

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**"ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL PARA DAR A CONOCER LOS PROTOCOLOS DE
BIOSEGURIDAD EN EL AEROPUERTO INTERNACIONAL LA AURORA."**

TESIS DE GRADO

JUAN PABLO MORALES ARANA
CARNET 13147-17

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, MARZO DE 2022
CAMPUS CENTRAL

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**"ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL PARA DAR A CONOCER LOS PROTOCOLOS DE
BIOSEGURIDAD EN EL AEROPUERTO INTERNACIONAL LA AURORA."**

TESIS DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
HUMANIDADES

POR
JUAN PABLO MORALES ARANA

PREVIO A CONFERÍRSELE
EL TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, MARZO DE 2022
CAMPUS CENTRAL

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

RECTOR: P. MIQUEL CORTÉS BOFILL, S. J.
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTHA ROMELIA PÉREZ CONTRERAS DE CHEN
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN: ING. JOSÉ JUVENTINO GÁLVEZ RUANO
VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA: P. JOSE ANTONIO RUBIO AGUILAR, S. J.
VICERRECTORA ADMINISTRATIVA: MGTR. SILVANA GUISELA ZIMERI VELÁSQUEZ DE CELADA
SECRETARIO GENERAL: DR. LARRY AMILCAR ANDRADE - ABULARACH

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE HUMANIDADES

DECANO: DR. JUAN PABLO ESCOBAR GALO
VICEDECANA: DRA. KAREN ANAVICTORIA PONCIANO CASTELLANOS DE BURGOS
SECRETARIA: MGTR. ANA ISABEL LUCAS CORADO DE MARTÍNEZ
DIRECTORA DE CARRERA: MGTR. LEONOR LUCIA GONZALEZ QUIÑONEZ

NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

LIC. EDUARDO ANDRES HERRERA ARRIAZA

REVISOR QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

LIC. OTTO REGINALDO RODAS SILVA

Guatemala, 10 de febrero del 2022

Autoridades
Miembros del Consejo
Facultad de Humanidades
Universidad Rafael Landívar
Presente

Respetables autoridades:

Reciban un cordial saludo. De la manera más atenta me dirijo a ustedes para hacer de su conocimiento que el estudiante **JUAN PABLO MORALES ARANA**, con número de **carne 1314717**; completó a cabalidad el proyecto de graduación titulado: **“ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL PARA DAR A CONOCER LOS PROTOCOLOS DE BIOSEGURIDAD EN EL AEROPUERTO INTERNACIONAL LA AURORA”**, para optar al título académico de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

Después de revisar y asesorar el presente proyecto de graduación, considero que reúne los requerimientos teóricos y metodológicos establecidos por la Facultad de Humanidades. Por lo tanto, solicito someter a revisión final este proyecto de graduación.

Agradezco de antemano su atención. Me despido respetuosamente y deseo que sus actividades profesionales se desarrollen con éxito.

Atentamente,



Licenciado Eduardo Andrés Herrera Arriaza
Código 21356



Universidad
Rafael Landívar

Tradición Jesuita en Guatemala

FACULTAD DE HUMANIDADES
No. 055025-2022

Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Tesis de Grado del estudiante JUAN PABLO MORALES ARANA, Carnet 13147-17 en la carrera LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, del Campus Central, que consta en el Acta No. 053540-2022 de fecha 20 de marzo de 2022, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

**"ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL PARA DAR A CONOCER LOS
PROTOCOLOS DE BIOSEGURIDAD EN EL AEROPUERTO INTERNACIONAL LA
AURORA."**

Previo a conferírsele el título y grado académico de LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 15 días del mes de marzo del año 2022.



Universidad
Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala
Facultad de Humanidades
Secretaría de Facultad

**MGTR. ANA ISABEL LUCAS CORADO DE MARTÍNEZ, SECRETARIA
HUMANIDADES
Universidad Rafael Landívar**

AGRADECIMIENTOS

A Dios, porque solo en Él podemos encontrar refugio, paz y propósito para nuestra vida.

A mis padres, por ser los pilares fundamentales en cada uno de mis proyectos.

A mi asesor, Lic. Eduardo Herrera, que siempre estuvo apoyándome en todo mi proceso de tesis.

A mi revisor, Lic. Otto Rodas por su retroalimentación y por sus palabras.

A la Mgtr. Leonor González por todo su acompañamiento y apoyo en esta etapa.

A cada uno de mis catedráticos y catedráticas que inyectaron conocimiento y profesionalismo en este servidor.

A mis amigos de la Dirección General de Aeronáutica Civil de Guatemala, por todo su apoyo y por todas las charlas que han agregado valor a mi vida.

A mi familia y amigos, por nunca dejarme solo, por siempre motivarme a dar mi mejor versión, simplemente gracias.

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a mis padres que me han apoyado y acompañado a lo largo de todos mis procesos, en este camino llamado vida, sin su amor incondicional nada de esto sería posible.

A mis hermanos por siempre estar en todo momento, porque cada día que crecemos más nos damos cuenta del valor de la familia.

A mi familia por siempre estar en las buenas y en las malas.

A mis ángeles que me cuidan desde arriba, en especial a la reina de mi vida, Chatía. Siempre me preguntabas “¿y ya vas dentro mijo?”, hoy te puedo decir “ya voy dentro Chatía”. Esto es para ti, mi amor.

A Mafer por hacerme crecer en mi ámbito profesional y por motivarme cada día a demostrar de que estoy hecho. Gracias flaquita.

Gracias a todos y todas que me han acompañado en este camino, gracias por celebrar mis logros como si fueran suyos. ¡Los amo!

ÍNDICE

RESUMEN	1
I. INTRODUCCIÓN.....	2
1.1 Marco conceptual	8
A. Antecedentes	8
B. Fundamentación teórica	13
1.2.1 Estrategia de comunicación	13
1.2.1.1 Tipos de estrategias de comunicación	13
1.2.1.2 Pasos para elaborar una estrategia de comunicación	15
1.2.2 Estrategia de comunicación digital	16
1.2.3 SARS-CoV-2 (COVID-19)	18
1.2.3.1 SARS-CoV-2 (COVID-19) en Guatemala	18
1.2.4 Aeropuerto	19
1.2.4.1 Aeropuerto Internacional La Aurora	19
1.2.5 Protocolos de bioseguridad	20
1.2.5.1 Aerolíneas que operan en el Aeropuerto Internacional La Aurora	21
1.2.5.2 Flujo de pasajeros en el Aeropuerto Internacional La Aurora	22
II. PROPÓSITO DEL PROYECTO	23
2.1 Tipo de proyecto	23
2.2 Objetivos.....	23
a. Objetivo General	23
b. Objetivos específicos	23
2.3 Beneficiarios o público objetivo	23
2.4 Elementos de contenido	24
2.5 Ficha técnica	25

III. ANÁLISIS SITUACIONAL.....	26
3.1 Objetivo de diagnóstico que justifica la propuesta	26
3.2 Sujetos	26
3.3 Técnicas e instrumentos.....	27
3.4 Validación	29
a. Sujetos de la validación	29
b. Instrumento de la validación	29
c. Procedimiento	29
d. Cronograma de actividades	31
IV. RESULTADOS.....	32
4.1 Presentación de resultados del diagnóstico	32
4.2 Resultados de la validación.....	37
V. CONCLUSIONES.....	39
VI. RECOMENDACIONES.....	41
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	43
VIII. ANEXOS.....	46
ANEXO I.....	47
ANEXO II.....	49
ANEXO III	51
ANEXO IV	55
ANEXO V.....	57
ANEXO VI	59
IX. PROPUESTA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL	60

RESUMEN

Este proyecto de investigación utilizó como base la estrategia de comunicación digital y se realizó con el objetivo principal de elaborar una campaña en donde se den a conocer los protocolos de bioseguridad en el Aeropuerto Internacional La Aurora -AILA-.

Para la elaboración de la estrategia de comunicación digital y para dar a conocer los protocolos de bioseguridad en el AILA se consideraron necesarias la aplicación de las herramientas del enfoque cualitativo en la investigación y se utilizaron los siguientes instrumentos: entrevista semiestructurada al director general de Aeronáutica Civil y directora de mercadeo del IRTRA Guatemala; asimismo, grupo focal con 30 usuarios y/o pasajeros del AILA.

La certificación de la estrategia de comunicación digital con respecto a su diseño, contenido y forma se validó consultando a dos profesionales, una en el área de mercadeo digital, quien es la Lcda. María Andrea Cruz Alburez (Directora Mercadeo de IRTRA Guatemala) y una profesional en el área de diseño, que es la Lcda. Marianna Guzmán Oliveros (Diseñadora Gráfica de la Dirección General de Aeronáutica Civil de Guatemala).

Para finalizar, se llevó a cabo la estrategia de comunicación digital para dar a conocer los protocolos de bioseguridad en el Aeropuerto Internacional La Aurora, que consta de 12 piezas, en donde se incluyen diseños para postear en redes, página web y materiales audiovisuales. Las 12 piezas se dividen en 6 piezas en idioma español y 6 piezas en idioma inglés.

I. INTRODUCCIÓN

La Dirección General de Aeronáutica Civil -DGAC-, es la institución responsable de normar, administrar, fortalecer, facilitar y vigilar la prestación de los servicios aeroportuarios, de navegación y transporte aéreo, conforme a la legislación vigente y acuerdos internacionales ratificados por el Estado de Guatemala.

Según la Dirección General de Aeronáutica Civil -DGAC- (2021), su visión es “ser líder regional en la Administración, Facilitación y Vigilancia de los servicios aeroportuarios, de navegación y transporte aéreo, elevando los estándares de calidad para seguridad de los usuarios nacionales e internacionales”. (DGAC, 2021, párr. 2).

Actualmente, el director general de la DGAC es el Piloto Aviador Francis Argueta Aguirre, el P.A. Argueta empezó a laborar en el tercer año de gobierno del expresidente Jimmy Morales y en la transición fue nombrado para continuar en el cargo, bajo el mandato del presidente Alejandro Giammattei. Cabe resaltar, que la DGAC es el ente encargado de administrar los siguientes aeropuertos y aeródromos del país:

- Aeropuerto Internacional La Aurora, Ciudad de Guatemala.
- Aeropuerto Mundo Maya, Petén.
- Aeropuerto Los Altos, Quetzaltenango.
- Aeropuerto San José, Escuintla.
- Aeropuerto de Puerto Barrios.
- Aeropuerto de Retalhuleu.
- Aeródromo de Cobán.
- Aeródromo de Huehuetenango.
- Aeródromo de Chiquimula.
- Aeródromo de Esquipulas.
- Aeródromo de San Marcos.

El Aeropuerto Internacional La Aurora -AILA- es su principal terminal aérea. Dicha terminal aérea se encuentra ubicada en la 9ª avenida de la zona 13 de la capital guatemalteca. Según el departamento de Estadística de la Dirección General de Aeronáutica Civil (2019), se tuvo un movimiento de 1,489,590 pasajeros que ingresaron al país y 1,493,454 pasajeros que salieron del país. Es decir, que se tuvo un total de 2,983,044 pasajeros que transitaron por la terminal aérea del AILA en el año 2019.

El 13 de marzo de 2020 fue registrado el primer caso de Coronavirus COVID-19, en Guatemala, por lo que, el Gobierno de Guatemala con el fin primordial de velar por la seguridad de los ciudadanos, decidió cerrar las operaciones aéreas en el país el 16 de marzo de 2020, a partir de las 0 horas. Dicho cierre de operaciones aéreas correspondía a los vuelos internacionales desde y hacia Guatemala. A raíz de ello, muchas personas quedaron varadas en diferentes países, por lo que se habilitaron “vuelos de rescate”, los cuales eran coordinados por el Ministerio de Relaciones Exteriores y los diferentes consulados de Guatemala en el mundo. Cabe mencionar que los vuelos de carga no dejaron de operar, y eso fue un aliciente que logró que la economía del país no cayera por completo.

En el transcurso de los días, la DGAC comenzó a planificar, junto al Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, los protocolos que se tomarían para realizar una reapertura del transporte aéreo, específicamente en el AILA.

Los protocolos de bioseguridad que se implementaron fueron:

- Señalización de distanciamiento social.
- Dispensadores de alcohol en gel.
- Arcos de temperatura en entradas y salidas.
- Acrílicos de protección en los puntos de atención al usuario.
- Prueba COVID-19 Negativa PCR y/o Antígeno.
- Laboratorio COVID-19 a cargo del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.
- Laboratorio privado COVID-19.
- Mascarilla obligatoria en las instalaciones.

