



**UNIVERSIDAD DE PANAMÁ**  
**VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO**  
**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**ESCUELA DE PUBLICIDAD**

**MAESTRÍA DE PUBLICIDAD ESTRATÉGICA Y CREATIVA**

**PROYECTO DE INTERVENCIÓN**

**PROPUESTA DE PLAN ESTRATÉGICO PARA LA CAMPAÑA DE  
INTRODUCCIÓN Y PROMOCIÓN DEL PROGRAMA “AFTER SCHOOL”  
ACTIVIDADES EXTRACURRICULARES PARA NIÑOS Y NIÑAS DEL  
COLEGIO WILLIAM SHAKESPEARE DE LA CHORRERA**

Por:

**ABDELAMETH SUGASTI TEJEDOR**  
8-854-70

**ANNA GABRIELLA VILLARREAL**  
8-956-524

Trabajo de grado para optar por el título de  
Magíster en Publicidad Estratégica y  
Creativa

Panamá, 2024

## **DEDICATORIAS**

Dedico este trabajo final a mis padres, quienes han sido mi guía y apoyo fundamental durante esta maestría; sin ellos, nada de esto habría sido posible. También, a mi compañero de equipo, porque su apoyo y compromiso fueron clave para la culminación de este proyecto. Finalmente, dedico este trabajo a Dios, por ser mi fortaleza en los momentos de desafío, permitiéndome seguir adelante y superarme tanto personal como profesionalmente. Agradezco igualmente a mis compañeros de clase por compartir sus conocimientos y por trabajar en equipo de manera armoniosa y productiva.

*Anna Gabriella Villarreal*

Quiero dedicar este proyecto final a mi madre, quien siempre ha sido mi pilar y mi fan número uno en la consecución de mis metas; ella ha sido y siempre será un ejemplo a seguir. A Dios, por darme la vida y la fortaleza necesaria para asumir este reto y culminar con éxito el recorrido de esta maestría. También quiero dedicarlo a mi querida compañera de equipo, quien se ha convertido en una persona muy especial y ha sido un gran apoyo para alcanzar nuestros objetivos en la maestría; juntos hemos superado incluso nuestros propios límites. Asimismo, agradezco a mis familiares y amigos por estar siempre a mi lado, brindándome su apoyo incondicional en cada desafío que me propongo.

*Abdel A. Sugasti J.*

## **AGRADECIMIENTOS**

A todo el equipo de profesores que nos ha guiado a lo largo de este proceso de formación.

A los estudiantes del Colegio Bilingüe William Shakespeare de La Chorrera, por inspirarnos a implementar este proyecto y permitirnos llevar nuestros conocimientos y metas a otro nivel al proporcionarnos toda la información necesaria. Asimismo, al personal docente y administrativo de este prestigioso colegio en la provincia de Panamá Oeste, a quienes agradecemos enormemente por la logística brindada para la ejecución del proyecto y a quienes les deseamos un éxito rotundo en sus funciones.

## ÍNDICE GENERAL

	Pág.
<b>INTRODUCCIÓN</b>	8
<b>CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN</b>	12
1.1. Presentación del proyecto	13
1.2. Antecedentes del problema	14
1.3. Análisis situacional	14
1.4. Descripción del problema	15
1.5. Definición del problema	15
1.6. Objetivos del proyecto	16
1.6.1. Objetivos generales	16
1.6.2. Objetivos específicos	16
1.7. Fundamentación y justificación del proyecto	16
1.8. Cronograma de actividades	17
1.9. Presupuesto del proyecto	19
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO</b>	
2.1. Importancia de realizar	21
2.2. Antecedentes de la investigación	22
2.3. Aspectos conceptuales	23
2.4. Problemática actual en las actividades extracurriculares de los colegios de Panamá	24
2.5. Variables	25
2.6. Teoría	25
2.7. Desarrollo de temas	27
2.7.1. Definición de clases extracurriculares en los colegios	27
2.7.2. Clases extracurriculares en el Colegio William Shakespeare	27
2.7.3. Beneficios de las actividades extracurriculares en los Niños	29
2.7.4. Desarrollo de relaciones interpersonales en los niños	31
2.7.5. Mejoras en la salud y control de peso de los niños	31
2.7.6. Importancia de la actividad física en los niños	32
2.7.7. Actividades y funciones demostrativas	32
2.8. Instrumento de medición	33
2.8.1. Cuestionario	33
2.9. Limitaciones	34
2.10. Análisis de resultados	34
2.11. Hipótesis	38
2.11.1. Validación de hipótesis	38
2.12. Soluciones a los problemas	38

### **CAPÍTULO III: ESTRUCTURA Y ADMINISTRACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA**

3.1. Diseño de la estrategia comunicacional	40
3.2. Estrategia de mercado	43
3.3. Metas	46
3.4. Grupos objetivos	47
3.5. Oportunidad	48
3.6. Estrategia creativa	48
3.7. Mensaje esencial	48
3.8. Soporte clave	53
3.9. Concepto creativo	53
3.10. Estructura de la campaña	56
3.10.1. Presentación del concepto de campaña	56
3.10.2. Plan de medios	57
3.10.3. Objetivos de medios	57
3.10.4. Fases de lanzamiento y desarrollo de la campaña	57
3.10.5. Cronograma de campaña	59
3.10.6. Anuncios	59

### **CAPÍTULO IV: VALIDACIÓN DEL PROYECTO**

4.1. Objetivos de la validación	62
4.2. Metodología	64
4.3. Muestra	67
4.4. Formularios	67
4.5. Análisis de los resultados de la validación	69
4.6. Ajustes	78
4.6 Validación del proyecto	82
4.7 Muestra	83
4.8 Análisis de los resultados de validación	84
4.8.1 Análisis de especialista en Producción audiovisual	84
4.8.2 Análisis de especialista en Diseño gráfico y fotografía	85
4.8.1 Análisis de especialista en Coordinación	86

**CONCLUSIONES**

**RECOMENDACIONES**

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

**ANEXOS**

## INTRODUCCIÓN

Pese a la constante evolución del mundo y la tecnología, la educación ha ido adaptándose de manera gradual. Sin embargo, en Panamá, las actividades extracurriculares han sido implementadas principalmente en algunos colegios privados, pues “complementan el currículo de los alumnos, brindándoles la oportunidad de que se cree el sentimiento de pertenecer siendo parte de un grupo, equipo, etc.” (King’s College Panamá, 2016, párr.1). No obstante, en la mayoría de los colegios estas actividades han sido relegadas, lo que ha contribuido a un bajo rendimiento escolar, un deficiente nivel de conocimientos en áreas como el arte y los idiomas, y en muchos casos, la deserción escolar. Estas problemáticas resaltan la urgencia y relevancia de la presente investigación.

La escuela forma solo una parte de la educación integral de un individuo. El ser humano adquiere conocimientos y mejora sus habilidades en múltiples contextos fuera de la educación formal. Estamos en un proceso constante de aprendizaje, pero en muchos casos, se requiere de una guía que facilite el desarrollo de determinadas tareas o el logro de metas específicas. Es en este contexto donde las actividades extracurriculares juegan un papel fundamental.

En la etapa de educación primaria, la formación de conocimientos se lleva a cabo principalmente a través de las experiencias y vivencias que el niño adquiere en su interacción directa con el entorno natural y social. La actividad del niño es una de las principales fuentes de desarrollo y aprendizaje, ya que, mediante la acción y la experimentación, el niño expresa sus intereses, descubre las propiedades de los objetos y comprende sus relaciones. Durante este periodo crucial de desarrollo, el acceso al conocimiento se da a través de la observación, la exploración y la manipulación directa de los objetos.

Las actividades extracurriculares son programas o proyectos diseñados para fomentar el aprendizaje o el desarrollo de habilidades que no están integrados en el currículo académico formal. Es decir, no forman parte de las materias oficiales ni inciden en la evaluación del rendimiento académico del alumno dentro de la escuela. De hecho, la mayoría de estas actividades se imparten fuera del horario escolar, ofreciendo a los estudiantes oportunidades adicionales para desarrollarse.

La inclusión de actividades extracurriculares en la formación escolar resulta crucial, no solo como una forma de entretenimiento y esparcimiento, sino también como una oportunidad para que los estudiantes adquieran nuevas habilidades, destrezas, competencias y conocimientos que complementen su formación académica y personal.

Este proyecto tuvo como objetivo implementar un programa de actividades extracurriculares y evaluar el impacto de dicho programa en el rendimiento de los estudiantes voluntarios que participaron. A continuación, se presenta una descripción de los capítulos y los temas clave abordados en este trabajo:

Tener actividades adicionales en la formación escolar de los estudiantes es importante, no solo para que se distraigan y diviertan, sino también para que adquieran nuevas habilidades, destrezas, competencias y conocimientos.

En el Capítulo Primero se presentan los aspectos generales del proyecto, los antecedentes del problema, el análisis situacional, la descripción y definición del problema, así como los objetivos, la fundamentación, la justificación, el cronograma y el presupuesto.

El Capítulo Segundo describe las conceptualizaciones, los datos estadísticos y las teorías que conforman el Marco Teórico.

En el Capítulo Tercero se detalla todo lo relacionado con la estructura y administración del Plan de Comunicación Estratégica, destacando aspectos puntuales como el diseño, las estrategias, las metas y la estructura de la campaña, entre otros.

Finalmente, en el Capítulo Cuarto se muestra la validación del proyecto, con sus respectivos formularios y el análisis por parte de expertos.

**CAPÍTULO I:**

**ASPECTOS GENERALES DEL  
PROYECTO DE INTERVENCIÓN**

## **CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO DE INTERVENCIÓN**

### **1.1. Presentación del proyecto**

El “After School” es un programa de actividades extracurriculares que busca potenciar y promover la formación integral de los estudiantes al fortalecer habilidades en áreas como la danza, el deporte, el diseño, la informática, la música, teatro, manualidades, entre otras. Las actividades extracurriculares tienen enormes ventajas para la vida, tanto personal como profesional, de niños, jóvenes y adultos. Estos beneficios tienen que ver tanto con la salud física, como la salud emocional y la mejora cognitiva. Los autores Shulruf, Tumen y Tolley, citado por Vargas (2014) sostienen que “las actividades extracurriculares son consideradas como parte de la responsabilidad de una escuela para proporcionar una educación equilibrada” (párr.4).

Con relación a la comprensión sobre la importancia de las actividades extracurriculares, es necesario plasmar lo que señala Bayro (2019):

según su naturaleza y finalidad, favorecen diversas áreas como la sensibilidad y creatividad en las actividades artísticas; talleres como los deportivos y de entretenimiento, desarrollan el dominio del esquema corporal y mejoran las habilidades psicomotrices de los alumnos. Participar en campañas de trabajo voluntario los hace vivenciar situaciones que conllevan y desarrollan la sensibilidad y responsabilidad social. Los talleres de oficio, es decir, los que involucran mucha intervención del trabajo manual como la bisutería, tarjetería, tejido, pintura en tela, manualidades en general, pueden llegar a ser la base de un oficio o profesión que practiquen toda su vida (párr.3).

Son muchos los beneficios que se le atribuyen a las actividades

extracurriculares:

- Los estudiantes tienen la posibilidad de conocer niños de otras áreas o niveles educativos. Esto favorece a su desenvolvimiento social.
- Promueve la cooperación, el respeto y apoyo.
- Fortalece el sentido de responsabilidad de los estudiantes.
- Los proyectos de actividades extracurriculares ofrecen la oportunidad a la persona a descubrir habilidades que no conocía en áreas que no se atrevían a experimentar.
- Estudios confirman que, al realizar actividades extracurriculares, los estudiantes mejoran su rendimiento escolar y su comportamiento. Los estudiantes que realizan actividades extraescolares se comprometen en mayor grado y tienen más logros académicos que los que no realizan ninguna de estas actividades (Duncan, 2000; Gillman, 2001).

## **1.2 Antecedentes del problema**

Como lo indica Samaniego (2023):

las pruebas nacionales e internacionales sobre educación en Panamá han arrojado resultados bajos de comprensión lectora. Aunque existe información limitada sobre el tema, hay grandes brechas en la desigualdad social, el acceso a la tecnología y el rendimiento de las escuelas oficiales frente a las particulares (párr.1).

Panamá generalmente no lidera ninguna lista global; pero ahora ostenta la desafortunada distinción de ser el país del mundo que acumula mayor

cantidad de días consecutivos sin educación presencial o semipresencial, según informes recientes de los organismos internacionales. El año escolar panameño va de marzo a diciembre, con tres meses de vacaciones en diciembre, enero y febrero. Por eso, con el brote de la COVID-19 en marzo de 2020 y la subsiguiente clausura de las escuelas, los niños y jóvenes panameños que dependen del sistema público educativo pasaron casi 18 meses fuera del aula. Es difícil calcular el impacto total para estos estudiantes y sus familias como resultado de estas circunstancias. Por su parte, los estudiantes de muchas de las escuelas privadas han podido continuar su educación remotamente y casi sin interrupción; e incluso han integrado de manera presencial y virtual la realización de actividades extracurriculares.

Un reporte del Ministerio de Educación (MEDUCA, reveló que 12,785 estudiantes abandonaron el sistema durante los dos primeros años de la pandemia por COVID-19. Mientras que para el año académico 2022, se separaron de las aulas escolares 12,408 alumnos de primaria, 3,409 de premedia y, en media 4,293 jóvenes (Ávila, 2023, párr.1)

### **1.3 Análisis situacional**

Independientemente de la situación mundial y la educación en Panamá, los proyectos de actividades extracurriculares no son de gran importancia en los colegios. En el área oeste del país, no existe ningún centro educativo oficial que implemente proyectos extracurriculares que estén enfocados a las áreas científicas como las matemáticas, física, química o biología. Por otro lado, Los colegios privados brindan actividades extracurriculares como ballet, clubes deportivos, entre otros. Estos tienen un costo que oscilan entre B/110.00 a B/170.00.

