



NO SEAS TU PROPIO MURO
Campaña Social para la Disminución de la Deserción Escolar en el Richard Neumann
Ruíz, Anayka – Lombardo H., Gloria

UNIVERSIDAD DE PANAMÁ
VICERRECTORIA DE INVESTIGACIÓN Y POST- GRADO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MAESTRÍA EN PUBLICIDAD ESTRATEGICA Y CREATIVA

PROYECTO DE INTERVENCIÓN
“CAMPAÑA SOCIAL ESTRATEGICA PARA DISMINUIR LA DESERCIÓN
ESCOLAR A NIVEL DE MEDIA EN EL COLEGIO RICHARD NEUMANN”

Presentado por:

MGTER. ANAYKA RUÍZ
LICDA. GLORIA LOMBARDO H.

Trabajo Final:

Para optar por el título de Maestría
Publicidad Estratégica y Creativa.

Panamá, diciembre 2018



**VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO FACULTAD DE
COMUNICACIÓN SOCIAL**

VEREDICTO

Yo, MGTR. MARTA RODRÍGUEZ en mi condición de Tutora Académica, designado por el Departamento de Investigación y Postgrado de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá, para orientar y evaluar el Trabajo especial de grado realizado por ANAYKA GISELA RUIZ y GLORIA YASIBEL LOMBARDO HERNÁNDEZ apruebo la **“PROPUESTA DE CAMPAÑA SOCIAL ESTRATEGICA PARA DISMINUIR LA DESERCIÓN ESCOLAR A NIVEL DE MEDIA EN EL COLEGIO RICHARD NEUMANN”** que presentan las mencionadas Licenciadas, de acuerdo con las normas vigentes aprobadas para la evaluación de los trabajos especiales de grado para optar por el Título de Maestría en Publicidad Estratégica y Creativa.

Conforme firmo en representación del Tribunal Examinador en Ciudad de Panamá, 2018.

ANAYA RUIZ
Calificación: () _____

GLORIALOMBARDO
Calificación: () _____

Observaciones: _____

Mgtr. Prof. Marta Rodríguez

Tutora Académica



NO SEAS TU PROPIO MURO
Campaña Social para la Disminución de la Deserción Escolar en el Richard Neumann
Ruíz, Anayka – Lombardo H., Gloria

DEDICATORIA



Dedico este proyecto de intervención al Dios de Israel y a la Santísima Virgen María en la advocación de Nuestra Señora de la Asunción. También a mi Madre, a mi Padre (Q.E.P.D.) en especial a mis hermanos sobre todo a mi hermano Rodolfo con gran cariño por todo el apoyo que me ha brindado, a mi esposo, hijos, a mi nuera y en especial a mis 4 hermosos e inteligentes nietos: María Belén, Ian, David y Kairos Quiñones.

MGTR. ANAYKA RUIZ

Dedico cada uno de mis logros a Dios Padre Todopoderoso, ha sido siempre mi ancla y mi soporte y desde que elegí cursar esta maestría su presencia se ha manifestado con abundante gracia y me ha hecho perseverar a lo largo del camino.

A mis padres Jacinto Lombardo y Rosa Hernández, quienes como instrumento de amor y constancia han depositado su confianza en mí, también a mi esposo Omar Olivares mi acompañante abnegado, A: Juliana, Sharlaine e Hilary. Que me han apoyado y aconsejado en cada uno de mis pasos.

“Dios les bendiga y muchas gracias”

LICDA. GLORIA LOMBARDO



NO SEAS TU PROPIO MURO
Campaña Social para la Disminución de la Deserción Escolar en el Richard Neumann
Ruíz, Anayka – Lombardo H., Gloria

AGRADECIMIENTO



v

Primeramente, le quiero agradecer al Dios de Israel y a su Madre Santísima en la advocación de nuestra Señora de la Asunción. También quiero darles las gracias a mis Padres Aníbal (Q. E:P. D.) y Mireya de Ruíz que inculcó en mi corazón el deseo de superación, en especial a mi hermano Rodolfo que de una u otra forma he recibido su apoyo incondicional. A los docentes que fueron artífices de mi aprendizaje ya que nos proporcionaron sus conocimientos.

MGTR. ANAYKA RUIZ

Agradezco a Dios Todopoderoso por iluminar mi camino y siempre estar presente, por medio de su divina providencia en mi vida. A mis padres, A mis hermanas por incentivar me, animarme y ayudarme a finalizar este proyecto. A mis profesores de la maestría por sus valiosos conocimientos, a mi compañera Anayka Ruíz por su tolerancia, esmero y comprensión durante el proceso de este proyecto de intervención, A mi esposo Omar Olivares R. por su apoyo incondicional. A todos Gracias por sus ánimos y su fe en mi para continuar cultivando con ahínco y emoción estos anhelos a beneficio profesional, personal y espiritual.

“Dios les bendiga y muchas gracias”

LICDA. GLORIA LOMBARDO



NO SEAS TU PROPIO MURO
Campaña Social para la Disminución de la Deserción Escolar en el Richard Neumann
Ruíz, Anayka – Lombardo H., Gloria

INDICE



INDICE

	Página
Hoja de aprobación	i
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	v
Índice general	vii
Resumen	xi
Introducción	xiii

CAPÍTULO I. ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO

1. GENERALIDADES DEL PROYECTO

1.1. Antecedentes del Proyecto	1
1.2. Presentación del Proyecto	4
1.3. Análisis Situacional	5
1.4. Descripción del problema general	8
1.5. Definición del problema	11
1.6. Objetivos del proyecto	12
1.6.1 Objetivo General	12
1.6.2 Objetivos específicos	12
1.6. Justificación del Proyecto	12
1.7. Cronograma de Actividades	14
1.8. Financiamiento	17

2. CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN, DESERCIÓN ESCOLAR EN EL COLEGIO RICHARD NEUMANN

2.1. Campaña de comunicación	18
2.1.1 Definición	18



2.1.2	Elementos de la campaña	19
2.1.2.1	Los elementos que componen una campaña social	19
2.1.2.2.	Las etapas de una campaña social	20
2.1.2.3	Características que deben tomarse en cuenta para elaborar diferentes materiales de difusión	20
	➤ Partes o elementos que lo conforman	20
	➤ Requisitos por cubrir para la creación	21
2.2.	Campaña social	21
2.2.1	Comunicación estratégica	
2.2.2	Parámetros comunicacionales para una campaña De publicidad social	22
2.2.3.	Etapas de investigación	23
2.3.	Marco Legal	23
2.4.	Educación Escolar	27
2.5.	Colegio Richard Neumann de la ciudad de Panamá	29
2.5.1	Historia	29
2.5.2	Identidad	30

CAPÍTULO II. ESTUDIO DE LA DESERCIÓN ESCOLAR EN EL COLEGIO RICHARD NEUMANN DE LA CIUDAD DE PANAMÁ.

2. ASPECTOS METODOLOGICOS

2.1.	Planteamiento del Problema	33
2.2.	Situación Actual	35
2.3	Formulación del Problema	37
2.3.1.	Preguntas Principales	38
2.3.2.	Sub Preguntas	38
2.4.	Objetivos Generales	39
2.4.1.	Objetivos Específicos	39
2.5	Justificación	39
2.6.	Clase de estudio	41
	Hipótesis	41



2.8. Variables Operacionales	42
2.8.1 Variables Conceptuales	42
2.9 Población, Muestra y Muestreo	44
2.10. Instrumento	48
2.11. Prueba piloto	49
2.12. Procedimiento	49
2.12. Análisis de los resultados	50
2.12.1. Análisis de los datos	50
2.12.2. Validación de hipótesis	74
2.13. Conclusiones	79
2.14. Recomendaciones	82

CAPÍTULO III. DISEÑO DE LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PARA PROMOVER LA DISMINUCIÓN DE LA DESERCIÓN ESCOLAR EN EL COLEGIO RICHARD NEUMANN

3. Plan de comunicación estratégica para la Disminución de la Deserción Escolar en el Colegio Richard Neumann

3.1 Presentación	85
3.2 Público Objetivo	85
3.3 Duración de la campaña	86
3.4 Objetivo de la Campaña	87
3.5 Estrategia Creativa	88
3.5.1 Mensaje esencial	88
3.5.2. Soporte Clave	88
3.5.3 Posicionamiento	89
3.5.4 Promesa Básica	89
3.5.5 ReasonWhy	90
3.5.6 Tono	90



X

3.5.8 Concepto creativo	90
3.6 Plan de acción para la campaña de comunicación para promover una campaña social para la Disminución de la Deserción Escolar.	
3.6.1 Elementos que complementan las actividades.	91
3.6.2 Fases de la campaña	95
3.7 Estrategia de Medios	120
3.7.1 Objetivos de medios	120
3.7.2 Plan de Medios	120
3.7.3 Presupuesto Total del Proyecto	121
3.7.4 Financiamiento	121
CAPITULO 4: VALIDACIÓN DE LA CAMPAÑA PARA DISMINUIR LA DESERCIÓN ESCOLAR EN LOS ADOLESCENTES DE 15 A 19 AÑOS DEL COLEGIO RICHARD NEUMANN.	
4. METODOLOGIA E INSTRUMENTO PARA LA VALIDACIÓN	
4.1. Metodología para la validación	124
4.1.1 Descripción del Problema	124
4.1.2 Técnica utilizada para validar el estudio	124
4.1.3 Objetivos de la validación	125
4.1.4 Muestra	125
4.1.5. Instrumento	125
4.1.6 Procedimiento	126
4.2. Análisis de los resultados de la validación	127
4.2.1. Evaluación de los estudiantes	127
4.2.2. Aval y evaluación de las autoridades y profesores	128
4.2.3 Validación de los profesores de la cátedra de mercadotecnia	
Y publicidad	128
4.2.4. Conclusiones de la validación	129
4.2.5. Recomendaciones de la validación	130
CONCLUSIONES	131
RECOMENDACIONES	133
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	134
ANEXOS	136



RESUMEN

La deserción se refiere al abandono de los estudios por parte del estudiante y constituye uno de los problemas a los que se enfrenta la Educación media, pues el hecho de que los estudiantes interrumpen su formación educativa es preocupante, ya que esto repercute en sus vidas en el presente y futuro. Así, la deserción escolar se ve influenciada por varios factores entre ellos familiares, económicos, migratorios, de salud, afectivos y pedagógicos, que aumentan el riesgo estudiantil hacia el abandono escolar. En nuestro trabajo se analizará cada uno de estos factores y se desarrollará en forma descriptiva cada uno de estos, haciendo reflexiones sobre esta problemática.

Palabras claves: deserción, familia, migración, economía, salud, pedagógico, metodológico.

SUMARY

ABSTRACT Dropping out refers to a student quitting school before graduation. This is a problem that media Education is facing. The fact that the kids decide to interrupt their education process is alarming because this decision will affect their present and their future. The decision to drop out of school is influenced by different factors such as family, financial, migration, health, affective, pedagogical; all these factors increase the risk of a student dropping out. In our job, we will analyze each one of these factors; and we will develop each one of them in a descriptive way while we reflect about this problematic situation.

Keywords: desertion, family, migration, economic, health, pedagogy, methodology



NO SEAS TU PROPIO MURO
Campaña Social para la Disminución de la Deserción Escolar en el Richard Neumann
Ruíz, Anayka – Lombardo H., Gloria

INTRODUCCION



INTRODUCCION

El presente trabajo de investigación tiene el objetivo de crear una campaña comunicacional que vaya dirigida a disminuir la deserción escolar. A través del diseño de una campaña se elaboraron mensajes que den a conocer la importancia de asistir a clases para el futuro de los individuos, ya que hasta ahora no se ha lanzado este tipo de campaña para un problema que verterá con daños irreversibles en la sociedad, a las instituciones educativas y por ende al país.

Una campaña social es una iniciativa comunicacional cuyo objetivo es influir en la conducta de los individuos. Su propósito es sensibilizar y concienciar sobre una problemática social, y en algunos casos, alguna conducta alternativa o solución a estos problemas.

La publicidad social busca unos objetivos no comerciales, no busca lucrar, aunque a efectos indirectos si puede terminar reportando beneficios económicos.

Pero claramente jamás tiene como objetivo vender un producto o servicios si no ocasionar un efecto en la sociedad que facilite un cambio de actitud hacia un propósito concreto. La publicidad social se presenta como una ayuda para corregir determinados problemas que perturban a la sociedad. Por lo tanto, se podría decir que la publicidad social asiste para una causa también social.

La publicidad social emplea la persuasión de convicción de la publicidad para influir en el proceder del público objetivo hacia una situación o estado que mejora el bienestar social. Los programas de marketing social se desarrollan para analizar, planificar, ejecutar y evaluar planes que ayudan directamente a otros, se diferencian de la publicidad comercial en su objetivo y orientación.



Tratar en campañas de comunicación y marketing temas para mejorar el bienestar social puede llevar a conflictos importantes, puesto que tratamos temas muy sensibles que pueden originar conflictos culturales inclusive pueden tardar mucho más de lo establecido en dar sus frutos. Además, el presupuesto que las empresas dedican a este fin suele ser muy limitado.

La investigación se ha delimitado en el colegio Richard Neumann debido a que este ha sido escogido escuela piloto para realizar una campaña social para disminuir la deserción escolar.

El objetivo final del trabajo se situará en diseñar una campaña publicitaria para el posicionamiento del slogan nos seas tu propio muro, que busca la intención de que los estudiantes creen conciencia de la importancia de los estudios para su futuro, y el del país.

Para cumplir con el objetivo del trabajo se ha estructurado cuatro capítulos:

Se inicia con el capítulo uno denominado aspectos generales del proyecto: antecedentes del proyecto dando una explicación de la realidad de la deserción escolar en Panamá, y América latina.

Este primer capítulo da una amplia explicación de la realidad de la deserción escolar en Panamá, y América latina.

Los investigadores buscan implementar en la etapa de lanzamiento una campaña social que vaya dirigida especialmente a generar una cultura que sea capaz de utilizar y aplicar los valores que provoque la respuesta deseada por medio de publicaciones en tv, radio, prensa, publicidad exterior y redes sociales e internet.



Siendo la campaña social una iniciativa comunicacional, que busca persuadir o influir en la conducta de los estudiantes en este caso de investigación, lleva como propósito la sensibilización y concienciar sobre una problemática social, y en algunos casos, alguna conducta alternativa o solución a estos problemas¹

Los programas de marketing social se desarrollan para analizar, planificar, ejecutar y evaluar planes que benefician directamente a otros, se diferencian de la publicidad comercial por su objetivo y orientación.

La educación juega papel importante en el tipo de conductas de los jóvenes que, por medio de esta se puede mejorar algunas conductas que se dan en la sociedad, ya que los jóvenes pueden cambiar el rumbo del mundo, pero en muchos casos la educación no es la correcta y no es tan fácil reconducir una conducta a ciertas edades.

La deserción escolar es un flagelo que afecta la sociedad, llevando a muchos jóvenes a su descalabro total como ser humano, pues no tiene las competencias necesarias para enfrentar el tiempo que se está viviendo y las exigencias que trae consigo la época actual.

La deserción escolar es una realidad que presenta nuestro país en este siglo. Los colegios del nivel de la media se ven adolecidos de este mal, y se hace una brecha en la economía del estado y a su vez se convierte en un problema serio que enfrenta la educación y la sociedad panameña, ya que se dan casos específicos de estudiantes que inician el período escolar pero no lo terminan.

El país hace una inversión cada año escolar lectivo por cada estudiante de este país si se va a las estadísticas, reflejan un porcentaje de deserción escolar dando como resultado un indicador de deficiencia escolar. El estudiante que



falta demasiado a clases inmediatamente no reúne las competencias necesarias para afrontar con éxito la enseñanza aprendizaje en el colegio.

Conforme, a MEDUCA no se han realizado estudios sobre deserción escolar en la educación media. No obstante, se han encontrado investigaciones precisas sobre el por qué los estudiantes desertan, aun cuando ésta queda incorporada como variable o aspecto considerado en algunos de los estudios de deserción en la bibliografía revisada en la biblioteca de la Universidad de Panamá y en diferentes páginas web que ofrece el internet. El primer trabajo, como tesis de grado, data del año 1958, realizándose a partir de allí varios estudios en diferentes períodos de tiempo, y en distintas unidades académicas de la Universidad de Panamá. Igualmente, se han realizado tesis de grado y postgrado sobre el tema en la Universidad de Panamá. A continuación, se presenta una síntesis de los principales aspectos aportados por las investigaciones disponibles con relación al problema de deserción en la educación media en Panamá.

Entre los factores que aquejan la situación de deserción escolar de la educación media. Abordó como causas, la situación socio económica del estudiante o la falta de integridad de la familia que se palpa en pocas relaciones entre profesor y estudiante y viceversa. La falta de unidad de criterio por parte de los profesores en la evaluación del trabajo de los estudiantes. Se palpa pocas relaciones entre profesor y estudiante y viceversa.

La eficiencia interna del sistema educativo se mide precisamente con el indicador de la deserción escolar. Afecta este flagelo al desarrollo de la sociedad, dándose por diferentes motivos que conducen al estudiante al abandono y desinterés por la educación.

, por ende, la influencia en la conducta de los estudiantes es el más claro objetivo



El Problema, presenta una concepción racional acerca de las contrariedades que presenta la investigación expuestos en un planteamiento de la problemática, objetivos, justificación y para disminuir por ende prevenirla deserción escolar en los estudiantes de 10^o, 11^o, 12^o del nivel de media del Colegio Richard Neumann en el año 2017.

Se plantean los propósitos fundamentales: analizar las causas que traen como consecuencia la deserción escolar en los 10^o 11^o 12^o del colegio Richard Neumann partiendo del análisis del contexto social, familiar y educativo.

En la parte legal es considerada la educación como un factor importante para el crecimiento económico, la reducción de la desigualdad social, la superación continua de las personas y el fomento de un desarrollo pleno en el ser humano.

Todos ellos son considerados factores importantes en la lucha contra la injusticia y la desigualdad social, y son necesarios para el mejoramiento del status de vida de la población ya que Panamá debe formar a jóvenes con aptitudes y el manejo de las competencias Profesionales adecuadas.

En el primer capítulo se describen los aspectos se antecedentes del problema, se presenta el proyecto con todas sus características, se formula el problema y de define, También se prepara un cronograma de actividades, y llevar a cabo el desarrollo de la investigación

El Capítulo II, titulado estudio de la deserción escolar en el colegio Richard Neumann, colegio este escogido como plan piloto para implementar una campaña social que vaya acorde con las exigencias con que debe darse una sensibilización para el mejoramiento de los desaciertos de algunos estudiantes



que ante los factores que han influido en su decisión de abandonar el colegio, y los que están en peligro de abandono escolar, el diseño de la campaña permitirá, posicionar en la mente del público objetivo. Por otra parte, se dan cuestionamientos sobre la acertada convicción de que para salir del problema hay que lanzar una estrategia que alcance disminuir la deserción escolar, y que más que la campaña social. Aquí se plasman los objetivos enfocados en la factibilidad de la campaña y el establecimiento de estrategias. Aquí el inicio de la investigación se da de manera exploratoria, ya que no existen pruebas que se haya realizado alguna campaña social en MINEDUC en años anteriores.

En el tercer capítulo se hace referencia del plan de comunicación estratégica, enmarcando la promoción de una campaña social que busque disminuir la deserción escolar. También los objetivos que buscan lograr el posicionamiento del mensaje en el target escogido.

Ya en el cuarto capítulo está la validación del proyecto, con la presentación de todas las piezas publicitarias. Con sus respectivos objetivos, estrategias, descripción actividades y su costo. Se logra la integración de la comunidad educativa, punto necesario para que se logre el objetivo de la campaña social.



1.1 Antecedentes de la Deserción Escolar

La deserción escolar es un conflicto que afecta a los colegios de este país, por lo tanto, es un tema que llama enormemente la atención. La deserción escolar se define como el abandono total de las aulas de clases, ya sea en cualquier nivel (primario, secundario, medio y superior) este gran problema afecta tanto al individuo y por supuesto a la sociedad en la que vive.

La sociedad ha reconocido la importancia de la educación en su difícil proceso evolutivo. Sus políticas educativas, luego de largas luchas, han asegurado el derecho a la educación por medio de métodos de enseñanza aprendizaje que ha permitido que las personas en sociedad alcancen su máxima realización como entes sociales. En algunos casos, ciertas sociedades se han mantenido indiferentes a los avances logrados en la educación y otras no aceptan el consenso de la mayoría por lograr transformaciones que cada día garantice dicho logro a una educación de excelencia que asegure el desarrollo tecnológico del individuo y por lo tanto la calidad de vida.

Actualmente, se han identificado por las Naciones Unidas ciertos males sociales que aquejan a numerosos países deteniendo el avance de los derechos humanos, la igualdad social, la educación para todos y, por consiguiente, el bienestar económico y social de cada individuo. En virtud de lo anterior, en este trabajo se quiere destacar la importancia desde el período 2010 al 2014” tuvo como objetivo demostrar cuáles son las causas factores que inciden para que se dé la deserción escolar en los estudiantes del nivel de enseñanza media en el distrito de Panamá.

La educación media incluye los tres últimos años de escolaridad. Este nivel de enseñanza atiende a jóvenes entre 15 y 19 años, para continuar la formación cultural del estudiante, ofreciendo una formación en opciones específicas, a efectos de prepararlo para el trabajo productivo y proseguir estudios superiores.



La deserción escolar es un tema que afecta al desarrollo de la sociedad y se da principalmente por una serie de variables que llevan al estudiante al abandono y el desinterés por la educación. Esta puede darse principalmente por la falta de recursos económicos y por una desintegración familiar, aunque en estos últimos años, Panamá se ha visto afectada por unos cambios de conducta negativa en los jóvenes, algunos de estos jóvenes han estado influenciados por culturas foráneas, que han permitido que el país se encuentre sumergido en un abismo de inseguridad total, sin embargo la deserción trae consigo una serie de efectos mediante los cuales se reflejan algunas conductas y situaciones observables, pero lo que más urgente de esta problemática es encontrar y aplicar herramientas estratégicas que permitan disminuir este problema, que tanto daño causa a nuestros jóvenes estudiantes y a la sociedad misma.

Según datos obtenidos en los años 2,010 al 2,014 más de un 25% de los estudiantes no ingresa a la pre-media y media: La tasa bruta de matrícula en escuelas de pre-media y media es de 72.1%, siendo más alta para los varones (74.5%) que para las niñas (69.8%) en 2,010. Esta situación es aún más grave en las áreas indígenas. Aunque existe un leve aumento en la matrícula bruta entre 2,008 y 2,010, es alarmante que en estos tiempos más de una cuarta parte de la niñez y adolescentes no ingrese a la escuela pre-media y media. De acuerdo con publicación reciente del MEDUCA, la cobertura de educación media pasó de un 42.8% en 2011 a un 62.3% en 2,012, lo que representa un aumento porcentual de un 19.7%, mientras que, en el caso de la educación media, hay una leve mejoría (de un 64.8% a un 69.2%). Según la CEPAL, es crucial que la persona culmine la escuela secundaria no solamente en aras de adquirir las competencias básicas para insertarse en un mundo globalizado y democrático en condiciones ventajosas y con capacidad para aprender por el resto de su vida, sino porque “es determinante para acceder a niveles mínimos de bienestar que le permitan romper los mecanismos de reproducción de la desigualdad que, de lo contrario, afectarán a los estudiantes”. Por su parte, la UNESCO señala que al no contar con la educación y las competencias que necesitan los jóvenes para



realizar su potencial, lo más probable es que se incrementen el desempleo, la pobreza y los trastornos sociales. ([www.monografias.com,educacion,unesdoc.unesco.org](http://www.monografias.com/educacion/unesco.unesco.org))

Las condiciones socioeconómicas, la actitud de la familia y de los propios estudiantes y asumir compromisos laborales para afrontar embarazos precoces, se encuentran entre los principales factores para abandonar la escuela en esta etapa. Según UNESCO, “las necesidades de aprendizaje de los jóvenes son muy amplias; comprenden no solamente las competencias necesarias para ganarse la vida, sino también un desarrollo personal que sienta las bases de una vida gratificante.” Destaca el mismo informe, que los jóvenes que han crecido en condición de pobreza y exclusión tienen más probabilidades de haber cursado pocos estudios o de haber abandonado la escuela, por lo tanto, tienen menos posibilidades de desarrollar competencias para empleos dignos, en el sector formal. (Morales, G. Sara, 2014).

Existen varias causas de la deserción escolar, pero lo más importante en este tema tan conflictivo es poder contar con estrategias para disminuir este grave flagelo que enfrenta el sistema educativo y por ende las familias con hijos de edad escolar del nivel de la enseñanza media. (MEDUCA, ESTADISTICAS)

Se puede observar efectivamente que la educación pública en Panamá se encuentra sumergida en una crisis y se manifiesta en los índices de analfabetismo, de deserción escolar y en las pésimas calificaciones a nivel internacional que obtiene el sistema.

Un informe del Ministerio de Desarrollo Social, que dirige el programa de alfabetización nacional “Muévete por Panamá” afirma que el 4% de los habitantes de las comunidades periféricas a la ciudad capital (Panamá Oeste y Este) no saben leer ni escribir. Entre tanto, diversas organizaciones magisteriales y sociales aseguran que han denunciado la problemática en su conjunto del sistema educativo sin obtener mayores resultados. El periodo del



Año del 2016 inició con la mayoría de los principales problemas de infraestructura, calidad de educación y presupuesto que se vienen denunciando hace más de 40 años.

1.2 Presentación del Proyecto

El proyecto de intervención es un requisito que exige la Universidad de Panamá, por lo tanto, debe ir dirigido a resolver un problema de carácter social, y de esa manera intervenir positivamente en la solución del mismo. Por ello, se seleccionó un problema social como lo es el disminuir la deserción escolar en nivel de la enseñanza media de educación, en adolescentes escolares entre 15 y 19 años, mediante una campaña social que incluya estrategias y acciones creativas que motiven a los adolescentes a terminar su bachillerato.

El departamento de Población y Desarrollo Humano del Ministerio de Educación ha brindado el apoyo, para el desarrollo de este proyecto. El proyecto de intervención comprenderá una serie de actividades creativas que llevan una serie de mensajes dirigidos a disminuir y sensibilizar los jóvenes en este caso del colegio Richard Neumann escuela piloto.

El Colegio Richard Neumann es el centro escogido, plan piloto, para que en un futuro el Ministerio de Educación pueda aplicarlo a nivel nacional.

1.3. Análisis Situacional

La deserción escolar es un fenómeno presente tanto en los sistemas educativos de países poco industrializados, como en vías de desarrollo, como lo es Panamá. En el caso de los países industrializados, La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos comentó sobre estadísticas de abandono escolar que se concentran en los estudios secundarios. En Latinoamérica las estadísticas más alarmantes de deserción escolar se sitúan tanto en la educación básica, como en el nivel de media de los bachilleres. A través del tiempo, en los salones de clase del nivel de enseñanza media, de la



escuela secundaria se ha observado que la matrícula escolar al inicio de año es en los planteles educativos elevada.

El problema de la deserción escolar se va dando en el transcurrir de los trimestres, porque las aulas de décimo grado inician con una cantidad de entre 30 a 40 estudiantes y terminan el período escolar con promedios de 20 a 25 estudiantes, sin embargo, no se toma la prevención necesaria para evitar el comportamiento de este fenómeno que ocasiona otros problemas para la sociedad. (Entrevista a docentes del plantel educativo.)

Este problema educativo, que aqueja al Colegio Richard Neumann, al igual que a los otros centros educativos del país tanto a nivel oficial, perjudica el desarrollo de nuestra sociedad, pues de forma directa afecta el sistema de vida familiar y descompone el nivel educativo. Esto influye negativamente en la inversión presupuestaria, tanto a nivel del presupuesto gubernamental, particular y familiar. Esta desestabilización presupuestaria no solamente repercute en las entidades mencionadas sino en el mismo adolescente, realidad que golpea el país en este siglo, cientos de jóvenes dejan sus estudios secundarios especialmente por razones diversas, entre ellas está desde la violencia, problemas económicos y hasta embarazos, algunos no pasan de los quince años cuando toman esta decisión en muchas ocasiones para siempre.

Cada vez que se habla de educación se debe tener en cuenta el tipo de enseñanza que se necesita para los jóvenes, un sistema educativo acorde al progreso del país, en cambio hay situaciones que van en contra de ese sueño anhelado de educación de primer nivel, nos referimos a los fracasos académicos, embarazos y el pandillerismo, los motivos más frecuentes de la deserción escolar, y que están más allá de la crisis educativa.

En años anteriores el trabajo era una de las causas principales en la deserción escolar pues afro descendientes, indígenas y latinos que por necesidad económica dejaban la escuela llevaban la balanza hacia el trabajo como modo de contribución a la sostenibilidad de la familia.



Hay causas internas, al propio sistema y causas externas, las internas tiene que ver con la relación que hay entre lo que ofrece la escuela y las expectativas que tienen los estudiantes para aprender, si este desea estar en la escuela pero la escuela no le ofrece un ambiente estimulante para aprender, hay muchas dificultades para que estos permanezcan en la escuela, de allí el entorno social y económico también genera situaciones críticas frente al abandono escolar y ese abandono se da por muchas razones, la situación socio económica de los padres también la situación de la violencia y algunos jóvenes que entran a la pandillas. Pero también dentro del propio sistema educativo y dentro de la misma escuela hay factores que hay que estudiar más, como asegurar una educación que permita retener, pero aprehendiendo a los estudiantes en el salón de clases y en la propia escuela.

En los últimos años el índice de fracaso escolar ha sobrepasado los límites. Con datos proporcionados del departamento de estadística del Ministerio de Educación se observa que, en el 2014, unas cifras de 45,606 estudiantes reprobaron el año escolar; en el nivel primario la cifra más alta fue de 19,720 fracasos, mientras que en la pre media 18,366 fracasos y en la media 7,520 estudiantes reprobaron, finalmente según datos preliminares la cifra de estudiantes que reprobaron es de 45,867, en primaria 19,899 estudiantes, de pre-media 16,892 y en el nivel de media 8,986.

Cuando hablamos de calidad de la educación, nos referimos a la importancia de ofrecer al estudiantado panameño, técnicas, estrategias y calidad de enseñanza para el desarrollo de los aprendizajes y desarrollar las competencias necesarias, en los diferentes conocimientos. En el año 2010 se inicia esa transformación curricular, en el que algunos de los colegios que se escogieron como plan piloto, su objetivo era buscar la formación integral de los estudiantes, y por ende se superarían todos los problemas que confrontaban los estudiantes, por lo que la problemática de la deserción escolar disminuiría en las escuelas.

Cabe decir aquí que al introducir estas reformas se esperaban cambios en la conducta de los estudiantes, pues la metodología utilizada por años daría paso



las estrategias contundentes que motivarían e estimularían a los alumnos a continuar sus estudios con todas las herramientas que implicaba cada competencia.

También se abre un parámetro de ayuda económica de parte del estado panameño, la beca universal que es un programa llevado a cabo por el Gobierno Nacional, el cual hace entrega de dinero por trimestre a cada estudiante panameño, razón ésta, que muchos de los estudiantes desertores se ausentan definitivamente después de la entrega de esta beca universal.

1.4. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

La deserción escolar se observa como un signo de ineficiencia y como un costo para el país, convirtiéndose en un problema que se debe entender para posteriormente darle solución.

La deserción estudiantil plantea al sistema educativo la necesidad de buscar alternativas que permitan disminuirla y dar respuesta a las necesidades económicas, sociales, afectivas, metodológicas y psicológicas de los estudiantes.

En cuanto a lo económico disminuye la posibilidad de personas calificadas con la consecuencia en un aumento en el desempleo y en la disminución de la productividad. En lo personal implica una condición de fracaso que afecta emocionalmente al estudiante e incide en la trayectoria ocupacional de los individuos generando depresión profunda y desesperanza adquirida. En lo institucional implica una disminución del rendimiento académico de la escuela y un incremento innecesario del número de estudiantes por el fenómeno de la deserción que a su vez tiene implicaciones sociales, familiares y emocionales, que conlleva a la disonancia entre las aspiraciones de los jóvenes y sus logros.



En lo social la deserción genera inequidad y desequilibrios sociales ya que ante la falta de oportunidades el joven desertor puede caer fácilmente en la delincuencia, y en las famosas bandas juveniles que actualmente azotan las calles y avenidas del país, perdiéndose la seguridad de los habitantes y convirtiendo los barrios marginados en un luto y desolación ante las influencias foráneas que han penetrado silenciosamente en las regiones de la República de Panamá, trayendo consigo malas prácticas de los valores éticos y morales.

También la forma desenfrenada del abuso del alcohol y la del uso indebido de las drogas desvirtuando los objetivos que la sociedad le ha entregado a la educación media. En lo familiar genera conflictos y crisis internas, familias que han perdido el control absoluto de sus hijos, convirtiéndose los hogares en un Sodoma y Gomorra, donde no se sabe quién es el padre y la madre de esa casa.

Existen muchos factores de tipo educativo, económico y social. Por lo que la deserción escolar se convierte en un problema cada vez más fuerte en los centros escolares, sin embargo, estas causas que serán investigadas, para tratar de disminuir este problema que incide internamente, generando otras situaciones como la disminución del presupuesto de los centros educativos, pues el Ministerio de Educación deposita ingresos a las escuelas públicas de acuerdo a la matrícula y cuando hay deserción también disminuye esa cantidad de dinero que da a los planteles educativos; lo que trae consecuencias desastrosas para el mantenimiento de los centros educativos, ya que no se pueden ejecutar los proyectos planificados para el año escolar, además incide en forma directa en los niveles de educación de los bachilleres que se ofrecen, disminuyendo la matrícula y en el ámbito social hay muchos jóvenes que se quedan sin desarrollo académico y son presa fácil del ambiente hostil que se vive en estos momentos en Panamá siendo una de las causas más relevantes en los jóvenes, el pandillerismo, llevando consigo otros desaciertos como lo es el uso indebido de drogas, el tráfico de las mismas, perdiéndose el sentido de la vida cuando se involucran en el uso de armas de fuego.



La investigación lleva el propósito darle una solución a uno de los problemas más importantes que afectan día a día a la institución educativa, el cual es la deserción escolar de los estudiantes de bachillerato de la enseñanza media.