La señalización de distanciamiento social consistía en definir protocolos de distanciamiento en los diferentes puntos de la terminal aérea del AILA, en donde destacan, las sillas de abordaje de los diferentes usuarios con una silla de por medio, para que los pasajeros se sienten en las sillas marcadas y aptas para utilizar. Cabe mencionar, que en esta área existe las denominadas “sillas núcleo familiar” en donde familias completas pueden sentarse en sillas continuas.

Asimismo, se llevó a cabo proceso de señalización de distanciamiento social en los counters del AILA, para mostrarle al pasajero donde debe colocarse al momento de realizar el registro de abordaje a su vuelo, de igual manera, se colocaron señalizaciones en los restaurantes y puntos donde las personas pueden aglomerarse.

La señalización, se realizó en el punto de migración para que los usuarios del AILA puedan estar seguros al momento de hacer sus chequeos para salir del país vía aérea. A lo largo de toda la terminal aérea existen este tipo de señalizaciones para que los usuarios se sientan tranquilos y seguros al momento de viajar. Asimismo, al momento de llegar al muelle de abordaje para la aeronave, existen señalizaciones de distanciamiento social, en dado caso se hagan filas para ingresar al avión.

También se realizaron adecuaciones de señalización de distanciamiento para los usuarios que llegan al país. Esto con el fin primordial de mantener la distancia, ya que se hacen filas de usuarios que están pasando por los demás protocolos de bioseguridad establecidos.

Al momento de pasar los protocolos de bioseguridad establecidos, los usuarios se dirigen al área de migración para llegar al país, en dicha área también está marcado el distanciamiento para evitar aglomeraciones. Sin embargo, al momento de recoger las maletas también se cuenta con dicho protocolo para que los usuarios estén protegidos y no tengan contacto directo con más personas.

Por otro lado, entre los protocolos de bioseguridad que se tomaron, también destacan los dispensadores de alcohol en gel, los cuales se encuentran a lo largo de toda la terminal aérea

para que los usuarios en su momento de tránsito puedan optar por desinfectar sus manos constantemente para seguridad de ellos, de todos los usuarios y de la comunidad aeronáutica.

Uno de los protocolos de bioseguridad con mayor importancia son los arcos de temperatura en entradas y salidas, los cuales son el primer punto de revisión. En donde, con sistemas avanzados de tecnología, los usuarios ingresan por los arcos y estos muestran su temperatura, y señalan si el usuario está portando mascarilla.

Cabe mencionar, que al lado de los arcos de temperatura se encuentran dispensadores de alcohol en gel para que al momento de su ingreso los usuarios se desinfecten. Como se indicó, dichos arcos de temperatura se encuentran en la entrada principal al AILA, asimismo, al momento de ingresar al país y luego de la revisión de las pruebas COVID-19 negativas que deben presentar los pasajeros, se ingresan a arcos de temperatura previo a su chequeo migratorio.

Otro de los protocolos de bioseguridad establecidos, fueron los acrílicos de protección en los puntos de atención al usuario, dichos acrílicos están colocados en los counters, kiosco de información, áreas de migración y check point previo al abordaje. Estos acrílicos sirven para evitar la transmisión de micropartículas y así evitar el contagio de COVID-19.

Asimismo, entre los protocolos de bioseguridad se destaca el requisito de Prueba COVID-19 negativa PCR y/o Antígeno para los pasajeros que ingresaban al país vía aérea. Dicha prueba se solicita con 72 horas previas al abordaje de los usuarios hacia territorio nacional. Para salir del país vía aérea, es la aerolínea y el país de destino quienes deciden que protocolos se deben cumplir y depende de ellos si solicitan la prueba COVID-19 negativa.

Pensando en los casos excepcionales y únicos, el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social junto a la DGAC, implementó un laboratorio COVID-19, en el cual se practican hisopados para los usuarios guatemaltecos que llegan al país vía aérea y que les fue imposible realizarse la prueba, o la misma no les fue entregada en tiempo.

Dicho laboratorio COVID-19 a cargo del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social también está disponible para todos los colaboradores de la comunidad aeronáutica y de la DGAC que presenten síntomas y requieran hisopado. En dicho laboratorio únicamente se atienden síntomas COVID-19 y el ingreso al mismo es restringido para evitar contactos innecesarios.

Debido a que muchos extranjeros presentaban distintas quejas y sugerencias sobre las pruebas que no se las daban a tiempo y en otras ocasiones no tenían laboratorios certificados para realizárselas, se implementó un laboratorio privado de COVID-19, el cual ofrece hisopados antígenos. Dichas pruebas tienen un costo de US\$ 25.00 o Q. 200.00 y los resultados se entregan en 20 minutos.

Si un usuario nacional o extranjero presenta un resultado positivo, es trasladado a la unidad del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social del Aeropuerto Internacional La Aurora para brindarle su kit COVID-19, y se le realiza un seguimiento a su caso. Si el mismo empeora, es trasladado a un centro asistencial habilitado por el Gobierno de Guatemala.

Como último protocolo, pero no menos importante, está el uso de mascarilla obligatoria en las instalaciones. Dicho requisito es a nivel nacional ya que fue emitido por acuerdo gubernativo que sigue vigente actualmente, por lo que, los usuarios y demás personas que estén en el AILA deben portar mascarilla en todo momento.

Luego de presentar e instalar todos estos protocolos de bioseguridad, los cuales fueron fiscalizados por la Comisión Presidencial de Atención a la Emergencia COVID-19 (Coprecovid), diputados y por el ente rector que es el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, se puso en marcha los planes de reapertura del AILA.

Es por eso, que el 18 de septiembre del 2020 se llevó a cabo la reapertura del AILA. Cabe mencionar que ese día se originó una gran aglomeración de personas, por lo que muchas personas empezaron a dudar sobre los protocolos establecidos y se presentó una imagen de

mal manejo de los protocolos de bioseguridad. Por lo mismo, sigue la desconfianza de dichos protocolos por los usuarios.

El departamento de Estadística de la Dirección General de Aeronáutica Civil (2020), mostró que, desde su reapertura hasta finales de año, se tuvo un flujo de pasajeros de 416,911 que ingresaron y de 424,262 que salieron del país. Es decir, que se obtuvo un total de 841,173 pasajeros que transitaron por el AILA. Siendo esto solamente el 28% de los pasajeros que transitaban antes de la pandemia.

Sin duda alguna, la pandemia del COVID-19 ha afectado a las aerolíneas y por ende al transporte aéreo a nivel mundial, ya que muchas aerolíneas también dejaron de operar, lo que ocasionó que muchos pilotos de aeronaves fueron despedidos o puestos en baja sin goce de salario.

Esta investigación busca servir como herramienta para conocer la percepción que tienen los usuarios del AILA sobre los protocolos de bioseguridad que fueron implementados. Sin embargo, la sociedad aún sigue con temor por viajar y por ende el tránsito aéreo se ve afectado por la baja demanda de usuarios que desean hacerlo. Por tal motivo, se busca conocer lo siguiente: ¿Cómo dar a conocer los protocolos de bioseguridad en el Aeropuerto Internacional La Aurora a través de una estrategia de comunicación digital?

Para ello, se realizará una estrategia de comunicación digital, la cual según Maram (s.f.) “es parte del plan de marketing global. Se centra en apilar todos los componentes que impulsen la buena percepción, logrando así el crecimiento del negocio, la atracción de clientes potenciales y claro, finalmente, las ventas.” Es decir, que la estrategia de comunicación digital mejora la percepción, y por lo mismo ayudará a dar a conocer los protocolos de bioseguridad. Por lo que se pretende llevar a cabo la estrategia de comunicación digital para así conseguir una mejor percepción y dar a conocer dichos protocolos.

1.1 Marco conceptual

A. Antecedentes

Las estrategias de comunicación en general cobran una gran relevancia al momento de posicionar una marca en la mente del consumidor. Ya que, la estrategia digital, a través del tiempo, ha captado un máximo porcentaje sobre la comunicación entre personas y empresas.

Según Melgar (2019), en octubre de 2018 se registró a través del sitio StatCounter, que Guatemala cuenta con 7.9 millones de usuarios en Facebook. Asimismo, según DataExport (2020), el Instituto Nacional de Estadística en sus proyecciones, mencionan que en este 2021, Guatemala tendrá una población de 17 millones 109 mil 746 personas.

Con los datos presentados anteriormente, podemos determinar que aproximadamente el 46.17% de la población guatemalteca cuenta con un usuario en la red social Facebook. Sin duda alguna, a través de los meses estos datos van aumentando, ya que, la era digital aún no ha llegado a su máximo alcance y cada día aumentan los usuarios de las distintas plataformas digitales.

Realizar una estrategia de comunicación digital para dar a conocer los protocolos de bioseguridad a los usuarios, es una estrategia que tiene muchas probabilidades de cumplir su objetivo. En este tema, será lograr que los usuarios del AILA y de sus redes sociales vean los protocolos de bioseguridad como una acción precisa y completa que cumple con todo lo necesario para viajar de manera segura y cumpliendo todas las políticas internacionales que un aeropuerto internacional requiere.

Se iniciará presentando el primer antecedente que es el trabajo final de maestría de Aguirre (2019), quien elaboró una revisión del Plan Maestro del Aeropuerto Internacional La Aurora (AILA), como base para el mejoramiento de la infraestructura aeroportuaria hacia la industria aeronáutica moderna. El objetivo general de dicho trabajo consistía en evaluar el Plan Maestro para el diseño de las soluciones de infraestructura, en contraste con la situación actual del AILA, con el objetivo clave de mejorar y aumentar la capacidad operativa.

Aguirre en su trabajo presenta todas las características con las que cuenta el AILA, en donde se exponen datos de suma importancia, como lo son: los muelles de embarque y desembarque con los que cuenta la terminal aérea. Asimismo, se muestran las dimensiones de la pista activa y sus zonas de intersecciones y pistas de rodaje con las que cuenta.

Otro de los puntos importantes que se menciona en la revisión del Plan Maestro, son las falencias del AILA, en donde se destaca la falta de iluminación en sus plataformas, las cuales deben estar completamente iluminadas para la seguridad operacional en dicha terminal aérea. Otra falencia es la falta de un edificio y/o terminal que cumpla con la función estratégica para el arribo de pasajeros que se originan de los aeropuertos y/o aeródromos de Guatemala. Asimismo, dicha terminal serviría para la entrega de equipajes demorados o extraviados.

Otro de los datos importantes que muestra Aguirre (2019) en su trabajo final de maestría “Infraestructura del Aeropuerto Internacional La Aurora, su transformación hacia la industria aeronáutica moderna.” es la proyección de pasajeros y las horas pico de la terminal aérea. Esto servirá para este proyecto de tesis, para abarcar una estrategia de comunicación digital que tome en cuenta todos los factores del AILA y realmente lograr el objetivo. Los pasajeros de la terminal tienen una estadía rápida en el lugar, sin embargo, el AILA debe velar por el funcionamiento total de los protocolos de bioseguridad, para que los pasajeros tengan un posicionamiento favorable sobre dichos protocolos.

Ahora bien, profundizando en el tema principal de los protocolos de bioseguridad implementados por los aeropuertos a nivel mundial por la pandemia del COVID-19, González (2020) para el medio “La Republica”, realizó una nota periodística en donde se presentó al Aeropuerto Internacional El Dorado de Bogotá, Colombia como el primer aeropuerto en América que recibió 5 estrellas de la auditoría realizada por la firma británica Skytrax.

Skytrax (2021), fue fundada en 1989 y su firma está en todo el mundo, pues su objetivo principal es mejorar la experiencia del cliente, para aerolíneas y aeropuertos de todo el mundo, y aportar todo el conocimiento, experiencia y pensamiento innovador únicos para ayudar a lograr el cambio.

Skytrax tiene un departamento de auditoria que ya ha sido avalado por la Organización de Aviación Civil Internacional -OACI-, dicho departamento lleva funcionando más de 18 años, en los cuales han logrado posicionar a varios aeropuertos como una categoría 5 estrellas. Según Skytrax (2021) han trabajado con más de 100 aeropuertos en todo el mundo, desde grandes centros mundiales hasta pequeños aeropuertos nacionales.