#### **1.4 Descripción del problema general**

El sedentarismo infantil ya es una epidemia, el 85% de los niños no realiza el mínimo de actividad física recomendada por la OMS. Hoy en día los niños juegan demasiado a los videojuegos o pasan mucho tiempo delante de sus ordenadores, tabletas y teléfonos inteligentes. Sobre todo, en esta época en la que vivimos, tras la pandemia debido al Covid-19. La cual ha afectado enormemente ya que los colegios funcionan de manera virtual. La inactividad física es la causante de un 6% de muertes en el mundo. El sedentarismo es uno de los principales factores de riesgo cardiovascular. El 80% de estas patologías se puede prevenir adoptando hábitos de vida saludables como practicar de manera diaria ejercicio físico y comer adecuadamente. Los Ángeles Times (2021), señaló en un artículo que “la falta de actividad física y los malos hábitos nutricionales en los menores de edad, generados por las restricciones de la pandemia del COVID-19, pueden traer desórdenes en su crecimiento, alertaron médicos y expertos peruanos en una conferencia virtual” (párr.1).

#### **1.5 Definición del problema**

El principal problema, es que actualmente en Panamá Oeste, no existen suficientes colegios que implementen actividades extracurriculares para los niños, sobre todo físicas. En las últimas décadas, numerosas investigaciones han demostrado que la práctica regular de actividad física es fundamental de cara a mejorar nuestra salud, entendida ésta, tal y como la definió la OMS ya en 1946, como el estado completo de bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades (OMS, 2009).

## **1.6 Objetivos del proyecto**

### **1.6.1 Objetivo general**

- Implementar un plan estratégico para la realización campaña de actividades extracurriculares dirigido a estudiantes del Colegio William Shakespeare del distrito de La Chorrera.

### **1.6.2 Objetivos específicos**

- Realizar un diagnóstico en el Colegio William Shakespeare sobre las actividades escolares y extracurriculares, estudiantes voluntarios y motivación por parte de los padres de familia.
- Diseñar una campaña de medios digitales enfocada a la introducción del programa de “After School” en el Colegio William Shakespeare para lograr que los miembros conozcan del proyecto.
- Elaborar una propuesta estratégica de introducción del programa After School.
- Promover a través de una campaña publicitaria los beneficios que traen las actividades extracurriculares para que los padres de familia y estudiantes se entusiasmen con el proyecto.
- Ejecutar una propuesta estratégica de campaña creativa de los resultados de los estudiantes que formaron parte del programa After School.

## **1.7. Fundamentación y justificación del proyecto**

Este proyecto aporta lo siguiente al colegio:

- Los estudiantes tienen la posibilidad de conocer niños de otras áreas o niveles educativos, lo que favorece su desenvolvimiento social.
- Las actividades promueven la cooperación, el respeto y el apoyo.

- Fortalece el sentido de la responsabilidad de los estudiantes.
- Los proyectos de actividades extracurriculares ofrecen al estudiante la oportunidad de descubrir habilidades que no conocía en áreas que no se atrevía a experimentar.
- Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), la realización de actividad física adecuada ayuda a los niños y jóvenes a desarrollar un aparato locomotor (huesos, músculos articulaciones) y un sistema cardiovascular (corazón y pulmones) sanos.
- Vázquez Cristian (2015), indica que los juegos y deportes desarrollan en los menores la conciencia social, ya que son situaciones de competición que los preparan para enfrentarse a victorias y derrotas, así como para la colaboración y el espíritu de compañerismo.

### **1.8 Cronograma de actividades**

El proyecto consta de un periodo de cinco (6) meses. Los estudiantes contarán con un listado de diversas actividades, las cuales se ejecutarán en un periodo de una (1) hora por día / dos (2) veces a la semana. En total recibirán ocho (8) horas de clases de su disciplina favorita en un mes.

En cuanto a la campaña publicitaria estuvo dividida de la siguiente manera:

Actividades	Meses					
	1	2	3	4	5	6
Primer Periodo: (Introducción) Generar conciencia y curiosidad sobre el nuevo programa.						
Segundo Periodo: (Promoción) Incentivar la inscripción y participación en el programa.						
Tercer Periodo: (Resultados y muestra) Mostrar el impacto y los logros del programa para consolidar su presencia y asegurar su continuidad.						

### 1.9 Presupuesto del proyecto

El presupuesto de materiales estuvo dirigido a las presentaciones escritas que se entregaron a la directiva del Colegio William Shakespeare con la propuesta del plan estratégico para la

introducción y promoción del programa "After School".

Se incluye un presupuesto destinado a la movilización, al pago de los diseños gráficos promocionales y al uso de equipo audiovisual para crear las piezas utilizadas en la estrategia digital.

<b>Presupuesto general</b>	
Materiales	\$50
Transporte	\$90
Diseños	\$150
Equipo audiovisual	\$150
TOTAL	\$440

# **CAPÍTULO II:**

# **MARCO TEÓRICO**

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2 . 1 . Importancia de realizar una propuesta de campaña estratégica para el éxito de posicionamiento de un proyecto como lo es “After School”.**

Para lograr el éxito de una campaña estratégica, es importante definir y conocer qué es el posicionamiento de una marca, producto o servicio. Lo podemos definir como el lugar que ocupa una marca, producto o servicio en la mente de nuestro consumidor objetivo o la imagen que se desea proyectar a los posibles clientes.

Al conocer cómo se desea ser percibido en el mercado, se pueden desarrollar planes estratégicos que nos guíen hacia nuestros objetivos y nos permitan establecernos en la mente de nuestro mercado meta. Para ejecutar una campaña exitosa para el proyecto escolar 'After School', debemos entender la importancia de realizar actividades extracurriculares en edades tempranas.

Para el diseño de esta investigación, se realizó un diagnóstico bajo la metodología cuantitativa, transversal, de campo y exploratoria, debido a las siguientes justificaciones:

- El uso de la metodología cuantitativa permitió recopilar valores numéricos a partir de los datos obtenidos mediante la instrumentación aplicada a los padres de familia del colegio beneficiario del proyecto de intervención.
- Es transversal porque se realizó en un periodo determinado.
- Es de campo, ya que el proceso de investigación se llevó a cabo in situ en el Colegio William Shakespeare, ubicado en el distrito de La Chorrera,

provincia de Panamá Oeste.

- Además, es exploratoria, pues se analizó la necesidad del proyecto en el colegio seleccionado. Se requería conocer la opinión de los padres de familia con respecto a sus expectativas y anuencia en relación con la participación de sus hijos en el programa.

Como resultado de la metodología elegida y los datos obtenidos en el diagnóstico, se permitió el desarrollo de la propuesta de campaña, la cual se detalla a profundidad en el apartado correspondiente.

## **2.2. Antecedentes de la investigación**

El sedentarismo infantil es un problema que ha ido en aumento paulatinamente en Panamá y en el mundo. Hoy en día son más los niños sedentarios que los que se mantienen activos. Esta situación obedece a múltiples factores y también es un potencial detonador de problemas en cuanto a salud y educación a futuro. Según la Organización Mundial de la Salud (2021), alrededor del 70% de los niños y hasta el 88% de las niñas menores de 10 años no realizan la actividad física diaria apropiada para su edad. Esto significa que el sedentarismo infantil afecta a un promedio del 79% de los niños. La Organización Mundial de la Salud ha señalado que un niño es sedentario si realiza menos de 60 minutos de actividad física al día. Los estudios al respecto indican que la gran mayoría de los niños occidentales no alcanzan esa cuota de actividad diaria.

El movimiento continuo durante la infancia es un factor que incide decisivamente en el desarrollo psicomotor. Asimismo, es el movimiento el que permite al niño descubrirse a sí mismo y explorar el mundo. Esto, a su vez, influye poderosamente en el desarrollo intelectual y psicosocial.

El sedentarismo infantil genera múltiples consecuencias negativas, algunas de las cuales tienen efectos a largo plazo. Entre los problemas más relevantes se encuentran:

- **Sobrepeso y obesidad:** la falta de ejercicio, especialmente si se combina con una alimentación inadecuada, conduce al sobrepeso y la obesidad. Estas condiciones incrementan el riesgo de padecer enfermedades cardiovasculares y diabetes.
- **Estancamiento del desarrollo psicosocial:** los niños que no realizan actividades físicas son menos seguros de sí mismos, presentan menos habilidades sociales y, en general, tienen un peor desempeño académico.
- **Desarrollo de conductas adictivas:** las nuevas tecnologías ejercen un efecto adictivo, especialmente en mentes inmaduras como las de los niños. Esto limita su desarrollo psicológico normal y puede derivar en otros problemas de personalidad o de conducta.
- No es exagerado afirmar que el sedentarismo infantil puede arruinar por completo la vida de una persona. Si no se desarrollan las habilidades físicas e intelectuales acordes con un crecimiento normal, se está construyendo una vida con importantes limitaciones. Si, además, aparecen problemas de sobrepeso u obesidad, el riesgo de enfermedades crónicas es grave.

### **2.3. Aspectos conceptuales**

Las actividades extracurriculares son fundamentales para combatir el sedentarismo infantil. La edad del niño es un factor decisivo a la hora de elegir la actividad extraescolar más adecuada para él. Aparte de la edad, se deben considerar algunos factores, como la capacidad psicomotora de los niños en caso de que se desee que practiquen un deporte, o su motricidad fina para saber si se beneficiarían más de clases de dibujo, pintura u otro tipo de arte.

Las recomendaciones internacionales, entre ellas las establecidas a nivel global por la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2010), apuntan a 60 minutos de actividad física moderada a vigorosa (AFMV) como el mínimo diario que niños y adolescentes deben alcanzar para obtener beneficios en su salud.

Quizá algunos niños pueden pasar por momentos en los que no se identifican con alguna actividad en particular y no saben en qué pueden destacar. Estas dificultades pueden deteriorar su autoestima y hacer de la escuela un lugar estresante y difícil. Sin embargo, las actividades extracurriculares son una excelente manera de enfocarse y desarrollar sus destrezas y pasiones. Estas actividades pueden aumentar la confianza del niño en sí mismo, mejorar sus habilidades sociales, desarrollar sus intereses e inspirarlo a probar cosas nuevas. Además, son una buena forma de aprender en la escuela en un entorno divertido y sin presión.

#### **2.4. Problemática actual en las actividades extracurriculares en los colegios de Panamá**

Hellen Concepción (2014), realizó un estudio para el Ministerio de Salud (Minsa), el cual reveló que los niños no están haciendo suficiente ejercicio para mantener buenas condiciones físicas, crecer de manera saludable y evitar la obesidad. La vida sedentaria que llevan los niños hoy en día está teniendo serias consecuencias. Prefieren los videojuegos en lugar de realizar actividades físicas. La falta de ejercicio, junto con una mala alimentación, está provocando que sufran enfermedades que antes no eran tan comunes. A nivel mundial, la inactividad física se considera la segunda causa de muerte. Por ello, los especialistas recomiendan a los padres limitar el tiempo que sus hijos dedican a los videojuegos y fomentar la

práctica de más ejercicio para prevenir enfermedades.

En Panamá, el cierre prolongado de los centros educativos debido a la pandemia de COVID-19 provocó una situación generalizada de estrés educativo, que impactó negativamente en los resultados del aprendizaje. El país no estaba adecuadamente preparado para adoptar la educación virtual a gran escala como un reemplazo efectivo de la educación tradicional y presencial. Esta situación complicó aún más las actividades extracurriculares de los estudiantes, ya que apenas se podía proporcionar el material correspondiente para las asignaturas principales.

Cambios realizados:

## 2.5 Variables

<b>Beneficiarios</b>	<b>Variables</b>	<b>Indicadores</b>
Estudiantes del Colegio William Shakespeare	Edad	6 a 11 años de edad
	Sexo	Niños y niñas
	Población	Estudiantes del Colegio William Shakespeare
	Accesibilidad geográfica	Estudiantes de Panamá Oeste

## 2.6. Teoría

Según Forero ( 2009):

son experiencias que contribuyen al desarrollo integral de la personalidad del estudiante y favorecen actividades como el lenguaje verbal y no-verbal, la experiencia lógico-matemática, el contacto con la naturaleza y las relaciones interpersonales. Estas

actividades son tareas que el estudiante realiza fuera de sus deberes académicos que ayudan a afianzar conocimientos, permiten que el estudiante tenga una formación cognoscitiva mucho más completa e interactúe con personas que le ayuden en su formación personal y académica (p.7).

Lo que ratifica la importancia y las ventajas que tienen estas actividades en el desarrollo académico y de la personalidad.

La inactividad física es el cuarto factor de riesgo de mortalidad más importante en todo el mundo (OMS, 2010). Los estilos de vida sedentarios y la aparición de nuevas alternativas de ocio han contribuido a que los niños y adolescentes sean menos activos, observándose en los últimos años un marcado descenso en los niveles de actividad física habitual en la población joven en general (Knuth & Hallal, 2009; Meusel et al., 2007; Mota & Esculcas, 2002). En definitiva, la prevalencia de la inactividad física es mayor que la de todos los demás factores de riesgo modificables (Warburton, Nicol, & Bredin, 2006)

Tomando como referencia los estudios revisados, podemos decir que, para los niños entre 6 y 12 años, las recomendaciones de práctica de AF serían las siguientes:

- Los niños deben acumular un mínimo de 60 minutos de actividades físicas en todos o la mayoría de los días de la semana. Los 60 minutos pueden ser continuos o estar distribuidos en varias sesiones de duración variable.
- La actividad practicada debe incluir varios intervalos de al menos 10 o 15 minutos de actividad.
- Las actividades deben ser variadas y apropiadas a la edad,

provocando mejoras en la salud, el bienestar y la forma física.

## **2.7 Desarrollo de temas**

### **2.7.1. Definición de clases extracurriculares en los colegios:**

Una actividad extracurricular es una actividad realizada por estudiantes que cae fuera del ámbito del plan de estudios normal de la educación escolar o universitaria. La escuela solo forma una pequeña parte de la educación integral de una persona. Un individuo puede adquirir conocimientos y mejorar sus habilidades en muchos contextos ajenos a la educación formal.

Los estudiantes están aprendiendo todo el tiempo, pero a menudo necesitan una guía que facilite el desarrollo de ciertas tareas o el cumplimiento de metas. Para esto, existen las actividades extracurriculares. Estas actividades son generalmente voluntarias, sociales o filantrópicas, y suelen involucrar a otras personas de la misma edad.