Este proyecto propone preparar una campaña social para disminuir la deserción de los jóvenes en el colegio y evitar que abandonen sus estudios y puedan ser afectados por problemas socioeconómicos y de otra índole, que distorsionen sus anhelos y metas. (<http://www.monografias.com/trabajos82/la-desercion-escolar/la-esercion-escolar>)

1.5. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Durante mucho tiempo las causas del abandono eran múltiples, entre ellas el problema socioeconómico de los hogares, la pobreza, factores sociales, pero hoy por hoy la realidad ante las alternativas que ha dado el estado a las familias con hijos de edades escolares, hace posible que estas causas hayan disminuido, pues ahora los embarazos precoces, el pandillerismo y la baja preparación académica de los estudiantes, son los principales factores de la deserción escolar. También los docentes de ciertas escuelas sobre todo los colegios secundarios de nivel de enseñanza media que están ubicados en la vía Israel corregimiento de San Francisco, sostienen que la deserción escolar en sus colegios se está dando frecuentemente con la introducción de la transformación curricular por parte del MEDUCA, ya que permitió a algunas escuelas que solo funcionaban en el nivel primario, abriendo matriculas para el nivel de pre- media y nivel de la escuela media, situación que dio lugar a la disminución y éxodo de los estudiantes que vivían en sectores marginados del país a cambiarse para estos centros educativos, el cual trajo consigo esa deserción eminente, que se observa en muchos colegios del país, sobre todo en el área metropolitana.

Ante esta serie de fenómenos que conllevan a la deserción y la mortalidad académica, el Ministerio de Educación está llamado a establecer políticas transparentes para contrarrestar y disminuir los altos porcentajes de deserción,



generando y ejecutando acciones estratégicas para estabilizar la deserción en los centros educativos del país.

1.6. OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo General

- Reducir el índice de estudiantes desertores a través de una campaña social en el nivel de la enseñanza media que les sensibilice acerca de la importancia del estudio para su futuro y el del país.

Objetivos Específicos

- Diseñar una campaña social para disminuir la deserción escolar en el colegio Richard Neumann.
- Elaborar una investigación para conocer la opinión que tienen los docentes del Colegio Richard Neumann sobre la problemática de la deserción escolar.
- Presentar el proyecto de intervención a los directivos del Colegio y docentes para que lo evalúen y den su aval y de esta forma realizar los ajustes que sean necesarios.

1.7 Justificación del Proyecto

La deserción escolar es un problema en los sistemas educativos de los países del mundo y por ende en los colegios de la República de Panamá, En Latinoamérica las estadísticas más alarmantes de deserción escolar se concentran en la educación media, tanto en la secundaria básica, como en la media de los bachilleres.

En la deserción escolar se hace necesario examinar las causas que la originan y los efectos negativos que producen tanto a nivel individual como en la sociedad y por ende al país. La deserción es un problema educativo, que afecta



el desarrollo del individuo que está dejando de asistir a la escuela y también de la sociedad en la que aquél está coexistiendo. Este proyecto busca posibles soluciones que contribuyan a disminuir el problema de nuestro objeto de estudio.

Un sistema educativo es eficiente cuando logra sus objetivos de enseñanza, en un tiempo adecuado y sin desperdicio de recursos humanos y financieros.

Dos graves problemas que afectan a la eficiencia del sistema educativo son la repetición y la deserción. Donde el estudiante que ingresa tiene tres opciones: aprobar, repetir o desertar, el cual la repetición y la deserción implican un desperdicio de recursos económicos y humanos que afectan los niveles de eficiencia del sistema. Por lo tanto, los tres fenómenos están estrechamente interrelacionados.

Antes de desertar, el alumno probablemente quedó repitiendo, con lo que se alargó su trayecto escolar, bajo su autoestima y comenzó a perder la esperanza en la educación. En consecuencia, para entender el punto final de la repetición; ella es uno de los causantes de la deserción escolar: un repetidor tiene alrededor de un 20% más de probabilidad de abandonar el sistema escolar.

La deserción o abandono de los estudios, afecta mayoritariamente a los sectores pobres y a la población rural. Las escuelas cumplen una función muy importante en la prevención del abandono escolar. Todos los docentes están en contacto con problemas relacionados con los alumnos como es la deserción, pero son pocos de entre la gama de actores del sistema educativo los que intentan cambiar esta situación, por ello se habla de profesores, estudiantes, padres de familia y autoridades en general. La escuela debe hacer todo lo posible por mantener la asistencia regular de sus estudiantes a clases. (www.monografias.com/trabajos108/desercionescolar-panama/-panamà).



Con este trabajo se verán beneficiados en primer lugar los estudiantes del Colegio, los docentes y padres de familias puesto que se verán motivados a estudiar y terminar su bachillerato.

1.8 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Se ha elaborado este plan de acción para establecer las metas necesarias y lograr alcanzar cada uno de los objetivos, también determinar las actividades que se deben desarrollar y así coordinar la realización de tales actividades.

Durante el desarrollo del trabajo de intervención se programará cada actividad, de manera que se puedan alcanzar realizarlos en el tiempo planificado.

El desarrollo del proyecto de intervención comprenderá cuatro (4) fases importantes que se describirán a continuación.



Fase #1 Presentación del protocolo del proyecto

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Deserción Escolar

ACTIVIDADES		A Ñ O S																						
		2015	2016	2017	2018																			
MESES		N	D	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	E	F	M	A	M	J	J	A	
1	Elaborar propuesta y consulta de expertos	█	█	█	█																			
2	Presupuesto					█	█																	
3	Recopilar información							█	█	█	█													
4	Estudio de Mercadeo											█	█	█										
5	Diseño de la Campaña Social												█	█	█									
6	Validación																						█	
7	Revisión y entrega del proyecto de Intervención																							█
8	Sustentación																							█

- bibliográficas.
- Buscar información y aval de MEDUCA.
- Investigar acerca del tema de deserción escolar (abandono escolar), a través de libros, noticias, revistas, información en internet, entre otras.
- Redacción del primer capítulo del proyecto

Fase #2 Desarrollo del estudio

- Elaboración del protocolo de la investigación.
- Aplicación de las encuestas.
- Recolectar las respuestas que puedan definir y preparar el proyecto de comunicación.



- Tabulación y análisis de los resultados.
- Conclusiones y recomendaciones.

Fase #3 Diseño de campaña

- Presentación de los aspectos generales del proyecto.
- Diseños de artes y producción de material audiovisual.

Fase #4 Validación del proyecto

- Buscar opiniones del colegio de los docentes directivos y estudiantes del colegio Richard Neumann, las cuales ayudarán y enriquecerán apropiadamente en la proyección de las estrategias a presentarse, con el propósito de poder ser efectuado a corto, mediano o largo plazo; pero que se realice con toda confianza.
- Elaborar la propuesta de validación.
- Aplicación de la encuesta al público objetivo y profesores del colegio
- Análisis de resultados.
- Ajustes de las artes o actividades.



1.9 Financiamiento

Costo de la realización del proyecto:

Este financiamiento de proyecto se obtuvo con el apoyo de donaciones privadas y de las finanzas de los investigadores

Cuadro #2

PRESUPUESTO DEL PROYECTO				
No	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
1	4 resmas	Papel Bond 20 8.5x11	B/. 5.00	B/. 20.00
2	4 cartucho	Tinta negra de Impresora	B/. 80.00	B/. 80.00
3	10 juegos de copia	Copia S	B/. 0.05	B/. 30.00
4	1 caja	Bolígrafos	B/. 5.00	B/. 5.00
5	3 borrador	Borrador papel mate	B/. 1.50	B/. 4.50
6	1 caja de lápiz mongol	Lápiz mongol	B/. 1.50	B/. 1.50
7	Revisión	Revisión de redacción,	B/. 200.00	B/. 200.00
			Total:	B/. 341.00
Logística				
1	Alimentación	2 personas (6 meses)	B/. 50.00	B/. 300.00
2	Internet Café (6 meses 8hrs)	6 meses 8hrs)	B/. 48.00	B/. 288.00
TOTALES			Sub total	B/.929.00
			10%Imprevistos	B/.181.50
			TOTAL	B/. 1,110.00



2. CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN, DESERCIÓN ESCOLAR EN EL COLEGIO RICHARD NEUMANN

2.1. Campaña de comunicación

2.1.1 Definición

La campaña comunicacional se define como el conjunto de estrategias planificadas y coordinadas en el tiempo que tienen un objetivo determinado. Es un plan amplio de comunicación conformado con una serie de piezas diferentes, pero generalmente relacionadas por un tema en particular, la difusión es ejecutada por diferentes medios y en periodos específicos. Se diseña la campaña de manera estratégica para lograr un objetivo.⁶

La comunicación para el cambio social, no es un nuevo paradigma, sino una nueva protesta que integra otras anteriores y que apuesta por una comunicación vista como proceso, basada en la participación y los mensajes de manera presentada en un dialogo.

Las estrategias de comunicación son una serie de operaciones programadas y planificadas que se implementan a partir de ciertos intereses y necesidades, en un espacio de interacción humana, en una gran variedad de tiempos. La estrategia lleva un principio de orden, de selección, de intervención sobre una situación establecida. (Arellano, citado por López Viera, 2003; 214).

Lo cierto es que la gestión comunicativa exige de un proceso de planeación previa que contribuya de alguna manera a garantizar la eficacia del esfuerzo y para ello es necesario hablar entonces de estrategias de comunicación que constituyen el conjunto de formas y modos comunicativos que tienen como objetivo establecer una comunicación eficaz de ideas con un compromiso implícitos de recursos y que ayuden a la toma de decisiones.



2.1.2. Elementos de la campaña

Es importante saber que antes de desarrollar la campaña publicitaria social, se debe identificar el primordial objetivo que se va a lograr con la campaña y así se reconozcan los elementos que participan en una campaña. Se debe tener presente siempre el target escogido, es donde se centra el mensaje, tomando en cuenta las necesidades del mismo. Las estrategias publicitarias deben aplicarse de manera que se satisfagan las necesidades del target.

Los elementos que conforman una campaña social son el emisor, mensaje, medio de difusión y audiencia.

2.1.2.1 Los elementos que conforman una campaña social son los

Siguientes:

- **EMISOR:** Institución o grupo de personas que transmite la información o mensaje.
- **MENSAJE:** ideas expresadas en imágenes y palabras; con un aprendizaje permanente para el grupo al que va dirigido
- **MEDIO DE DIFUSIÓN:** Medio de comunicación por el cual se transmitirá el mensaje, deben ser de fácil acceso a la audiencia.
- **AUDIENCIA:** Determinado tipo de público

2.1.2.2. Las etapas de una campaña son:

- **PLANEACIÓN:** Se establecen objetivos y se diseñan estrategias.
- **ESTRATEGÍAS DE MEDIOS:** Se definen los mensajes y medios por los cuales se difundirán.
- **DIFUSION:** Difusión es la acción y efecto de difundir (propagar, divulgar o esparcir). El término, que procede del latín difusión, hace referencia a la comunicación extendida de un mensaje.



- **EVALUACIÓN:** En esta etapa se pretende medir que tanto cambiaron las actitudes del público, ya sea con su evidente participación o mediante un instrumento de valoración de la opinión pública como el sondeo, entrevista y la encuesta.

2.1.2.3. Características que deben tomarse en cuenta para elaborar diferentes materiales de difusión:

- **PARTES O ELEMENTOS QUE LO CONFORMAN.**
 - ❖ Contenido verbal y/o escrito. Lo que quieren difundir sobre la problemática.
 - ❖ Ilustraciones. Diseñar los materiales que tengan impacto con lo que pretenden mostrar, es decir, la relación de la imagen con mensaje.
 - ❖ Composición. Forma en que se organiza todo el contenido dentro del anuncio para presentarlo al público.
 - ❖ Producción o realización del anuncio. Tiempo, presupuesto, espacio y la utilidad.
- **REQUISITOS POR CUBRIR PARA LA CREACIÓN.**
 - ❖ Atraer la atención. Presentar el material de una manera que atraiga al público, que sea innovador, creativo y sobre todo cause interés.
 - ❖ Un mejor desempeño de las comunicaciones de las organizaciones, instituciones y lo más relevante, un Interés mantenido en el público. Se debe utilizar originalidad, belleza, humor, etc.
 - ❖ Debe mostrar los beneficios de la información.
 - ❖ Acción afectiva debe mostrar las formas generales o específicas para poder llevar a cabo las alternativas de solución propuestas

2.2. Campaña social

Las campañas sociales son acciones guiadas por una estrategia encaminadas a lograr atraer la atención sobre un problema, informar e invitar a los destinatarios a participar con acciones de solución.



Una campaña social es una iniciativa comunicacional cuyo objetivo es influir en la conducta de los individuos. Su propósito es sensibilizar y concienciar sobre una problemática social, y en algunos casos, ofrecer alguna conducta alternativa o solución a estos problemas. Las campañas sociales pueden darse en muchos ámbitos, entre ellos: el de los derechos humanos (igualdad entre hombres y mujeres, protección de la niñez, denuncia del racismo, trato a los migrantes), la salud (prevención del SIDA, vacunación, nutrición, prevención del alcoholismo), medio ambiente (reciclado, evitar el malgasto del agua, ahorro energético), educación y cultura (promoción de las artes, incentivar la lectura, asistencia de las niñas a la escuela) y cualquier otra área que sea considerada como un problema social.

2.2.1 Comunicación estratégica para campañas de publicidad social

Los tiempos que se están viviendo exigen cambios determinantes en beneficio e importancia con las campañas sociales, debido a los procesos de transformación que requiere la sociedad, y a las necesidades que tienen empresas y organizaciones por comunicarse a partir de estrategias de vinculación más fuertes con sus públicos objetivos. Cada día se nota las exigencias que hay para aplicar estrategias.

Se nota día a día las exigencias estratégicas para la realización de campañas de publicidad social, que permitan impactar la comunidad educativa, siendo la encargada de la formación integral de los futuros hombres y mujeres de este país.

2.2.2 Parámetros comunicacionales para una campaña de publicidad social.

Al darse una necesidad de comunicar, estas surgen directamente de lo que se desea anunciar. Debe darse de una investigación previa donde se pueda reconocer las necesidades de la comunidad de las instituciones u organizaciones



Lo indicado es crear campañas que el público sea capaz de hacer cambios radicales. Como, por ejemplo: campañas que buscan disminuir la deserción escolar. Donde se requiere que el adoptante objetivo actúe en favor de un beneficiario directo que no es el mismo adoptante. Ejemplo: campañas para que padres de familia lleven a sus hijos a una jornada de sensibilización. Por esto es importante que el emisor comprenda con claridad cuáles son sus necesidades y cuáles las del receptor, con el fin de realizar una comunicación pertinente y adecuada que le permita cumplir los objetivos propuestos.

2.2.3. Etapa de investigación

Esta etapa de investigación es la que permite que se conozcan aquellos aspectos que en su momento serán el soporte de la toma de decisiones. Es el momento de indagar sobre las necesidades de la información, de esta manera se pueda hacer un sondeo.

Un programa de comunicación exige la segmentación del mercado, fijando los objetivos que se buscan con ella, desarrollar los mensajes y así determinar el mix de comunicación o combinaciones de medios y soportes.

Es de vital importancia escoger el mensaje que se quiere enviar, por qué y con qué finalidad y al público al que va dirigido la comunicación. (<http://www.expoknews.com/5-elementos-para-hacer-una-campana-social-exitosa/>)

2.3. Marco Legal

La República de Panamá se encuentra ubicada en el Continente Americano, dentro de la América Central, es una franja ístmica con una superficie total de 75.517 km², con una superficie de aguas territoriales de 2.210 km². Para el año 2010, Panamá tenía una población censada de 3.322.576 habitantes, esto lo convierte en uno de los países menos poblado del continente americano. La Nación panameña está organizada en Estado soberano e independiente, denominada República de Panamá. Su Gobierno es unitario, republicano, democrático y representativo. Más del 70% de los panameños habita en áreas



urbanas y la mitad habita en la ciudad de Panamá y zonas conurbanas. Etnográficamente la población de Panamá es un Crisol de Razas, ya que su población está compuesta por mestizos, mulatos, negros, blancos, indígenas y de diversos orígenes nacionales. Cabe destacar que en Panamá también habitan siete pueblos indígenas. En lo relativo a la distribución étnica, el 70% de los panameños son mestizos, el 14% mulatos, el 10% blancos, el 6% indígenas y el 1% asiáticos, estos últimos en su mayoría de ascendencia china. Está clasificado dentro de los países que poseen Desarrollo Humano Alto, con una puntuación de 0,768 (2011), que lo ubica en el puesto 58 de 169 países, siendo el país con mejor desarrollo humano en América Central y el sexto en América Latina. Panamá es uno de los países más biodiversos del mundo, se estima que Panamá tiene el 4.9% de la biodiversidad del mundo entero. Esta causa hace que Panamá posea una mayor biodiversidad que otros países de la región, así como un mayor número de especies en algunos géneros. Por ejemplo, es el primer país de la región en peces y posee 10.115 especies de plantas, de reptiles 229 especies y de anfibios 179 especies. La pobreza en Panamá, en el 2011 fue de 18%, la más baja de Centroamérica. -Educación La tasa de Alfabetización al 2011 en Panamá fue de 95.8%, siendo el más alto de América Central. El Estado panameño cumple la misión de administrar el sistema educativo nacional implementando el proceso de enseñanza-aprendizaje en todos los centros educativos oficiales y particulares que imparten educación a los niños, niñas, adolescentes, jóvenes y adultos, con planes y programas de estudio evaluados y reformados según la demanda nacional, con el fin que adquieran los 4 conocimientos, capacidades y destrezas que les sirvan de instrumento para desempeñarse en el mundo de la academia y en el campo laboral o productivo.

El sistema educativo panameño, se basa en la Ley Orgánica de Educación, promulgada en 1946. Nuestro Sistema Educativo cuenta con el Primer Nivel de Enseñanza o Educación Básica General (Etapas de Preescolar, Primaria y Pre media) El Segundo Nivel de Enseñanza o Educación Media y el Tercer Nivel o Educación Superior.



La Educación en Panamá está protegida por la Constitución Política de la República de Panamá, en el Capítulo 5to, Título III sobre Derechos y Deberes individuales y sociales (arts. 91al 108).

El mismo artículo 95 establece que "Es obligatorio el primer nivel de enseñanza o educación básica general".

La educación es considerada un factor esencial para el crecimiento económico, la reducción de la pobreza, la superación continua de las personas y el fomento del desarrollo humano.

Una población educada es parte decisiva en la democratización de la sociedad, pues tiene efectos palpables en la coherencia social, la gobernabilidad política, el respeto y uso adecuado de los recursos naturales.

Todos ellos son considerados factores importantes en la lucha contra la injusticia y la desigualdad social, y son necesarios para el mejoramiento de la calidad de vida de la población Panamá debe formar a jóvenes con aptitudes profesionales adecuadas.

La Ley General de Educación establece que la educación es un derecho de todas las personas, correspondiendo preferentemente a los padres el derecho y el deber de educar a sus hijos; al Estado, el deber de otorgar especial protección al ejercicio de este derecho y, en general, a la comunidad, el deber de contribuir al desarrollo y perfeccionamiento de la educación.

Artículo 87.- Todos tienen derecho a la educación y la responsabilidad de educarse. El Estado organiza y dirige el servicio público de la educación nacional y garantiza a los padres de familia el derecho de participar en el proceso educativo de sus hijos.



La educación se basa en la ciencia, utiliza sus métodos. Fomenta su crecimiento y difusión y aplica sus resultados para asegurar el desarrollo de la persona humana y de la familia, al igual que la afirmación y fortalecimiento de la Nación panameña como comunidad cultural y política.

La educación es democrática y fundada en principios de solidaridad humana y justicia social.

Artículo 88.- La educación debe atender el desarrollo armónico e integral del educando dentro de la convivencia social, en los aspectos físico, intelectual y moral, estético y cívico y debe procurar su capacitación para el trabajo útil en interés propio y en beneficio colectivo.

Artículo 89.- Se reconoce que es finalidad de la educación panameña fomentar en el estudiante una conciencia nacional basada en el conocimiento de la historia y los problemas de la patria.

Artículo 91.- La educación oficial es gratuita en todos los niveles preuniversitarios. Es obligatorio el primer nivel de enseñanza o educación básica general.

La gratuidad implica para el Estado proporcionar al educando todos los útiles necesarios para su aprendizaje mientras complete su educación básica general.

La gratuidad de la educación no impide el establecimiento de un derecho de matrícula pagada en los niveles no obligatorios.

Artículo 98.- El Estado establecerá sistemas que proporcionen los recursos adecuados para otorgar becas, auxilios u otras prestaciones económicas a los estudiantes que lo merezcan o lo necesiten.

En igualdad de circunstancias se preferirá a los económicamente más necesitados.



Artículo 102.- La excepcionalidad del estudiante, en todas sus manifestaciones, será atendida mediante educación especial, basada en la investigación científica y orientación educativa.

2.4. Educación Escolar

1. Desertar: Abandonar [una persona] una obligación, una causa que defiende, un grupo con el que está comprometido.

2. Adolescencia: Período de la vida de la persona comprendido entre la aparición de la pubertad, que marca el final de la infancia, y el inicio de la edad adulta, momento en que se ha completado el desarrollo del organismo.

3. Educación Media: La educación secundaria, educación media, segunda enseñanza, enseñanza secundaria, enseñanza media, bachillerato o estudios medios, es el nombre de la penúltima etapa en la educación obligatoria, posterior a la enseñanza primaria. En algunos países hispanohablantes se denomina educación preparatoria o bachillerato a los últimos cursos de la educación secundaria. Tiene como objetivo capacitar al alumno para poder iniciar estudios de educación superior. Tras la finalización de la educación secundaria, se puede optar por el mundo laboral, por una formación profesional o por la universidad.

Puede ser una educación secundaria común para todos los alumnos o diversificada en vías formativas según las salidas posteriores. Las modalidades, a la vez, pueden tener diversas especializaciones y orientaciones que permiten formarse en temas específicos.

4. Escuela: Institución destinada a la enseñanza, en especial la primaria, que proporciona conocimientos que se consideran básicos en la alfabetización.



5. Colegio: Institución destinada a la enseñanza primaria o secundaria.
6. Disminuir: Hacer que algo sea menor en cantidad, tamaño, intensidad, importancia.
7. Campaña Social: Las campañas sociales son acciones guiadas por una estrategia encaminadas a lograr atraer la atención sobre un problema, informar e invitar a los destinatarios a participar con acciones de solución.
8. Concientizar: Acción y efecto de crear conciencia entre la gente acerca de un problema o fenómeno que se juzga importante.
9. Educación: Formación destinada a desarrollar la capacidad intelectual, moral y afectiva de las personas de acuerdo con la cultura y las normas de convivencia de la sociedad a la que pertenecen.

2.5. Colegio Richard Neumann de la ciudad de Panamá.

2.5.1 Historia

Se creó mediante el Decreto Número 69 del 8 de abril de 1958, Por el cual se crea un nuevo Primer Ciclo en Educación Secundaria en la capital de la República y se le da nombre.

El colegio Inicio con un Aproximado de 1,800 estudiantes en dos estructuras diferentes: La Biblioteca Nacional frente al palacio legislativo, y el otro en el que había funcionado anteriormente el Colegio La Salle frente al Teatro Nacional, su primer director fue el profesor Carlos A. Barba G., teniendo como subdirector Juan I. Mejía.

Desde su creación el Richard Neumann ha tenido un crecimiento constante tanto en estructura como en matrícula y modernización, Brinda 6 planes de estudio: Bachiller en Comercio con Énfasis en Contabilidad, Énfasis en Banca y Finanzas, Énfasis en Contabilidad y publicidad, Especialización en Contabilidad y Estenografía, Énfasis en Contabilidad Bilingüe, Especialización en Contabilidad y Gestión Empresarial.



Hoy por hoy el Centro Educativo Richard Neumann cuenta con una población constante de más de 600 estudiantes graduando por año 600 a 700 bachilleres.

El cuerpo Docente y Administrativo también ha crecido, la meta de la familia noimista es seguir mejorando, mantener abonado el terreno para que las semillas de 59 años de labor han germinado, seguir dando cursos y dispérsense a lo largo y ancho de nuestro país llevando el lema de nuestro mentor: “Esforzaos, jóvenes estudiantes en asimilar las enseñanzas púes en el plantel se va aprender para que mañana lleven sobre sus hombros la nave de nuestra nación que es chica en tamaño pero grande de corazón.

2.5.2 Identidad

El Colegio Richard Neumann se compone de un sinfín de actividades para el desarrollo social de sus estudiantes y administrativos.

Entre ellos:

Graduaciones de educación media y Novatadas, Día del maestro, Competencias, Ferias Empresariales, Culturales, Día del Estudiante, entre otros.

También en su acta consta de un juramento, lema, estandarte muy significativo para los estudiantes de este centro, Misión, visión y política de calidad, cultura empresarial.

Durante los últimos años la institución educativa está pasando por una crisis, ya que se ha despoblado la matrícula, cuentan con una matrícula baja en el turno vespertino, los salones están con 8 y 10 estudiantes, razón por la cual el MEDUCA quiere implantar la jornada única.

El plantel en estructura está dando los últimos pasos, necesita que no solo mejoren la estructura deteriorada, inodoros, gimnasio, si no también está



Carente de las herramientas de trabajo para los estudiantes. Existen los 8 laboratorios, deben equiparse de nuevas computadoras, maquinas sillas, mesas etc.

La asociación de los profesores, liderados por la Docente Liliana Rodríguez ha emprendido una lucha en compañía del personal docente, en el que han llegado a tener arreglos con MEDUCA en abrir un nuevo bachiller en finanza, de esta manera captar estudiantes nuevos para que suba el volumen de la matrícula (<http://octavoitsclenglite.blogspot.com/2012>).

El MEDUCA hace grandes esfuerzos por abrir nuevos bachilleratos y con ello buscar nuevos mercados de trabajo y áreas que les guste a los estudiantes y así desistan de abandonar sus estudios.



NO SEAS TU PROPIO MURO
Campaña Social para la Disminución de la Deserción Escolar en el Richard Neumann
Ruíz, Anayka – Lombardo H., Gloria



2. ASPECTOS METODOLOGICOS

Este capítulo describe aspectos metodológicos del estudio a realizar y poder desarrollar las estrategias para la propuesta comunicacional de la campaña social para la disminución de la deserción escolar.

2.1. Planteamiento del Problema

En los últimos años la deserción ha aumentado tanto en la primaria como en la secundaria. Es por tal que en la segunda jornada de conferencia en la Asamblea Nacional se analizó el tema del ausentismo escolar en la que se calificó como un asunto preocupante. (www.pa.undp.org/content/panama/es/home)

En Panamá según los estudios realizado en los últimos tres años por el Centro de investigaciones de la Facultad de Humanidades, de la Universidad de Panamá, el país tiene un 25% de jóvenes que desertan en los colegios, entre la edad de 12 a 17 años.

Antonio Méndez del Centro de Investigaciones de la Facultad de Humanidades de la Universidad de Panamá al exponer el tema “Deserción escolar en Panamá” consideró que la educación panameña se encuentra en “crisis” en sus distintas regiones educativas, así como en los niveles de preescolar, media y pre media pues en la última cifra del Departamento de Estadística del Ministerio de Educación, indica que existen más de 16,000 jóvenes que han desertado de sus centros de estudios.

En el tema de la cobertura escolar dijo que 150,000 estudiantes que debieran estar en el sistema, no lo están porque nunca han asistido a la escuela.

(www.asamblea.gob.pa/el-tema-de-la-desercion-escolar, 2015)



El departamento de estadística del Ministerio de Educación (MEDUCA), indicaron que durante el año 2015, un total de 2,842 estudiantes reprobaron en el distrito de Panamá, a diferencia del 2014 que cerró con 2,662, lo que demuestra un aumento en las cifras. Mientras que 1,006 abandonaron los colegios y otros 3,466 se graduaron de una matrícula de 15, 916 alumnos entre media y pre media durante el pasado año.

Para la Ministra de Educación Marcela Paredes, está situación continúa siendo alta, pero no quiere decir que ha empeorado.

([elsiglo.com/panamá/aumentan-fracasos-escolares-san miguelito](http://elsiglo.com/panamá/aumentan-fracasos-escolares-san-miguelito))

La titular se refirió que una vez inicie la jornada única se va lograr que en algunos niveles educativos se den mejoras en el proceso de enseñanza aprendizaje, pero no del todo. (El Siglo. Jazmín Trujillo. Jueves 18 de febrero de 2016 - ytrujillo@elsiglo.com)

A pesar de estos datos no se ha realizado estudio que demuestre el porqué de este fenómeno. Muchas pueden ser las causas de la deserción escolar, entre ellas las económicas, sociales, problemas familiares, embarazo precoz, metodología del docente, bajo rendimiento académico, entre otras. El gobierno ha aportado un programa económico para motivar a estudiantes y a motivar a los padres de familia, se trata de la beca universal. Este programa es positivo debido a que al iniciar el primer trimestre escolar los padres de familia envían sus hijos a la escuela equipados con sus útiles escolares, pero en muchos casos aun recibiendo la beca universal desertan. Hay casos en que los padres de familia invierten dinero en otras cosas que no son precisamente el objetivo de la beca. (www.tvn-2.com/nacionales/jóvenes-Panamá-estudian-trabajo.)

Son muy pocos los estudios que se han realizado para conocer sus motivos y prevenir la misma. También hay que evitar que la juventud que deserta caiga



en la delincuencia o en pandillas. Estadísticas del MEDUCA sostienen que 72 mil jóvenes en Panamá ni estudian, ni trabajan (Ninis).

Los jóvenes y adolescentes expuestos a la delincuencia y falta de apoyo de los padres de familias son los más propensos a la deserción y al fracaso escolar.

Según el profesor Alejandro Rosas, de la Asociación de Educadores de San Miguelito, esta situación se debe a la falta de programas para que los jóvenes aprovechen el tiempo libre, esto sumado a la delincuencia y la falencia de una figura autoritaria, de los padres, precisó.

Por las razones expuestas se realiza esta investigación, para identificar los factores principales de la deserción escolar en el colegio Richard Neumann quien será la prueba piloto y basándose en sus resultados se elabora una campaña social para disminuir la deserción escolar. “La sociedad no está entendiendo, que la deserción es un problema ya fijo”.

2.2. Situación Actual

La deserción escolar en Panamá es una situación delicada y de reflexión por parte de las autoridades del Ministerio de Educación, ya que este fenómeno persiste en los salones de clase con los estudiantes del nivel de enseñanza media de la escuela oficial.

En el año 2010 con el gobierno del presidente Ricardo Martinelli se aprueba la beca Universal, programa este que fue elaborado con los objetivos de prevenir y contrarrestar la deserción escolar de estudiantes que presentan problemas socio económicos, tomándose en cuenta la evaluación del gabinete psicopedagógico de MEDUCA, sobre el otorgamiento de un apoyo económico que coadyuvara a sus necesidades escolares básicas con una asignación a la educación media de B/450.00 anuales, aunque el gobierno Nacional da



respuestas a los estudiantes, con esta asignación económica, persiste la deserción escolar.

La educación formal es un sistema complejo y en el mundo moderno su organización conlleva a lograr que sea un medio totalmente de transmitir conocimientos, valores, visiones del mundo que forman a las nuevas generaciones.

En la actualidad, este sistema está compitiendo con otras formas de acceso al conocimiento tales como los medios de comunicación, social, la Internet, las familias y las comunidades. No obstante, la Escuela sigue siendo altamente valorada como la vía expedita para posibilitar el desarrollo humano en el marco de una sociedad capitalista que demanda trabajadores con competencias más acordes con las necesidades del mundo laboral. Desde este punto de vista, la deserción escolar cobra suma importancia sobre todo para los sectores de la población en condiciones de mayor vulnerabilidad social (Espínola y León, 2002).

Según informa el portal Panamá América, el secretario general de la Asociación de Profesores de la República de Panamá (ASOPROF), Diógenes Sánchez, lamenta el hecho de que la educación media solamente cubra un 60%, ya que el 40% restante de jóvenes de entre 14 y 17 años que no estudian tienen muchas más probabilidades de estar en la calle delinquiendo; mientras que define de alarmante y lamentable la cifra de deserción escolar, ya que ha aumentado en los últimos años.

Según un reciente informe del PNUD realizado en las 9 provincias y las comarcas, en Panamá hay más de 100.000 niños de entre 4 y 17 años no van a la escuela.



El informe Atlas de Desarrollo Humano Local Panamá 2015 (IDHP) del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) determina, entre otras cosas, que en Panamá hay 107.000 niños que no van a la escuela. La crítica

situación se da en menores de entre 4 y 17 años que no asisten a la escuela en la provincia de Panamá se encuentra el mayor número de menores sin escolarización, llegando a ser 40.000; mientras le sigue la comarca Ngäbe-Buglé con 16.000, 49.000 son los jóvenes de entre 15 a 17 años en todo el país que no van a la escuela; 17.300 de jóvenes de entre 12 a 14 años que no cuentan con educación pre media, 16,000 niños de entre 6 a 11 años no acuden a primaria. (www.tvn-2.com/nacionales/jóvenes-Panamá-estudian-trabajo)

El Informe Atlas se realiza como un aporte al debate sobre los desafíos que enfrenta Panamá en cuanto a la agenda de desarrollo. A continuación, los logros en cuanto a educación que plantea el IDHP, el que toma en cuenta los indicadores de alfabetismo, asistencia escolar y años de escolaridad.

En cuanto al alfabetismo, la tasa supera el 90% al 2014 en la mayoría de las provincias, exceptuando las de Bocas del Toro y Darién; mientras que las comarcas se ubican por debajo de un 80% de alfabetismo.

La asistencia escolar se ubica entre un 70% y 80% con una media nacional de 75%. Los años de escolaridad presentan valores menores a 6 años para las comarcas, entre 7 y 9 para la mayor parte de las provincias y sobresale Colón con 10 y Panamá con 11 años de educación promedio.

2.3 Formulación del Problema

El interés de plantear este tema es analizar con profundidad esta problemática, también con la intención de mostrar los elementos más relevantes



de esta. Por lo tanto, la realización de esta investigación posee diversos motivos que la justifican, pues la deserción escolar es un problema complejo que afecta a la sociedad en gran medida.

Los resultados arrojados por los instrumentos aplicados darán origen a pautas de informaciones claves que lleven en gran medida a soluciones, donde los actores de la comunidad educativo tengan participación y puedan erradicar el problema de la deserción escolar en los planteles educativos. Más que todo es llevar a los estudiantes a sensibilizarse, y ver en la educación el futuro de todo un pueblo.

Las preguntas de investigación que se pretenden desarrollar en este estudio son las siguientes:

2.3.1. Preguntas Principales

1. ¿Cuál es la opinión de los estudiantes y profesores sobre el problema de la deserción escolar en el colegio Richard Neumann?
2. ¿Es necesario implementar una campaña social en torno a la prevención y disminución de la deserción escolar a los estudiantes del Colegio Richard Neumann y que pueda ser base para Ministerio de Educación?
2. ¿Cuál es la opinión de los estudiantes y profesores sobre el problema de la deserción escolar en el colegio Richard Neumann?