Según la base de Aeropuertos (s.f.), el Aeropuerto Internacional El Dorado (Código IATA: BOG, código OACI: SKBO), conocido como Aeropuerto El Dorado o simplemente Aeropuerto de Bogotá, es el principal y más importante aeropuerto de Colombia y se encuentra ubicado a 15 kilómetros al oeste del centro de la capital Bogotá, en medio de las localidades de Fontibón y Engativá.

González (2020) menciona que, el reconocimiento de catalogar al Aeropuerto Internacional El Dorado, como un aeropuerto 5 estrellas, fue otorgado por los altos estándares de limpieza y desinfección, mejores prácticas de higiene y el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad. La auditoría se llevó a cabo durante tres días y está basada en más de 400 elementos de calificación que evalúan: eficiencia de procedimientos, análisis de observación visual y pruebas ATP para el muestreo de limpieza en superficies.

Entre los servicios aeroportuarios básicos, dicha terminal aérea cuenta con:

- Cajeros.
- Notarias.
- Oratorios.
- Salas Vip.
- Sanidad y emergencia.
- Guarda equipajes.

- Objetos perdidos.
- Carros de equipaje.
- Sillas de rueda.
- Accesibilidad.
- Parqueos.
- Restaurantes.
- Servicios sanitarios.

Asimismo, según González (2020), el Aeropuerto Internacional El Dorado cuenta con más de 1200 dispensadores de gel antibacterial, 40 lavamanos portátiles en las zonas públicas y 40 tapetes de desinfección de zapatos. Además, cuenta con 18 cámaras termográficas de tecnología avanzada para la verificación automática de la temperatura.

Por otro lado, revisando las redes sociales Facebook y Twitter del Aeropuerto Internacional El Dorado, me percaté que se realizan 3 a 4 publicaciones al día, en donde explican los servicios que ofrece el aeropuerto. Del mismo modo, en su prioridad de agenda setting (agenda de configuración) de publicaciones tienen el seguir recalcándole a sus usuarios que es un aeropuerto seguro y el primero en América que obtuvo la calificación 5 estrellas.

Su línea gráfica de comunicación se mantiene y se muestra como un aeropuerto completo con una estética en sus publicaciones y con publicaciones que generan movimiento y alcance. De igual manera, tienen un segmento, en donde muestran los trabajos y mejoras del aeropuerto de una manera creativa. Entre los comentarios de sus seguidores, se observan múltiples comentarios positivos y pocos negativos.

Esto refleja que el Aeropuerto Internacional El Dorado está cuidando sus protocolos de bioseguridad físicamente en la terminal, pero más allá de eso, se han encargado de presentarlo al mundo como un aeropuerto moderno, digitalmente hablando.

El conocer estos antecedentes, nos permite indagar en el mundo aeronáutico a nivel mundial, ya que, el Aeropuerto Internacional El Dorado ha logrado una imagen positiva y un posicionamiento de alta escala por cumplir sus protocolos de bioseguridad a la medida. Ahora bien, El Aeropuerto Internacional La Aurora ha mantenido un buen manejo de protocolos de bioseguridad, es por ello que estos antecedentes apoyan a este proyecto, ya que a través de una campaña de comunicación digital también se puede posicionar al AILA como un aeropuerto “5 estrellas” en la mente de los usuarios de redes sociales y del AILA.

Al realizar estos antecedentes se identificó que el Aeropuerto Internacional La Aurora aún no ha terminado de corregir sus falencias y hay mucho trabajo por hacer, sin embargo, en comparación con el Aeropuerto Internacional El Dorado, se puede determinar que el AILA ha hecho un trabajo positivo en sus protocolos de bioseguridad, pero los mismos no se han aprovechado totalmente.

En el ámbito de la comunicación digital, el AILA tiene un amplio potencial para lograr una campaña que de a conocer los protocolos de bioseguridad y con mecanismos eficientes para enfrentar la pandemia y evitar la propagación del COVID-19. Por lo que, una campaña de comunicación digital puede apoyar a lograr ese objetivo.

B. Fundamentación teórica

1.2.1 Estrategia de comunicación

Según Pouplana (2020), la estrategia de comunicación es una herramienta de negocio que ayuda a la empresa a definir, elaborar y lanzar sus mensajes de manera efectiva, a través de cualquier canal y hacia todo tipo de destinatarios.

Para que la misma sea efectiva, debemos ser conscientes que la comunicación, tanto interna como externa, es algo prioritario para la empresa. La estrategia de comunicación debe estar alineada con los objetivos y valores de la empresa, ser honesta y partir de un buen conocimiento del público al que se dirige la empresa.

Por otro lado, el sitio web RockContent (2019), señala que las estrategias de comunicación son herramientas de planificación que toman en cuenta aspectos como: objetivos generales, mensajes, acciones a ejecutar, variables indicadoras, instrumentos y plazos de tiempo de ejecución.

Las estrategias de comunicación se han convertido en un tema esencial y de suma importancia en todas las empresas, ya que la nueva era presenta diferentes comportamientos de los usuarios y para lograr nuevos clientes o percepciones, las organizaciones deben planificar y concretar estrategias de comunicación para alcanzar sus diferentes objetivos.

1.2.1.1 Tipos de estrategias de comunicación

De acuerdo con Pouplana (2020), los cinco principales tipos de estrategias de comunicación son: estrategia de lanzamiento, estrategia de visibilidad, estrategia de confianza, estrategia de posicionamiento y estrategia de expansión.

1. Estrategia de lanzamiento:

Este tipo de estrategias se utiliza para el lanzamiento al mercado de algún producto o servicio de alguna organización. Es de vital importancia la estrategia de lanzamiento ya que de ella depende la primera percepción e imagen que tendrán los usuarios sobre la organización.

2. Estrategia de visibilidad:

Este tipo de estrategia es para generar mayor alcance y conocimiento de la marca. Es necesaria para dar a conocer un producto y que las personas conozcan la organización y lo que la misma realiza.

3. Estrategia de confianza:

Este tipo de estrategia es para mostrar las soluciones que brinda la empresa a la vida cotidiana de las personas. En su mayoría este tipo de estrategias se realizan con videos de casos de éxito y testimoniales de las personas y/o usuarios.

4. Estrategia de posicionamiento:

Este tipo de estrategias se utiliza para posicionar a la organización en un nivel deseado, asimismo, en esta estrategia se analiza el grupo objetivo de la misma para definir los canales en donde se enviarán los mensajes. El fin primordial es generar un buen posicionamiento y percepción positiva por parte de los usuarios y público en general.

5. Estrategia de expansión:

Este tipo de estrategia se utiliza cuando ya se han alcanzado una fidelidad de los clientes, y cuando la empresa ya está posicionada en la industria. El fin primordial es expandir sus canales de transmisión y llegar a más personas.

Según el sitio web RockContent (2019) la importancia de las estrategias de comunicación se ve reflejada en que el público objetivo no solo comprenda qué es lo que vende la marca, sino que también entienda qué significa y representa. Este conocimiento, tendrá una consecuencia positiva en la percepción de las personas hacia la empresa y terminarán por convertirse en clientes, así que es importante que la estrategia de comunicación esté basada en la empresa y lo que se quiere mostrar.

1.2.1.2 Pasos para elaborar una estrategia de comunicación

Según Pouplana (2020), son 7 los pasos para elaborar una estrategia de comunicación, en donde destacan:

1. **Análisis de la situación actual:**
Analizar aspectos como la reputación e identidad de la marca, la experiencia de los clientes, las tendencias del mercado o el estado de la competencia.

2. **Definición de objetivos:**
Definir qué es lo que se quiere conseguir, para qué se quiere conseguir y por qué es necesario.

3. **Definición del público objetivo:**
Analizar y conocer a quién se dirige la campaña y cuál es la manera más efectiva de llegar a ellos. Se analizan datos de edades, regiones, sexo, etc.

4. **Definición de los mensajes:**
Definir qué se quiere transmitir, y asegurar que el mensaje sea capaz de conectar con el público al que se dirige, generar su interés y llevarle a realizar una acción concreta.

5. **Definición de los canales de comunicación:**
La elección de los canales adecuados puede suponer el éxito o el fracaso de la estrategia de comunicación. Para acertar, debe plantearse cuáles son los canales que utiliza el público objetivo y cómo se pueden adaptar los mensajes hacia ellos.

6. **Planificación estratégica:**
En este paso se analizan las acciones que se tomarán, la duración de la campaña, presupuesto y los plazos de ejecución.

7. Medición y evaluación de los resultados:

Según Pouplana (2020), ninguna estrategia de comunicación estaría completa sin un sistema para medir los resultados. Por lo tanto, el plan debe incluir una serie de controles periódicos durante los que se revisa si se están alcanzando los objetivos.

Por otro lado, el sitio web RockContent (2019), asegura que son 8 los pasos que se deben seguir para alcanzar el éxito de la estrategia de comunicación. Los pasos que mencionan son:

1. Análisis de la situación actual.
2. Definición de objetivo.
3. Definir público objetivo.
4. Establecer un presupuesto viable.
5. Establecer el mensaje.
6. Seleccionar los canales de comunicación.
7. Especificar los plazos de ejecución.
8. Medición de resultados.

Por lo que, se logra determinar que los pasos son muy similares, sin embargo, RockContent (2019) añade el paso de establecer un presupuesto viable, el cual es de suma importancia para conocer qué tipo de estrategia se puede realizar. Todo ello depende del tamaño de la empresa, sus ingresos, el alcance que desean, etc.

1.2.2 Estrategia de comunicación digital

Según Maram (2019), una estrategia de comunicación digital es parte del plan de marketing global. Se centra en apilar todos los componentes que impulsen la buena percepción, logrando así el crecimiento del negocio, la atracción de clientes potenciales y claro, finalmente, las ventas.

La misma puede incluir acciones y/o elementos como:

- Un sitio web usable y que exprese propósito.
- Marketing de contenidos.
- Acciones en redes sociales.

- Tácticas de e-mail marketing.
- Marketing de Reputación.
- Gestión de influencers.
- RRPP para publicaciones en otros medios.

Con base a Gijon (s.f.) la estrategia de comunicación digital es una herramienta, que forma parte del plan de marketing o del plan de “social media” de la empresa. Con la misma se definen una serie de pautas planificadas con tal de lograr el objetivo de esta.

Gijon (s.f.) señala que se deben tomar en cuenta:

- Los objetivos globales.
- Las acciones que se ejecutarán.
- Qué instrumentos o herramientas ayudarán a hacerlo.
- En qué tiempo se desea cumplir con el objetivo.

Siguiendo los pasos para la elaboración de esta, se lograrán objetivos claros y concisos para la organización, como lo es, el impulso de imagen, marca y producto.

Según lo mencionado anteriormente por los autores citados, se logra concluir en que las estrategias de comunicación digital sirven para impulsar objetivos claros de la organización, para mejorar la percepción de esta, la imagen, y por ende las ventas o servicios que se ofrecen en la misma. Las acciones que se llevan a cabo son debidamente planificadas, analizadas y puestas en marcha siempre basándose en los objetivos establecidos y en un análisis previo que se realiza.

1.2.3 SARS-CoV-2 (COVID-19)

En esta investigación es de suma importancia conocer el porqué de los protocolos de bioseguridad, definidos a partir de la aparición del virus SARS-Cov-2, que causa la enfermedad del COVID-19 a nivel mundial.

Conforme a Bupa Salud (s.f.), el Coronavirus COVID-19 es un grupo de virus que causan enfermedades que van desde el resfriado común hasta enfermedades más graves como neumonía, síndrome respiratorio de Oriente Medio (MERS) y síndrome respiratorio agudo grave (SARS). Cabe destacar que la cepa de coronavirus (2019-nCoV) que empezó en Wuhan, China; es nueva y no se conocía previamente.

Los principales síntomas del virus COVID-19 incluyen:

- Síntomas respiratorios (similares a los de un resfriado).
- Fiebre (alta temperatura).
- Tos seca.
- Falta de aliento o cansancio.
- Dificultades respiratorias.

En casos más graves, el virus puede causar neumonía o síndrome respiratorio agudo grave (SRAS) que es una forma grave de neumonía, insuficiencia renal y hasta la muerte. Algunas personas infectadas no desarrollan ningún síntoma, pero pueden contagiar igualmente al resto de población.