El propósito es transmitir el valor de las actividades extracurriculares a padres de familia, docentes y niños. Las actividades extracurriculares propuestas para el colegio son las siguientes: clases de baile, clases de acondicionamiento físico y gimnasia.

### **2.7.2. Clases extracurriculares en el Colegio William**

#### **Shakespeare:**

Realizar la implementación de distintas clases extracurriculares, como clases de baile, clases de acondicionamiento físico, gimnasia, entre otras, tiene como objetivo desarrollar las habilidades físicas, creativas y motoras de los niños a través de la actividad física y mental.

Clases de baile: La danza es un arte que se basa en la expresión corporal, generalmente acompañada de música. Es una de las formas de expresión más ancestrales del ser humano, y puede tener fines artísticos, de entretenimiento o religiosos.

Características que conlleva esta disciplina:

- Coreografía: algunas danzas tienen pasos preestablecidos y otras permiten la improvisación y creación de nuevos pasos.
- Entrenamiento: implica el estudio y la práctica de cada danza, el entrenamiento es una pieza fundamental para lograr una mejor ejecución de las piezas.
- Interpretación: implica las particularidades que aporta cada bailarín al bailar, aunque la coreografía sea la misma, cada individuo la interpretará con su estilo propios.

**Clases de acondicionamiento físico:** el acondicionamiento físico general consiste en el desarrollo de las cualidades físicas mediante el ejercicio. Su objetivo es mejorar el estado psicofísico general a través de ejercicios cardiovasculares, tonificación, equilibrio, coordinación, estiramientos y relajación, entre otros.

Características que se trabajarán en esta clase:

- Resistencia: capacidad física que permite mantener un esfuerzo determinado durante el mayor tiempo posible. Es la resistencia general, que implica importantes masas musculares y todo el sistema cardiovascular y respiratorio importante en todas nuestras actividades.
- Fuerza: debido al entrenamiento se puede fortalecer el cuerpo.

- **Flexibilidad:** capacidad de las articulaciones del cuerpo humano para llevar a cabo movimientos con una gran amplitud, o sea, de permitir ciertos movimientos deformándose sin sufrir lesiones ni roturas.

**Coordinación y equilibrio:** el equilibrio permite mantener una posición contra la fuerza de gravedad, lo que genera estabilidad en el cuerpo. Por otro lado, la coordinación posibilita el movimiento eficiente de los músculos implicados en una acción, logrando la mejor adaptación posible.

**Clases de gimnasia:** la gimnasia es una disciplina deportiva en la que se ejecutan secuencias sistemáticas de ejercicios físicos donde se desarrollan distintas habilidades corporales, como la fuerza o la elasticidad.

Características que se trabajaron en esta clase:

- Mantener una postura corporal correcta, gracias al trabajo y desarrollo de los músculos de las espalda, brazos y piernas.
- Mejora las funciones cognitivas, ejecutar los ejercicios de gimnasia requiere de una gran concentración y seguridad en sí mismo, al mismo tiempo que estimula la imaginación y la resolución de problemas.
- Mejora la salud al estar físicamente activo y mantenerse en forma, reduciendo el riesgo de padecer obesidad, enfermedades cardíacas y diabetes en la edad adulta.

### **2.7.3. Beneficios de las actividades extracurriculares en los niños:**

Las actividades extracurriculares beneficiarán a los niños en numerosas áreas, tanto física como psicológicamente. Uno de los beneficios será el aumento de la autoestima, así como la mejora en la postura y el equilibrio. La educación no

formal también aporta importantes beneficios para los alumnos de Educación Infantil. Según Moreles (2009), estos beneficios incluyen el favorecimiento del proceso de maduración, el fomento de las relaciones personales y sociales, la mejora de la autoestima, el impulso de la creatividad, la expresión y la solidaridad, además de apoyar el desarrollo de valores democráticos, la participación y el pensamiento crítico.

El resultado será una mejora en distintos ámbitos del desarrollo y crecimiento de los niños. Aquellos que participen en actividades extracurriculares experimentarán mejoras en su salud, autoestima y creatividad. Participar en estas actividades exige una mejor organización del tiempo del estudiante, lo que les enseña a manejar un horario que les permita cumplir con ambas responsabilidades. Cursar una actividad extracurricular implica alcanzar metas, lo cual acostumbra al estudiante a trabajar con un objetivo claro y a no detenerse hasta lograrlo.

No podemos olvidar que las actividades extracurriculares ocupan un tiempo que, de otro modo, estaría destinado al ocio, por lo que deben ser actividades lúdicas, deseadas y disfrutadas por los alumnos (Rojo, 2010). El tiempo libre de los más pequeños debe ser un tiempo de alegría, diversión, libertad, responsabilidad y generosidad. Por lo tanto, cualquier actividad extracurricular que cumpla con estos requisitos será una actividad enriquecedora, que ampliará su visión del mundo. Estas actividades los prepararán para convertirse en adultos felices, capaces de buscar su propia plenitud y bienestar (Pazos, 2012).

Desde una perspectiva psicológica y educativa, el impacto de las actividades extracurriculares en el desarrollo infantil es significativo. Según Pavlova y Silbereisen (2015), las opciones de ocio en los adolescentes dependen de múltiples factores externos, como instalaciones, recursos financieros y las actitudes de los agentes de socialización, como padres, profesores y compañeros. Sin embargo, para que las experiencias de ocio sean beneficiosas,

los adolescentes necesitan ejercer cierto control y sentirse libres de elegir y planificar las actividades. Esto requiere habilidades de organización y autorregulación, así como la capacidad de disfrutar del tiempo libre. Cuando estas habilidades faltan, no es culpa de los adolescentes, sino de que sus agentes socializadores no han creado un entorno de apoyo y reto óptimo para su desarrollo psicosocial.

La investigación reciente de Raza (2019) en una escuela de Quito evidencia que los estudiantes que asisten a actividades extracurriculares muestran una mejor autoeficacia que aquellos que no lo hacen. Es decir, recibir acompañamiento extraescolar en deberes, lectura, escritura, ejercicios matemáticos, así como espacios para descanso y práctica deportiva, está relacionado con una mayor creencia en su capacidad para superar retos académicos, construir y mantener relaciones sociales beneficiosas, y resistir la presión social sin caer en conductas inadecuadas.

Los adolescentes que practican menos actividad física están menos motivados, y los beneficios no se limitan solo a la actividad o los hábitos que desarrollan, sino también a la convivencia con los demás. Esto les permite crear habilidades sociales para una sana convivencia (Cetina y Moreno, 2015). Esto se relaciona con su motivación académica, ya que estudios como los de Hughes, Cao y Kwok (2016) y Denaul y Guay (2017) han demostrado los efectos positivos de la motivación en las actividades extracurriculares sobre el contexto escolar.

#### **2.7.4. Desarrollo de relaciones interpersonales en los niños:**

Se implementaron dinámicas grupales para que los niños puedan desarrollar mejor sus habilidades sociales al realizar actividades con sus compañeros. Algunas actividades extracurriculares, como el deporte y la música, exigen trabajar en equipo hacia un objetivo común. De esta forma, se potencian las

habilidades sociales necesarias para llevar a cabo trabajos en grupo en el colegio. Con esto, los niños que asisten a las clases extracurriculares mejorarán su desarrollo interpersonal, lo que a su vez incrementará su autoestima y confianza.

Según Berscheid (1999; citado en Lacunza y Contini, 2016), las relaciones humanas, en su naturaleza interpersonal, forman parte del tejido social, fundamental para el desarrollo y el desenvolvimiento del ser humano. Estas relaciones permiten el desarrollo de habilidades sociales como el respeto, la empatía, la asertividad, la cooperación, el compañerismo, la lealtad, la confidencialidad, la fraternidad, la seguridad y la confianza. Dichas habilidades son esenciales para aprender a autorregular las emociones y adaptarse al entorno, lo que conlleva un aumento en la calidad de vida.

Con el propósito de mejorar la salud y el control de peso de los estudiantes, además de las clases de baile, se llevarán a cabo estiramientos, calentamientos y ejercicios antes de iniciar las actividades. Gracias a la actividad física, ayudaremos a mejorar el peso de los niños que posiblemente estén en sobrepeso, logrando en general que estén mucho más saludables.

Un niño con una buena alimentación tiene menos probabilidades de sufrir trastornos nutricionales, anemia, sobrepeso, obesidad, caries dental y problemas de aprendizaje escolar. Además, esto contribuye a la prevención de ciertas patologías en la edad adulta, como enfermedades cardiovasculares, diabetes, entre otras.

Según Unicef (2019), practicar alguna actividad física de manera habitual es crucial para el desarrollo físico, mental, psicológico y social de los niños, niñas y adolescentes. Los buenos hábitos se adquieren temprano en la vida. Además, los beneficios de la actividad física incluyen la prevención de enfermedades,

sobrepeso y obesidad, así como la mejora de la salud mental. Los menores que son activos tienen más probabilidades de llevar una vida activa en la adultez.

#### **2.7.6. Importancia de la actividad física en los estudiantes:**

La actividad física es de suma importancia para los estudiantes, especialmente en la reducción del sedentarismo, sobre todo en la época actual, en la cual las clases fueron virtuales durante casi dos años. El objetivo es enfatizar ante la sociedad (padres, docentes y niños) la importancia de que los niños realicen actividades físicas.

#### **2.7.7. Actividades y funciones demostrativas al cerrar cada trimestre escolar:**

Se trabajó en la preparación, preproducción y producción de las funciones trimestrales, en las cuales se organizarán bailes y otras actividades para ser presentadas. El propósito es mostrar a los compañeros, docentes y padres de familia el trabajo realizado por los estudiantes durante el trimestre.

### **2.8. Instrumento de medición.**

En toda investigación científica, la recolección de datos es una de las etapas más determinantes, ya que, al obtener las impresiones de la muestra, se recaban datos de suma importancia para la definición de estrategias y la toma de decisiones. Al referirse a la encuesta como instrumento para recabar datos estadísticos, Hair et al. (2003) señala: "Los métodos de investigación por encuestas son un pilar de la investigación en general y, por lo regular, se asocian con situaciones de investigación descriptiva y causal". Tomando en consideración el tipo de estudio a

realizar, se establece que el instrumento idóneo para recopilar información de la muestra es la encuesta.

### **2.8.1 Cuestionario**

El cuestionario es un método de investigación el cual consta de una serie de preguntas respecto a las diversas variables a medir, las cuales son presentadas al entrevistado en un formulario. El cuestionario del estudio es directo, estructurado, aplicado por encuestadores capacitados antes de efectuar el trabajo de campo.

### **2.9. Limitaciones**

Por más organizada que esté una investigación, esta no está exenta de tropiezos o situaciones que pueden afectar la calidad, el tiempo de recolección y el contenido de los datos obtenidos durante el trabajo de campo. Una de las principales limitaciones fue el tiempo de recolección de datos. Tomando en cuenta el cuestionario a aplicar y el tamaño de la muestra, la aplicación del instrumento, así como el procesamiento de los datos, fue una tarea que tomó varios meses.

### **2.10. Análisis de resultados**

Encuesta dirigida a padres (30) con el propósito de identificar los contenidos y actividades que se desarrollaron a través de la campaña del proyecto "After School":

En cuanto al conocimiento del programa, la Tabla 1 muestra que el 93% de los padres de familia no están familiarizados con las actividades extracurriculares y sus beneficios, mientras que el 7% restante indica que sí

lo está.

**Tabla 1.**

*Familiarización de los padres de familia con las actividades extracurriculares.*

Opciones	Respuestas	Porcentaje %
Sí	2	7
No	28	93
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

Con relación a la información deseada, los padres de familia respondieron de la siguiente manera: un 29% indicaron que sus hijos necesitan las actividades ofrecidas; 22% requiere de los beneficios académicos; otro 2)% necesita saber sobre los horarios y los 30 necesitan conocer los costos de llevarse a cabo la actividad.

**Tabla 2.**

*Información que le gustaría recibir a los sujetos encuestados sobre el programa "After School"*

Opciones	Respuestas
Actividades ofrecidas	29
Beneficios académicos	22
Horarios	29
Costos	30

La Tabla 3 muestra los resultados obtenidos de las consultas realizadas a los padres de familia en relación con el formato de comunicación que prefieren para recibir información del Programa de After School, así se tiene que 30 eligieron que a través de videos cortos; 5 por medio de infografía; 6 seleccionaron los artículos y 15 prefirieron los folletos impresos.

**Tabla 3.**

*Formato preferido por los sujetos encuestados sobre recibir información sobre programas como un After School*

<b>Opciones</b>	<b>Respuestas</b>
Videos cortos	30
Infografía	5
Artículos	6
Folletos impresos	15
Charlas/eventos de presentación	0
Otros	0

En lo que respecta a los aspectos motivadores, se observa que 20 padres de familia indicaron que el programa mejora el aspecto académico; 25 consideran que está relacionado con el desarrollo de habilidades sociales; 15 opinaron sobre las actividades extracurriculares; 28 se inclinaron por las actividades deportivas, y finalmente, 26 lo recomendarían a otros padres de familia.

**Tabla 4.**

*Motivos por los cuales los padres les motivaría a considerar la inscripción de su hijo/a en un programa como "After School"*

<b>Opciones</b>	<b>Respuestas</b>
Mejora académica	20
Desarrollo de habilidades sociales	25
Actividades extracurriculares	15
Actividades deportivas	28
Recomendación de otros padres	26

Por otro lado, en cuanto a los aspectos inhibidores, los encuestados manifestaron sus opiniones de la siguiente manera (Tabla 5), 30 indicaron que no inscribirían a su hijo/a en el programa por los costos; 15 por el

horario; 22 por la falta de información; 6 señalaron que tienen preferencia por otro programa y 18 por opiniones negativas.

**Tabla 5.**

*Motivos que hicieron dudar o decidir no inscribir a sus hijos/as en el programa "After School", según la opinión de los padres de familia.*

<b>Opciones</b>	<b>Respuestas</b>
Costo	30
Horario	15
Falta de información	22
Preferencia por otro programa	6
Opiniones negativas	18

Dentro de los canales de comunicación que prefieren los sujetos encuestados, tenemos que 30 utilizan redes sociales y 26 lo hacen a través de correos electrónicos.