2.3.2. Sub Preguntas

1. ¿Qué medidas podrían tomarse para contrarrestar los fracasos escolares?
2. ¿Qué estrategias se deben analizar en los colegios para evitar el abandono escolar?
3. ¿Tienen los estudiantes desertores conciencia de los efectos de la deserción escolar?



4. ¿Cuáles actividades se deben incluir en la campaña social para la prevención y disminución de la deserción escolar?
5. ¿Qué tipo de información se podría difundir a los estudiantes sobre la deserción escolar?

A continuación, los objetivos que se medirán con este estudio.

2.4. Objetivos Generales

1. Analizar la opinión de profesores y estudiantes en cuánto al problema que se confronta en el Colegio Richard Neumann y desarrollar en el país en general
2. Establecer la necesidad de implementar una campaña social para la disminución de la deserción escolar en el Colegio Richard Neumann que sirva de base para el Ministerio de Educación.

2.4.1. Objetivos Específicos

1. Enumerar las causas y efectos de la deserción escolar.
2. Evaluar si los encuestados son conscientes de los efectos de la deserción escolar.
3. Identificar las estrategias de comunicación necesaria para el desarrollo de la campaña social.
4. Describir las actividades que se deben realizar para apoyar la campaña social.
5. Definir el tipo información o mensajes sobre deserción escolar que se debe incluir en la campaña social.
6. Identificar los medios de comunicación que podrían ser más eficaces para promover la campaña social.



2.5 Justificación

Este trabajo de investigación está dirigido a los estudiantes del nivel de enseñanza media de educación, del colegio Richard Neumann.

Existe un alto índice de deserción escolar en el colegio, de parte de los estudiantes del nivel de enseñanza media, es por tal que se implementará esta

investigación, Este fenómeno se puede deber a que los últimos años se ha observado, esta problemática educativa de la deserción escolar en los colegios educativos. Por ello mediante esta investigación se busca profundizar en las causas que llevan a los estudiantes del nivel de educación media a abandonar las aulas de clase. Diferentes factores y entre estos se puede mencionar que algunos estudiantes abandonan sus estudios, simplemente un día dejan de asistir a la escuela sin previo aviso, argumentando que el motivo se debe problemas económicos, familiares y sociales. La escuela durante muchos años se ha visualizado como el medio que contribuye al progreso nacional y a la modernización de los patrones de conducta de la sociedad. De allí su importancia y el análisis exhaustivo de las causas y factores que provocan esta situación, de la deserción escolar. El problema que se analizará es de gran importancia para poder ayudar a la comunidad educativa a superar sus deficiencias en cuanto a deserción escolar.

En la educación es un apartado en el cual es importante mantenerse a la vanguardia con todos los avances científicos y tecnológicos para perdurar acorde con la realidad social y laboral, Actualmente el Ministerio de Educación ha estado implementando planes de mejoramiento de los cuales se han beneficiado un número significativo de estudiantes, sin embargo aún faltan estudiantes que se han determinado en riesgo, en hacer parte de estos programas, lo cual lleva a abordar un trabajo investigativo que permita evaluar estas estrategias o propuestas de mejoramiento, su efectividad y calidad y así aportar a la Comunidad Educativa, acciones correctivas encaminadas a brindar



una educación al alcance de todos, donde los estudiantes matriculados en los planteles educativos puedan terminar satisfactoriamente sus estudios y vincularse al mercado laboral y de esta manera se vea beneficiada la propia institución, la sociedad, los estudiantes y sus familias. En este sentido, el impacto de este estudio se verá reflejado al identificar debilidades y fortalezas a manera de evaluación en cada una de las estrategias, ya que la utilización de estas por

parte de los estudiantes en riesgo de deserción, los conducen a continuar sus estudios y lograr un verdadero éxito académico.

2.6. Clase de Estudio

El estudio investigativo realizado es descriptivo, debido a que se medirán a través de una encuesta variables como: deserción, causas, estrategias, campaña, tipo de comunicación entre otros. Esta está Orientada bajo los parámetros de la investigación cuantitativa.

2.7. Hipótesis

Las hipótesis que se plantean en este trabajo son las descriptivas de investigación y nulas. Las mismas serán validadas con el estadígrafo prueba y a un nivel de significación del 95% con una probabilidad de 5%.

Hipótesis no. 1

Hi. Más del 60% de estudiantes y docentes consideran la necesidad de una campaña social para prevenir y disminuir la deserción escolar.

Ho. Menos del 60% de estudiantes y docentes consideran la necesidad de una campaña social para prevenir y disminuir la deserción escolar.



Hipótesis estadística

Hi: $\% \geq 60$

Ho: $\% \leq 60$

Hipótesis no. 2

Hi. Más del 50% del público entrevistado conoce la definición de la deserción escolar.

Ho. Menos del 50% de del público entrevistado conoce la definición de la deserción escolar.

Hipótesis estadística

Hi: $\% \geq 50$

Ho: $\% \leq 50$

2.8. Variables Operacionales

Las Variables Operacionales se medirán con una serie de preguntas con la encuesta que se aplicará a estudiantes y docentes, a continuación, el significado de cada variable.

Variables Nominales de las Hipótesis.

1. Principales causas de la deserción: Se refieren a los motivos por el cual los estudiantes abandonan las aulas de clases o que están en edad de asistir a una escuela o colegio y los padres no los envían, estas razones pueden ser: Económicas, porque tienen que trabajar, falta de interés, fracaso escolar, metodología del docente entre otros.
2. Necesidad de una campaña social: Acción importante para guiar a estrategias y lograr atraer la atención para disminuir la deserción escolar, se basa principalmente en informar sobre los diferentes factores de



3. deserción y también para invitar a participar con diversos métodos para la disminución de la deserción escolar.
4. Prevención de la deserción escolar: Son los diferentes métodos para prevenir y/o disminuir la deserción escolar en las escuelas por medio de una campaña social estratégica donde se encontrarán distintas actividades que buscan informar, solucionar y capacitar al docente y estudiante sobre la deserción escolar.

2.8.1 Variables Conceptuales

1. Prevención: Acción de prevenir. "podríamos imaginar la unidad de cuidados intensivos de un hospital, donde toda una tecnología muy avanzada juega un papel tanto de prevención como de tratamiento medida o disposición que se toma de manera anticipada para evitar que suceda una cosa considerada negativa.

2. Deserción Escolar: para referirse al abandono escolar. Se trata de aquella situación en la que es un término comúnmente utilizado en América Latina el alumno después de un proceso acumulativo de separación o ausencia, finalmente, se retira antes de la edad establecida por el sistema educativo sin obtener un certificado de escolaridad. (<https://es.wikipedia.org>)

3. Campaña Social: Las campañas sociales son acciones guiadas por una estrategia encaminadas a lograr atraer la atención sobre un problema informar e invitar a los destinatarios a participar con acciones de solución. (<http://espanol3cach.blogspot.com/>), (*Wikipedia*. [https://es.wikipedia.org/wiki/Canal_de_comunicación](https://es.wikipedia.org/wiki/Canal_de_comunicaci3n))

4. Estrategia: una planificación de algo que se propone un individuo o grupo.

5. Canales de Comunicación: es el medio de transmisión por el que viajan las señales portadoras de información entre emisor y receptor, que emite a un referente. Normalmente el canal es el aire en la transmisión oral y el papel en la



escrita. Es frecuente identificarlo también como canal de datos.
(<https://gtisd.webs.ull.es/metodologias.pdf>)

6. Metodología de la enseñanza: utilizamos para transmitir los contenidos, procedimientos y principios al estudiantado y que se cumplan los objetivos de aprendizaje propuestos por el profesor. (<https://es.wikipedia.org/wiki/>).

7. Posicionamiento, en marketing, es una estrategia comercial que pretende conseguir que un producto ocupe un lugar distintivo, relativo a la competencia, en la mente del consumidor.

2.9 Población, Muestra y Muestreo

Población

Para este estudio se encuestarán tres poblaciones, los docentes de ambos sexos que estén laborando actualmente en el Colegio y los estudiantes de ambos sexos del 10°, 11° y 12° nivel del Colegio Richard Neumann. Lo ideal para el estudio sería encuestar a los jóvenes que han abandonado sus estudios, pero no hay estadísticas exactas, y es muy difícil contactarlos a todos, pero algunos docentes consejeros dieron de sus listas 10 nombres de estudiantes que habían desertado y facilitaron sus números telefónicos lo cual se logró entrevistar a esos 10 estudiantes. Además, como el objetivo del proyecto es evitar el abandono de los estudios, es más factible encuestar a los que están para motivarlos a continuar estudiando. De acuerdo con estadísticas del Colegio hay un total de 99 profesores y 700 estudiantes en los tres últimos niveles.

➤ Muestra

Este estudio comprende tres muestras, 99 docentes de ambos sexos que estén laborando en el Colegio y 188 estudiantes de ambos sexos de los tres últimos niveles finalmente se hará una entrevista a 10 estudiantes desertores del colegio Richard Neumann. Para sacar la muestra y el margen de error, se utilizó



la fórmula finita, pues hay estadísticas de la población que será parte de la muestra. El error esperado es de 5%, a un nivel de confianza de 95%.

A continuación, se detallan las fórmulas:

Fórmula finita para sacar la muestra =n

Muestra de docentes

Datos:

$$n = \zeta$$

$$N = 200$$

P/Q = Probabilidades con las que se presenta el fenómeno.

P = 80 Probabilidades que sí se dé.

Q = 20 Probabilidades que no se dé.

$$s^2 = 95\% \text{ valor sigma } 2^2, \text{ luego } s^2 = 4$$

e = Margen de error permitido 5%

$$n = s^2 (N \times P \times Q) / e^2 (N-1) + s^2 (p \times q)$$

$$n = 2^2 (200) (80 \times 20) / 5^2 (200-1) + 2^2 (80 \times 20)$$

$$n = 4 (200) (1600) / 25 (199) + 4(1600)$$

$$n = 128,0000 / 4975 + 6400$$

$$n = 1280000 / 113.75$$

$$n = 112 \text{ (muestra de docentes)}$$

Se aplicaron 10 encuestas más para que hacer las críticas a los cuestionarios aplicados.



P/Q para obtener p y q se realizó una prueba piloto del cuestionario cuya pregunta clave fue, hay deserción en su colegio y 80% dijo si y 20% respondió no, obteniéndose así 80 para p y 20 para q.

Fórmula para sacar el margen de error finito.

Datos:

$$n = 112$$

$$N = 200$$

P/Q = Probabilidades con las que se presenta el fenómeno.

$$P = 80$$

$$Q = 20$$

$$s^2 = 95\% \text{ valor sigma } 2^2, \text{ luego } s^2 = 2$$

$$e = \dot{\iota}$$

$$S = \sqrt{\{s^2 (P \times Q) / n\} \{(N - n) / N-1\}}$$

$$S = \sqrt{\{2^2 (80 \times 20) / 112\} \{(200 - 112) / 199\}}$$

$$S = \sqrt{\{6400 / 112\} \{88 / 199\}}$$

$$S = \sqrt{\{57\} \{0.44\}}$$

$$S = \sqrt{25}$$

$$S = 5$$

El margen de error es de 5%, el cual es aceptable en investigaciones de mercados es aceptable de 1 a 5 %.

Fórmula finita para sacar la muestra =n

Muestra de estudiantes de 10, 11, 12 nivel.

Datos:

$$n = \dot{\iota}$$

$$N = 700$$

P/Q = Probabilidades con las que se presenta el fenómeno.

P = 80 Probabilidades que sí se dé.

Q = 20 Probabilidades que no se dé.

$$s^2 = 95\% \text{ valor sigma } 2^2, \text{ luego } s^2 = 4$$

e = Margen de error permitido 5%



$$n = s^2 (N \times P \times Q) / e^2 (N-1) + s^2 (p \times q)$$

$$n = 2^2 (700) (80 \times 20) / 5^2 (700-1) + 2^2 (80 \times 20)$$

$$n = 4 (700) (1600) / 25 (699) + 4(1600)$$

$$n = 448,0000 / 17475 + 6400$$

$$n = 4480000 / 23875$$

$$n = 188 \text{ (muestra de estudiantes)}$$

Se aplicaron 10 encuestas más para que hacer las críticas a los cuestionarios aplicados.

P/Q para obtener p y q se realizó una prueba piloto del cuestionario cuya pregunta clave fue, hay deserción en su colegio y 80% dijo si y 20% respondió no, obteniéndose así 80 para p y 20 para q.

Fórmula para sacar el margen de error finito.

Datos:

$$n = 188$$

$$N = 700$$

P/Q = Probabilidades con las que se presenta el fenómeno.

$$P = 80$$

$$Q = 20$$

$$s^2 = 95\% \text{ valor sigma } 2^2, \text{ luego } s^2 = 2$$

$$e = \dot{\iota}$$

$$S = \sqrt{\{s^2 (P \times Q) / n\} \{(N - n) / N-1\}}$$

$$S = \sqrt{\{2^2 (80 \times 20) / 188 \} \{(700 - 188) / 699\}}$$

$$S = \sqrt{\{6400 / 188\} \{512 / 699\}}$$

$$S = \sqrt{\{34\} \{0.7324\}}$$

$$S = \sqrt{25}$$

$$S = 5$$



El margen de error es de 5%, el cual es aceptable en investigaciones de mercados es aceptable de 1 a 5 %.

➤ **Tipo de Muestreo**

El tipo de muestreo en esta investigación será probabilístico, en el caso de los docentes, serán seleccionados utilizando el muestreo aleatorio simple al azar y los estudiantes se escogerán usando el muestreo estratificado y aleatorio.

Primero se estratificará la población por aulas, luego se seleccionará al azar cada unidad de análisis.

A continuación, la estratificación

Muestreo estratificado Para seleccionar a los estudiantes

$$\text{Constante} = fh = \text{muestra/población} = n/N$$

$$n = 188 \quad N = 700$$

$$fh \text{ CONSTANTE} = 188 / 700 = 0.2686$$

$$N_h \times fh = n_h \text{ Cantidad a encuestar por niveles.}$$

Naveles y Grupos	Cantidad de estudiantes (Nh)	Muestra (nh)
NIVEL 10		
Grupo no.1	35	15
Grupo no. 2	34	20
Grupo no. 3	25	15
NIVEL 11		
Grupo no.1	35	30
Grupo no. 2	21	10
Grupo no. 3	10	10
NIVEL 12		
Grupo no.1	30	30
Grupo no. 2	30	30
Grupo no. 3	28	28



Fuente: Colegio Richard Neumann. Como se observa en el cuadro una vez calculada la constante, se establecen los valores para cada grado, quedando dividida la muestra en 50 estudiantes de 10°, 50 estudiantes de 11° y 88 estudiantes de 12°, para un total de 188 estudiantes del nivel de media.

2.10. Instrumento

El instrumento para la recolección de datos de los profesores y estudiantes fue la encuesta, para ello, se elaboró un cuestionario directo estructurado para ambas muestras que contenía un total de 3 preguntas abiertas y 12 preguntas cerradas, sobre el tema específico. Aunque los cuestionarios contenían las mismas preguntas hubo modificaciones (ver anexo)

La encuesta contenía cuatro temas específicos:

- ← Nivel de conocimiento sobre el problema de la deserción escolar.
- ← Causas o responsables de la deserción escolar.
- ← Estrategias para la campaña para disminuir la deserción escolar.

Los objetivos de la encuesta fueron los siguientes:

1. Medir el nivel de conocimiento que tienen los docentes y estudiantes acerca del problema de la deserción escolar.
2. Determinar las causas y consecuencias de la deserción escolar.
3. Evaluar qué estrategias o actividades de comunicación serían más efectivas para disminuir la deserción en el colegio Richard Neumann.

2.11. Prueba Piloto de la Encuesta

Se aplicó un cuestionario piloto a docentes y estudiantes representativas de la muestra con el objetivo de validar y medir la confiabilidad del mismo, y realizar correcciones que fueran necesarias, tales como: orden de las preguntas, elaboración, eliminar o agregar preguntas, después de aplicado se le hicieron una serie de correcciones y se cambió el orden de algunas preguntas.



➤ **Procedimiento**

Para la aplicación de la encuesta se realizó el siguiente procedimiento:

1. Se solicitó una carta a la Dirección de Investigación y Postgrado de la Facultad de Comunicación Social para solicitar permiso y autorización para aplicar la encuesta en el Colegio Richard Neumann.
2. Asistencia al Colegio para aplicar y seleccionar la muestra utilizando el muestreo aleatorio con los docentes y seleccionando también aleatoriamente por aulas la cantidad correspondiente.
3. Una vez seleccionados los estudiantes se le aplicó el cuestionario nº1
4. La encuesta fue aplicada por tres personas previamente instruidas.
5. Se abordaban a los docentes y se les hacían las preguntas y el entrevistador llenaba la encuesta.
6. El cuestionario se aplicó a ambas muestra durante los días 5, 6, y 7 del mes de septiembre de 2017.
7. Se tabuló el cuestionario utilizando el programa Excel, además con el mismo programa se elaboraron las gráficas y cuadros para el análisis estadístico.

2.12. ANALISIS DE LOS DATOS

A continuación, se realiza un análisis descriptivo y cuantitativo de las encuestas aplicadas a los estudiantes que asisten al colegio, profesores y desertores del Richard Neumann.

Esta etapa del proceso supone la consideración de los datos mediante un tratamiento de clasificación y agrupamiento de los resultados.

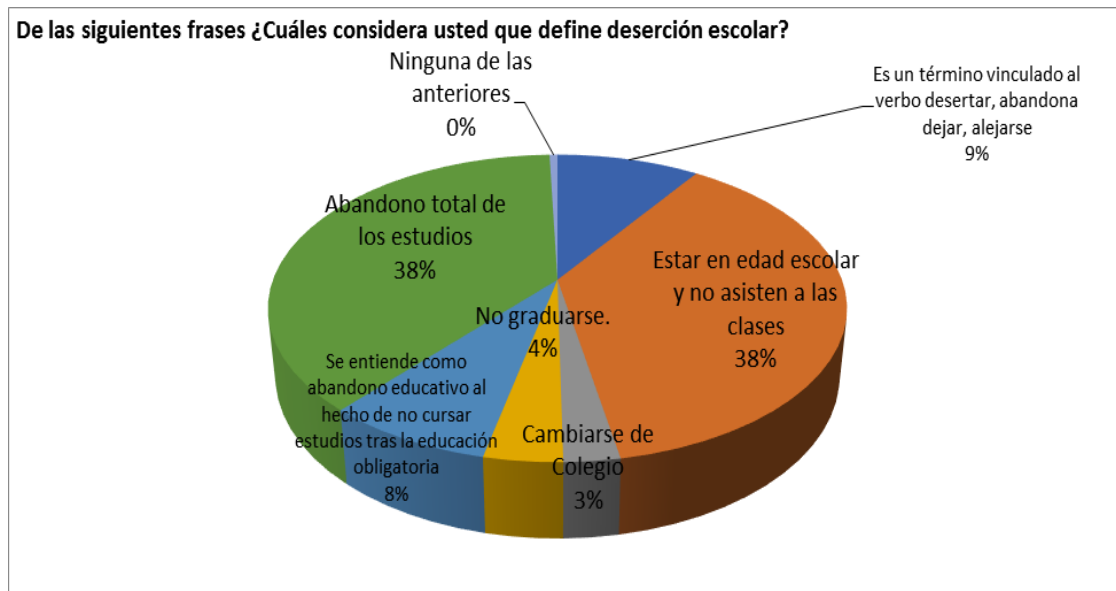
El análisis será de tipo descriptivo, de manera que pueda ser útil en un planteamiento de estudios posteriormente, los datos fueron obtenidos en la aplicación de la encuesta el cual se procesó en el programa Excel.

Primero se analizarán las 188 encuestas aplicadas a los estudiantes del 10º, 11º y 12º, nivel medio. (Gráficas y análisis)

CUESTIONARIO NO. 1 DE LOS ESTUDIANTES.

Tema No. 1. Conocimiento sobre el problema de la Deserción Escolar.

GRAFICA # 1
DEFINICIÓN DE DESERCIÓN ESCOLAR

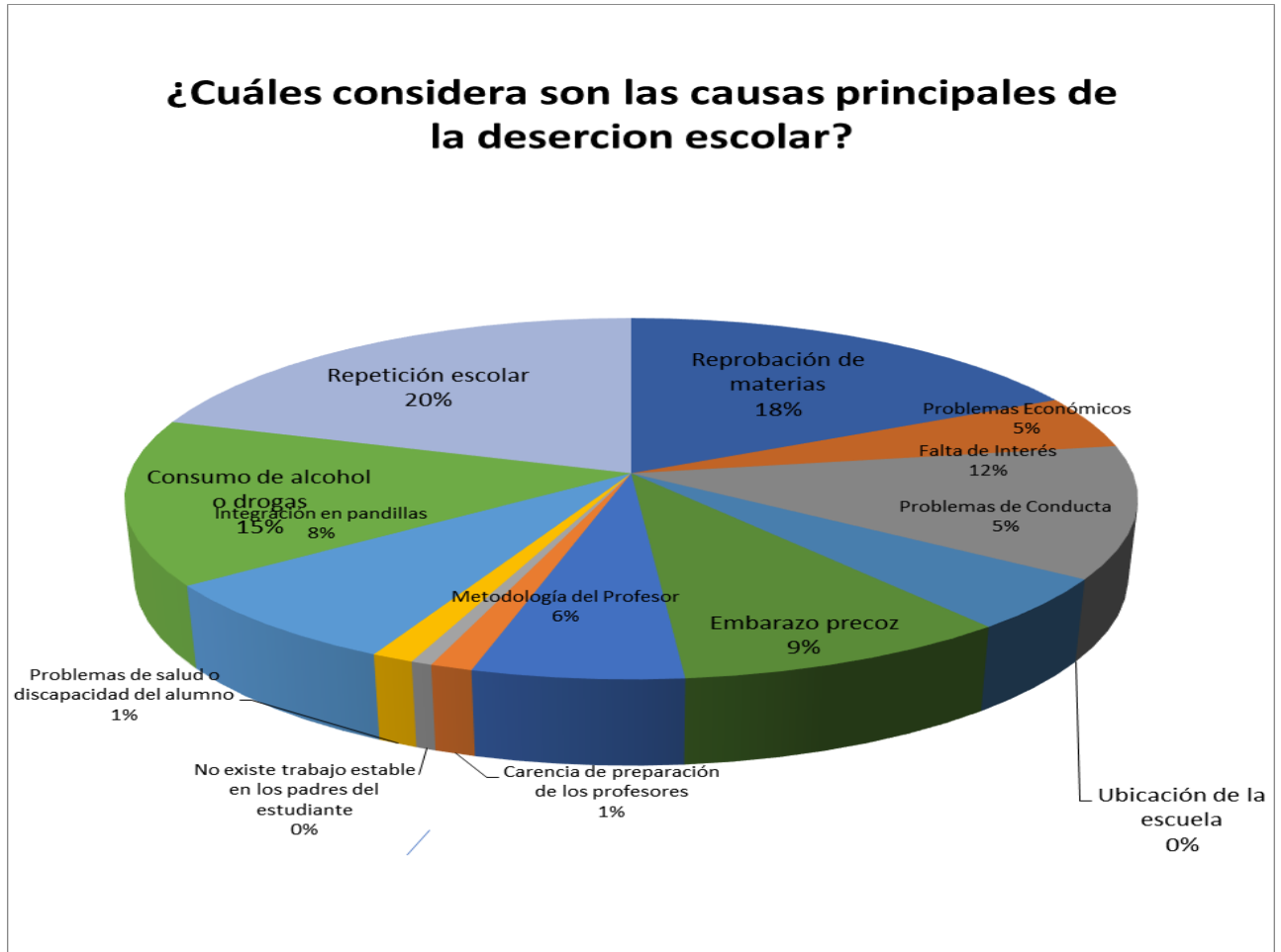


Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes del nivel de media del C. R.N. de la ciudad de Panamá, sept. de 2017

La frase que define deserción escolar que tuvieron mayor porcentaje 38% fueron: es estar en edad escolar y no asistir a las clases, y es el abandono total de los estudios. Mientras el 9% expresó, es un término vinculado al verbo, abandonar, dejar, alejarse, un 8% consideró, se entiende como abandono educativo el hecho de no cursar estudios tras la educación obligatoria. Entre tanto una pequeña parte de la muestra, el 4% opinó que el termino deserción escolar se define como no graduarse, finalmente un 3% de algunos de los estudiantes expresó se define como cambiarse de colegio. Aquí se ve

claramente que casi tres cuartas partes (el 76%) de la población encuestada tenían claro el término deserción no así el resto de los encuestados.

GRAFICA #2

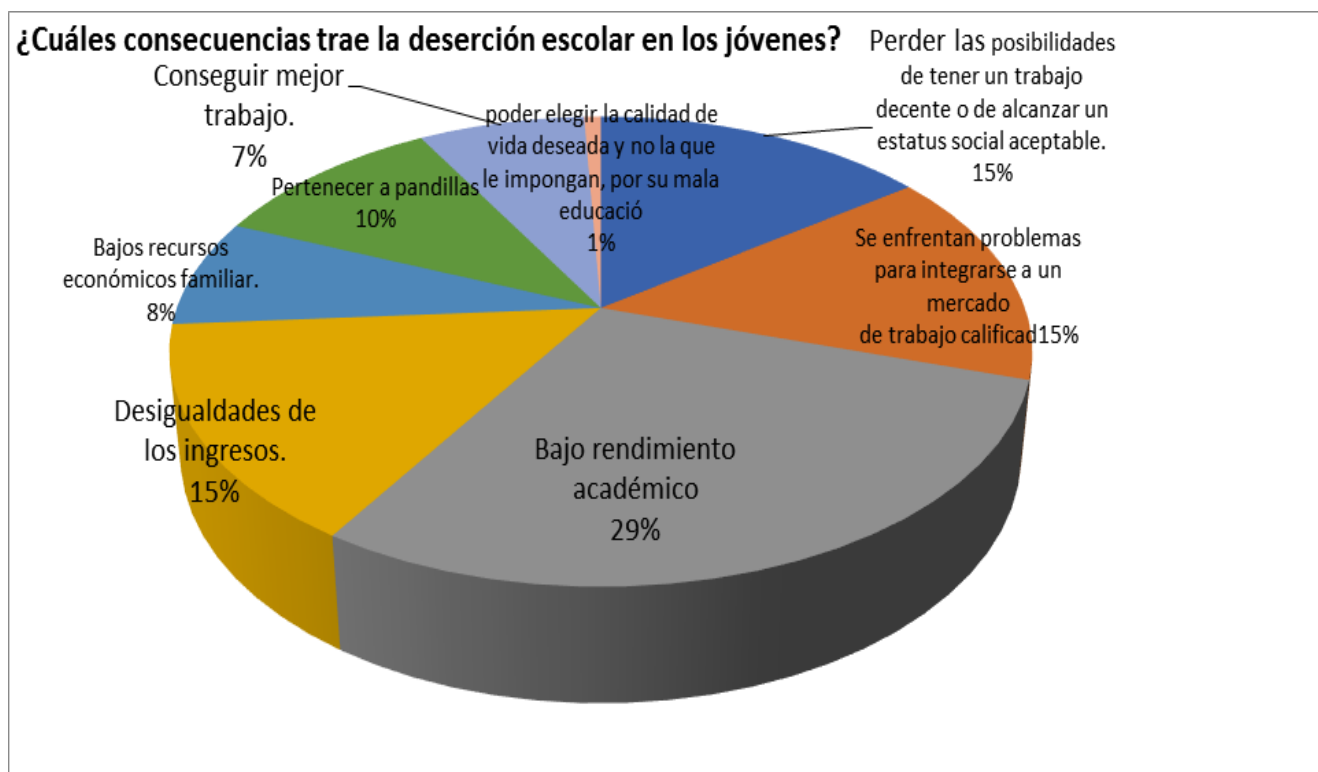


Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes del nivel de media del CRN de la ciudad de Panamá, sept. de 2017

En estas preguntas se observa que el mayor porcentaje obtenido por el instrumento aplicado, fue un 20% opina que las causas de deserción escolar se debe a Repetición escolar, mientras un 18% se inclinó que es la Reprobación de materias, otro 15% dijo el Consumo de alcohol o drogas. El 12% indicó la Falta de Interés en los estudiantes, mientras el 9% comentó que tiene mucha incidencia el embarazo precoz y un 8% es motivo de deserción la integración en pandillas. Un 6% siente que la metodología de los profesores es causa deserción, otro 5% opinó son los problemas de conducta, y otro 5% problemas económicos, finalmente un 1% consideró los problemas de salud o discapacidad del estudiante y un 1% Carencia de preparación de los profesores. Dentro de

toda la causa expuesta se concluye que no hay una sola causa para que el estudiante deserte del sistema escolar, pues son varias las causantes de que los estudiantes tomen la decisión de salir del sistema.

GRÁFICA # 3

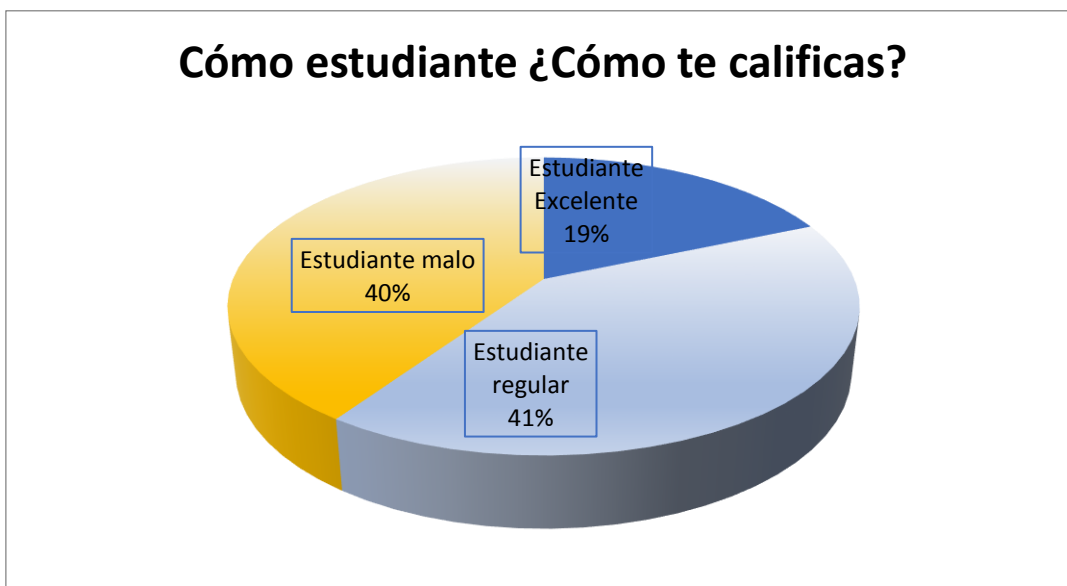


Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes del nivel de media del de la ciudad CRN de Panamá, sept. de 2017

El 29% de la muestra dijo que las consecuencias de la deserción escolar se debe al bajo rendimiento académico, el 15% expresó el perder las posibilidades de tener un trabajo decente o de alcanzar un estatus social aceptable, es de mayor importancia entre las consecuencias. También otro 15% opinó que la consecuencia más importante, es el enfrentarse a problemas para integrarse a un mercado de trabajo calificado; un 15% señaló las desigualdades de los ingresos. Un 10% piensa que el Pertener a pandillas es una importante consecuencia; mientras un 8% señaló que los bajos recursos económicos familiar. Y finalmente el 1% poder elegir la calidad de vida deseada y no la que le impongan, por su mala educación.

Se observa que de las consecuencias en el grado de importancia del abandono escolar son las siguientes: Bajo rendimiento académico, Perder las posibilidades de tener un trabajo decente o de alcanzar un estatus social aceptable, se enfrentan problemas para integrarse a un mercado de trabajo calificado, poder elegir la calidad de vida deseada y no la que le impongan, por su mala educación, denotan el grado de madurez de los estudiantes encuestados , teniendo claro su propio futuro.

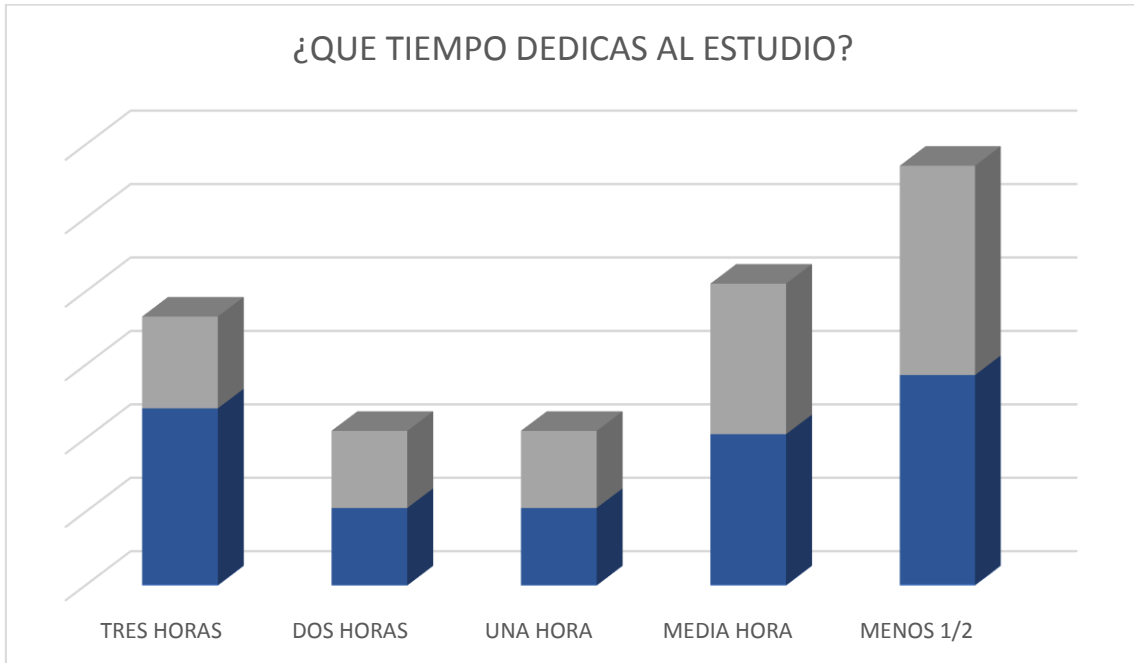
GRÁFICA #4



Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes del nivel de media del colegio Richard Neumann de la ciudad de Panamá, sept. de 2017

En cuanto a cómo se califican los estudiantes encuestados los porcentajes dados fueron: excelente un 19% siendo este el menor de los porcentajes, dado que la muestra son 188 estudiantes, significa que 1/5 de esta muestra son excelentes estudiantes, seguido se observa que el 41% es regular y el 40% se calificó como deficiente. Casi un 81% de la muestra está entre regular y mala, por ende, necesita que se busque una solución al desempeño educativo, elevando la calidad de la educación y así disminuir la deserción escolar.