1.2.3.1 SARS-CoV-2 (COVID-19) en Guatemala

Según el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social de Guatemala (al 14 de abril de 2021), existen:

- 12,879 casos activos estimados.
- 208,694 casos acumulados registrados.
- 188,695 casos recuperados estimados.
- 7,120 casos fallecidos registrados.
- 3.4% de letalidad.

- 42.2 tasa de mortalidad (fallecidos por 100,000 habitantes).

Recapitulando lo mencionado, a raíz de la presencia del Coronavirus COVID-19 a nivel mundial, las autoridades tuvieron que plantearse qué medidas debían tomar para salvaguardar la vida de las personas, y por ello, fueron puestos en práctica los diferentes protocolos de bioseguridad para entrar poco a poco a la nueva normalidad.

1.2.4 Aeropuerto

Según el Instituto Técnico de Formación y Consultoría Aérea, S.L. “ITAÉREA” (s.f.), un aeropuerto es todo aquel terreno en el que se puede encontrar instalaciones y pistas destinadas al despegue, aterrizaje y tráfico de aeronaves, así como al mantenimiento, carga de combustible de estos, embarque y desembarque de pasajeros, etc. Cabe mencionar, que un aeropuerto tiene infinidad de diferentes instalaciones, servicios, edificios en toda su extensión, pero se puede dividir en dos partes:

- Lado aire (air-side): incluyen las pistas, tanto para despegar como para aterrizar, las calles de rodaje y la zona de estacionamiento de los aviones.
- Lado tierra (land-side): está dedicado al pasajero, es decir, incluye el edificio terminal (con las zonas de comercio también), las aduanas, los estacionamientos de vehículos, etc.

1.2.4.1 Aeropuerto Internacional La Aurora

Con base en Aguirre (2019), en su Trabajo Final de Maestría de Infraestructura del “Aeropuerto Internacional La Aurora, su transformación hacia la industria aeronáutica moderna”, señala que el Aeropuerto Internacional La Aurora -AILA- es la principal terminal aérea administrada por DGAC. El mismo se encuentra ubicado en la 9ª avenida de la zona 13 de la capital guatemalteca. En los inicios del AILA, el 15 de septiembre de 1921, se habilitó un campo de aviación. Posteriormente, en 1942 se amplió la pista para tener vuelos de mayor alcance y peso. En 1966 se llevó a cabo el proyecto -CETALA-, el cual consistía en la creación de la conocida Terminal Aérea La Aurora.

El 14 de abril de 2005, durante el gobierno del presidente Oscar Berger Perdomo, Guatemala inició una mejora sustancial en infraestructura y seguridad operacional en sus principales Aeropuertos Internacionales. El Proyecto de Ampliación, Remodelación y Modernización del Aeropuerto Internacional La Aurora, denominado «Plan nueva Aurora», el que contó con asesoría de la Organización de Aviación Civil Internacional –OACI-, basándose en el Plan Maestro AILA.

El AILA es el único aeropuerto internacional de Guatemala, siendo el más importante y con la mayor cantidad de aerolíneas que operan en dicha terminal aérea y con el mayor flujo de pasajeros.

1.2.5 Protocolos de bioseguridad

De acuerdo con Santos (2020), los protocolos de bioseguridad son un documento que incluye los lineamientos para orientar a la población frente a las medidas que se requieren para mitigar la transmisión del virus, las cuales deben adaptarse a las diferentes actividades y sectores, con el fin de continuar fortaleciendo la respuesta en la fase de mitigación del COVID-19.

Los protocolos de bioseguridad son aplicables a todas las actividades económicas y sociales, independientemente del sector económico. Asimismo, debe ser implementado de manera obligatoria por todos los empleadores y contratantes de los sectores públicos y privados, entre otros. El Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (MSPAS) de Guatemala estableció la ruta de los protocolos y sus lineamientos, esto con el fin de salvaguardar la vida de las personas.

Distintas organizaciones e instituciones en Guatemala pusieron en marcha sus protocolos de bioseguridad con el fin de reactivarse lo más pronto posible y para cuidar de sus usuarios y/o clientes.

Entre los protocolos de bioseguridad que se han establecido en Guatemala, el MSPAS definió distintos procedimientos y acciones las cuales fueron puestas en marcha con el

acompañamiento que brindó la Comisión Presidencial de Atención a la Emergencia COVID-19 (COPRECOVID).

1.2.5.1 Aerolíneas que operan en el Aeropuerto Internacional La Aurora

De acuerdo con el Departamento de Comunicación Social de la Dirección General de Aeronáutica Civil (2021), el Aeropuerto Internacional La Aurora operan las siguientes aerolíneas:

Tabla 1

Aerolíneas y destinos que operan luego de la reapertura del Aeropuerto Internacional La Aurora.

	Aerolínea	Destino
1	Aeroméxico	Ciudad de México
2	American Airlines	Dallas, Miami
3	Copa Airlines	Managua, Panamá y San José, Costa Rica
4	Delta	Atlanta, Los Ángeles
5	Iberia	Madrid
6	Spirit	Fort Lauderdale
7	Avianca	Los Ángeles, Miami, San José, San Salvador, Colombia, Cancún
8	United	Houston, Washington
9	Volaris	Ciudad de México, Guadalajara, Cancún
10	TAG	Petén, Roatán
11	Frontier Airlines	Miami
12	JetBlue	Nueva York

Fuente: Elaboración propia con base en información obtenida del Departamento de Comunicación Social de la Dirección General de Aeronáutica Civil de Guatemala (2021).

- Frontier Airlines y JetBlue iniciaron sus operaciones aéreas en territorio guatemalteco en el mes de abril de 2021. (Ver Tabla 1).

1.2.5.2 Flujo de pasajeros en el Aeropuerto Internacional La Aurora

Según el departamento de Estadística de la Dirección General de Aeronáutica Civil - DGAC- (2019), en ese año, se tuvo un movimiento de 1,489,590 pasajeros que ingresaron al país y 1,493,454 pasajeros que salieron del país. Es decir, que se tuvo un total de 2,983,044 pasajeros que transitaron por la terminal aérea del Aeropuerto Internacional La Aurora.

Sin embargo, mostraron que, desde su reapertura hasta finales del 2020, únicamente se tuvo un flujo de pasajeros de 416,911 que ingresaron al país y de 424,262 que salieron del país. Es decir, que se obtuvo un total de 841,173 pasajeros que transitaron por el AILA. Siendo esto solamente el 28% de los pasajeros que transitaron en 2019. Actualmente, se tiene un 50% de tránsito aéreo relacionado a antes de la pandemia.

II. PROPÓSITO DEL PROYECTO

2.1 Tipo de proyecto

El tipo de proyecto es una estrategia de comunicación digital en donde se den a conocer los protocolos de bioseguridad del Aeropuerto Internacional La Aurora.

2.2 Objetivos

a. Objetivo General

Crear una estrategia de comunicación digital para dar a conocer los protocolos de bioseguridad en el Aeropuerto Internacional La Aurora.

b. Objetivos específicos

- Conocer las diferentes percepciones que tienen los usuarios del -AILA- sobre sus protocolos de bioseguridad.
- Identificar qué tanto conocen los usuarios del AILA sobre los protocolos para viajar.
- Dar a conocer la eficiencia de los protocolos de bioseguridad implementados en el AILA y dar a conocer que es seguro viajar.
- Generar una percepción positiva hacia las autoridades del AILA.

2.3 Beneficiarios o público objetivo

Este proyecto será de vital importancia para la comunidad aeronáutica y para las autoridades de esta. Por lo que, el principal aporte será realizar una estrategia de comunicación digital innovadora, útil y creativa que ayudará a dar a conocer los protocolos de bioseguridad del AILA necesarios para viajar de manera segura

También busca beneficiar a los pasajeros y usuarios del AILA, a tener una percepción positiva y reconocer el trabajo realizado que será reflejado en una estrategia de comunicación digital. A los estudiantes para tener un ejemplo concreto de cómo dar a conocer algo y cómo

mejorar el posicionamiento de una institución basándose en una estrategia de comunicación digital.

El público objetivo de la misma, serán hombres y mujeres de 18 a 60 años, de la ciudad de Guatemala, NSE A, B, C, que viajen frecuentemente por placer o negocios y son usuarios del Aeropuerto Internacional La Aurora.

2.4 Elementos de contenido

- Estrategia de comunicación

Según Pouplana (2020), la estrategia de comunicación es una herramienta de negocio que ayuda a la empresa a definir, elaborar y lanzar sus mensajes de manera efectiva, a través de cualquier canal y hacia todo tipo de destinatarios.

- Estrategia de comunicación digital

Según Maram (2019), una estrategia de comunicación digital es parte del plan de marketing global. Se centra en apilar todos los componentes digitales que impulsen la buena percepción, logrando así el crecimiento del negocio, la atracción de clientes potenciales y claro, finalmente, las ventas.

- Protocolos de bioseguridad

De acuerdo con Santos (2020), los protocolos de bioseguridad son un documento que incluye los lineamientos para orientar a la población frente a las medidas que se requieren para mitigar la transmisión del virus, las cuales deben adaptarse a las diferentes actividades y sectores de la sociedad, con el fin de continuar fortaleciendo la respuesta en la fase de mitigación del COVID-19.

- Aeropuerto Internacional La Aurora

Con base en Aguirre (2019), en su Trabajo Final de Maestría de Infraestructura del “Aeropuerto Internacional La Aurora, su transformación hacia la industria aeronáutica moderna”, señala que el Aeropuerto Internacional La Aurora -AILA- es la principal terminal

aérea administrada por DGAC. El mismo se encuentra ubicado en la 9ª avenida de la zona 13 de la capital guatemalteca.

2.5 Ficha técnica

La estrategia de comunicación digital será elaborada con la finalidad de dar a conocer los protocolos de bioseguridad que se implementaron en la terminal aérea del Aeropuerto Internacional La Aurora. Dicha estrategia de comunicación será elaborada con un dinamismo, creatividad, vocabulario sencillo, diagramación, idioma español e inglés y colores llamativos que capten la atención de nuestro público objetivo.

Tabla 2

Ficha técnica para elaborar la estrategia de comunicación digital para dar a conocer los protocolos de bioseguridad en el Aeropuerto Internacional La Aurora.

Tipo de Proyecto	Estrategia de Comunicación Digital
Duración	2 meses
Cantidad	1 estrategia (4-6 piezas)
Formato	Digital
Equipo técnico requerido	Computadora, programas de edición, programas de diseño gráfico, celular, cámara de fotografía y video.

III. ANÁLISIS SITUACIONAL

3.1 Objetivo de diagnóstico que justifica la propuesta

Para poder lograr una estrategia de comunicación digital en donde se den a conocer los protocolos de bioseguridad del Aeropuerto Internacional La Aurora, se trabajará con varios usuarios de la terminal aérea, de los cuales se obtendrá información de mucho valor y de suma importancia para realizar una investigación de qué es lo que piensan y la perspectiva que tienen de los protocolos implementados en dicha terminal aérea. La finalidad de obtener esa información es lograr una estrategia que cumpla con los objetivos propuestos en el proyecto de comunicación.

3.2 Sujetos

1. Director General de Aeronáutica Civil de Guatemala.
2. Directora de mercadeo de IRTRA Guatemala.
3. Usuarios y pasajeros del Aeropuerto Internacional La Aurora.

1. *Director General de Aeronáutica Civil de Guatemala:* Es la máxima autoridad de la aviación en Guatemala y es el funcionario del Estado de Guatemala que se encarga de velar por cumplir los objetivos y metas de la aviación nacional. Conoce las necesidades del Aeropuerto Internacional La Aurora, asimismo, conoce los protocolos de bioseguridad que se implementaron en la terminal aérea. Tiene comunicación directa con los distintos prestadores de servicios que operan en el aeropuerto, con las aerolíneas y con los usuarios de este.

2. *Directora de Mercadeo de IRTRA Guatemala:* Licenciada María Andrea Cruz Alburez, quien es experta en el tema de mercadeo y comunicación. Conoce cómo implementar este tipo de estrategias para fortalecer un posicionamiento. De igual manera sabe cómo se elaboran, desarrollan, y se presentan de una manera dinámica, concisa y concreta, en donde el grupo objetivo la entienda y se logre cumplir los objetivos específicos de este proyecto.

