en sus redes sociales en cuanto al nivel de interacción de las mismas y contar con la percepción de los estudiantes y las personas de afuera que se interesan por la academia.

Se podrá conocer un análisis relacionado con el tema publicitario sobre la forma de cómo ha trabajado la academia un año atrás la publicidad para dar a conocer cada curso de su cartera y sus resultados. Asimismo, encontrar debilidades en sus estrategias también se encuentra una nueva base de imagen institucional que sea competitiva en el tema publicitario y llamar la atención de nuevos alumnos.

La academia CETEC, no tenía plan de emergencia nacional como de una Pandemia (Covid-19) por lo que en este informe se podrán detallar las nuevas vías alternas para seguir trabajando e impartiendo cursos de forma virtual con su respectiva publicidad. Sin embargo, el entender primero la academia de diplomados es básica para poder proceder con un plan de acción.

II. Antecedentes

Según la información oficial de la OMS, a finales del 2019 en diciembre, en Wuhan, China se convirtió en el epicentro de un brote de neumonía de etiología desconocida que no cedía ante tratamientos actuales. En pocos días los contagios aumentaron exponencialmente, no solo en China Continental sino también en diferentes países debido a los viajes internacionales.

El 11 de marzo del 2020 la Organización Mundial de Salud declara a esta enfermedad como una pandemia. Esta visión tiene como finalidad exponer las causas y el origen de esta pandemia, así como las posibles medidas para contenerla.

La aplicación de medidas de distanciamiento social y aislamiento, se tomó como prioridad para seguir impidiendo el contagio persona a persona, permitió a China controlar la epidemia en su territorio según el reporte de sus autoridades, y no ha reportado casos de nuevos contagios desde el 19 de marzo del 2020.

En otros países los números aumentaron de manera desmesurada haciendo que la economía y la forma de trabajar de las empresas se vieran afectadas de gran manera llegando a un paro total en algunos países. En Guatemala, la economía informal se queda sin formas de vender y las empresas medianas empiezan a funcionar con el teletrabajo.

La nueva modalidad consistía en trabajar desde casa, evitando los contagios masivos e impidiendo que la economía del país se desplomara por completo. El tema de pandemia era algo que no se estipulaba y la mayoría de empresas no contaban con planes de trabajo comunicacionales vía internet, por lo cual dieron un cambio radical.

Así como plataformas de comunicación y a la vez de mayor alcance se empezaron a utilizar, las cuales para este proyecto de sostenibilidad a pesar de la pandemia incluye medidas para que CETEC siga funcionando con clases virtuales.

III. Justificación

Realizar el proyecto profesional supervisado EPS, en la academia de computación e inglés CETEC, se basa en potenciar la imagen de la misma ya que se ha encontrado un silencio publicitario y a la vez falta de interés por nuevos alumnos.

Para una empresa es de vital importancia tener un departamento de comunicación en el cual se realicen trabajos relacionados con la publicidad y las redes sociales. Al notar la ausencia del departamento o de alguna persona que lidere el tema comunicacional se realiza el diagnóstico de identificación de problemas para tener un panorama de lo que necesita la empresa.

CETEC, como la mayoría de empresas de Guatemala no tenían previsto la crisis de la Pandemia de COVID-19, se realiza una propuesta comunicacional para que la empresa siga vigente durante cualquier peligro similar. Ello, origina un nuevo plan de comunicación para levantar el nombre de la empresa y también tener resultados en nuevos estudiantes con una nueva modalidad de estudios.

Según información dada en llamada telefónica el 25 de mayo de 2020 con la directora Elizabeth de Gómez, “los estudiantes han estado acostumbrados a recibir clases en un salón y no a través de un monitor, pero el objetivo de seguir en pie se puede continuar con la estrategia comunicacional” para ello, el proyecto de EPS se acerca a la empresa para concretar dicha iniciativa.

Las bases para arrancar con el EPS en la academia de CETEC, ha sido por la falta de estudiantes, la continuidad de los alumnos para optar nuevos diplomados en la misma academia y la imagen mal utilizada de la empresa. Por ello la publicidad es el término con que se puede describir el proyecto como tal.

Además, la proyección de una nueva implementación de modalidad en línea para seguir funcionando como academia presencial y a la vez digital.

Capítulo 1

DIAGNÒSTICO DE COMUNICACIÓN

1. La Institución:

Academia de computación e inglés CETEC

1.2. Perfil Institucional:

CETEC, es una academia de diplomados que se enfoca en capacitar en diferentes áreas a jóvenes brindándoles cursos que complementen su carrera o que puedan sustentarse con carreras técnicas. Sus diplomados cuentan con el aval del MINEDUC lo que hace que sea más atractivo para los aspirantes a alumnos.

Además, ofrece cursos en inglés e inglés enfocado en *call center* para preparar a personas para trabajos a futuro. De la misma forma imparte primaria acelerada, estudios de ciclo básico y bachillerato por madurez con diplomados de la mano de CONALFA, una institución que trabaja de lunes a viernes en las mismas instalaciones. CETEC, funciona más en horarios de fin de semana.

1.3. Ubicación geográfica:

La academia de computación e inglés CETEC, se encuentra en el centro del municipio de Villa Nueva donde colinda con varios colegios y escuelas por ser una ubicación céntrica. (Anexos 1, Imagen de mapa).

1.4 Integración y Alianzas Estratégicas:

Comité Nacional De Alfabetización - CONALFA-

Es una institución educativa que vela por el desarrollo académico de la población guatemalteca, según su sitio web, cuenta con el programa de alfabetización de primaria acelerada para todas aquellas personas o jóvenes mayores de 15 años que por algún motivo de la vida no han podido finalizar sus estudios a nivel primario. Pudiéndose mencionar también que este servicio es totalmente gratuito.

Al trabajar en conjunto con el Ministerio de Educación, tanto los diplomas de CONALFA, como los de la academia CETEC, son avalados por el mismo.

1.5 Origen e historia:

La Academia CETEC (Centro de Estudios Técnicos en Computación), es hablar de una enseñanza para el trabajo, que consiste en integrar al alumno en los elementos dialécticos pedagógicos de la

teoría y la práctica, para que los alumnos que ingresan en las diferentes opciones educativas del sistema escolar, puedan al egresar, tener las herramientas básicas elementales de trabajo, y así dignamente como persona se pueda incorporar al ámbito empresarial, y ser un ciudadano con buenos principios en el medio social, desarrollando los valores humanos.

La razón principal del porque se origina la Academia CETEC, S. A., es que después de una encuesta a nivel estudiantil de qué tanto y qué conocían de computación por los años 90, el resultado dio que eran pocas las personas que sabían de computación e informática.

Dado la respuesta anterior, CETEC mediante las personas involucradas en este proyecto como son el Señor Héctor Lázaro Gómez Reyes, y la Señora Elizabeth Domínguez, luego deciden formar la sociedad para llevar a cabo un plan educativo técnico que con un lapso de 2 años cursarían los estudios de Operador y Programador de Computadoras con estudios básicos.

Con dichos estudios un alumno egresado de CETEC podría estar preparado para incorporarse al ámbito laboral, ya que tendría las herramientas necesarias para utilizar una computadora. De esta manera trabajar dignamente como persona responsable, convirtiéndose en un ciudadano consciente de sus acciones y con buenos principios en el medio social.

Como antes mencionado, nace y se crea la Academia de Computación CETEC (Centro de Estudios Técnicos en Computación), en abril del 1994, se inician sus funciones con un promedio de 140 alumnos repartidos en diferentes horarios con un cupo por salón de 20 a 25 estudiantes, realizando funciones como Director Administrativo el Señor. Héctor Gómez.

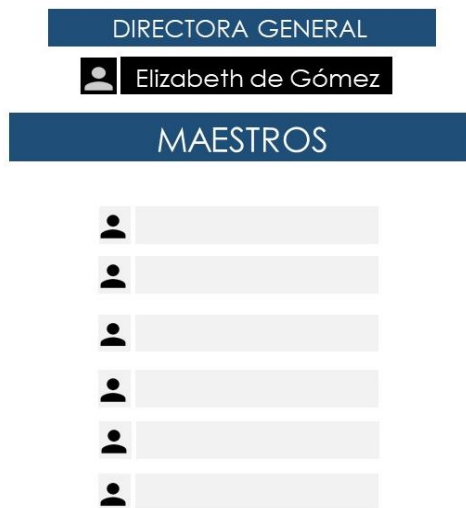
Con la finalidad de apoyar a la juventud estudiantil guatemalteca en el mercado laboral, con una capacidad académica, digna de fortalecer a la población económicamente activa, cada dos años, es decir en junio/1996, se dio la primera generación de egresados con un total de 60 alumnos.

1.6 Departamentos o dependencias de la institución:

El Centro de Estudios Técnicos en Computación (CETEC), cuenta con el departamento administrativo donde se conserva la papelería de los alumnos. El sitio donde se encuentra la dirección como tal de la institución.

Con un laboratorio de cómputo en el cual se imparten cursos de computación, programación y diseño gráfico. No cuenta con un departamento de comunicación, como fin primordial de este proyecto universitario es dejar una constancia de lo útil que es contar con inmediatez para tener el control de la imagen institucional.

1.7 Organigrama de la Empresa



Información dada por la Directora de CETEC Elizabeth Gonzáles.

1.8 Misión:

Como institución educativa se forman profesionales altamente calificados en el área de la informática orientada al trabajo, para satisfacer necesidades de personas en todos los niveles educativos.

Estamos comprometidos a sembrar actitudes de excelencia y calidad humana nuestra razón de ser: somos un equipo de mentalidad profesional que, mediante la participación y desarrollo constante

entre capacitaciones internas y aplicación de seminarios, buscamos realizar el cumplimiento de nuestras funciones con más profesionalismo diferentes de otras instituciones educativas.

Todo mediante la actualización tecnológica de *hardware*, *software*, paquetes y aplicaciones que se usan en las empresas y con esto lograr una estabilidad consistente y el liderazgo en el mercado.

1.9 Visión:

Ser la institución educativa en Computación-Infornática más competitiva y confiable en la impartición de cursos libres para contribuir al progreso y formación educativa de nuestro país, tomando en cuenta que la base primordial es el mejorar continuamente los servicios de:

a) Docencia:

Implementar técnicas pedagógicas

Actualización de *Software* y *Hardware*

Adaptación adecuada de las instalaciones

b) Cómo se quiere que sean los estudiantes:

Líderes en el campo de la formación de individuos competentes con habilidades y destrezas que les permitan emprender y desarrollarse eficazmente en el área laboral para responder a las necesidades que la sociedad guatemalteca les requiera.

En el futuro nos reconozcan como una institución de confianza, ya que, al proponernos metas y objetivos claros, se podrán prever los resultados de calidad en la enseñanza, y el progreso se dará paulatinamente en cada generación que egrese de nuestra institución.

1.10 Objetivos institucionales:

- Proporcionar a los alumnos, alternativas de estudio que permitan alcanzar una formación técnica, teórica y práctica para el desarrollo y mejoramiento en calidad de vida.
- Analizar en la búsqueda constante de opciones socio-económicas es que permitieron a crear la Academia CETEC.
- Contar con estrategias que permitan la implementación de servicios especializados y proveer a los alumnos de los conocimientos y tecnología que facilite su participación en procesos educativos e innovadores, para competir con mayor efectividad en el campo laboral de hoy en día.

1.11 Público Objetivo:

Jóvenes de 16 a 25 años de edad, que son por lo regular personas que aún están estudiando en escuelas o colegios y les gustaría aprender más de una rama en específico. De acuerdo a los datos proporcionados por censos y estadísticas, la población se distribuye de la siguiente manera:

A.- De 00 a 14 años.....45 %

B.- De 15 a 64 años.....51 %

C.- De 65 a más años.....04 %

Proyectada la población educativa, los indicadores señalan los siguientes niveles:

A.- CICLO BÁSICO	21.4 %	DEFICIT 78.6 %
------------------	--------	----------------

B.- BACHILLERATO	14.7 %	DEFICIT 85.3 %
------------------	--------	----------------

Con base en estos datos, se refleja la necesidad de la población en crear Centros Alternativos que puedan ofrecer servicios educativos, y formar a los futuros alumnos técnicos en el área de la informática computarizada.

Su grupo social es seleccionado como público de economía media y media baja que pueden cancelar precios no mayores a Q350.00 por diplomados avalados por el MINEDUC con duración de seis meses o un año de estudios.

(Datos: Doc. PEI JUNIO 2020)

1.12 Diagnóstico

Según Yasmín Díaz, el diagnóstico de comunicación organizacional “es el análisis que tiene como propósito examinar y mejorar los sistemas y prácticas de comunicación interna y externa de una organización” (Díaz, Yasmín, 2010). Éste se realiza con el fin de examinar también los productos comunicacionales de una organización y contemplar las formas de distorsión de la comunicación como los rumores y ruidos que generan confusión en la comunicación externa.

Los diagnósticos realizados se hicieron no sólo con el fin de evaluar la situación actual del área de comunicación al interior de una organización, sino en plantear las recomendaciones pertinentes que conlleven a la implementación de nuevos cambios que, redundará en prácticas comunicacionales mejor dispuestas según los contenidos y públicos al cual apliquen.

Esta investigación logra determinar hasta qué punto son convenientes los cambios implementados en el área publicitaria de CETEC y de esta forma concebir la dimensión de esta entidad y al fortalecimiento de los sistemas de comunicación que imperan actualmente. “El diagnóstico de comunicaciones, puede incluir no sólo información sobre el ejercicio y actividad de la organización”, (Díaz, Yasmín, 2010).

En el diagnóstico realizado en CETEC se apreció que los elementos generales que predominan los problemas de comunicación fueron respecto a temas de publicidad externa, principalmente en su página de *facebook* en la cual se brinda información de los cursos que imparten en la academia, por tanto, mejorar la imagen del centro de estudios era prioridad.

1.12.1 Objetivo General

Identificar los problemas de comunicación interna y externa del centro de estudios tecnológicos en computación e inglés CETEC.

1.12.2 Objetivos específicos

- Evaluar los procesos de comunicación externa que CETEC realiza para atraer a sus clientes.
- Analizar los canales de comunicación que utiliza CETEC para proponer mejoras en su manejo de relación e interacción con sus estudiantes y próximos prospectos.
- Determinar las deficiencias en comunicación de CETEC para realizar cambios notorios con fines de mejora en su imagen institucional.

1.13. Técnicas de Recolección de datos:

1.13.1 Observación:

Es la técnica de investigación básica, sobre las que se sustentan todas las demás, ya que establece la relación entre el sujeto que observa y el objeto que es observado, que es el inicio de toda comprensión de la realidad. Según Amilcar Bunge la observación es un procedimiento científico se caracteriza por ser:

Intencionada: porque coloca las metas y los objetivos que los seres humanos se proponen en relación con los hechos, para someterlos a una perspectiva teleológica.

Ilustrada: porque cualquier observación para ser tal está dentro de un cuerpo de conocimientos que le permite ser tal; solo se observa desde una perspectiva teórica.

Selectiva: porque necesitamos a cada paso discriminar aquello que nos interesa conocer y separarlo del cúmulo de sensaciones que nos invade a cada momento.

Interpretativa: en la medida en que tratamos de describir y de explicar aquello que estamos observando.

Al final de una observación científica se ejemplifica de algún tipo de explicación acerca de lo que hemos captado, al colocarlo en relación con otros datos y con otros conocimientos previos. En el proceso de observación, siempre según Amilcar Bunge (729) se distinguen cinco elementos:

Sujeto u observador: en el que se incluyen los elementos constituyentes de este, tanto los sociológicos como los culturales, además de las experiencias específicas del investigador.

Objeto de la observación: que es la realidad, pero en donde se han introducido procedimientos de selección y de discriminación, para separarlo de otras sensaciones. Los hechos en bruto de la realidad se han transformado en datos de un proceso de conocimiento concreto.

Circunstancias de la observación: son las condiciones concretas que rodean al hecho de observar y que terminan por formar parte de la propia observación.

Los medios de la observación: son los sentidos y los instrumentos desarrollados por los seres humanos para extender los sentidos o inventar nuevas formas y campos para la observación.

Cuerpo de conocimientos: es el conjunto de saberes debidamente estructurados en campos científicos que permiten que haya una observación y que los resultados de esta se integren a un cuerpo más amplio de conocimientos.

Con estos aspectos, podemos entrar a los aspectos propiamente técnicos de la observación. Tipos de observación:

Observación estructurada: se la realiza a través del establecimiento de un sistema que guíe la observación, paso a paso, y relacionándola con el conjunto de la investigación que se lleva a cabo. Observación abierta: carece de un sistema organizado y se la realiza libremente; es utilizada cuando se quiere captar el movimiento espontáneo de un determinado grupo humano, por ejemplo, en los estudios antropológicos.

Observación semiestructurada: este tipo de observación parte de una pauta estructurada, pero la aplica de modo flexible de acuerdo a la forma que adopta el proceso de observación. Observación participante: en las anteriores formas de observación, ha quedado implícito que el observador se comporta de la manera más neutral posible respecto de los acontecimientos que está observando.

La observación participante tiene el mérito no solo de intentar explicarse los fenómenos sociales sino de tratar de comprenderlos desde dentro, lo que implica sacar a la luz los procesos racionales que estén ocultos detrás de conductas que aparentemente pueden carecer de significado para un observador externo.

Para entender la situación de CETEC, se utilizó la observación sistemática, para llegar a agrupar la información a partir de ciertos criterios fijados previamente. En las visitas realizadas en enero y febrero del 2020, a través de la observación se apreció que, la comunicación con los estudiantes era

por medio de la red social *Facebook* y de forma presencial, por lo que cuando la pandemia irrumpió Guatemala, CETEC no estaba preparada al igual que ninguna empresa para dar un giro en su forma de trabajar.

Por ello, la estrategia se cambió totalmente y ahora se plantea realizar trabajos publicitarios más digitalizados y con clases virtuales. CETEC Contaba con los siguientes cursos de forma virtual, Programador de computadoras e inglés nivel inicial, por lo que ya tenían una idea de cómo funcionar bajo esa modalidad, pero por deficiencias de publicidad no se pudo obtener de forma inmediata.