**Tabla 6.**

*Canales de comunicación que prefieren los padres de familia para recibir publicidad sobre programas educativos*

<b>Opciones</b>	<b>Respuestas</b>
Redes sociales	30
Email	26
Sitios web	0
Revistas	0
Radio / tv	0

## **2.11 Hipótesis**

- La implementación de un plan estratégico sobre actividades

extracurriculares dirigido a estudiantes del Colegio William Shakespeare del distrito de La Chorrera, está relacionado con una adecuada elección de los canales de comunicación, la presentación de mensajes motivacionales y los elementos visuales y de contenidos.

### **2.11.1 Validación de la hipótesis**

Si los resultados post-campaña muestran un aumento significativo en la notoriedad, una asociación positiva con el programa, y un incremento en las inscripciones o el interés en relación con las preferencias y motivaciones identificadas inicialmente, entonces la hipótesis se valida.

Si no se observan cambios significativos o los resultados son mixtos, es posible que la hipótesis deba ser revisada o que otros factores no considerados estén influyendo en los resultados.

### **2.12. Soluciones a los problemas**

El desarrollo de un plan estratégico que eduque, promueva e incentive, tanto a los padres de familia como a los estudiantes del Colegio Bilingüe William Shakespeare de La Chorrera, es de fundamental importancia para lograr que el público objetivo comprenda la relevancia de realizar actividades extracurriculares.

En la actualidad, los colegios públicos y privados no cuentan con una propuesta sólida de actividades extracurriculares para sus estudiantes. Por ello, el desarrollo de este plan ofrecerá la oportunidad de implementar una nueva cultura en el ámbito escolar en Panamá. Esto contribuirá a mejorar el rendimiento de los estudiantes, a construir mejores relaciones humanas y a potenciar sus aptitudes y actitudes.

**CAPÍTULO III:**  
**ESTRUCTURA Y ADMINISTRACIÓN DEL**  
**PLAN DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA**

## CAPÍTULO III: ESTRUCTURA Y ADMINISTRACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

### 3.1 Diseño de la estrategia comunicacional

Una vez desarrollado el estudio de mercado e identificadas las necesidades de comunicación de los estudiantes, se plantea una estrategia integral que consiste en la presentación de elementos audiovisuales que capten la atención de los alumnos y padres. Esta estrategia creativa incluye la creación de elementos gráficos, como afiches, videos, imágenes e infografías.

Diseño de la Estrategia Comunicacional para el Proyecto "After School" del Colegio William Shakespeare de la Chorrera

#### 1. Objetivo comunicacional:

Posicionar el programa "After School" como una opción educativa complementaria de calidad, que ofrece beneficios académicos y desarrollo integral para los estudiantes.

#### 2. Público objetivo:

Padres de familia con hijos en edad escolar.

Estudiantes del Colegio William Shakespeare y de escuelas cercanas.

Docentes y administrativos del colegio.

#### 3. Mensaje clave:

- Eslogan: ***"Descubre, aprende y ponte en movimiento"***

Objetivo general:

Lanzar y posicionar el programa "After School" en el Colegio William Shakespeare de La Chorrera, promoviendo sus beneficios y asegurando una alta participación estudiantil.

4. Canales de comunicación:

Digitales:

- Sitio web del colegio (sección dedicada al programa).
- Redes sociales: Facebook, Instagram, y Twitter.
- Boletines electrónicos enviados a los padres.

5. Contenido y creatividad:

Visuales:

- Videos de estudiantes participando activamente en las actividades del programa.
- Testimonios en video de estudiantes y padres satisfechos.

Información:

- Detalles sobre las actividades ofrecidas.
- Beneficios académicos y habilidades que se desarrollan.
- Información práctica: horarios, costos, proceso de inscripción.

6. Interacción y participación:

- Organizar videos testimonios en redes sociales donde estudiantes y

padres puedan compartir sus experiencias con el programa.

- Fomentar la utilización de publicidad BTL (Mochilas, termos, gafetes, camisetas, entre otros).

#### 7. Evaluación y feedback:

Habilitar canales directos (como un correo electrónico específico) donde padres y estudiantes puedan enviar preguntas, comentarios o inquietudes. Realizar encuestas periódicas para evaluar la percepción y satisfacción con el programa.

#### 8. Plan de crisis:

Preparar un protocolo de comunicación en caso de situaciones adversas relacionadas con el programa (ejemplo: quejas, accidentes, etc.), incluyendo respuestas preestablecidas y canales de comunicación prioritarios.

#### 9. Medición y análisis:

- Establecer KPIs (Indicadores clave de desempeño) como: número de visitas al sitio web, interacciones en redes sociales, inscripciones al programa, asistencia a eventos, entre otros.
- Utilizar herramientas de análisis digital para monitorear el tráfico y engagement.
- Realizar evaluaciones postcampaña para determinar la efectividad de la estrategia y realizar ajustes según sea necesario.

## 10. Ajustes y optimización:

Con base en la retroalimentación y los datos recopilados, se realizarán ajustes periódicos a la estrategia para garantizar que se logren las metas y objetivos del programa.

Este diseño de estrategia comunicacional es una guía que puede adaptarse y ajustarse según los recursos disponibles, la respuesta del público, y las dinámicas específicas del colegio y su comunidad.

### **3.2. Estrategia de mercado**

La estrategia de mercado para el programa "After School" del Colegio William Shakespeare se centrará en posicionarse dentro del mercado educativo complementario, atrayendo tanto a padres como a estudiantes. Se enfocará en identificar y aprovechar las oportunidades del mercado para alcanzar los objetivos comerciales del proyecto.

Para lograrlo, se promoverá durante cuatro semanas el material gráfico y las circulares correspondientes, con el fin de informar a los padres de familia, profesores y alumnos sobre las actividades que se llevarán a cabo dentro del colegio, atrayendo tanto a padres como a estudiantes.

#### 1. Segmentación del mercado:

- Demográfica: padres de familia con hijos en edad escolar (principalmente entre 6 y 16 años).
- Geográfica: residentes de La Chorrera y áreas cercanas.
- Psicográfica: padres que valoran la educación integral y buscan oportunidades extracurriculares para sus hijos.

- Conductual: familias que muestran interés o han invertido en actividades extracurriculares o refuerzos académicos.

## 2. Objetivo de mercado:

Convertirse en el programa "After School" líder en La Chorrera, con una participación de mercado del 20% en el primer año.

## 3. Propuesta de valor:

"After School" no solo refuerza el aprendizaje académico, sino que también ofrece actividades que fomentan el desarrollo personal, social y creativo del estudiante en un ambiente seguro y amigable.

## 4. Estrategias de posicionamiento:

Posicionar "After School" como un programa premium que combina excelencia académica con actividades enriquecedoras. Diferenciándose de otros programas por su enfoque integral y su vínculo con el prestigio del Colegio William Shakespeare.

## 5. Estrategias de precio:

- Precio de introducción: ofrecer descuentos o tarifas especiales para los primeros inscritos o para hermanos.
- Descuentos por referencia: ofrecer descuentos a familias que refieran a otros estudiantes.

#### 6. Estrategias de distribución:

- Promover el programa principalmente dentro del Colegio William Shakespeare, aprovechando los canales de comunicación ya existentes.
- Establecer alianzas con otros colegios o instituciones educativas cercanas para promocionar el programa.

#### 7. Estrategias de promoción:

- Publicidad: utilizar medios locales, redes sociales y el sitio web del colegio para publicitar el programa.
- Relaciones públicas: organizar eventos de puertas abiertas para que padres y estudiantes conozcan el programa.
- Marketing directo: enviar información detallada a través de correos electrónicos o folletos impresos a las familias asociadas con el colegio.
- Ventas personales: capacitar al personal administrativo y docente para que puedan resolver dudas y promover activamente el programa durante reuniones con padres.

#### 8. Estrategias de retención:

- Ofrecer programas o niveles avanzados para estudiantes que ya hayan participado en "After School".
- Encuestas periódicas a padres y estudiantes para recoger feedback y realizar mejoras.

## 9. Medición y análisis:

- Monitorizar regularmente las inscripciones y participación en el programa.
- Evaluar el ROI (Retorno de inversión) de las distintas acciones promocionales.
- Recopilar y analizar feedback de los participantes para ajustar y mejorar la estrategia.
- Implementar una estrategia de mercado bien estructurada y ajustada a las necesidades y características del público objetivo es esencial para el éxito del programa "After School". Es crucial revisar y adaptar la estrategia según los cambios del mercado y las respuestas obtenidas.

### 3.3. Metas

Esta campaña tiene como finalidad que la implementación de las clases extracurriculares sea totalmente exitosa dentro del plantel, y que los padres, profesores y alumnos estén satisfechos con ellas. La meta principal es que los estudiantes puedan desenvolverse en dichas actividades extracurriculares, cumpliendo simultáneamente de manera eficaz con sus estudios.

Metas para el Proyecto "After School" del Colegio William Shakespeare de La Chorrera.

Las metas proporcionan una visión clara de lo que se desea alcanzar y sirven como punto de referencia para medir el éxito de cualquier proyecto o iniciativa. A continuación, se proponen algunas metas específicas, medibles,

alcanzables, relevantes y temporales (SMART) para el proyecto "After School":

#### **Alcance e inscripciones:**

Aumentar las inscripciones en el programa "After School" en un 25% para el final del próximo año académico. Lograr una retención del 80% de los estudiantes inscritos para el segundo semestre del programa.

#### **Reconocimiento de la marca:**

Alcanzar un 60% de reconocimiento del programa "After School" entre los padres de familia del Colegio William Shakespeare en los próximos 6 meses.

Lograr que al menos el 30% de los padres de familia en colegios vecinos conozcan el programa en el próximo año.

#### **Interacción digital:**

- Incrementar en un 40% la interacción (me gusta, comentarios, compartidos) en las publicaciones sobre "After School" en las redes sociales del colegio durante el próximo semestre.
- Aumentar en un 50% las visitas a la sección "After School" en el sitio web del colegio en los próximos 6 meses.

### **3.4. Grupos objetivos**

Para el desarrollo de la campaña, se requiere impactar a los padres de familia del Colegio William Shakespeare cuyos hijos tienen entre 6 y 12 años.

### **3.5. Oportunidad**

Por medio de la estrategia de comunicación para el Colegio William Shakespeare, se despliegan todos los elementos creativos y audiovisuales disponibles que son de mucha utilidad en la creación de una imagen llamativa y entretenida para captar la atención de los padres y niños

### **3.6. Estrategia creativa**

#### **Enfoque en salud y movimiento:**

La campaña se centrará en la importancia de la actividad física para el desarrollo integral de los niños. Se destacará cómo el programa "After School" combate el sedentarismo, promueve un estilo de vida activo y fomenta hábitos saludables desde una edad temprana

### **3.7. Mensaje esencial**

Explicación del eslogan: ***"Descubre, aprende y ponte en movimiento"***

- "Descubre"

Este término invita a los estudiantes a explorar nuevas áreas de interés y a salir de su zona de confort. El descubrimiento es un proceso crucial en el desarrollo infantil, ya que permite a los niños identificar sus pasiones y talentos ocultos.

Los padres buscan programas que enriquezcan la experiencia educativa de sus hijos. Al destacar la oportunidad de descubrimiento, el eslogan apela a los deseos de los padres de ver a sus hijos involucrados en actividades que les permitan crecer y desarrollarse de manera integral.

-“Aprende”

El aprendizaje va más allá del aula. Las actividades extracurriculares ofrecen un entorno para aprender habilidades prácticas, sociales y emocionales que son esenciales para el desarrollo global del niño.

Al enfatizar el aprendizaje, el eslogan tranquiliza a los padres sobre la calidad educativa del programa. Muestra que “After School” no es solo un tiempo de ocio, sino una extensión valiosa del aprendizaje formal, donde se cultivan habilidades como la resolución de problemas, el trabajo en equipo y la creatividad.

-“Ponte en movimiento”

La actividad física es fundamental para la salud y el bienestar de los niños. Mantenerse activo no solo ayuda en el desarrollo físico, sino que también mejora la concentración, la disciplina y reduce el estrés.

En una era donde los estilos de vida sedentarios son comunes debido a la tecnología, este componente del eslogan resuena con los padres preocupados por la salud física de sus hijos. Promueve la idea de que el programa incluye actividades físicas que son esenciales para un desarrollo equilibrado y saludable.

Integración de los aspectos

El eslogan ***“Descubre, aprende y ponte en movimiento”*** no solo encapsula la esencia del programa “After School”, sino que también transmite mensajes clave a los padres:

-Completo desarrollo: los padres buscan programas que ofrezcan un desarrollo integral para sus hijos. Este eslogan asegura que el programa no

solo se centra en el aspecto académico, sino también en el desarrollo personal y físico.

-Atracción y retención: un eslogan que incluye descubrimiento y movimiento hace que el programa sea atractivo para los niños, lo que facilita que los padres decidan inscribirlos y que los niños permanezcan interesados y comprometidos.

-Seguridad y confianza: al subrayar el aprendizaje, el eslogan refuerza la confianza de los padres en la capacidad del programa para proporcionar una educación continua y de calidad.

El eslogan “Descubre, Aprende y Ponte en Movimiento” es una poderosa herramienta de comunicación que resalta los beneficios multifacéticos del programa “After School”. Apela a las aspiraciones de los padres de proporcionar a sus hijos un ambiente enriquecedor que fomente tanto el crecimiento académico como el personal y físico, asegurando así una campaña efectiva y resonante.

## Diseño del logo



En la creación del logo para el proyecto “After School” del Colegio William Shakespeare, hemos seleccionado cuidadosamente una paleta de colores compuesta por morado, naranja y amarillo. Cada uno de estos colores ha sido elegido por su capacidad para resonar de manera positiva con niños y adolescentes, creando una identidad visual atractiva y significativa.

La combinación de morado, naranja y amarillo no solo crea un logo visualmente atractivo, sino que también tiene un impacto positivo en los estudiantes a nivel psicológico. Estos colores, al trabajar en conjunto, pueden fomentar un ambiente de creatividad, energía y felicidad, lo cual es esencial para el éxito de cualquier programa educativo extracurricular.