3. *Usuarios y pasajeros del Aeropuerto Internacional La Aurora:* Son los sujetos que marcan la opinión pública y su percepción. Ellos dictarán cómo ven el aeropuerto. Serán los sujetos que experimenten los protocolos de bioseguridad paso a paso. Su resultado dictará el mensaje clave de nuestra estrategia de comunicación digital ya que irá dirigida para ellos. La muestra será conformada por 30 pasajeros que hayan utilizado las instalaciones del Aeropuerto Internacional La Aurora, hombres y mujeres de 18 a 60 años, de la ciudad de Guatemala, NSE A, B, C, que viajen frecuentemente por placer o negocios.

3.3 Técnicas e instrumentos

Para la elaboración de la estrategia de comunicación digital y para dar a conocer los protocolos de bioseguridad en el Aeropuerto Internacional La Aurora se considera necesaria la aplicación de las herramientas del enfoque cualitativo en la investigación.

De acuerdo con Parra (2013), el enfoque cualitativo, son aquellas que utilizan “la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación”. El investigador pregunta cuestiones generales y abiertas, recaba datos expresados a través del lenguaje escrito, verbal y no verbal, así como visual, los cuales describe y analiza y los convierte en temas, esto conduce la indagación de una manera subjetiva y reconoce sus tendencias personales.

Se utilizarán entrevistas (semiestructuradas) y grupo focal para obtener los datos que ayudarán a construir la estrategia de comunicación digital para dar a conocer los protocolos de bioseguridad del Aeropuerto Internacional La Aurora. De acuerdo con Sampieri, Fernández y Baptista (2014), se define la entrevista semiestructurada como: “una guía de asuntos o preguntas donde el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener más información...” (p.403).

Por otro lado, según Mella (2000) el grupo focal es una buena técnica para obtener datos de investigación. Al igual que en cualquier proyecto de investigación, con grupos focales uno recolecta y analiza información de manera de poder responder una interrogante de investigación. Las discusiones al interior del grupo focal pueden dar perspectivas acerca de si los planes están bien encaminados.

El primer sujeto de análisis es el Director General de Aeronáutica Civil de Guatemala, a él se le realizará una entrevista semiestructurada con la finalidad de obtener información sobre las acciones y protocolos de bioseguridad que se implementaron en la terminal aérea, de igual manera, conocer cuál es el objetivo de los protocolos de bioseguridad y sobre qué piensa de realizar una estrategia de comunicación digital para dar a conocer los protocolos.

(ver Anexo I).

El segundo sujeto de análisis es la directora de mercadeo del IRTRA Guatemala, a ella también se le realizará una entrevista semiestructurada para conocer su opinión sobre el proyecto, asimismo, conocer sus comentarios, sugerencias sobre cómo realizar la estrategia de comunicación para que cumpla con los objetivos del proyecto. (ver Anexo II).

El tercer sujeto de análisis son los usuarios y pasajeros del Aeropuerto Internacional La Aurora, el objetivo de este grupo focal con 30 usuarios y/o pasajeros seleccionados al azar, que han utilizado las instalaciones del AILA, es conocer su percepción de los protocolos de bioseguridad, del mismo modo, conocer sus sugerencias, comentarios y opiniones. (ver Anexo III).

3.4 Validación

a. Sujetos de la validación

La certificación de la estrategia de comunicación digital, con respecto a su diseño, contenido y forma, se validará consultando a:

- Directora de Mercadeo del Instituto de Recreación de los Trabajadores de la Empresa Privada de Guatemala (IRTRA Guatemala).
- Diseñadora gráfica de la Dirección General de Aeronáutica Civil de Guatemala (DGAC Guatemala).

La Directora de Mercadeo del IRTRA Guatemala ha desarrollado campañas de comunicación por más de 11 años por lo que ya conoce cómo elaborarla. Asimismo, su retroalimentación será de suma importancia para medir el nivel de estrategia que se realizó tomando en cuenta que el IRTRA Guatemala, desarrolla distintas alianzas con gobierno central por lo que tiene conocimiento sobre desarrollar comunicación gubernamental.

Por otro lado, la diseñadora de la DGAC Guatemala es la encargada de diagramar y diseñar las estrategias de comunicación de la institución, por lo que su validación es de suma importancia para mantener una línea gráfica y un diseño alineado a las políticas de diseño en Gobierno.

b. Instrumento de la validación

Para obtener la información de la certificación, se les brindará una presentación de la estrategia de comunicación digital y luego se les dará un formulario de validación en el que se calificará diseño, contenido y forma. (ver Anexo IV y V).

c. Procedimiento

Para la elaboración del proyecto de comunicación de una estrategia de comunicación digital para dar a conocer los protocolos de bioseguridad del Aeropuerto Internacional La Aurora, se siguieron los siguientes pasos:

- Se seleccionó un tema, esta elección se basó en la importancia de comunicar las acciones que se implementaron en la terminal aérea y en comunicar a las personas la seguridad de transitar por las instalaciones del AILA.
- Se eligió el AILA como beneficiario del proyecto, ya que las acciones que se implementaron han sido buenas, pero aún ha faltado una estrategia de comunicación concreta y concisa en donde sus usuarios puedan sentirse seguros de los protocolos de bioseguridad implementados.
- Se realizó un análisis situacional, para obtener más información sobre el AILA y los protocolos de bioseguridad con los que se cuenta. Asimismo, en dicho análisis situacional, se definió la pregunta de investigación, el objetivo general y específicos del proyecto.
- Se realizó la parte de antecedentes para indagar más sobre trabajos de investigación, proyectos que se han realizado sobre el tema.
- Se obtuvo la fundamentación teórica para definir las diversas variables y palabras clave del proyecto.
- Se definieron los sujetos de estudio y los instrumentos para obtener los resultados. Asimismo, se definieron las técnicas que se utilizarán para dicho proyecto, entre las cuales destacan, las entrevistas semiestructuradas y el grupo focal.
- Recopilación y revisión de la información que se implementará en la estrategia de comunicación digital.

- Con la información recolectada se procederá a elaborar la estrategia de comunicación digital para dar a conocer los protocolos de bioseguridad del Aeropuerto Internacional La Aurora, la cual será evaluada y validada por expertos en el tema de estrategias de comunicación digital.
- Como resultado se obtendrán las conclusiones respecto a todo el proceso y se realizará la entrega final del proyecto de comunicación.

d. Cronograma de actividades

	Mes											
Capítulo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Tema y objetivos	■	■										
Análisis situacional		■										
Antecedentes			■									
Marco teórico			■	■								
Marco metodológico				■	■							
Realización y entrega de cambios					■	■						
Llevar a cabo trabajo de campo							■	■	■			
Llevar a cabo estrategia de comunicación									■	■	■	
Validación de proyecto												■
Correcciones												■
Conclusiones y recomendaciones												■
Entrega final												■

IV. RESULTADOS

4.1 Presentación de resultados del diagnóstico

El trabajo de campo se dividió en tres fases, las cuales fueron fundamentales para la elaboración del contenido, el diseño y diagramación de la estrategia de comunicación digital para dar a conocer los protocolos de bioseguridad en el Aeropuerto Internacional La Aurora.

1. Entrevista semiestructurada para el Director General de Aeronáutica Civil de Guatemala

Se realizó una entrevista semiestructurada al Piloto Aviador (P.A.), Francis Argueta Aguirre, Director General de Aeronáutica Civil de Guatemala, con el objetivo de conocer sobre su perspectiva sobre los protocolos de bioseguridad del AILA y sobre su opinión en realizar una estrategia de comunicación digital. El P.A. Argueta como director de la institución cuenta con todo el conocimiento sobre los protocolos de bioseguridad que se instalaron en el aeropuerto y tiene comunicación directa con los distintos prestadores de servicios que operan en el aeropuerto, con las aerolíneas y con los usuarios de este.

El P.A. Argueta, comenta sobre los diferentes protocolos de bioseguridad que se implementaron en el AILA, en donde destacan la toma de temperatura, alcohol en gel, prueba de COVID-19 negativa, distanciamiento social en salas de espera, constante monitoreo de temperatura de los usuarios en la terminal aérea y los requisitos especiales que cada aerolínea contempla para ingreso y egreso del país.

Asimismo, P.A. Argueta considera que dichos protocolos de bioseguridad si han sido percibidos por los usuarios de la terminal aérea, ya que, si alguien desea viajar debe estar enterado de ellos, y comenta que hay un departamento de “Atención al pasajero” que se mantiene brindando información y soporte a los pasajeros para que se cumplan los protocolos. Desde la institución han realizado campañas de comunicación para dar a conocer los protocolos. Han tenido el apoyo de la prensa, diferentes medios de comunicación y canal de gobierno para tener un mayor alcance.

El Director comenta que, entre los grandes retos para aplicar efectivamente los protocolos de bioseguridad, destaca que muchas personas no cuentan con redes sociales o que no consultan con sus aerolíneas, por lo que surgen retrasos ya que no les dejan abordar por no llevar prueba o no están enterados de las nuevas restricciones en su país de destino. Asimismo, menciona que un 50-60% de personas que ingresan a territorio nacional ya traen su esquema de vacunación completo.

Para él, una estrategia de comunicación digital sirve para el mercadeo digital en redes sociales. Comenta que sería una idea de mucho apoyo para la institución la realización de una estrategia de comunicación digital para dar a conocer los protocolos de bioseguridad del AILA, y con ello tener informada a la población. Considera que la estrategia debería contemplar en su contenido todos los protocolos que el pasajero debe cumplir, los trabajos que se realizan en el aeropuerto para tener dichos protocolos bien establecidos y ante todo recordarle al usuario y/o pasajero que dichos protocolos son por su seguridad y la de todos.

2. Entrevista semiestructurada para la Directora de Mercadeo del Instituto de Recreación de los Trabajadores de la Empresa Privada de Guatemala (IRTRA Guatemala).

Se realizó una entrevista semiestructurada a la licenciada María Andrea Cruz Alburez, quien es la Directora de mercadeo de IRTRA Guatemala. Tiene una experiencia de trabajo por más de 11 años. La Lcda. Cruz tiene el conocimiento sobre cómo elaborar, implementar y presentar las estrategias de comunicación digital y de mercadeo.

La Lcda. Cruz comenta que ella conoce los protocolos de bioseguridad del AILA y que ya ha tenido la oportunidad de experimentarlos, siendo usuaria en varias ocasiones. Comenta que a su percepción está bien rotulado el aeropuerto en cuanto a sus protocolos de bioseguridad, sin embargo, considera que en las redes oficiales del aeropuerto no hay tanta información sobre los requisitos de viaje y eso debería ser lo primordial.

Las redes sociales es el mejor método para poder brindar toda la información relacionada a los protocolos de bioseguridad del aeropuerto, la Lcda. Cruz comenta que en la actualidad todo se busca a través de internet y que los usuarios confían más cuando ven dicha información colgada en las redes y páginas oficiales de la institución. Sin embargo, agrega que debería utilizarse también los medios audiovisuales que se tienen en el AILA.

Por otro lado, comenta que debido a la falta de información en un inicio y a la falta de experiencia en el tema, se registraron varias noticias de aglomeraciones al ingreso del país. Por lo que, considera que no es necesario realizar una estrategia muy grande, pero si el mantener una estrategia de comunicación digital en donde se muestren los protocolos que se deben cumplir mientras las personas estén en el aeropuerto. De igual manera, el recomendar a las autoridades para que establezcan líneas de comunicación efectivas con las aerolíneas que operan en el país.

Para finalizar, la Lcda. Cruz asegura que dicha estrategia de comunicación digital debería tener apoyo audiovisual, artes en donde se especifiquen los protocolos, y afirma que debe trabajarse en idiomas español e inglés. Comenta que dicha estrategia debe ser completamente apoyada por el personal aeroportuario, para generar confianza en los usuarios y que vean que los protocolos que se muestran en la campaña, si se cumplen y son supervisados.

3. Grupo Focal con usuarios y pasajeros del AILA

Se realizó un grupo focal con 30 usuarios y pasajeros del AILA, con el objetivo de saber que tanto se identifican con el tema, conocer sus opiniones, experiencia y con ello obtener las herramientas para elaborar la estrategia de comunicación digital.

Resumen de hallazgos:

Se dio la bienvenida y se presentaron los objetivos del grupo focal. Los participantes se presentaron y se les dio a conocer sobre el proyecto de comunicación y la metodología a seguir.