1.13.3 Entrevistas

La entrevista “es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar”, (Santillana; 1983. p. 208). A la directora de la academia CETEC y al coordinador general se les entrevistó para conocer la situación de la modalidad de su trabajo anterior a marzo, por lo que se aprovechó el tiempo para conocer instalaciones, laboratorios y demás utilidades de su funcionamiento.

1.13.4 Llamadas telefónicas

Por resguardo de la pandemia, el intercambio de información fue por medio de llamadas telefónicas a la Directora Elizabeth de Gómez. Durante las mismas se abordaron temas que han afectado a la academia CETEC en asuntos de publicidad y el contenido poco gráfico que tiene la página de *Facebook*, siendo la principal forma de publicar sus anuncios informativos de cursos.

a) Actitud pasiva

Se esperó mucho tiempo en tomar decisiones concretas de avance para poder empezar a impartir cursos con modalidad virtual, además necesitaban informar mediante publicidad en redes sociales cómo se iba a recibir clases con la llegada de la pandemia.

La página de *Facebook* recibía poca información de un traslado de modalidad de clases virtuales y tampoco se concientizaba a los estudiantes con información de resguardo de la pandemia.

b) Actitud Activa

Lo bueno de la academia es que no descuidó la atención vía telefónica con los estudiantes en ningún momento durante los primeros meses del 2020, las clases eran bien recibidas y la promoción de sus cursos se realizaba de forma oral durante las clases y notas de formato escolar.

Al llegar la pandemia se logra contactar con el epesista. La estrategia se empieza a trabajar para obtener resultados de atención a los estudiantes vía *Facebook* y también con una mejora de publicidad para la empresa. Haciendo que se dé un primer paso con el compartimiento de ideas con estrategias futuras de acción de contenido comunicacional.

1.13.5 Encuestas:

Para Richard L. Sandhusen, (2001) “las encuestas obtienen información sistemáticamente de los encuestados a través de preguntas, ya sea personales, telefónicas o por correo” (Sandhusen, 2001, pág 38), por razones de resguardo en tiempos de pandemia se decide realizar una encuesta de forma virtual utilizando *Google Forms* una encuesta enfocada primero en conocer la forma en cómo están utilizando la plataforma digital *Facebook*, la cual es la única vía de comunicación entre CETEC y los estudiantes.

1.13.6. Estudio estadístico

Muestra de: 23 estudiantes (**no probabilística**)

Medio: página de *Facebook* CETEC de Villa Nueva,

Cuestionario: de 6 preguntas

Muestreo no-probabilístico

En este tipo de muestreo, denominado también muestreo de modelos, las muestras no son representativas por el tipo de selección, son informales o arbitrarias y se basan en supuestos generales sobre la distribución de las variables en la población; (Pimienta y Ramos, 1995: 7-20).

Aquí las muestras se integran por voluntarios o unidades muestrales que se obtienen en forma casual. La población total se estima con base en la proporción de individuos en la recaptura, esto es, aquéllos que han sido capturados previamente y marcados.

Para quienes la observación se realizó de forma virtual, con la complejidad del acercamiento hacia los estudiantes, se publicó la encuesta creada con *google forms* en la página de *Facebook* de CETEC Villa Nueva, que cuenta con más de 1600 seguidores.

ESTUDIANTES DE JORNADA DIURNA	ESTUDIANTES FIN DE SEMANA (SÁBADO)
210	40

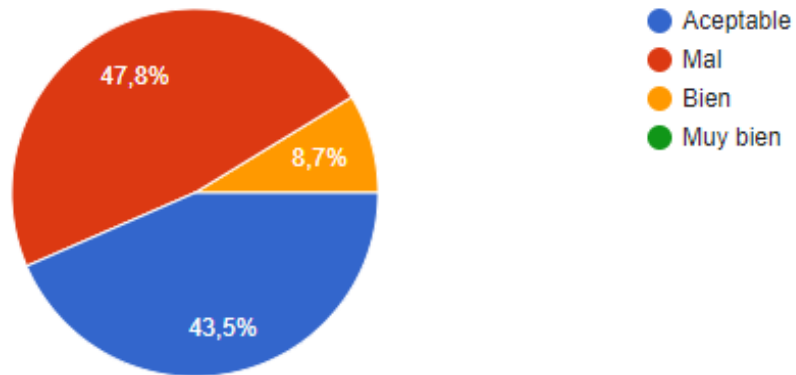
Información dada por la Directora de CETEC Elizabeth Gonzáles.

1.14 Interpretación de Resultados (Gráficas)

Gráfica 1:

¿Cómo crees que estamos utilizando las redes sociales de CETEC?

23 respuestas



Fuente: elaboración propia, con base a: encuestas vía *Facebook*

47.8%, que representa 11 Personas dijeron que CETEC está utilizando mal las redes sociales.

8.7%, que representa 2 personas dijeron que CETEC está utilizando bien las redes sociales.

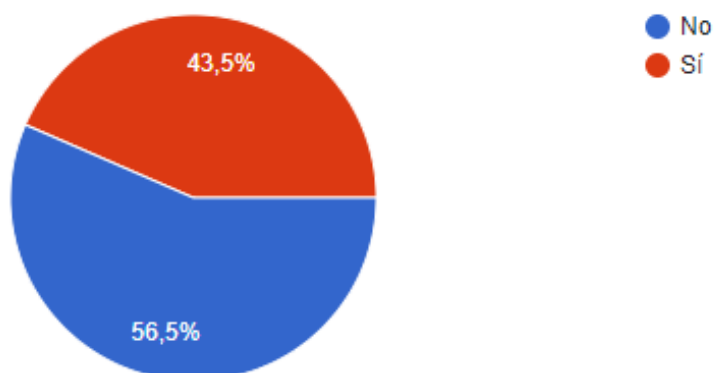
43.5%, que representa 10 personas dijeron que CETEC está utilizando de forma aceptable las redes sociales.

En esta pregunta 23 personas respondieron, en su mayoría, que CETEC ha utilizado de forma incorrecta la página de *Facebook* de CETEC Villa Nueva. Por tanto, con esta información se entiende que una estrategia de comunicación debe ser enfocada en la mejora del uso correcto de la plataforma ya que es la única forma de comunicación externa con sus seguidores.

Gráfica 2:

¿La publicidad de nuestros cursos cuenta con la información que necesitas?

23 respuestas



Fuente: elaboración propia, con base a: encuestas vía *Facebook*

43.5%, que representa 10 personas respondieron que la publicidad de los cursos en la red social sí cumple con la información necesaria para los alumnos y público en general.

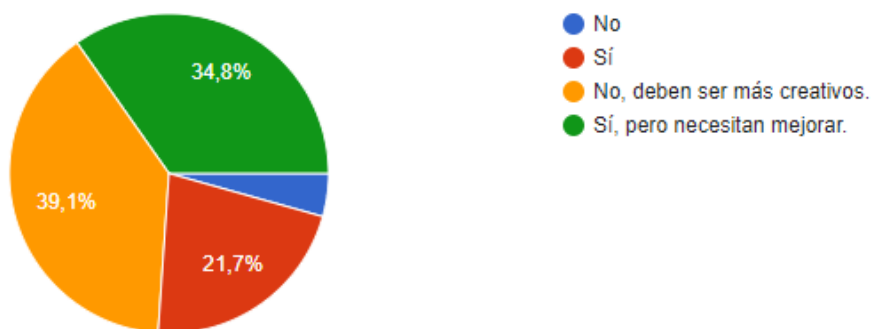
56.5%, que representa 13 personas respondieron que la publicidad de los cursos en la red social no cumple con la información necesaria para los alumnos y público en general.

Se pudo evidenciar que el porcentaje mayor indica que falta información, también se toma en cuenta que se debe trabajar nuevos diseños de publicidad informativa que obtenga la información necesaria para dar a conocer los cursos y diplomados que imparte CETEC.

Gráfica 3:

¿Te gusta el diseño de nuestras publicaciones?

23 respuestas



Fuente: elaboración propia, con base a: encuestas vía *Facebook*

39.1%, que representa 11 personas opinaron “no, deben ser más creativos”, sobre el atractivo de los diseños de las publicaciones.

34.8%, que representa 8 personas opinaron “sí, pero necesitan mejorar”, sobre el atractivo de los diseños de las publicaciones.

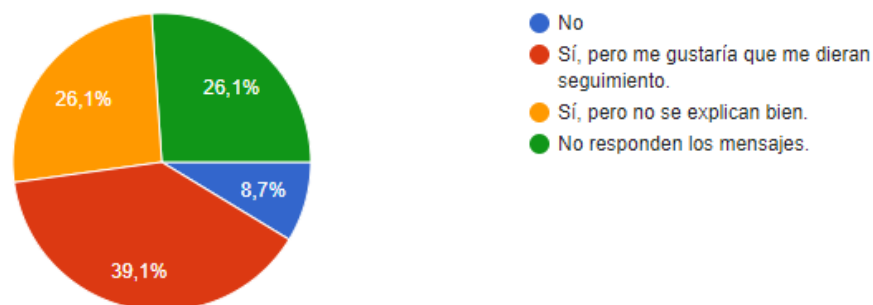
21.7%, que representa 4 personas opinaron que “sí”, eran de su gusto los diseños de las publicaciones.

Con respecto a estos datos, el epesista se da la idea de aumentar la creatividad en las publicaciones informativas que se publicaran en la página de *Facebook*, de CETEC Villa Nueva.

Gráfica 4:

¿Cuándo escribes a nuestras redes sociales, obtienes toda la información que buscabas?

23 respuestas



Fuente: elaboración propia, con base a: encuestas vía *Facebook*

39.1%, que representa 9 personas, al cuestionar sobre las respuestas que reciben al preguntar en las redes sociales de CETEC Villa Nueva, dijeron que “Sí, pero me gustaría que me dieran seguimiento” y el 8.7%, que representa 2 personas, al cuestionar sobre las respuestas que reciben al preguntar en las redes sociales de CETEC Villa Nueva, dijeron que “no” les responden a sus dudas.

26.1%, que representa 6 personas, al cuestionar sobre las respuestas que reciben al preguntar en las redes sociales de CETEC Villa Nueva, dijeron que “Sí, pero no se explican bien” y el 26.1%, que representa 6 personas, al cuestionar sobre las respuestas que reciben al preguntar en las redes sociales de CETEC Villa Nueva, dijeron que “No responden los mensajes”.

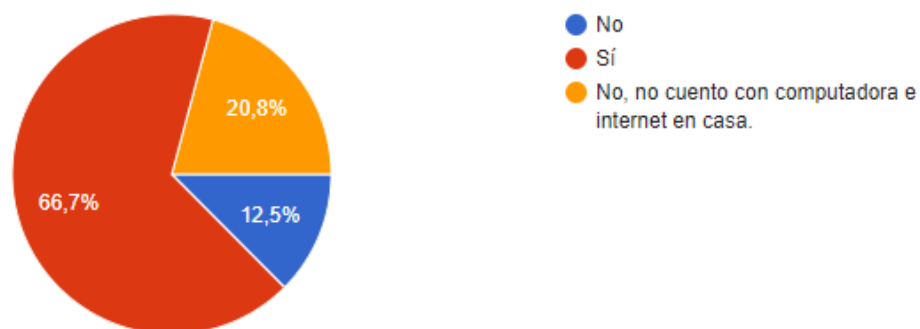
Estos datos, dan a entender que la forma de respuesta de CETEC hacia las personas interesadas sobre recibir información, es de forma variante y a la vez informal no estable, la cual hace que pierda prospectos o clientes para dicha institución.

Con esta información se pretende proponer una estrategia de nueva imagen a la página de *Facebook* de CETEC, en la cual las personas vean que ya hay cambios internos y se espera mejorar esta actitud de abandono.

Gráfica 5:

¿Te gustaría recibir clases de forma digital?

24 respuestas



Fuente: elaboración propia, con base a: encuestas vía *Facebook*

66.7%, que representa 16 personas están interesadas en recibir clases de parte de CETEC Villa Nueva de forma digital.

20.8%, que representa 5 personas “no, cuentan con computadora e internet en casa” para recibir clases de parte de CETEC Villa Nueva de forma digital.

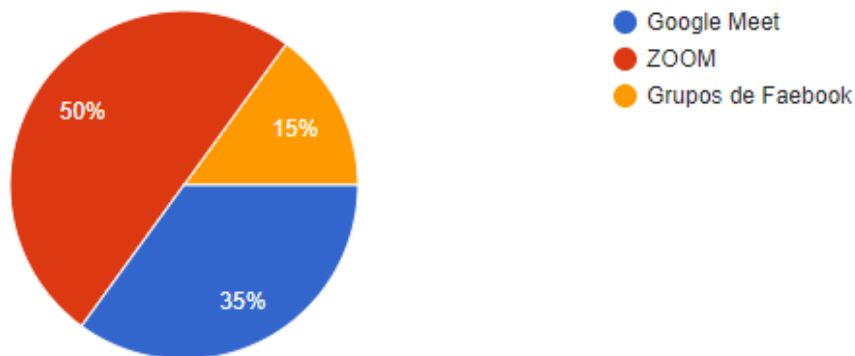
12.5%, que representa 3 personas “no”, están dispuestas a recibir clases de parte de CETEC Villa Nueva de forma digital.

Con esta información, se puede observar que hay un cierto porcentaje de personas que son estudiantes de CETEC que no cuentan con internet en casa para recibir clases en línea, pero sí hay un grupo que sí está dispuesto a recibir clases digitales. El objetivo de obtener esta información brinda detalles del interés de los estudiantes que buscan educarse a través de internet.

Gráfica 6:

¿Qué plataforma te gustaría que usáramos para dar clases en línea?

20 respuestas



50%, que representa 10 personas consideran que la plataforma *Google Meet*, sería la correcta para estudiar de forma virtual.

35%, que representa 8 personas consideran que la plataforma *Zoom*, sería la correcta para estudiar de forma virtual.

15%, que representa 2 personas consideran que los grupos de *Facebook*, sería la correcta para estudiar de forma virtual.

Con estos datos, el epesista puede gestionar una plataforma virtual como estrategia para seguir recibiendo clases en línea durante la pandemia, pero también se puede empezar a trabajar una página *web* para CETEC Villa Nueva, con vinculación a la red social de preferencia, siempre y cuando sea útil para el aprendizaje.

Imagen de comentarios dejados en caja de opiniones:

Deseas agregar un comentario:

10 respuestas

Pues yo no puedo opinar porq ni clases e resibido

Me gustaria que en el curso de programacion fuera un poco mas dificil :3

Desde hace unos días la atención esta muy bien felicidades por eso aunque por 2 meses no les pusieron atención en cuanto a clases a los alumnos de lo contrario todo muy bien gracias

No deberían de considerar las clases en línea por que no todas las personas tienen Internet en sus casas o un lugar donde conectarse, también hay personas que se las pasan ocupados y solo quedarán atrasados y perderán demasiado progreso comparado con el resto del grupo y ESO !NO DEBE DE SER ASI!

Cuando den una tarea que la describan mejor o que den ejemplos que los mensajes o información de Facebook lo comparten en watsapp

No estoy de acuerdo a futuras clases en línea, los cursos no son para llevarlos en línea son presenciales. Y muy desinformados tienen a los alumnos.

Deben agilizar el aprendizaje en línea ya que varios estudiantes se quedan confusos con sus

Deseas agregar un comentario:

10 respuestas

atrasados y perderán demasiado progreso comparado con el resto del grupo y ESO !NO DEBE DE SER ASI!

Cuando den una tarea que la describan mejor o que den ejemplos que los mensajes o información de Facebook lo comparten en watsapp

No estoy de acuerdo a futuras clases en línea, los cursos no son para llevarlos en línea son presenciales. Y muy desinformados tienen a los alumnos.

Deben agilizar el aprendizaje en línea ya que varios estudiantes se quedan confusos con sus explicaciones

La empresa no cumple con nada

Debe mejorar la enseñanza y dar una mejor explicación debido a que no todos los alumnos son de edad suficiente para redactar lo que dan y además habrán algunos que no tienen idea de cómo usar una computadora

Una gran falta de poco profesionalismo.

Fuente: elaboración propia, con base a: encuestas vía *Facebook*

En esta sección se habilitó una opción para realizar comentarios de forma libre y anónima de las personas que realizaron la encuesta, para obtener información que estuviera fuera de las preguntas del cuestionario.

Es notable la molestia de los estudiantes por las pequeñas fallas de comunicación interna, que tiene la academia de computación e inglés CETEC Villa Nueva, con respuestas enfocadas en que no son respondidos sus mensajes en la página de *Facebook* y que si necesitan dar el paso para la era digital con respecto a sus clases en línea.

1.15 FODA:

Para entender de dónde empezar a evaluar la empresa CETEC se debe realizar un FODA para así obtener un análisis de una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa; es decir, las oportunidades y amenazas.

“Esta es una herramienta que puede considerarse sencilla y permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada”, (Thompson, 1998), Humberto Ponce Talancón, establece que el análisis FODA estima el hecho de una estrategia que tiene que lograr un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación de carácter externo; es decir, las oportunidades y amenazas.

La información obtenida por investigación propia en observación se desglosa de la siguiente manera:

<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none">• CETEC tiene como competencia que Villa Nueva cuenta con dos INTECAP en el municipio. Uno construido y en funcionamiento en la colonia La Enriqueta y el segundo en construcción en carretera Reformadores, que según la comuna del mismo será el más grande de Centroamérica.• Pandemia Covid-19, ésta impide seguir un ritmo académico tradicional.	<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none">• Todos sus diplomados son avalados por el Ministerio de Educación.• Cuentan con instalaciones propias con amplio parqueo.
<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">• El mal uso de los diseños publicitarios.• La interacción con los estudiantes en redes sociales hace que se alejen los jóvenes al no sentirse interesados a continuar con estudios adicionales.	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">• Con el programa CONALFA en sus instalaciones en horarios entre semana, es una fuente de atraer estudiantes a los diplomados impartidos los fines de semana.