-Morado: el color morado está asociado con la creatividad y la imaginación. Este tono estimula la mente y puede inspirar a los estudiantes a pensar de manera innovadora y a explorar nuevas ideas. En un entorno de actividades extracurriculares, donde el objetivo es descubrir y aprender, el morado proporciona un trasfondo que fomenta la experimentación y la

expresión personal. Además, el morado tiene una connotación de lujo y calidad, lo cual puede ayudar a posicionar el programa como una opción valiosa y enriquecedora para el desarrollo de los jóvenes.

-Naranja: el naranja es un color energético y cálido, que irradia entusiasmo y emoción. Este color es conocido por su capacidad para capturar la atención y motivar la participación. Para un programa que busca activar el interés de los estudiantes y promover la actividad física, el naranja es ideal. Su vivacidad no solo llama la atención, sino que también genera una sensación de bienestar y dinamismo, alentando a los niños y adolescentes a unirse y mantenerse activos.

-Amarillo: el amarillo es el color de la felicidad y el optimismo. Asociado con la luz del sol, este color puede crear un ambiente acogedor y alegre, ideal para un entorno donde los estudiantes deben sentirse cómodos y motivados. El amarillo estimula la actividad mental y la energía, lo cual es crucial en un programa diseñado para el aprendizaje y el descubrimiento. Al incorporar el amarillo, estamos infundiendo una sensación de entusiasmo y positivismo, lo que puede ayudar a los estudiantes a abordar sus actividades extracurriculares con una actitud abierta y proactiva.

Al integrar estos colores, estamos creando una identidad visual que no solo atrae la atención de los estudiantes, sino que también les inspira a descubrir, aprender y mantenerse en movimiento, tal como lo promueve nuestro eslogan: "Descubre, Aprende y Ponte en Movimiento".

En resumen, la elección del morado, naranja y amarillo no es arbitraria; cada color ha sido seleccionado por su capacidad para resonar con nuestro público objetivo y apoyar los objetivos del proyecto 'After School'.

Se utilizó la tipografía “LUCKIST GUY” en la elaboración del logo del proyecto “After School” porque transmite una energía divertida, juvenil y accesible. Su estilo curvado y ligeramente informal evoca un ambiente de juego y creatividad, capturando la esencia del slogan. Esta tipografía no solo atrae visualmente a los niños por su apariencia, sino que también genera una sensación de cercanía y dinamismo.





### **3.8. Soporte clave**

Para garantizar el éxito de la campaña y maximizar su alcance, se implementarán diversas estrategias de soporte clave que permitan conectar de manera efectiva con padres, estudiantes y docentes. Estos canales, tanto digitales como presenciales, buscan informar y motivar a la comunidad escolar a participar activamente en el programa "After School".

- Digital: uso intensivo de redes sociales con videos y fotos informativas acerca del proyecto.
- Eventos escolares: demostraciones en vivo de las actividades físicas que se ofrecen en el programa "After School", invitando a padres y estudiantes a participar.
- Espacios físicos del colegio: carteles con imágenes dinámicas y atractivas de los niños realizando actividad física, acompañadas de datos sobre los beneficios de mantenerse activo.

### 3.9 Concepto creativo

	<p>Inicia la secuencia con un plano medio de la presentadora en un fondo digital con el logo del After School de fondo.</p> <p>Presentadora da la bienvenida e introduce al espectador a conocer todo lo que trae el After School</p> <p>Loc: Llegó la hora de descubrir, aprender y ponerte en movimiento con *After School*</p>
	<p>Plano desde las rodillas</p> <p>joven caminando mientras observa la promo del After School en su celular.</p> <p>Loc. En Off   presentadora: ¿Sabías que las actividades extracurriculares son claves para desarrollar habilidades que no se enseñan en clase?</p>
	<p>Plano detalle del celular del joven</p> <p>Se debe apreciar la promo vista desde la perspectiva del joven</p> <p>Loc. En Off   presentadora: ¡Aquí podrás explorar tus pasiones, mejorar tus talentos y hacer nuevos amigos mientras te diviertes!</p>

	<p>Plano medio</p> <p>Chica viendo la promo del After School en un anuncio a través de su laptop</p> <p><b>Loc. En Off   presentadora: After School* te ofrece una increíble variedad de actividades para que te desafies y descubras todo lo que puedes lograr.</b></p>
	<p>Plano detalle de la laptop</p> <p>Chica viendo la promo del After School en un anuncio a través de su laptop</p> <p><b>Loc. En Off   presentadora: ¡Es más que una forma de pasar el rato! Es tu espacio para crecer, aprender y, por supuesto, divertirse a lo grande.</b></p>
	<p>Plano medio</p> <p>Joven utilizando su tablet</p> <p><b>Loc. En Off   presentadora: No te quedes fuera de esta aventura, ¡inscríbete ya y vive la mejor experiencia extracurricular!</b></p>
	<p>Plano detalle de la tablet</p> <p>Chica viendo la promo del After School en un anuncio a través de su laptop</p> <p><b>Loc. En Off   presentadora: *After School* – ¡Descubre, Aprende y Ponte en Movimiento!</b></p>

	<p>Cierra la promo con una animación del logo del After School y en textos agregar las fechas de inicio de las inscripciones.</p>
---	---

Idea principal del storyboard:

La promo comienza con una presentadora que, de manera dinámica, explica lo que es el proyecto After School, mientras se intercalan tomas de niños participando en actividades creativas, deportivas y educativas, acompañadas por el eslogan 'Descubre, Aprende y Ponte en Movimiento'. La cámara se aleja y revela que esta escena es, en realidad, una promo reproducida en diferentes dispositivos digitales (televisión, tabletas, smartphones, computadoras). A medida que se cambia de dispositivo, se muestran distintas personas (padres, estudiantes, profesores) observando la promo con atención, sonriendo y mostrando interés. La promo finaliza con un llamado a la acción claro, invitando a los padres a inscribir a sus hijos y ser parte de esta experiencia transformadora, cerrando con una animación del logo de After School y las fechas de inicio del proyecto.

### **3.10. Estructura de la campaña**

#### **3.10.1 Presentación del concepto de campaña**

Concepto: el proyecto “After School” en el Colegio William Shakespeare es una oportunidad para que los estudiantes exploren nuevas habilidades, descubran sus pasiones y se desarrollen en un entorno seguro y estimulante, todo mientras

se divierten y hacen nuevos amigos. Es un espacio donde el aprendizaje y el movimiento se combinan para fomentar el crecimiento integral de los niños y adolescentes.

Esta campaña tiene un tono dinámico, ya que la idea es llamar la atención de niños, jóvenes y adultos.

### **3.10.2 Plan de medios**

Digitales:

- Redes Sociales principalmente (Facebook, Instagram, YouTube)
- Publicidad pagada en Google Ads y anuncios en redes sociales.
- Correos electrónicos dirigidos a los padres.

### **3.10.3 Objetivo de medios**

Aumentar la visibilidad y reconocimiento del programa "After School" entre los padres de familia y la comunidad en general en un 50% durante los próximos 6 meses. Además, buscar un aumento del 30% en las interacciones y compromiso en las plataformas digitales y obtener un feedback constante a través de estos canales.

### **3.10.4 Fases de lanzamiento y desarrollo de la campaña**

Esta campaña estratégica se llevará a cabo en un periodo de 6 meses en los cuales vamos a dividir la campaña en tres (3) periodos: introducción, promoción y retención.

-Primer periodo: introducción (mes 1-2)

Objetivo: generar conciencia y curiosidad sobre el nuevo programa.

Estrategias:

- Identidad visual: crear un logotipo atractivo y un eslogan llamativo: “Descubre, Aprende y Ponte en Movimiento”.
- Diseñar material promocional (folletos, carteles, banners) con colores vibrantes y mensajes motivadores.
- Eventos de lanzamiento:

Organizar una reunión informativa para padres, estudiantes y profesores.

Ofrecer demostraciones en vivo de algunas actividades extracurriculares.

- Comunicación interna: enviar comunicados a través de boletines escolares y la página web del colegio.
- Implementar una campaña de email marketing dirigida a los padres.
- Redes sociales y Web: crear perfiles en redes sociales específicas para el programa (Facebook, Instagram y página web).
- Publicar contenido regular que genere expectativa (teasers, testimonios de profesores y posibles instructores).

-Segundo periodo: promoción (mes 3-4)

Objetivo: incentivar la inscripción y participación en el programa.

Estrategias:

- Publicidad digital: lanzar campañas pagadas en redes sociales (Facebook Ads, Instagram Ads) segmentadas a la comunidad del colegio.
- Crear videos promocionales mostrando actividades y entrevistas con instructores, padres y alumnos.
- Activaciones en el colegio: realizar “Días de Puertas Abiertas” donde los estudiantes puedan probar las actividades gratuitamente.
- Material impreso y merchandising: distribuir folletos informativos en lugares estratégicos (entrada del colegio, áreas comunes). Ofrecer

merchandising del programa (camisetas, gorras) para aumentar el sentido de pertenencia.

Tercer periodo:

Resultados y muestra (mes 5-6)

Objetivo: mostrar el impacto y los logros del programa para consolidar su presencia y asegurar su continuidad.

Estrategias:

- Evaluación y retroalimentación: Realizar encuestas a padres, estudiantes e instructores para obtener feedback.
- Evento de clausura: organizar un evento de clausura para mostrar los logros y talentos desarrollados durante el programa. Incluir presentaciones de las actividades, entrega de certificados y premios.
- Testimonios y casos de éxito: recopilar y compartir testimonios de padres y estudiantes satisfechos a través de videos y publicaciones en redes sociales.
- Publicar artículos en la página web del colegio y en el boletín escolar destacando los éxitos alcanzados.
- Planificación futura: anunciar la continuación del programa y las nuevas actividades planeadas para el próximo periodo.
- Ofrecer descuentos o promociones especiales para estudiantes que se inscriban para el siguiente ciclo.

### **3.10.5 Cronograma de campaña**

#### **3.10.6 Anuncios**

Anuncio digital: video e imágenes promocionales informativos con referentes a las actividades a realizarse en el proyecto "After School".

Anuncio impreso: imagen vibrante de niños en movimiento con el eslogan **"Descubre, aprende y ponte en movimiento"** y detalles del programa.

La campaña busca combinar métodos tradicionales y digitales para garantizar un amplio alcance, apelando tanto a las emociones como a los beneficios concretos del programa "After School".

# **CAPÍTULO IV: VALIDACIÓN DEL PROYECTO**

## **CAPÍTULO IV: VALIDACIÓN DEL PROYECTO**

### **4.1. Objetivos de la validación**

#### **Comprobación de eficacia:**

Validar que el programa "After School" logra su objetivo principal de promover la actividad física y reducir el sedentarismo entre los estudiantes participantes.

#### **Relevancia del contenido:**

Asegurar que las actividades y el contenido del programa son adecuados y pertinentes para el rango de edad de los estudiantes (6 a 12 años) y que responden a las necesidades y expectativas de los padres.

#### **Aceptación y satisfacción:**

Evaluar el nivel de satisfacción y aceptación del programa tanto por parte de los estudiantes como de los padres. Esto incluye la valoración de la diversión, el aprendizaje y el entorno proporcionado por el programa.

#### **Optimización de recursos:**

Determinar si los recursos (tanto humanos como materiales) asignados al programa están siendo utilizados de manera óptima y eficiente.

#### **Integración con el currículo regular:**

Validar que las actividades del programa "After School" complementen adecuadamente el currículo regular del colegio, potenciando el aprendizaje y desarrollo integral de los estudiantes.

### **Seguridad y bienestar:**

Hay que asegurar que todas las actividades del programa se llevan a cabo en un entorno seguro y que se atienden las necesidades básicas y el bienestar de los estudiantes.

### **Retroalimentación para mejoras:**

Recopilar feedback específico de estudiantes, padres, y personal del colegio para identificar áreas de mejora y oportunidades de enriquecimiento del programa.

### **Evaluación de metas y KPIs:**

Hay que confirmar que las metas y los indicadores clave de rendimiento (KPIs) establecidos para el programa son alcanzables y relevantes, ajustándolos si es necesario basado en los hallazgos de la validación.

### **Comunicación y difusión:**

Evaluar la eficacia de las estrategias de comunicación y marketing utilizadas para promocionar el programa, determinando si han logrado un impacto significativo en la notoriedad y captación de estudiantes.

### **Sostenibilidad a largo plazo:**

Validar que el programa "After School" está estructurado de manera que pueda mantenerse y crecer en el tiempo, considerando factores como financiamiento, personal, y recursos.

Estos objetivos buscan garantizar que el programa no sólo cumpla con su promesa principal de promover un estilo de vida activo entre los estudiantes, sino que también se integra de manera efectiva y beneficiosa en la estructura y la comunidad del Colegio William Shakespeare de La Chorrera.

## **4.2. Metodología**

La validación de un proyecto como este requiere un enfoque sistemático y estructurado para evaluar su eficacia y relevancia. A continuación, se propone una metodología detallada:

### **1. Diseño de instrumentos de medición:**

Encuestas: desarrollar cuestionarios específicos para estudiantes, padres y personal docente/administrativo. Las encuestas deberán diseñarse para medir la satisfacción, percepciones y áreas de mejora.

Grupos focales: preparar guiones para llevar a cabo grupos focales con representantes de cada segmento: estudiantes, padres y docentes.

### **2. Recolección de datos:**

Observación directa: durante varias sesiones del programa "After School", observar cómo se desarrollan las actividades, la participación y compromiso de los estudiantes, la interacción entre ellos y con los docentes, entre otros aspectos.

Encuestas: administrar las encuestas preparadas a una muestra representativa.

Entrevistas: realizar entrevistas individuales con stakeholders clave, como

coordinadores del programa, entrenadores o instructores, y representantes de los padres.

Grupos focales: organizar al menos dos grupos focales para cada segmento.

### **3. Análisis de datos:**

Cuantitativo: analizar las respuestas de las encuestas utilizando estadísticas descriptivas para identificar tendencias, patrones y áreas de interés.

Cualitativo: analizar la información obtenida de grupos focales y entrevistas, identificando temas recurrentes, puntos de vista y sugerencias.

### **4. Evaluación de metas y KPIs:**

Revisar las metas y KPIs establecidos para el programa y compararlos con los datos recopilados. Esto ayudará a determinar en qué medida se están alcanzando las metas propuestas.