Momento 1: Percepción sobre los protocolos de bioseguridad en el AILA

En términos generales, los participantes mencionan que los protocolos de bioseguridad en el AILA han sido bien pensados y van de la mano con los protocolos que realizaron los demás aeropuertos internacionales del mundo. Consideran que son de suma importancia para evitar la propagación del virus, aunque mencionan que muchas personas no los cumplen.

Los participantes comentan que el aeropuerto carece de una infraestructura adecuada, así como de mejoras en las instalaciones, por lo que hay muchos espacios con mal aspecto, lo cual resulta un foco de contagio y suciedad. En términos de comunicación, comentan que se debería de proyectar en las distintas pantallas de la terminal aérea, la información relacionada a los protocolos en idioma español e inglés.

De igual manera, tener diversas alianzas de comunicación con las aerolíneas para evitar fuga de información o información errónea que luego atrasa todo el proceso de embarcación o desembarque.

Momento 2: Identificación de elementos y herramientas que se deben incluir en la estrategia de comunicación digital

Para que la estrategia de comunicación digital cumpla sus objetivos, la misma deberá de tener mensajes claros y concisos. Los participantes comentan que el diseño debe ser serio al tratarse de una institución de Estado, pero sin dejar por un lado que se vea atractiva para que capte la atención del usuario.

Los participantes mencionan que la red social donde puede tener mayor impacto tiene es Facebook, por tratarse de la red social más activa y en la que la mayoría de los usuarios cuentan con un perfil. Comentan que lo que más les llama la atención de ver en una estrategia de comunicación digital es la información, y que la misma sea fácil de comprender.

Por otro punto, mencionan que los idiomas que se deben utilizar es el español, por ser el idioma nacional y el inglés que es el idioma internacional. La diagramación de la estrategia de comunicación digital debe mantener su línea gráfica y debería especificar en la misma que

está sujeta a cambios, ya que mencionan que muchos de ellos han tenido el inconveniente que los protocolos se van actualizando, pero ellos siguen utilizando como referencia una campaña anterior.

Momento 3: Importancia de realizar una estrategia de comunicación digital para dar a conocer los protocolos de bioseguridad del AILA.

Los usuarios y pasajeros que participaron en el grupo focal mencionan que, con esta estrategia de comunicación digital, muchas personas se evitarán contratiempos porque ya conocerían los protocolos de bioseguridad para viajar. Tendrían una percepción de seguridad al viajar ya que sabrían que están siguiendo los protocolos para estar protegidos.

De igual manera, los participantes mencionaron que el gobierno ha realizado campañas, pero debido a su mala reputación muchas personas ya no ponen atención a los lineamientos de estas, por lo que, esta campaña debe ser amigable, útil, creativa fácil de comprender y evitar el uso de logo de gobierno para que los usuarios se identifiquen con ella.

4.2 Resultados de la validación

La certificación de la estrategia de comunicación digital con respecto a su diseño, contenido y forma se validó consultando a dos profesionales, una en el área de mercadeo digital, quien es la Lcda. María Andrea Cruz Alburez (Directora Mercadeo de IRTRA Guatemala) y una profesional en el área de diseño, que es la Lcda. Marianna Guzmán Oliveros (Diseñadora Gráfica de la Dirección General de Aeronáutica Civil de Guatemala).

A las dos profesionales se les entregó una copia de la estrategia de comunicación digital y una guía de validación en donde calificaron el contenido, imagen, línea gráfica, diagramación, diseño y el mensaje de ésta, asimismo brindar recomendaciones y/o comentarios para enriquecer la validación (ver Anexos IV y V).

La Lcda. Cruz considera que la estrategia de comunicación digital captó su atención completamente, comenta que la imagen y línea grafica que se utilizó es atractiva. Considera que el diseño utilizado es excelente y que se cumple con las funciones de este. Por otro lado, comenta que el contenido de ésta es justo lo que el público objetivo desea ver en una estrategia de ese tipo, ya que es clara y se entiende el mensaje que se desea transmitir.

Para finalizar, la Lcda. Cruz sugirió tomar en cuenta que dicha estrategia no debería quedarse en solo una, sino que se tiene que ir alimentando a la Dirección General de Aeronáutica Civil con más estrategias de comunicación digitales, puesto a que los protocolos pueden ir cambiando constantemente.

Por otro lado, la Lcda. Guzmán (Diseñadora Gráfica de la Dirección General de Aeronáutica Civil de Guatemala) indicó que la estrategia de comunicación digital captó totalmente su atención, la imagen y línea grafica que se utilizó es totalmente atractiva. Comenta que el diseño y diagramación utilizados fue excelente e indica que se usaron los colores que han predominado en sus líneas gráficas por lo que, el tener ese tipo de colores, fuentes y demás provocan que el usuario lo identifique con la institución.

Asimismo, considera que el contenido es entendible y amigable, por lo que la estrategia es fácil de entender y de percibir el mensaje que se desea transmitir. Considera que el material final es excelente y menciona que en el tiempo que lleva trabajando en la institución nunca habían realizado un estudio similar, en donde descubrieran lo que los usuarios quieren y/o esperan ver en una estrategia de comunicación.

Por lo que, se concluyó que es necesaria la construcción de una **estrategia de comunicación digital para dar a conocer los protocolos de bioseguridad del Aeropuerto Internacional La Aurora**, que consta de 12 piezas (6 en español, 6 en inglés). Dicha estrategia se puede revisar en la sección **IX. Propuesta Estrategia de Comunicación Digital** de este documento.

V. CONCLUSIONES

Luego de la investigación, trabajo de campo y desarrollo de la estrategia de comunicación digital para dar a conocer los protocolos de bioseguridad del Aeropuerto Internacional La Aurora, se concluyó que dicha estrategia será una herramienta útil para que la Dirección General de Aeronáutica Civil de a conocer de mejor manera los protocolos de bioseguridad, y con ello ayudar a sus usuarios a estar informados y actualizados con las últimas novedades en la industria aeronáutica y con ello poder viajar seguros y tranquilos.

- Los comentarios sobre los protocolos de bioseguridad por parte de las autoridades de la Dirección General de Aeronáutica Civil son muy diferentes a los comentarios de los pasajeros y usuarios que viven día a día la experiencia de estos.
- Se evidenció una falta de atención al pasajero, en donde se encuentren las necesidades de estos, para así realizar estrategias de comunicación que satisfagan esas necesidades.
- Los usuarios del AILA desean tener campañas de comunicación amigables, fáciles de comprender y llamativas.
- La mayoría de los pasajeros habla y entiende el idioma español, sin embargo, al ser un aeropuerto internacional tiene una gran afluencia de pasajeros que no hablan ni entienden el idioma español, solo logran entender el idioma internacional que es el inglés.
- Los usuarios y pasajeros del AILA mencionan que la estrategia de comunicación digital ayudará a que muchas personas se eviten contratiempos porque ya conocerán los protocolos de bioseguridad para viajar. Asimismo, tendrán una percepción de seguridad al viajar ya que sabrán que siguiendo los protocolos estarán protegidos.
- Los usuarios mencionan que en la terminal aérea no se muestra información relacionada a los protocolos de bioseguridad en las pantallas.

- El medio en el cual los usuarios buscan la mayoría de información es en redes sociales, siendo la más utilizada, Facebook.
- Muchos usuarios han tenido problemas ya que en ninguna comunicación acerca de los protocolos se señala que están sujetos a cambio, y esto genera contratiempos y falta de información.
- Se evidencia que en la página oficial de Facebook de la DGAC Guatemala y del AILA no existe amplia información sobre los protocolos de bioseguridad, por lo que las personas no están seguras de estar siguiendo correctamente los mismos.

VI. RECOMENDACIONES

- Implementar una estrategia de comunicación digital tiene que ir de la mano de lo que las autoridades comentan, ya que muchos usuarios no tienen la información de los protocolos de bioseguridad y eso crea una mala percepción.
- Es necesario que las autoridades del AILA mantengan un constante monitoreo de las necesidades de los viajeros, en donde indaguen sobre las necesidades, qué desea ver y facilitarle la información.
- Se recomienda realizar estrategias de comunicación que capten la atención del usuario y que les brinde la información de una manera concreta y sencilla.
- Es de vital importancia realizar campañas de comunicación que abarquen el idioma español e inglés, para que los usuarios puedan tener la información en el idioma que logren captar.
- Es necesaria la implementación de estrategias de comunicación en el AILA, esto con el fin de brindarle al usuario una buena experiencia y con ello lograr una buena imagen institucional.
- Se recomienda compartir el material de las estrategias de comunicación en las pantallas del AILA para que los usuarios en todo momento estén recibiendo información de protocolos para viajar de una manera segura.
- Se recomienda realizar la estrategia de comunicación digital en Facebook ya que allí es donde la mayoría de los usuarios busca información en los canales oficiales de la Institución.
- En los diseños y artes de los protocolos de bioseguridad se debe especificar que está sujeto a cambios por parte de las autoridades del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.

- Se recomienda tener actualizada la información en las redes oficiales de la institución, con campañas de comunicación que incluyan materiales gráficos, videos y demás elementos que faciliten la información a los usuarios, pasajeros e interesados.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre, F. (2019). *Infraestructura del Aeropuerto Internacional La Aurora, su transformación hacia la industria aeronáutica moderna*. (Trabajo Final de Maestría). Máster en Gestión y Dirección Aeroportuaria. ITAérea, Aeronautical Business School.
- Base de Aeropuertos. (s. f.). *Aeropuerto Internacional El Dorado (BOG)*. Aeropuertos.NET. <https://www.aeropuertos.net/aeropuerto-internacional-el-dorado/>
- Bupa Salud (s.f.) *Qué es el coronavirus*. <https://www.bupasalud.com/salud/coronavirus>
- DataExport. (2020, agosto 20). *Guatemala: presentan estimaciones y proyecciones de población*. <https://dataexport.com.gt/guatemala-presentan-estimaciones-y-proyecciones-de-poblacion/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20las%20proyecciones%20del%20INE,millones%20109%20mil%20746%20personas.>
- Dirección General de Aeronáutica Civil (2019) *Departamento de Estadística*. <http://www.dgac.gob.gt/index.php/descargas/estadistica>
- Dirección General de Aeronáutica Civil (2020). *Departamento de Estadística*. <http://www.dgac.gob.gt/index.php/descargas/estadistica>
- Dirección General de Aeronáutica Civil (2021). *Misión y Visión*. <http://www.dgac.gob.gt/index.php/acerca-de/mision-y-vision>
- Gijon, J. (s.f.) *Estrategias de comunicación digital*. QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/estrategias-de-comunicacion-digital/#:~:text=La%20estrategia%20digital%20es%20una,las%20herramientas%20adecuadas%20para%20hacerlo.&text=Ellos%20son%20los%20que%20marcar%C3%A1n,a%20cabo%20en%20cada%20momento.>

- González, J. (2020, diciembre 2). El Dorado es el primer aeropuerto en América que recibe cinco estrellas de la firma Skytrax. *La República*. <https://www.larepublica.co/empresas/el-dorado-es-el-primero-aeropuerto-en-america-que-recibe-cinco-estrellas-de-skytrax-3096952>
- Instituto Técnico de Formación y Consultoría Aérea, S.L. “ITAÉREA” Aeronautical Business School (s.f.). *Aeropuertos*. <https://www.itaerea.es/aeropuertos>
- Maram, L. (2019, febrero 25). *Estrategia de comunicación digital: 7 pasos para construirla*. <https://www.luismaram.com/estrategia-de-comunicacion-digital/>
- Maram, L. (s.f.) *¿Qué es una estrategia de comunicación digital?* [https://www.luismaram.com/estrategia-de-comunicacion-digital/#Que es una estrategia de comunicacion digital](https://www.luismaram.com/estrategia-de-comunicacion-digital/#Que%20es%20una%20estrategia%20de%20comunicacion%20digital)
- Melgar, J. (2019). *¿Cuántos usuarios de Facebook hay en Guatemala? Datos 2018-2019*. iLB. <https://ilifebelt.com/cuantos-usuarios-de-facebook-hay-en-guatemala-datos-2018-2019/2018/11/#:~:text=El%20estimado%20de%20poblaci%C3%B3n%20es,representa%20una%20penetraci%C3%B3n%20del%2034.5%25>.
- Mella, O. (2000). Publicado como Documento de Trabajo N.3, CIDE, Santiago, Chile.
- Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (2021, abril 14). *Tablero y situación COVID-19 en Guatemala*. <https://tablerocovid.mspas.gob.gt/>
- Parra, J. (2013, 29 de junio). *La investigación o enfoque cualitativo*. Yamile Delgado de Smith. <http://yamilesmith.blogspot.com/2012/06/la-investigacion-o-enfoque-cualitativo.html#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20o%20enfoque%20cualitativo%20son%20aquellas%20que%20utilizan%20%20E2%80%9C,a%20medici%C3%B3n%20num%C3%A9rica%20y%20el>