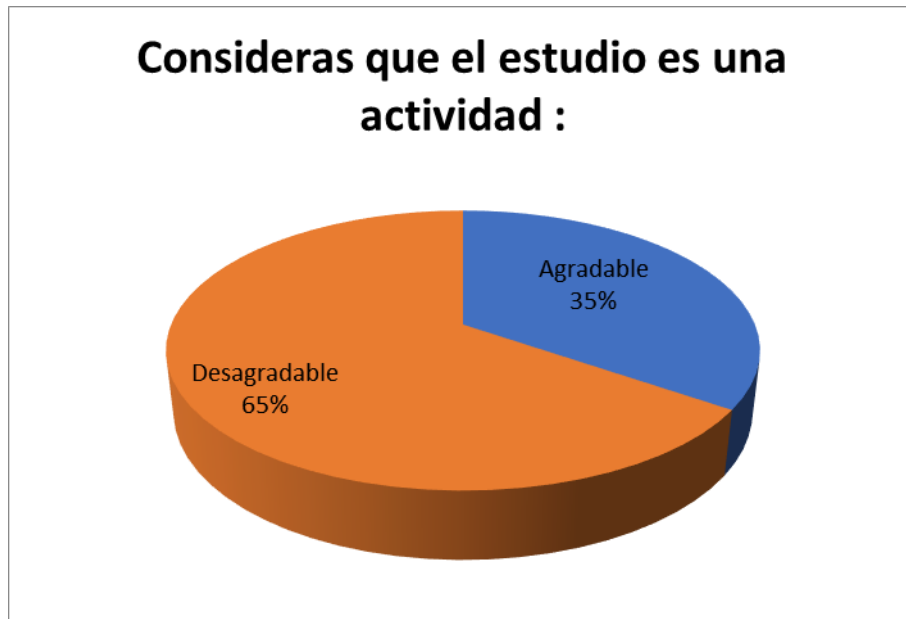
GRÁFICA #5



Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes del nivel de media del colegio Richard Neumann de la ciudad de Panamá, sept. de 2017

Con la intención de conocer como utilizan el tiempo para la distribución de los estudios, el 30% utiliza menos de media hora, el segundo lugar el 26% señaló que utilizaba tres horas para estudiar, seguido de un 22% que hace uso de media hora en sus estudios escolares, mientras otro 11% de la muestra solo una hora y 2 horas el otro 11%. Estos resultados indican que los estudiantes del colegio Richard Neumann priorizaron dedicar poco tiempo a los estudios escolares, razón por la cual en la gráfica anterior se califican muy pocos como excelentes.

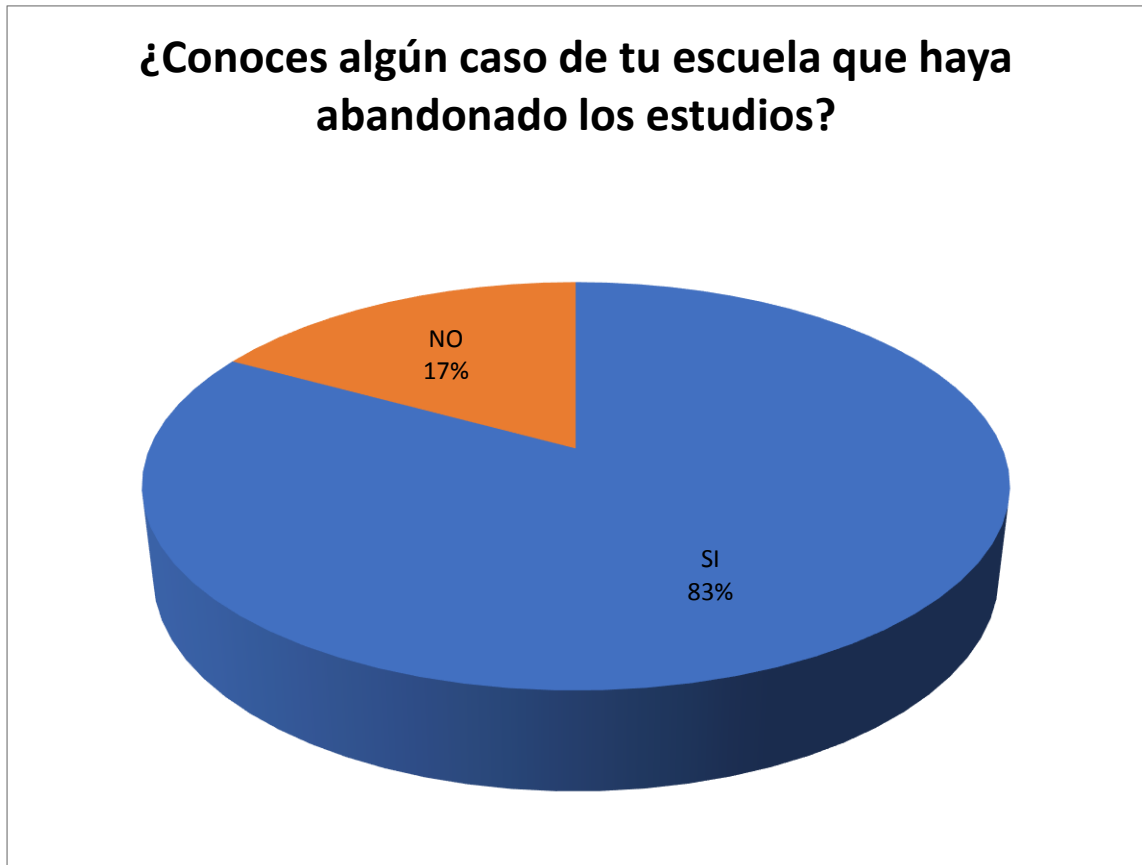
GRÁFICA #6



Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes del nivel de media del colegio Richard Neumann de la ciudad de Panamá, sept. de 2017

EL 65% de la muestra considera que el estudio es una actividad agradable, mientras el 35%, lo ve como una actividad desagradable. Como es claramente expresado en el resultado obtenido, en esta gráfica que es significativa, el desagrado a la actividad del estudio puede estar entre las causas de la deserción escolar.

GRÁFICA #7



Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes del nivel de media del colegio Richard Neumann de la ciudad de Panamá, sept. de 2017

El 83% de la muestra encuestada conoce de casos de deserción o que han abandonado los estudios, mientras que el 17 % no conoce caso alguno. Considerando el resultado obtenido podemos analizar que existen varias estudiantes de este plantel educativo que piensan en el futuro y no han dejado sus estudios, mientras otros abandonan sus estudios y sus compañeros de clases los tienen identificados.

GRÁFICA # 8



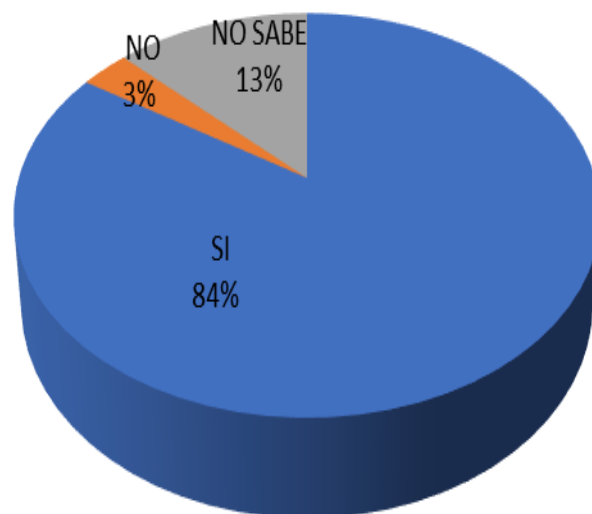
Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes del nivel de media del colegio Richard Neumann de la ciudad de Panamá, sept. de 2017

Un 48% de la muestra encuestada opina que va a terminar estudios secundarios, Mientras el 22 % piensa seguir estudiando, pero trabajando; No obstante, el 15% piensa en trabajar no seguir estudiando, y otro 13% continuar sus estudios universitarios; demostrando con está gráfica que un gran porcentaje de jóvenes encuestados si desean continuar sus estudios dejando así un poco rezagada la posible causa de la falta de interés en los jóvenes en seguir estudiando.

TEMA NO. 2 CAMPAÑA SOCIAL

GRÁFICA # 9

¿Cree usted fundamental la necesidad de una campaña social para disminuir la deserción escolar, daría buenos resultados?

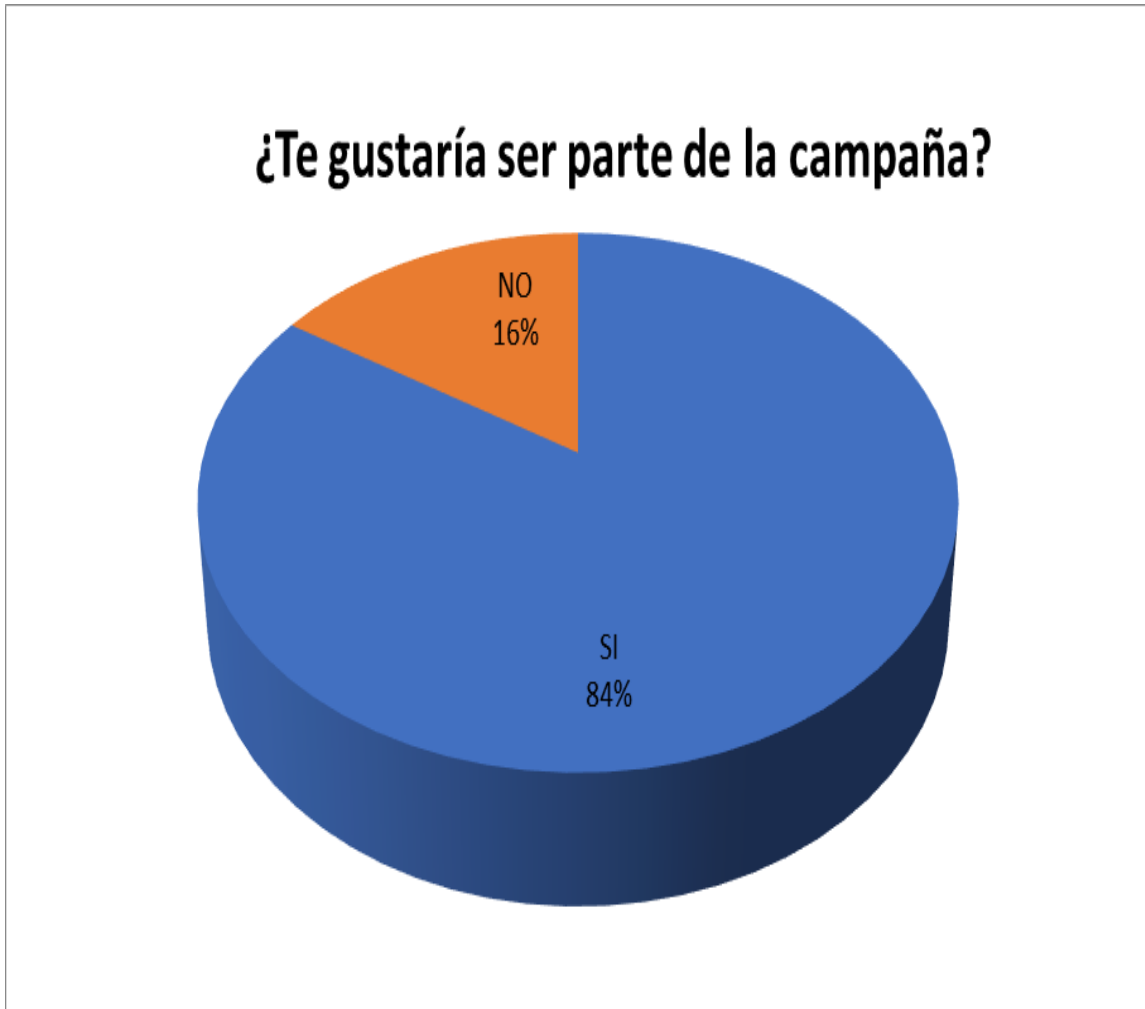


Fuente. Encuesta aplicada a los estudiantes del nivel de media del colegio Richard Neumann de la ciudad de Panamá, sept. de 2017

El 84% de los encuestados consideran que una campaña social ayudaría a disminuir la deserción escolar, mientras el 13% no sabe si daría resultado lanzar una campaña y un 3% dice que no daría resultados. Pero se desea destacar que con la pregunta nos percatamos que la muestra considera efectiva se realice una campaña social, debido a que los medios de comunicación masiva ejercen una gran influencia en la mente de los jóvenes estudiantes.



GRÁFICA #10



Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes del nivel de media del colegio Richard Neumann de la ciudad de Panamá, sept. de 2017

El 84% de la población encuestada le gustaría ser parte de la campaña y el 16% dijo que no. Se infiere que la mayoría desea ser parte de la campaña, y participar en las actividades que se realicen lo que puede significar que tendrá mucho éxito y logrará su objetivo.

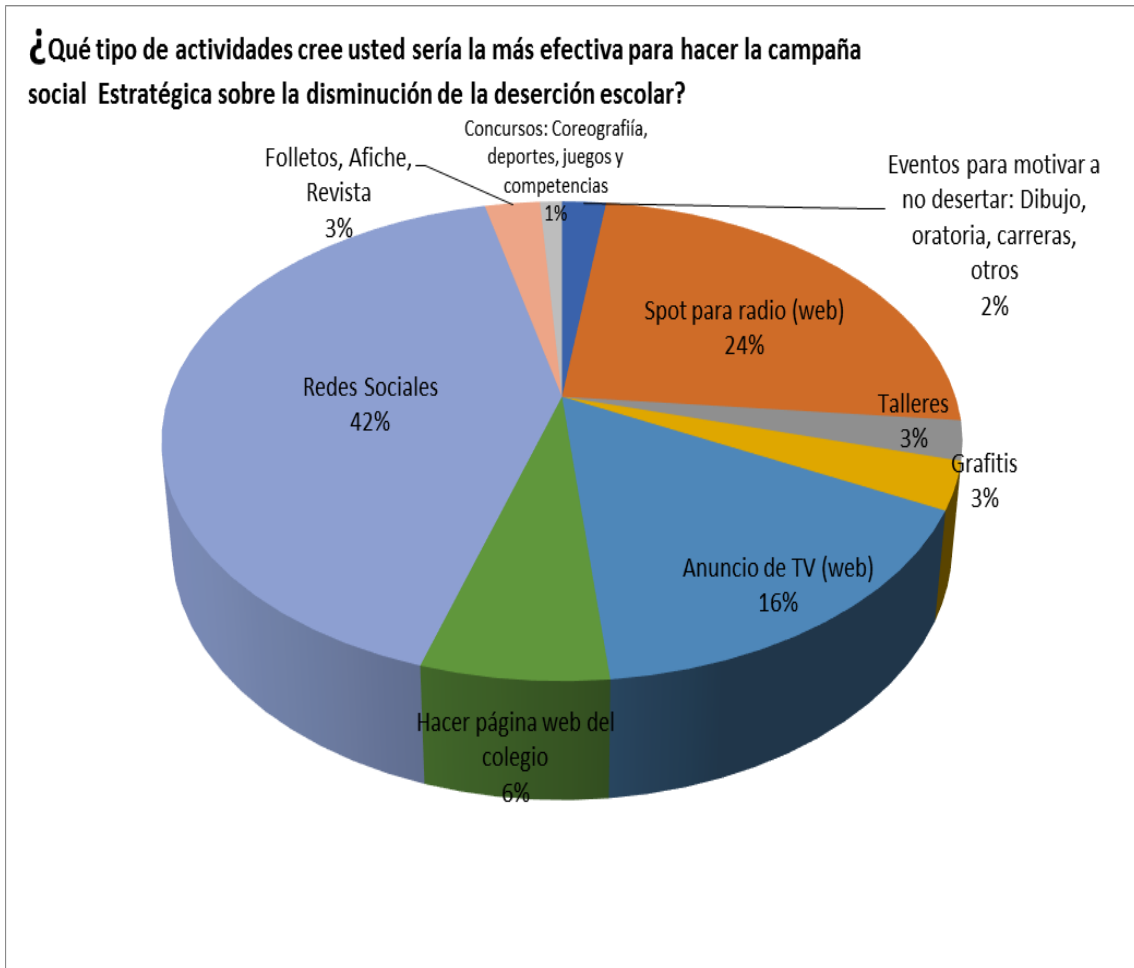
GRÁFICA #11



Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes del nivel de media del colegio Richard Neumann de la ciudad de Panamá, sept. de 2017

En cuanto a los porcentajes obtenidos si participarían en las actividades que se programen, el 89% manifestó su participación, mientras que una minoría del 11% no participaría. Esto da lugar a pensar que hay un gran porcentaje de la muestra con disposición a cooperar para contribuir a la disminución de la deserción escolar.

GRÁFICA #12

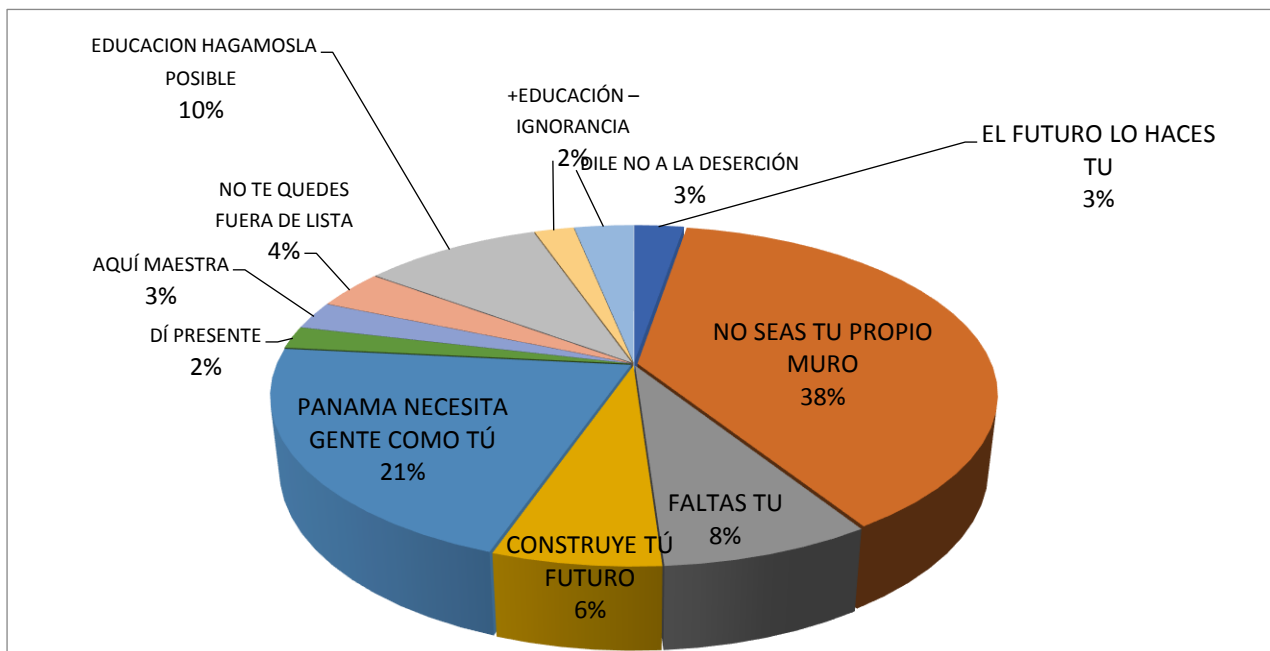


Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes del nivel de media del colegio Richard Neumann de la ciudad de Panamá, sept. de 2017

El 42% de los encuestados opinan que entre las actividades más efectivas para hacer la campaña social, está el uso de las redes sociales, mientras un 24 % de la muestra opina, el spot para radio (web) y 6% se inclina por el anuncio de tv y radio, también otra parte de la muestra , el 3% se inclina por folleto, afiche y revista. No obstante, el 3% opinó los talleres y el grafiti. Entre otros, estuvo, los eventos para motivar a no desertar como dibujo, oratoria carreras, el 1% dijo que los concursos; coreografías, deporte, juegos y competencias. Los encuestados marcan claramente la preferencia por los medios tecnológicos, consideran efectiva las actividades de la campaña social estratégica.

GRÁFICA #13

FRASE O ESLOGAN PARA LA CAMPAÑA



Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes del nivel de media del colegio Richard Neumann de la ciudad de Panamá, sept. de 2017

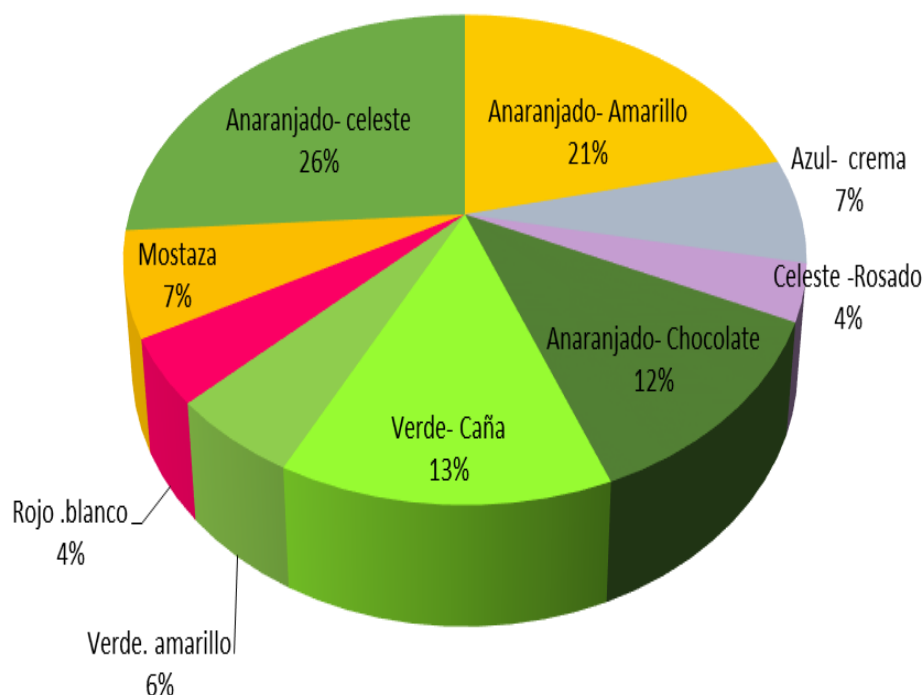
La encuesta aplicada en este ítem dice que el 38% se inclina hacia la frase no seas tu propio muro, mientras le sigue Panamá necesita gente como tú con un 21%, la educación hagámosla posible ocupa un 10%. Un 8% se dijo faltas tú y un 6% señaló el futuro lo construyes tú, un 4% no te quedes fuera de la lista, hubo tres frases con un 3 %, estas fueron el futuro lo haces tú, Dile no a la deserción, y Aquí maestra.

Mientras, una minoría el 2% expresó Di Presente y + Educación - Ignorancia.

Como podemos ver en el gráfico, la población noimista presenta una división en cuanto a los porcentajes en su inclinación a las diferentes frases, se ve claramente que más del 50% contrapone la frase de mayor porcentaje.

GRÁFICA N°14

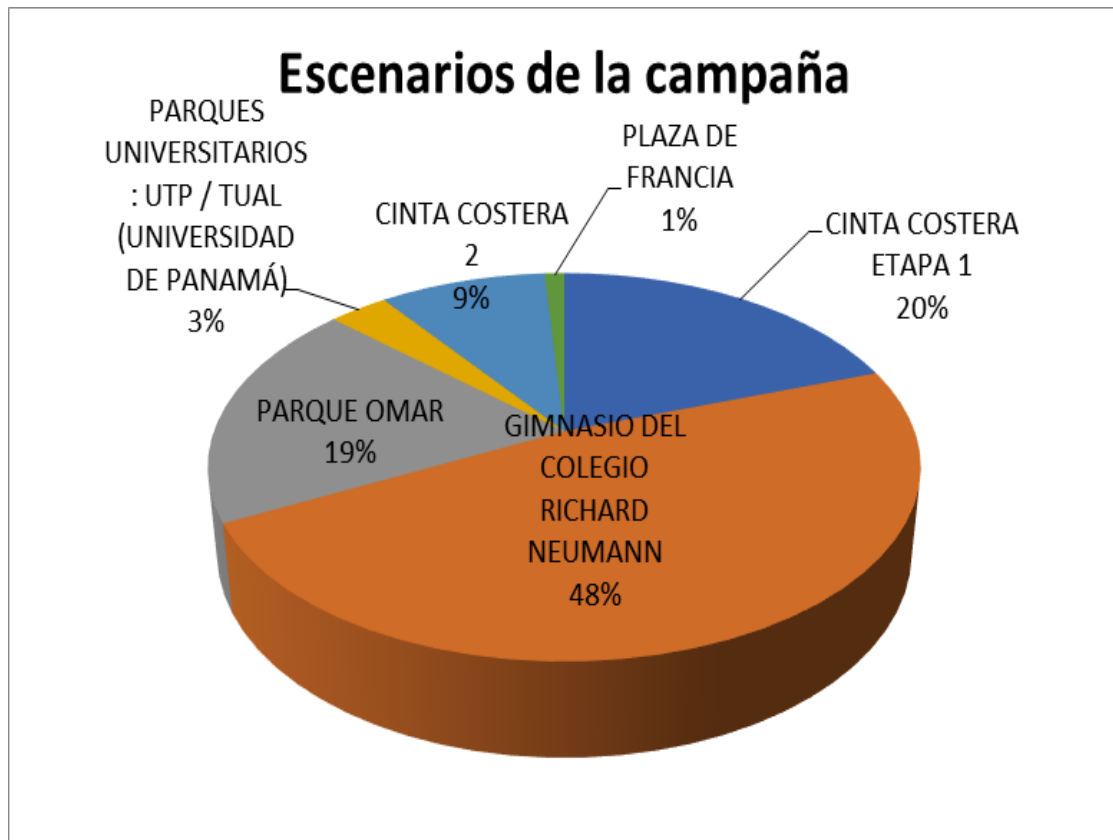
¿Qué colores considera usted, son los más representativos para esta Campaña de deserción escolar?



Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes del nivel de media del colegio Richard Neumann de la ciudad de Panamá, sept. de 2017

De acuerdo a la opinión de los encuestados, los porcentajes obtenidos fueron los siguientes: el anaranjado celeste obtuvo un 26%; el 21% dijo el color anaranjado amarillo; mientras un 12% le gustó más el anaranjado chocolate; el color verde caña un 13%, por otra parte el 7% se decidió por el color mostaza, otro 7% le gustó el color azul crema, y el color verde amarillo un 6%, el 4% prefirió el color rojo blanco; finalmente un 4% se decidió por el celeste rosado. De allí la importancia de tomar en cuenta la inclinación de preferencia de los colores.

GRÁFICA N°15

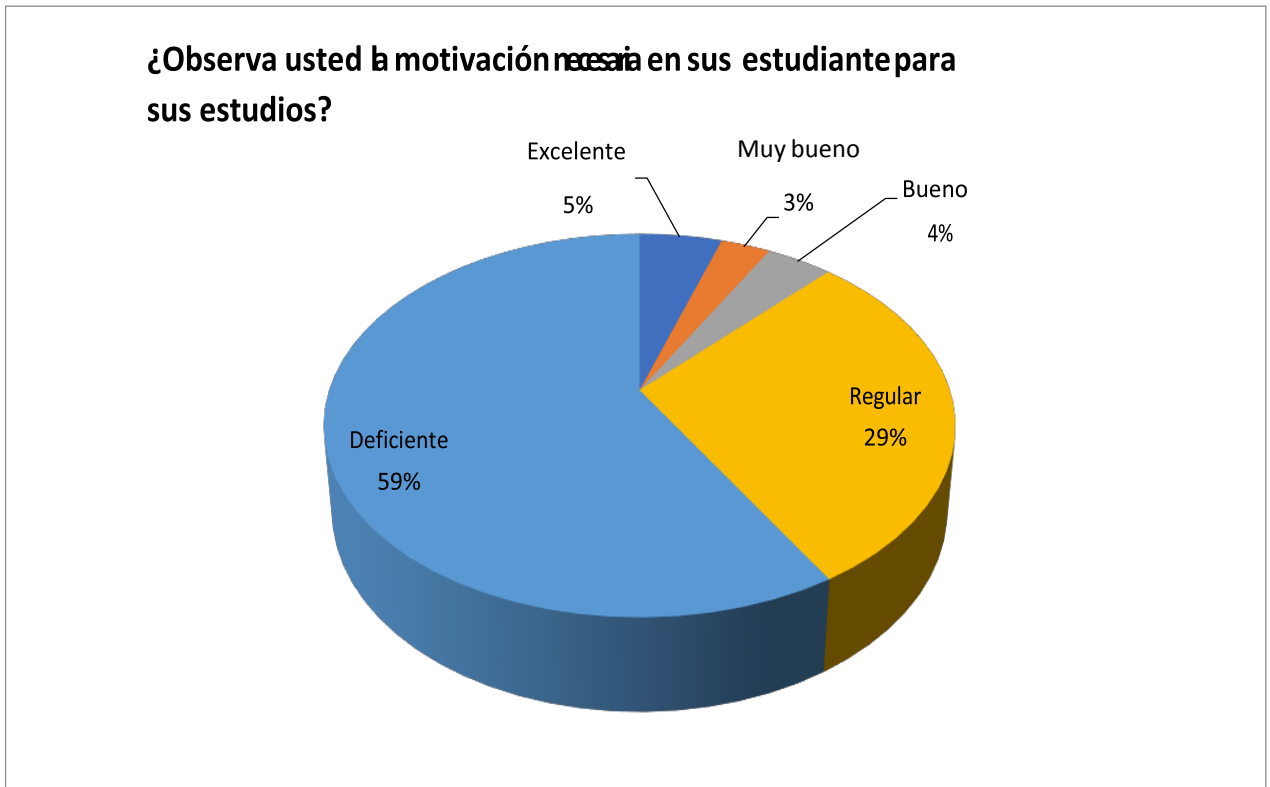


: Encuesta aplicada a los estudiantes del nivel de media del colegio Richard Neumann de la ciudad de Panamá, sept. de 2017

Los estudiantes encuestados escogieron como escenario de la campaña el gimnasio del colegio Richard Neumann con un 48%, y en segundo lugar la cinta costera 20%. Mientras el 19%, dijo el Parque Omar. Un 9% de la población encuestada prefirió la cinta costera 2; y los parques universitarios: UTP / TUAL (UNIVERSIDAD DE PANAMÁ) marcaron un 3% en preferencias para el escenario de campaña, finalmente el 1% prefirió la plaza de Francia.

Como es claramente expresado en el resultado obtenido en está gráfica permite llegar a la conclusión que el estudiante prefiere el área estudiantil, donde se desenvuelven las actividades escolares.

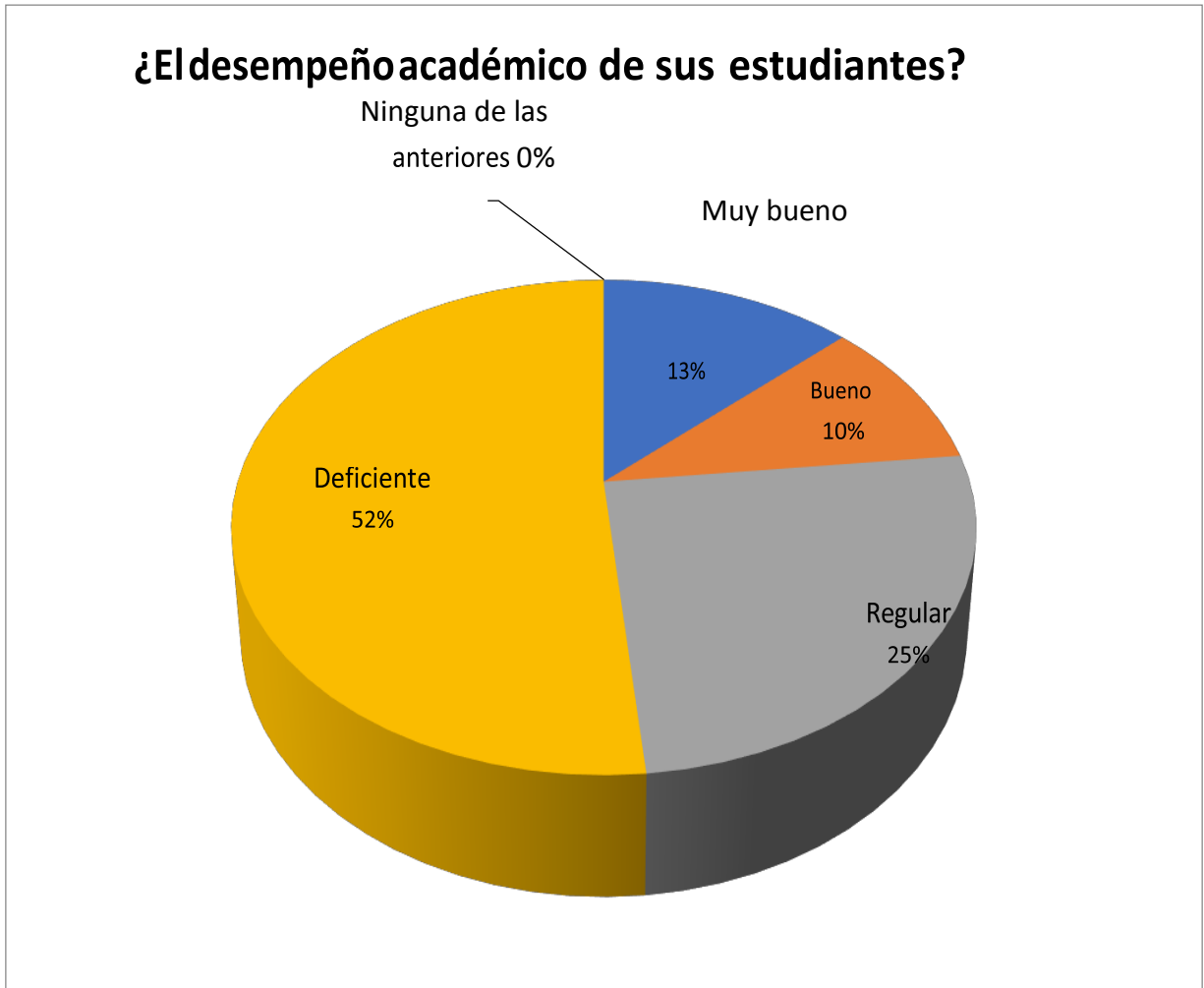
**DATOS DE LA DESERCIÓN ESCOLAR EN EL COLEGIO RICHARD NEUMANN
 APLICADA A LOS DOCENTES EN EL CUESTIONARIO Nº 2**



Fuente: Encuesta aplicada a los docentes del nivel de media del colegio Richard Neumann de la ciudad Panamá, sept. de 2017

La encuesta arrojó el siguiente resultado: **59%** expresó es deficiente esa motivación, el **29%** sostuvo que la motivación necesaria en sus estudiantes para sus estudios es regular, mientras que un **5%** dijo es excelente, otro **4%** señaló es buena, un grupo reducido con un **3%** muy bueno. Se notó claramente el desgano en cuanto al interés que observan los docentes en la motivación de los estudiantes necesaria para sus estudios.