1.16 Problemas Detectados:

Analizando las redes sociales y la forma de cómo la empresa CETEC atrae a sus alumnos a inscribirse a sus diplomados y en la actualidad como manejaron los primeros dos meses de Pandemia del Covid-19, se encontraron las siguientes deficiencias:

- No tienen departamento de comunicación.
- No manejan marketing digital en redes sociales.
- Sus publicaciones y su contenido digital no tienen una línea grafica que seguir.
- La publicidad de la empresa está muy desorganizada.
- No se responde mensajes en la página de *Facebook*.
- No tienen interacción ni alcance en redes sociales.
- Manejan dos páginas de *Facebook* con diferente nombre.
- La comunicación de dirección-alumnos no tiene una organización digital.
- Por la falta de una buena publicidad, no tienen muchos alumnos.
- No tienen estilo de comunicados oficiales en redes sociales.
- No han dado soluciones de clases en línea ante la Pandemia covid-19.
- Las vallas publicitarias que tienen fuera de la institución, están mal diseñadas.

Lo cual se une a una nueva estrategia de comunicación para la empresa que sea publicitaria de tal manera que atraiga a nuevos clientes y a la vez dejar una nueva modalidad de impartir clases de forma virtual para seguir ante la crisis declarada por la pandemia.

1.17 Planteamiento del problema comunicacional:

La observación fue clave para identificar el problema de la institución, a simple vista se entendió que se mantenía activa por los procesos académicos y la publicidad de boca en boca y no con base en una estrategia de publicidad que atrajera a los estudiantes a inscribirse a proseguir con métodos de estudio en la academia.

Los estudiantes por su grupo objetivo prefieren a gran manera la educación de forma presencial utilizando la metodología maestro/estudiantes, que hacía más fácil la recepción de información entre el aprendizaje y la modalidad de un acceso más cómodo para el estudiantado.

El grupo objetivo no tiene la costumbre de educarse por clases virtuales, sin embargo, la institución sí quería incluirla en su programación porque han estado conscientes que es el futuro de la comunicación y la academia, por lo tanto, han dado ciertos pasos ante ello. Con la llegada de la pandemia se han tenido que someter a esta modalidad con sus cursos y diplomados.

Impartían solamente dos cursos con esa modalidad pero con las nuevas restricciones gubernamentales que impiden que se reúnan en lugares como establecimientos, se toma como urgencia reactivar la academia de diplomados de forma virtual. El coronavirus llegó al mundo en un momento de debilidad financiera. Su arribo implica una reducción en el crecimiento económico de muchos países, incluyendo a Guatemala.

A pesar de la incertidumbre sobre el desenlace de esta crisis, es predecible que las empresas, los trabajadores y los vendedores informales serán los principales afectados. Estos son los primeros efectos que podemos adelantar sobre el coronavirus en el país. (Kimberly López, 19/03/2020, Un virus desatado, una economía débil y una propuesta millonaria para enfrentar la crisis, [nómada.gt](https://url2.cl/ralRg), recuperado: <https://url2.cl/ralRg>)

En Guatemala el primer caso se reportó el 13 de marzo. Cinco días después, una persona falleció a causa del virus y suman 8 casos positivos detectados, según confirmó el presidente Alejandro Giammattei. Aunque una parte de la población continuaba una rutina de trabajo normal, varias empresas pararon sus labores.

Por disposición del gobierno, el transporte público quedó totalmente suspendido, así como los eventos masivos. Las fronteras fueron cerradas para turistas y extranjeros; y los centros comerciales permanecieron cerrados. Lo cual impidió que varios colegios privados y CETEC no fue la excepción, pues también se vio afectada por la pandemia.

Para resolver la situación se debía aplicar un estilo inmediato de comunicación de crisis que es fundamental para solucionar o minimizar el impacto de cualquier riesgo. La imagen, lo que percibe el mercado, es una suma de acciones que es preciso conocer para gestionar adecuadamente cualquier situación conflictiva. Una decisión errónea, un titular periodístico, puede terminar con el trabajo de muchos años y con el crédito que nos hemos ganado a pulso día a día.

El 95% de las empresas, tarde o temprano sufre alguna crisis a lo largo de su existencia con efectos negativos en su imagen pública, en su credibilidad y en su cuenta de resultados. Tan solo un 10% de las compañías que padecen algún problema grave aprovechan esta circunstancia para corregir errores, sacar conclusiones y, además, salir fortalecidas. (CUTLIP Scott, CENTER, Allen, 2000)

Las crisis llegan sin previo aviso y sorprende a propios y extraños. ¿Está preparada nuestra empresa para hacerle frente con posibles soluciones que minimicen los daños? La respuesta suele ser no y lo podemos comprobar cada día en los medios de comunicación que nos informan de sucesos que hacen temblar los cimientos de todo tipo de empresas e instituciones.

Ante una crisis, la mayoría de empresas reaccionan con nerviosismo y sin método y, además, tienden a no recapacitar, a buscar culpables, a no dejarse asesorar por las personas que entienden y, por si fuera poco, a gestionar la crisis en solitario. (HARLOW, Rex, 1976). La profesionalidad pasa por tener preparado de antemano un equipo gestor de crisis y un manual de procedimientos donde se especifique qué se debe hacer.

La elección de los portavoces adecuados, la elaboración y actualización de los mensajes clave, la escenificación de todos los supuestos posibles son algunas de las medidas preventivas que la empresa debe tomar si quiere afrontar con éxito una posible crisis.

Aunque es fundamental acudir a profesionales para salir victoriosos de la situación, a continuación y a título de ejemplo ofrecemos algunos consejos a tener en cuenta si se presenta la crisis:

- Ante una crisis, sea cual fuere, es mejor comunicar, aunque sea poco, que negarse a hablar. Y, por descontado, no mentir. Es vital que haya transparencia en la comunicación.
- Los impulsos y las improvisaciones son malos consejeros.
- Transmitir confianza a los posibles afectados.
- La oportunidad de volver a empezar. Toda crisis trae consigo la oportunidad de volver a hacer las cosas bien.

DI GÉNOVA, Antonio Ezequiel. (Primera Edición 2012 / Segunda Edición 2016). Manual

En primer lugar se debe convocar con carácter de urgencia un comité de crisis, que debe estar integrado, como mínimo, por el director *general/chief executive officer (CEO)* o algún máximo responsable de la empresa, el asesor jurídico, un responsable técnico y un especialista en comunicación.

Estos detalles dan la pauta de dónde empezar a trabajar una estrategia de comunicación para realizar una pequeña campaña publicitaria para cada curso que CETEC, desee lanzar al público en general. Queda claro que crear un departamento de comunicación interno sería de gran utilidad para la empresa.

1.18 Indicadores de Éxito:

Al analizar por observación a la academia de computación e inglés, CETEC, puede mejorar su aspecto ante un concepto nuevo y juvenil con modernos diseños gráficos que sean atractivos ante la vista de los futuros estudiantes, también trabajando campañas publicitarias que animen a los seguidores de la página de *Facebook* a interesarse por estudiar en el centro de estudios.

La creación de contenido en sus redes sociales sí es viable para la empresa ya que lo único que se necesita es tener acceso a la plataforma *Facebook*, los costos del mantenimiento de la misma ser realizarán con el epesista, durante su periodo de elaboración del proyecto.

CETEC, puede cubrir los gastos de una creación de una página *web* para poder impartir clases de forma virtual, ya que a través de las clases impartidas han generado ingresos, además ya se tenía planeado crear un portal digital para la misma, teniendo la papelería legal en orden para las certificaciones finales para los alumnos.

1.19 Proyecto a desarrollar:

CETEC, contará con una nueva imagen para darse a conocer como una empresa más seria ante la sociedad y con una fresca línea gráfica que llamará la atención enfocada en la formalidad, que busque ser constante para que sus alumnos puedan identificarse con la empresa. La creación de un logotipo y un manual de uso del mismo serán parte del proyecto del epesista.

También se realizará un mantenimiento a la red social de la academia, publicando contenido de diferente aspecto, como informativo sobre sus cursos y diplomados, para dar a conocer sobre lo que hace CETEC, a la vez, se creará contenido relacionado con la salud y la prevención de la Pandemia Covid-19, y una campaña publicitaria en la cual se motive a seguir estudiando en tiempo de crisis.

Se creará un manual de uso de publicaciones, dependiendo los picos de audiencia que tenga su página de *Facebook*, para que se sepa cuándo es ideal publicar y qué tipo de contenido también es adecuado compartir.

Se lanzará una plataforma web para que CETEC pueda tener un sitio oficial de información y a la vez, un lugar en la red donde se puedan impartir cursos en línea para seguir firmes en tiempos de pandemia educando a sus alumnos sobre toda situación.

Capítulo 2

Plan estratégico de comunicación

2. Plan estratégico de comunicación

Un plan de comunicación es un documento que establece de forma clara cómo, cuándo y de qué forma se va a comunicar la empresa con su público, (W. Bego, 2002, pág. 44).

Con el fin de alcanzar ciertos objetivos, reforzar y ayudar al plan de marketing dentro del plan de comunicación, hay dos tipos de dirección para orientar el rumbo de la ejecución después de un diagnóstico que haya evaluado la empresa, de forma interna o externa:

En el Plan de Comunicación Externa. Se trata de la comunicación hacia tu público objetivo para conseguir que éste se convierta en tu cliente y tenga una buena imagen de tu marca.

El Plan de Comunicación Interna. Se trata de la comunicación que existe entre los diferentes trabajadores de tu empresa y que favorece el traspaso de información y conocimiento que se genera en los diferentes departamentos de una empresa. (W. Bego, 2002, pág. 44)

La comunicación que se realiza para la empresa CETEC, es de forma conectada a internet, por razones de existencia en una crisis nacional como empresa educativa, en cada uno de estos apartados, por ello deberíamos diferenciar entre los dos tipos de canales en los que se va a llevar a cabo la estrategia:

Plan de Comunicación *online*. Son las acciones que se llevarán a cabo a través de medios digitales como la página *web* de la empresa, el blog corporativo, las redes sociales, el correo electrónico, la publicidad digital, etc.

Plan de Comunicación *offline*. Son las acciones que se llevarán a cabo a través de medios tradicionales como el teléfono, las tarjetas de visita, la cartelería, etc. (W. Bego, 2002, pág. 45)

CETEC, tendrá un cambio en su imagen empresarial y una propuesta para seguir trabajando de manera remota ante la situación de la pandemia de Covid-19, con una nueva plataforma virtual que funcione para impartir clases y a la vez sea informativa para los futuros estudiantes.

Con la realización del EPS en la academia CETEC se podrá beneficiar con un nuevo departamento de comunicación que brinde a los estudiantes una mejor publicidad y relaciones públicas para la empresa que haga crecer la imagen empresarial y a la vez, obtener nuevos estudiantes. Esto sin mencionar los demás beneficios como:

- Conocer qué recursos son necesarios para cada acción, reduciendo así los costos de la empresa.
- El proceso de planificación permitirá definir la audiencia y consumidores, y qué público está intentando en los cursos y diplomados de CETEC.
- Evaluar y mejorar la eficacia de las estrategias a la hora de conseguir los objetivos establecidos.
- Aumentar la fidelización hacia la marca, ya que, con el mensaje adecuado, los clientes conectarán con la empresa y se verán identificados por su filosofía.
- Fortalecer la imagen de marca de la empresa debido que, trabajando la imagen desde adentro, será más fácil proyectar una buena imagen hacia fuera.
- Trabajar la estrategia empresarial porque un plan de comunicación no sólo es externo, sino también interno, y se debe conseguir que exista una cohesión entre los objetivos del equipo directivo y los empleados de los diferentes departamentos de la empresa.
- Identificar el talento y potencial de cada miembro del equipo humano de la empresa para lograr mejores resultados.
- Analizar en equipo la estrategia de la empresa, mejorando la consecución de los objetivos empresariales al compartir información e ideas brindando asesoría de comunicación.

- Incrementar la audiencia y sus clientes dando a conocer el servicio educativo, entendiendo qué mensaje utilizar y qué canal de comunicación usar, las campañas llegarán a los clientes que de verdad estén interesados.
- Ayudar a conocer cómo comunicar la información de forma efectiva.
- Establecer pautas a corto, medio y largo plazo para mejorar la imagen de la empresa y tener un mensaje claro que represente a su filosofía.

2.1 Descripción Técnica del Plan Estratégico de Comunicación

El plan estratégico de comunicación que se estipula para el centro de computación e inglés CETEC, está creado según lo observado en la planificación que conlleva un cambio notorio en la comunicación interna e imagen institucional para la empresa con el fin de obtener una nueva recepción de perspectivas positivas hacia la misma.

Este plan está diseñado para dar dos pasos de crecimiento empresarial, el primero será una renovación de su forma de hacer publicidad digital, mejorando la imagen de la empresa con nuevos diseños. Segundo, dejar en la empresa una nueva modalidad de clases en línea con base en una plataforma digital en la cual se pueda impartir clases virtuales, debido a una emergencia como la Pandemia Covid-19 u otra.

Con este plan se busca el crecimiento de clientes nuevos, gracias a la nueva imagen del centro de estudios y a la vez dejar dos modalidades de impartir clases a su elección, la virtual y la presencial dependiendo la situación. Con esto, se da más opciones y metodologías de impartir clases, asimismo diferencia de precios por cursos según lo deseen.

2.2 Objetivos de la Estrategia

El principal objetivo de crear un plan estratégico de comunicación para la empresa es dejar una imagen firme que demuestre formalidad y continuidad en publicaciones en sus redes sociales y que sus estudiantes estén bien informados de cualquier diplomado o curso. Dejando una plataforma formal de una institución académica y a la vez útil para una emergencia nacional.

2.2.1 Objetivo General

Fortalecer la imagen institucional formal al centro educativo de computación e inglés, CETEC y una plataforma digital para impartir clases en línea para ser utilizada para su uso diario y como opción de seguir educando en una emergencia nacional.

2.2.2 Objetivos Específicos del plan de estrategia de comunicación

- Promocionar la imagen institucional de la empresa CETEC, para dar una mejor visibilidad exterior atractiva y confiable para generar nuevos estudiantes.
- Crear plantillas de diseño universal bases, para la realización automática de publicidad para nuevos cursos y diplomados próximos.
- Delinear una estructura base, para comunicados oficiales de la institución. Con objetivos de lograr inmediatez y continuidad de la línea grafica de la nueva imagen.
- Concretar la importancia de reuniones y planificación de cómo se manejará la publicidad interna y externa de la academia CETEC, con un mes de anticipación.
- Diseñar una página *web* apta para impartir clases en línea para ser utilizada de forma diaria y a la vez en una emergencia nacional.

2.3. Misión

Levantar de manera profesional y formal la imagen de la academia de computación e inglés CETEC, para obtener nuevos estudiantes y adaptarlos a las nuevas metodologías de educación, de forma presencial y virtual.

2.4. Visión

Lograr que CETEC cuente con un departamento de comunicación interno que vele por la continuidad de la creación de contenido digital y publicitario de sus publicaciones para impulsar la nueva modalidad de clases en línea y su imagen institucional.

2.5 Elementos de comunicación del plan estratégico

Para aplicar un plan estratégico de forma profesional y lograr alcanzar metas evidenciables en la comunicación, primero se debe entender qué tipo de comunicación interna y externa se aplicará. Por

ello la principal función que desarrolla en la institución la comunicación interna es apoyar el proyecto empresarial por medio de una coherente y planificada gestión de la comunicación, independientemente de la misión de la organización.

Entender los fallos de una empresa, “permite dar a conocer los objetivos y políticas de la organización y conformar una identidad propia sobre la base de un clima de motivación y cordialidad”, (Graverán D., 2017, pág. 5).

La comunicación interna se convierte, para los gerentes, en una herramienta estratégica que ofrece grandes ventajas empresariales al favorecer la productividad, la competitividad y el éxito empresarial. Es por ello que los administradores de empresas deben dominar los conceptos relacionados con la comunicación interna.

Una planificación tiene como objetivo abordar los conceptos que entraña la comunicación interna para una mejor administración de empresas donde la estrategia general de la institución debe cumplir los siguientes objetivos:

- Integrar a los trabajadores a los objetivos, normas, políticas y metas de la organización, logrando la motivación del personal e incrementando el sentido de pertenencia a la organización.
- Establecer un clima social y psicológico positivo en la organización, comunicándose de forma abierta a directivos y trabajadores y fomentando valores positivos en el colectivo laboral.
- Fomentar la participación de los trabajadores en las diversas tareas que se orienten para la realización de los objetivos institucionales.

- Favorecer la creación de una imagen positiva tanto en el público interno como en el externo que sea “coherente con su identidad institucional y que conlleve a la obtención de óptimos resultados organizacionales”, (Grillo G., 2007, pág. 84).

Entendiendo la base de la comunicación, en general para saber con qué materia prima se trabajará una línea de estrategias y planes de comunicación se debe entender cómo trabajar la comunicación interna de una empresa, por ello, según varios autores, ésta se denomina comunicación interna al conjunto de actividades efectuadas por una organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones.

Con ello se logra entre sus miembros a través del uso de diferentes medios de comunicación “que los mantenga informados, integrados y motivados para que contribuyan con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales, se le denomina comunicación interna”, (Torres L., 2012, pág. 71).

La comunicación interna incluye las acciones de comunicación que se realizan en las instituciones dirigidas al público interno. Comprende, mediante el empleo de diversos medios y canales, las estrategias y programas de comunicación.

Está definida por la interrelación que se pueda lograr “entre el personal que compone la organización y su objetivo principal debe ser integrar, comprometer y movilizar al público interno con los objetivos de una institución”, (Graverán D., 2017, pág. 69).

La comunicación interna es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, un trabajador. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido. “No olvidemos que las empresas son lo que son sus equipos humanos, por ello “motivar, es mejorar resultados”. (Muñiz R., 2017, pág. 11).

Al trabajar con la comunicación interna se logra optimizar el flujo de información-comunicación y las relaciones humanas entre las diferentes áreas de trabajo, y la dirección y sus trabajadores, para contribuir a la participación, el fortalecimiento de los valores, el buen clima y el trabajo en equipo. De este modo, se logran alcanzar los objetivos organizacionales con el máximo de eficiencia y calidad.

La Comunicación Interna debe ser “debidamente planificada, implementada y evaluada en la Administración de la Empresa. Esta debe ir encaminada a acciones sistemáticas de promoción y divulgación de actividades que deberán recogerse en planes y estrategias”, (Laffitte Santiesteban M.E., 2013, pág. 47).