- Pouplana, T. (2020, 02 de diciembre). *Estrategias de comunicación: qué son y 5 ejemplos*. Cyberclick. <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/estrategias-de-comunicacion-que-son-y-ejemplos>
- RockContent (2019). *Blog. ¿Cómo desarrollar una estrategia de comunicación?* <https://rockcontent.com/es/blog/estrategias-de-comunicacion/>
- Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F., México. McGRAW-HILL. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Santos, C. (2020, 06 de mayo). *Protocolos de bioseguridad y la recuperación*. Asuntos legales. <https://www.asuntoslegales.com.co/consultorio/protocolos-de-bioseguridad-y-la-recuperacion-3001804#:~:text=El%20protocolo%20de%20bioseguridad%20es,respuesta%20en%201a%20fase%20de>
- Skytrax. (2021). *Skytrax*. <https://skytraxresearch.com/es/service/airport-audits/>

VIII. ANEXOS

ANEXO I

**ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA PARA EL DIRECTOR GENERAL
DE AERONÁUTICA CIVIL DE GUATEMALA
UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR**

Investigador: Juan Pablo Morales Arana
Fecha: Guatemala,.....
Objetivo: Elaborar una estrategia de comunicación digital para dar a conocer los protocolos de bioseguridad del Aeropuerto Internacional La Aurora.

Nombre del entrevistado: _____

Instrucciones: Favor responder las siguientes preguntas, si tiene alguna duda puede preguntar o interrumpir en cualquier momento.

Preguntas semiestructuradas:

Protocolos de bioseguridad
¿Cuáles son los protocolos de bioseguridad que se han implementado en el Aeropuerto Internacional La Aurora?
¿Considera que dichos protocolos de bioseguridad han sido percibidos por los usuarios y pasajeros de la terminal aérea? ¿Por qué?
¿Las personas han sido comunicadas sobre los protocolos de bioseguridad que se tienen en el AILA?
¿A través de qué medios se ha comunicado?
Aeropuerto Internacional La Aurora
¿Qué retos se tienen en el Aeropuerto Internacional La Aurora en aplicar efectivamente los protocolos de bioseguridad para mitigar la propagación del virus?
¿Qué porcentaje de personas aproximadamente presentan esquema de vacunación completo al arribar al país por el AILA?
¿Cuántas personas han ingresado al país con prueba negativa?

Estrategia de comunicación digital

¿Conoce qué es una estrategia de comunicación digital? Si su respuesta es sí, favor desarrollar que entiende por ello.

En el Aeropuerto Internacional La Aurora, ¿han llevado a cabo alguna estrategia de comunicación digital para dar a conocer los protocolos de bioseguridad?

¿Considera prudente realizar una estrategia para dar a conocer los protocolos de bioseguridad en el AILA?

¿Qué se debería proyectar en una estrategia de comunicación digital para dar a conocer los protocolos de bioseguridad del AILA?

Tiene algo que agregar o desearía compartir algo extra para enriquecer esta entrevista.

ANEXO II
ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA PARA LA
DIRECTORA DE MERCADEO DEL IRTRA GUATEMALA
UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

Investigador: Juan Pablo Morales Arana
Fecha: Guatemala,.....
Objetivo: Elaborar una estrategia de comunicación digital para dar a conocer los protocolos de bioseguridad del Aeropuerto Internacional La Aurora.

Nombre del Entrevistado: _____

Instrucciones: Favor responder las siguientes preguntas, si tiene alguna duda puede preguntar o interrumpir en cualquier momento.

Preguntas semiestructuradas:

Aeropuerto Internacional La Aurora y sus protocolos de bioseguridad
¿Conoce los protocolos de bioseguridad que se implementaron en el Aeropuerto Internacional La Aurora de Guatemala por la pandemia del COVID-19?
¿Cómo se enteró de dichos protocolos de bioseguridad?
¿Dónde esperaría ver información sobre ellos?
Estrategia de comunicación digital
Desde su punto de vista, ¿qué posicionamiento cree que tiene el AILA y sus protocolos de bioseguridad en la mente de sus usuarios?
¿Considera importante realizar una estrategia para dar a conocer los protocolos de bioseguridad en el AILA?
¿Qué información debería tener dicha estrategia de comunicación digital?
¿A través de qué canales de comunicación digital debería enviarse el mensaje?
Comentarios o sugerencias para la elaboración de dicha estrategia de comunicación digital.

Tiene algo que agregar o desearía compartir algo extra para enriquecer esta entrevista.

ANEXO III
GRUPO FOCAL USUARIOS Y PASAJEROS
DEL AEROPUERTO INTERNACIONAL LA AURORA
UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

Tiempo aproximado: 85 minutos

Momento	Técnicas	Tiempo
Introducción: Bienvenida, presentación de los participantes y de los objetivos del Proyecto de comunicación.	Exposición y presentación de objetivos.	10 minutos
Momento 1 Conocer su percepción sobre los protocolos de bioseguridad en el AILA.	Preguntas generadoras sobre: <ul style="list-style-type: none"> • Protocolos de bioseguridad en el AILA. 	15 minutos
Momento 2 Identificación de los elementos y herramientas que se deben incluir en la elaboración de la estrategia de comunicación digital para dar a conocer los protocolos de bioseguridad del AILA.	Preguntas generadoras y construcción de ideas para brindar herramientas que ayuden a realizar la estrategia de comunicación digital. Lluvia de ideas para la elaboración de esta.	25 minutos
Momento 3 Importancia de realizar una estrategia de comunicación digital para dar a conocer los protocolos de bioseguridad del AILA.	Preguntas generadoras sobre: <ul style="list-style-type: none"> • Importancia en que las personas conozcan sobre dichos protocolos. 	20 minutos
Momento 4 Cierre, comentarios y agradecimiento a los participantes	Conclusiones, comentarios, opiniones y sugerencias.	15 minutos

Introducción (10 minutos)

El facilitador dará la bienvenida y se presentará con los participantes, los mismos también se presentarán. Se presentarán los objetivos del grupo focal, sobre la estrategia de comunicación digital y sobre la metodología que se utilizará. Asimismo, se les agradecerá de antemano por su tiempo y de la importancia que tendrán sus propuestas y sugerencias para elaborar la estrategia de comunicación digital para dar a conocer los protocolos de bioseguridad del Aeropuerto Internacional La Aurora. El facilitador dejará en claro que las propuestas serán utilizadas con el fin de recopilar información necesaria para la creación de dicha estrategia.

Acto seguido, se les indicará a los participantes del grupo focal, que, si desean interrumpir la reunión por alguna pregunta, pueden hacerlo.

Momento 1: Percepción sobre los protocolos de bioseguridad en el AILA. (15 minutos)

El facilitador da una breve descripción sobre los diferentes protocolos de bioseguridad que se tienen en el AILA.

1. ¿Qué percepción o qué piensa sobre los protocolos de bioseguridad del Aeropuerto Internacional La Aurora (AILA)?

Se abre el debate para que los participantes que lo deseen puedan expresarse. Una vez que hayan respondido se formulan las siguientes preguntas:

- 1.1. ¿Considera importantes los protocolos de bioseguridad bien establecidos en un aeropuerto internacional?
- 1.2. ¿Considera el AILA como un espacio seguro en términos de bioseguridad?
- 1.3. ¿Qué se debería realizar para darlos a conocer de una mejor manera?

Momento 2: Identificación de elementos y herramientas que se deben incluir en la estrategia de comunicación digital. (25 minutos)

El facilitador retoma ideas de lo debatido en el momento anterior sobre los protocolos de bioseguridad en el AILA, y explica que a continuación se pretende ir construyendo los contenidos, características y diseño que debería tener la estrategia de comunicación para ser comprensiva, atractiva y que cumpla sus objetivos.

2. ¿Qué elementos debe tener la estrategia de comunicación digital para cumplir sus objetivos?

- 2.1 ¿En qué red social tiene un mayor impacto una estrategia de comunicación digital?
- 2.2 ¿Qué es lo que más le llama la atención al ver una estrategia de comunicación digital en redes?
- 2.3 ¿La estrategia de comunicación digital debe ser formal o informal?
- 2.4 ¿El diseño de la estrategia de comunicación debe ser dinámico o serio?
- 2.5 ¿El idioma que se utilice debería ser español e inglés?

Lluvia de ideas: Se pedirá a los participantes que comenten sobre qué tipo de estrategia de comunicación digital les gustaría ver a ellos/as. Se les pedirá que lo comenten en el chat de la reunión.

Momento 3: Importancia de realizar una estrategia de comunicación digital para dar a conocer los protocolos de bioseguridad del AILA. (20 minutos)

El facilitador explica los beneficios que tendrán los usuarios del AILA, al realizar una estrategia de comunicación digital. Asimismo, se les explicará sobre la situación actual de los protocolos de bioseguridad en el AILA.

3. ¿Por qué es importante realizar una estrategia de comunicación digital para dar a conocer los protocolos de bioseguridad del AILA?

Cada uno de los participantes responderá brevemente sobre la importancia de esta.

Momento 4: Cierre, comentarios y agradecimiento a los participantes. (15 minutos)

Al finalizar, el facilitador brindará un breve resumen sobre lo dialogado con el grupo, invita a los participantes que lo deseen, a brindar una conclusión. Agradece a los participantes por su valiosa colaboración.

Fin del grupo focal.

ANEXO IV
FORMULARIO PARA LA VALIDACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE
COMUNICACIÓN PARA LA DIRECTORA DE MERCADEO DEL IRTRA
GUATEMALA

Buen día. Soy estudiante de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rafael Landívar. Estoy efectuando mi proyecto de Tesis sobre una estrategia de comunicación digital para dar a conocer los protocolos de bioseguridad del Aeropuerto Internacional La Aurora. Por lo que acudo a usted para realizar la validación de dicho material.

Sexo: (F)_____ (M)_____ **Edad:** _____ **Profesión u oficio:**

Instrucciones: Con base a los siguientes materiales, agradeceré marcar con una X sus respuestas al siguiente cuestionario.

1. ¿Considera que la estrategia de comunicación digital captó su atención?

Bastante	Medio	Poco

2. ¿Cómo califica la imagen y línea gráfica que se utilizó en dicha estrategia de comunicación?

Atractiva	Llamativa	Confusa

3. ¿Qué opina de la diagramación y diseño utilizado?

Excelente	Bueno	Puede mejorar

4. ¿Cómo califica el contenido de la estrategia de comunicación digital?

Entendible	Puede mejorar	Confuso

5. La estrategia de comunicación digital y su material va dirigida a hombres y mujeres de 18 a 34 años, por lo que, ¿usted considera qué es clara y se entiende el mensaje que se desea transmitir?

Apropiada	No apropiada

6. ¿Cómo califica el material final que se presentó en la estrategia de comunicación digital?

Excelente	Bueno	Puede mejorar	Malo

Tiene algo que agregar o desearía compartir algo extra para enriquecer este formulario.

ANEXO V
FORMULARIO PARA LA VALIDACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE
COMUNICACIÓN PARA LA DISEÑADORA GRÁFICA DE LA DIRECCIÓN
GENERAL DE AERONÁUTICA CIVIL DE GUATEMALA

Buen día. Soy estudiante de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rafael Landívar. Estoy efectuando mi proyecto de Tesis sobre una estrategia de comunicación digital para dar a conocer los protocolos de bioseguridad del Aeropuerto Internacional La Aurora. Por lo que acudo a usted para realizar la validación de dicho material.

Sexo: (F)_____ (M)_____ **Edad:** _____ **Profesión u oficio:**

Instrucciones: Con base a los siguientes materiales, agradeceré marcar con una X sus respuestas al siguiente cuestionario.

1. ¿Considera que el diseño de la estrategia de comunicación digital captó su atención?

Bastante	Medio	Poco

2. ¿Cómo califica la imagen y línea gráfica que se utilizó en dicha estrategia de comunicación?

Atractiva	Llamativa	Confusa

3. ¿Qué opina de la diagramación y diseño utilizado?

Excelente	Bueno	Puede mejorar

4. ¿Cómo califica el contenido de la estrategia de comunicación digital?

Entendible	Puede mejorar	Confuso

5. La estrategia de comunicación digital y su material va dirigida a hombres y mujeres de 18 a 34 años, por lo que, ¿usted considera qué es clara y se entiende el mensaje que se desea transmitir?

Apropiada	No apropiada

6. ¿Cómo califica el material final que se presentó en la estrategia de comunicación digital?

Excelente	Bueno	Puede mejorar	Malo

Tiene algo que agregar o desearía compartir algo extra para enriquecer este formulario.

ANEXO VI
CONSENTIMIENTO INFORMADO



**CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA LA REALIZACIÓN DE EVALUACIÓN COMPRENSIVA,
DEFENSA O REVISIÓN DE TRABAJO DE GRADUACIÓN**

Yo: Juan Pablo Morales Arana DPI: 3444 94314 0101

Carné: 1314717 Facultad: Humanidades

Carrera: Ciencias de la Comunicación

Campus / Sede: Campus Central

Mediante este documento declaro que:

1. Solicito se lleve a cabo de manera remota (virtual) por medio de la tecnología, asumiendo por válidos los resultados que el proceso genere, como decisión voluntaria de realizarla bajo las condiciones que impone la pandemia de COVID-19, la: (marque con una X)
 Evaluación Comprensiva
 Defensa de tesis, trabajo de graduación, _____
 Revisión de tesis, trabajo de graduación, _____
2. Para el efecto, dispongo de los medios tecnológicos necesarios para una conectividad apropiada que garantiza la transmisión óptima de la información, además de contar con la disponibilidad material y psicológica para realizar la evaluación. Por lo anterior solicito se programe fecha y hora para la realización de la evaluación solicitada arriba, estando dispuesta (o) a cumplir con el protocolo establecido para el caso.
3. Cumpliré con las normas establecidas en los Estatutos, Reglamento General, Reglamento de Evaluación Académica de la Universidad Rafael Landívar, así como cualquier otra disposición o resolución que sea emitida por las autoridades correspondientes.

Número de teléfono/celular: 3033-7290

Correo electrónico: jpmusicgt@gmail.com

Dirección: 2ª avenida 6-77 San Cristóbal, zona 8 de Mixco, Guatemala

Firma estudiante

Lugar y fecha: Guatemala, 10 de febrero de 2022.

IX. PROPUESTA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL

Diseños en español

- *1era pieza*

En esta pieza se presentan y se dan a conocer todos los requisitos de ingreso para los usuarios que deseen ingresar al país. De igual manera, se muestra la fecha de actualización para evitar fuga de información. Este diseño es para utilizarlo en Facebook.

REQUISITOS DE INGRESO

PARA TURISTAS/EXTRANJEROS

- **Presentar:**
 - Certificado de vacunación físico con esquema completo (finalizado el esquema 15 días antes de iniciar el viaje) para mayores de 12 años.
 - Prueba de COVID-19 NEGATIVA (hisopado nasofaríngeo Antígeno o PCR) no mayor a 3 días previos al viaje para mayores de 10 años.
 - Declaración Jurada Regional de Viajero (Boleta de migración)
- **Uso de mascarilla obligatorio en mayores de 2 años**
- **Posponer el viaje si presenta algún síntoma de enfermedad respiratoria aguda o sospecha de COVID-19.**

*Actualizado por el MSPAS 10 de enero del 2022

#ViajaSeguro

DGAC
DIRECCION GENERAL DE AERONAUTICA CIVIL

LA AURORA
AERÓPUERTO INTERNACIONAL LA AURORA

- *2da pieza*

Al igual que la anterior, en esta pieza se presentan todos los requisitos de ingreso para los usuarios que deseen ingresar al país. De igual manera, se muestra la fecha de actualización para evitar fuga de información. Sin embargo, este diseño, es para utilizarlo en la página web.

REQUISITOS DE INGRESO

*Actualizado por el MSPAS
10 de enero del 2022

PARA TURISTAS/EXTRANJEROS

- **Presentar:**
 - Certificado de vacunación físico con esquema completo (finalizado el esquema 15 días antes de iniciar el viaje) para mayores de 12 años.
 - Prueba de COVID-19 NEGATIVA (hisopado nasofaríngeo Antígeno o PCR) no mayor a 3 días previos al viaje para mayores de 10 años.
 - Declaración Jurada Regional de Viajero (Boleta de migración)
- **Uso de mascarilla obligatorio en mayores de 2 años**
- **Posponer el viaje si presenta algún síntoma de enfermedad respiratoria aguda o sospecha de COVID-19.**

DGAC
DIRECCION GENERAL DE AERONAUTICA CIVIL

LA AURORA

- *3ra pieza*

Esta pieza es un diseño que será utilizado en las diferentes pantallas de la terminal aérea, en la misma se mostrará una especie de contador de días en los que no han existido contagios de COVID-19 dentro del AILA. Este diseño busca brindar seguridad a los usuarios y que se sientan protegidos dentro de las instalaciones.



- *4ta pieza*

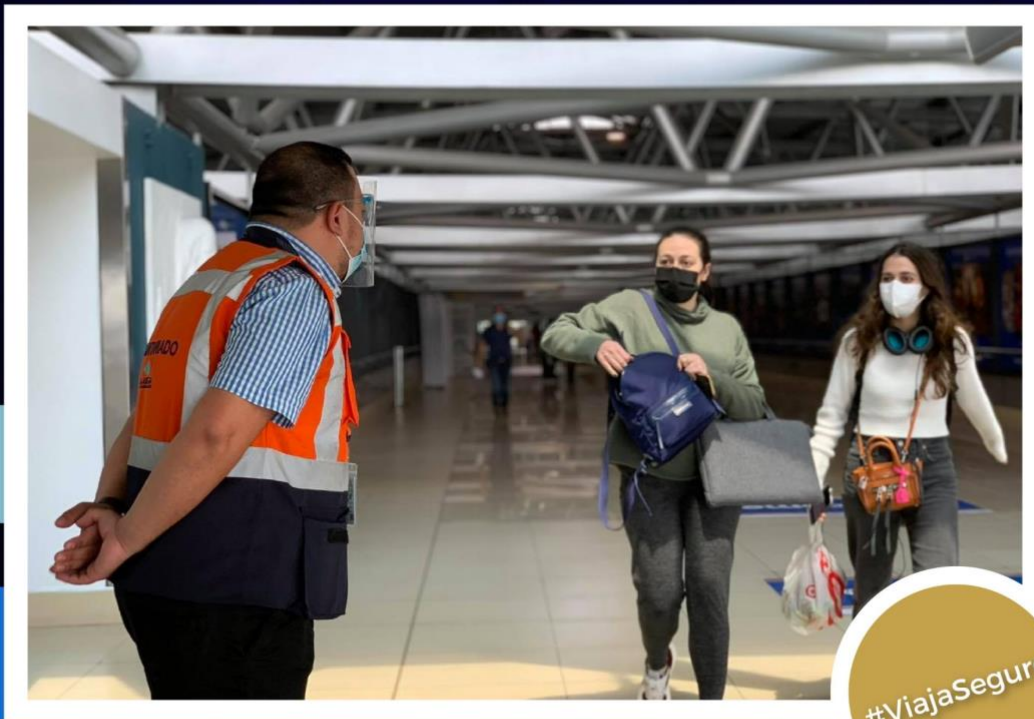
Al igual que el diseño anterior, esta pieza busca brindar seguridad en los pasajeros para que no tengan temor de viajar. Sin embargo, este diseño es para utilizarlo en Facebook.



- *5ta pieza*

Esta pieza busca darle a entender al usuario que todos los protocolos y requisitos establecidos son por su seguridad y la de todos. Asimismo, transmitirle seguridad que todo el personal aeroportuario está completamente identificado y protegido para atenderles de la mejor manera. Este diseño será utilizado para la red social Facebook.

NOS CUIDAMOS PARA CUIDARTE



#ViajaSeguro



- *6ta pieza (Video/Audio en español)*

https://drive.google.com/file/d/1_AhJ4yruSaiSQDcFtg8EgLKujahJX1uV/view?usp=sharing

g

En este video/audio se informa sobre todos los protocolos necesarios para estar en las instalaciones del AILA, asimismo, se busca dar a conocer todas las medidas que se están tomando y garantizarle al usuario y/o pasajero una estancia cómoda dentro de las instalaciones. Este video/audio podrá ser utilizado en Facebook, pantallas y sonido ambiente del AILA.

Diseños en inglés

Misma información de las piezas anteriores, únicamente varía el idioma.

- *1era pieza*

ENTRY REQUIREMENTS

FOR TOURISTS / FOREIGNERS

- **Present:**
 - Physical vaccination certificate with complete scheme (completed the scheme 15 days before starting the trip) for people over 12 years of age.
 - **NEGATIVE COVID-19 test** (Nasopharyngeal Antigen swab or PCR) no more than 3 days prior to the trip for those over 10 years of age.
 - Regional Traveler Affidavit (Migration Ticket)
- **Mandatory use of mask for everyone over 2 years.**
- **Postpone the trip if you have any symptoms of acute respiratory illness or suspect COVID-19.**

*Updated by MSPAS January 10, 2022

#TravelSafe

DGAC
DIRECCION GENERAL DE AERONAUTICA CIVIL

LA AURORA
AEROPUERTO INTERNACIONAL LA AURORA

- *2da pieza*

ENTRY REQUIREMENTS

*Updated by MSPAS
January 10, 2022

FOR TOURISTS / FOREIGNERS

- **Present:**
 - Physical vaccination certificate with complete scheme (completed the scheme 15 days before starting the trip) for people over 12 years of age.
 - **NEGATIVE COVID-19 test** (Nasopharyngeal Antigen swab or PCR) no more than 3 days prior to the trip for those over 10 years of age.
 - Regional Traveler Affidavit (Migration Ticket)
- **Mandatory use of mask for everyone over 2 years.**
- **Postpone the trip if you have any symptoms of acute respiratory illness or suspect COVID-19.**

DGAC DIRECCION GENERAL DE AERONAUTICA CIVIL **LA AURORA**

- *3ra pieza*

DAYS WITHOUT COVID-19 INFECTIONS

07

DGAC DIRECCION GENERAL DE AERONAUTICA CIVIL **LA AURORA**

- *4ta pieza*

**DAYS WITHOUT
COVID-19 INFECTIONS**

09

DGAC
DIRECCION GENERAL DE AERONAUTICA CIVIL

LA AURORA
AEROPUERTO INTERNACIONAL LA AURORA

- *5ta pieza*

**WE TAKE CARE
TO TAKE CARE OF YOU**



#TravelSafe

DGAC
DIRECCION GENERAL DE AERONAUTICA CIVIL

LA AURORA
AEROPUERTO INTERNACIONAL LA AURORA

- *6ta pieza (Video/Audio en inglés)*

<https://drive.google.com/file/d/1KyYOZPPR2IZKpXXQDbHOMC6cayjhYIxb/view?usp=s>
[haring](#)

Para observar todas las piezas (12 piezas), puede acceder al siguiente enlace:

<https://drive.google.com/drive/folders/1jOmsMiqdrlqjeS-ykhM7RS2RoZtFqJPz?usp=sharing>

1. Requisitos de ingreso para Facebook (español).
2. Requisitos de ingreso para página web (español).
3. Días sin contagios para pantallas AILA (español).
4. Días sin contagios para Facebook (español).
5. Nos cuidamos para cuidarte (español).
6. Video/Audio protocolos de bioseguridad AILA para Facebook, pantallas y sonido ambiente (español).
7. Requisitos de ingreso para Facebook (inglés).
8. Requisitos de ingreso para página web (inglés).
9. Días sin contagios para pantallas AILA (inglés).
10. Días sin contagios para Facebook (inglés).
11. Nos cuidamos para cuidarte (inglés).
12. Video/Audio protocolos de bioseguridad AILA para Facebook, pantallas y sonido ambiente (inglés).