GRÁFICA N°2

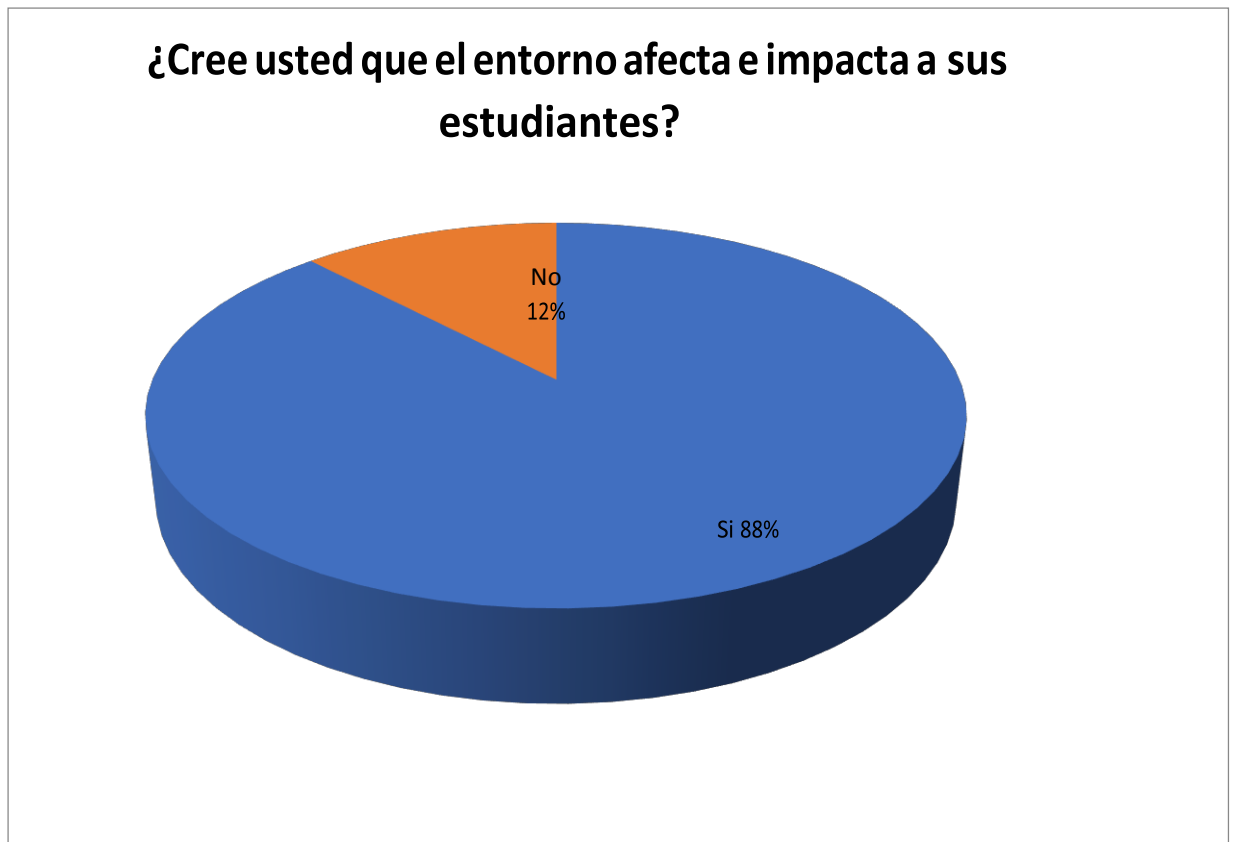


Fuente: Encuesta aplicada a los docentes del nivel de media del colegio Richard Neumann de la ciudad de Panamá, sept. de 2017

En el desempeño académico de los estudiantes, de acuerdo a los docentes, se ve claramente que el 52% son deficientes, el 25% son regulares, otro 13% sostuvo que su desempeño era bueno; por otro lado, un 10% siente que es bueno. Se observa en los porcentajes obtenidos que el 50% de los estudiantes académicamente son deficientes, dándose un sinnúmero de causas que dan lugar a este deterioro académico de los estudiantes panameños



GRÁFICA # 3



Fuente: Encuesta aplicada a los docentes del nivel de media del colegio Richard Neumann de la ciudad de Panamá, sept. de 2017

Un 88% de los encuestados piensa que el entorno afecta el rendimiento académico de los estudiantes, mientras un 12% dijo no, aquí el estudiante es el que tiene la decisión de escoger su propio destino, pues nada debe afectar su responsabilidad de los estudios, para su futuro.



Datos para Campaña Social Estratégica.

GRÁFICA # 4



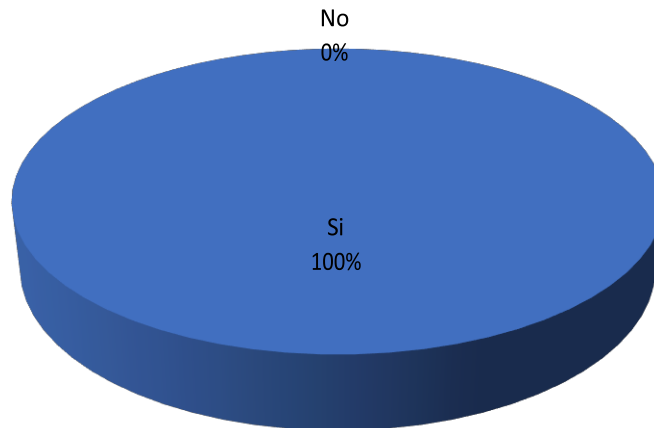
Fuente: Encuesta aplicada a los docentes del nivel de media del colegio Richard Neumann de la ciudad de Panamá, sept. de 2017

Si se lanza una campaña social para disminuir la deserción escolar, opinaron los docentes de la siguiente manera: un 98% consideró que si, mientras que un 2% dijo no. Dado los porcentajes, se ve claramente lo positivo que es para los encuestados la implementación de una campaña social, pues podría ayudar a la prevención y disminución escolar.



GRÁFICA # 5

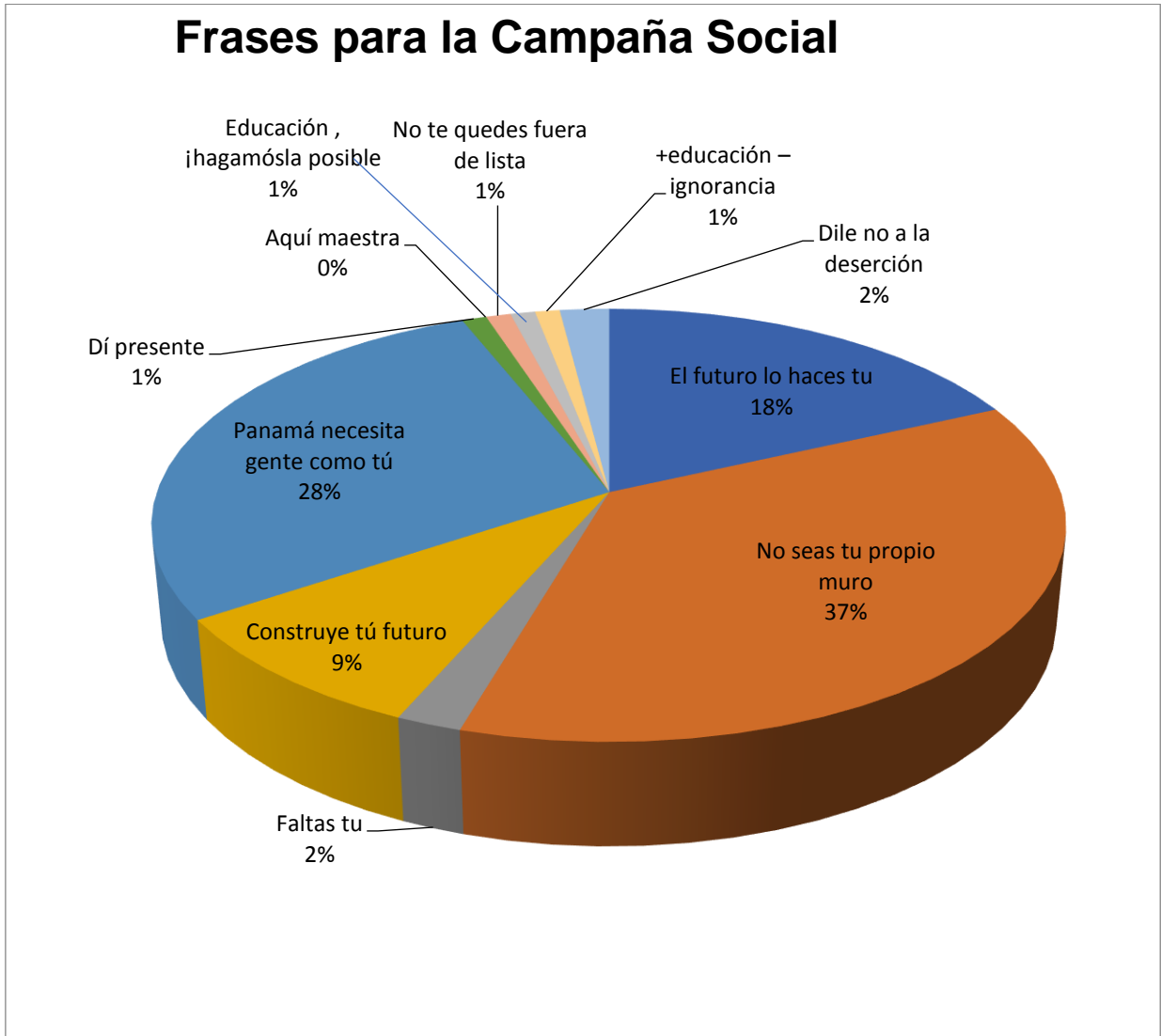
Apoyaría como docente de este plantella campaña social en prevención y disminución de la deserción escolar.



Fuente: Encuesta aplicada a los docentes del nivel de media del colegio Richard Neumann de la ciudad de Panamá, sept. de 2017

La encuesta aplicada arrojó que un 100% apoyaría la campaña social de prevención y disminución de la deserción escolar. Respecto al apoyo de los docentes a la estrategia creativa de apoyar la campaña social para disminuir la deserción escolar, fue unánime, ven en la campaña una solución al problema que les aqueja.

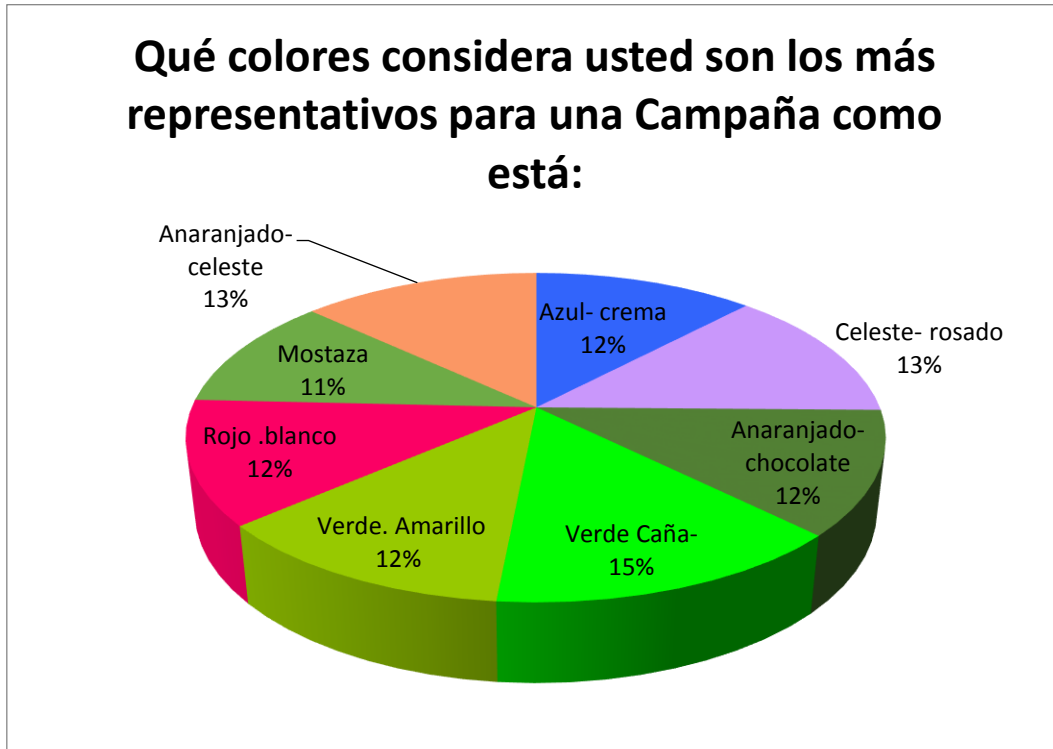
GRÁFICA # 7



Fuente: Encuesta aplicada a los docentes del nivel de media del colegio Richard Neumann de la ciudad de Panamá, sept. de 2017

Entre las frases elegidas estuvo en primer lugar, no seas tu propio muro con un 37%, seguido Panamá necesita gente como tú, el futuro lo haces tú con 18%, igual que los datos obtenidos con los estudiantes no seas tu propio muro también fue seleccionada por los docentes, así que esta será el eslogan de la campaña.

GRÁFICA #8



Fuente: Encuesta aplicada a los docentes del nivel de media del colegio Richard Neumann de la ciudad de Panamá, sept. de 2017

El color elegido por los docentes encuestados fue la verde caña con 15%, seguido con 13% anaranjado celeste, celeste rosado, con 12% estuvo el rojo blanco, verde amarillo, anaranjado chocolate, azul crema. Con 11% mostaza.



2.13 Validación

Luego de analizar todos los resultados de las encuestas, se validan las hipótesis utilizando la prueba proporción Z, a un nivel de significancia del 95% con una probabilidad del 5%.

Hipótesis No. 1

Hi. Más del 50% del público consultado considera que es necesario lanzar una campaña social para disminuir la deserción escolar con buenos resultados.

Ho. Menos del 50% del público consultado considera que es necesario lanzar una campaña social para disminuir la deserción escolar con buenos resultados.

Hipótesis estadística

1. Hi: $\% \geq 50$
2. Ho: $\% \leq 50$

Para validar esta hipótesis se utiliza la gráfica no. 4, donde se pregunta, si cree que el lanzamiento de una campaña social para disminuir la deserción escolar daría buenos resultados.

CUADRO #4

¿USTED CREE QUE, ¿SI LANZAMOS UNA CAMPAÑA SOCIAL PARA DISMINUIR LA DESERCIÓN ESCOLAR, DARÍA BUENOS RESULTADOS?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	TOTAL
SI	97	98%
NO	2	2%
TOTAL	99	100%



A continuación, se despeja la fórmula de la proporción Z.

Po = Proporción propuesta en la hipótesis 50%

P1 = Proporción verdadera obtenida 98%

P2 = Proporción falsa obtenida 2%

n = 99 muestra

$$Z = \frac{P1 - Po}{\sqrt{\frac{(P1) (P2)}{n}}}$$

$$Z = \frac{0.98 - 0.50}{\sqrt{\frac{(0.98) \cdot (0.2)}{99}}}$$

$$Z = \frac{0.48}{\sqrt{\frac{0.196}{99}}}$$

$$Z = \frac{0.48}{\sqrt{0.001979}}$$

$$Z = \frac{0.48}{0.044}$$

$$Z = 10.9$$



Como la Z es mayor a 1.96 ($Z = 10.9 > 1.96$), (nivel alfa expresado en una puntuación Z), se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la nula, es decir, que existe un nivel significativo (97%) de encuestados que consideran que es necesario lanzar una campaña social para disminuir la deserción escolar con buenos resultados.

Hipótesis No. 2

Hi. Más del 50% del público entrevistado conoce la definición de la deserción escolar.

Ho. Menos del 50% de del público entrevistado conoce la definición de la deserción escolar.

Hipótesis estadística

1. Hi: $\% \geq 50$

2. Ho: $\% \leq 50$

Para validar esta hipótesis se utiliza el cuadro no. 5 donde se pregunta la definición de la deserción escolar, en la cual se muestran seis alternativas, de las cuales se seleccionaron “incluye abandono total de los estudios” y “estar en edad escolar y no asisten a las clases”, estas son las alternativas correctas, y cada obtuvo 38%, que sumado da 76%.



CUADRO #5

¿Cómo define la deserción escolar?

ALTERNATIVA	CANTIDAD	TOTAL
Abandono total de los estudios.	72	38%
Estar en edad escolar y no asiste a las clases.	71	38%
Es un término vinculado al verbo desertar, abandonar, dejar, alejarse.	18	9%
Se entiende como abandono educativo al hecho de no cursar estudios tras la educación obligatoria.	15	8%
No graduarse.	7	4%
Cambiarse de Colegio	5	3%
TOTAL	188	100%

A continuación, se despeja la fórmula de la proporción Z.

Po = Proporción propuesta en la hipótesis 50%

P1 = Proporción verdadera obtenida 76%

P2 = Proporción falsa obtenida 24%

n = 188 muestra

$$Z = \frac{P1 - Po}{\sqrt{\frac{(P1)(P2)}{n}}}$$

$$\sqrt{\frac{(P1)(P2)}{n}}$$

$$Z = \frac{0.76 - 0.50}{\sqrt{\frac{(0.76) \cdot (0.24)}{188}}}$$



$$Z = \frac{0.26}{\sqrt{\frac{0,1824}{188}}}$$

$$Z = \frac{0.26}{\sqrt{0.000970}}$$

$$Z = \frac{0.26}{0.03114}$$

$$Z = 8.35$$

Como la Z calculada es mayor a 1.96 ($Z = 8.35 > 1.96$), (nivel alfa expresado en una puntuación Z), se acepta la hipótesis y se rechaza la nula, es decir, que existe un nivel significativo (76%) conoce el significado de la deserción escolar.



CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Entre las principales causas de la deserción escolar están la repetición escolar y la reprobación de materias, esto se debe quizás por la metodología de los docentes o desinterés de los padres de familias e hijos en estudiar. Otra causa es el consumo de alcohol o drogas, la falta de Interés en los estudiantes, el embarazo precoz e integración en pandillas. Los problemas de conducta, y económicos.

Entre los factores está el desinterés en la vida, por no tener motivación, el desagrado por la escuela, por ciertas materias e incluso cierto rechazo por algunos docentes.

De acuerdo a los docentes la mayoría opinó que el desempeño académico de los estudiantes, es deficiente, un porcentaje bajo dijo que su desempeño es bueno. Se observa en los porcentajes obtenidos que el 50% de los estudiantes académicamente son deficientes, dándose un sinnúmero de causas que dan lugar a este deterioro académico de los estudiantes panameños

También se notó el claro conocimiento que los estudiantes demostraron en las causas y consecuencias que trae la deserción escolar y lo importante que son los estudios.

En cuanto al ausentismo en clase, cada día es más evidente, hay ausentismo, sobre todo en las primeras horas de clase. Los estudiantes de repente llegan a cualquier hora del día y eso es normal para ellos.



Definitivamente hay que hacer algo por los jóvenes, impulsar actividades que les llame la atención en la escuela, que vean los estudios como un motor que los impulsa cada día a ser mejores personas.

La muestra de estudiantes se califica entre regular y mala, por ende, necesita que se busque una solución al desempeño educativo, que eleven la calidad de la educación y así disminuir la deserción escolar.

Tanto los estudiantes como los docentes estuvieron de acuerdo en que se realice la campaña social como estrategia para la disminución de la deserción escolar en el colegio Richard Neumann, como única forma de que se le dé una solución a la problemática lo más pronto posible

El slogan NO SEAS TU PROPIO MURO, fue seleccionado por los encuestados para la campaña, barrera esta que de antemano aceptaron su responsabilidad en ser ellos los que no luchan por mantenerse en el sistema educativo. Le sigue, Panamá necesita gente como tú, la educación hagámosla posible, faltas tú, el futuro lo construyes tú, no te quedes fuera de la lista, el futuro lo haces tú, Dile no a la deserción, Aquí maestra y + Educación - Ignorancia. Todas estas frases serán utilizadas como texto de la campaña.

Los estudiantes encuestados escogieron como escenario de la campaña el gimnasio del colegio Richard Neumann con un 48%, y en segundo lugar la cinta costera 20%. Mientras el 19%, dijo que el Parque Omar. Los estudiantes prefieren para los escenarios el área estudiantil, donde se desenvuelven las actividades escolares diariamente.



En relación a los colores a utilizar en la campaña la mayoría se inclinó por las combinaciones anaranjado celeste seguido del anaranjado amarillo, el anaranjado chocolate.

Ante todo, lo observado y escuchado por toda la familia noimista, solo pensar en que lo más importante es esos momentos es manos a la obra, elaboración de las piezas creativas que llevaran a un feliz término la implementación de la campaña social para la disminución de la deserción escolar.

Entre las actividades indicadas por los encuestados serían las más efectivas para la campaña social, estuvo el uso de las redes sociales, el anuncio para radio (web) y spot de tv, folleto, afiche y revista, no obstante otro 3% opinó los talleres, seguidamente señalaron desarrollar el grafitis y entre otros los eventos para motivar no desertar como dibujo, oratoria carreras y otros. Los encuestados marcan claramente la preferencia por los medios tecnológicos, consideran efectiva las actividades de la campaña social estratégica.

La mayoría de los encuestados le gustaría ser parte de la campaña, un mínimo porcentaje dijo que no. Se infiere que la mayoría desea ser parte de la campaña, y participar en las actividades que se realicen lo que puede significar que tendrá mucho éxito y logrará su objetivo.

Los docentes y estudiantes están dispuestos a participar de las actividades que se programen y están dispuestos a cooperar para contribuir a la disminución de la deserción escolar.



RECOMENDACIONES PARA EL ESTUDIO.

Establecer un sistema de alerta temprana de abandono escolar, mediante las tutorías que atienden el aspecto académico y de posible deserción escolar.

Medidas que se deben tomar en el Colegio impulsar la orientación de programas de prevención de riesgos de embarazos, uso indebido de drogas y otros, Fortalecer y el fomentar la lectura comprensiva, Diálogo con los padres de familia y visitas. Usar las redes sociales para prevenir y atender el problema.

Realizar programas de inducción de estudiantes, docentes y padres de familias acerca de las responsabilidades y compromisos que tienen el colegio y sus padres en los hogares.

De igual forma realizar programa de inducción de estudiantes de la secundaria para integrarlos al nivel medio superior, y preparar concursos, foros, discusiones, mesas redondas con temas de fortalecimientos de valores, y la importancia de mantenerse en el sistema educativo hasta el término de los estudios.

Con el uso del Móvil y su WhatsApp protagonizar paneles, discusiones, foros sobre lo importante de terminar los estudios para el éxito de su futuro.

Desarrollar la estructura de la campaña social para disminuir la deserción escolar para el Colegio Richard Neumann con los datos obtenidos y utilizando todas las recomendaciones dadas por estudiantes y docentes, en cuanto a la información deseada, texto, eslogan, colores, escenarios.



Utilizar en la campaña anuncios para las redes sociales, radio (web) y spot de tv, folleto, afiche y brochure, especialidades publicitarias, MUPIS, talleres, y entre otros los eventos para motivar.

Desarrollar la estrategia creativa para la campaña utilizando el slogan NO SEAS TU PROPIO MURO, y colocando como texto las frases como: Panamá necesita gente como tú, la educación hagámosla posible, faltas tú, el futuro lo construyes tú, no te quedes fuera de la lista, el futuro lo haces tú, Dile no a la deserción,

Realizar la filmación del anuncio de televisión usando como escenario el colegio Richard Neumann. Los colores a utilizar en la campaña deberían ser las combinaciones anaranjado celeste, anaranjado amarillo, el anaranjado chocolate.



NO SEAS TU PROPIO MURO
Campaña Social para la Disminución de la Deserción Escolar en el Richard Neumann
Ruíz, Anayka – Lombardo H., Gloria



3. PLAN DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA DISMINUCIÓN DE LA DESERCIÓN ESCOLAR EN EL COLEGIO RICHARD NEUMANN

3 1. Presentación

El proyecto contempla una campaña para promover la disminución de la deserción escolar en el colegio Richard Neumann, utilizando estrategias durante un periodo de 3 meses entre actividades a realizar en el colegio con los estudiantes.

Es importante no solo para el colegio sino también para el país, promover este tipo de campañas que buscan concienciar a los estudiantes que la mejor opción de vida es el continuar los estudios y finalizarlos. Construir un futuro en conocimientos y prepararse profesionalmente en valores de manera integral.

Este capítulo está basado en la investigación realizada, donde se pudo observar que la deserción escolar tiene una variedad de causas que está afectando al sector educativo, situación está, que no es solo este sector, sino que va más allá de nuestro alcance, pues lesiona contundentemente a la sociedad y por ende al país.

La deserción escolar ha estado con las escuelas desde siempre, esta se ha agudizado al transcurrir los años, el país atraviesa por situaciones difíciles, no es el mejor momento, problemática que pone en riesgo la educación de los estudiantes aunado a los problemas familiares y los de la sociedad.



En el Ministerio de Educación no reposa ningún archivo que registre una campaña social sobre la disminución de la deserción escolar.

La propuesta de esta campaña depende de las estrategias creativas que se han diseñado según los datos arrojados en la investigación, donde se tomará en cuenta también las actividades planificadas

3.2 Público Objetivo

Audiencia primaria

El público objetivo de esta campaña son los estudiantes del segundo nivel de enseñanza el nivel de la media, en edades de edad escolar, entre 15 a 19 años de edad, Jóvenes del sexo masculino y femenino, residente en ciudad de Panamá área Metropolitana, con un perfil socio-económico bajo y clase media, que asisten al Colegio Richard Neumann. Este público activo primario, basándose en los objetivos de la campaña, los estudiantes tienen cierta conciencia social, capaz de identificar los problemas que atañen a la deserción escolar pero limitados para cooperar a promover valores y tener un mundo mejor con expectativas de vida.

En cuanto al perfil sociodemográfico, nos dirigimos especialmente al perfil tradicional de las personas que, según múltiples estudios, presentan mayor nivel

3.2.2 Audiencia secundaria:

Adicional del mercado meta principal señalado, la campaña social dirige parte de sus esfuerzos y acciones en dirección a un target secundario, que será tomado en cuenta para el logro de los objetivos. Entre este Público secundario cabe nombrar el personal administrativo, entre ellos las autoridades, profesores, docentes y padres de familia.



3.3. Duración de la campaña

La campaña se estará presentando por tres meses desde el mes de abril a junio. Se dará en tres etapas. Lanzamiento, posicionamiento del mensaje y recordación.

3.4. OBJETIVOS

3.4.1 Objetivos publicitarios

- Persuadir al público objetivo con una campaña social estratégica para la disminución de la deserción escolar en el colegio Richard Neumann.
- Sensibilizar al público sobre la deserción escolar e invitarlo a actuar para detenerla.
- Promover e impulsar procesos que generen cambios en materia de atención, prevención y erradicación de la deserción escolar.
- Disminuir la deserción en el Colegio Richard Neumann.
- Informar a los estudiantes sobre la situación de la deserción escolar.

3.4.2 Objetivo de marketing social

Disminuir con la campaña social un 50% de deserción escolar en los alumnos de 15 a 19 años, que asisten al Colegio Richard Neumann durante el periodo 2019 a 2021.

3.4.3 Objetivo comunicacional

Que la población estudiantil comprenda lo importante que es para su futuro y su país el estar educado. Además Informar a la comunidad educativa la situación actual de la deserción escolar, sus causas y consecuencias.



3.5. Estrategia creativa

La estrategia estará enfocada a concienciar a los estudiantes de la importancia del estudio, de terminar su bachillerato y continuar sus estudios universitarios. Para ello se les transmitirá una serie de mensajes e imágenes relacionadas con las causas y consecuencias de la deserción escolar.

Para ello se utilizarán las redes sociales, material gráfico como brochure, afiche, roll up, MUPIS, se realizará un anuncio de radio y de televisión para las redes sociales y página web.

. 3.5.1 Mensaje esencial

Se promueve como mensaje esencial “no seas tu propio muro”, es decir que no busque excusas para no estudiar, que avance, que no permita que nada se interponga en sus estudios, que derriben todos los problemas y traten de superarlos, que sólo el estudio lo puede sacar de la ignorancia. Además se busca fortalecer los valores éticos y morales, levantar la autoestima y buscar la reflexión de lo importante que es prepararse para el futuro y contar con las competencias básicas.

3.5.2 Soporte Clave

Una vez que los estudiantes vean esta campaña se espera que estos reflexiones acerca de:

- Sensibilizarse acerca de la importancia del estudio para él, su familia y su país.
- Reflexionar en cuanto a la importancia finalizar los estudios del bachillerato y seguir la Universidad.
- Desistir en la tentación de desertar, por diferentes motivos.
- Buscar alternativas y estrategias con sus padres, amigos, docentes para mejorar su nivel académico en vez de desertar.



- Levantar la autoestima y superar los obstáculos que le impiden el terminar los estudios.

3.5.3 Posicionamiento

La campaña social se posicionará en la mente de los estudiantes mediante el eslogan, “No seas tu propio muro” frase persuasiva, es decir terminar con todas las barreras que impiden continuar los estudios, se reforzarán con frases que motiven a cultivar los valores y que eduquen. Además del bombardeo que se hará en los diferentes medios seleccionado durante los tres meses de la campaña hará que sea recordada por los que están en diferentes niveles hasta que terminen su bachillerato. Pues cada año se reforzará el tema.

3.5.4 Beneficios esperados

La campaña pretende disminuir la cantidad de deserción escolar en el colegio Richard Neumann.

- Disminuir la deserción de los estudiantes
- Impedir el retiro de los estudiantes
- Fortalecer la autoestima de los estudiantes
- Reforzar los valores
- Crear grupos de actividades en pro de la deserción escolar.

3.5.5 Promesa Básica

La idea que penetrará en el insight del estudiante será el eslogan “No seas tú propio muro”, conjuntamente con el logo de la campaña que contiene dos jóvenes representando al sexo femenino y masculino vestidos con su toga de graduación, que levantan su mano con su certificado, enseñando su triunfo al



obtener su diploma. Igual los colores e imágenes a utilizar que reflejan a jóvenes triunfadores.

3.5.6 Reason Why

El concepto de la campaña tiene como propósito ayudar a disminuir el alto índice de deserción escolar, haciendo énfasis la importancia del estudio para ser una persona con conocimiento, y a la vez comprender la verdad de las cosas, cómo funciona el mundo. Recalcando que el estudio libera de la ignorancia, fanatismo, dependencia y de la estrechez mental, tan peligrosa en un mundo donde todos los días aparece un conocimiento nuevo y es necesario tomar más decisiones, por ello, se seleccionó la frase, NO SEAS TU PROPIO MURO.

El llamado al cambio de actitud de los estudiantes es el motor principal, derribar los muros que ellos mismo, han colocado para no continuar sus estudios.

3.5.7 Tono

La campaña se identificará con un tono emocional, racional directo, juvenil e informal para que concientice a todos los jóvenes en riesgo de deserción escolar, que llame a la reflexión con seriedad, y logre penetrar en los estudiantes para fortalecerlos y puedan enfrentar cada problema, inseguridades, estima baja. Y que cuando se habla se sientan identificados. Si yo puedo tú puedes, digamos sí a la educación, No al abandono escolar, con la educación nuestro futuro cambia de manera exitosa.

3.5.8 Concepto Creativo

Con la frase No seas tu propio muro, simulando ser el estudiante de los que se atreve a traspasar los muros se pretende que se logre disminuir la deserción



durante la campaña y los últimos años de su bachillerato. Se espera que tantos los estudiantes como los docentes sean transmisores del mensaje que se les envíe.

Al realizar la investigación se puede recolectar las siguientes frases que unidos al eslogan principal, logren calar en los estudiantes para que no abandonen sus estudios, estas son: Si yo puedo, tú puedes; Se parte de este cambio; NO al abandono escolar, Digamos SI a la educación; Anímate; que

destacan la función principal que se quiere promover en la campaña estratégica. Finalmente se toma en cuenta que el concepto y logotipo será:



¡NO SEAS TU PROPIO MURO!

Este concepto, supera todas las barreras que queremos derribar a base de factores como el desinterés o la necesidad de ingresos. Sin embargo, esta frase recrea la necesidad de romper barreras creadas por uno mismo en este caso los jóvenes para construir un buen futuro e impulsarlos en pensar que la deserción no es la mejor solución para resolver la problemática del día a día. Para ello también se apoya de mensajes cortos y especiales que ayuden a los jóvenes a crear un ambiente emocionante.

3.6 Plan de acción para la campaña de comunicación para la disminución de la deserción escolar en el Colegio Richard Neumann

Las acciones que se toman van dirigidas principalmente a los jóvenes de 15-19 años de edad del colegio Richard Neumann, como estrategia coherente para evitar conductas riesgosas, después de los datos obtenidos por el análisis de



estudio se comprobó la necesidad de crear una campaña social con la idea principal de concientizar, fortalecer y hacer un llamado de atención a los estudiantes promoviendo participación, valores, perseverancia y promover pensamientos positivos hacia la educación

LOGO



Diseño

Se encuentran dos imágenes de personas con birretes una azul y otra naranja con el fin de distinguir distintos géneros y el sueño que todo estudiante tiene de buscar una vida profesional digna para este país, el país donde vivimos.

La forma de la tipografía en el logotipo se distingue por su curvatura en busca del sueño llamado educación.

La tipografía utilizada para nuestra campaña social es Arial y negrita para resaltar el tema principal de la campaña, la tipografía del slogan.(No seas tu propio muro) También es Arial.