En parte, por la comunicación externa, el público general almacena en su memoria los mensajes que ha recibido a lo largo de los años, de las marcas como anuncios en televisión, noticias en prensa y variedad de publicaciones en redes sociales.

La imagen externa de una empresa se integra dentro de la comunicación corporativa de las organizaciones. Mientras que la comunicación interna se centra en facilitar el flujo de información entre los distintos empleados y directivos de la compañía. La vista externa tiene como objetivo mejorar la visibilidad de la marca y está vinculada a las relaciones de la empresa con el resto de grupos de interés de consumidores, proveedores, accionistas y sociedad en general.

María Luisa Sánchez, autora del libro, “La información especializada en la gestión de crisis”, define que la comunicación externa como el proceso que se establece entre la empresa y el conjunto de la opinión pública, “para informar sobre diversos aspectos de la vida empresarial, que podrían afectar o ser de interés para la sociedad en general”, (L. Sánchez, 2000, pág. 72)

CETEC, busca dar a conocer sus cursos de forma masiva al público en el municipio de Villa Nueva, Guatemala, mejorando la imagen de su empresa para obtener los resultados planeados, esto

lográndose con tres características de comunicación externa de forma operativa, estratégica y de notoriedad:

Comunicación externa operativa, se trata de la comunicación que está vinculada con la actividad y desarrollo diario de la compañía, que se produce con todos los públicos de la organización de forma constante.

Comunicación externa estratégica, busca como objetivo obtener información sobre aspectos estratégicos de la empresa que permitan mejorar la posición competitiva de la misma, como situación de la competencia, novedades legislativas y el estado del mercado

Comunicación externa de notoriedad, es la que habitualmente se asocia con el término, haciendo referencia al flujo de información, con el que la compañía trata de dar a conocer sus productos y servicios y mejorar su imagen y reputación.

Otras formas de hacer que la nueva imagen de CETEC se visualice de manera externa podría ser el uso de campañas publicitarias pagadas, aunque tradicionalmente la comunicación externa se ha referido principalmente a las notas de prensa, la publicidad pagada, las nuevas tecnologías han abierto la puerta a una variedad mucho más amplia de herramientas o canales para mantener el flujo de información como las redes sociales.

Para llevar una continuidad de la nueva imagen institucionalidad es importante la creación de un departamento de Comunicación interno para que pueda velar por todos los asuntos comunicacionales, éste debe diseñar un plan de comunicación en el que defina cuáles son los valores, atributos y estilos; es decir, la imagen de empresa.

La nueva comunicación ante una emergencia o en temporadas normales de vida la academia CETEC se debe adaptar a los diferentes canales informativos, aunque las ideas transmitidas sean homogéneas, los mensajes deben ser personalizados, en función de la herramienta que se vaya a emplear y el

público al que se dirijan. Esto sin importar la modalidad de clases presenciales o virtuales, dependiendo la necesidad.

CETEC debe prepararse con dos modalidades de clases para tener una adecuación temporal ante cualquier situación, para conseguir el mayor impacto posible, la planificación de la comunicación externa es esencial, de modo que las compañías deben estudiar no solo el cómo envían los mensajes, sino también el cuándo hacerlo para que sean efectivos.

2.6 Alcances y límites de la Estrategia

Entender el significado de la palabra “estrategia”, que tiene su origen en las palabras griegas “*stratos*”, que se refiere a ejército, y “*agein*”, que significa guía, (*Wikipedia.org*). Nos da a entender que cada proyecto debe tener a una persona que se dedique completamente en ser el, estratega de comunicación para realizar un plan satisfactorio que logre objetivos.

La planeación estratégica requiere que las personas encargadas de tomar las decisiones en una empresa tengan claro qué clase de estrategias van a utilizar y cómo las van a adecuar a las distintas alternativas que se van a presentar en la medida en que van creciendo o posicionándose en el mercado la academia de diplomados CETEC.

Como prioridad antes se debe definir el alcance, lo que se quiere ser y establecer y cuál es la razón de ser de la empresa son algunos de esos aspectos importantes que van a permitir plantear las estrategias necesarias para cumplir con lo que se espera.

Lo importante para cualquier empresa, como en este caso, el centro de estudios CETEC, es que se tengan definidos los objetivos a los cuales se apunta, se cuente con el conocimiento y los deseos de echar a andar el proyecto hacia adelante, con la visión que el estudiantado actual o futuro, logre sentirse cómodo con la academia, inspirándolo a finalizar su curso.

El alcance que se tendrá con el plan estratégico de comunicación, en su mayoría se implementa para que la nueva imagen y las nuevas modalidades de educación que realice CETEC, tenga un acercamiento más con el estudiantado para que se lleguen a una misma línea de comunicación y un lenguaje con los estilos de trabajo.

El estudiantado actual es prioridad en el plan de comunicación estratégico, esto para que logre un sentimiento de identificación con la institución. La importancia de llegar a las mentes de los estudiantes que actualmente estudian en el CETEC es que puedan comprender el cambio que el plan de comunicación implementa, sumando la experiencia de que, durante una crisis, la academia se puede mantener de pie funcionando.

A la vez el plan llegaría a ser atractivo dando confianza de forma externa reflejando formalidad en su forma de trabajar, la nueva imagen y la evolución a clases en línea, es esencial para llegar a más estudiantes futuros, lo que permitiría que la empresa pueda mantenerse económicamente impartiendo clases presenciales o de forma remota dependiendo la situación que viva CETEC.

El contar con una plataforma de clases virtuales digital, formal con dominio propio de página *web* (.com), no solo brindará presencia a CETEC sino que también como plan de crisis al momento de un desastre natural o una pandemia que obligue a los y las estudiantes a no dirigirse a los salones de clase, a la vez se puede utilizar como otra opción para que los alumnos estudien con otra modalidad. Sería una doble función.

El limitante que se puede dar, al ejercer el plan de la estrategia de comunicación, es el fallo en la continuidad de la constante publicación en redes sociales según el plan de comunicación que se haya presentado a CETEC al finalizar el programa de práctica profesional supervisada, lo ideal es que se pueda mantener vigente para que los estudiantes que estén interesados y el público en general tengan la impresión de una empresa formal ante la sociedad que maneja la comunicación interna y externa de CETEC.

La falta de presupuesto de CETEC por la poca presencia de estudiantes durante la Pandemia Covid-19, puede afectar en la inversión de una plataforma digital privada para impartir clases virtuales, la cual se puede obviar utilizando otras aplicaciones digitales gratuitas durante la crisis de pandemia, pero el utilizar una aplicación de uso público podría solucionar temporalmente el problema de comunicación.

La aceptación del estudiantado, a la llegada de la nueva imagen de la institución CETEC o la forma de impartir clases virtuales podría ser de disgusto a cierto sector de sus estudiantes, por razones personales que impediría que cualquier persona pueda estudiar en CETEC, sino se cuenta con el equipo tecnológico en casa y señal de conexión a internet.

Estas acciones que dividen y clasifican el público objetivo sería un paso negativo a la vez pero de forma asertiva al querer llegar a un estrato social medio alto. La nueva imagen y metodologías buscarán la aceptación de estudiantes que se sientan identificados al momento de querer información o decidirse por estudiar un diplomado en CETEC.

2.7. Metodología para la aplicación de la Estrategia Comunicación

Los métodos aplicados para llevar a cabo el plan de estrategia de comunicación interna y externa del centro de estudios de computación en inglés CETEC será totalmente digital, por razones de seguridad de higiene y la Pandemia Covid-19, que impide la aglomeración de personas en un punto de reunión. CETEC, se encuentra actualmente con una imagen que se ha utilizado por más de 25 años sin ser renovada.

Por lo que la creación de logotipos, contenidos digitales, manejos de redes sociales y una propuesta de página *web* en donde se logre impartir clases de forma virtual sin depender de otra plataforma gratuita, sino que refleje formalidad de una institución privada como tal para no perder el estilo serio con los estudiantes nuevos con esta versión de educación digital por la crisis de Covid-19.

La estrategia se consulta sobre lo estipulado para la mejoría de CETEC lo cual cuenta con una red social en *Facebook*, que solo necesita mantenimiento continuo, lo que permite trabajar desde casa

para realizar el contenido digital para la empresa. La forma de publicación se efectúa de forma de “publicaciones programadas” para que la información sea publicada de forma automática y así velar por otros asuntos internos de la academia.

La propuesta de una página *web* formal para la academia CETEC se trabajará de forma de contratación de servicios externos para que sea de provecho y profesionalismo, creada por conocedores de temas tecnológicos, esperando que la academia cuente con presupuesto para llevar a cabo el único proyecto que tendrá un costo alto, se dejará una estrategia para dar continuidad a la publicidad y a la vez creación y mantenimiento a la nueva plataforma *web*.

2.8. Actividades para la Operatividad de la Estrategia

2.8.1 Propuesta 1: Logotipo para CETEC

Realizar un nuevo logotipo para la empresa CETEC. El crear un nuevo ícono que represente a la institución como tal, esperando que las personas que ya conocen a CETEC o están prontas a conocer, recuerden y se sientan identificados con la marca que representa, esto para que la empresa se guíe y tenga de donde partir para una línea gráfica institucional.

2.8.2 Propuesta 2: Guía de uso de imagen corporativa

Crear una nueva línea gráfica de uso institucional para la empresa CETEC, para que tengan una guía de uso de imagen formal sin perder o mezclar otro tipo de contenidos que no vayan de acuerdo a lo estipulado en la nueva imagen creada para la empresa. Háblese de logotipo, hojas membretadas, comunicados, formatos para publicidad, etcétera.

2.8.3 Propuesta 3: Post para redes sociales informativos y prevención ante el Covid-19

Elaborar contenido para promocionar los cursos que imparte o impartirá CETEC en un futuro con modalidad presencial o virtual. Esto con fin de lograr una publicidad formal ante sus seguidores y así brinde confianza para poder cotizar información de los costos y programas de educación que la academia proponga.

Al tener los nuevos formatos de publicidad por curso, se dejará a CETEC los formatos editables con el programa de uso popular *Power Point*, para que las personas que trabajen de forma interna actualicen cualquier dato al momento de ser requerido, y de no estar el epesista o de no contar con un departamento de comunicación. (Página 73)

Elaborar el contenido de prevención ante la pandemia, que haga conciencia e informe de los usos de higiene saludable de uso personal. Esto con el fin de que los estudiantes se sientan informados en temas de prevención de un contagio de Covid-19.

2.8.4 Propuesta 4: Guía para uso de las Redes Social

Asesorar en mantenimiento y uso de la página de *Facebook* de la academia de CETEC Villa Nueva, para que las personas internas de la empresa tengan un concepto más claro de cómo funciona la forma de publicación y a la vez seguir en contacto con sus simpatizantes y no descuidar la imagen de la empresa.

2.8.5 Propuesta 5: Página Web para CETEC

Promover una página *Web* que funcione como una plataforma de clases virtuales, para que los estudiantes puedan recibir clases en una emergencia nacional como la Pandemia de Covid-19, o de cualquier otro tipo, y a la vez CETEC siga firme ante cualquier situación.

La implementación de una página *Web*, debe ser aprobada con un presupuesto formal y elaboración inmediata, le servirá a CETEC, como medio informativo oficial para dar a conocer sus servicios y a la vez, en una próxima nueva normalidad tener dos modalidades de clases para ofrecer al público en general, impartiendo clases presenciales y virtuales, logrando una extensión y evolución de algo nuevo que no contaba su empresa en temas de educación.

2.9 Cronograma

ACTIVIDADES	MARZO				MAYO					JUNIO					JULIO										
FECHAS	18	22	23	25	28	2	12	15	25	28	30	1	2	3	15	1	22	27	1	2	3	9	7	20	
REUNIÓN VIA ZOOM CON CETEC																									
LLAMADAS TELEFÓNICAS CON LA DIRECTORA DE CETEC																									
CREACIÓN DE CONTENIDO PARA CURSOS EN LÍNEA																									
COLOCACIÓN DE NUEVAS IMÁGENES DE PERFIL Y PORTADAS																									
DÍA DE PROGRAMACIÓN DE IMÁGENES CREADAS																									
PUBLICACIÓN DE COMUNICADOS OFICIALES																									
LLAMADAS TELEFÓNICAS CON DIRECTORA DE CETEC																									
COTIZACIÓN DE PÁGINA WEB																									
ENTREGA DE CARTA DE LA ECC A CETEC																									
CARTA DE RECIBIDO DE CETEC PARA LA ECC																									

ACTIVIDADES	AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE			DICIEMBRE					
FECHAS	2	14	18	25	3	4	15	20	5	10	15	20	5	10	15	20	5	10	15	20	
PLAN ACCIÓN DE EPSL																					
PREPARACIÓN DE CONTENIDO DIGITAL PARA PÁGINA DE FACEBOOK																					
CREACIÓN CAMPAÑA DE MOTIVACIÓN PARA ALUMNOS DE CETEC																					
PROGRAMACIÓN DE PUBLICACIONES Y CONTENIDO POR CADA MES																					
ENTREGA DE DISEÑO DE PAPELERIA CON IMAGEN INSTITUCIONAL																					
BORRADOR DE PLATAFORMA WEB																					
CREACIÓN DE PUBLICIDAD DE PLATAFORMA WEB																					
LANZAMIENTO DE CAMPAÑA PUBLICITARIA DE LA NUEVA PLATAFORMA WEB																					

Un cronograma es una herramienta esencial para la elaboración de proyectos empresariales o actividades, determinadas por fechas, descripciones y actividades. (Julián Pérez y María Merino, 2011).

2.10. Financiamiento

En la realización del proyecto se presentarán gastos varios para llevar a cabo el plan de estrategia de comunicación que busca impulsar una nueva imagen para la empresa CETEC y a la vez atraer nuevos estudiantes a la misma con una nueva propuesta de modalidad de clases virtuales, que también se utilizará en caso de alguna emergencia.

Los gastos de publicidad digital e impresa, se financiará con el apoyo de CETEC, quien obtiene ingresos económicos por las mensualidades de los estudiantes que busca optar por uno de los 15 diplomados avalados por el Ministerio de Educación en el municipio de Villa Nueva, Guatemala.

Se debe tomar en cuenta que la mayoría de diseños publicitarios, como el logotipo y la nueva imagen de la empresa será realizada por el estudiante para poder empezar a construir la formalidad visual de CETEC, la cual no tendrá ningún costo, lo único en que se gastará será en pautas digitales en la página de *Facebook* y en la creación de una plataforma virtual para CETEC.

2.11. Presupuesto

El presupuesto total a usar para implementar el plan de comunicación se desglosa de la siguiente manera:

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDAD	PRECIO	OBSERVACIONES
Diseño logotipo	Q900.00	Diseñador/ El epeista realizó el trabajo.
6 Artes de diplomados	Q1,200.00	Diseñador/ El epeista realizó el trabajo.
Manejo de Redes sociales	Q3,500.00	Community Manager por mes/ El epeista realizó el trabajo.
Pautas en <i>Facebook</i> para ganar seguidores. Tres días al mes con un costo de Q50 por pauta, que daría un aproximado de 50 a 75 nuevos seguidores.	Q150.00	El estudiante lo realizará y asesorará a la empresa durante su EPS, con el financiamiento de CETEC. Esto si la institución cuenta con el presupuesto.
Pautas en <i>Facebook</i> para promocionar tres imágenes de diplomados diferentes. Tres por mes, con un costo de Q50 por pauta, que daría un aproximado de 50 a 75 me gusta a la publicación.	Q150.00	El estudiante lo realizará y asesorará a la empresa durante su EPS, con el financiamiento de CETEC. Esto si la institución cuenta con el presupuesto.
Compra de dominio cetecenlinea.com, éste dominio <i>Web</i> se debe pagar cada año con el mismo costo.	Q300.00	El estudiante entregará cotizaciones a CETEC para tener claro los gastos que se deben realizar. Esto si la institución cuenta con el presupuesto.
Creación de página <i>Web</i> para impartir clases en línea. Adquiriendo un servicio de programación externa a CETEC, se podrá contratar la elaboración y el mantenimiento técnico de la misma.	Q990.00	El estudiante entregará cotizaciones a CETEC para tener claro los gastos que se deben realizar. Esto si la institución cuenta con el presupuesto.

Total de dinero al realizar la estrategia de comunicación: Q7,190.00

“Un presupuesto es un es la estimación programada, de manera sistemática, de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un periodo determinado”, según Burbano y Ortíz (2004).

Haciendo un total de Q300.00 para realizar publicidad digital para promocionar la página de *Facebook* de CETEC Villa Nueva y ganar más seguidores del mismo sector territorial, a la vez, con otra cifra igual de Q300.00 se promocionarán las publicaciones de publicidad de los cursos o diplomados que deseen lanzar o bien utilizarlos para la campaña publicitaria de la nueva plataforma de clases virtuales.

El costo del dominio web se agrega al precio de creación de la plataforma digital que sumaría un total de Q990.00 en total, para llevar a cabo el proyecto de mantener viva la empresa CETEC al momento de una emergencia nacional.

El total utilizado por mes, sería de Q600.00 en publicidad y Q990.00 para la plataforma virtual. El costo y la aplicación de la misma lo decidirá la empresa CETEC.

Un presupuesto es un es la estimación programada, de manera sistemática, de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un periodo determinado. También dice que “el presupuesto es una expresión cuantitativa formal de los objetivos que se propone alcanzar la administración de la empresa en un periodo, con la adopción de las estrategias necesarias para lograrlos”, (Burbano y Ortíz, 2004, página 22).

2.12. Beneficiarios

Primeramente, el centro de estudios de computación e inglés CETEC, que obtendrá una nueva imagen empresarial valorada en Q5,000 y un manejo de redes sociales por más de dos meses valorada en Q4,000, que por ser cuestión de práctica profesional supervisada para ayudar en su proceso de graduación del estudiante, no tienen ningún costo.

CETEC tendrá una base de cómo poder trabajar de forma virtual y a la vez desde casa, por cualquier situación de emergencia nacional como la Pandemia de Covid-19, a la vez si la empresa logra contratar los servicios de la creación de la página web para la nueva modalidad en línea, podrá continuar labores con dos modalidades de dar clases, haciendo que la empresa ofrezca más formas de estudio a sus estudiantes.