### **5. Validación de seguridad y bienestar:**

Revisar los protocolos de seguridad y bienestar del programa y compararlos con las observaciones y feedback recopilado. Hay que confirmar que se cumplen todas las normativas y que se garantiza el bienestar de los estudiantes.

### **6. Retroalimentación y recomendaciones:**

Compilar toda la información y feedback recopilado para generar un informe completo de validación. Este informe debe incluir áreas de éxito, áreas de mejora

y recomendaciones específicas para optimizar el programa.

### **7. Presentación de resultados:**

Organizar una reunión o taller con los stakeholders clave (administración del colegio, coordinadores del programa, representantes de padres, entre otros) para presentar los hallazgos y discutir los próximos pasos.

### **8. Plan de Implementación de mejoras:**

Basándose en las recomendaciones y feedback, elaborar un plan detallado para implementar mejoras en el programa. Este plan debe incluir responsables, tiempos y recursos necesarios.

### **9. Seguimiento y revisión:**

Una vez implementadas las mejoras, es vital realizar un seguimiento para evaluar su impacto. Establecer un cronograma de revisión periódica (por ejemplo, cada semestre) para asegurar que el programa continúa evolucionando y adaptándose a las necesidades de los estudiantes y la comunidad.

Al seguir esta metodología, se garantiza una validación exhaustiva y estructurada del programa "After School", permitiendo que se realicen ajustes informados y se optimice su oferta y ejecución.

#### **4.3. Muestra**

La muestra implica a 30 padres de familia. Las encuestas se diseñan para medir la satisfacción, percepciones y áreas de mejora de la campaña diseñada y

mostrada.

#### **4.4. Formularios**

##### **Reconocimiento de la campaña:**

¿Recuerda haber visto o escuchado algo sobre el programa "After School" del Colegio William Shakespeare en los últimos meses?

##### **Asociación de mensaje:**

Al pensar en el programa "After School", ¿cuál es la primera idea o mensaje que le viene a la mente?

##### **Percepción del concepto creativo:**

En una escala del 1 al 5, cuánto le atrajo el slogan "Descubre, aprende y ponte en movimiento".

##### **Medios de comunicación:**

¿A través de qué medio(s) se enteró principalmente de la campaña del programa "After School"? (Por ejemplo: redes sociales, radio, eventos escolares, etc.)

##### **Influencia en la decisión:**

¿Hasta qué punto la campaña influyó en su decisión de considerar la inscripción de su hijo(a) en el programa "After School"?

**Claridad del mensaje:**

¿Considera que el mensaje de la campaña fue claro en cuanto a los beneficios de la actividad física y la reducción del sedentarismo?

**Componente emocional:**

¿La campaña despertó alguna emoción o sentimiento en usted respecto a la importancia de mantener a su hijo(a) activo después de clases?

**Recomendación:**

¿Recomendaría el programa "After School" a otros padres basándose en la información y sensaciones que obtuvo de la campaña?

**Aspectos mejorables:**

¿Hay algún aspecto de la campaña que considere que podría mejorarse o que no fue de su agrado?

**Participación:**

Después de haber estado expuesto a la campaña, ¿asistió o tiene planes de asistir a algún evento de puertas abiertas o actividad relacionada con el programa "After School"?

#### 4.5 Análisis del resultado de validación

En la Tabla 7 y Figura 1 se muestran los resultados obtenidos del cuestionario aplicado a los padres de familia, en referencia del siguiente ítem: ¿Recuerda haber visto o escuchado algo sobre el programa "After School" del Colegio William Shakespeare en los últimos meses?, al respecto los resultados reflejan que un 97% lo conocen y el 3% respondió negativamente.

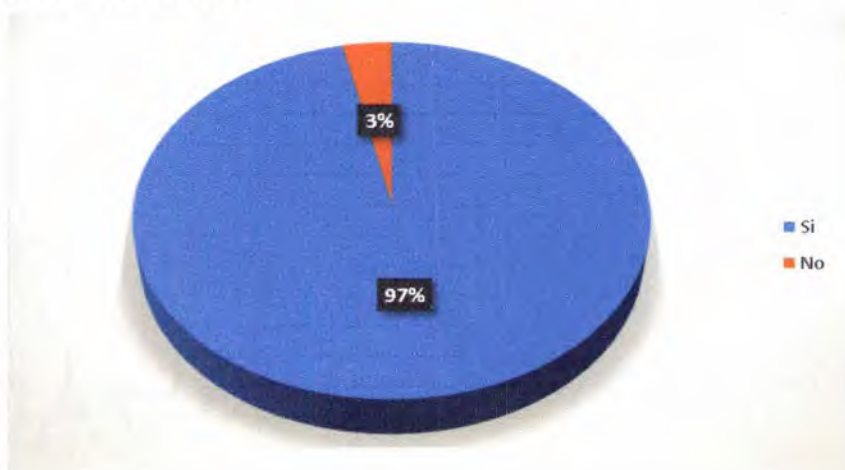
**Tabla 7.**

*Conocimiento que poseen los padres de familia con relación a las actividades extracurriculares.*

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Sí	29	97
No	1	3
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

**Figura 1.**

*Conocimiento que poseen los padres de familia con relación a las actividades extracurriculares.*



En la Tabla 8 y Figura 1 se muestran los resultados obtenidos del cuestionario aplicado a los padres de familia, cuando se les indicó que conocimiento tienen con respecto a las actividades extracurriculares ¿cuál es la primera idea o mensaje que le viene a la mente?, señalando un 100% que es un programa que promueve la salud. Es positivo el hecho que ninguno lo considera como un programa que sólo cuida a sus hijos después de clases.

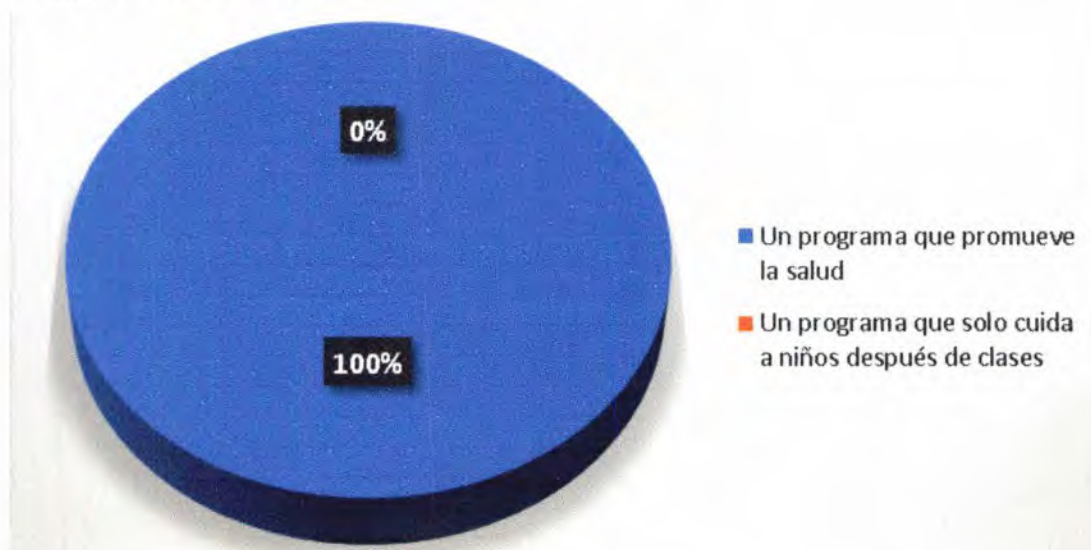
**Tabla 8.**

*Opiniones de los encuestados en relación con el mensaje que brinda el Programa "After School".*

<b>Opciones</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Un programa que promueve la salud	30	100
Un programa que solo cuida a niños después de clases	0	0
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

**Figura 2.**

*Opiniones de los encuestados en relación con el mensaje que brinda el Programa "After School"*



La valoración del concepto: "Descubre, aprende y ponte en movimiento". Para promover la actividad física en niños, fue catalogada en la escala de 5 por el 100% de los padres de familia, como se muestra en la Tabla 9 y Figura 3.

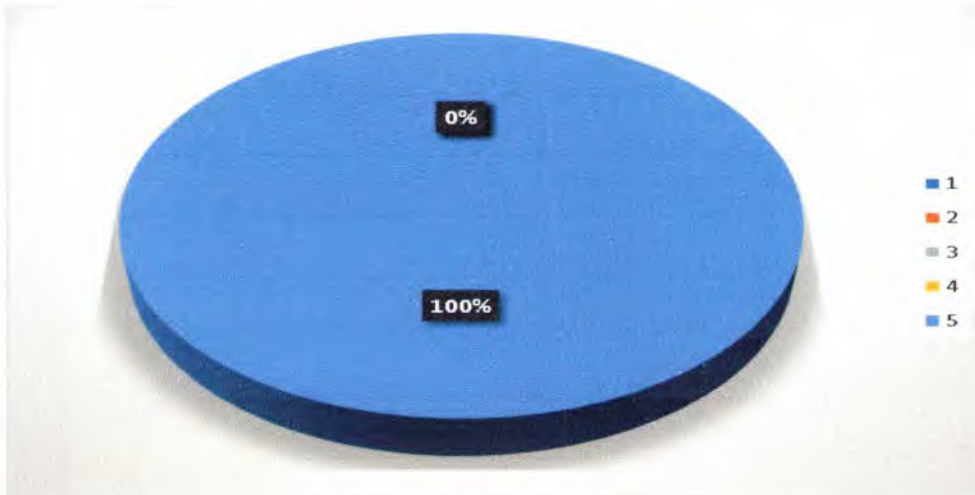
**Tabla 9.**

*Opiniones de los encuestados en relación con el concepto: "Descubre, aprende y ponte en movimiento". para promover la actividad física en niños*

Opciones	Respuestas	Porcentaje
1	0	0
2	0	0
3	0	0
4	0	0
5	30	100
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

**Figura 3.**

*Opiniones de los encuestados en relación con el concepto "Descubre, aprende y ponte en movimiento". Para promover la actividad física en niños*



En cuanto a los medios por los cuales los padres de familia prefieren recibir información sobre la campaña del Programa 'After School', el 100% de los encuestados manifestó que prefieren hacerlo a través de las redes sociales. Ninguno indicó preferir la radio, la televisión o algún evento escolar, como se muestra en la Tabla 10.

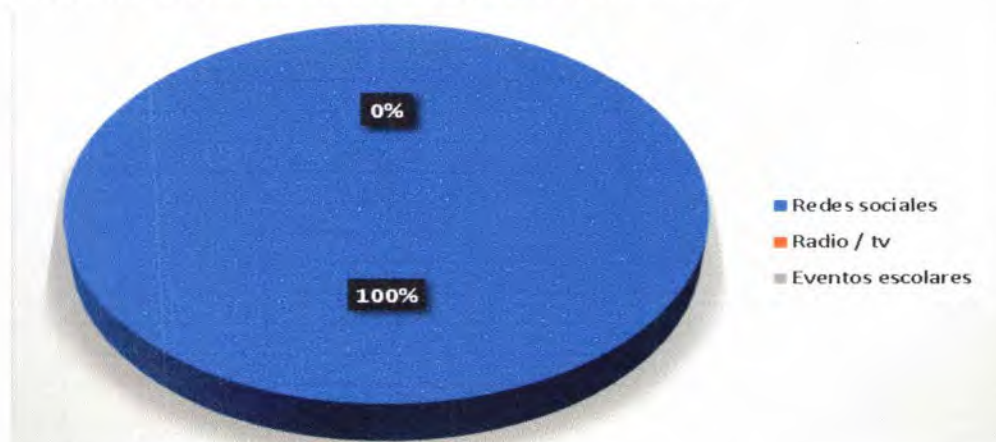
**Tabla 10.**

*Medios preferidos para brindar información de la campaña del programa "After School"*

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Redes sociales	30	100
Radio / tv	0	0
Eventos escolares	0	0
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

**Figura 4.**

*Medios utilizados por la campaña del programa "After School" por los que prefieren recibir información los padres de familia.*



La Tabla 11 y la Figura 5 muestran los resultados de las opiniones de los padres de familia en relación con la influencia que tuvo la campaña del Programa 'After School' en su decisión de inscribir a sus hijos. El 97% opinó que la campaña influyó totalmente, mientras que el 3% restante indicó que influyó "un poco".

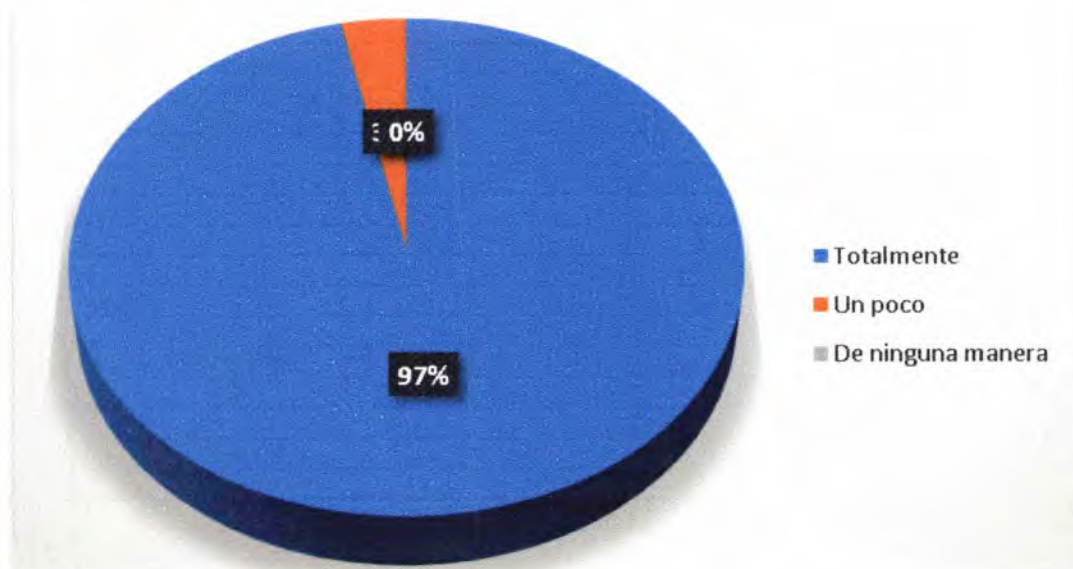
**Tabla 11.**

*La campaña influyó en la decisión de los padres de familia para considerar la inscripción de su hijo(a) en el programa "After School".*

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Totalmente	29	97
Un poco	1	3
De ninguna manera	0	0
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

**Figura 5.**

*La campaña influyó en la decisión de los padres de familia para considerar la inscripción de su hijo(a) en el programa "After School".*



En cuanto a la percepción de los padres de familia sobre el mensaje de la campaña del Programa 'After School' relacionado con los beneficios de la actividad física y la reducción del sedentarismo, el 100% respondió afirmativamente, como se muestra en la Tabla 12 y en la Figura No. 6.