NO SEAS TU PROPIO MURO

ESLOGAN

El eslogan de la campaña es NO SEAS TU PROPIO MURO frase escogida en la investigación de mercado, al aplicar los instrumentos.

En Facebook el muro **es el lugar donde cada persona publica sus contenidos personales**. Cada persona en Facebook tiene su propio muro y cada vez que un amigo tuyo de Facebook publica algo en su muro podrás ver lo que ha escrito.

Palabra muy de moda, casi tecnológica, ya que como se menciona, es un término utilizado en los jóvenes que entran a las redes sociales.

Para esta campaña la frase no seas tu propio muro quiere decir que ante las situaciones que enfrenta el estudiante en las aulas de clase, aunado a lo externo hay dentro de cada ser una manera de cambiar las cosas, luchando. Si vemos el significado de **un muro** es una construcción que permite dividir o delimitar **un** espacio. El término suele utilizarse como sinónimo de pared, muralla o tapia, según el contexto. Si hay la voluntad de cambiar las cosas que no permiten avanzar, que se derribe ese muro que construimos para detener, el futuro de cada estudiante. Alto. No seas tu propio muro, estudiante derriba lo que tú te has construido. El colegio involucra, paz, alegría., modales, disciplina, triunfo, realización.

Es la escuela un campo de guerra, lo mejor en la vida del estudiante, poder terminar los estudios en medio de todas las dificultades



El plan de acción va dirigido de forma directa a los estudiantes del colegio e indirecta a profesores, padres de familia, pues en la educación están todos involucrados.

A través de la estrategia que se utiliza, se destaca la importancia de terminar los estudios para un futuro prometedor con trabajos remunerados, y con una formación integral que los convierte en personas preparadas con las competencias y habilidades necesarias para enfrentar la vida misma y por ende tendrán una buena calidad de vida, sin afectar el desarrollo personal, económico social de los jóvenes.

El plan de acción abarca todas las actividades a realizar dentro de la campaña que fueron sugeridas por los estudiantes y docentes deben ser desarrolladas dentro de la misma.

- Charlas sobre el tema de la deserción escolar que serán impartidas por profesionales.
- Material audiovisual anuncio de radio y televisión.
- Material gráfico como afiches, Mupis, banners, volantes o flayer y brochure.
- Concursos con los estudiantes.
- Especialidades publicitarias, gorras, tshirt.

3.61. Elementos que complementan la campaña

- Crear el ambiente propicio y sano para una mejor convivencia de los jóvenes por medio de actividades de concursos de arte y pintura con mensajes para la disminución de la deserción escolar.
- Diseñar Spot radial de 30 segundos con mensajes para la disminución de la deserción escolar.
- Diseñar artes para posicionar el mensaje con banners para web.
- Diseñar anuncios impresos (Volante) que incentiven la educación y el apoyo para evitar la deserción escolar.



- Diseñar artículos promocionales que incentiven la disminución de la deserción escolar.

- Diseñar artes para mupis, estos serán ubicados en áreas aledañas al colegio Richard Neumann durante el periodo de inicio de clases con el fin de ser un impulso para continuar con los estudios.
- Diseñar folleto informativo para repartirlo durante la bienvenida de los alumnos con la intención de concientizar al alumno acerca de la problemática de la deserción escolar que se encuentra en el colegio.
- Recomendar los beneficios de la educación como formación profesional.

3.6.2 FASES DE LA CAMPAÑA

La ejecución de esta campaña será de tres meses y en este tiempo se estarán efectuando las diferentes actividades en comunión para la promoción de la disminución de la deserción escolar de la campaña social.

La campaña está compuesta de tres fases:

Lanzamiento, posicionamiento y Cierre. Dicha campaña se estará presentando durante tres (3) meses, abril, mayo y junio. Un mes por etapa.

FASE DE LANZAMIENTO

Objetivo

Sensibilizar a los estudiantes acerca de la problemática de la deserción escolar, causas y consecuencias.

Estrategia

Llamar la atención de los estudiantes acerca de la deserción escolar mediante la celebración de actividades donde compartirán con sus docentes y la activación del anuncio de televisión en la página web del colegio, donde ellos mismos



fueron los modelos, para motivarlos e incentivarlos a estudiar y continuar sus estudios.

Charlas y concursos.

Nombre de la actividad. **No a la deserción escolar.**

En las diferentes aulas se expondrán charlas a los estudiantes de los niveles 10º, 11º y 12º, acerca de la importancia de los estudios, esta será coordinada con las diferentes consejerías y sus docentes.

La misma será impartida por especialistas, psicólogos, sociólogos, Licenciados en educación, IFARHU.

La misma tendrá una duración de una hora y media. Después de terminada la charla se harán dinámicas, concursos de grafitis con temas de deserción.

Para las charlas se pegarán afiches en lugares estratégicos del Colegio Richard Neumann y se expondrán el roll up.

En pantalla gigante se presentará el anuncio de televisión y a la vez se colgará en la página web y redes sociales.

Costo

Profesionales B/.300.00, refrigerio, B/400.00., papelería B/.100.00

Conseguir patrocinio para los regalos de los concursos.

Indicadores

Cantidad de personas que marquen en la página web del colegio con me gusta.

Cantidad de visitas en la página web del colegio y el comentario del anuncio televisiva.

FASE DE POSICIONAMIENTO

Objetivo

Lograr insigth de la campaña de deserción en las mentes de los estudiantes.



Estrategia

Mediante la transmisión en los diferentes redes sociales (página web, Instagram de los alumnos y docentes) repartición de brochures y volantes, con mensajes

que eviten que los estudiantes dejen de ir al colegios, se pretende que se grave en la mente de los alumnos lo importante que es para ellos el culminar su secundaria.

Actividades

- Continuar con la transmisión del anuncio en las redes sociales de los estudiantes y profesores.
- Repartición de volantes y brochures el colegio y en la parada de buses del plantel educativo. Los estudiantes se encargarán de esta actividad.
- Colgar el anuncio de radio en la página web.

Indicadores

- Aceptación de los oyentes, por su comentario al número dado del colegio educativo.

FASE DE CIERRE

Objetivo

Mantener el mensaje por largo tiempo de la no a la deserción en los diferentes niveles estudiantiles que participó en la campaña.

Estrategia

Utilizando material complementario (MUPIS, especialidades publicitarias) mantener el eslogan de la campaña para que sea recordado por largo tiempo por la generación que participó de la misma.

- Instalación del MUPIS en las paradas del colegio.
- Repartición del material publicitario a los estudiantes del colegio.



- Se mantiene el spot de radio y el audiovisual en redes sociales y página web de la escuela.

Indicadores

Se verán con los comentarios de los estudiantes del colegio en el plantel educativo.

Crecimiento de la interacción y los seguidores, en redes sociales.

3.6.1 MATERIAL GRÁFICO PARA LA CAMPAÑA

A continuación, se presenta el material gráfico que será utilizado para toda la campaña.

1. Brochure Informativo:

El brochure es un material didáctico esencial para informar a todo el público sobre la deserción escolar en los jóvenes, con ilustraciones a fin de promover una cultura de educación, así como también transmitir su importancia a lo largo del crecimiento del estudiante.

- **Objetivo**

Motivar e Informar a profesores y estudiantes sobre la deserción escolar y las formas que hay para disminuirla, también sobre las actividades que se estarán realizando.

- **Estrategias**

Crear un folleto en donde se interese a leer e ilustre con imágenes, frases y texto claramente al lector sobre las causas de la deserción y las diferentes maneras que tiene el estudiante para continuar con sus estudios.

Motivar a los estudiantes y docentes a participar en las actividades y eventos que se estarán efectuando durante la campaña.

Descripción del brochure



- Es un tríptico que contiene una información diferente. Utiliza los colores recomendados por los estudiantes y docentes en la investigación y el slogan de la campaña social, (colores anaranjado, amarillo y rojo)

Causas de la Deserción Escolar

- Económicas
- Problemas Familiares
- Embarazo Precoz
- Trabajo Infantil
- Fracasos
- Adicciones
- Delincuencia
- Poco interés al estudiar

Con la educación nuestro futuro cambia de manera exitosa.

Es hora de poner atención a las causas de la Deserción Escolar.

Se llevara a cabo
Actividad Familiar
Habrán
Charlas Motivacionales
Taller de Pintura
Juegos
Presentaciones Folkloricas

Con el fin de exhortar la educación a través de actividades que contribuyan con el bienestar del estudiante.

FRASES DE LA CAMPAÑA

Digamos SI a la Educación

SI YO PUEDO, TU PUEDES

NO al abandono escolar

¿SABES QUE ES LA DESERCIÓN ESCOLAR?

CAMPAÑA PARA LA DISMINUCIÓN DE LA DESERCIÓN ESCOLAR

MEDUCA
MINISTERIO DE EDUCACIÓN

creando una armonía y creatividad a la hora de manejar los espacios y la diagramación del mismo. Estos artes buscan llamar la atención a los estudiantes del plantel, Inicia con la pregunta ¿Cómo disminuir la deserción escolar en el Richard Neumann?, lleva el eslogan de la campaña, información actual sobre la deserción escolar, palabras claves para animar a los estudiantes y/o profesor.

Deserción escolar es un término comúnmente utilizado en América Latina para referirse al abandono escolar. Se trata de aquella situación en la que el alumno después de un proceso acumulativo de separación o retiro, comienza a retirarse antes de la edad establecida por el sistema educativo sin obtener un certificado de escolar.

Para comprender este aspecto de educación se define como el proceso de socialización de los individuos. Al educarse, la persona asimila y aprende conocimientos. La educación también implica un razonamiento cultural al tanto conductual, donde las nuevas generaciones adquieren los modos de ser de generaciones anteriores.

SEGUN

UNESCO

Los jóvenes que han crecido en condición de pobreza y exclusión tienen más probabilidades de haber cursado pocos estudios o de haber abandonado la escuela, por lo tanto, tienen menos posibilidades de desarrollar competencias para empleos dignos, en el sector formal.

Como Disminuir la Deserción Escolar

Se pueden crear por medio de

PROGRAMAS

A través de Programas que busquen la concientización de la Deserción Escolar en el país

Actividades al aire libre

Busquemos la convivencia con eventos en colegios que incentiven el trabajo en grupo

TALLERES

Busquemos la convivencia entre alumnos, profesores y padres de familia.





- **Recursos necesarios**

Fotos, diseñador, impresión. El Papel y la tinta será dada por el colegio.

- **Costos**

El brochure será realizado por los docentes y estudiantes quienes se encargarán de repartirlos.

Indicador

Participación de un 90% de los estudiantes y docentes del colegio a las actividades.

Flayer o Volante

Material publicitario de alta difusión para la campaña social y funciona como complemento para todo el lector del plantel, su información es primordial para comunicar a los profesores y estudiantes sobre las actividades que se estarán efectuando para este proyecto

- **Objetivo**

Difundir de manera eficaz y breve las actividades que se estarán efectuando dentro del colegio Richard Neumann para la disminución de la deserción escolar.

- **Estrategia**

Crear un diseño innovador y atrayente a la vista de los estudiantes y profesores con el fin de invitar a sus lectores a participar en todas las actividades que se estarán efectuando.

- **Descripción del Volante**

La Volante es creada con el fin de hacer una armonía con el brochure, utilizando los colores de la campaña social y fotos de los estudiantes del colegio, se presenta el logo de la campaña con su eslogan y el logo de meduca.



SI YO PUEDO, TU PUEDES

PARTICIPA DE ESTE GRAN EVENTO FAMILIAR
HABRÁN CONCURSOS, CHARLAS CON ESTUDIANTES, EGRESADOS,
JUEGOS ENTRE OTROS

SE PARTE DE ESTE CAMBIO

NO AL ABANDONO ESCOLAR

DIGAMOS "SI" A LA EDUCACIÓN

ANIMATE

Campaña Social para la Disminución de la Deserción Escolar
DÍA: 19 DE ABRIL DE 2019/ LUGAR: COLEGIO RICHARD NEUMANN

- **Recursos necesarios**

Papel, tinta, diseñador, estudiantes que van a repartir las volantes

- **Costos**

El costo de cada volante será de B/.0.50 dólares, se imprimirán 300 volantes cada estudiante de un grupo de media repartirán las volantes en el colegio, y en la parada. El colegio dará las hojas para la impresión, el profesor de tecnología de la información se encargará de la impresión.

Indicador



Cantidad de estudiantes que participen en la actividad.

MUPI

Complemento de la campaña social con el fin de buscar la atención del público que transite cerca del colegio Richard Neumann, también a exhortarlos a la disminución de la deserción escolar; Tema principal de la campaña, No seas tu propio muro.

Objetivo

Llamar la atención del público cercano al colegio Richard Neumann y promover su participación en la disminución de la deserción escolar de este plantel.

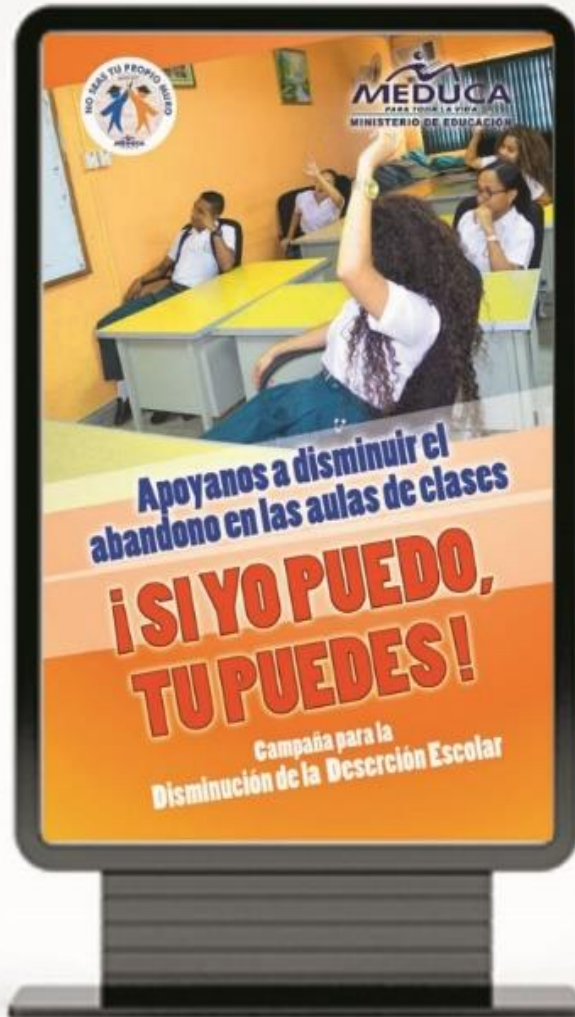
- **Estrategia**

Difundir masivamente el mensaje de la campaña a todo el sector cerca del Colegio Richard Neumann, tomando en cuenta el tránsito que se da cerca de este colegio.

- **Descripción**

Mupis de publicidad con una cara. Dimensiones del cartel: 1.710 x 1.160 mm

Marco en aluminio de 150 mm de espesor, ángulos redondeados de fundición de aluminio. Difusor blanco espesor 3 mm. Vidrio de seguridad de 4 mm de espesor. Contiene los colores de la campaña, logo y su eslogan y el de Meduca, y foto de estudiantes en el aula de clases.



Recursos necesarios

Diseñador, impresión del Mupis de la parada del colegio Richard Neumann

- **Costos**

Circuito de 2 caras en Ciudad de Panamá: \$7,000.00 + ITBMS

- **Indicador**

Disminución de la deserción en el colegio durante la campaña.



Roll Up

Es necesario anunciar a estudiantes, profesores y padres de familia sobre las distintas actividades que se estarán realizando en el colegio como parte de la campaña social de la disminución de la deserción escolar.

- **Objetivo**

Buscar la atención y animar a la participación de los estudiantes, profesores y padres de familia sobre las distintas actividades que se estarán dando en el plantel como parte de la campaña de la disminución de la deserción escolar.

- **Estrategia**

Exhortar a la participación de estudiantes y profesores en las actividades que se estarán dando en el plantel aprovechando los espacios del plantel para ubicarlos en varios lugares claves.

- **Descripción del Roll Up**

Para invitar a las actividades y colocarlo en diferentes lugares del colegio se diseñó un roll up, de dos caras uno promueve la actividad familiar y motiva con frases a los estudiantes para que eviten desertar del colegio. La otra cara indica en imágenes las consecuencias de dejar el estudio y lo que se puede lograr con los mismos. Una cara continúa con el concepto de colores, frases e imágenes reales del colegio y la otra cara muestra los mismos colores, solo que la imagen muestra a dos estudiantes ya profesionales graduados del colegio y por supuesto de la universidad.



Lado no. 1



Lado no. 2



- **Recursos necesarios**

Equipo para montar los banners, arte, diseñador, impresión.

- **Costo**

Impresión del banner, B/ 25.00, tamaño 1 metro de ancho por 11/2 metro de alto, equipo de montar de aluminio B/.20.00.

Indicador

Participación de un 80% de estudiantes, docentes y padres de familias a la actividad, disminución de la deserción en el colegio.



Banner para Web

Hacer publicidad es una acción muy eficaz en el ámbito digital, el uso constante del móvil en todo lugar permitirá que los estudiantes, profesores y padres de familia puedan ver constantemente el anuncio, de igual forma todo que entre en la página web del colegio también lo verá.

- **Objetivo**

Traer tráfico a la página web del colegio y a la vez difundir de manera masiva esta actividad a través de las redes sociales.

- **Estrategia**

Difundir de manera creativa y eficaz la campaña social e incentivar la disminución de la deserción escolar, colocando la propia imagen de los estudiantes y mensajes motivadores para que continúen estudiando. El banner será un método interactivo y didáctico, cae bien en los dispositivos móviles, al igual que en las redes sociales, y la página web del colegio, pues estos medios son muy utilizados por los jóvenes.

Descripción

Armonía de colores, mensajes claves para animar a los estudiantes de manera positiva e incentivarlos a seguir con su educación. El banner es de formato integrado: tiene una posición fija en la página y no cambia ni de tamaño ni de posición, tiene un link para leer el anuncio completo. Esta clase de banners son los más utilizados y los mejor aceptados por los usuarios en la web. Interactúan jóvenes de diferentes estratos sociales, en diferentes condiciones socioeconómicas.



NO SEAS TU PROPIO MURO
Campaña Social para la Disminución de la Deserción Escolar en el Richard Neumann
Ruíz, Anayka – Lombardo H., Gloria

Así se verá en el celular





Anuncio completo con link

- Recursos necesarios



Será elaborado en el colegio con las herramientas más sencillas y efectivas para crear banners online. Buscar dónde difundir banners que atraigan tráfico de calidad a tu página web.

- **Costos**

La creación de la publicidad interactiva se diseñará en el salón de informática con la docente encargada quien domina los programas de diseño, razón por lo que el costo de la creación recae en el colegio. (gratis) y podrá enviar a los celulares en cadena (viral), en redes sociales, subirse a la página web del colegio y finalmente utilizar los correos electrónicos buscados en base de datos y enviar todo lo diseñado en publicidad.

AFICHE

Conocido también como cartel, poster, es un material gráfico que transmite un mensaje, integrado por una unidad estética.

- **Objetivo**

Informar acerca de la actividad y a la vez llamar la atención de los estudiantes acerca de la importancia de la educación, reflexión a un sí estar educado.

- **Estrategia**

El afiche será colocado en varios lugares estratégicos del colegio, como la imagen que presenta no explica, dice, Sí a la educación en grande que impacta al receptor e invita a que asista a la actividad a informarse acerca de la deserción y a compartir con docentes, compañeros y padres de familias.



- **Descripción**

Afiche vertical de medida estándar. Mostrando a un salón con pocos estudiantes, participando activamente en horas de clase, asumiendo que muchos han desertado, dejando las bancas vacías, pero a la vez se motiva con un sí a la educación, invitando a continuar los estudios. En la parte izquierda presenta el logotipo, slogan de la campaña y de MEDUCA.



DESERCIÓN ESCOLAR

AVANZA

NO SEAS TU PROPIO MURO

MEDUCA
PARA HACER LA VIDA



- **Recursos necesarios**

Diseñador, impresión.

- **Costos**

Se mandarán hacer en un lugar específico, donde el valor por 12 afiches con arte e impresión es de 100.00 dólares.

- Indicador
- Disminución de un 50% de deserción en el colegio.}

Anuncio de radio

El anuncio de radio será subido a la página web, emisoras y móviles a los estudiantes les gusta últimamente mucho la radio.

- **Objetivo**

Persuadir a los estudiantes a que hagan todo el esfuerzo para que no abandonen sus estudios.

- **Estrategia**

Invitar a los estudiantes por medio de testimonios de un estudiante que por nada, dejen de estudiar, que hagan el esfuerzo que después tendrá grandes recompensas.

- **Descripción**

El spot durará 30 segundos, incluye un testimonio de un estudiante que tiene problemas económicos en su hogar, pero a pesar de eso sus padres y él hacen el esfuerzo por enviarlo al colegio, el niño hace que los demás reflexionen acerca de la importancia del estudio para el futuro.



Spot Radial

Cliente: Colegio Richard Neumann

Tiempo: 30 segundos

Campaña Contra Deserción Escolar

LOCUTOR	AUDIO	TEXTO	TIEMPO
	Música (entrada) sintonía en primer plano (reguee suave)		2 seg.
Locutor 1	Música en segundo plano y continua	En nuestro país hay jóvenes que no asisten a la escuela ¿Por qué?	8 seg.
Locutor 2	Música de fondo baja	Soy José de Ojo de Agua Mis padres tienen muchos problemas económicos. Hago un esfuerzo por llegar a la escuela. Quiero educarme, expresarme libremente, ser un profesional exitoso y feliz.	10 seg.
Locutor 3	Música de fondo baja	Tal vez tu historia se parece a la mía Yo puedo, tu puedes Digamos no a la deserción escolar	8 seg.
Locutor 4	En coro un grupo de	¡No seas tu propio muro! Campaña de MEDUCA para disminuir la deserción escolar.	Seg.

- **Recursos necesarios**

Emisora, guion de radio, locutores.

- **Costos**

Elaboración del anuncio B/. 150.00. Trasmisión 7 días a la semana por un costo de 225.00 dólares. (Gestión de padre de familia)

Indicador

Disminución de un 50% de deserción en el periodo de la campaña.



Anuncio de televisión. No seas tu Propio Muro

Duración: 30 segundos. La televisión es un medio por excelencia y el subir un video a las redes sociales tiene gran efecto y es muy efectivo, sobre todo se puede hacer viral. A los jóvenes les gusta enviar audios a sus amistades.

- **Objetivo**

Concientizar a los estudiantes a continuar sus estudios y rechazar la deserción escolar.

- **Estrategia**

A través del spot de televisión se pretende persuadir a los estudiantes en riesgo de deserción y desertores a continuar la escuela y finalizar sus estudios con un video e imágenes donde ellos son los protagonistas que los motive a estudiar y no abandonar sus estudios.

- **Descripción**

El anuncio se graba en el colegio Richard Neumann con estudiantes de la media, se ensaya, para que todo salga a la perfección y de forma natural.






El llamado que hacen los jóvenes, poniendo al descubierto su vida estudiantil y la manera de conocer del problema de deserción escolar, los coloca con mucha autoridad para hacer el llamado a la reflexión de no a la deserción.

Este mensaje se destaca y contribuye a que se den los cambios necesarios para tomar la decisión de continuar los estudios.

Cuñía de TV: “No seas tu propio Muro”



STORYBOARD

Audio	Video	Imagen
<p>Música (entrada) Sintonía en primer plano.</p> <p>Loc. 1 En nuestro país hay alrededor de 10,000 jóvenes que no asisten a la escuela. ¿Por qué?</p> <p>Corte</p>		<p>Plano General</p> <p>Sintonía en primer plano</p> <p>Grupo de estudiantes conversando</p>
<p>Loc 2. Música en segundo plano y continuo.</p> <p>Soy José de Ojo de Agua, Mis padres tienen muchos problemas económicos. Hago un esfuerzo por llegar a la escuela. Quiero educarme, expresarme libremente, ser un profesional exitoso y feliz.</p> <p>Corte</p>		<p>Plano Medio</p> <p>José se presenta y explica la situación en que se encuentra su familia y expone las metas que desea alcanzar</p>
<p>Loc. 3 Música de fondo baja</p> <p>Tal vez tu historia se parece a la mía yo puedo, tú puedes. Digamos no a la deserción escolar</p> <p>corte</p>		<p>Plano General</p> <p>Estudiante exhortando a disminuir la deserción escolar enfrentando los retos de los problemas que presentan.</p>
<p>Loc 4. En coro un grupo de estudiantes</p>		<p>Plano Medio</p> <p>¡No seas tu propio Muro!</p>
<p>Loc. 1 Campaña de MEDUCA para disminuir la deserción escolar</p>		<p>Primer Plano</p> <p>Logo de la campaña social para la disminución de la deserción escolar.</p>



- Recursos necesarios

Story board, Equipo técnico de TV, Estudiantes. Pre y post producción

- Costos

El costo de producción del anuncio es de B/.1500.00. En relación a la difusión el Ministerio de Educación tiene un convenio con los medios de comunicación. Y le pautan los anuncios de televisión gratis.

3.6.2 Material de promoción

El material promocional o publicidad de especialidades es una herramienta imprescindible para posicionar una idea. Ofrece la posibilidad de seguir conquistando al público objetivo por largo plazo, pues como los objetos que se regalan permanece mucho tiempo en escritorios, casas, oficinas está constantemente recordando la campaña. En las campañas sociales no pueden faltar artículos promocionales. Cada persona que recibe uno de estos artículos, estos pequeños regalos pretenden recordar la campaña, o el problema a resolver, pues cada artículo promocional lleva una intención beneficiosa.

- **Objetivo**

Permanecer un tiempo largo en el hogar de las personas para recordarle la idea que se promueve.

- **Estrategia**

Regalar en la actividad familiar artículos que promocionen la campaña y hagan que los usuarios recuerden el problema que se está publicitando. Son artículos que los estudiantes pueden utilizar en la escuela y en sus hogares. Estos pueden hacer un cambio de actitud en los estudiantes.

- **Descripción**

Los artículos promocionales son: llaveros, plumas, botones, gorras, t-shirt, termos, usb este contiene toda la campaña grabada. Los artículos contienen el logo de la campaña, el eslogan y la frase que obtuvo un porcentaje alto entre los eslóganes que se propusieron en la investigación y que aparece en algunos artes.



NO SEAS TU PROPIO MURO
Campaña Social para la Disminución de la Deserción Escolar en el Richard Neumann
Ruíz, Anayka – Lombardo H., Gloria

ARTÍCULOS PROMOCIONALES



NO SEAS TU PROPIO MURO
Campaña Social para la Disminución de la Deserción Escolar en el Richard Neumann
Ruíz, Anayka – Lombardo H., Gloria





NO SEAS TU PROPIO MURO
Campaña Social para la Disminución de la Deserción Escolar en el Richard Neumann
Ruíz, Anayka – Lombardo H., Gloria





NO SEAS TU PROPIO MURO
Campaña Social para la Disminución de la Deserción Escolar en el Richard Neumann
Ruíz, Anayka – Lombardo H., Gloria





.COSTO

	Costo unitario	Cantidad	Costo total
Llaveros	0.50	500	250
Plumas	0.25	500	125
Botones	0.25	500	125
Gorras,	1.00	500	500
t-shirt,	3.00	500	1500
Termos	0.75	500	375
Usb	2.00	500	1000
SUBTOTAL			3875.00
ITBM			271.25
TOTAL			4126.25



3.7 Estrategia de medios

Se seleccionaron los medios que obtuvieron más porcentaje en la investigación y que puedan persuadir a los estudiantes a que continúen sus estudios.

3.7.1 Objetivos de medios

- Impulsar las estrategias de la campaña social a través de los medios a gráficos, audiovisuales y radial.
- Promocionar la estrategia de la campaña con artículos promocionales.
- Dar a conocer las actividades a realizar en el colegio para la disminución de la deserción escolar.

3.7.2. PLAN DE MEDIOS:

Racional de Medios

Estrategia de Medios La radio es el único medio tradicional propuesto para generarle tráfico externo a la disminución de la deserción escolar, se dirige a jóvenes de otros colegios mediante una radio de perfil juvenil, como es la radio, escogida por su alto rating.

Al público adulto compuesto por docentes La Televisión: El medio que más impacta en la conciencia del ser humano, utilizando el lema de la campaña espera llegar a la mayor cantidad de estudiantes de todos los niveles académicos.

Por otra parte, recursos como el correo directo mediante “nailon” electrónico estableciendo previamente una base de datos, o avisos publicitarios y banners en la Página Web de la del colegio, plan piloto, constituyen otra forma de atraer nuevo público de afuera de otros niveles de educación.



En cuanto a los medios no tradicionales, estos se dirigen exclusivamente a los públicos internos (alumnos, docentes y personal administrativo del colegio escogido como plan piloto), a los que también se accederá por correo electrónico, correo directo, eventos: como promociones específicas a crear.

3.7.3 Presupuesto del proyecto

	Cantidad	Costo total
Volante		300
MUPIS	DOS CARAS	14,000
BANNERS	4 CARAS Y EQUIPO	90
AFICHES		100
PRODUCCIÓN DE ANUNCIO DE RADIO		150
PAUTA DE ANUNCIO DE RADIO		225
ANUNCIO DE TV. PRODUCCIÓN		1500
MATERIAL DE PROMOCIÓN		3875.00
EVENTOS		800.00
SUBTOTAL		21140.00
ITBM		1472.80
TOTAL		B/.22612.80

Se le agregará un costo de 5% de imprevistos B/.1130.64 esto hace un total de B/.23,743.44. Algunos artes serán realizados por los docentes y estudiantes del plantel por ello no se agregan.

3.7.4 Financiamiento de la campaña

La presentación del proyecto a las autoridades del plantel educativo, posteriormente los colegios conjuntamente con el Ministerio de Educación asumirán los gastos.

El ministerio de educación tiene convenios con los medios de comunicación, como la tv para pasar anuncios educativos, gratuitamente.



NO SEAS TU PROPIO MURO
Campaña Social para la Disminución de la Deserción Escolar en el Richard Neumann
Ruíz, Anayka – Lombardo H., Gloria

Se pueden bajar los costos buscando patrocinadores para los materiales promocionales.



NO SEAS TU PROPIO MURO
Campaña Social para la Disminución de la Deserción Escolar en el Richard Neumann
Ruíz, Anayka – Lombardo H., Gloria



4.1 Metodología para la validación

En este capítulo se presenta la validación del proyecto de intervención, el mismo se presentó a las autoridades y profesores entre ellos docentes de la especialidad de mercadotecnia y publicidad, al igual que estudiantes del colegio Richard Neumann para su aval.

Para la validación se utilizó un sondeo para el cual se aplicó una encuesta a las diferentes muestras selecciones.

4.1.1. Descripción del problema

Los antecedentes investigados dieron como resultado que el MEDUCA no cuenta con archivos de ninguna campaña social para la prevención y disminución de la deserción escolar. Tampoco las escuelas han puesto entre sus actividades una campaña para evitar que los estudiantes deserten de las aulas de clases, no han tomado en serio este problema. Se observa que a la larga la problemática de la deserción escolar tendrá consecuencias graves para la sociedad. Estas dañan el futuro de las nuevas generaciones, pues es poco lo que se comprende de la importancia de la educación para el desarrollo y desempeño de los países.

Por ello, es necesario que el público objetivo evalúe la campaña antes de ejecutarse y los directivos del Colegio Richard Neumann den su consentimiento para que esta se desarrolle en un futuro.

4.1.2. Técnica utilizada para validar el estudio

Como técnicas o instrumento para la validación de la campaña, se seleccionó un cuestionario. En este caso se aplicó a las autoridades, los docentes y estudiantes, quienes dieron sus opiniones acerca de las diferentes piezas publicitarias utilizadas en la campaña.



Se realizó una prueba piloto para medir la confiabilidad y validez del instrumento.

4.1.3 Objetivos de la validación

Los objetivos por el cual se valida la campaña son los siguientes:

- Determinar si las autoridades del Colegio Richard Neumann están de acuerdo con el proyecto y dispuestos a ejecutarlo en un futuro.
- Analizar la opinión de los estudiantes (público objetivo) sobre las piezas publicitarias diseñadas y las actividades planificadas para la campaña de disminución de la deserción escolar.
- Obtener una opinión objetiva de los docentes, entre ellos del área de mercadotecnia y publicidad del Colegio Richard Neumann, sobre la eficacia de las piezas publicitarias diseñadas para la campaña.
- Realizar los ajustes propuestos por los evaluadores en las piezas publicitarias diseñadas para la campaña.

4.1.4. Muestra

Como parte de la muestra para la validación, se empleó un muestreo no probabilístico por criterio, el cual implica seleccionar únicamente cierto tipo de informantes y cuyas características sean similares a las de la población objetivo. En este sentido, se ha tomado en cuenta la participación de 7 miembros del personal administrativo, 15 docentes y 20 estudiantes del colegio Richard Neumann.

4.1.5 INSTRUMENTO

El instrumento consta de siete preguntas sobre la campaña social en sí, su importancia e impacto en los estudiantes de riesgo de deserción. A continuación el cuestionario con preguntas abiertas.



UNIVERSIDAD DE PANAMÁ
VICERRECTORADO ACADÉMICO
COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO
MAESTRÍA EN PUBLICIDAD ESTRATEGICA Y CREATIVA

Estimado (a)

El presente cuestionario tiene por finalidad validar las piezas publicitarias de la campaña para disminuir la deserción escolar del Colegio Richard. Toda información será confidencial. Agradezco su contribución.

Instrucciones: Favor contestar de forma objetiva.

N°	ITEMS
1	¿Cómo consideras las artes y las actividades a realizar para la campaña para la disminución de la deserción escolar?
2	¿La idea de la campaña resalta?
3	.El eslogan “No Seas Tu Propio Muro” ¿crees que le guste al público?
4	¿Qué opinas del eslogan “No Seas Tu Propio Muro``”?
5	¿Cómo consideras el tono de la campaña?
6.	¿Qué opinión tiene de las artes, colores, imágenes, formato, medios, texto, que les cambiaría o agregaría?
7	¿Consideras atractiva la idea de la campaña y todos los componentes que hemos presentado?

4.1.6 PROCEDIMIENTO

El procedimiento utilizado en la recolección de la información se hizo de la siguiente manera

- Se solicitó el permiso por escrito a la dirección del colegio para realizar el cuestionario,



- Presentación del proyecto para su respectivo aval en un aula de clases.
- Se presentó el proyecto de intervención a las autoridades del plantel educativo, docentes y estudiantes, por separado.
- Se explicaron cada una de las piezas publicitarias, y se les aplicó el cuestionario, en diferentes salones..

4.2. Análisis de los resultados de la validación

Se describirá brevemente cada uno de los resultados obtenidos por cada grupo de la muestra seleccionada.

4.2.1 Evaluación de los estudiantes

Se detalla a continuación los resultados del proceso de evaluación y aval por parte de los estudiantes del colegio Richard Neumann

- Con el slogan “No Seas Tu Propio Muro “resalta y llama la atención en la disminución de la deserción escolar, destacando la idea de inculcar los valores tan necesarios para el éxito de la campaña. Consideraron excelente el slogan.
- En relación al tono de la campaña, comunicaron que el mensaje es apropiado, que el texto tiene sentido de apelación a la conciencia humana.
- Evaluaron con excelencia el texto de la campaña, colores de la campaña, imágenes de la campaña, concepto del spot, concepto de locución de la campaña y eslogan.
- Las imágenes presentadas en las artes: llaman la atención, son las apropiadas para llegar a posicionarse, donde hace resaltar la idea misma de la campaña



- social sobre la disminución de la deserción escolar según el criterio de los estudiantes del Colegio Richard Neumann.

4.2.2. Aval y evaluación de las autoridades y profesores

Las autoridades, profesores, fueron los encargados de evaluar la campaña para disminuir la deserción escolar.

- Las autoridades, profesores escogidos al contestar las preguntas sobre los diseños presentados de la campaña social de la disminución de la deserción escolar, son los adecuados para su presentación al público.
- En el enfoque de la campaña, opinaron que el enfoque era el adecuado a la vez sostuvieron que no era necesario ningún cambio en el texto, las imágenes y los colores de la campaña.
- Consideraron que el éxito de la campaña dependería de la forma persuasiva de los mensajes para el rescate de los valores y la importancia de terminar los estudios.
- Consideraron la importancia y manejo de la campaña, estuvieron anuentes a cooperar para que la misma sea efectiva.
- También expresaron que la campaña debe ser a nivel nacional, que MEDUCA asuma parte de los gastos.
- Las autoridades no dudaron en su aceptación a implementar la campaña social en el Colegio Richard Neumann.

4.2.3. Validación de los profesores de la cátedra de mercadotecnia y publicidad.

Al darse el instrumento de validación a los profesores de la asignatura de mercadotecnia y publicidad, estos opinaron.

Como mucho conocimiento del tema estos, señalaron la importancia de la campaña social para la disminución de la deserción escolar.



- Lo más importante para ellos fue la idea de la campaña, donde resaltarían los problemas que adolecen los estudiantes del colegio Richard Neumann.
- Su opinión acerca del slogan es que lo veían apropiado a la jerga de los estudiantes, los colores llamativos, intrínsecos, llaman a la alegría a, la juventud, a la fiesta, al jolgorio, eso es lo que les gusta a los jóvenes.
- También es la forma de llegar a los estudiantes apelando a un sentido de madurez y así lograr que los valores puedan calar en la vida de ellos.
- El tono, texto, slogan, concordaban para el lanzamiento de la campaña y lograr que las piezas creativas realicen el efecto necesario en la vida de los estudiantes.
- Las imágenes producen persuasión, informan, dan sensación de responsabilidad, ayudan a buscar alternativas que den respuestas a las interrogantes del público.

4.2.4. CONCLUSIONES DE LA VALIDACIÓN

Estudiantes, autoridades, profesores, dieron muestra de agrado y aceptación a la campaña. Todas las piezas creativas, dieron la sensación de persuasión, el tono llamó a los cambios necesarios del problema, señalaron que en cuanto a los colores y el slogan fueron propicios, colores llamativos que eran ideales a los jóvenes que ven la vida de colores, por la edad que tienen, y son los colores de moda.

Los estudiantes fueron muy expresivos con la aceptación de la campaña, al mostrarle el storyboard y cada una de las artes de la campaña, estuvieron complacidos con los colores escogidos, al mismo tiempo las imágenes, tono, llamándole poderosamente la atención, comentarios que hicieron sobre lo atractivo de la campaña para los estudiantes, estrategia esta, que lograría



alcanzar los objetivos de la campaña, que es la disminución de la deserción escolar.

Por lo tanto, el proyecto tuvo la aceptación necesaria, para que se lleve a cabo lo más pronto posible y terminar con el flagelo de la deserción escolar.

La opinión del personal docente escogido para consultar lo que le había parecido, tono, slogan, colores, imágenes para preparar y lanzar la campaña social, expresaron sentirse contentos por la elección del colegio Richard Neumann y llevar a cabo este proyecto de investigación así combatir este problema que hoy día es uno de los que está enfrentando el centro educativo.

4.2.5. **Recomendaciones de la validación**

Armar proyectos que ayuden a disminuir la deserción escolar como: dramatizaciones exaltando valores éticos y morales, concursos de oratorias con el tema de la deserción escolar, días de talento, espacios de Lectura comprensiva, para desarrollar el análisis en los estudiantes

Promover tutorías en horas libre del docente, consultorías para nivelar estudiante y así evitar se decepcionen y abandonen los estudios.

Formar clubes con los estudiantes de las diferentes asignaturas para reforzar conocimientos.

Desarrollar la campaña de la deserción escolar en el Colegio Richard Neumann permitiendo que todos los docentes y estudiantes participen y expresen su creatividad en las distintas actividades a realizar.

Tomar como escenario el Colegio y permitir que los estudiantes sean los modelos para los anuncios de televisión de la campaña.



CONCLUSIONES

La finalidad de esta investigación fue evidenciar los factores internos y externos que dan lugar al flagelo de la deserción escolar en el colegio Richard Neumann, problema este que no se detiene, y que en los últimos años ha afectado tanto al colegio. Cabe mencionar que entre los propósitos es presentar una propuesta de estrategia que, aplicadas a los estudiantes, permitirán disminuir los índices de deserción.

Por medio de la investigación, utilizando los instrumentos que dieron como resultado identificar los factores asociados con la deserción escolar y determinar que las estrategias a usar como lo es la campaña social para disminuir este problema deben dirigirse bajo un enfoque humanista que permitan la modificación de percepciones, conductas y actitudes muy profundas de los estudiantes.

La investigación dio como resultado observar con luces largas, conocer que estos estudiantes de diferentes caracteres, mostraban factores individuales, como es la conducta, los antecedentes personales de cada uno, otro factor importante es el desempeño escolar. También se evidenció esos factores institucionales que son aquellos que se relacionan con la familia, la comunidad y la escuela.

Estudiantes, autoridades profesores dieron muestras de agrado y aceptación a la campaña, Todas las piezas creativas presentadas dieron la sensación, el tono llamó a los cambios necesarios del problema, señalaron que en cuanto a los colores y slogan fueron propicios, colores llamativos que eran ideales a los jóvenes que ven la vida de colores por la edad que tienen y son los colores de moda.



La campaña de comunicación tiene el objetivo reducir el índice de estudiantes desertores en el nivel de la enseñanza media que les sensibilice acerca de la importancia del estudio para su futuro y el del país. Objetivo este debe cumplirse de manera que se den todas las condiciones necesarias para que pueda salir al aire esta estrategia. Despertada esa conciencia de la necesidad de implementar una campaña de comunicación y así lograr detener la deserción escolar que no solo le hace daño al plantel educativo sino a los mismos estudiantes a , que juegan papel importante truncan su futuro, convirtiéndoles en presa de una vida mala calidad de vida.

Es importante involucrar a los padres de familia ya que juegan papel importante en parte del problema, y que mejor que puedan opinar acerca de la campaña presentado en los diferentes medios.

Los educadores deben ser objetivos, buscando en esa campaña también una sensibilización, son ellos los artífices de la educación, mejorar esa metodología ir más acorde con los tiempos e introducirse de plano en el mundo digital

La Maestría Estratégica y Creativa, bastante completo su plan de estudio, aunque creo que debió haber un experto en tecnología digital, y más uso de los laboratorios.

Considerando el colegio como un espacio social, donde se transmiten y generan conocimientos, se sugieren prácticas sociales pedagógicas específicas que motiven a los estudiantes a continuar sus estudios.

Brindar la confianza para fortalecer la relación exitosa entre el alumno y el docente, con asesoramiento para un proyecto de vida y ser exitoso en su futuro.



La campaña social comunicacional tiene como finalidad reforzar la motivación de los estudiantes para evitar la deserción escolar.

Las estrategias digitales siendo un elemento importante en la comunicación del colegio, pueden ser utilizadas como vías de retroalimentación con constantes mensajes positivos que permitan fortalecer la autoestima de los estudiantes.

La Maestría Estratégica y Creativa debe brindar la oportunidad de ofrecer tres alternativas como trabajo final para la graduarse



RECOMENDACIONES

1. Ofrecer charlas de sensibilización a los estudiantes sobre valores morales, donde se puedan reforzar, la responsabilidad, honestidad y otros más.
2. Promover en los estudiantes días de talentos en el colegio, que los motiven a la participación.
3. Realizar talleres de participación donde aprendan a grabar programas de radio.
4. Elaborar programas de apoyo a estudiantes con problemas de absentismo.
5. Distribución de la Guía informativa dirigida a los padres de familia.
6. Tutorías: tres veces a la semana a través de los cuales se analizará la importancia del esfuerzo y trabajo, así como las posibles causas del ausentismo y la manera cómo afrontarlas.
7. Crear una base de datos donde se recoja información, sobre condiciones de vida, de los estudiantes.
8. Que el estudiante de maestría tenga la oportunidad de práctica en una empresa publicitaria.



9. Durante el periodo de maestría debe desarrollarse trabajos prácticos en medios de comunicación
10. Sugerir que el título de Maestría sea de Publicidad y Marketing Estratégico y Creativo.
11. Se recomienda que el colegio en el futuro realice nuevas investigaciones donde se incluyan otras variables y técnica de levantamiento de datos como la entrevista con los desertores con la finalidad de identificar y conocer otras causas institucionales, como la falta de asesoría, instalaciones, la práctica docente entre otras actividades.
12. Se sugiere un sistema institucional para detectar oportunamente a los alumnos que tienen problemas económicos y académicos que los puede llevar a la deserción escolar.



REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Ávila R., Diana Yazmín (2005) La Condición de Riesgo Social en niños, niñas, y adolescentes influye en la deserción Escolar.

Canto S. Ildfonso (1973) La Estructura Educativa dentro de la filosofía, la letra y la Educación contexto social, Panamá.

Krauskopf, Dina (1996) Factores de Riesgo en la Adolescencia: Programa de Atención Integral de la Adolescencia. Editorial Kapeluz Ciudad de México.

Adames, M., Gonzalez E., (1973) Monografía: La Inasistencia y Deserción Escolar: Dos Factores que retardan el desarrollo de la Educación en Panamá.

Barría, E. (1982) Estudios sobre causas de Deserción Estudiantil en la Universidad Tecnológica de Panamá.



INFOGRAFÍA

- www.pa.undp.org/content/panama/es/home
- www.asamblea.gob.pa/el-tema-de-la-deserción-escolar, 2015
- El Siglo. Jazmin Trujillo. Jueves 18 de febrero de 2016-
ytrujillo@elsiglo.com
- www.tvn-2.com/nacionales/jovenes-Panama-estudian-trabajo
- <https://es.wikipedia.org/wiki/>
- [Elsiglo.com/panamá/aumentan-fracasos-escolares-san miguelito](http://Elsiglo.com/panamá/aumentan-fracasos-escolares-san-miguelito)
- www.tvn.2.com/nacionales/jovenes-Panama-estudian-trabajo
- <https://es.wikipedia.org>
- <http://espanol3cach.blogspot.com/wikipedia.com>
- Ladeserciónescolar. (s.f). En Ministerio de Educación Nacional de Colombia
Recuperado: 21 de febrero de 2018. En Ministerio de Educación Nacional de Colombia de mineducacion.gob.co.
- Causas del abandono o deserción escolar. (2013). En Maestras observan y opinan. Recuperado 21 de febrero de 2018. En [maestras observan y opinan de maestrasobservanyopinan.blogspot.pe](http://maestrasobservanyopinan.blogspot.pe).
- Definición de deserción escolar. (2008). En Definición De Recuperado: 21 de febrero de 2008. En Definición de.
- Deserción Escolar. (s.f.) En Wikipedia, Recuperado: 21 de febrero de 2018 en Wikipedia de es. Wikipedia.org.
- Deserción Escolar: evolución, causas y relación con la tasa de la conclusión de educación básica. (s.f) En Ministerio de Educación del Perú. Recuperado: 21 de febrero de 2018: En Ministerio de Educación del Perú de escale.minedu.gob.pe profesionalespanama.net/.3.../fracasos-academicos-embarazos-causas-de-la-deserción-...www.tvn-2.com/.../jóvenes-Panama-estudian-trabajan-ninis_o_4414058659.html
- Thepanamaobserver.com/economía-y-política/meduca-educación/ 24 de abr. 2015 –La educación en Panamá es de baja calidad: disponible solo en revista electrónica de investigación educativa, versión One-line



NO SEAS TU PROPIO MURO
Campaña Social para la Disminución de la Deserción Escolar en el Richard Neumann
Ruíz, Anayka – Lombardo H., Gloria

ANEXO



1. Anexo A: Instrumento de recolección de datos de los estudiantes del colegio Richard Neumann.
2. Instrumentos de recolección de datos de los profesores del colegio Richard Neumann.
3. Anexo Instrumento de recolección de datos para la validación de autoridades y docentes de la especialidad de mercadotecnia y publicidad del Colegio Richard Neumann.



Anexo “A”

Universidad de Panamá
Vicerrectoría de Investigación y Post-Grado
Facultad de Comunicación Social
Maestría en Publicidad Estratégica y Creativa

La presente encuesta forma parte del proyecto de trabajo de grado para obtener el título de Maestría en Publicidad Estratégica y Creativa, cuyo título es: **“Campaña Social Estratégica para la Disminución de la Deserción Escolar en el Colegio Richard Neumann”**. Toda la información que se obtenga será confidencial y sólo para uso del trabajo,

Agradecemos su cooperación.

Instrucciones: Marque una X en la alternativa de su preferencia.

Tema No. 1. Conocimiento sobre el problema de la Deserción Escolar.

1. De las siguientes frases ¿Cuáles consideras define la deserción escolar?

CONCEPTO	CANTIDAD
Es un término vinculado al verbo desertar, abandonar, dejar, alejarse.	
Estar en edad escolar y no asisten a las clases	
Cambiarse de Colegio	
No graduarse.	
Se entiende como abandono educativo al hecho de no cursar estudios tras la educación obligatoria.	
abandono total de los estudios	



TOTAL	

2. Cuáles consideras son las causas principales de la deserción escolar?

CONCEPTO	CANTIDADES			
	1	2	3	4
CAUSAS				
Reprobación de materias				
Problemas Económicos				
Falta de Interés				
Ubicación de la escuela				
Problemas de Conducta				
Incumplimientos de tarea				
Pereza o flojera				
Falta de Autoestima y confianza				
Embarazo precoz				
Condiciones del peligro				
Metodología del Profesor				
Carencia de preparación de los profesores				



NO SEAS TU PROPIO MURO
 Campaña Social para la Disminución de la Deserción Escolar en el Richard Neumann
 Ruíz, Anayka – Lombardo H., Gloria

No existe trabajo estable en los padres del estudiante				
Problemas de salud o discapacidad del alumno				
Integración en pandillas				
Consumo de alcohol o drogas				
Repetición escolar				
TOTAL				



3. Efectos de la deserción escolar

Perder las posibilidades de tener un trabajo decente o de alcanzar un estatus social aceptable.				
Se enfrentan problemas para integrarse a un mercado de <u>trabajo</u> calificado.				
Bajo rendimiento académico				
Desigualdades de los <u>ingresos</u> .				
Bajos recursos económicos familiar.				
Pertenecer a pandillas				
Conseguir mejor trabajo.				
poder elegir la calidad de vida deseada y no la que le impongan, por su mala educación				
TOTAL				

4. Cómo estudiante ¿Cómo te calificas?

CONCEPTO	CANTIDADES
Estudiante Excelente	
Estudiante regular	
Estudiante malo	
Total	



1. ¿Qué tiempo le dedicas al estudio?

CONCEPTO	CANTIDAD
3 horas	
Dos horas	
Una hora	
Menos de media hora	
Una media hora	
total	

6. Consideras que el estudio es una actividad:

CONCEPTO	CANTIDADES
AGRADABLE	
DESAGRADABLE	
TOTAL	

7.¿Conoces algún caso de tu escuela que haya abandonado los estudios

CONCEPTO	CANTIDADES
SI	
NO	
TOTAL	



8. ¿Están entre tus metas o plan de vida?

CONCEPTO	CANTIDADES
Trabajar y estudiar	
Trabajar –no continuar trabajando	
Terminar estudios secundarios	
Continuar la universidad	
Casarte	
TOTAL	

9. ¿Cree usted fundamental la necesidad de una campaña social para disminuir la deserción escolar, daría buenos resultados?

SI
NO
NO SABE
TOTAL



10 ¿Te gustaría ser parte de la campaña?

CONCEPTO
SI
NO
TOTAL

11. ¿Participarías en las actividades que se programen?

CONCEPTO
SI
NO
TOTAL

12. Qué tipo de actividades cree usted sería la más efectiva para hacer la campaña social Estratégica sobre la disminución de la deserción escolar?

CONCEPTO	CANTIDADES
FOLLETOS, AFICHES, REVISTAS	
CONCURSOS, COREOGRAFIAS, DEPORTES, JUEGOS Y COMPETENCIAS	
EVENTOS PARA MOTIVAR A NO DESERTAR: DIBUJOS, ORATORIAS, CARRERAS OTROS	
SPOT PARA RADIO (WEB)	
TALLERES	
GRAFITIS	
ANUNCIO DE TV (WEB)	
REDES SOCIALES	
HACER PAGINA WEB DEL COLEGIO	



13. ¿Qué frase te gustaría forme parte de la Campaña Social Estratégica para la disminución de la deserción escolar en el colegio Richard Neumann?

CONCEPTO	CANTIDADES
NO SEAS TU PROPIO MURO	
DILE NO A LA DESERCIÓN	
FUTURO LO HACES TÚ	
+EDUCACIÓN - IGNORANCIA	
CONSTRUYE TU FUTURO	
EDUCACIÓN HAGAMOSLA POSIBLE	
FALTAS TÚ	
PANAMÁ NECESITA GENTE COMO TÚ	
NO TE A QUEDES FUERA DE LA LISTA	
AQUÍ MAESTRA	
DI PRESENTE	
TOTAL	

14. ¿Qué colores considera usted, son los más representativos para esta Campaña de deserción escolar?

CONCEPTO	CANTIDADES
ANARANJADO-CELESTE	
MOSTAZA	
ROJO- BLANCO	
VERDE- AMARILLO	
VERDE - CAÑA	
ANARANJADO - CHOCOLATE	
CELESTE -ROSADO	
AZUL- CREMA	
AANARANJADO -AMARILLO	
TOTAL	



15. Escenarios de la campaña

CONCEPTO	CANTIDADES
PARQUE OMAR	
GIMNASIO DEL COLEGIO RICHAR NEUMANN	
PARQUES UNIVERSITARIOS: UTP / TUAL (UNIVERSIDAD DE PANAMÁ)	
CINTA COSTERA 1	
CINTA COSTERA2	
PLAZA DE FRANCIA	
TOTAL	



Universidad de Panamá
Vicerrectoría de Investigación y Post-Grado
Facultad de Comunicación Social
Maestría en Publicidad Estratégica y Creativa

La presente encuesta forma parte del proyecto del trabajo de grado para obtener el título de Maestría en Publicidad Estratégica y Creativa, cuyo título es Campaña Social Estratégica para la Disminución de la Deserción Escolar en el Colegio Richard Neumann. Toda la información que se obtenga será confidencial y sólo para uso del trabajo. Agradecemos su cooperación.

Instrucciones: Marque una X en la alternativa de su preferencia
ENCUESTA PARA DOCENTES DEL COLEGIO RICHARD NEUMANN.
Cuestionario #2

Datos de la Deserción Escolar en el Colegio Richard Neumann aplicada a los docentes

1. ¿Observa usted la motivación necesaria en sus estudiantes para sus estudios?

CONCEPTO	CANTIDAD
Excelente	
Muy Bueno	
Bueno	
Regular	
Deficiente	
TOTAL	



2. ¿Qué opinión tiene usted del desempeño académico de sus estudiantes?

CONCEPTO	CANTIDAD
Muy Bueno	
Bueno	
Regular	
Deficiente	
Ninguna de las anteriores	
TOTAL	

3. ¿Cree usted que el entorno afecta e impacta a sus estudiantes?

CONCEPTO	CANTIDAD
SI	
NO	
TOTAL	



Datos para Campaña Social Estratégica.

4. ¿Usted cree que si lanzamos una campaña social para disminuir la deserción escolar, daría buenos resultados?

CONCEPTO	CANTIDAD
SI	
NO	
TOTAL	

5. Apoyaría como docente de este plantel la campaña social en prevención y disminución de la deserción escolar.

CONCEPTO	CANTIDAD
SI	
NO	
TOTAL	

6. Qué tipo de actividades creería usted sería la más efectiva para hacer la campaña social Estratégica sobre la disminución de la deserción escolar.

CONCEPTO	CANTIDAD
Eventos para motivar a no desertar: Dibujo, oratoria, carreras, otros	
Spot para radio (web)	
Talleres	
Grafitis	
Anuncio de TV (web)	
Hacer página web del colegio	
Redes Sociales	
Folletos, Afiche, Revista	
Concursos: Coreografía, deporte, juegos y competencias	
TOTAL	



7. Marque con una cruz que frase le gustaría forme parte de la Campaña Social Estratégica para la disminución de la Deserción Escolar en el Colegio Richard Neumann.

CONCEPTO	CANTIDAD
EL FUTURO LO HACES TU	
EDUCACIÓN , ¡HAGAMÓSLA POSIBLE	
FALTAS TU	
CONSTRUYE TÚ FUTURO	
PANAMA NECESITA GENTE COMO TÚ	
DÍ PRESENTE	
AQUÍ MAESTRA	
NO TE QUEDES FUERA DE LISTA	
NO SEAS TU PROPIO MURO	
+EDUCACIÓN –IGNORANCIA	
DILE NO A LA DESERCIÓN	
TOTAL	

8. Qué colores considera usted son los más representativos para una Campaña como está:

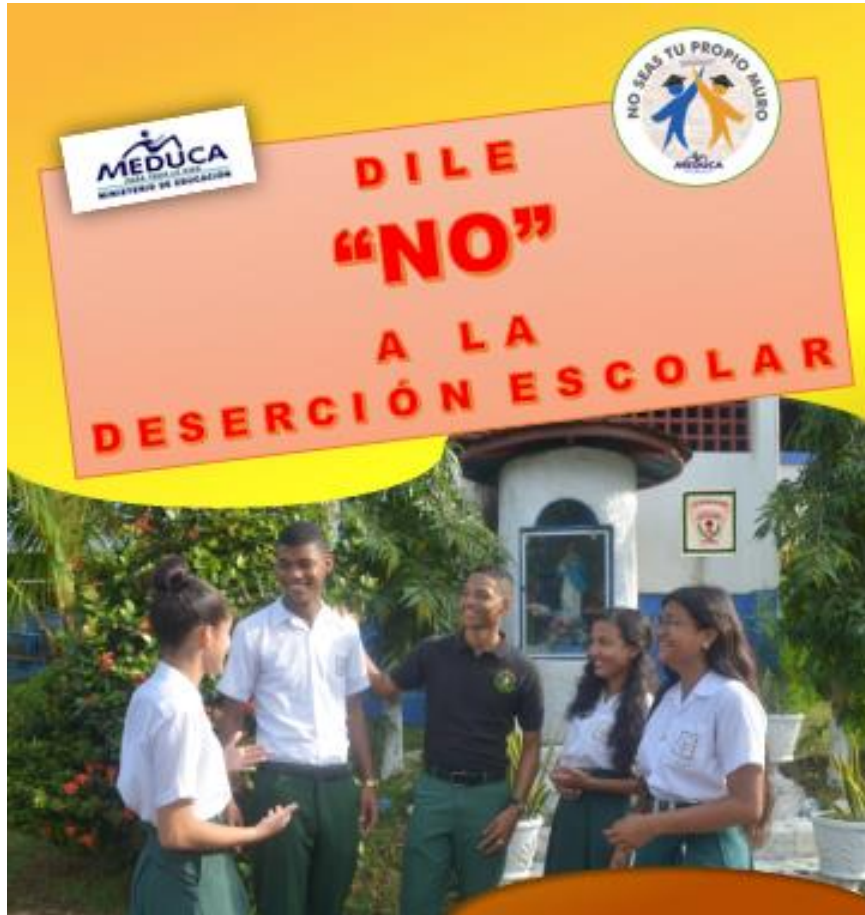
CONCEPTO	CANTIDAD
Azul- crema	
Celeste- rosado	
Anaranjado- chocolate	
Verde Caña-	
Verde. Amarillo	
Rojo .blanco	
Mostaza	
Anaranjado-celeste	
TOTAL	

Edad: ____ Sexo: _____ Nivel: _____

¡Gracias por su cooperación!



ANTES



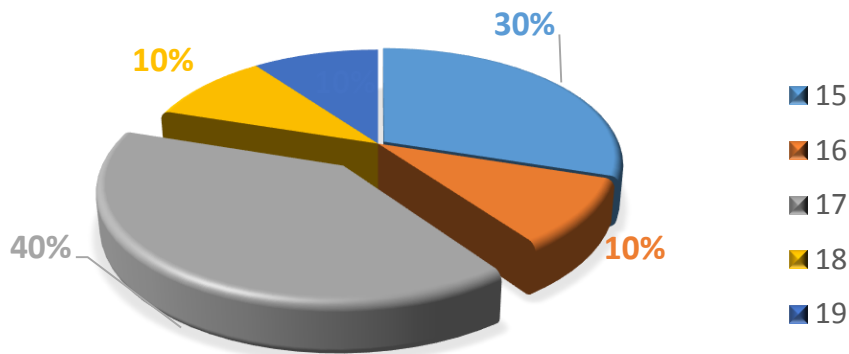
ANTES

Deserción Escolar

1. ¿Qué edad tienes?

Concepto	Cantidad	Total	Porcentaje
15	3	3	30%
16	1	1	10%
17	4	4	40%
18	1	1	10%
19	1	1	10%
TOTAL	10	10	100%

DESERCIÓN ESCOLAR



Los encuestados oscilaban entre las edades de 15 a 19 años, edad que concuerda con las edades que deben tener los estudiantes que entran al nivel de media, requerido por el Ministerio de Educación.

Observamos que el 40% lo marcan los estudiantes de las edades de 17 años, que cursan la mayoría al 11°.

Los estudiantes de 15 años representan un 30%, que significa que desde que inician el bachiller en los 10° grados, comienzan a desertar, Entre los 16, 18 y 19 años vemos que el 10% de cada un también persiste el abandono de las aulas de clases.

Significa que los datos arrojan que los estudiantes deciden abandonar el colegio en cualquier grado del bachillerato.

2. ¿Consideras que la escuela es importante?

Concepto	Cantidad	Total	Porcentaje
SI	7	7	70%
NO	1	1	10%
TAL VEZ	2	2	20%
TOTAL	10	10	100%

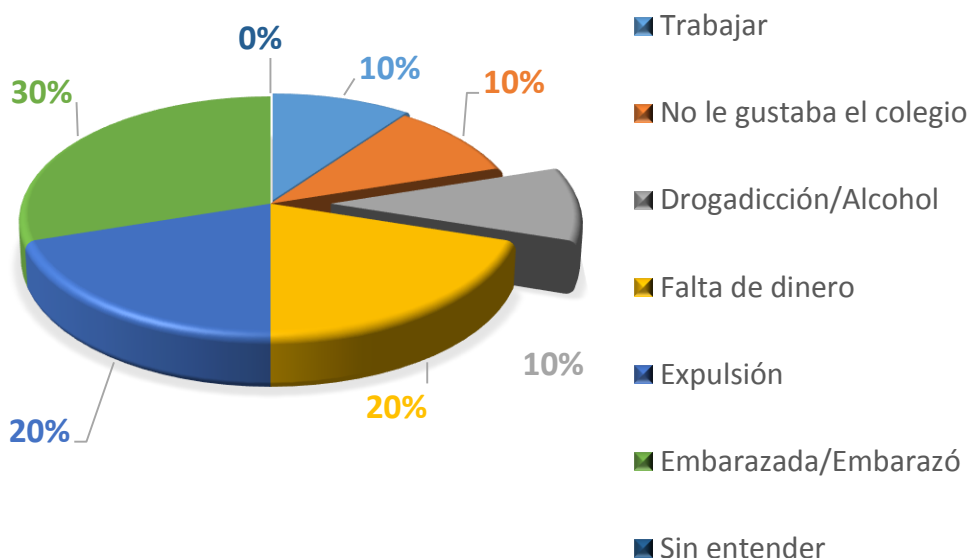


Aquí en estos datos arrojaron el 70% que para ellos el estar en la escuela es importante, por lo que han percibido a lo largo de su vida estudiantil. Mientras que el 10% siente que no es importante estar en la escuela y el 29% cree que tal vez pudiera ser importante pero cree que muchos que no estudian también tienen oportunidades, según el dialogo en la entrevista.

3. ¿Cuáles son las principales razones que lo motivaron al abandono de las aulas de clases?

Concepto	Cantidad	Porcentaje
Consideras que trabajar era más importante que estudiar	1	10%
No te gustaba el colegio	1	10%
Drogadicción o alcoholismo	2	20%
Falta de dinero	2	20%
Indisciplina		
Sin entender	3	30%
Embarazada/Embarazó	1	10%

¿CUÁLES SON LAS PRINCIPALES RAZONES QUE LO MOTIVARON AL ABANDONO DE LAS AULAS DE CLASES?

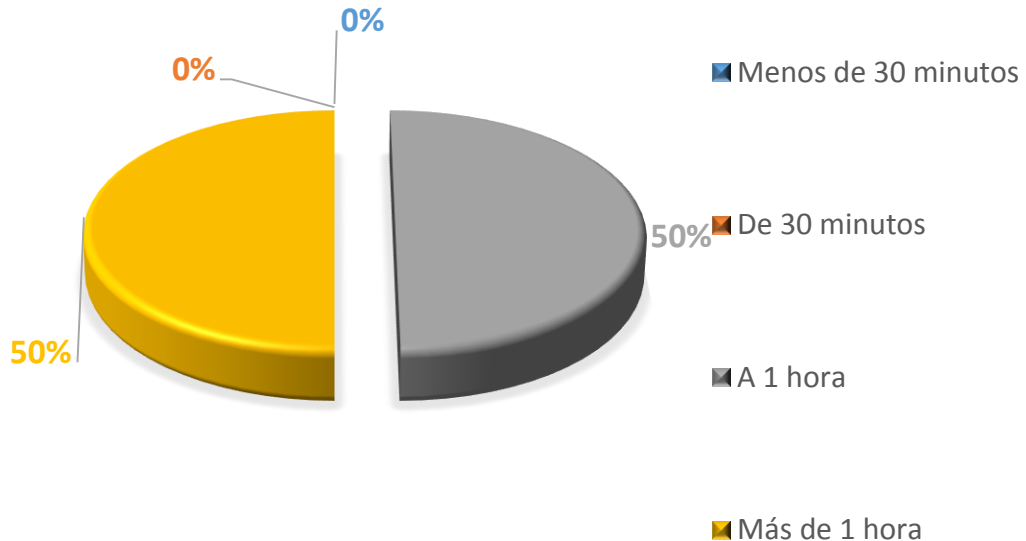


Entre las principales razones que motivaron a los estudiantes a abandonar la escuela, observamos que el 30% no le entendía nada al profesor, el 20% tenía problemas de drogadicción o alcoholismo, el 20% les faltaba dinero en su hogar. Mientras un grupo de estudiantes marcaba que un 10% manifestaba que no le gustaba el colegio, finalmente el 10% restante se da la idea de que son muchos los problemas que dan pie a que los estudiantes decidan retirarse del colegio sin ver que afectan su futuro.

4. ¿cuánto tiempo te demorabas en llegar de tu casa al colegio?

Concepto	Cantidad	Total	Porcentaje
Menos de 30 minutos	0	0	0
De 30 minutos	0	0	0
a 1 hora	5	5	50%
Más de 1 hora	5	5	50%
Total	10	10	100%

¿CUÁNTO TIEMPO TE DEMORABAS EN LLEGAR DE TU CASA AL COLEGIO?

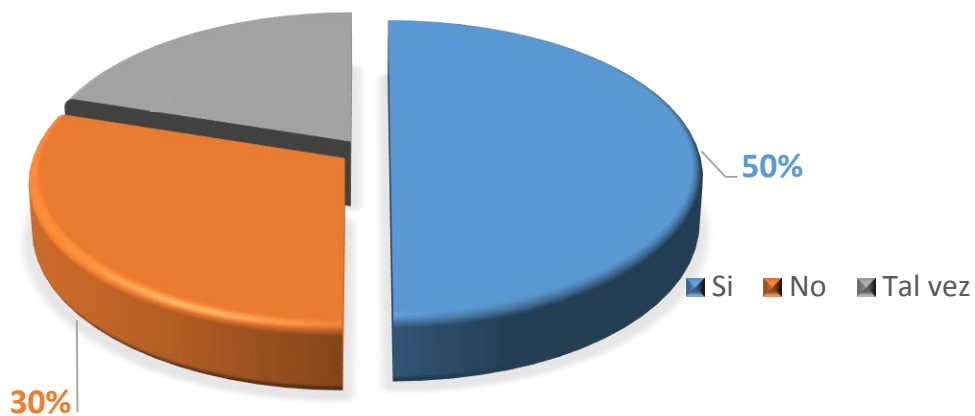


El 50% de los encuestados dijo que tomaban hasta una hora para llegar al colegio desde su casa, significa que deben salir mucho más temprano de sus casas, pues hay muchos problemas en el camino, según ellos. Mientras que el otro 50% dice que toman más de una hora para salir y llegar al colegio.

5. ¿Cómo fue su rendimiento académico durante el bachillerato?

Concepto	Cantidad	Total	Porcentaje
Muy malo	2	2	20%
Malo	3	3	30%
Regular	3	3	30%
Bueno	2	2	20%
Muy bueno			
Excelente			
Total	10	10	100%

¿CÓMO FUE SU RENDIMIENTO ACADÉMICO DURANTE EL BACHILLERATO?

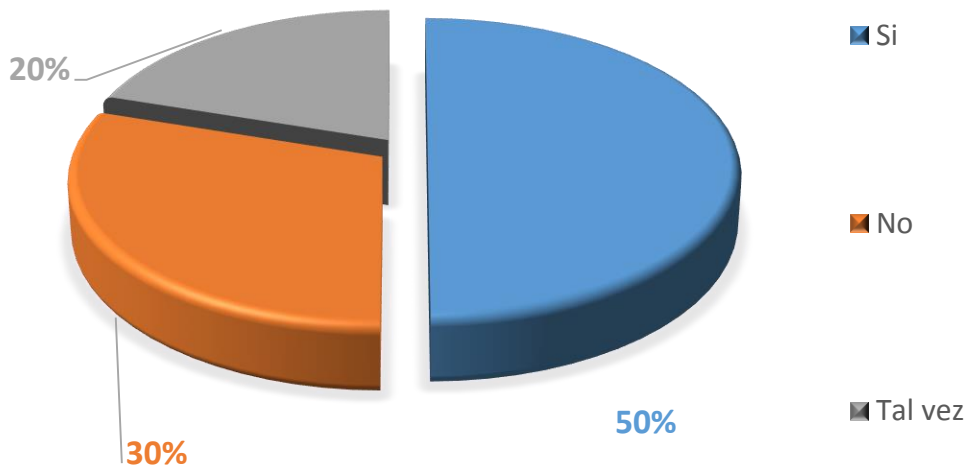


Los encuestados manifestaron que su rendimiento académico durante el período del bachillerato que estuvieron, el 20% era muy malo, el 30% dijo que fue malo, el 30% regular y el 20% bueno. Podemos concluir que aquí vemos que los estudiantes no andan muy bien en sus estudios, o rendimiento académico.

6. ¿Cree usted que su desempeño académico tuvo que ver con su deserción?

Concepto	Cantidad	Total	Porcentaje
Si	5	5	50%
No	3	3	30%
Tal vez	2	2	20%
Total	10	10	100%

¿CREE USTED QUE SU DESEMPEÑO ACADÉMICO TUVO QUE VER CON SU DESERCIÓN?

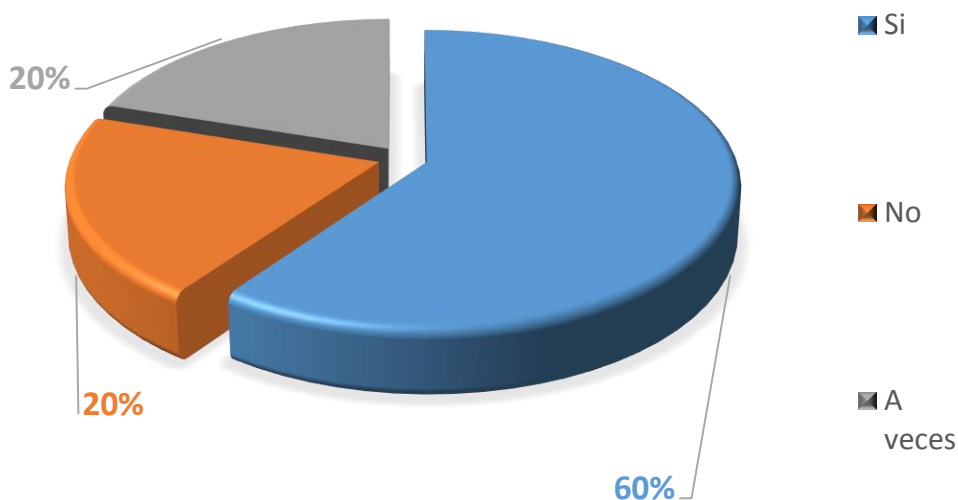


El 50% de los datos arrojo que fue una razón del que tuvo que ver con la decisión de abandonar la escuela, mientras que el 30% dijo que no y un 20% dice que tal vez pudo ser un motivo. Esto significa que si tiene que ver mucho la parte académica de los estudiantes al tomar decisiones de abandono.

7. ¿Contaste con el apoyo familiar para tus estudios?

Concepto	Cantidad	Total	Porcentaje
Si	6	6	60%
No	2	2	20%
A veces	2	2	20%
Total	10	10	100%

¿CONTASTE CON EL APOYO FAMILIAR PARA TUS ESTUDIOS?

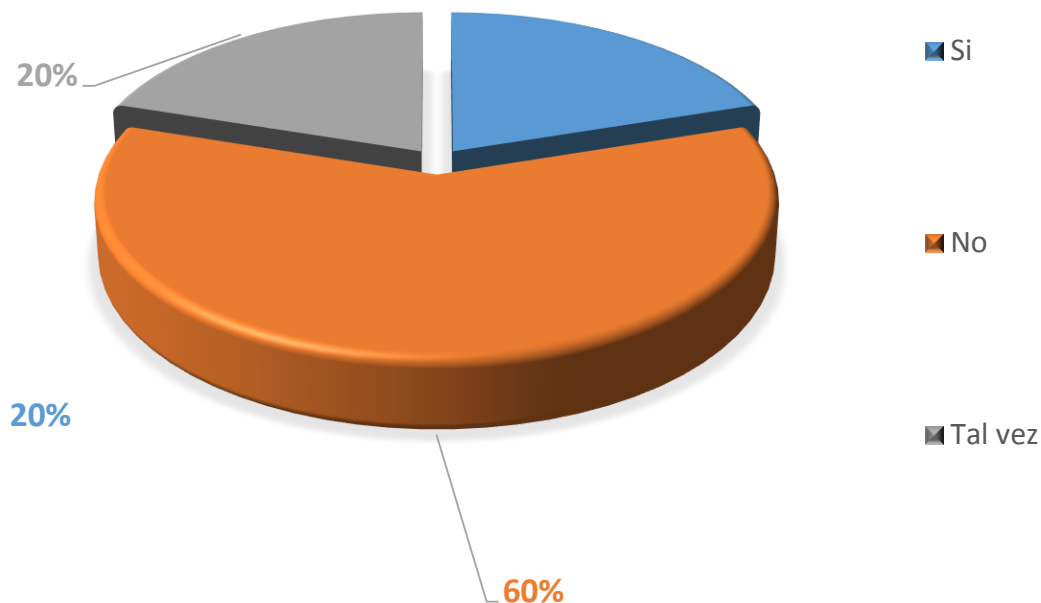


En la encuesta vimos como el 60% contó con el apoyo de sus familiares para sus estudios, el 20% dijo que ellos no y el otro 20% que a veces recibieron ese apoyo. Vemos aquí la importancia del papel de la familia en el avance de los estudios de sus hijos.

8. ¿Tuviste que desertar por problemas económicos en tu hogar?

Concepto	Cantidad	Total	Porcentaje
Si	2	2	20%
No	6	6	60%
A veces	2	2	20%
Total	10	10	100%

¿CONTASTE CON EL APOYO FAMILIAR PARA TUS ESTUDIOS?

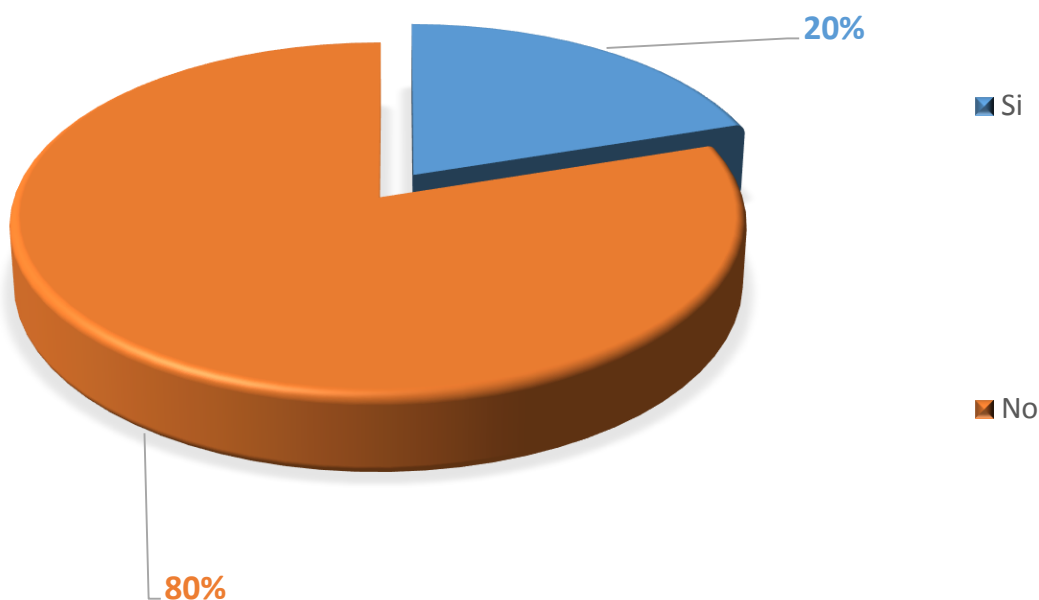


El 20% si tenía en su hogar problemas económicos, el 60% dijo que no y el 20% tal vez. Al analizar la situación vemos que el Ministerio de Educación ha implementado la beca universal para solventar los hogares que tienen problemas económicos para que puedan enviar a sus hijos a la escuela.

9. Al dejar de asistir a la escuela, ¿Te buscó algún directivo o profesor De la escuela donde estudiabas para conocer tus razones para salirte y/o Convencerte de seguir estudiando?

Concepto	Cantidad	Total	Porcentaje
Si	2	2	20%
No	8	8	80%
Total	10	10	100%

¿TE BUSCÓ ALGÚN DIRECTIVO O PROFESOR DE LA ESCUELA DONDE ESTUDIABAS PARA CONOCER TUS RAZONES PARA SALIRTE Y/O CONVENCERTE DE SEGUIR ESTUDIANDO?

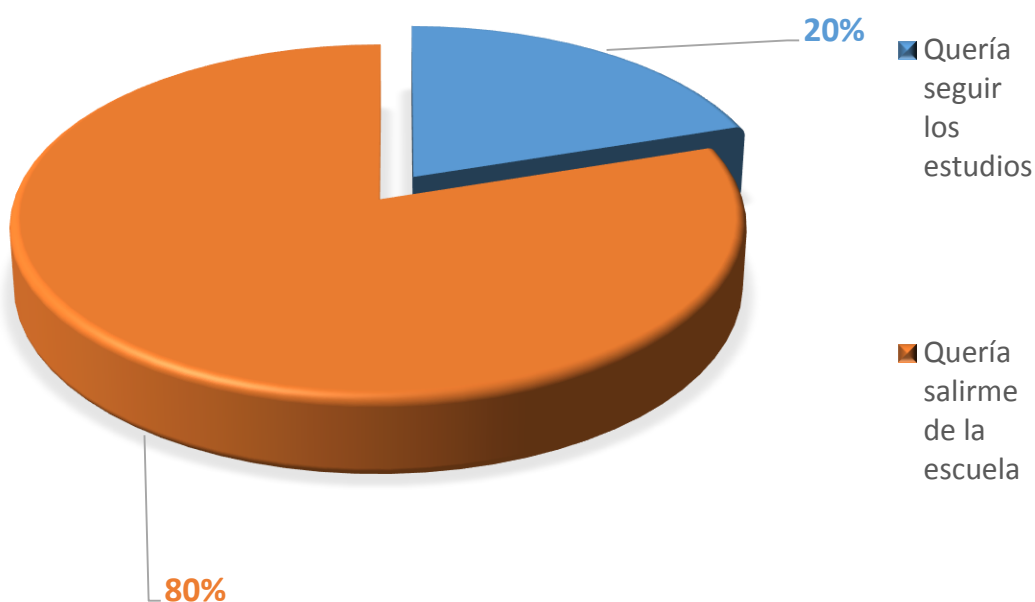


Aquí vemos claramente el papel de la escuela cuando los estudiantes deciden abandonarla, el 80% dijo que nadie toma la atención de buscarlos cuando decidieron no ir mas al colegio, mientras que el 20% recibió una llamada telefónica de su profesor.

10. Por favor piensa en el momento en el que dejaste de estudiar, ¿Querías seguir estudiando o en ese momento sentiste ganas de Salir de la escuela?.

Concepto	Cantidad	Total	Porcentaje
Quería seguir los estudios	2	2	20%
Quería salirme de la escuela	8	8	80%
Total	10	10	100%

¿QUERÍAS SEGUIR ESTUDIANDO O EN ESE MOMENTO SENTISTE GANAS DE SALIR DE LA ESCUELA?.

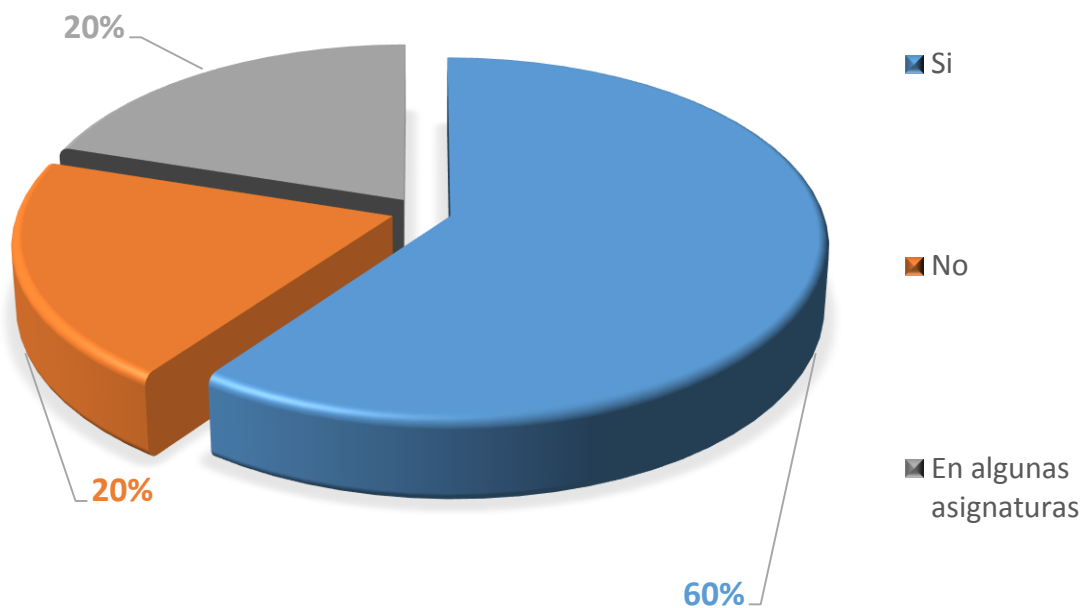


El 20% quiso seguir los estudios pues lo consideraban de mucha importancia la educación en su vida, por otra parte el 80% se salieron de la escuela para atender con otros asuntos personales.

11. ¿Tenías problemas para entender las clases de las diferentes materias?.

Concepto	Cantidad	Total	Porcentaje
Si	6	6	60%
No	2	2	20%
En algunas asignaturas	2	2	20%
Total	10	10	100%

¿TENÍAS PROBLEMAS PARA ENTENDER LAS CLASES DE LAS DIFERENTES MATERIAS?

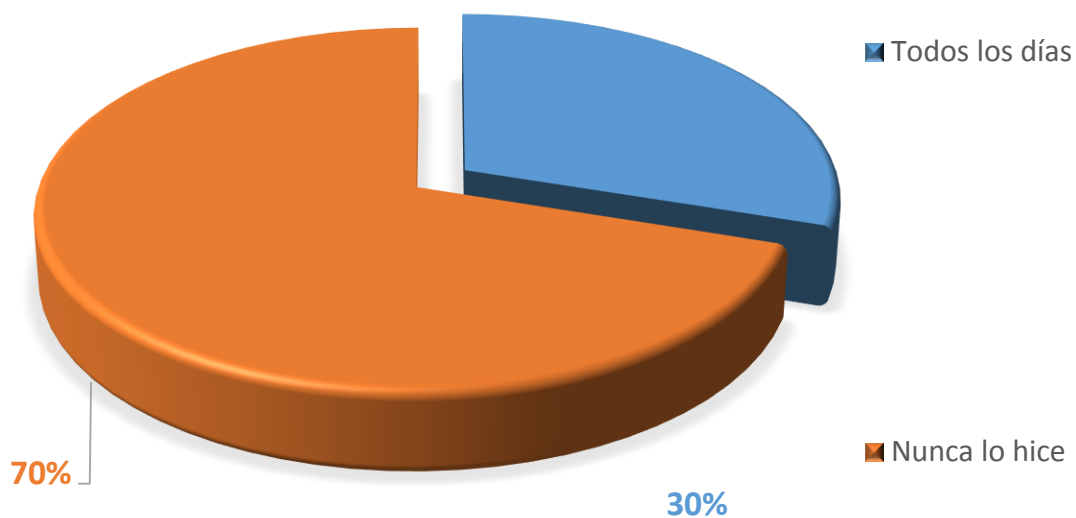


Se observó que el 60% les fue muy complicado entender las clases en las materias, el 20% les fue difícil comprender en algunas materias y el 20% no comprenderán las materias.

12. ¿Con que frecuencia consumías alcohol?.

Concepto	Cantidad	Total	Porcentaje
Todos los días	3	3	60%
A veces	0	0	0%
Pocas veces	0	0	0%
Nunca lo hice	7	7	70%
Total	10	10	100%

¿CON QUE FRECUENCIA CONSUMÍAS ALCOHOL?.



Se observó que el 30% de los encuestados consumían alcohol diariamente, el 70% nunca las consumió.

13. ¿Cuál es el último nivel de estudios que cursaste aunque no hayas terminado?.

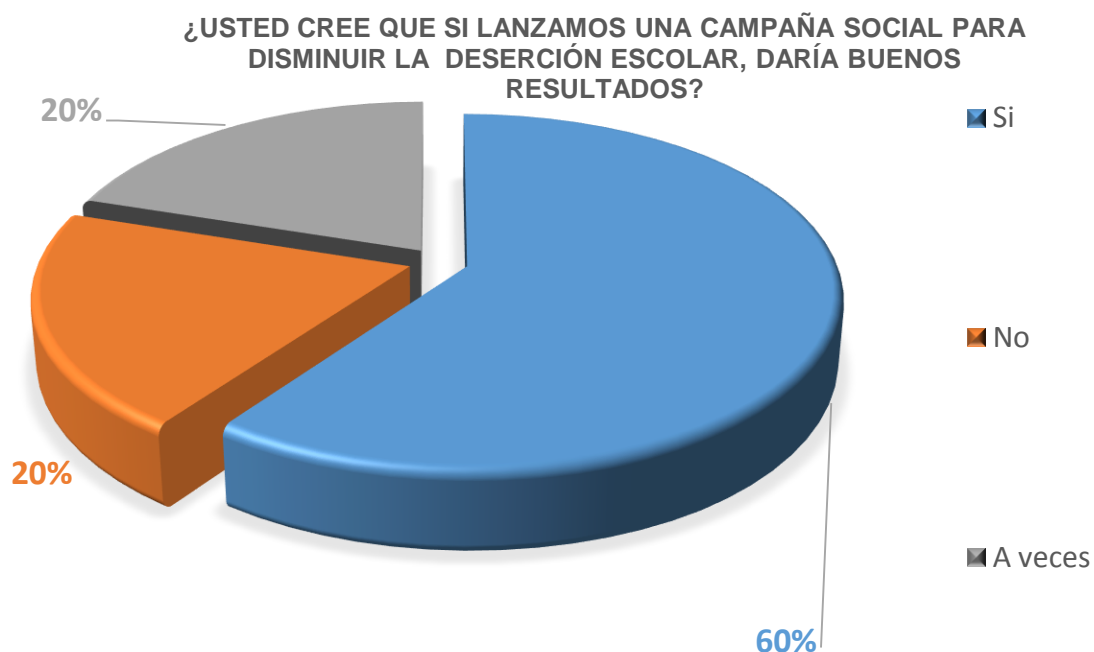
Concepto	Cantidad	Total	Porcentaje
10°	5	5	50%
11°	2	2	20%
12°	3	3	30%
Total	10	10	100%



Se tomó en cuenta que el 50% de los estudiantes salen al 10° año del colegio, el 20% sale en el 11° y el 30° sale en el 12° año del colegio, tomando en cuenta que la mayoría de los estudiantes deciden salirse del colegio mientras estos se encuentran cursando el 10° de su colegio.

1. ¿Usted cree que si lanzamos una campaña social para disminuir la Deserción escolar, daría buenos resultados?.

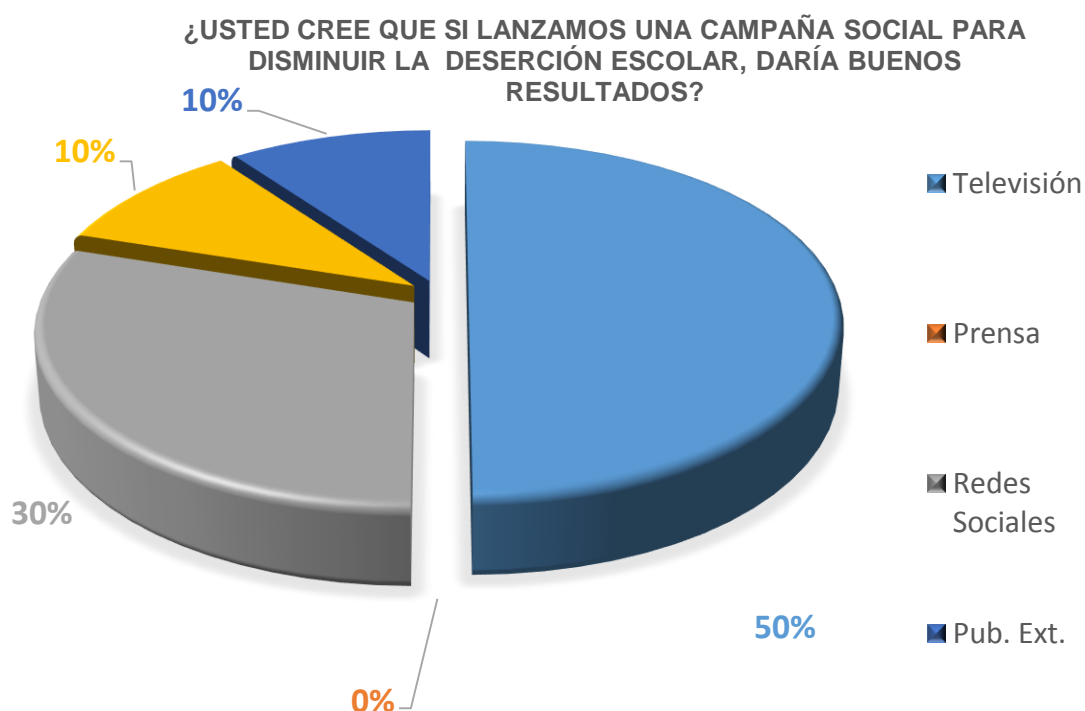
Concepto	Cantidad	Total	Porcentaje
Si	6	6	60%
No	2	2	20%
A veces	2	2	20%
Total	10	10	100%



Entre las respuestas que observamos pudimos entender que el 60% de los encuestados estaban completamente de acuerdo con empezar una actividad como este proyecto para crear una campaña social y el punto que más tomarán en cuenta fue por la razón que es por la disminución de la deserción escolar, por otra parte el 20% de los encuestados desertores no estuvieron de acuerdo pues alegan que no se toman en cuenta las razones por la cual han desertado y no confían en una campaña como tal y el 20% de los encuestados no están totalmente seguros de contestar esta pregunta pues consideran que es un proyecto muy importante y extenso para diversos sectores del país.

2. ¿Qué medio considera usted sea el propicio para realizar esta Campaña social?.

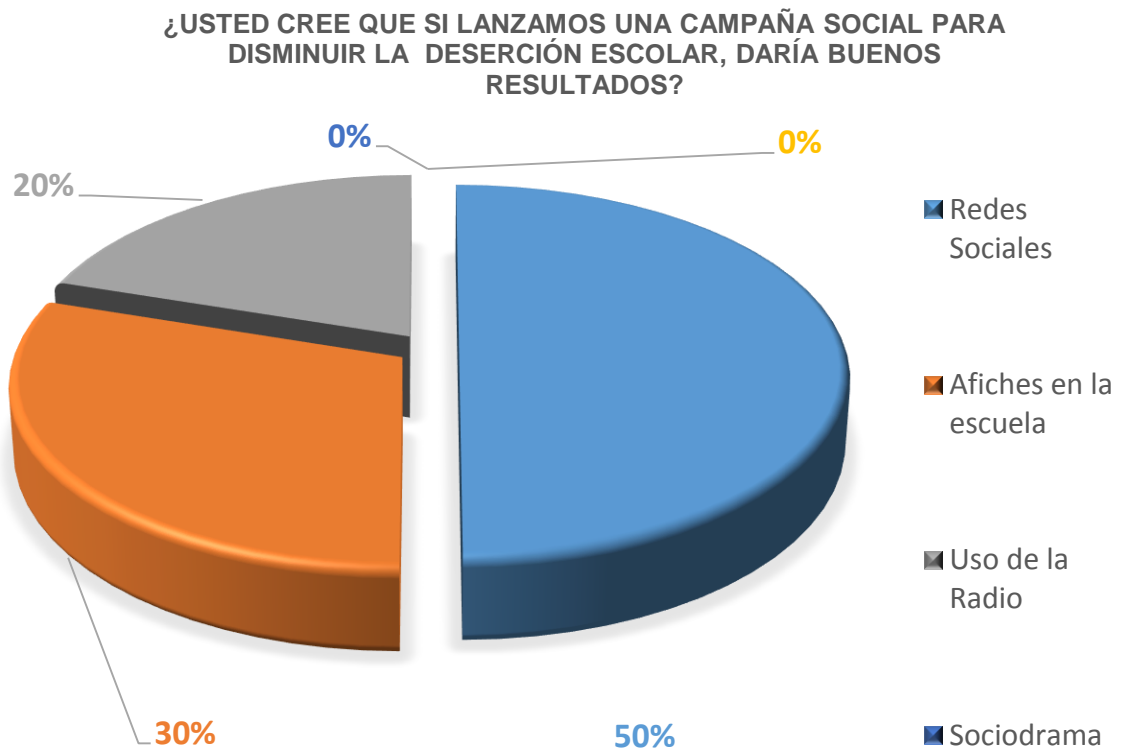
Concepto	Cantidad	Porcentaje
Televisión	5	50%
Prensa	0	0%
Redes Sociales	3	30%
Radio	1	10%
Publicidad Exterior	1	10%
Total	10	100%



En esta pregunta se observó que el 50% de los encuestados están totalmente de acuerdo en aplicar una campaña de este tipo hasta en televisión, el 0% en la prensa ya que ellos no consideran que sea un medio efectivo para estos tiempos, a muchos de ellos no les gusta leer, el 30% en redes sociales, ellos consideran que sería la combinación indicada para aplicar a este tipo de campaña a jóvenes, dicen que es un medio popular en la juventud, el 10% dijo radio ellos comentan que de vez en cuando les gusta sintonizar emisoras juveniles, y el 10% la publicidad exterior, comentan que sería curioso y esencial ubicar mensajes por las diversas áreas del país.

3. ¿Qué tipo de actividades creería usted sería la más efectiva para Hacer una Campaña Social Estratégica sobre la Disminución de la Deserción Escolar ?.

Concepto	Cantidad	Porcentaje
Uso de redes Sociales	5	50%
Afiches en la escuela	3	30%
Asist. en eventos de Pma. Por parte del Col. Richard N.	2	20%
Sociodramas	0	0%
Total	10	100%

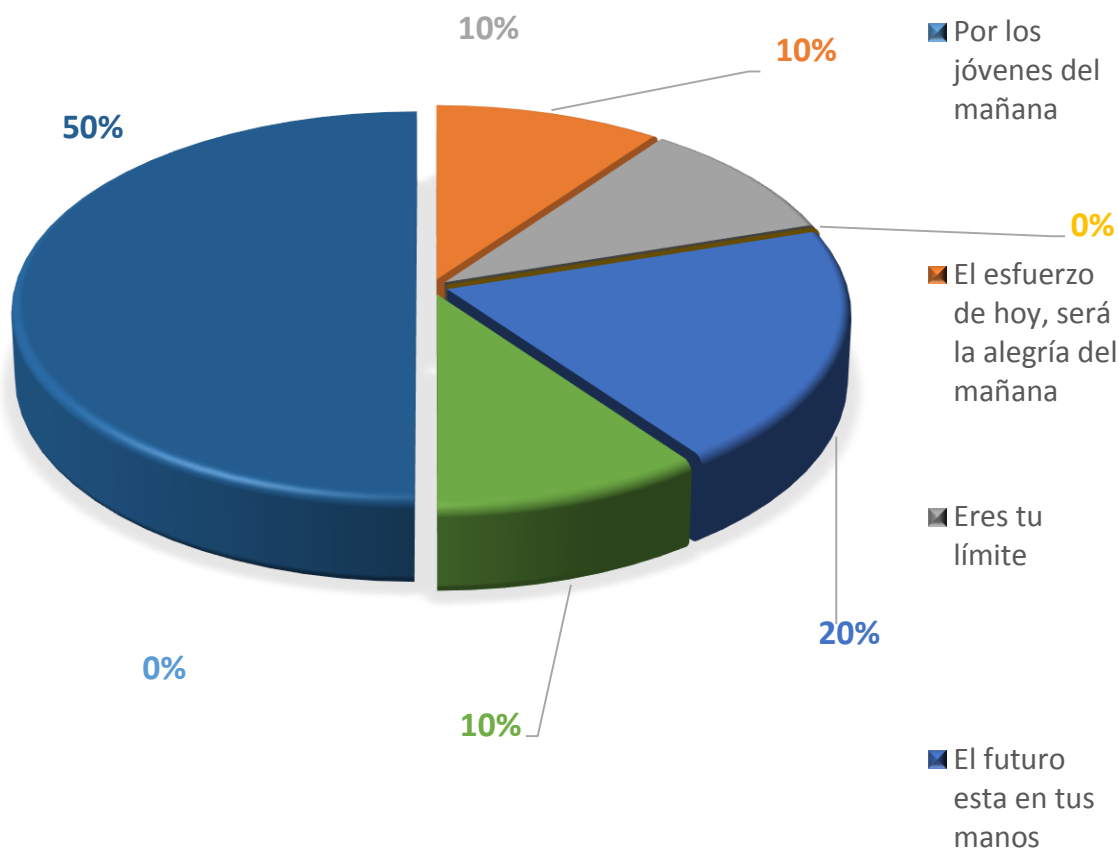


Se ha observado que el 50% de los jóvenes les emociona saber sobre las redes sociales, el 30% les llama la atención los afiches en las escuelas, el 20% sintonizan la radio juvenil, el 0% no les gustan los sociodramas.

4. ¿Cuál frase le gustaría forme parte de la Campaña Social Estratégica Para la Disminución de la Deserción Escolar en el Colegio Richard Neumann?.

Frase	Cantidad	Porcentaje
Por los jóvenes del mañana	0	0%
El esfuerzo de hoy será la alegría de mañana	1	10%
Eres tu límite	1	10%
Secundaria íntegra, porvenir construido	0	0%
El futuro esta en tus manos	2	20%
Educación, Hagámoslo posible	1	10%
No seas tu propio muro	5	50%
Total	10	100%

¿CUÁL FRASE LE GUSTARÍA FORME PARTE DE LA CAMPAÑA SOCIAL ESTRATÉGICA ?

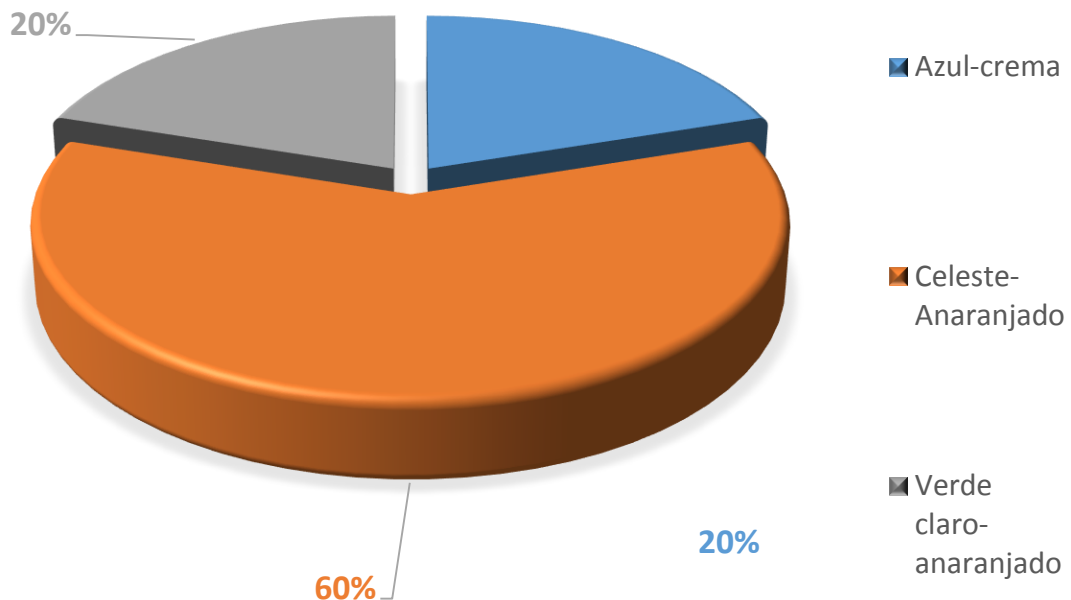


En estas preguntas observamos mucho tiempo para que los jóvenes encuestados respondieran a cada frase el 0% correspondieron a las frases “Por los jóvenes del mañana”, el 10% comento que quizás la segunda frase estuvo mejor que la anterior, el 20% estuvo muy contento con la frase “Eres tu limite”, la que más les gusto a los jóvenes con el 50% por su dinamismo fue “No seas tu propio muro”.

5. ¿Qué colores considera usted son los más representativos para una Campaña Social como está?

Colores	Cantidad	Porcentaje
Azul - Crema	2	20%
Celeste - Anaranjado	6	60%
Anaranjado - Chocolate	0	0%
Verde claro - Anaranjado	1	10%
	1	10%
Total	10	100%

¿QUÉ COLORES CONSIDERA USTED SON LOS MÁS REPRESENTATIVOS PARA UNA CAMPAÑA SOCIAL COMO ESTÁ?.



Los colores forman parte esencial de la imagen de la Campaña Social y es una parte esencial al momento de crearla por eso tomamos en cuenta que el 20% no estaba muy convencido con el azul- crema, el 60% les gustó mucho el azul – anaranjado, no tomaron en cuenta en ningún momento con el 0% el anaranjado –chocolate, y el 10% se fueron por la opción de verde claro – anaranjado.