2.13. Recursos Humanos

Entre las personas que serán parte de este proyecto y quienes aportarán para el beneficio de la nueva etapa de la imagen empresarial de CETEC, se encuentran las siguientes:

Personal administrativo y maestros:

Las personas que laboran en la academia de diplomados CETEC, tendrán que formar parte de la nueva imagen de la empresa, cambiando formatos de publicidad de cursos, formas de cómo realizarán sus hojas membretadas y a la vez apoyar el movimiento de una nueva modalidad de clases digitales después de implementar el sitio web que lo permitirá, empezando por una planificación educativa de acuerdo a las clases en línea.

La desventaja de la implementación virtual, es que los catedráticos deberán tomar una capacitación de cómo utilizar la nueva plataforma digital y a la vez contar con el equipo de cómputo para realizar clases virtuales desde casa.

El estudiante que está realizando su EPS:

El alumno podrá aportar un diagnóstico de cómo se encuentra la academia CETEC y a la vez un plan estratégico que resuelva las deficiencias que se encontraron en el diagnóstico evaluado. El epesista realizará cambios en diseños de publicidad básicos y a la vez la nueva imagen de la institución para avanzar en un cambio a la empresa.

Asimismo, también se entregará la cotización de una página web formal con opción de dar clases en línea para una nueva modalidad en tiempos de emergencia y como oferta de segunda opción para los estudiantes al momento de llegar a una nueva normalidad.

Mientras se encuentra una nueva opción de una contratación de programación web, el epesista podrá asesorar a CETEC para poder dar clases de forma virtual con la aplicación *ZOOM*, para poder terminar el ciclo escolar.

Programador web:

Para realizar una página web que sirva como presentación de qué hace CETEC ante el mundo digital y a la vez se pueda usar como plataforma de clases en línea, se deberá contratar un servicio de programación dependiendo al presupuesto de CETEC.

2.14. Áreas Geográficas de Acción

CETEC se encuentra ubicado en la zona 1 del municipio de Villa Nueva, Guatemala, por lo que el área geográfica de acción será en Villa Nueva.

2.15. Cuadro Comparativo de Estrategias.

CUADRO COMPARATIVO DE ESTRATEGIAS		
CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDAD	DETALLES DE ESTRATEGIA
Imagen institucional, la cual no está definida.	Se realizará un cambio de logotipo e imagen completa de forma institucional.	Logotipo, foto de perfil y de portada en red social <i>Facebook</i> , hojas membretadas y fotografías publicitarias para promoción de sus diplomados.
Comunicados oficiales.	Ante la pandemia la academia CETEC, debe estar en comunicación con sus estudiantes por redes sociales y comunicados que los ayuden a seguir estudiando.	Asesoría de comunicación externa. Comunicados oficiales para estudiantes y población en general.
Asesoría de comunicación interna de crisis.	Ayudar con asesoría de comunicación de crisis para solucionar la forma inmediata la forma de dar clases virtuales a través de la aplicación zoom y comunicación vía <i>whatsApp</i> .	Asesoría de comunicación interna.
Manejo de redes sociales.	La página de <i>Facebook</i> de CETEC, será manejada con estrategias de comunicación interna para nuevos cursos para los estudiantes.	Marketing digital para CETEC desde cero, creando contenido y a la vez manejo de su red social.
Propuesta de la página web y modalidad de clases virtual	Contratando un servicio externo de programación <i>Web</i> , se realizará una plataforma de clases en línea privada para el uso de modalidad virtual para los estudiantes.	Propuesta de solución de crisis y una nueva opción de dar clases virtuales en tiempos de una nueva normalidad.

CUADRO COMPARATIVO DE ESTRATEGIAS

PRESUPUESTO	OBJETIVOS DE ACTIVIDAD	POSIBLES PROBLEMAS	POSIBLES SOLUCIONES
El epesista realizará el trabajo.	Lograr penetrar en las personas una nueva imagen de la empresa de forma profesional e institucional.	Problemas de identificación al cambiar el logotipo.	Dar a entender a la situación que CETEC está pasando por un cambio de asesoría de comunicación interna y externa.
El epesista realizará el trabajo.	Lograr hacer llegar un mensaje oficial de la academia de forma profesional a los estudiantes s y al público en general.	Poca difusión de comunicados por la falta de audiencia en redes sociales.	Realzar publicaciones en horarios altos de consumo visual y a la vez, distribuir los comunicados en <i>Whatsapp</i> empresarial.
El epesista realizará el trabajo.	Lograr que la empresa pueda tener orientación profesional de cómo trabajar su comunicación interna.	El distanciamiento social podría afectar la coordinación y respuestas inmediatas durante una asesoría.	Utilizar plataformas de comunicación como ZOOM o llamadas telefónicas para estar en constante comunicación con CETEC.
El epesista realizará el trabajo mientras dure el programa.	Lograr que la imagen de la empresa en redes sociales, y en su página de <i>facebook</i> tenga constancia en sus publicaciones.	Falta de contenido digital por cambios drásticos en actividades digitales.	Programación por video llamadas de un mes de anticipación.
Q990.00 será el aproximado que se gaste en la creación de la página web.	Obtener una plataforma digital donde CETEC pueda impartir clases de forma virtual y a la vez sobrevivir en una emergencia nacional.	Que CETEC no cuente con el presupuesto de la creación de una página web para poder llevar a cabo la plataforma digital.	Habilitar el presupuesto para la creación de la plataforma digital por el motivo de ser la nueva modalidad de cómo funcionaría CETEC, después de la pandemia.

CUADRO COMPARATIVO DE ESTRATEGIAS			
RECURSO HUMANO	ÁREA GEOGRÁFICA DE IMPACTO	BENEFICIARIOS	FECHA DE EJECUCIÓN
El epesista realizará el trabajo.	La página de <i>facebook</i> de CETEC, Villa Nueva Guatemala.	CETEC y los estudiantes de la academia que gozarán de una empresa con imagen profesional digital.	En mayo se creará la línea gráfica para realizar la propuesta a CETEC.
El epesista realizará el trabajo.	CETEC, Villa Nueva Guatemala.	CETEC tendrá dirección ante cada decisión que se tome en aspectos de publicaciones en redes sociales y estrategias de educación.	Desde el mes de Junio hasta septiembre del 2020.
El epesista realizará el trabajo.	CETEC, Villa Nueva Guatemala.	CETEC tendrá dirección ante cada decisión que se tome en aspectos de publicaciones en redes sociales y estrategias de educación.	Desde Junio hasta a septiembre del 2020.
El epesista realizará el trabajo.	CETEC, Villa Nueva Guatemala.	CETEC contará con un manejo de redes sociales profesional para dar a conocer sus servicios.	Desde Junio hasta septiembre del 2020.
Se contratará un servicio externo de creación de páginas web para H3:H7 la creación de la plataforma virtual.	CETEC, Villa Nueva Guatemala.	CETEC contará con una plataforma para impartir clases virtuales beneficiando a varios nuevos estudiantes con la nueva modalidad educativa.	Se espera llevar a cabo el proyecto el 15 de septiembre del 2020.

Para entender los beneficios y a la vez saber a quién le corresponde cada responsabilidad a la empresa CETEC se le entrega una variedad de cuadros comparativos que “son una herramienta o técnica de enseñanza-aprendizaje muy útil para visualizar en un golpe de vista las semejanzas y/o diferencias entre dos o más datos, hechos, épocas o situaciones”. (Walter G, 2008, pág. 10)

Esto permitirá que la organización tenga una sistematización de la información a comprender, constituyéndose en una estrategia importante para el desarrollo del proyecto que realiza el epesista en CETEC.

Capítulo 3

Ejecución de la Estrategia

3. Informe de la ejecución

3.1 Creación de un nuevo logotipo y una línea gráfica a la empresa CETEC

Objetivo de la Actividad: El logotipo con que contaban anteriormente tenía una estructura difícil de manejar para seguir utilizándola en otros proyectos gráficos.

El objetivo de crearle una nueva línea gráfica a CETEC es dar a entenderles a sus estudiantes un patrón formal en todo aspecto visual, en este caso en sus redes sociales oficiales.

Se utilizaron programas de diseño básicos, como *Photoshop*, para realizar los cambios necesarios en la creación de su nueva imagen.

Área geográfica de impacto: Villa Nueva, Guatemala. Red social *facebook* de CETEC Villa Nueva.

Presupuesto en esta acción: sin costo, éste trabajo lo realizó el epesista.

Comprobación del Material: <https://www.facebook.com/cetecvillanueva19>

A la empresa CETEC se le entregó un manual del uso correcto del logotipo detallado y descriptivo donde la academia pudiera seguir usando la imagen de la forma sugerida.

MANUAL DE LOGOTIPO

CETEC VILLA NUEVA



Logotipo 2019



Logotipo Marzo 2020

PSICOLOGÍA DEL COLOR DEL LOGOTIPO DE CETEC VILLA NUEVA

Fondo color blanco:

El color blanco se asocia a la luz, la bondad, la inocencia, la pureza y la verdad. Se le considera el color de la perfección.

Influye sobre las personas transmitiendo una sensación de sobriedad y luminosidad. A diferencia del negro, el blanco por lo general tiene una connotación positiva.

En publicidad, al blanco se le asocia con la frescura y la limpieza. Se **suele utilizar en la promoción de productos de alta tecnología, para comunicar simplicidad.** Se utiliza también para anunciar productos médicos o que estén directamente relacionados con la salud.



PSICOLOGÍA DEL COLOR DEL LOGOTIPO DE CETEC VILLA NUEVA

Letras color negro:

El uso del color negro, representa seriedad, autoridad, fortaleza, intransigencia. También se asocia al prestigio y la seriedad.

En una página web puede dar imagen de elegancia, y aumenta la sensación de profundidad y perspectiva.

Sin embargo, no es recomendable utilizarlo como fondo ya que disminuye la legibilidad. Combinado con colores vivos y poderosos como el naranja o el rojo, produce un efecto agresivo y vigoroso.



PSICOLOGÍA DEL COLOR DEL LOGOTIPO DE CETEC VILLA NUEVA

Letras color Azul:

(Escala de color celestes y azules)

Tiene un efecto tranquilizador para la mente y las empresas que utilizan el azul oscuro en su logotipo quieren transmitir la madurez y la sabiduría.

Es el color del cielo y del mar, por lo que se suele asociar con la estabilidad y la profundidad.

Es adecuado para promocionar productos de alta tecnología o de alta precisión. Al contrario de los colores emocionalmente calientes como rojo, naranja y amarillo, el azul es un color frío ligado a la inteligencia y la consciencia.



USO CORRECTO DEL LOGOTIPO DE CETEC VILLA NUEVA

Se recomienda a la empresa utilizar colores claros y en tonalidades Pastel colocar el logotipo para poder tener la lectura correcta del texto y la imagen.



USO CORRECTO DEL LOGOTIPO DE CETEC VILLA NUEVA

Se recomienda a la empresa utilizar colores claros y en tonalidades Pastel colocar el logotipo para poder tener la lectura correcta del texto y la imagen.



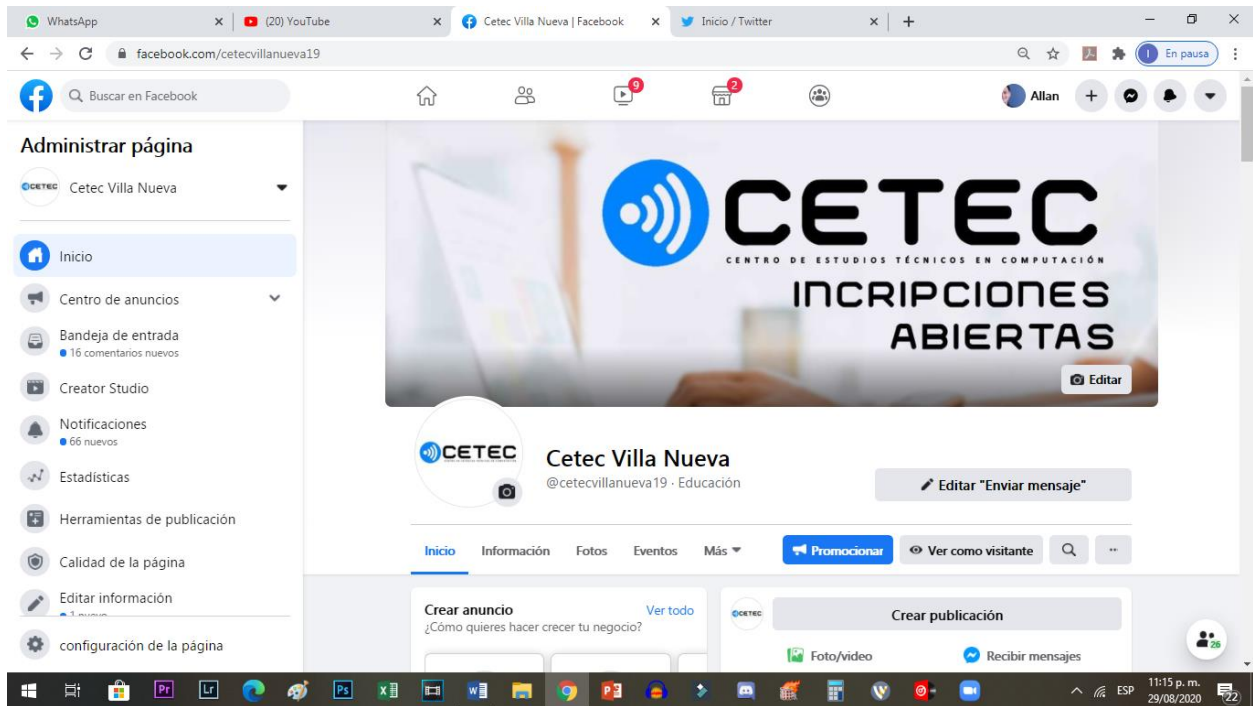


Imagen de la página de *Facebook* de CETEC Villa Nueva, después de realizar los cambios de logotipo.

3.2 Mantenimiento de su red social facebook y manual de publicaciones

Objetivo de la Actividad: Trabajar publicaciones, que ayudarán a dar conciencia, motivación e información. Las publicaciones iban dirigidas en el tema de protección ante la Pandemia Covid-19.

Las publicaciones de motivación, iban relacionadas para los estudiantes activos, animándolos a seguir estudiando con las nuevas modalidades de estudio en CETEC en línea, mientras se trabajaba la nueva plataforma web para la empresa. “#AprovechaElTiempoEnCasa, estudia en CETEC en línea”

Las publicaciones relacionadas con la información, se determinaban en los temas académicos, para invitar a las personas y estudiantes activos a nuevos diplomados en línea.

Medio Utilizado: todas las publicaciones se realizaron en la red social *facebook*, en la página Cetec Villa Nueva.

Área geográfica de impacto: Villa Nueva Guatemala.

Presupuesto en esta acción: ninguno, éste trabajo lo realizó el epesista.

Comprobación del Material: <https://www.facebook.com/cetecvillanueva19>

A la empresa CETEC se le entregó un manual de publicaciones, con un ejemplo de cuándo realizar una publicación y en qué horario.

La empresa CETEC recibió una instrucción digital, estilo manual de cómo realizar sus publicaciones de forma constante y a la vez explicando la razón de los días, horas y temporadas con más tráfico digital para llegar a los estudiantes con mensajes de:

Motivación: Con el objetivo que los alumnos pudieran seguir estudiando y aprovechando el tiempo en casa, ya que CETEC se estaba mudando a plataformas digitales era el tiempo justo para enviar mensajes que motivaran al estudiantado para que no abandonarán sus estudios.

Covid-19: Las publicaciones son enfocadas a temas de protección y conciencia sobre la prevención de la pandemia, con imágenes de higiene personal y uso correcto de mascarillas.

Información: En estas publicaciones se brinda a los estudiantes información sobre los cursos, contacto para resolución de dudas y comunicados de cualquier índole académico de CETEC.





Estas son las imágenes en las cuales se aprecian un calendario de publicaciones en los días donde la página de *Facebook* de CETEC tiene más interacción.

MANUAL DE PUBLICACIÓN EN FACEBOOK

A la empresa **CETEC** se les recomienda publicar en los días **lunes, miércoles, jueves, sábado y domingos**, por la tarde en horarios de 16:00 a 20:00 horas que son los tiempos en que la página de *facebook* tiene más interacción y atención por los estudiantes.



EJEMPLO DE PUBLICACIÓN MES DE SEPTIEMBRE:

LUNES	MARTES 1	MIÉRCOLES 2	JUEVES 3	VIERNES 4	SÁBADO 5	DOMINGO 6
Covid-19			Información.		Covid-19	Covid-19
						




PUBLICACIONES DEL MES DE SEPTIEMBRE:

LUNES 7	MARTES 8	MIÉRCOLES 9	JUEVES 10	VIERNES 11	SÁBADO 12	DOMINGO 13
Información			Información.		Covid-19	Covid-19
						






PUBLICACIONES DEL MES DE SEPTIEMBRE:

LUNES 14	MARTES 15	MIÉRCOLES 16	JUEVES 17	VIERNES 18	SÁBADO 19	DOMINGO 19
Motivación	Información		Información.		Motivación	Covid-19
						




PUBLICACIONES DEL MES DE SEPTIEMBRE:

LUNES 20	MARTES 21	MIÉRCOLES 22	JUEVES 23	VIERNES 24	SÁBADO 25	DOMINGO 26
Covid-19			Información.		Covid-19	Covid-19
						



PUBLICACIONES DEL MES DE SEPTIEMBRE:

LUNES 27	MARTES 28	MIÉRCOLES 29	JUEVES 30	VIERNES 1	SÁBADO 2	DOMINGO 3
Covid-19			Información.		Covid-19	Covid-19
						



WhatsApp x (20) YouTube x Cetec Villa Nueva | Facebook x Inicio / Twitter x +

facebook.com/cetecvillanueva19

Buscar en Facebook

Administrar página

- Cetec Villa Nueva
- Inicio
- Centro de anuncios
- Bandeja de entrada (16 comentarios nuevos)
- Creator Studio
- Notificaciones (66 nuevos)
- Estadísticas
- Herramientas de publicación
- configuración de la página

Cetec Villa ... Editar "Enviar mensaje" Promocionar Ver como visitante

Interacciones con las publicaciones 56 (+211%)

Me gusta de la página 6 (+100%)

Información

502 36117658-Villa Nueva, Guatemala

Promociona tu negocio en tu zona para que la gente vaya directamente a 502 36117658-Villa Nueva, Guatemala.

Promocionar negocio local

CETEC ACADEMIA DE COMPUTACIÓN

Cetec Villa Nueva 6 d ·

#NoDejesDeEstudiar

En CETEC contamos con la modalidad de clases en línea para que puedas estudiar desde casa. Pregunta por nuestros cursos.

#AprovechaElTiempoEnCasa ESTUDIA EN LINEA EN CETEC

48 Personas alcanzadas 1 Interacción Promocionar publicación

11:16 p. m. 29/08/2020

WhatsApp x (20) YouTube x Cetec Villa Nueva | Facebook x Inicio / Twitter x +

facebook.com/cetecvillanueva19

Buscar en Facebook

Administrar página

- Cetec Villa Nueva
- Inicio
- Centro de anuncios
- Bandeja de entrada (16 comentarios nuevos)
- Creator Studio
- Notificaciones (66 nuevos)
- Estadísticas
- Herramientas de publicación
- configuración de la página

Cetec Villa ... Editar "Enviar mensaje" Promocionar Ver como visitante

Videos Ver todo

Tú y 6 personas más 537 reproducciones · hace 38 semanas

Transparencia de la página Ver todo

Facebook muestra información para que entiendas mejor la finalidad de una página. Consulta qué acciones realizaron las personas que la administran y publican contenido.

Cetec Villa Nueva 19 de agosto a las 11:07 ·

#Diplomas

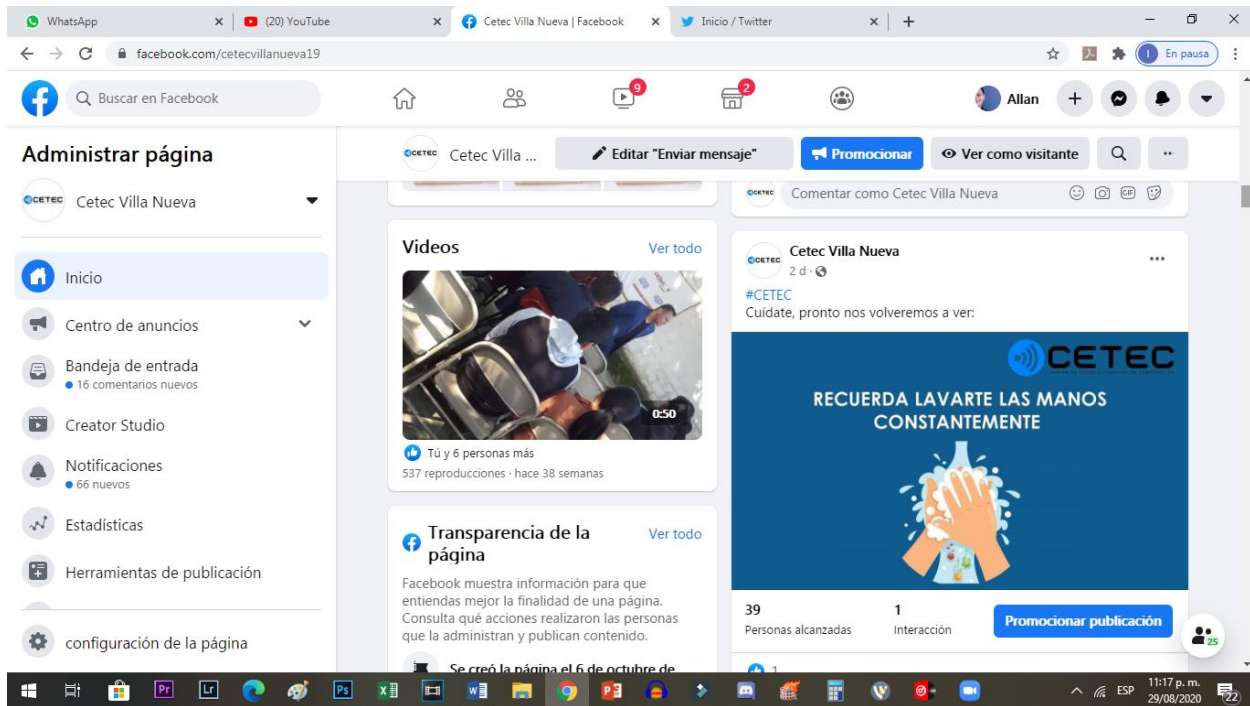
Si aún no tienes tu diploma, o debes ordenar tu papelería para egresar de CETEC con el respaldo del MINEDUC, puedes llegar a las instalaciones de CETEC los días sábado en horario de 9 a 1 PM.

EXALUMNOS CON DIPLOMAS Y PAPELERÍA PENDIENTES

39 Personas alcanzadas 0 Interacciones Promocionar publicación

Se creó la página el 6 de octubre de

11:16 p. m. 29/08/2020



Imágenes de cómo quedaron las publicaciones programadas dentro de la página de *Facebook* de CETEC Villa Nueva.

3.3 Contenido gráfico sobre prevención ante la Pandemia Covid-19

Objetivo de la Actividad: concientizar a los seguidores de la página de *facebook* de CETEC Villa Nueva y a sus estudiantes, animándolos a protegerse y cuidarse con las medidas de bioseguridad.

Medio Utilizado: todas las publicaciones se realizaron en la red social *facebook*, en la página CETEC Villa Nueva.

Área geográfica de impacto: Villa Nueva Guatemala.

Presupuesto en esta acción: ninguno, éste trabajo lo realizó el epesista.

Comprobación del Material: <https://www.facebook.com/cetecvillanueva19>



3.4 Creación de la plataforma web de clases en línea para CETEC Villa Nueva

Objetivo de la Actividad: brindar un sitio web a la empresa para que pueda trabajar de dos formas en tiempos de crisis y a la vez en una nueva normalidad, de forma presencial y de forma remota vía web.

Medio Utilizado: creación de páginas con la empresa *Starps.com*

Área geográfica de impacto: Villa Nueva Guatemala.

Presupuesto en esta acción: *Q990.00* costó la creación de la página web *cetecenlinea.com*, la empresa CETEC se quedará pagando de forma anual una cantidad de *Q680.00* por el dominio *.com* y el espacio ilimitado de subida de la web. Este paquete de diseño web también incluye el soporte técnico por cualquier caída o error que se tenga en un futuro.

Comprobación del Material: <https://www.cetecenlinea.com> en creación.

Lanzamiento 20 de septiembre del 2020

A la empresa se le entregó un manual de uso, y descripción de cómo utilizar la página web.

Menú “inicio”:



Descripción: En la página principal de la nueva plataforma de CETEC, se puede apreciar lo siguiente. Dos botones de comunicación, el botón de la aplicación *WhatsApp* y el de la red social *facebook*, donde los alumnos o aspirantes a comunicarse con la academia de diplomados puedan tener una vía de comunicación directa con el departamento de comunicación.

Además, también se encuentra una descripción sobre qué es CETEC, para que los interesados a estudiar en CETEC puedan saber más información e historia de su fundación.

También se cuenta con un mapa, que ayudará a entender a los aspirantes la ubicación exacta de las instalaciones de la academia.

Menú “cursos en línea”:



Descripción: En el segundo plano de la página web se encuentra la lista con los cursos y diplomados que la academia CETEC cuenta para impartir. A la vez se instaló el mismo botón de la red social de *facebook* para que solución de dudas sobre precios y horarios.

Botón de curso “operado de computadoras”:



Descripción: Al seleccionar el curso o diplomado en la pestaña, se desglosan cajas de texto que brindan información completa sobre el ciclo académico del mismo, como horarios, duración, modalidades, temarios y su contenido como tal. Esa misma opción se le colocó a cada uno de los cursos en la sección de “cursos en línea”.

Menú “idiomas”:



Descripción: En la subpágina de “idiomas” se puede apreciar los cursos de inglés que CETEC brinda para el público en general. Creando subpestañas que se dividen en los niveles de dificultad del idioma. Dentro de cada una se encuentra la información correspondiente para el público interesado.

Menú de “contacto”:



Descripción: En la última subpágina de CETEC se colocó la opción de contacto con el formato de correos electrónicos, donde se espera mensajes con temática más formal o de alto contenido de texto.

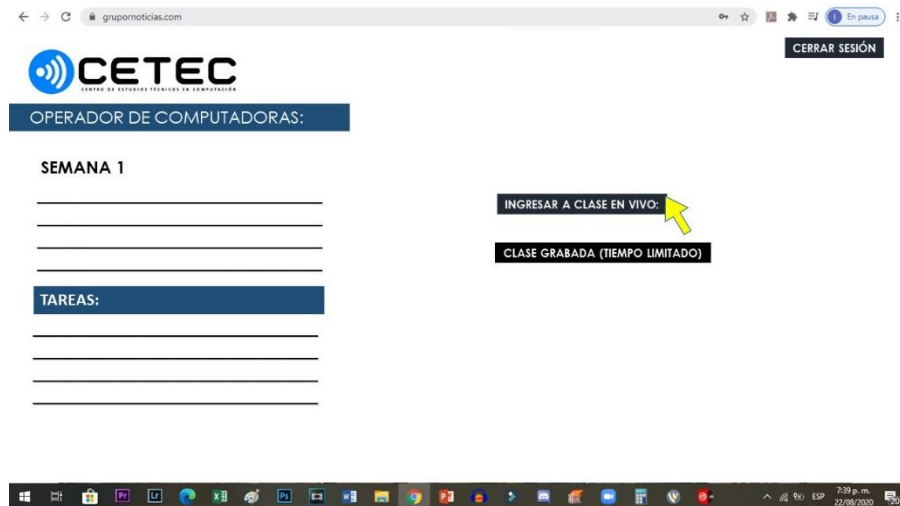
Botón “iniciar sesión”:



Descripción: En esta opción en forma de botón los profesores podrán entrar a su perfil como administradores de contenido donde podrán impartir sus clases conectándose en vivo a través de la red social *google meet*.

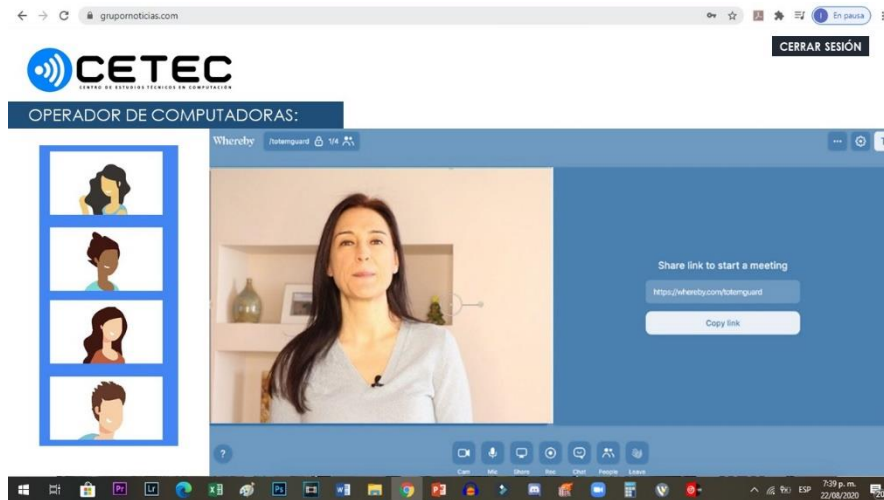
Los alumnos también podrán iniciar sesión en perfil de estudiantes donde solo podrán tener acceso a su curso que decidieron tomar.

Botón “Ingresar a clase en vivo”:



Descripción: Los alumnos al momento de ingresar en sus perfiles en la página web de CETEC pueden observar el tema desarrollado por semana, o dependiendo del curso que hayan optado, podrán tener acceso a la clase impartida por el profesor en tiempo real, a la vez después de concluir el tema, los estudiantes tendrán durante una semana la clase grabada para volver a verla o estudiarla.

Botón “Clases en vivo”:



Descripción: al momento de que el alumno ingrese en esta opción, verá el video conferencia que él o la profesora de CETEC esté impartiendo dependiendo de cada curso, al finalizar los estudiantes podrán enviar sus tareas por correo electrónico.

3.5 Programación y calendarización:

ACTIVIDADES	MARZO				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO			SEPTIEMBRE			OCTUBRE			NOVIEMBRE			DICIEMBRE																	
	18	22	23	25	28	2	12	15	25	28	30	1	2	3	15	1	22	27	1	2	3	9	7	20	2	14	18	25	3	4	15	20	5	10	15	20	5	10	15	20	5	10	15	20		
REUNIÓN VIA ZOOM																																														
LLAMADAS TELEFÓNICAS																																														
CREACIÓN DE CONTENIDO PARA CURSOS EN LÍNEA																																														
COLOCACIÓN DE NUEVAS IMÁGENES DE PERFIL Y PORTADAS																																														
DÍA DE PROGRAMACIÓN DE IMÁGENES CREADAS																																														
COMUNICADOS OFICIALES																																														
LLAMADAS TELEFÓNICAS																																														
COTIZACIÓN DE PÁGINA WEB																																														
ENTREGA DE CARTA DE LA ECC																																														
CARTA DE RESIVIDO																																														
PLAN ACCIÓN																																														
PREPARAR CONTENIDO DIGITAL PARA REDES SOCIALES																																														
CAMPAÑA DE NUEVOS DIPLOMADOS 2021																																														
PROGRAMACIÓN DE PUBLICACIONES Y CONTENIDO PARA EL MES																																														
ENTREGA DE DISEÑO DE PAPELERIA CON IMAGEN INSTITUCIONAL																																														
BORRADOR DE PLATAFORMA WEB																																														
CREACIÓN DE PUBLICIDAD DE PLATAFORMA WEB																																														
LANZAMIENTO DE CAMPAÑA PUBLICITARIA DE LA PLATAFORMA WEB																																														
Elaboración y entrega de informes de Fase Propedéutica, más investigación de campo inicial																																														
Proceso de entrega papelería para completar inscripción EPS-Licenciatura																																														
Elaboración, revisión y entrega de la Evaluación 1. Diagnóstico de Comunicación																																														
Elaboración y entrega - 2. Plan de Comunicación																																														
3. Ejecución del algunas Estrategias del Plan de Comunicación																																														
Entrega del informe de los 3 capítulos para revisión																																														
Recepción y revisión final de informe final																																														
Evaluaciones de los informes-presentaciones individuales																																														
Impresión final de informe empastado con cd's																																														
Finalización del EPS de Licenciatura-Entrega de notas a Control Académico																																														

3.6 Conclusiones

- La academia de computación e inglés CETEC Villa Nueva, tenía un problema de identidad empresarial y una imagen publicitaria muy desordenada por lo que en el trabajo realizado del EPSL se creó un nuevo logotipo y a la vez una nueva línea gráfica que represente confianza a través de la psicología del color.

Estos colores se usaron para poder persuadir a los actuales y futuros estudiantes a recibir un diplomado o cursos y así animarse a estudiar de forma presencial o de forma virtual con su nueva página web.

- Los cambios y los nuevos diseños que se empezaron a publicar desde marzo del 2020 hasta la fecha sirvieron para estar más cerca del estudiantado cuando la pandemia del Covid-19, se hacía presente en Guatemala y no se podían tener clases presenciales.
- Los diseños formales, con redacción clara, fueron efectuados de forma estratégica y programados con tiempo para que los alumnos pudieran observar formalidad en la publicidad y así poder inscribirse confiando en CETEC.
- La nueva imagen de CETEC dio un giro para que la sociedad en general y el público joven del municipio de Villa Nueva en particular interpretara que la empresa es formal que se dedica a educar, con esta evolución se busca obtener más estudiantes de otro grupo social que puedan y les sea atractivo estudiar de forma virtual, que cuenten con internet y el equipo adecuado en casa.
- Al momento de realizar encuestas, los estudiantes reflejaron su malestar por los diseños publicados diciendo que “no lograban dar el mensaje adecuadamente” y que “los diseños no eran atractivos”, por lo tanto, eso marcó la prioridad para empezar las estrategias de comunicación.

- CETEC cuenta con una nueva imagen institucional y nuevos diseños en información de diplomados, cursos y comunicados oficiales. Esto logró llenar las expectativas de los estudiantes y a la vez de los directivos de la empresa.
- La pandemia afectó al sector educativo y los obligó a mudarse a la educación a través de internet, el epesista brindó asesoramiento a CETEC para empezar a dar clases por vía *ZOOM* *Google Meet*, para que los alumnos siguieran estudiando el ciclo 2020.
- Como proyecto final de EPS, se le entregó a la empresa una página web informativa, con opciones de comunicación de alumno/empresa por tres vías para resolución de dudas, utilizando las plataformas *whatsapp*, *Messenger* de *facebook* y correo electrónico internos en la página web de CETEC.
- En esta página web ahora los estudiantes de CETEC podrán informarse sobre los cursos y diplomados que brinda la empresa, podrán consultar dudas y a la vez recibir clases virtuales para seguir aprendiendo desde casa, se espera en una nueva normalidad, que la academia tenga dos formas de enseñanza, la presencial y la virtual con el resultado de este proyecto.

3.7 Recomendaciones

- La academia de computación e inglés, CETEC Villa Nueva, deben seguir los lineamientos dejados en los diferentes manuales para que no se pierda el avance que se ha realizado en temas publicitarios y de imagen, como el buen uso del logotipo, su página de *facebook* y su sitio web de clases en línea.
- La imagen institucional empieza desde el buen uso de un logotipo y el correcto manejo de sus redes sociales, que son el principal medio de comunicación con sus seguidores, por ello, debe promoverse un manual digital de un ejemplo estilo calendario de qué días publicar y en que horarios se les sugiere publicar su contenido informativo, esto con el objetivo de seguir patrones de publicación para no descuidar a sus alumnos que los siguen en las redes sociales.
- Con la nueva plataforma digital para impartir clases en línea, la academia debería darle el uso correcto y la publicidad adecuada para utilizar al máximo las nuevas tecnologías. También se capacitó al personal de CETEC en cuanto a utilizar la plataforma virtual para, programar, subir contenido y dar clases en vivo.
- La plataforma digital tiene un contrato anual que incluye servicio técnico para solución de problemas con respecto a temas de programación digital, por lo que la empresa de lo único que debe preocuparse es darle el uso adecuado.

IV. Referencias

Comunicación personal:

- E. Gómez, comunicación personal, 18 de marzo de 2020.
- E. Gómez, comunicación personal, 22 de marzo de 2020.
- E. Gómez, comunicación personal, 23 de marzo de 2020.
- E. Gómez, comunicación personal, 25 de marzo de 2020.
- E. Gómez, comunicación personal, 28 de marzo de 2020.
- E. Gómez, comunicación personal, 2 de mayo de 2020.
- E. Gómez, comunicación personal, 12 de mayo de 2020.
- E. Gómez, comunicación personal, 15 de mayo de 2020.
- E. Gómez, comunicación personal, 25 de mayo de 2020.
- E. Gómez, comunicación personal, 28 de mayo de 2020.

IV.I Links consultados

Página web de la academia CETEC, 24/05/2020 (<https://cetec-villa-nueva.jimdosite.com/>)

Portal de noticias WHO, 24/05/2020 (<https://url2.ci/B9M5G>)

(25.05.2020) Wang, C., Horby, P. W., Hayden, F. G., & Gao, A novel coronavirus outbreak of global health concern. *The Lancet* [Internet]. 2020 [citado 18 mar 2020]. 35(10223). Disponible en: URL (doi:10.1016/s0140-6736(20)30185-9)

(25.05.2020) Bogoch, A. Watts, A. Thomas-Bachli, C. Huber, M.U.G. Kraemer, K. Khan, Pneumonia of unknown etiology in wuhan, China: potential for international spread via commercial air travel. *J. Trav. Med.*[Internet]. 2020 [Citado 18 mar 2020]. 2(1). Disponible en: URL (<https://doi.org/10.1093/jtm/taaa008>.)

(25.05.2020) H. Lu, C.W. Stratton, Y.W. Tang, Outbreak of pneumonia of unknown etiology in wuhan China: the mystery and the miracle. J. Med. Virol [Internet].2020 [citado 18 de mar 2020] 92 (4). Disponible en: URL 401–402, <https://doi.org/10.1002/jmv.25678>.

Periódico digital Nómada, 19/03/2020, <https://nomada.gt/pais/actualidad/un-virus-desatado-una-economia-debil-y-una-propuesta-millonaria-para-enfrentar-la-crisis/>

Ubicación en mapa, de Google Maps, 26/05/2020, <https://www.google.es/maps/dir//Cetec,villa+Nueva,+Villa+Nueva/data=!4m6!4m5!1m1!4e2!1m2!1m1!1s0x8589a770d0fdcf3d:0x8fc289651e364a13?sa=X&ved=2ahUKEwi2z-3K1dfpAhVJIqwKHST-CYEQ9RcwC3oECA8QDA>

IV.II Libros consultados:

Del libro: Fundamentos de Marketing, 13a. Edición, de Stanton, Etzel y Walker, Mc Graw Hill, 2004, Pág. 212.

Del libro: Mercadotecnia, Primera Edición, de Sandhusen L. Richard, Compañía Editorial Continental, 2002, Pág. 229.

Del libro: Investigación de Mercados Un Enfoque Aplicado, Cuarta Edición, de Malhotra Naresh, Pearson Educación de México, S.A. de C.V., 2004, Págs. 115 y 168.

Del libro: Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., Edición 1999, Pág. 113.

Del libro: Investigación de Mercados, de Trespacios Gutiérrez Juan, Vázquez Casielles Rodolfo y Bello Acebrón Laurentino, International Thomson Editores, 2005, Pág. 96.

Diccionario de Ciencias de la Educación, Vol. 1. México: Santillana; 1983. p. 208

CUTLIP Scott, CENTER, Allen, y BROOM, Glen. (2001). Relaciones públicas eficaces. Barcelona. Gestión 2000.

HARLOW, Rex. (1976). Building a Public Relation Definition. Public Relations Review 2, n.º 4, invierno 1976. pág. 36.

DI GÉNOVA, Antonio Ezequiel. (Primera Edición 2012 / Segunda Edición 2016). Manual de relaciones públicas e institucionales. Estrategias de comunicación y tácticas relacionales. Buenos Aires. Ugerman Editor.

DI GÉNOVA, Antonio Ezequiel. Ceremonial Empresarial. El Ceremonial de RR.PP., Editorial Ugerman, 2010.

DI GÉNOVA, Antonio Ezequiel. Relaciones Públicas, Eventos y Protocolo. Gestión Integrada: Una para Todos y Todos para Una. Editorial Ugerman, 2018.

Aduana General de la República de Cuba. (2015). Manual de Gestión de la Comunicación Interna. CIMEX. (2011).

Manual de Gestión de la Comunicación Interna. Collado, C. (1997).

La comunicación en las Organizaciones. Graverán D. (2017).

Propuesta de Manual de Gestión de la Comunicación Interna para el Centro Nacional de Biopreparados. Trabajo de Diploma. Facultad de Comunicación.

Universidad de la Habana. Grillo G. (2007). Diagnóstico de Comunicación Interna en el Instituto de Comercio Exterior de Ciudad de La Habana.

Tesis en opción al grado de máster en ciencias de la comunicación. Laffitte Santiesteban M.E. (2013). Manual de la Comunicación Interna de Cubatur.

Linares P., S. R. (2012). Buenas prácticas. Comunicar e informar. La Habana: Editorial Academia. Muñiz R. (2017).

Marketing en el Siglo XXI. Muriel M. L., R. G. (1980).

Comunicación Institucional: Enfoque social de relaciones públicas. Quito: Editora Andina. Peña Ferreiro C., B. H. (2011).

Manual de Gestión de la Comunicación. Trabajo de Diploma. Rubalcaba, A. (2011). Plan de Relaciones Públicas 2012. Grupo Empresarial PALCO.

Tesis en opción al grado de Máster. Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana. Torres L. (2012).

Manual de Gestión de la Comunicación Organizacional. Trelles I. (2000). Comunicación Organizacional: la importancia de su aplicación en Cuba. Espacio.

Tesis de Doctora en Ciencias de la Comunicación. Universidad de La Habana, Facultad de Comunicación. Trelles Rodríguez I. (2001). Comunicación Organizacional.

Massoni, Sandra; Pérez, Rafael Alberto (2009). Hacia una teoría general de la estrategia. El cambio de paradigma en el comportamiento humano, la sociedad y las instituciones. Madrid: Ariel. ISBN 978-84-344-1310-8.

Sandra Massoni, ed. (nov. 2012). “Comunicación estratégica ambiental”. Maestría en Comunicación Estratégica/Especialización en Comunicación Ambiental, Universidad Nacional de Rosario. Rosario: UNR Editora.

Sandra Massoni, ed. (2011). “Manual de herramientas de comunicación estratégica para capacitadores”. Vol. I. Buenos Aires: Ediciones INTA. ISBN 978-987-679-032-1. y . Vol. II. ISBN 978-987-679-032-2

Massoni, Sandra (sep. 2005). “Saberes de la tierra mía. Historicidad de la comunicación rural en la región pampeana argentina”. Rosario: UNR Editora. ISBN 950-673 -510 -7.

Escuela de comunicación estratégica de Rosario. www.escueladecomunicacionestrategica.org. Consultado el 8 de mayo de 2020.

Massoni, Sandra (2011). Comunicación estratégica: comunicación para la innovación. Rosario: Homo Sapiens Ediciones. ISBN 978-950-808-6518.

Varela, Francisco (1996). Conocer. Barcelona: Gedisa.

Massoni, en Gumucio y Tufte, 2006

Deleuze, Gilles (1990). ¿Qué es un dispositivo? en». Michel Foucault, filósofo (Gedisa).

Massoni, Sandra; Mascotti, Mariana (6 de junio de 2012). «Otro comunicador». Página/12. Consultado el 8 de enero de 2014.

Manifiesto por el comunicador estratégico y otros conocimientos benévolos

Serres, Michel (1990). El contrato natural. Valencia: Pre-textos.

Massoni, Sandra (2013). Metodologías de la Comunicación estratégica: del inventario al encuentro sociocultural. Rosario: Homo Sapiens Ediciones. ISBN 978-950-808-816-1.

Massoni, Sandra; Mascotti, Mariana; Spagnolo, Javier. La comunicación del INTA Lechero. Investigación para el encuentro sociocultural. Ediciones Inta. Consultado el 8 de enero de 2014.

V. ANEXOS:

Cuestionario de la encuesta:

¿Cómo crees que estamos utilizando las redes sociales de CETEC?

¿La publicidad de nuestros cursos cuenta con la información que necesitas?

¿Te gusta el diseño de nuestras publicaciones?

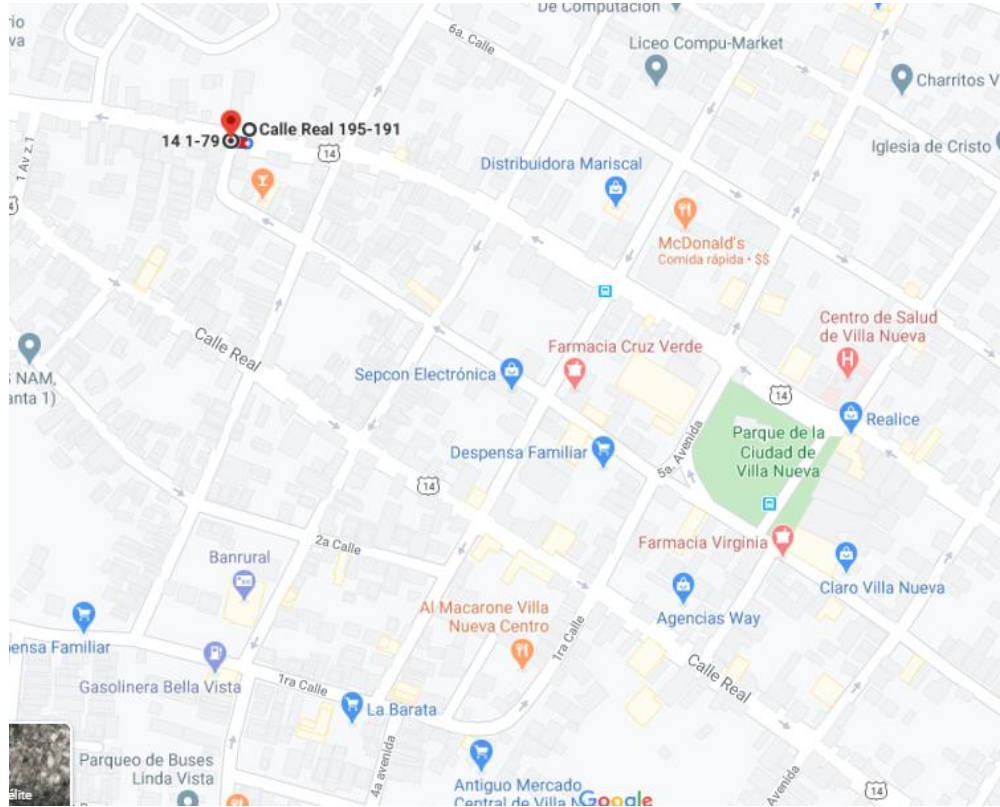
¿Cuándo escribes en nuestras redes sociales, obtienes toda la información que buscabas?

¿Te gustaría recibir clases de forma digital?

¿Qué plataforma te gustaría que usáramos para dar clases en línea?

Dirección donde se ubica la academia CETEC: 5ta calle 1-87 zona 1 Villa Nueva, Guatemala.

Foto de mapa de ubicación según la plataforma *Google maps*.



Fotografías de trabajo de campo, realizadas en visitas en enero y febrero de 2020 donde se solicitó a la empresa la apertura de la realización del EPS, desde que se inició la pandemia y la cuarentena no se ha visitado las instalaciones, toda comunicación ha sido por llamada telefónica.



En enero del 2020 el estudiante Allan Ramírez, impartió una charla motivacional. Dicha actividad se aprovechó para conocer la institución y solicitar permiso a la dirección de CETEC para realizar el EPS en los próximos meses.



Se aprovechó la actividad para tener acercamiento con los estudiantes y obtener datos sobre cómo se manejaba la publicidad en redes sociales y así empezar un proceso de observación con mucho tiempo de anticipación.

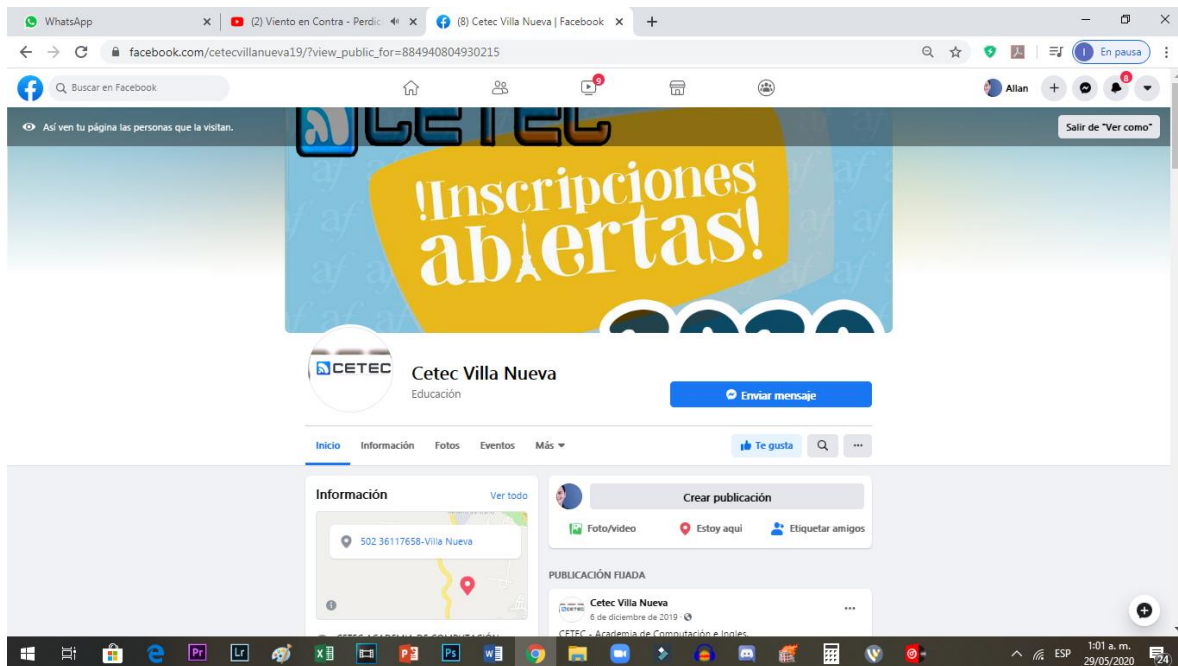


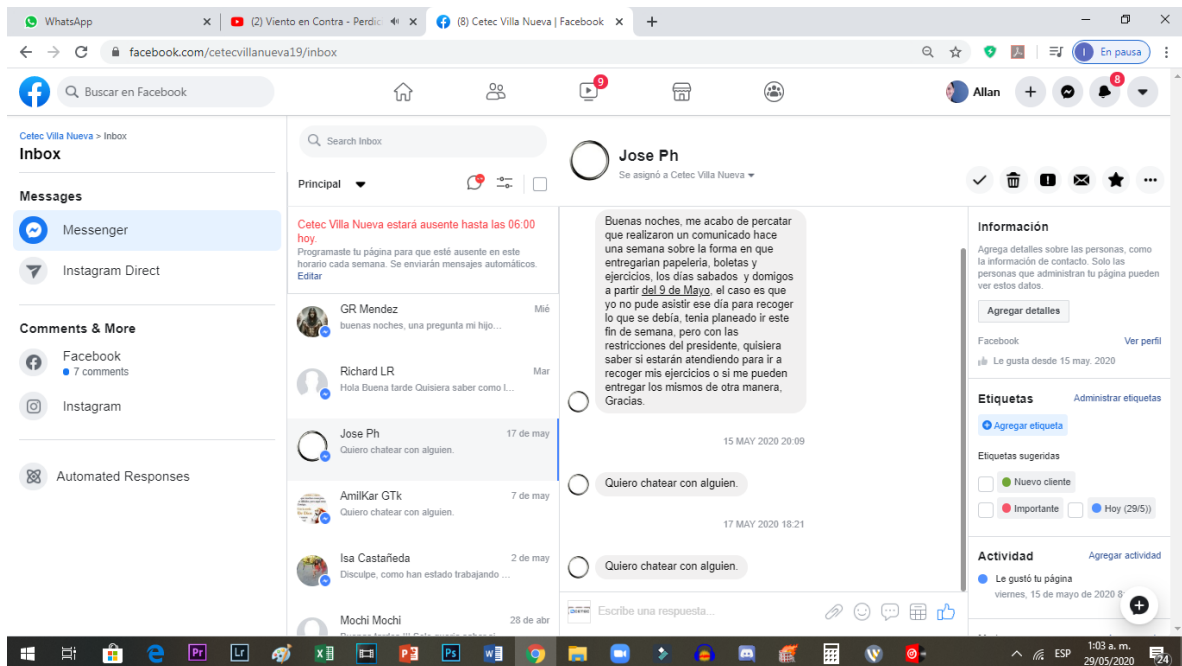
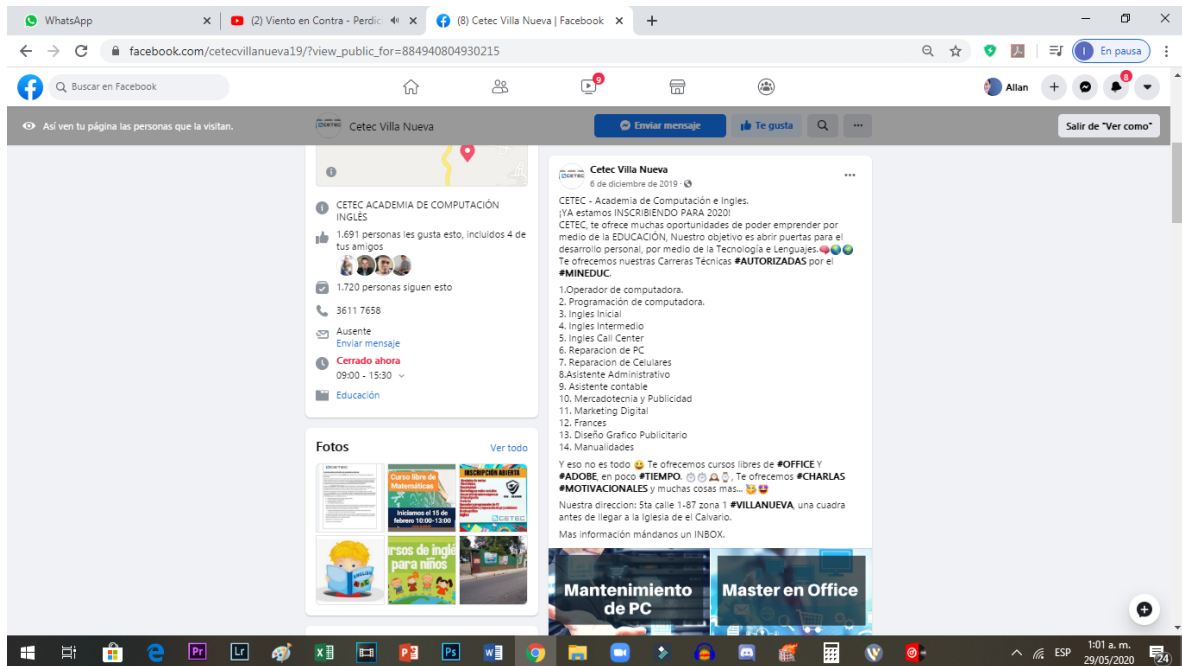
Vista de la parte de afuera del centro de estudios tecnológicos de computación e inglés CETEC, ubicado en la zona 1, de Villa Nueva.



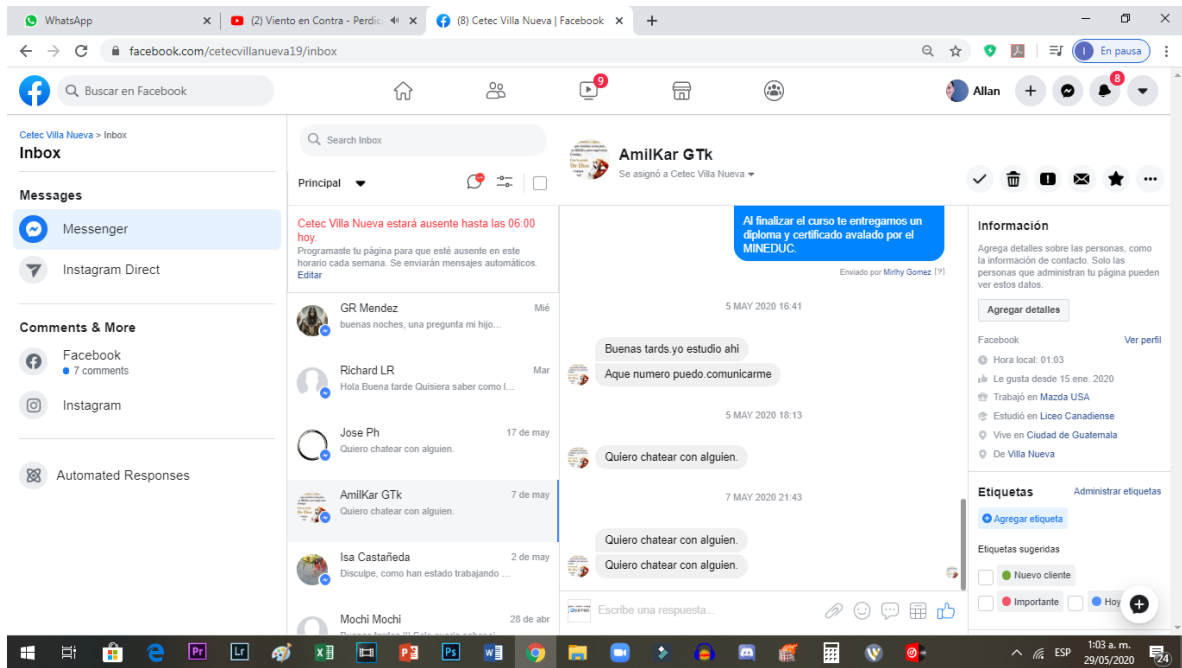
Instalaciones internas de un salón de clases donde se imparten cursos y diplomados de programación y computación.

Fotografía de página de *facebook* y bandeja de entra de sus mensajes tomadas el jueves 28 de mayo de 2020:





Estudiando la página de *facebook* de CETEC Villa Nueva se encontraron problemas de comunicación digital al no contestar los mensajes donde se pide información de los diplomados que CETEC imparte.



Esta información funcionó para establecer un plan de estrategias de comunicación interna y externas para mejorar la forma de comunicar en CETEC.

Propuestas de diseños de publicidad para diplomados virtuales de cete:



Se realizó una serie de publicaciones para utilizar la cuarentena dada por la Pandemia Covid-19 como fin de aprovechar el tiempo en casa y optar por diplomados en línea de CETEC:





UTILIZA DE
FORMA CONSTANTE
ALCOHOL EN GEL



USO OBLIGATORIO DE MASCARILLA



¿TIENES DUDAS?
ESCRIBENOS EN WHATSAPP



+502 5462 0546



REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN

- Mayores de edad fotocopia de DPI
- Menor de edad copia de partida de nacimiento
- Dos fotografías tamaño cédula (Color o B/N iguales)
- Fotocopia de certificado de estudios (Último año cursado)
- Dos folders tamaño oficio (Color dependiendo el curso o diplomado)



NUEVO HORARIO DE ATENCIÓN

MARTES		09:00 A 13:00 HORAS
JUEVES		
SÁBADO		
DOMINGO		

*SOLAMENTE TRÁMITES ADMINISTRATIVOS

+502 5462 0546



COLOR DE FOLDER OFICIO POR CARRERA

ROJO		OPERADOR DE COMPUTADORAS
AMARILLO		CURSOS DE INGLÉS
VERDE		DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO
LILA		MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD
NARANJA		PROGRAMADOR
AZUL		MARKETING DIGITAL



NUEVO HORARIO DE ATENCIÓN

MARTES		09:00 A 13:00 HORAS
JUEVES		
SÁBADO		
DOMINGO		

*SOLAMENTE TRÁMITES ADMINISTRATIVOS

+502 5462 0546



COLOR DE FOLDER OFICIO POR CARRERA

ROJO		OPERADOR DE COMPUTADORAS
AMARILLO		CURSOS DE INGLÉS
VERDE		DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO
LILA		MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD
NARANJA		PROGRAMADOR
AZUL		MARKETING DIGITAL

Se realiza un cambio de logotipo, de una versión similar para no tener distracciones de publicidad drástica y no perder la identidad que CETEC ya tenía como empresa, en la imagen se puede observar el primer logotipo y de segundo la nueva versión:



Con la llegada de la pandemia, CETEC tiene la necesidad de comunicarse de forma oficial con sus alumnos que estudian desde casa con la plataforma Zoom, por lo que se trabajó una serie de comunicados oficiales y también hojas membretadas para la institución:



COMUNICADO

ESTIMADOS ALUMNOS Y PÚBLICO EN GENERAL,
ESTAMOS EN UNA SITUACIÓN QUE NOS OBLIGA
A QUEDARNOS EN CASA, PERO **ESO NO NOS IMPIDE
SEGUIR APRENDIENDO DESDE CASA.**

POR ELLO EMPEZAREMOS A TRABAJAR DIPLOMADOS
DE FORMA VIRTUAL, POR ELLO LOS INVITAMOS A ESTAR
PENDIENTES DE ÉSTA PÁGINA OFICIAL DE FACEBOOK.

NUESTRAS INSTALACIONES UBICADAS EN
LA 5TA. CALLE 1-87 ZONA 1, DE VILLA NUEVA,
ESTÁN CERRADAS, PERO ESTAREMOS ATENDIENDO
ÚNICAMENTE TRAMITES ADMINISTRATIVOS Y DE PAPELERÍA
LOS DÍAS MARTES EN HORARIO DE 09:00 A 13:00 HORAS.

SOLICITAMOS A LOS ALUMNOS TOMAR SUS MEDIDAS DE HIGIENE
PERSONAL Y PORTAR MASCARILLA AL MOMENTO DE
DIRIGIRSE A REALIZAR ALGÚN TRÁMITE PERSONAL.

GUATEMALA 30 DE MAYO DEL 2,020



Guatemala 25 de julio del 2,020

A quien interese:

Por este medio hago constar que recibí la carta de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos, sobre el proceso del Examen Profesional Supervisado del estudiante Allan Noé Ramírez Pérez con el proyecto de graduación de sus estudios universitarios a nivel licenciatura.

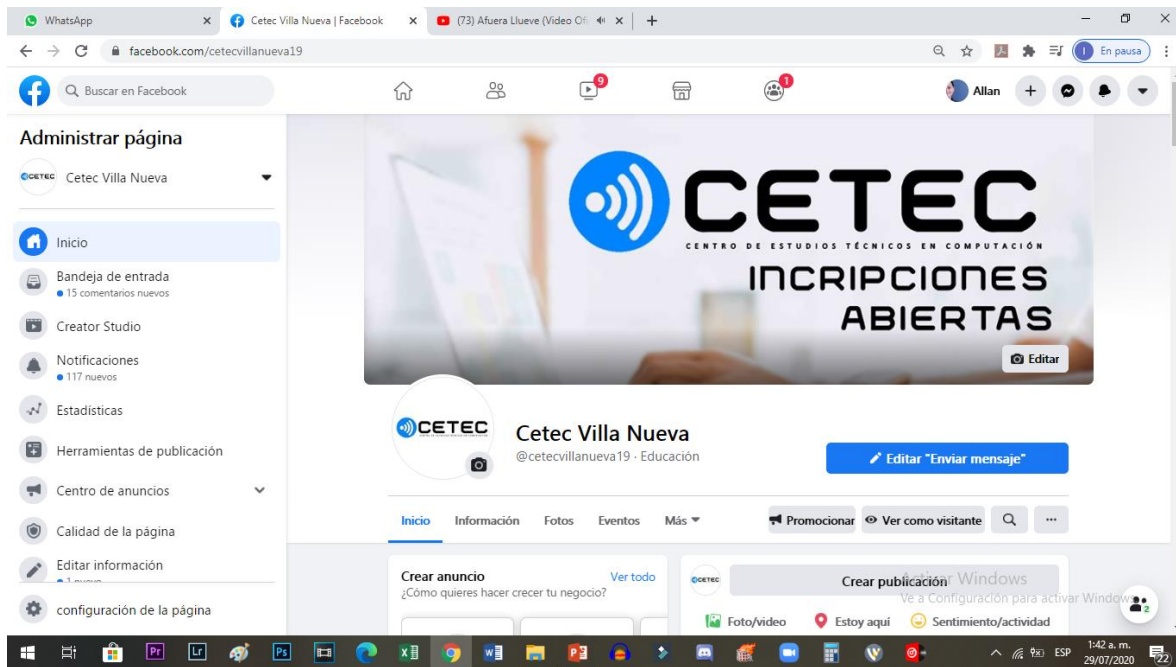
CETEC, ha trabajado de forma virtual con el señor Ramírez y a la vez se le ha proporcionado documentos necesarios para que pueda continuar con su proyecto, a la vez ha aportado asesoría de comunicación de crisis y contenido digital para la empresa en nuestra página de facebook en temas de imagen institucional.

Esperando sea de buen uso este documento, me despido y quedo a las órdenes por cualquier duda o consulta.

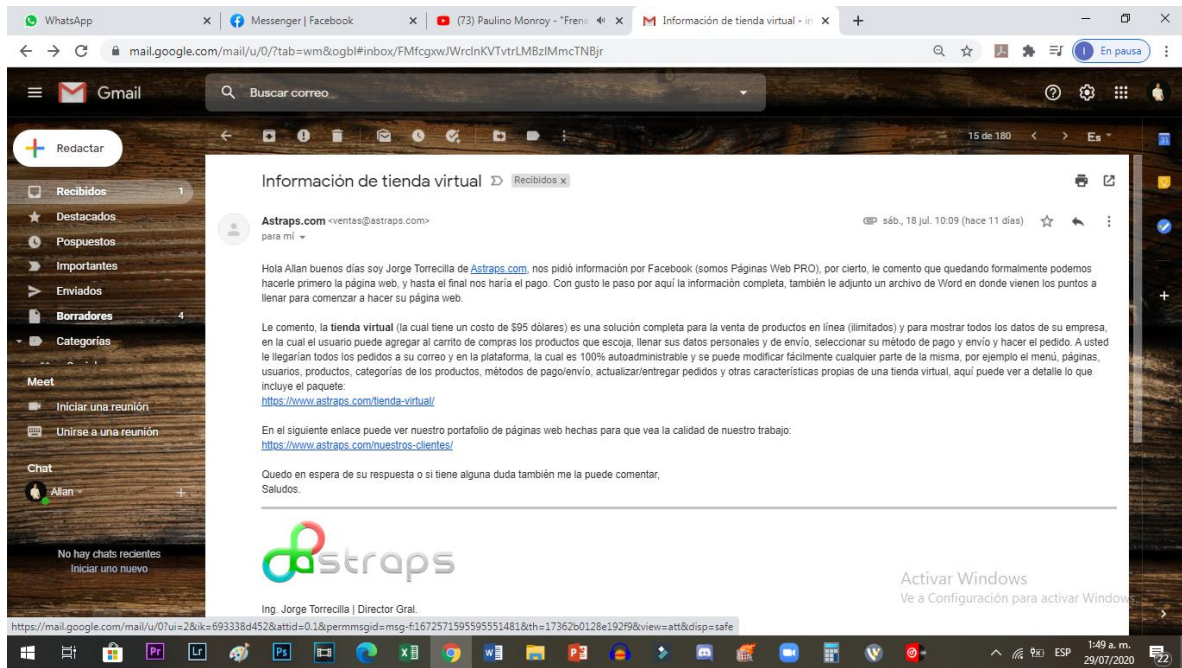
Atentamente:
Stanley Gómez



Se trabaja la red social *facebook*, con base en estrategias de comunicación para brindar una nueva imagen a CETEC, para lograr captar a un nuevo público para la nueva modalidad de clases de forma virtual:



Para la creación de la nueva plataforma de clases en línea se cotizó un trabajo de contratación externa para presentar a los directivos de CETEC, para una pronta colaboración y llevar a cabo la elaboración de dicha propuesta:



“Hola Allan buen día, con gusto le comento a continuación:
El costo de la página web autoadministrable es de \$95 dólares, ese paquete es especial para que usted

pueda hacer cambios a la página en cualquier momento y fácilmente, incluye el dominio de su elección (.com, .net o .org, consultar otros), 10 cuentas de correo, un diseño DE CALIDAD acorde a su rubro de negocio y 4 pestañas para dividir la información que tenga, por ejemplo: INICIO - CURSOS - NOSOTROS - CONTACTO, aquí puede ver las características completas del Paquete PyME:

<https://www.astraps.com/pagina-autoadministrable/?divisa=usd>

Incluso si gusta (y quedando formalmente) podemos hacerle primero la página web, y hasta el final nos haría el pago.

En la página web podríamos poner una pestaña llamada "Cursos", en donde estén los cursos (cada uno con sus bloques y adentro sus lecciones (con videos, material multimedia, etc.)), y que las personas los puedan comprar y pagar en línea y usted le dé acceso a un curso solamente a quien lo haya pagado, también en la página deshabilitaríamos el click derecho (para que así no se puedan descargar los videos)

También si me escribe su correo puedo enviarle la información completa de la página, por si quiere revisarla con calma.”

Cita del texto del mensaje recibido por la empresa WEB PRO, al momento de cotizar una plataforma virtual para poder impartir cursos en línea para CETEC.



SERVICIOS PROFESIONALES DE PROGRAMACIÓN WEB
 NIT: 8867692-7
 TELÉFONO: 4247 7059 | CORREO: INFO@PROTONWEB.COM
 7AV. 5-40 ZONA 10, GUATEMALA.

NOMBRE: CETEC VILLA NUEVA
 FECHA: 15 de agosto del 20220

NO. 022

COTIZACIÓN DE PÁGINA WEB	PRECIO
CREACIÓN DE UNA PÁGINA WEB PARA CETEC VILLA NUEVA	Q990
CON SECCIONES INFORMATIVAS, 20 CORREOS INSTITUCIONALES,	
PLATAFORMA PARA DAR CLASES EN LÍNEA CON GOOGLE MEET,	
DOMINIO .COM Y SOPORTE TÉCNICO ANUAL.	
TOTAL	Q990.00

Esta es la cotización digital que se obtuvo de la empresa protón web, quienes dieron un mejor precio en servicios para poder realizar la página web para el centro de estudios CETEC Villa Nueva.

Sábado 12 de septiembre del 2020, Villa Nueva, Guatemala,

Apreciable terna evaluadora:


Por medio de este medio de comunicación, reciban un cordial saludo y a la vez me permito informales que CETEC está consciente e informado de la situación del proyecto de comunicación de crisis que el epesista, Allan Noé Ramírez Pérez, está realizando en nuestra empresa.

Después de varios meses de trabajo en conjunto estamos agradecidos con el excelente manejo de la página de facebook de nuestra institución, pero sabemos que su proyecto finaliza con la elaboración de una página web informativa y a la vez funcional para impartir clases en línea para nuestros estudiantes.

Por motivos personales de la empresa no hemos podido financiar el pago de la creación del sitio web, pero sí estamos interesados en realizar el proyecto acordado, ya que será de gran ayuda para la academia de computación e inglés.

Me despido aclarando que, esperamos realizar el pago de la página web de Q990.00 con la empresa protón web, para empezar a gestionar los detalles finales de su EPS en la primera semana del mes de octubre. De lo contrario estamos agradecido por los manuales de comunicación y uso de plataformas que el estudiante ha dado a CETEC.

Atentamente
Stanley Gómez



Elizabeth Dominguez h