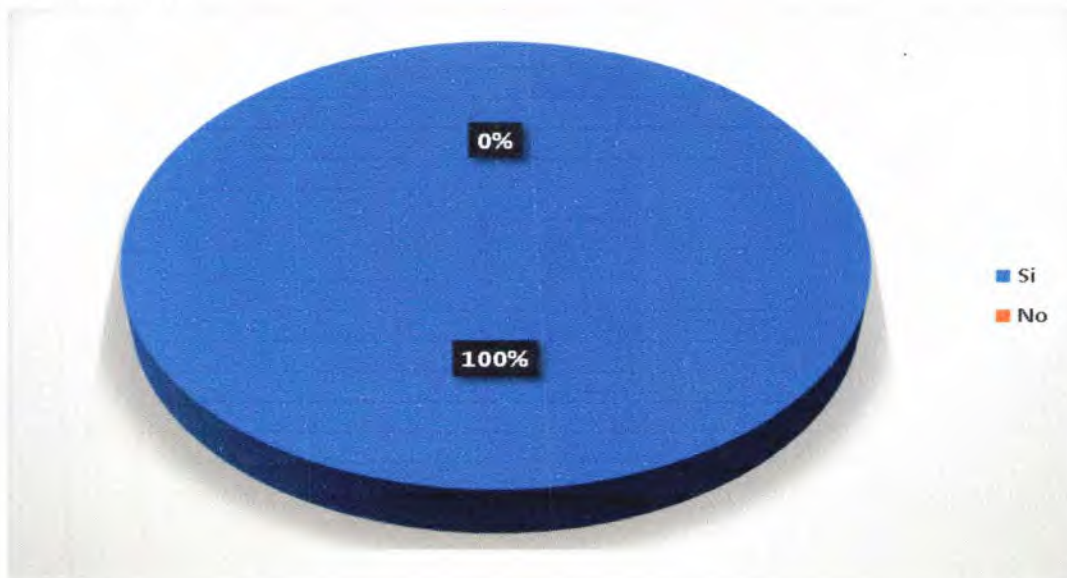
**Tabla 12.**

Opinión de los padres de familia en cuanto a si el mensaje de la campaña fue o no claro en cuanto a los beneficios de la actividad física y la reducción del sedentarismo,

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Sí	30	100
No	0	0
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

**Figura 6.**

Opinión de los padres de familia en cuanto a si el mensaje de la campaña fue o no claro en cuanto a los beneficios de la actividad física y la reducción del sedentarismo.



En cuanto a los sentimientos y emociones que experimentaron los padres de familia con la campaña del Programa 'After School', como se muestra en la Tabla 13 y la Figura 7, el 100% respondió afirmativamente sobre su deseo de mantener a sus hijos activos después de clases. Estos resultados son favorables, ya que, como señala Codina (2019), 'las emociones en marketing juegan un papel vital para que los usuarios conecten con las marcas de una forma personal y humana' (párr. 23).

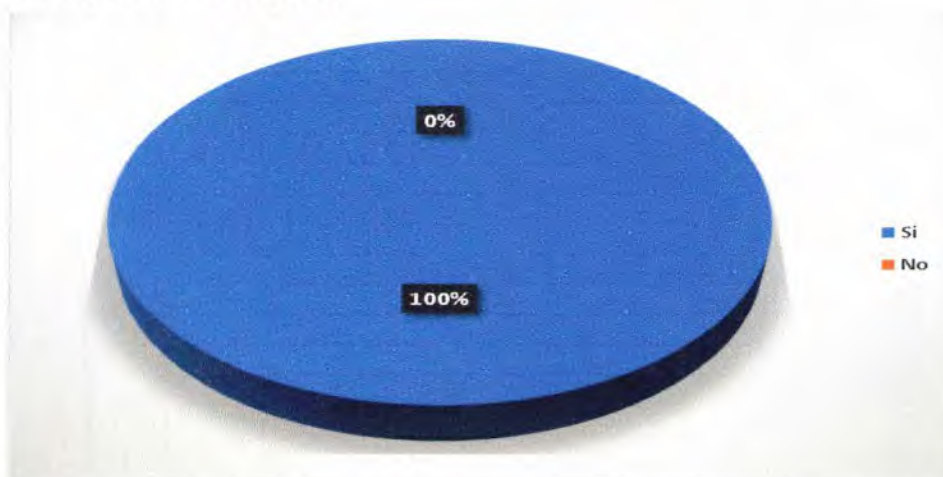
**Tabla 13.**

*Opinión de los padres de familia con respecto a las emociones y sentimientos que les provocó la campaña publicitaria y que determinó la permanencia o no de sus hijos en el programa.*

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Sí	30	100
No	0	0
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

**Figura 7.**

*Opinión de los padres de familia con respecto a las emociones y sentimientos que les provocó la campaña publicitaria y que determinó la permanencia o no de sus hijos en el programa.*



El 100% de los padres de familia cuyos hijos participaron en el programa 'After School' recomendaría el programa a otros padres, como se observa en la Tabla 14 y la Figura 8.

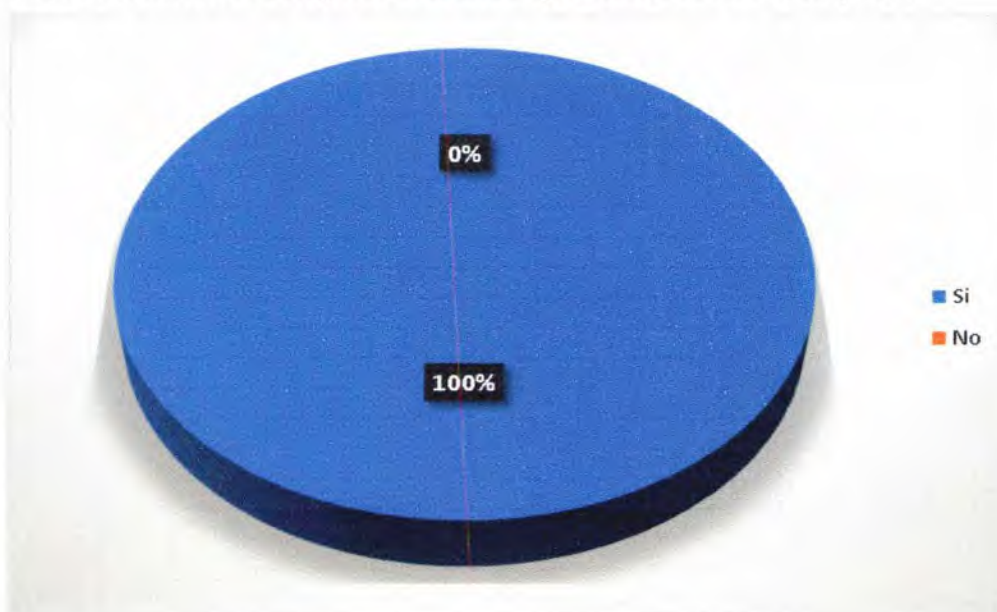
**Tabla 14.**

*Recomendación que darían los padres de familia del programa "After School" en base a la información y sensaciones que obtuvo de la campaña.*

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Sí	30	100
No	0	0
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

**Figura 8.**

*Recomendación que darían los padres de familia del programa "After School" en base a la información y sensaciones que obtuvo de la campaña.*



En la Tabla 15 y la Figura 9 se evidencia que el 100% de los padres de familia asistiría a algún evento de puertas abiertas o actividad relacionada con el Programa 'After School'. Este resultado es favorable, ya que indica que la campaña está logrando el propósito deseado

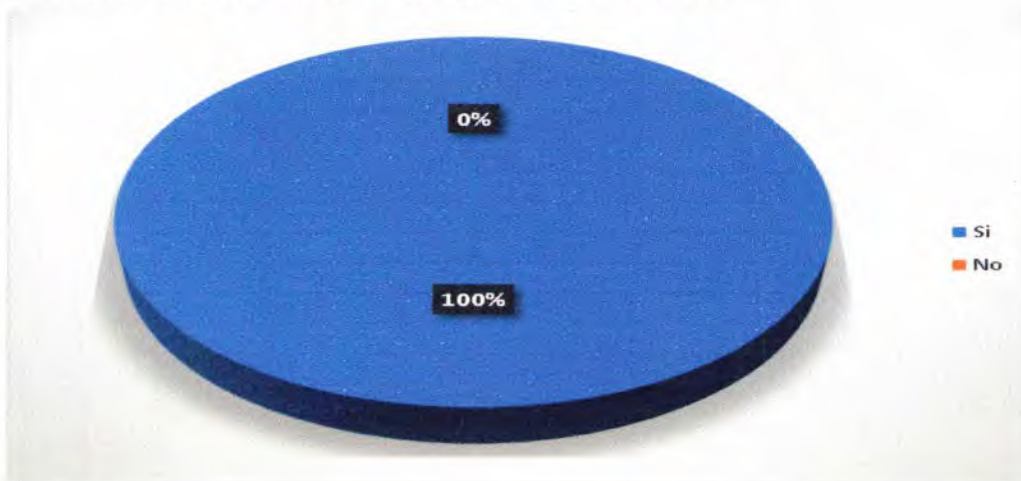
**Tabla 15.**

*Participación a futuro de los encuestados en eventos de puertas abiertas o actividad relacionada con el programa "After School".*

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Sí	30	100
No	0	0
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

**Figura 9.**

*Participación a futuro de los encuestados en eventos de puertas abiertas o actividad relacionada con el programa "After School".*



#### **4.6. Ajustes**

##### **1. Identificación y priorización de áreas de mejora**

- Responsable: equipo de Coordinación del programa.
- Analizar la retroalimentación y las recomendaciones recogidas para identificar las principales áreas de mejora.

- Priorizar las mejoras basadas en su impacto y viabilidad.
- Tiempo: 2 semanas.
- Recursos: resultados de encuestas, retroalimentación, software de análisis de datos, sala de reuniones para discusiones.

## **2. Diseño de intervenciones**

- Responsable: equipo de Coordinación en colaboración con docentes y entrenadores.
- Detallar las acciones específicas a tomar para abordar cada área de mejora identificada.
- Tiempo: 4 semanas.
- Recursos: equipos de trabajo especializados, herramientas de diseño de programas, software de planificación.

## **3. Capacitación del personal**

- Responsable: equipo de Recursos Humanos y Coordinación del programa.
- Organizar sesiones de capacitación para que el personal esté al tanto de las mejoras y sepa cómo implementarlas.
- Tiempo: 3 semanas.

- Recursos: material de capacitación, expertos en cada área de mejora, salas de capacitación, herramientas de evaluación de capacitación.

#### **4. Comunicación a padres y estudiantes**

- Responsable: equipo de Comunicaciones y Relaciones Públicas.
- Informar a los padres y estudiantes sobre las mejoras que se implementarán, asegurando que estén al tanto y puedan proporcionar retroalimentación adicional.
- Tiempo: 1 semana.
- Recursos: plataformas de comunicación digital (correo electrónico, redes sociales), folletos impresos, reuniones informativas.

#### **5. Implementación de mejoras**

- Responsable: todo el personal involucrado en el programa "After School".
- Poner en práctica las intervenciones diseñadas y las capacidades adquiridas durante la capacitación.
- Tiempo: inicio del siguiente semestre o año académico.
- Recursos: recursos materiales y humanos necesarios para cada intervención específica.

## **6. Monitorización y ajustes**

- Responsable: equipo de Coordinación y Evaluación.
- Monitorizar el impacto de las mejoras implementadas.
- Realizar ajustes según sea necesario basado en la retroalimentación continua.
- Tiempo: durante todo el semestre o año académico.
- Recursos: herramientas de seguimiento y evaluación, software de análisis, retroalimentación continua de padres y estudiantes.

## **7. Evaluación final**

- Responsable: equipo de Evaluación y Coordinación.
- Al final del período, evaluar el impacto total de las mejoras implementadas y determinar las áreas de éxito y las que requieren más atención.
- Tiempo: final del semestre o año académico.
- Recursos: encuestas, grupos focales, software de análisis de datos.

## **8. Documentación y preparación para el próximo ciclo**

- Responsable: Equipo de Coordinación.
- Documentar todo el proceso, las lecciones aprendidas y las áreas de mejora identificadas para el próximo ciclo.

- Tiempo: 2 semanas después de la evaluación final.
- Recursos: herramientas de documentación, reuniones de reflexión y análisis.

Con este plan de implementación de mejoras, el programa "After School" puede evolucionar y adaptarse continuamente a las necesidades y expectativas de los estudiantes y sus familias, asegurando la entrega de un programa de alta calidad y relevancia.

#### **4.6 Validación del proyecto**

Objetos de la validación

Es fundamental que la propuesta de campaña 'After School: actividades extracurriculares para niños del Colegio William Shakespeare de La Chorrera sea avalada por profesionales de distintas áreas. Los expertos emitirán sus opiniones para realizar los ajustes necesarios en las piezas y estrategias presentadas. Validarán si los materiales de la campaña, los mensajes y las actividades corresponden a las necesidades de esta. Asimismo, evaluarán si la línea gráfica cumple con las expectativas de la campaña para la institución. Por último, reconocerán si las piezas y actividades incentivan a los padres de familia y estudiantes a participar en las actividades extracurriculares

Metodología

La validación de la campaña "After school" actividades extracurriculares para niños y niñas del Colegio William Shakespeare de la Chorrera, será realizada por medio de una entrevista a profesionales de distintas áreas (productor audiovisual,

fotógrafo/diseñador gráfico y coordinador de actividades extracurriculares en escuelas particulares)

Se les envió mediante correo electrónico a los expertos un formulario de evaluación, el cual es una rúbrica que analiza los siguientes aspectos: alcance del mensaje, elementos gráficos (materiales visuales, paleta de colores, fotografías, tipografía, entre otros), realización de la campaña, entre otros.

La rúbrica contiene la siguiente escala para cada área a evaluar:

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Deficiente
- No aplica (N/A)

La rúbrica incluye un espacio junto a cada elemento evaluado para que los expertos emitan su opinión. Estas opiniones serán tomadas en cuenta para realizar las modificaciones necesarias a partir de la revisión, con el objetivo de cumplir con todos los requisitos para la campaña 'After School: Actividades Extracurriculares para niños del Colegio William Shakespeare de La Chorrera.

#### **4.7 Muestra**

Para la validación de la campaña, se contó con la participación de los siguientes expertos:

- Lic. Ninibeth Ríos: Especialista en Producción audiovisual.
- Lic. Leonel Villarreal: Especialista en Diseño gráfico y fotografía.
- Lic. Johan Hernández: Coordinador de actividades extracurriculares en colegio particular.

#### 4.8 Análisis de los resultados de validación

##### Formulario: Especialista en Producción audiovisual

Rúbrica para evaluar la campaña "After school" actividades extracurriculares para niños y niñas del Colegio William Shakespeare de la Chorrera.

Aspectos a evaluar	E	B	R	D	N/A	Observaciones o recomendaciones
¿Considera que la propuesta estratégica utilizada en la campaña logra enviar el mensaje adecuado para incentivar las actividades extracurriculares?		X				La propuesta es excelente, me da una recomendación seria, detallar un poco cuáles serían esas actividades extracurriculares
¿Qué opina de los materiales visuales utilizados en la campaña?	X					
¿Considera que la comunicación estratégica utilizada es adecuada para el target?	X					
¿Considera que se deben mejorar los materiales visuales?		X				Buscar capules por actividades, lograr cubrir cada nicho en cuanto a los nichos

E: EXCELENTE B: BUENO R: REGULAR D: DEFICIENTE N/A: NO APLICA

*Vanessa*  
8-855-2147

**Formulario: Especialista en Diseño gráfico y fotografía.**

Rúbrica para evaluar la campaña "After school" actividades extracurriculares para niños y niñas del Colegio William Shakespeare de la Chorrera.

Aspectos a evaluar	E	B	R	D	N/A	Observaciones o recomendaciones
Impacto visual de la campaña		✓				Usar más sombra
¿El mensaje es claro?		✓				hacer falta el slogan
Ortografía adecuada	✓					
Redacción clara y breve	✓					
Tipografía y tamaño de los textos	✓					Amigable y dinámica
Fotografías adecuadas a la campaña	✓					
Diseños proporcionales al espacio y formato		✓				A excepción de los cupes todo está bien
Uso de paleta de colores						Usar paleta en roll up
Creatividad en el manejo de los materiales visuales	✓					Buenas elecciones de elementos
¿Considera que los materiales visuales son correspondientes a la campaña?	✓					

E: EXCELENTE B: BUENO R: REGULAR D: DEFICIENTE N/A: NO APLICA

Leonel Villarreal  
 0-713-1325

**Formulario: Especialista en Coordinación de actividades extracurriculares en Colegio particular.**

Rúbrica para evaluar la campaña "After school" actividades extracurriculares para niños y niñas del Colegio William Shakespeare de la Chorrera.

Aspectos a evaluar	E	B	R	D	N/A	Observaciones o recomendaciones
¿Considera que la campaña es adecuada con respecto a las actividades que se desean realizar?	✓					Definir con claridad si los participantes son exclusivos del colegio o si se puede incluir estudiantes de fuera
¿Considera que los diseños son coherentes con respecto a la propuesta?	✓					llamare mucho la atención y están abrumados con la estrategia
¿Cree usted que la campaña transmite el mensaje correctamente?		✓				
¿Considera usted que las actividades extracurriculares planteadas en este proyecto son adecuadas para los estudiantes?	✓					Una propuesta muy buena y excelente selección de actividades ya que aportan a la formación estudiantil
¿Recomienda la ejecución de esta campaña?	✓					Deberían implementar esta propuesta a nivel nacional

E: EXCELENTE B: BUENO R: REGULAR D: DEFICIENTE N/A: NO APLICA

*Johan Hernández*

## CONCLUSIONES

El panorama educativo contemporáneo demanda enfoques innovadores que trasciendan las paredes del aula y el horario escolar tradicional. El programa "After School" del Colegio William Shakespeare de La Chorrera surge como respuesta a esta demanda, ofreciendo un espacio donde la educación y la actividad física convergen, promoviendo el desarrollo integral de los estudiantes y combatiendo el sedentarismo. La relevancia y el impacto de este programa destacaron la necesidad de una campaña estratégica bien estructurada para su efectivo posicionamiento. Esta tesis ha examinado, diseñado y evaluado dicha campaña desde sus cimientos hasta su ejecución.

Las investigaciones actuales en el ámbito educativo y de salud pública han resaltado los riesgos asociados al sedentarismo en niños y jóvenes. Estos riesgos, que van desde problemas de salud física hasta desafíos emocionales y cognitivos, son un llamado de atención para las instituciones educativas y las familias. El programa "After School", con su enfoque en la actividad física y el aprendizaje experiencial, se posiciona como una solución viable y efectiva a este desafío.

A lo largo de esta investigación, se adoptó un enfoque metodológico riguroso, desde la revisión bibliográfica hasta la recopilación y análisis de datos primarios. Se diseñó una campaña basada en investigaciones exhaustivas sobre el público objetivo, estableciendo un mensaje claro y directo: "Después de Clase, ¡En Movimiento!". Esta campaña no solo buscó aumentar la notoriedad del programa, sino también generar un cambio en la percepción y actitud hacia la actividad física después de la jornada escolar regular.

El proceso de validación reveló aspectos esenciales sobre el impacto y la percepción de la campaña. Los instrumentos de medición, como encuestas y grupos focales, proporcionaron insights valiosos sobre cómo fue recibida por los padres y estudiantes, y qué áreas requerían mejoras o ajustes.

Uno de los hallazgos más significativos fue la clara correlación entre la efectividad de la campaña y el aumento en las inscripciones al programa "After School". Además, se observó un cambio notable en la actitud de padres y estudiantes hacia la actividad física después de clases, con muchos reconociendo los beneficios a largo plazo de mantener un estilo de vida activo.

Sin embargo, como toda investigación, este estudio no estuvo exento de limitaciones. A pesar de haber adoptado un enfoque exhaustivo y utilizar múltiples instrumentos de recolección de datos, siempre existe margen para expandir el alcance y la profundidad de la investigación, considerando, por ejemplo, la perspectiva de otros colegios con programas similares o la inclusión de expertos en actividad física y pedagogía en el análisis.

El programa "After School" del Colegio William Shakespeare de La Chorrera representa una iniciativa prometedora para abordar los desafíos del sedentarismo en la población estudiantil. La campaña estratégica diseñada y evaluada en esta tesis ha demostrado ser una herramienta valiosa para posicionar el programa, influir en las actitudes y comportamientos de la comunidad escolar, y promover un futuro más activo y saludable para los estudiantes. Se espera que este estudio sirva como referencia y guía para futuras iniciativas que busquen combinar la educación y la actividad física en un contexto escolar, contribuyendo al bienestar y desarrollo integral de las próximas generaciones.

## RECOMENDACIONES

A continuación, se presentan las recomendaciones basadas en la tesis sobre la Campaña Estratégica para el Posicionamiento del Proyecto "After School" del Colegio William Shakespeare de La Chorrera.

Expansión del programa: dado el impacto positivo y la respuesta favorable hacia el programa "After School", se recomienda considerar su expansión, tanto en términos de horarios como en la diversidad de actividades ofrecidas, para satisfacer una mayor demanda y adaptarse a las diferentes preferencias y necesidades de los estudiantes.

Capacitación del personal: es esencial garantizar que el personal encargado de las actividades del programa esté adecuadamente capacitado y actualizado en las mejores prácticas pedagógicas y de actividad física. Se sugiere establecer programas de formación continua.

Evaluación periódica: para asegurar que el programa siga siendo relevante y efectivo, se debe establecer un sistema de evaluación periódica que involucre el feedback de estudiantes, padres y educadores.

Fortalecimiento de la presencia online: dada la creciente influencia de los medios digitales, se recomienda fortalecer la presencia en línea del programa, incluyendo la creación de contenido interactivo, plataformas de seguimiento para padres y, posiblemente, aplicaciones móviles para el monitoreo de actividades.

Colaboración con expertos: integrar a expertos en áreas relacionadas con la actividad física, nutrición y pedagogía para enriquecer el programa y ofrecer

sesiones especiales o talleres temáticos.

**Adecuación de instalaciones:** asegurarse de que las instalaciones y espacios utilizados para el programa sean seguros, adecuados y estimulantes para las actividades físicas. Si es necesario, considerar inversiones en infraestructura o alianzas con instalaciones deportivas cercanas.

**Comunicación con los padres:** mantener canales de comunicación abiertos y directos con los padres para informar sobre el progreso del programa, así como para recibir sugerencias y atender preocupaciones.

**Segmentación de actividades:** considerar la posibilidad de segmentar algunas actividades por edad o nivel de habilidad, garantizando que todos los estudiantes se sientan cómodos y desafiados de manera adecuada.

**Inculcar valores:** más allá de la actividad física, se puede utilizar el programa para inculcar valores como el trabajo en equipo, el respeto, la disciplina y la perseverancia. Integrar actividades o dinámicas que refuercen estos valores.

**Colaboraciones externas:** buscar colaboraciones con organizaciones locales, clubes deportivos o entidades gubernamentales relacionadas con el deporte y la educación. Estas alianzas pueden ofrecer recursos adicionales, experiencia o incluso oportunidades de becas y reconocimientos para los estudiantes.

**Inclusividad:** asegurarse de que el programa sea inclusivo y atienda a estudiantes con diversas habilidades y necesidades. Considerar la integración de actividades adaptadas o la capacitación específica para atender a estudiantes con necesidades especiales.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ávila, C. (29 de mayo de 2023). *Más de 24 mil jóvenes abandonaron sus estudios en los últimos tres años*. Mi Diario [Más de 24 mil jóvenes abandonaron sus estudios en los últimos tres años \(midiario.com\)](https://www.midiario.com/mas-de-24-mil-jovenes-abandonaron-sus-estudios-en-los-ultimos-tres-anos/)
- Bayro, A. (2019). *Importancia de las actividades extracurriculares en el desarrollo integral de niños y adolescentes*. <https://cpal.edu.pe/colegio-antares/articulo/importancia-de-las-actividades-extracurriculares-en-el-desarrollo-integral-de-los-ninos-y-adolescentes/>
- Cetina, C. y Moreno, J. (2015). Adaptación en adolescentes que practican actividad física frente a los que no practican. *Informes Psicológicos*, 15(1), 31-46. <https://doi.org/10.18566/infpsicv15n1a02>.
- Codina, N. (2019). *El marketing emocional y los sentimientos que puede provocar*. Recuperado 23/10/2023. <https://es.semrush.com/blog/emociones-marketing-ejemplos/>
- Denaul, A. S. y Guay, F. (2017). Motivation towards extracurricular activities and motivation at school: A test of the generalization effect hypothesis. *Journal of Adolescence*, 54, 94-103. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.11.013>.
- Duncan, S. (2000). *Family Matters: What is the Role of Extracurricular Activities?* Montana, EEUU: State University.
- Forero, I. (2009). Actividades extracurriculares: un camino eficaz para fortalecer el conocimiento en la práctica universitaria. *Laberinto*, Vol.9, No.1.
- Gillman, R. (2001). The Relationship between Life Satisfaction, Social Interest, and Frequency of Extracurricular Activities among Adolescent Students. *Journal of Youth and Adolescence*, 749-767.
- Hughes, J. N., Cao, Q. y Kwok, O. (2016). Indirect effects of extracurricular participation on academic adjustment via perceived friends' prosocial norms. *Journal of Youth and Adolescence*, 45(11). <https://doi.org/10.1007/s10964-016-0508-0>. [ Links ]

- King's College Panamá (2016). *Las actividades extracurriculares más demandadas en los colegios privados de Panamá*. <https://colegiopanama-college.com.pa/ias-actividades-extracurriculares-mas-demandadas-en-los-colegios-privados-de-panama/>
- Knuth, A. & Hallal, P. (2009). Temporal trends in physical activity: a systematic review. *J Phys Act Health*, sep 6(5), doi: 10.1123/jpah.6.5.548.
- Mota, J. & Esculcas, C. (2002). Leisure-time physical activity behavior: structured and unstructured choices according to sex, age, and level of physical activity. *Int J Behav Med*, 9 (2) doi: 10.1207/s15327558ijbm0902\_03.
- Pavlova, M. K. y Silbereisen, R. K. (2015). Leisure activities choices among adolescents. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 2nd edition, 13, 830-837. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08->
- Raza Carrillo, D. F. (2019). Actividades extraescolares y autoeficacia en niños, niñas y adolescentes: el caso de una escuela en Quito-Ecuador. *Revista ABRA*, 39(59), 73-86. <https://doi.org/10.15359/abra.39-59.4>
- Samaniego, A. (2023). *La pandemia agigantó la brecha educativa entre el sector Oficial y particular*. La prensa (23 de octubre de 2023)
- Sedentarismo y obesidad son algunos efectos nocivos en niños por la pandemia (2021). Los Ángeles Times. [Sedentarismo y obesidad son algunos efectos nocivos en niños por la pandemia los Ángeles Times](#)
- Vargas, E. (2014). *Importancia de las actividades extracurriculares*. <https://acento.com.do/opinion/importancia-de-las-actividades-extracurriculares-3389873.html>

# **ANEXOS**

Logo :



Punto de información :



Comercialización :







Redes sociales y página web:





After School  
1.800.478.1111 • @afterschool



¿Sabes qué es el After School?  
[#AfterSchool](#) [#Panama](#) [#LaChorrera](#)

see all 350 comments

4 DAYS AGO





**AFTER  
SCHOOL**

**DESCUBRE**

**APRENDE**

**PONTE EN  
MOVIMIENTO**







Evento de clausura:

